

关于深圳市显盈科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2021〕7-18号

深圳证券交易所：

我们已对《关于深圳市显盈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问询函》（审核函〔2020〕010248号，以下简称审核问询函）所提及的深圳市显盈科技股份有限公司（以下简称显盈科技或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于深圳市显盈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问询函中有关财务事项的说明》（天健函〔2020〕7-197号）。因显盈科技补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报如下

一、关于数字信号拓展坞收入、毛利率及主要客户情况。申报材料显示：

（1）报告期各期，发行人数字信号拓展坞收入增长较快，分别为 5,021.74 万元、10,491.39 万元、13,895.78 万元，占主营业务收入比例分别为 18.45%、26.29%、33.31%，发行人解释主要为开拓存量客户对数字信号拓展坞产品的需求，同时开发 Belkin、新联合众、一号仓等新客户。公开资料显示，一号仓成立于 2016 年，注册资本 150 万元。

（2）报告期各期，发行人数字信号拓展坞毛利率分别为 29.90%、27.80%、36.49%，信号转换器的毛利率分别为 24.57%、17.90%、25.91%，两种产品 2018 年和 2019 年毛利率差别较大。

请发行人：

（1）披露报告期各期数字信号拓展坞业务存量客户与新开发客户的收入金

额及占比，前五大客户基本信息，包括但不限于客户名称、销售金额、开始合作时间、客户品牌及主要销售区域、渠道，向发行人采购金额占其同类产品采购金额的比例、是否还同时向发行人可比公司采购，相关客户向发行人采购金额大幅增长的还应分析与其业务规模增长的匹配性；

(2) 分析并披露信号转换器和数字信号拓展坞 2017 年毛利率差异较小，但 2018-2019 年差异较大的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。(审核问询函问题 1)

(一) 披露报告期各期数字信号拓展坞业务存量客户与新开发客户的收入金额及占比，前五大客户基本信息，包括但不限于客户名称、销售金额、开始合作时间、客户品牌及主要销售区域、渠道，向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例、是否还同时向公司可比公司采购，相关客户向公司采购金额大幅增长的还应分析与其业务规模增长的匹配性

1. 披露报告期各期数字信号拓展坞业务存量客户与新开发客户的收入金额及占比

报告期各期，公司数字信号拓展坞产品存量客户与新开发客户的收入金额及占比如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
存量客户	11,358.58	58.79	9,201.63	66.22	7,805.94	74.40
新开发客户	7,960.82	41.21	4,694.16	33.78	2,685.45	25.60
合计	19,319.40	100.00	13,895.78	100.00	10,491.39	100.00

注：新开发客户是指相较于 2017 年 1 月 1 日后开始交易的客户；存量客户是指 2017 年 1 月 1 日前即存在交易的客户

报告期各期，公司数字信号拓展坞业务收入主要以存量客户的贡献为主，公司对存量客户以及新开发客户的数字信号拓展坞产品的销售收入，均实现了逐年增长，进而带动数字信号拓展坞产品收入的持续增长。

主要增长的存量客户包括茂杰国际股份有限公司（以下简称茂杰国际）（包括中间贸易商冠宏电子有限公司（以下简称冠宏电子））、Cropmark AG（以下简称 Cropmark）、Startech.com USA LLP（以下简称 StarTech.com）等，主要

增长的新开发客户包括 Belkin International Inc.（以下简称 Belkin）、一号仓商贸（深圳）有限公司（以下简称一号仓）、新联合众（北京）科技有限公司（以下简称新联合众）、安克创新科技股份有限公司（以下简称安克创新）等。报告期上述客户的销售金额如下：

单位：万元

客户类别	客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存量客户	茂杰国际（包括冠宏电子）	5,060.09	3,475.14	2,025.15
	Cropmark	1,155.10	1,231.68	1,405.85
	StarTech.com	2,220.07	1,258.29	1,055.97
新开发客户	Belkin	5,173.03	1,658.28	
	安克创新	576.13		
	一号仓	138.04	991.08	20.12
	新联合众	134.05	598.34	675.02

注：公司系 2018 年度开始与安克创新合作，2018 年度、2019 年度仅向其销售信号转换器产品，未销售数字信号拓展坞产品

上述客户中，茂杰国际（电脑周边产品及 USB 相关芯片制造商，中国台湾公司）、Cropmark（拥有欧洲知名电脑周边产品品牌“LMP”，瑞士公司）、StarTech.com（全球著名电脑周边产品品牌，加拿大公司）、Belkin（3C 周边产品全球性高端品牌，美国公司）、安克创新（3C 周边产品全球性品牌，创业板上市公司，300866.SZ）均为行业内知名客户。

2. 前五大客户基本信息，包括但不限于客户名称、销售金额、开始合作时间、客户品牌及主要销售区域、渠道，向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例、是否还同时向公司可比公司采购，相关客户向公司采购金额大幅增长的还应分析与其业务规模增长的匹配性

(1) 前五大客户基本信息，包括但不限于客户名称、销售金额

报告期各期，公司数字信号拓展坞产品前五大客户及销售金额如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Belkin	5,173.03	1,658.28	

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
茂杰国际	5,055.27	3,475.14	326.32
Startech.com	2,220.07	1,258.29	1,055.97
Cropmark	1,155.10	1,231.68	1,405.85
深圳市绿联科技有限公司	694.88	660.84	335.45
宸锋科技股份有限公司	151.11	899.29	863.66
一号仓	138.04	991.08	20.12
新联合众	134.05	598.34	675.02
冠宏电子	4.82		1,698.83
合计	14,726.37	10,772.92	6,381.22

注：客户之间存在关联关系的已合并计算销售金额

(2) 前五大客户基本信息，包括但不限于开始合作时间、客户品牌及主要销售区域、渠道，向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例、是否还同时向公司可比公司采购

报告期各期，公司数字信号拓展坞产品的前五大客户基本信息如下：

1) 茂杰国际

名称	茂杰国际
客户简介	台湾地区知名电脑周边产品及USB相关芯片制造商
注册地	中国台湾
成立时间	1997年
开始合作时间	2014年度通过冠宏电子进行合作，2018年度茂杰国际直接向显盈科技采购
品牌	某3C周边产品知名国际品牌A
主要销售区域	全球
销售渠道	线下如百思买、沃尔玛、Costco以及线下代理商渠道；线上如京东、亚马逊等
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司均未披露茂杰国际系其客户

2) 冠宏电子

名称	冠宏电子
客户简介	一家从事电子产品行业贸易的公司，2018年度，显盈科技主要通过冠宏电子向终端客户茂杰国际进行销售
注册地	中国台湾
成立时间	2009年
开始合作时间	2014年
品牌	贸易商，无品牌，下游客户茂杰国际的品牌为品牌A
主要销售区域	贸易商，下游客户为茂杰国际
销售渠道	贸易商，下游客户为茂杰国际
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司均未披露冠宏电子系其客户

3) Belkin

名称	Belkin
客户简介	3C周边产品全球性高端品牌，2018年被富士康旗下鸿腾精密（6088.HK）收购
注册地	美国
成立时间	1983年
开始合作时间	2019年
品牌	
主要销售区域	全球
销售渠道	线下百思买、Target超市、苹果店等；线上如淘宝、京东、亚马逊等
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司海能实业、奥海科技均亦披露Belkin系其客户。

4) Startech.com

名称	Startech.com
客户简介	全球著名电脑周边产品品牌商Startech.Com Ltd.子公司，拥有电脑周边产品品牌“StarTech.com”，业务覆盖美国、加拿大和欧洲等地
注册地	美国

成立时间	1985年
开始合作时间	2011年
品牌	
主要销售区域	全球
销售渠道	线下以分销商渠道为主；线上如亚马逊平台、官网平台
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司海能实业亦披露Startech.com为其客户。

5) Cropmark

名称	Cropmark
客户简介	瑞士公司，拥有欧洲知名电脑周边产品品牌“LMP”
注册地	瑞士
成立时间	1991年
开始合作时间	2016年
品牌	
主要销售区域	欧洲
销售渠道	线下以分销商渠道为主；线上渠道占比很少
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司均未披露Cropmark系其客户

6) 深圳市绿联科技有限公司

名称	深圳市绿联科技有限公司（以下简称绿联科技）
客户简介	3C周边产品全球性品牌，拥有3C周边品牌“UGREEN绿联”
注册地	中国深圳
成立时间	2012年

开始合作时间	2012年
品牌	UGREEN 绿联
主要销售区域	国内市场、欧洲
销售渠道	国内：线下代理商；线上如天猫、京东等；国外：线上如亚马逊，速卖通，eBay等
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司均未披露绿联科技系其客户

7) 一号仓

名称	一号仓
客户简介	一号仓系国内跨境电商深圳洪堡科技有限公司（以下简称洪堡科技）子公司，洪堡科技核心产品包括智能穿戴系列、运动耳机系列、运动配件、手机周边3C数码及其他健康生活类产品，旗下Letsfit和Letscom两个主打品牌全球累积用户已超过1000万，居亚马逊平台三大品类（智能穿戴、运动耳机、运动健康配件）第一梯队
注册地	中国深圳
成立时间	2016年
开始合作时间	2018年
品牌	
主要销售区域	海外
销售渠道	主要是线上亚马逊
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司均未披露一号仓系其客户

8) 新联合众

名称	新联合众
客户简介	致力于智能无线互联产品开发和物联网解决方案及产品的高新技术

	企业
注册地	中国北京
成立时间	2011年
开始合作时间	2017年
品牌	新联合众数码外设产品以“领视Linxee”产品线进行经营，并获得了“联想”品牌授权。公司向新联合众销售的信号转换拓展产品均用于“联想”品牌。（ http://consumer.linxee.cn/hzhb/ ）
主要销售区域	国内
销售渠道	线下代理商，线上如天猫、京东等
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司均未披露新联合众系其客户

9) 宸鋒科技股份有限公司

名称	宸鋒科技股份有限公司（以下简称宸鋒科技）
客户简介	主营电脑周边产品生产、销售，Thunderbolt模组设计开发
注册地	中国台湾
成立时间	2007年
开始合作时间	2011年
品牌	下游客户品牌为某台湾3C品牌B
主要销售区域	品牌B产品在中国台湾、欧洲等地区销售
销售渠道	品牌B产品通过线下渠道销售
向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例	商业机密已申请豁免披露
是否还同时向公司可比公司采购	可比公司均未披露宸鋒科技系其客户

(3) 相关客户向公司采购金额大幅增长的还应分析与其业务规模增长的匹配性

1) 2018年主要客户基本上都大幅增长，主要原因为Type-C接口的普及和主流笔记本电脑品牌精简接口。

Type-C 接口自 2014 年发布以来，凭借众多优秀的技术指标和技术特点在笔记本电脑、安卓手机、显示器、高端显卡等 3C 电子领域快速普及，逐渐替代常规的 HDMI、DP、USB 等非 Type-C 接口。

2017 年前后，主流笔记本电脑品牌的主流产品精简了电脑接口，推动了 2018 年数字信号拓展坞需求的大幅增长。苹果电脑方面，MacBook Pro 从 2016 款开始仅配置 Type-C 接口和 3.5mm 耳机接口，13 寸 MacBook Air 从 2018 款开始仅配置 Type-C 接口和 3.5mm 耳机接口，不再配置常规的 USB 接口、HDMI 和 SD 卡等接口。更新前后接口对比如下：

13 寸 MacBook Air 接口	2015 款、2017 款	2018 款、2019 款
	2 个 USB 接口	2 个 Type-C（雷电 3）接口
	miniDP（雷电 2）接口	
	SD 卡插槽	
3.5 毫米耳机插孔		
MacBook Pro 接口	2015 款	2016 款、2017 款、2018 款、2019 款
	2 个 USB 接口	2/4 个 Type-C（雷电 3）接口
	2 个 miniDP（雷电 2）接口	
	HDMI 接口	
	SD 卡插槽	
3.5 毫米耳机插孔		

Windows 笔记本方面，2018 年，戴尔推出新一代 XPS 13 9370 微边框系列产品，相较于 2017 年的 XPS 13 9360 产品，放弃了常规的 USB 接口，仅保留了 Type-C 接口和 3.5mm 耳机接口，更新前后的对比如下：

型号	XPS13 9350、9360	XPS13 9370、9380
上市时间	2015-2017 年	2018-2019 年
接口	Type-C（雷电 3）接口	2 个 Type-C（雷电 3）接口
	2 个 USB 接口	Type-C 接口
	SD 卡插槽	Micro SD 卡插槽
	3.5 毫米耳机插孔	

上述产品在使用传统 U 盘、移动硬盘、有线网络、显示器、投影仪、智能电视、键盘、鼠标等大量非 Type-C 接口外设时，以及使用超过设备自带 Type-C 接口数量的外设时，必须通过转换器、拓展坞产品进行转换、拓展，因此带动信号转换拓展产品市场的快速发展。

2) 向公司采购金额大幅增长客户的业务规模增长匹配性分析

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	客户采购金额大幅增长与其业务规模增长的匹配性
茂杰国际	5,055.27	3,475.14	326.32	2018 年前通过冠宏电子销售给茂杰国际，两家客户销售合计 2,025.15 万元、3,475.14 万元和 5,060.09 万元，2020 年增长较快，原因为 Type-C 接口普及、新冠疫情下海外用户居家办公增加
冠宏电子	4.82		1,698.83	
Belkin	5,173.03	1,658.28		Belkin 是 3C 周边产品全球性高端品牌，为 2018 年开发的新客户，经过前期半年左右的产品认证，公司于 2019 年 1 月正式对其销售，并获得了良好的市场反应，2019 年度、2020 年度，公司对 Belkin 收入持续增长
StarTech.com	2,220.07	1,258.29	1,055.97	2018 年增长较快，与 Type-C 接口普及、主流电脑品牌精简接口时间一致；2020 年增长较快，原因为 Type-C 接口普及、新冠疫情下海外用户居家办公增加
Cropmark	1,155.10	1,231.68	1,405.85	2018 年增长较快，与 Type-C 接口普及、主流电脑品牌精简接口时间一致
绿联科技	694.88	660.84	335.45	交易额基本稳定
一号仓	138.04	991.08	20.12	一号仓系国内跨境电商洪堡科技的子公司，洪堡科技的核心产品包括智能穿戴系列、运动耳机系列、运动配件、手机周边 3C 数码及其他健康生活类产品，旗下有 Letsfit 和 Letscom 两个主打品牌在全球累积用户已超过 1000 万，位居亚马逊平台三大品类（智能穿戴、运动耳机、运动健康配件）的第一梯队。2018 年度，一号仓在合作初期仅向公司少量采购，2019 年度随着双方合作的深入，公司产品质量、交付能力获得一号仓的认可，一号仓向公司采购的数字信号拓展坞产品销售金额快速增长。2020 年度，公司向一号仓销售的数字信号拓展坞产品金额同比减少，主要原因为：洪堡科技调整产品策略，将业务资源重点投入到 TWS 耳机等产品中，收缩了一号仓信号转换拓展产品业务规模，因此向公司采购的数字信号拓展坞产品金额同比减少 因一号仓已停止在亚马逊平台销售信号转换拓展产品，且亚马逊不公开产品的销量信息，未查询到一号仓公开的销量数据。我们走访了一号仓，现场查看了一号仓提供的其在亚马逊的销售数据，2018 年以来，一号仓在亚马逊平台销售信号转换拓展产品约 25 万个，2018 年以来，公司向一号仓销售信号转换拓展产品 16.59 万个
新联合众	134.05	598.34	675.02	2018 年开始合作。2020 年度，新联合众将数字信号拓展坞产品更多地交由其他 ODM 制造商生产，因此向

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	客户采购金额大幅增长与其业务规模增长的匹配性
				公司采购金额减少较多
宸锋科技	151.11	899.29	863.66	宸锋科技下游品牌为品牌 B。2020 年度，公司向宸锋科技销售金额同比减少，主要系品牌 B 采购金额减少所致
合计	14,726.37	10,772.92	6,381.22	

(二) 分析并披露信号转换器和数字信号拓展坞 2017 年毛利率差异较小，但 2018-2019 年差异较大的原因

报告期各期，公司信号转换器、数字信号拓展坞产品毛利率的对比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	占比 (%)	毛利率 (%)	占比 (%)	毛利率 (%)	占比 (%)	毛利率 (%)	占比 (%)	毛利率 (%)
信号转换器	100.00	28.00	100.00	25.91	100.00	17.90	100.00	24.57
数字信号拓展坞	100.00	34.77	100.00	36.49	100.00	27.80	100.00	29.90
其中：六口以下	19.57	33.71	16.73	34.84	14.96	22.00	33.62	23.31
六口及以上	80.43	35.03	83.27	36.83	85.04	28.82	66.38	33.24

报告期各期，公司信号转换器与数字信号拓展坞的毛利率差异分别为 5.33%，9.90%、10.58%和 6.77%。信号转换器和数字信号拓展坞 2017 年度、2020 年度毛利率差异较小，但 2018 年度、2019 年度差异较大，主要原因系：

1. 数字信号拓展坞六口及以上产品毛利率高于六口以下产品，2017 年六口以下产品占比高，整体拉低了当期数字信号拓展坞产品毛利率，导致与信号转换器的毛利率差异较小。

六口以下数字信号拓展坞产品，功能少、主打轻便，一般而言，相较于功能全面的六口及以上数字信号拓展坞产品而言，单价、毛利率均较低。如上表所示，2017 年，数字信号拓展坞六口及以上产品占比 66.38%，低于其他年度。若 2017 年数字信号拓展坞六口及以上产品占比与 2018 年相同，数字信号拓展坞整体毛利率将上升至 31.76%，较信号转换器高 7.19%，与其他年度毛利率差接近。

2. 2017 年度，数字信号拓展坞产品尚处在上市初期，产品芯片成本较高，毛利率较低，导致与相对成熟的信号转换器产品的毛利率差异较小。

2017 年度，数字信号拓展坞在上市初期，产品所用的芯片规格及采购单价较高，导致单位成本高、毛利率较低。报告期各期，数字信号拓展坞产品单价、

单位成本、毛利率情况如下：

六口以下				
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销量（万个）	48.45	25.35	16.47	17.77
单位收入（元/个）	78.05	91.68	95.31	95.01
单位成本（元/个）	51.74	59.74	74.34	72.86
其中：芯片（元/个）	19.98	24.30	29.12	31.16
毛利率	33.71%	34.84%	22.00%	23.31%
六口及以上				
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销量（万个）	85.22	65.54	50.99	18.34
单位收入（元/个）	182.33	176.56	174.98	181.74
单位成本（元/个）	118.46	111.54	124.56	121.33
其中：芯片（元/个）	50.86	47.35	50.67	55.93
毛利率	35.03%	36.83%	28.82%	33.24%

2017 年度，数字信号拓展坞产品在上市初期，市场上的产品主要用于匹配苹果的笔记本电脑，产品所采用的协议芯片、电源管理芯片、网口转换芯片等主要芯片的规格较高、采购单价较高，因此单位成本高、毛利率较低。随着产品的普及、芯片量产规模扩大，芯片采购单价持续下降，同时公司也持续优化产品设计，逐步对部分型号的芯片采用更为经济的型号替代，因此芯片成本下降，毛利率提升。

3. 2020 年度 Type-C 接口信号转换器毛利率、销售额占比均同比提升，推动信号转换器毛利率同比上升，信号转换器、数字信号拓展坞的毛利率差缩小

2019 年度和 2020 年度，公司各类信号转换器销售额、销售占比、毛利率如下：

项目	2020 年度			2019 年度		
	金额（万元）	占比（%）	毛利率（%）	金额（万元）	占比（%）	毛利率（%）
非 Type-C 接口产品	17,840.66	70.54	25.75	18,172.29	77.52	24.42
Type-C 接口产品	7,449.12	29.46	33.39	5,269.35	22.48	31.07

其中：内销	1,225.30	4.85	18.94	1,285.55	5.48	18.39
外销	6,223.82	24.61	36.23	3,983.79	16.99	35.16
信号转换器合计	25,289.78	100.00	28.00	23,441.63	100.00	25.91

公司 Type-C 接口信号转换器对外销客户的毛利率高于内销客户。2019 年度、2020 年度，公司外销 Type-C 接口信号转换器的毛利率分别为 35.16%、36.23%，略有上升。2020 年度高毛利率的外销 Type-C 接口信号转换器的销售占比提升，带动 Type-C 接口信号转换器整体的毛利率提升。此外，2020 年度，Type-C 接口信号转换器占信号转换器整体的销售收入比重亦较 2019 年度的 22.48% 上升至 29.46%，带动信号转换器毛利率进一步上升，从而缩小了与数字信号拓展坞之间的毛利率差异。

（三）核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 获取公司收入明细帐、台账，计算报告期各期数字拓展坞存量客户、新开发客户的收入金额及占比；

(2) 获取报告期各期公司数字信号拓展坞业务前五大客户的基本信息，核查客户的基本资料，对主要客户实地走访或视频询问，了解公司与其开始合作时间、客户品牌及主要销售区域、渠道，与公司交易金额、向公司采购金额占其同类产品采购金额的比例、了解其业务规模增长原因，分析客户向公司采购金额增长是否与其业务规模增长相匹配；

(3) 通过荣大二郎神 (<http://www.elangshen.com>)、巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn/new/index>) 查询公司同行业公司招股说明书、年度报告，查阅公司主要客户除向公司采购外是否同时向可比公司采购；

(4) 询问管理层和销售人员，了解公司销售产品的结构变动情况，获取公司收入成本明细表，分析报告期内公司信号转换器和数字拓展坞的毛利差异原因。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司报告期各期数字信号拓展坞业务存量客户与新开发客户的收入金额及占比、前五大客户基本信息披露准确；报告期各期公司数字信号拓展坞业务前五大客户向公司采购金额大幅度增长合理，与其业务规模增长相匹配；

(2) 公司信号转换器和数字信号拓展坞 2017 年度和 2020 年度毛利率差异较小、2018 和 2019 年年度毛利率差异较大, 具有合理性。

二、关于模具及精密结构件收入、毛利率及主要客户情况。申报材料显示:

(1) 报告期各期, 发行人模具及精密结构件收入分别为 702.31 万元、4,180.04 万元、4,375.85 万元, 单价分别为 0.38 元、0.98 元、0.70 元, 2018 年单价、收入提高较快, 发行人解释为进入知名移动电源品牌商罗马仕供应链体系, 但罗马仕未进入发行人前五大客户。招股说明书披露发行人 2018 年和 2019 年向罗马仕及其上游组装厂的销售金额合计分别为 2,977.68 万元、2,364.46 万元。

(2) 报告期各期, 发行人模具及精密结构件毛利率分别为-3.50%、9.50%、14.59%, 逐年提高, 主要原材料工程塑料采购单价分别为 14.87 元、21.84 元、22.04 元, 采购数量分别为 16.76 万千克、100.43 万千克、91.12 万千克, 在 2019 年主要原材料采购单价提高的情形下, 模具及精密结构件毛利率大幅提高; 此外在 2019 年模具及精密结构件销售收入同比增长的情形下, 主要原材料采购数量下降。

请发行人:

(1) 披露罗马仕上游组装厂向发行人采购是指定采购还是自主采购, 报告期内向其销售的具体内容、单价、销售金额及占比, 结合与 2017 年销售产品类别差异分析 2018 年对其销售单价提高较大的原因;

(2) 在工程塑料采购单价提高、售价降低的情形下, 分析并披露模具及精密结构件毛利率提高的原因, 披露 2018 年、2019 年工程塑料使用数量、2019 年采购数量下降的原因;

(3) 披露 2018 年和 2019 年模具及精密结构件业务前五大客户基本信息, 包括但不限于名称、金额、是否为罗马仕上游组装厂、与发行人开始合作时间, 是否存在成立当年或次年即成为发行人模具及精密结构件主要客户、向发行人采购占其同类业务采购占比较高的情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。(审核问询函问题 2)

(一) 披露罗马仕上游组装厂向公司采购是指定采购还是自主采购, 报告期内向其销售的具体内容、单价、销售金额及占比, 结合与 2017 年销售产品类

别差异分析 2018 年对其销售单价提高较大的原因

1. 披露罗马仕上游组装厂向公司采购是指定采购还是自主采购

报告期各期，深圳罗马仕科技有限公司（以下简称罗马仕）上游组装厂向公司采购系罗马仕指定采购，公司与罗马仕及其上游组装厂的合作模式为：

罗马仕直接向公司子公司惠州市耀盈精密技术有限公司（以下简称惠州耀盈）采购模具，并将模具交付惠州耀盈用于生产精密结构件，同时指定组装厂向公司子公司惠州耀盈采购精密结构件，组装厂根据罗马仕指示向惠州耀盈下采购订单，惠州耀盈完工后向组装厂交付、开具发票，同时向组装厂收取货款。

2. 报告期内向其销售的具体内容、单价、销售金额及占比

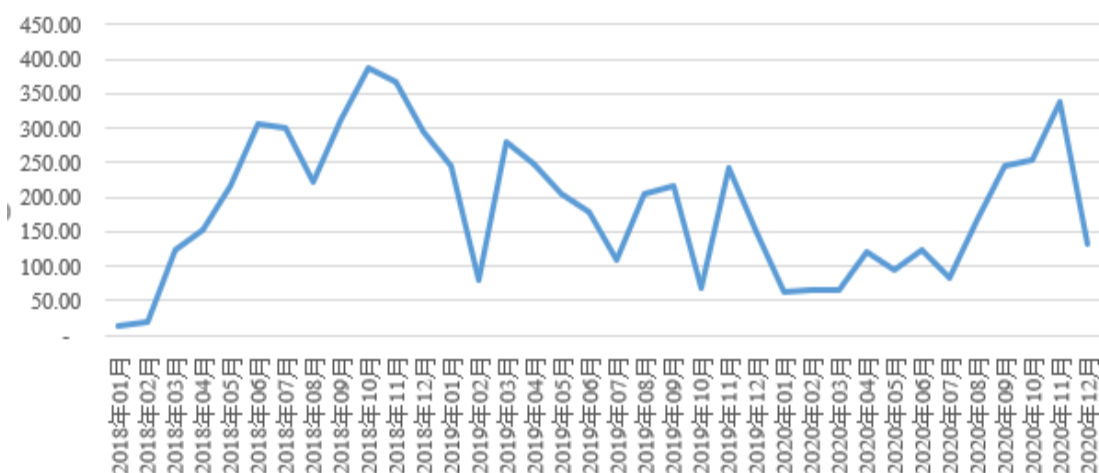
报告期各期，公司向罗马仕上游组装厂销售的产品均为罗马仕品牌移动电源所需的注塑精密结构件。2018 年度、2019 年度及 2020 年度，公司向罗马仕上游组装厂销售的移动电源注塑结构件的单价、销售金额及占公司模具及结构件产品收入比重如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单价（元/个）	0.55	0.64	0.75
销售金额（万元）	1,756.39	2,227.22	2,716.76
占模具及精密结构件收入比重	21.53%	50.90%	64.99%

注：本表仅统计了向罗马仕上游组装厂销售的金额，未包含对罗马仕直接销售

2019 年、2020 年度，收入下降，原因为：终端客户罗马仕为分散其采购，引入了其他供应商，相应地指定其组装厂向公司采购移动电源精密结构件的金额减少。分散采购是企业正常的经营选择，从 2019 年中开始，公司移动电源精密结构件月收入已保持稳定，基本在 150 万元左右，不存在持续下降的情形，不会对精密结构件未来收入稳定性产生重大不利影响。2018 年度以来，公司对罗马仕组装厂的精密结构件月度销售额变动趋势图如下。受新冠肺炎疫情影响，2020 年上半年金额较小，2020 年下半年移动电源精密结构件月收入逐步回升：

对罗马仕组装厂月度销售额（万元）



3. 结合与 2017 年销售产品类别差异分析 2018 年对其销售单价提高较大的原因

2017 年度、2018 年度，公司向罗马仕及其组装厂销售的移动电源模具及精密结构件与向其他客户销售的模具及精密结构件对比如下：

项目	2018 年度			2017 年度		
	金额 (万元)	销量 (万个)	单价 (元/个)	金额 (万元)	销量 (万个)	单价 (元/个)
精密结构件	3,391.61	4,260.40	0.80	478.49	1,849.60	0.26
其中：罗马仕移动电源	2,716.45	3,618.70	0.75			
手机按键	6.33	75.93	0.08	196.87	1,612.18	0.12
其他	668.83	565.77	1.18	281.61	237.42	1.19
模具	788.43	0.0210	37,473.01	223.82	0.0047	48,030.54
合计	4,180.04	4,260.42	0.98	702.31	1,849.60	0.38

2017 年度，惠州耀盈成立初期，承接的外部订单以手机按键等工艺简单、体积小、单价低的产品为主。2017 年度，公司手机按键的销售数量占模具及精密结构产品销售数量的比重接近 90%，而手机按键平均单价为 0.12 元/个，拉低了 2017 年度模具及精密结构件产品的单价。

2018 年，公司进入罗马仕供应链体系，并获得罗马仕及其上游组装厂稳定的订单，当年度罗马仕移动电源结构件销售数量占公司模具及精密结构件销售数量的比重达 84.94%，而移动电源精密结构件相较于手机按键而言，体积大、工艺复杂，单价高于手机按键，为 0.75 元/个，进而带动 2018 年度公司模具及精密

结构件产品的平均单价增长。

(二) 在工程塑料采购单价提高、售价降低的情形下，分析并披露模具及精密结构件毛利率提高的原因，披露 2018 年、2019 年工程塑料使用数量、2019 年采购数量下降的原因

1. 2019 年度相较于 2018 年度，采购单价提高、售价降低，而模具及精密结构件毛利率提高的原因

2019 年度相较于 2018 年度，工程塑料采购单价提高、产品售价降低，而模具及精密结构件毛利率提高，主要系模具及精密结构件产品结构变动所致。2019 年度，公司开拓电子烟器业务、大疆创新业务，对工程塑料采购单价、产品售价、毛利率产生如下影响：

(1) 对工程塑料采购单价的影响

电子烟器精密结构件所用的工程塑料为符合食品接触管理要求的工程塑料。工程塑料采购单价按千克计算，2019 年度该产品所使用的工程塑料平均采购单价为 37.80 元/kg，大疆产品所用工程塑料规格要求较高，单价 24.75 元/kg，2019 年度剔除电子烟器、大疆产品所使用的工程塑料，公司其他工程塑料采购单价为 20.20 元/kg，与 2018 年度的工程塑料采购单价 21.84 元/kg 接近。

2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司各类工程塑料采购单价如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价
电子烟器所用工程塑料			87.44	37.80		
大疆产品所用工程塑料	1,678.38	26.25	691.48	24.75		
其他工程塑料	1,569.34	19.54	1,229.65	20.20	2,193.44	21.84
合计	3,247.72	22.51	2,008.57	22.04	2,193.44	21.84

注：上述工程塑料采购金额包含子公司惠州耀盈为生产信号转换拓展产品精密结构件所采购的工程塑料

(2) 对产品售价、毛利率的影响

1) 电子烟器精密结构件形态较小、单价按个计算，因此单价、单位成本较低，拉低了公司模具及精密结构件的单价、单位成本；

2) 电子烟器精密结构件对密封性要求较高、注塑工艺复杂，毛利率超过 40%，拉高了模具及精密结构件产品整体的毛利率。

2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司分产品类型的模具及精密结构件产品的单价、单位成本、毛利率情况如下所示：

项目	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
	金额（万元）	单价（元/个）	单位成本（元/个）	毛利率（%）	金额（万元）	单价（元/个）	单位成本（元/个）	毛利率（%）	金额（万元）	单价（元/个）	单位成本（元/个）	毛利率（%）
精密结构件：	7,121.97	0.81	0.69	14.47	3,672.94	0.59	0.49	17.71	3,391.61	0.80	0.69	13.80
其中：电子烟器	11.69	0.05	0.21	-352.15	503.61	0.34	0.19	44.92				
模具：	1,037.64	33,151.32	33,383.53	-0.70	702.91	27,350.61	27,816.42	-1.70	788.43	37,473.01	40,843.88	-9.00
合计	8,159.60	0.93	0.81	12.54	4,375.85	0.70	0.60	14.59	4,180.04	0.98	0.89	9.50

如上所示，2019 年度销售的电子烟器精密结构件单价、单位成本较低，拉低了公司模具精密结构件产品的单价、单位成本，但该产品精密度要求高、注塑工艺复杂，毛利率超过 40%，拉高了公司模具及精密结构件产品整体的毛利率。

报告期内，模具毛利率低，原因为：模具为生产精密结构件所需的模具，模具由惠州耀盈生产，但成本需要由客户承担，即惠州耀盈生产模具后销售给客户，客户放置在惠州耀盈，供惠州耀盈生产精密结构件，整项业务中，利润主要来源于精密结构件而非模具，因此模具毛利率低。

2019 年、2020 年度，移动电源精密结构件收入下降，原因为：终端客户罗马仕为分散其采购，引入了其他供应商，相应地指定其组装厂向公司采购移动电源精密结构件的金额减少。分散采购是企业正常的经营选择，从 2019 年中开始，公司移动电源精密结构件月收入已保持稳定，不存在持续下降的情形，不会对精密结构件未来收入稳定性产生重大不利影响。

2020 年度，大疆产品精密结构件销售额快速增长，原因为：公司从 2019 年 7 月开始对大疆创新批量出货，并逐月扩大销售额，至 2019 年末开始稳定在每月 300 万元至 500 万元。2020 年度，大疆产品每月订单保持稳定，总体销售额较 2019 年增长较快。大疆产品月销售额从 2019 年末开始已趋稳定，不会对精密结构件未来收入稳定性产生重大不利影响。

2. 披露 2018 年、2019 年工程塑料使用数量、2019 年采购数量下降的原因

2019 年采购数量下降的原因为：2019 年开发电子烟器、大疆产品两项新业务，因该两类产品注塑工艺复杂，成本结构中材料占比低于其他产品，导致在同等收入或成本下，材料用量减少。具体分析如下：

(1) 工程塑料采购和领用情况

工程塑料系公司精密结构件产品的主要原料，2018 年度、2019 年度，工程塑料领用数量、采购数量如下所示：

年度	2019 年度	2018 年度
采购数量（万千克）	91.12	100.43
领用数量（万千克）	83.48	97.97

上述采购、领用的工程塑料，生产出的精密结构件，部分自用于生产公司信号转换拓展产品，部分对外销售。对外销售的精密结构件对应的工程塑料采购、领用量及金额如下：

项目	2019 年		2018 年	
	数量 (万千克)	金额 (万元)	数量 (万千克)	金额 (万元)
对外销售对应的工程塑料采购	82.77	1,878.68	88.61	2,007.29
对外销售对应的工程塑料领用	75.77	1,762.13	86.57	1,957.88

(2) 模具及精密结构件收入与外部客户工程塑料采购和领用金额的匹配关系

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度
模具及精密结构件收入	4,375.85	4,180.04
其中：精密结构件收入	3,672.94	3,391.61
精密结构件成本	3,022.51	2,923.57
其中：材料成本	1,684.39	1,802.95
材料成本占比	55.73%	61.67%
对应的工程塑料采购金额	1,878.68	2,007.29
对应的工程塑料领用金额	1,762.13	1,957.88

如上表所示，2018 年度和 2019 年度，精密结构件收入对应的工程塑料采购金额、领用金额与材料成本金额接近。2019 年工程塑料采购数量下降的原因为产品中使用的工程塑料成本减少。2018 年度、2019 年度，工程塑料领用金额高于精密结构件成本—材料成本，超过部分以精密结构件库存商品、发出商品、在产品、委托加工物资等存货形式结存于期末存货中。2018 年末、2019 年末，公

司对外部客户的精密结构件库存商品、发出商品、在产品、委托加工物资金额合计分别为 395.58 万元、951.00 万元。

(3) 产品中使用的工程塑料成本减少的具体原因

2019 年开发电子烟具、大疆产品两项新业务，因该两类产品注塑工艺复杂，成本结构中材料占比低于其他产品，导致在同等收入或成本下，工程塑料用量减少。

单位：万元

项目	2019 年度			2018 年度		
	成本	材料成本	材料占比	成本	材料成本	材料占比
电子烟具	277.37	124.73	44.97%			
大疆产品	755.44	367.99	48.71%			
其他产品	1,989.70	1,191.66	59.89%	2,923.57	1,802.95	61.67%
合计	3,022.51	1,684.39	55.73%	2,923.57	1,802.95	61.67%

如上表所示，2019 年度，电子烟具、大疆产品的材料占比分别为 44.97%、48.71%，显著低于其他产品 59.63%。其他产品 2018 年度材料占比为 61.67%，与 2019 年接近。

(三) 披露 2018 年和 2019 年模具及精密结构件业务前五大客户基本信息，包括但不限于名称、金额、是否为罗马仕上游组装厂、与公司开始合作时间，是否存在成立当年或次年即成为公司模具及精密结构件主要客户、向公司采购占其同类业务采购占比较高的情形

1. 2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司模具及精密结构件业务的前五大客户名称、金额及是否为罗马仕上游组装厂，如下所示：

单位：万元

客户名称	是否是罗马仕及其组装厂	2020 年度	2019 年度	2018 年度
深圳市大疆创新科技有限公司	否	5,436.12	879.60	
爱美达(深圳)热能系统有限公司	否	539.46	38.72	204.65
新余凯瑞能源科技有限公司	是	476.91	411.53	90.56
湖北宇隆新能源有限公司	是	475.44	483.69	380.05

客户名称	是否是罗马仕及其组装厂	2020 年度	2019 年度	2018 年度
罗马仕	是	277.87	122.60	255.13
深圳市吉迩科技有限公司	否	29.29	544.31	
东莞市智盈新能源有限公司	是		373.44	853.69
东莞仁海科技股份有限公司	否		9.87	228.51
惠州市驰久能量科技有限公司	是		7.01	301.59
合计		7,235.09	2,870.77	2,314.18

2. 2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司模具及精密结构件业务前五大客户基本信息，包括但不限于与公司开始合作时间，是否存在成立当年或次年即成为公司模具及精密结构件主要客户、向公司采购占其同类业务采购占比较高的情形，如下：

序号	客户名称	成立时间	与公司合作时间	成立当年或次年即合作	向公司采购占其同类业务采购占比较高的情况
1	深圳市大疆创新科技有限公司	2006 年	2018 年	否	属于商业机密，深圳市大疆创新科技有限公司（以下简称大疆创新）拒绝提供
2	罗马仕	2012 年	2017 年	否	惠州耀盈占罗马仕移动电源供应链整体的模具及精密结构件用量比：2018 年度，约 70%；2019 年度，约 40%。2020 年度，罗马仕未提供相关占比数据
3	新余凯瑞能源科技有限公司	2018 年	2018 年	是	
4	湖北宇隆新能源有限公司	2012 年	2018 年	否	
5	东莞市智盈新能源有限公司	2017 年	2018 年	是	
6	惠州市驰久能量科技有限公司	2017 年	2018 年	是	
7	深圳市吉迩科技有限公司	2014 年	2019 年	否	属于商业机密，深圳市吉迩科技有限公司拒绝提供
8	东莞仁海科技股份有限公司	2011 年	2017 年	否	惠州耀盈已经与东莞仁海科技股份有限公司终止合作，因此未提供相关占比
9	爱美达（深圳）热能系统有限公司	2014 年	2017 年	否	美国宝德（Boyd）公司旗下企业，宝德公司成立于 1928 年，是工程材料和热管理解决方案的全球领先企业。属于商业机密，爱美达拒绝提供

2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司模具及精密结构件业务客户中，新

余凯瑞能源科技有限公司、湖北宇隆新能源有限公司、东莞市智盈新能源有限公司、惠州市驰久能量科技有限公司均为罗马仕上游组装厂。2018年度、2019年度，公司向罗马仕及罗马仕组装厂销售的模具及精密结构件数量占罗马仕移动电源供应链整体的模具及精密结构件用量比分别为70%、40%。占比相对较高，主要系：模具及精密结构件均为定制化产品，客户需要承担模具成本，过度分散供应商需要承担过高的模具成本，因此供应商相对集中。

公司模具及精密结构件客户中，存在新余凯瑞能源科技有限公司、东莞市智盈新能源有限公司、惠州市驰久能量科技有限公司成立当年或次年即成为公司模具及精密结构件的主要客户的情况，上述客户均为罗马仕上游组装厂，其向公司采购精密结构件产品均系罗马仕指定。

2020年新增客户爱美达(深圳)热能系统有限公司(AAVID)为美国宝德(Boyd)公司旗下企业，宝德公司成立于1928年，是工程材料和热管理解决方案的全球领先企业。

(四) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 获取与公司合作的罗马仕上游组装厂的名单，对罗马仕及罗马仕上游组装厂实施函证、访谈，了解业务实质及真实性；

(2) 获取公司与罗马仕及其上游组装厂签订的销售合同，核查交易关键条款，并对公司销售人员及管理层进行访谈，了解公司与罗马仕及其上游组装厂的销售模式；

(3) 检索全国工商信息系统、企查查等公开系统，并结合函证、访谈等信息，了解公司模具及精密结构件业务主要客户的基本信息、是否为罗马仕上游组装厂、开始合作时间、是否存在成立当年或次年即成为公司模具及精密结构件主要客户、及向公司采购占其同类业务采购的占比；

(4) 获取公司收入成本明细表，分析公司与罗马仕及其上游组装厂的销售毛利率与对其他客户的销售毛利率的变动是否合理；

(5) 访谈惠州耀盈研发、销售、财务、生产、供应链等部门相关人员，了解产品具体分类标准、各类型产品工艺特征、定价政策、成本构成，分析毛利率影响因素及各期毛利率变动原因；

(6) 获取公司的采购明细表和材料领用明细，根据公司销售的产品结构及销

销量，分析工程塑料采购的品种、采购数量、领用数量是否与精密结构件产品的销售品种及销售数量相匹配。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 罗马仕上游组装厂向公司采购系指定采购；公司报告期向罗马仕组装厂销售的具体内容、单价、金额及占比披露准确；公司 2018 年模具及精密结构件销售单价提高较大具有合理性；

(2) 公司模具及精密结构件毛利率提高具有合理性；2018 年、2019 年工程塑料使用数量、2019 年工程塑料采购数量下降具有合理性；

(3) 公司 2018 年度、2019 年度模具及精密结构件业务前五大客户基本信息披露准确；存在客户成立当年或次年即成为公司模具及精密结构件主要客户、向公司采购占其同类业务采购占比较高的情形，均为罗马仕上游组装厂，上述客户与公司的业务合作真实、合理。

三、关于营业收入。申报材料显示：

(1) 报告期各期，发行人主营业务收入分别为 27,223.36 万元、39,901.39 万元、41,713.27 万元，其中外销收入分别为 17,276.31 万元、24,136.39 万元、25,168.58 万元，内销收入分别为 9,947.05 万元、15,764.99 万元、16,544.70 万元，内外销收入 2018 年均大幅增长。

(2) 自 2018 年 9 月起，发行人的主要产品出口被列入美国实施加征关税清单，加征 10% 关税；自 2019 年 5 月起，相关产品对美国出口关税税率提升至 25%。报告期内，公司对美国出口金额分别为 7,123.43 万元、10,949.15 万元、7,397.94 万元，占主营业务收入比例分别为 26.17%、27.44% 和 17.74%，2018 年对美国销售增加，发行人解释为 StarTech.com 等美国市场客户考虑关税税率影响提前下达次年采购计划并增加了第四季度的采购金额，并导致 2019 年对美国出口金额大幅下滑。此外招股说明书披露发行人以参加展会等形式拓展客户，前五大客户中 StarTech.com 等客户系通过国外参会方式建立合作关系。2019 年，发行人加大了国外展会参展力度。

(3) 报告期各期，发行人实际收到的增值税退税分别为 1,538.24 万元、2,698.46 万元、1,671.93 万元，发行人出口信用保险补贴分别为 31.24 万元、

20.77 万元、20.50 万元，2019 年度在海外销售收入增长的情况下，实际收到的增值税退税大幅下降，且 2018 年及 2019 年出口信用保险补贴连续两年下滑。

(4) 发行人内销客户集中度较低，前五大客户仅绿联科技一家内销客户。

请发行人：

(1) 结合海能实业或其他信号转换拓展产品品牌商、生产商的业绩增长情况，分析并披露发行人 2018 年主营业务收入大幅增长的合理性；

(2) 披露 2018 第四季度向 StarTech.com 销售金额及占比，其他美国客户是否也在 2018 年第四季度提前采购备货，发行人被列入美国加征关税范围的具体情况、对发行人相关产品价格及毛利率的影响，结合在手订单等分析对美销售是否会持续下滑；

(3) 披露外销客户拓展对国外展会参展活动的依赖程度，海外疫情是否对国外展会参展产生影响，是否对发行人海外销售产生重大不利影响，结合 2020 年上半年经营情况分析并披露海外疫情对发行人的影响；

(4) 披露跨期申报的免抵退出口货物劳务销售额的调整过程，相关销售收入对应产品的报关时间、提单时间及收入确认时点，结合出口信用保险补贴相关政策规定，分析并披露出口信用保险补贴与外销收入金额变动趋势不一致的原因；

(5) 披露内销客户集中度较低的原因，内销前五名客户基本情况，包括但不限于客户名称、销售产品类型、销售金额、占比、产品品牌及主要销售渠道，是否存在成立时间较短即成为发行人主要内销客户、向发行人采购金额占其同类产品采购金额较高的情形；

(6) 披露收入和应收账款函证、访谈的家数、金额、占比，未回函及回函不符的家数、金额、占比，并请核实境外客户应收账款 100%回函率是否准确。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 3）

(一) 结合海能实业或其他信号转换拓展产品品牌商、生产商的业绩增长情况，分析并披露公司 2018 年主营业务收入大幅增长的合理性

1. 海能实业或其他信号转换拓展产品品牌商、生产商的业绩增长情况

可比公司海能实业在其招股说明书披露，其 2018 年度信号适配器产品收入由 2017 年度的 36,311.98 万元增加至 42,256.04 万元，同比增加 5,944.06 万元，与公司信号转换拓展产品收入增加趋势一致。

其他信号转换拓展产品品牌商、生产商未披露相关产品的业绩情况。

2. 分析并披露公司 2018 年主营业务收入大幅增长的合理性

公司 2017、2018 年度，公司分产品的主营业务收入如下所示：

单位：万元

项目		2018 年度	2017 年度	
信号转换拓展产品	信号转换器	非 Type-C 接口	21,028.75	18,931.01
		Type-C 接口	4,201.21	2,568.31
		合计	25,229.96	21,499.31
	数字信号拓展坞	六口以下	1,569.27	1,688.23
		六口及以上	8,922.12	3,333.52
		合计	10,491.39	5,021.74
合计		35,721.35	26,521.06	
模具及精密结构件		4,180.04	702.31	
合计		39,901.39	27,223.36	

2018 年度，公司主营业务收入同比增加 12,678.02 万元，其中模具及精密结构件产品收入同比增加 3,477.73 万元，信号转换拓展产品收入同比增加 9,200.29 万元：

(1) Type-C 接口的普及、主流笔记本电脑品牌精简接口以及预期关税提升等因素推动 2018 年度信号转换拓展产品收入同比增长

2018 年度，公司信号转换拓展产品收入同比增加 9,200.29 万元，系公司 2018 年度主营业务收入增加的主要原因。具体情况为：

1) 2017 年前后，主流笔记本品牌的主流产品精简了电脑接口，推动 2018 年数字信号拓展坞需求的大幅增长，尤其是苹果 MacBook、戴尔 XPS 系列于 2017 年前后先后取消了传统 USB 接口，仅保留 Type C 接口，带动公司 Type-C 接口信号转换器以及基于 Type-C 技术的数字信号拓展坞产品收入合计同比增长 7,102.55 万元；

2) StarTech.com 等面向美国市场客户顾虑短期内美国对中国进口关税将进一步提升，因而加大了其 2018 年第四季度增加采购额，2018 年第四季度公司对 StarTech.com 出口美国的信号转换拓展产品金额同比增加 1,562.33 万元。

(2) 进入知名移动电源品牌罗马仕的供应链体系，2018 年度模具及精密结

构件产品收入同比增加 3,477.73 万元

2018 年度，公司模具及精密结构件产品收入同比增加 3,477.73 万元，主要系：模具及精密结构件业务从 2017 年中开始投产，2018 年度公司模具及精密结构件的产能逐步提升，成功进入知名移动电源品牌罗马仕的供应链体系中，促使当期销售额实现了快速增长，2018 年度公司合计对罗马仕及罗马仕组装厂的模具及精密结构件销售金额为 2,971.89 万元。

(3) 各主要客户销售收入增长和新客户的导入，带动 2018 年度公司主营业务收入大幅增长

在上述因素推动下，2018 年，各主要客户销售收入增长，带动 2018 年度公司主营业务收入大幅增长。如下：

客户名称	2018 年度	2017 年度
StarTech.com	6,958.70	4,031.00
茂杰国际（包括冠宏电子）	4,536.56	1,555.77
Cropmark	1,526.08	611.67
Ortronics, Inc.	1,077.32	458.10
新联合众	1,010.33	-
罗马仕及上游组装厂	2,971.89	9.06
合计	18,080.88	6,665.61

注：上表披露的客户收入金额口径为主营业务收入口径，与招股说明书披露的主要客户销售金额略有差异，主要系招股说明书披露的前五大客户收入、前五大外销客户收入金额口径为营业收入口径

(4) 主要客户收入增长，带动 2020 年度营业收入较 2019 年度增长

公司 2020 年度营业收入较 2019 年度增长 10,948.34 万元，主要原因为对知名客户销售收入的增长：

1) Type-C 接口的普及、主流笔记本电脑品牌精简接口和 2020 年海外疫情催生居家办公需求的影响共同推动 Type-C 信号转换拓展产品需求快速增长，其中茂杰国际业务增长较快，2020 年公司对茂杰国际销售金额为 10,930.69 万元，较 2019 年度增长 4,578.65 万元，同比增长 72.08%。

2) 对行业高端品牌商客户 Belkin 销售收入增长。2019 年，公司导入行业高端品牌商客户 Belkin，并开始向其批量供货，由于公司产品品质较好，市场

反应良好，2020 年，Belkin 扩大了采购公司产品的规模和种类，导致公司对 Belkin 销售收入大幅增长，销售金额为 5,254.43 万元，较 2019 年度增长 3,596.16 万元，同比增长 216.86%。

3) 对模具及精密结构件客户大疆创新销售收入增长。公司从 2019 年 7 月开始对大疆创新批量出货，并逐月扩大销售额。2020 年度，公司对大疆创新的销售额为 5,454.59 万元，较 2019 年度增加 4,574.90 万元，增加幅度为 520.06%。

(二) 披露 2018 第四季度向 StarTech.com 销售金额及占比，其他美国客户是否也在 2018 年第四季度提前采购备货，公司被列入美国加征关税范围的具体情况、对公司相关产品价格及毛利率的影响，结合在手订单等分析对美销售是否会持续下滑

1. 披露 2018 第四季度向 StarTech.com 销售金额及占比，其他美国客户是否也在 2018 年第四季度提前采购备货

(1) 披露 2018 第四季度向 StarTech.com 销售金额及占比

客户名称	2018 年第四季度		2017 年第四季度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
StarTech.com	2,699.34	24.08	1,096.04	13.33

StarTech.com 是全球著名电脑周边产品品牌，业务覆盖美国、加拿大和欧洲等地。2018 第四季度，公司向 StarTech.com 销售的信号转换拓展产品金额为 2,699.34 万元，占 2018 第四季度公司信号转换拓展产品收入比重为 24.08%。

2、其他美国客户是否也在 2018 年第四季度提前采购备货

2017 年第四季度、2018 年第四季度，公司信号转换拓展产品出口至美国的前五大客户金额及占第四季度销售至美国收入的比例如下：

客户名称	2018 年第四季度		2017 年第四季度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
StarTech.com	2,410.39	73.02	848.06	38.01
Cable Matters	370.02	11.21	483.22	21.66
Ingram Micro Inc.	195.80	5.93	106.06	4.75
Ortronics, Inc.	123.77	3.75	153.46	6.88
VISIONTEK PRODUCTS, LLC	63.53	1.92		

冠宏电子			450.98	20.21
合计	3,163.50	95.83	2,041.79	91.52

注：2017年第四季度、2018年第四季度，公司对StarTech.com出口至美国的信号转换拓展产品收入分别为848.06万元、2,410.39万元，而2017年第四季度、2018年第四季度公司对StarTech.com的信号转换拓展产品收入分别为1,096.04万元、2,699.34万元，存在差异，主要系：StarTech.com系全球销售品牌，差异部分为公司应StarTech.com要求出口至其他国家或地区的收入

2017年第四季度、2018年第四季度，公司信号转换拓展产品出口至美国前五大客户的合计金额分别为2,041.79万元、3,163.50万元。如上表所示，2018年第四季度，除StarTech.com外，其余出口至美国客户增长率较高的还有Ingram Micro Inc.，也在2018年第四季度提前采购备货。除此之外，其他美国客户未在2018年第四季度提前采购备货。

2. 公司被列入美国加征关税范围的具体情况、对公司相关产品价格及毛利率的影响

自2018年9月起，公司的信号转换拓展产品出口被列入美国实施加征关税清单，加征10%关税；自2019年5月起，相关产品对美国出口关税税率提升至25%。

报告期内，公司出口美国信号转换拓展产品单价、毛利率的情况，如下：

项目	2020年度			2019年度			2018年度		
	销售额(万元)	单价(元/个)	毛利率(%)	销售额(万元)	单价(元/个)	毛利率(%)	销售额(万元)	单价(元/个)	毛利率(%)
信号转换器	5,768.00	39.48	37.68	5,346.51	36.58	37.52	8,961.10	32.25	27.79
数字信号拓展坞	3,922.61	188.12	39.36	2,051.43	194.16	43.43	1,988.05	156.50	31.05
合计	9,690.62	58.05	38.36	7,397.94	47.20	39.16	10,949.15	37.68	28.38

如上表所示，报告期内，公司不断面向市场推出新型号产品、产品结构不断升级，出口美国产品的单价逐年稳步增长，因此公司信号转换拓展产品被列入美国加征关税范围事宜，对公司出口美国产品单价未产生重大不利影响。

2018年度，受电容市场价格上涨、公司被动器件成本上升影响，出口美国信号转换拓展产品毛利率较低。2019年度随着被动器件成本回落，公司出口至美国信号转换器、数字信号拓展坞产品毛利率同比上升。2020年度公司出口美

国数字信号拓展坞产品毛利率由 2019 年度的 43.43% 下降至 39.36%，主要系：2020 年度，随着公司与 2019 年度新导入的大客户 Belkin 合作进一步深入，对 Belkin 出口美国数字信号拓展坞销售收入由 578.19 万元增长至 1,717.09 万元，公司对 Belkin 售价有所下调，对 Belkin 出口美国数字信号拓展坞产品毛利率同比下降 4.05%，导致出口美国数字信号拓展坞产品毛利率整体下降。因此公司信号转换拓展产品被列入美国加征关税范围事宜，对公司出口美国产品毛利率未产生重大不利影响。

3. 结合在手订单等分析对美销售是否会持续下滑

公司信号转换拓展产品出口美国的销售金额如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度 /2020/12/31	2019 年度 /2019/12/31	2018 年度 /2018/12/31
信号转换拓展产品出口至美国收入	9,690.62	7,397.94	10,949.15
信号转换拓展产品出口至美国期末在手订单	1,562.33	1,451.59	1,180.67

2020 年度公司出口至美国信号转换拓展产品收入较 2019 年度，实现了 30.99% 的增长幅度。此外，2020 年末公司出口至美国信号转换拓展产品的在手订单金额亦较 2019 年末，实现了 7.09% 的增长。因此，被列入美国加征关税范围不会导致公司对美销售持续下滑。

报告期各年度末对美销售的在手订单稳步增长，各年度对美销售收入有所波动，2019 年度公司出口至美国信号转换拓展产品收入金额较 2018 年度减少，主要系：2018 年度 StarTech.com 等面向美国市场客户顾虑短期内美国对中国进口关税将进一步提升，因而加大了其 2018 年第四季度采购额，2019 年度中美贸易摩擦短期刺激公司收入增长的因素消除，公司对美国出口收入有所回落。

（三）披露外销客户拓展对国外展会参展活动的依赖程度，海外疫情是否对国外展会参展产生影响，是否对公司海外销售产生重大不利影响，结合 2020 年上半年经营情况分析并披露海外疫情对公司的影响

1. 披露外销客户拓展对国外展会参展活动的依赖程度

报告期各期，公司前五大外销客户的获取来源如下所示：

客户名称	占报告期外销信号转换拓展产品收入比重 (%)	客户获取来源
------	------------------------	--------

茂杰国际	21.60	茂杰国际主动接触
StarTech.com	20.98	线下展会
Belkin	8.29	线下展会
Ortronics, Inc.	3.69	线下展会
Cropmark	4.96	公司线上主动拓展
Cable Matters	3.86	线下展会
Bechtle Logistik & Service GmbH	2.33	线下展会
冠宏电子	4.60	第三方介绍

如上所示，国外展会参展活动是公司获取外销客户的重要来源，占比 39.14% 以上。

2. 海外疫情是否对国外展会参展产生影响

因海外疫情影响，公司无法参展国外展会。公司主要通过如下方式，进行客户拓展、维护：

(1) 在 GlobalMarket、CantonFair 在线、GlobalSource、FaceBook 等网络平台进行线上推广；

(2) 通过 Zoom、Microsoft Team、Skype、WeChat 等通讯平台与海外客户进行视频会议、直播产品推介等线上销售活动。

3. 是否对公司海外销售产生重大不利影响

(1) 公司已与国外主流品牌商建立了合作关系，不参展不影响已有客户的合作

参加国外展会的目的在于让国外客户了解公司和产品。目前，公司已与国外主流品牌商建立了合作关系，主要国外客户已对公司及产品非常了解，公司通过网络等方式与客户交流，向客户发送产品方案，不参展不影响已有客户的合作。

(2) 公司海外知名度较高，更易吸引国外客户主动合作

信号转换拓展产品的主要生产地在中国，国外品牌商均需要寻求国内制造商合作。公司已与国外主流品牌商建立了合作关系，公司海外知名度较高，在厂商均无法参加展会的情况下，公司更易吸引国外客户主动合作。随着公司对行业内知名客户覆盖率的提升，部分海外客户主动寻求与公司合作。

因此，能否参加国外展会对公司海外销售不会产生重大不利影响。

4. 结合 2020 年度经营情况分析并披露海外疫情对公司的影响

2020 年度，新冠疫情隔离客观上造成了人们居家办公、在线教育、视频会议或影音娱乐等应用场景的大幅增加，产生了大量电脑、显示器、投影仪的新需求，带动了信号转换拓展产品等配套外设产品的需求增长。2019 年度、2020 年度公司信号转换拓展产品外销收入、新接订单、期末在手订单如下所示：

项目	2020 年 /2020.12.31	2019 年 /2019.12.31
外销信号转换拓展产品收入（万元）	34,117.70	25,168.58
外销信号转换拓展产品收入同比增长	35.56%	
新接信号转换拓展产品外销订单金额（万元）	36,525.04	25,333.65
新接信号转换拓展产品外销订单金额订单同比增长	44.18%	
期末信号转换拓展产品外销在手订单金额（万元）	6,767.42	4,615.23
期末信号转换拓展产品外销在手订单金额同比增长	46.63%	

如上表所示，2020 年度，公司外销信号转换拓展产品收入、新接外销订单金额、期末在手订单金额，均较 2019 年度有所增长。海外疫情对公司未造成重大不利影响。

（四）披露跨期申报的免抵退出口货物劳务销售额的调整过程，相关销售收入对应产品的报关时间、提单时间及收入确认时点，结合出口信用保险补贴相关政策规定，分析并披露出口信用保险补贴与外销收入金额变动趋势不一致的原因

1. 披露跨期申报的免抵退出口货物劳务销售额的调整过程

(1) 公司免抵退申报的流程

根据免抵退申报流程，公司免抵退申报需要电子口岸信息、税务部门获取报关信息、发票信息，各项信息匹配后，才能申报退税。上述信息传递存在时间差，同时公司也会结合可抵扣税额情况调整申报节奏，因此通常存在不能在出口的同时申报免抵退的情况，因此免抵退申报的时点通常会晚于收入确认时点，跨度通常在 1-4 个月。

(2) 跨期申报的免抵退出口货物劳务销售额的调整过程

报告期内，公司跨期申报的免抵退出口货物劳务销售额与外销收入的调整过程如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
免抵退出口货物劳务销售额①	33,901.59	23,244.91	19,111.87
当期申报上期确认收入金额②	9,037.97	7,098.88	2,060.71
下期申报当期确认收入金额③		9,037.97	7,098.88
暂未申报金额④	9,309.56		
调整后的免抵退出口货物劳务销售额⑤=①-②+③+④	34,173.18	25,184.00	24,150.04
外销收入⑥	34,167.09	25,177.89	24,139.72
调整后的差额⑦=⑤-⑥	6.09	6.11	10.32

注：上述外销收入为营业收入中外销收入

报告期各期，公司免抵退申报和销售确认收入存在时间性差异，剔除时间性差异影响，公司外销收入确认金额与免抵退申报金额基本一致。

(3) 公司外销收入与海关出口数据不存在重大差异，公司外销收入真实

单位：万元

数据来源	2020 年	2019 年	2018 年	合计
外销收入	34,167.09	25,177.89	24,139.72	83,484.70
海关出口数据	34,304.19	25,470.22	24,173.78	83,948.19
差异率	0.40%	1.16%	0.14%	0.55%

如上表所示，公司报告期外销收入合计数、海关出口数据合计数不存在重大差异。因此公司外销收入真实。

(4) 公司各期外销收入与海关出口数据不存在重大差异，收入确认不存在跨期

公司外销的收入确认政策为：公司已根据合同约定将产品报关，取得货物提单或报关单（客户指定仓库等无法取得提单的），根据货物提单或报关单载明的日期确认收入。海关出口数据口径为报关口径，与公司收入确认时点接近，因此可以通过比较各期海关出口数据与公司外销收入，确认是否存在跨期。

公司各期外销收入与海关出口数据不存在重大差异，略有差异的主要原因为：
1) 海关出口数据与公司确认收入的数据存在一定时间性差异；2) 公司与海关选择的美元折算汇率存在差异。因此，公司收入确认不存在跨期。

同时，我们对公司报告期各期末前后外销收入进行了截止性测试，检查了收

入确认的出库单、发票、报关单和提单等单据，确认公司不存在跨期确认收入情况。

2. 相关销售收入对应产品的报关时间、提单时间及收入确认时点

单位：万元

申报免抵退年份	跨期申报金额	报关时间	提单时间	收入确认时点
2020年暂未申报部分	9,309.56	2020年	2020年	2020年
2020年	9,037.97	2019年	2019年	2019年
2019年	7,098.88	2018年	2018年	2018年
2018年	2,060.71	2017年	2017年	2017年

报告期内，公司跨期申报的免抵退销售额按照收入确认政策在恰当的期间确认了收入，不存在跨期确认收入情况。

3. 结合出口信用保险补贴相关政策规定，分析并披露出口信用保险补贴与外销收入金额变动趋势不一致的原因

(1) 公司投保出口信用保险的方式

报告期内，公司根据境外客户应收款余额确定公司出口信用保险的承保金额，报告期内均为 3,000 万美元，并按此金额缴纳保费。每年的保费会受出口国别风险等级、支付方式种类和信用期限的长短等因素影响略有波动。

在承保金额覆盖境外客户应收款余额的情况下，公司保费的缴纳与外销收入无直接关系。

(2) 出口信用保险补贴相关政策规定

深圳市经贸信息委、深圳市商务局 2018-2019 年支持外贸发展专项资金出口信用保险保费申请指南规定：对自主向经批准的保险机构投保短期（中长期）出口信用保险，已缴纳保费并取得保费发票，按照已缴纳保费给予 50% 的支持，单家企业每年资助上限不超过 3,000.00 万元。

深圳市宝安区商务局历年科技与产业发展专项资金“中大型及以上企业出口信用保险保费资助”项目申报的通知规定：对中大型出口企业（上年度出口额 300 万美元以上），投保一年期内出口信用保险的，按保费的 48% 给予资助，单家企业每年资助不超过 200 万元。

(3) 出口信用保险补贴与外销收入金额变动趋势不一致的原因

1) 如上所述,公司投保出口信用保险承保金额报告期内均为 3,000 万美元,与外销收入无直接关系。

2) 出口信用保险补贴申请存在滞后性

出口信用保险补贴与公司缴纳的出口信用保险保费相关。由于政府部门组织出口信用保险补贴申请存在滞后性,各年度收到的出口信用保险补贴实际上是以前年度保费对应的政府补助。

根据上述出口信用保险补贴政策,公司报告期出口信用保险补贴与保费的勾稽关系为:

年 度	保费金额(万元)	保费所属年度	补贴层级	补贴比例(%)	补贴金额(万元)
2018 年	43.27	2017 年	区级补贴	48.00	20.77
2019 年	41.00	2018 年	市级补贴	50.00	20.50
2020 年	41.16	2019 年	市级补贴	50.00	20.58
	41.00	2018 年	区级补贴	48.00	19.68
	41.16	2019 年	区级补贴	48.00	19.76
小 计					60.02

(五) 披露内销客户集中度较低的原因,内销前五名客户基本情况,包括但不限于客户名称、销售产品类型、销售金额、占比、产品品牌及主要销售渠道,是否存在成立时间较短即成为公司主要内销客户、向公司采购金额占其同类产品采购金额较高的情形

1. 披露内销客户集中度较低的原因

报告期各期,公司内销前五大客户的销售金额及占内销主营业务收入比重如下:

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
大疆创新	5,436.12	29.15	879.60	5.32		
绿联科技	5,240.56	28.10	5,517.37	33.35	4,984.92	31.62
惠州市和宏电线电缆有限公司	987.58	5.30	1,237.82	7.48	819.76	5.20
安克创新	879.64	4.72				
东莞亚璘电子科技有限公司	541.00	2.90	258.20	1.56	157.74	1.00

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额(万元)	占比 (%)	金额(万元)	占比 (%)	金额(万元)	占比 (%)
新联合众	193.37	1.04	834.00	5.04	1,010.33	6.41
一号仓	181.87	0.98	1,217.01	7.36	20.12	0.13
广州辉盛电子科技有限公司	94.71	0.51	46.73	0.28	503.35	3.19
东莞市智盈新能源有限公司			373.44	2.26	853.69	5.42
合计	13,554.85	72.70	10,364.17	62.65	8,349.91	52.97

注：占比=内销金额/内销主营业务收入；公司系 2018 年度开始与安克创新合作，2018 年度、2019 年度为对其境外主体出口销售

如上表所示，内销客户主要客户为大疆创新和绿联科技，其他客户销售额较低，不存在内销客户集中度较低的情形。信号转换拓展产品前五大客户仅绿联科技一家内销客户，主要原因为：

(1) 公司主要外销客户均为全球知名 3C 周边品牌商，采购规模大

公司主要外销客户 Startech.com、Belkin、Cropmark、Bechtle Logistik&Service GmbH 等均为全球知名 3C 周边品牌商，销售范围遍及全球，采购规模大。

(2) 国内信号转换拓展产品市场竞争激烈，但真正形成品牌优势的企业并不多，绿联科技、安克创新是国内为数不多的拥有品牌优势的企业

报告期各期，公司内销前五大客户中的信号转换拓展产品客户，除绿联科技、安克创新已经在国内形成领先的品牌优势外，其余客户品牌优势不明显。公司与安克创新合作时间较短，因此报告期各期，除对绿联科技外，公司对其他信号转换拓展产品的内销客户销售金额较低。

2020 年，公司前五大客户新增了内销客户大疆创新，其向公司采购的产品是无人机的模具及精密结构件，主要原因是公司产品质量及交付周期获得大疆创新认可，公司子公司惠州耀盈加大了与大疆创新的合作，大疆创新增加对公司模具及精密结构件的采购。

2. 内销前五名客户基本情况，包括但不限于客户名称、销售产品类型、销售金额、占比、产品品牌及主要销售渠道，是否存在成立时间较短即成为公司主要内销客户、向公司采购金额占其同类产品采购金额较高的情形

(1) 内销前五名客户名称、销售金额、占比详见三(五)1之回复。

(2) 内销前五名客户基本情况，包括但不限于客户名称、销售产品类型、销售金额、占比、产品品牌及主要销售渠道如下：

客户名称	产品类型	产品品牌	主要销售渠道	成立时间	合作时间	成立即合作	向公司采购占其同类业务采购占比
大疆创新	模具及精密结构件	大疆		2006年	2018年	否	属于商业机密，大疆创新拒绝提供
绿联科技	信号转换拓展产品	UGREEN 绿联	国内：线下代理商；线上平台，如天猫、京东等；国外：线上，如亚马逊，速卖通，eBay等	2012年	2012年	是	商业机密已申请豁免披露
惠州市和宏电线电缆有限公司	信号转换拓展产品	获得飞利浦品牌授权	国内：主要线上，如京东，天猫；国外：主要线下，如沃尔玛等大型商超	1998年	2011年	否	商业机密已申请豁免披露
东莞亚磷电子科技有限公司	信号转换拓展产品	下游客户为韩国LG公司	公司向亚磷电子销售的信号转换拓展产品主要系搭配LG品牌电脑、显示器等电子产品出货	2015年	2017年	否	属于商业秘密，客户拒绝提供
一号仓	信号转换拓展产品	RCA	线上，海外亚马逊	2016年	2018年	否	商业机密已申请豁免披露
新联合众	信号转换拓展产品	领视	线下，代理商；线上，如天猫、京东平台	2011年	2017年	否	商业机密已申请豁免披露
广州辉盛电子科技有限公司	信号转换拓展产品	蓝盛	线上：京东、亚马逊等；线下代理商	2011年	2017年	否	商业机密已申请豁免披露
东莞市智盈新能源有限公司	模具及精密结构件产品		罗马仕组装厂	2018年	2018年	是	商业机密已申请豁免披露
安克创新	信号转换拓展产品	Anker		2011年	2018年	否	属于商业机密，安克创新拒绝提供

注：公司系2018年度开始与安克创新合作，2018年度、2019年度为对其境外主体出口销售

(3) 是否存在成立时间较短即成为公司主要内销客户、向公司采购金额占其同类产品采购金额较高的情形

一号仓向公司采购的信号转换拓展产品占其同类产品采购金额的比例较高，主要系：一号仓在开拓信号转换拓展产品销售市场时，即主动联系公司进行合作，其将主要型号产品由公司进行ODM生产。

绿联科技成立当年即与公司合作，主要系：绿联科技在成立初期，主要经营产品为信号转换拓展产品，其经第三方介绍，向公司采购信号转换拓展产品，并逐步成为公司长期稳定的大客户。东莞市智盈新能源有限公司成立时间较短即成为公司主要内销客户，是因为其是罗马仕组装厂，受罗马仕指定采购。

(六) 披露收入和应收账款函证、访谈的家数、金额、占比，未回函及回函不符的家数、金额、占比，并请核实境外客户应收账款 100%回函率是否准确

我们向报告期内应收账款期末余额和年度销售金额前 80%的客户进行函证，函证内容包括期末应收账款余额和年度销售金额。报告期各期，我们对应收账款分别函证 49 家、51 家、24 家，对年度销售额分别函证 63 家、71 家和 28 家客户，占报告期各期末应收账款余额的 93.46%、94.58%和 91.51%，占报告期各期销售额的 85.69%、89.43%和 82.33%，明细如下：

1. 收入金额的函证及回函情况

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发函情况：			
发函金额	43,677.98	37,651.73	34,292.45
发函占比	82.33%	89.43%	85.69%
回函情况：			
回函家数	26	59	52
回函金额	41,749.34	35,750.70	32,190.44
回函占发函金额比	95.58%	94.95%	93.87%
未回函家数	2	12	11
未回函金额	1,928.64	1,901.03	2,102.01
未回占发函金额比	4.42%	5.05%	6.13%
回函确认：			
回函确认相符的家数	23	50	47
回函确认相符的金额	39,258.98	32,399.44	30,529.82
占回函金额比	94.03%	90.63%	94.84%
回函确认不符的家数	3	9	5

回函不一致金额	2,490.36	3,351.26	1,660.62
占回函金额比	5.97%	9.37%	5.16%

经核查，回函不一致的均为时间性差异，不需要调整。

对于未回函的客户，我们核查了客户订单、发货单、运货单、出口报送单、提单、对账验收单等，执行替代程序，检查客户的期后回款情况，确认相应客户应收账款真实。

2. 应收账款的函证及回函情况

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
发函情况：			
发函金额	13,562.19	9,000.46	9,520.07
发函占比	91.51%	94.58%	93.46%
回函情况：			
回函家数	22	42	40
回函金额	13,381.92	8,388.98	8,572.29
回函占发函金额比	98.67%	93.21%	90.04%
未回函家数	3	9	9
未回函金额	180.26	611.48	947.78
未回占发函金额比	1.33%	6.79%	9.96%
回函确认：			
回函确认相符的家数	19.00	34	35
回函确认相符的金额	11,168.74	7,212.98	8,399.66
占回函金额比	83.46%	85.98%	97.99%
回函确认不符的家数	3	8	5
回函不一致金额	2,213.18	1,176.00	172.63
占回函金额比	16.54%	14.02%	2.01%

2019 年度收入及应收账款函证回函不符金额较大的主要原因是：主要客户大疆创新因时间性差异，回函不符。具体为：公司 2019 年 12 月 31 日对大疆创新应收账款余额为 875.89 万元，2019 年度销售收入金额为 879.69 万元。回函

中，(1) 部分已发货、客户未对账确认存货 432.68 万元，公司列为发出商品，未确认收入和应收账款，大疆创新已列为应付款；(2) 大疆创新在核对函证时未包含模具的销售收入 31.00 万元。

2020 年度收入及应收账款函证回函不符金额较大的主要原因是：主要客户大疆创新因时间性差异，回函不符。具体为：公司 2020 年对大疆创新应收账款余额为 1,875.09 万元，2020 年销售收入金额为 5,454.59 万元。回函中，(1) 部分 2020 年 12 月已发货、客户未确认的产品 425.71(不含税，含税 481.05 万元)，公司列为发出商品，未确认收入和应收账款，大疆创新已列为暂估应付款；(2) 部分 2019 年 12 月已发货、客户未确认的产品 376.08 万元(不含税，含税 424.96 万元)，大疆创新已列为 2019 年暂估应付款，公司于 2020 年确认收入和应收账款；(3) 大疆创新在核对函证销售额时未包含模具的销售收入 778.70 万元（不含税），期末应收模具款 388.57 万元（含税）。中介机构取得了模具销售相关的订单、验收对账单、发票作为替代程序，确认模具收入确认准确，截止 2021 年 1 月 29 日，2020 年向大疆销售的模具已回款 491.35 万元，其余未回款均未到约定的付款期，不存在逾期。

对上述差异，我们检查了销售订单、出库单、发票、对账单及期后回款，确认属于时间性差异，不需要调整。

对于未回函的客户，我们核查了客户订单、发货单、运货单、出口报送单、提单、对账验收单等，执行替代程序，检查客户的期后回款情况，确认相应客户应收账款真实。

3. 客户走访情况

(1) 实地走访的客户销售金额占比情况

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
走访客户销售金额（万元）	43,052.43	22,422.11	20,502.23
走访家数	24	20	16
走访销售金额占比	81.15%	53.26%	51.23%

(2) 视频询问的客户销售金额占比情况

受 2020 年新冠疫情的影响，对茂杰国际（中国台湾）、冠宏电子（中国台湾）等 4 家客户分别采用了视频询问。

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------	---------

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
访谈客户销售金额（万元）	12,776.33	6,772.09	5,499.39
访谈家数	4	4	4
访谈销售金额占比	24.08%	16.08%	13.74%

我们对公司主要客户进行了实地走访和视频询问，通过访谈公司确认与客户交易是否真实、信用期、交易方式、是否存在关联关系等信息。视频询问过程中，我们和保荐机构共同参与了视频询问，由公司律师对访谈过程进行了见证，并对视频询问进行了录像。视频询问中，我们就被访谈人的职位和工作内容进行了确认。访谈结束后，我们将访谈纪要发送至被访谈对象，取得了对方确认，随后客户将盖章或签字确认的原件寄回给我们，我们对函件进行了查验。

4. 核实境外客户应收账款 100%回函率是否准确

对境外客户，我们采用了邮寄函证和邮件函证的发函方式，受 2020 年新冠疫情的影响，客户分别以邮寄或电子邮件进行回函。

境外客户函证发函回函方式情况如下：

单位：家

项目	2020 年	2019 年	2018 年
发函方式			
邮寄函证	15	27	20
邮件函证			
回函形式			
纸质原件	5	21	16
电子邮件	8	6	4

电子邮件回函均为公司邮箱回函。对于电子邮箱回函，我们执行了以下核查程序：

- (1) 检查电子邮件的域名是否与被询证客户网址域名一致及收发函电子邮件域名是否一致；
- (2) 检查公司提供的电子邮件地址是否与公司销售人员日常商务沟通的邮箱一致；
- (3) 获取电子邮箱收件人的名片等与职位相关的信息，核对回函发件人是否有权限处理函证。

报告期各期，境外客户纸质回函家数分别为 16、21、5 家，纸质回函未盖章

家数分别为 3、5、1 家，以上未盖章的纸质回函均有被函证单位负责人的签名。对于未盖章的纸质回函，我们执行了以下核查程序：

(1) 获取在纸质回函签字的负责人的名片，核查签字人的身份信息，检查是否有权处理函证；

(2) 与实地走访时获取的签字或与平时客户下订单的签字等资料进行对比。

2018 年-2019 年境外客户的回函率达到 100%。2020 年函证回函 13 家，另 2 家境外客户由于新冠疫情影响居家办公无法回复函证。

(七) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 通过荣大二郎神 (<http://www.elangshen.com>)、巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn/new/index>) 查询公司同行业公司招股说明书、年度报告，比较可比公司与公司披露的数据；

(2) 获取公司收入成本明细表，结合公司产品收入结构与同行业可比公司的业绩增长情况对比，分析公司 2018 年主营业务收入大幅增长的合理性；

(3) 获取出口报关数据，访谈公司国际销售负责人，了解美国加征关税对公司美国客户销售的影响；

(4) 获取销售台账，分析 2020 年度及 2019 年度对美出口销售情况，分析美国加征关税后对公司出口美国销售金额的影响；登录公司客户的订单系统，获取公司在手订单，检查公司销售合同，分析对美销售是否会持续下滑；

(5) 与公司销售负责人进行访谈，了解公司开发客户的途径，维护客户的具体措施，特别是疫情导致展会延期甚至情况下如何开发新客户及维护老客户；

(6) 获取收入成本明细表，结合 2020 年 1-6 月出口销售收入与 2019 年出口销售收入，登录公司客户的订单系统，获取公司截至 2020 年 6 月 30 日在手订单，2019 年 6 月 30 日在手订单情况，分析海外疫情对公司销售收入的影响；

(7) 获取公司免抵退明细表和收入成本明细表，比较二者之间的差异，根据跨期申报的免抵退销售额，分析申报的免抵退出口劳务销售明细和收入成本明细表的匹配关系；

(8) 检查跨期申报的免抵退销售额对应的出口报关单、提单、收入确认时点，核实收入是否确认在正确的会计期间；

(9) 获取并检查公司出口信用保险政府补助文件，了解出口信用保险补贴的

基本政策，分析出口信用保险政府补助与外销收入及出口信用保险费的关系；

(10) 查询主要内销客户的基本资料，了解主要内销客户与公司销售情况，分析内销客户集中度较低的原因；

(11) 访谈了销售总监和财务总监，并了解公司业务模式和流程，以及财务确认收入的依据和时点；

(12) 对主要客户的收入和应收账款进行函证，并取得主要客户的回函，对回函不符的函证要求公司提供合理解释和依据，对于未回函客户实施替代性测试；

(13) 对主要客户实地走访或视频询问。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司 2018 年度、2020 年度主营业务收入大幅增长具有合理性；

(2) 除 StarTech.com 外，美国客户 Ingram Micro Inc. 也在 2018 年第四季度提前采购备货，除此之外，其他美国客户未在 2018 年第四季度提前采购备货；美国加征关税对公司出口美国产品价格、毛利率不存在重大不利影响；不会导致公司对美销售持续下滑趋势；

(3) 海外疫情对公司销售未造成重大不利影响；

(4) 公司免抵退销售额、外销收入准确，不存在跨期情形；

(5) 公司不存在内销客户集中度较低的情形；公司内销前五名客户基本情况披露准确。公司存在成立时间较短即成为公司主要内销客户的情况，亦存在部分客户向公司采购金额占其同类产品采购金额较高的情形，但上述客户与公司的业务合作真实、合理；

(6) 我们对收入和应收账款已执行充分必要的核查程序，2018-2019 年，境外客户应收账款 100%回函率准确。

四、关于主要客户茂杰国际。申报材料显示：

(1) 2019 年度，茂杰国际系发行人第一大客户，2018 年和 2019 年发行人对其销售金额分别为 752.40 万元、6,352.04 万元，此前茂杰国际主要通过贸易商冠宏电子向发行人进行采购，2017 年-2018 年发行人向冠宏电子销售金额分别为 1,555.80 万元、3,786 万元。报告期内，发行人向茂杰国际直接或间接的销售收入快速增长。

(2) 2018 年末和 2019 年末，发行人对茂杰国际应收账款分别为 742.28 万元、2,710.90 万元，占当年对其销售收入的 98.65%、42.68%。

请发行人：结合茂杰国际收入增长、下游客户、向发行人采购金额占其营业收入比例情况等，分析并披露发行人向茂杰国际销售大幅增长的合理性，茂杰国际是否还向同行业其他公司采购，发行人对茂杰国际的信用政策与其他客户是否存在较大差异，报告期内向茂杰国际和冠宏电子第四季度和 12 月份销售收入及占当期对其销售收入的比重，是否存在年底突击销售或跨期确认收入情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 4）

(一) 结合茂杰国际收入增长、下游客户、向公司采购金额占其营业收入比例情况等，分析并披露公司向茂杰国际销售大幅增长的合理性，茂杰国际是否还向同行业其他公司采购

1. 茂杰国际收入增长

茂杰国际认为其营业收入增长率系其商业机密，未向公司提供。茂杰国际下游客户的品牌为某 3C 周边产品知名国际品牌 A（成立于 2010 年），其产品通过线下（Best Buy 等）和线上（Amazon、京东等）渠道销往全球。根据 Google Trends 搜索指数，2018 年 1 月至 2020 年 12 月，品牌 A 的搜索热度持续增长整体呈上升趋势，如下图所示：



注：数据来源 Google Trends，取月度平均值，搜索热度代表各时点的相对搜索量
报告期内，Type-C 接口的普及、主流笔记本电脑品牌精简接口推动 Type-C

信号转换拓展产品需求快速增长，茂杰国际业务增长较快，带动公司向茂杰国际销售收入增长。

2. 下游客户

茂杰国际通过线下（Best Buy 等）和线上（Amazon、京东等）渠道将其 A 品牌信号转换拓展产品销售给全球消费者。

3. 向公司采购金额占其营业收入比例

茂杰国际认为其营业收入金额系其商业机密，未向公司提供，公司无法获得茂杰国际采购公司产品金额占其营业收入的比例，我们通过访谈了解到茂杰国际向公司采购金额大致占其采购总额的 20%，占其信号转换拓展产品采购金额的比例约 80%。公司向茂杰国际提供的产品为信号转换拓展产品，茂杰国际主要产品除信号转换拓展产品外还有 USB 充电器、手机充电传输线和 Thunderbolt 3 数据传输线等。

4. 分析并披露公司向茂杰国际销售大幅增长的合理性

公司向茂杰国际销售大幅增长的原因如下：

(1) 行业方面：报告期内，Type-C 接口快速普及和笔记本电脑轻薄化趋势推动 Type-C 信号转换拓展产品需求快速增长；

(2) 茂杰国际销售增长：根据 Google Trends 搜索指数，自 2011 年以来，茂杰国际品牌 A 的搜索热度整体呈上升趋势，间接反映出茂杰国际销售呈上升趋势。

(3) 茂杰国际的品牌 A，为电脑周边产品国际知名品牌，销售规模大。

因此公司向茂杰国际销售规模大幅增长具有合理性。

5. 茂杰国际是否还向同行业其他公司采购

茂杰国际除向公司采购外，还向同行业其他公司采购，向公司采购金额占其信号转换拓展产品采购金额的约 80%；同行业可比公司均未披露茂杰国际系其客户。

(二) 公司对茂杰国际的信用政策与其他客户是否存在较大差异

目前，公司对茂杰国际的信用政策为对账日后 120 天内付款，与报告期其他前五大信号转换拓展产品客户信用政策对比如下：

客户	付款起算时间点	付款周期（天）	备注
----	---------	---------	----

客户	付款起算时间点	付款周期（天）	备注
茂杰国际	对账日	120	2018年为105天,2019年6月后调整为120天
客户A	提单日	90	
客户B	发货日	75	
客户C	对账日	75	
客户D	对账日	60	
客户E	增值税发票日	30	
客户F	发货日	7	预付30%，发货日后7天支付剩余70%

茂杰国际信用期相对其他客户较长，主要是因为：

2018年之前，茂杰国际主要通过冠宏电子采购，公司给冠宏电子75天账期，冠宏电子给予茂杰国际105天的账期；2018年，茂杰国际开始直接向公司采购，信用政策按原冠宏电子给予茂杰国际105天的账期设定。

2019年，受益于Type-C信号转换拓展产品市场需求快速增长，茂杰国际向公司采购Type-C信号转换拓展产品的规模增大。经茂杰国际要求，公司结合茂杰国际历年回款良好、合作时间较长等因素考虑，同意调整对茂杰国际的信用账期。2019年6月，公司将茂杰国际105天信用期延长至120天。

综上，茂杰国际信用期相对其他客户较长，主要是因为茂杰国际早期通过冠宏电子采购已经获得了较长的信用期，且其采购规模较大，故在综合考虑回款情况和合作时间较长等因素延长了茂杰国际的信用期。

（三）报告期内向茂杰国际和冠宏电子第四季度和12月份销售收入及占当期对其销售收入的比例，是否存在年底突击销售或跨期确认收入情况

报告期内，公司向茂杰国际和冠宏电子第四季度和12月份销售收入及占当期对其销售收入的比例如下表：

单位：万元

客户	项目	2020年第四季度	2020年12月	2019年第四季度	2019年12月	2018年第四季度	2018年12月
冠宏电子	交易金额	4.96	3.62	0.14	0.14	570.99	-1.37
	当年度销售收入	51.81	51.81	2.24	2.24	3,786.00	3,786.00

客户	项目	2020年第四季度	2020年12月	2019年第四季度	2019年12月	2018年第四季度	2018年12月
	占年度销售收入的比 例	9.58%	6.99%	6.22%	6.22%	15.08%	-0.04%
茂杰 国际	交易金 额	3,357.75	1,168.43	1,921.11	438.33	752.40	321.22
	当年度 销售收 入	10,930.69	10,930.69	6,352.04	6,352.04	752.40	752.40
	占当年度 销售收 入的比 例	30.72%	10.69%	30.24%	6.90%	100.00%	42.69%
两家 合计	合计交 易金额	3,362.71	1,172.05	1,921.25	438.47	1,323.38	319.85
	合计当 年度销 售收入	10,982.50	10,982.50	6,354.28	6,354.28	4,538.40	4,538.40
	合计占 当年度 销售收 入的比 例	30.62%	10.67%	30.24%	6.90%	29.16%	7.05%

注：2018年12月，公司已转为直接对茂杰国际销售，与冠宏电子合作减少，冠宏电子发生零散件退货

报告期内，公司第四季度向茂杰国际和冠宏电子合计销售收入占当期对其合计销售收入的比例在30%左右，高于25%主要是因为四季度是3C电子产品销售旺季。2018-2020年度，12月份销售收入占当期对其合计销售收入的比例在8%左右，比例合理。综上，公司不存在年底突击销售的情况。

我们对公司报告期各期末前后向茂杰国际和冠宏电子销售情况进行了截止性测试，检查了收入确认的出库单、发票、报关单和提单等单据，确认公司不存在跨期确认收入情况。

（四）公司对茂杰国际应收账款占当年对其销售收入高的原因

2018年末，公司对茂杰国际应收账款为742.28万元，占当年对其销售收入的98.65%，主要是因为茂杰国际从2018年第四季度开始与公司直接交易，按照对账日后105天的账期，截至2018年12月31日，公司对茂杰国际的应收账款尚在信用期内，导致期末应收账款占当年销售收入比例较高。

2019年末，公司对茂杰国际应收账款为2,710.90万元，占当年对其销售收

入的 42.68%，主要是因为 2019 年 9-12 月，公司向茂杰国际销售 2,510.12 万元；按照对账日（每月 25 日）后 120 天的账期，截至 2019 年 12 月 31 日，公司 2019 年 8 月 26 日-12 月产生的对茂杰国际应收账款尚在信用期内（8 月 26 日-8 月 31 日根据提单或报关单确认的收入，一般会在 9 月 25 日对账），导致期末应收账款占当年销售收入比例较高。

2020 年末，公司对茂杰国际应收账款为 4,861.82 万元，占当年对其销售收入的 44.48%，主要是因为 2020 年 9-12 月，公司向茂杰国际销售 4,800.17 万元，按照对账日（每月 25 日）后 120 天的账期，截至 2020 年 12 月 31 日，公司 2020 年 8 月 26 日-12 月产生的对茂杰国际应收账款尚在信用期内（8 月 26 日-8 月 31 日根据提单或报关单确认的收入，一般会在 9 月 25 日对账），导致期末应收账款占当年销售收入比例较高。

（五）核查程序及核查意见

1. 核查程序

（1）对公司管理层及销售人员进行访谈，了解公司与冠宏电子及茂杰国际的合作历史、销售情况、信用期的确定和销售回款情况等情况，检查冠宏电子及茂杰国际回款银行回单，是否在信用期内回款；比较冠宏电子及茂杰国际与其他外销客户的信用期是否存在较大差异；

（2）获取公司销售收入成本明细表，结合茂杰国际下游客户品牌的搜索热度、下游客户情况分析茂杰国际销售大幅增长的原因；

（3）通过巨潮网等查询同行业其他公司的招股说明书和年度报告，查询茂杰国际是否向同行业其他公司采购；

（4）对冠宏电子及茂杰国际进行视频询问，了解其与公司的合作历史、销售规模、货款结算和关联关系；

（5）实施细节性测试，检查报告期内第四季度公司对冠宏电子及茂杰国际的销售情况；

（6）对报告期各期末前后向茂杰国际和冠宏电子销售情况进行了截止性测试，检查收入确认的出库单、发票、报关单和提单等单据；

（7）向冠宏电子和茂杰国际函证。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

- (1) 公司对茂杰国际销售大幅增长具有合理性；
- (2) 茂杰国际除向公司采购外，还向同行业其他公司采购；
- (3) 公司给予茂杰国际较为宽松的信用政策，具有合理性；
- (4) 公司不存在对冠宏电子及茂杰国际年底突击销售或跨期确认收入情况。

五、关于产品价格。申报材料显示：

(1) 报告期各期，发行人 Type-C 接口信号转换器平均售价分别为 55.24 元、58.61 元、57.71 元，非 Type-C 接口信号转换器平均售价分别为 26.65 元、26.43 元、26.92 元；六口以下数字信号拓展坞平均售价分别为 95.01 元、95.31 元、91.68 元，六口及以上数字信号拓展坞平均售价分别为 181.74 元、174.98 元、176.56 元。

(2) 公开资料显示，绿联 Type-C 转 HDMI/VGA 4K 高清线转换器京东售价 79 元、HDMI 转 VGA 线转换器京东售价 28.8 元、Type-C 六口合一拓展坞京东售价 198 元，Type-C 六合一拓展坞美国亚马逊售价 19.99 美元。2017 年和 2018 年海能实业信号适配器产品销售单价分别为 21.38 元、19.56 元，2018 年下降 8.51%。

请发行人：结合信号转换器及数字信号拓展坞产品的终端客户售价、品牌商利润率、ODM 厂商及品牌商议价能力等情况，并对比同行业可比公司同类产品售价，披露发行人产品单价的合理性，变动趋势是否与可比公司同类产品一致。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 5）

(一) 信号转换器及数字信号拓展坞产品的终端客户售价和品牌商利润率
公司向绿联销售的信号转换拓展产品，品牌商绿联科技的利润率处于合理水平。因涉及客户毛利率，系客户商业机密，相关信息已申请豁免披露。

(二) ODM 厂商及品牌商议价能力

经过多年的发展，信号转换拓展产品行业形成了品牌商和 ODM 制造商两类厂商，品牌商专注于品牌和销售渠道的打造，ODM 制造商负责产品的研发、制造；品牌商和 ODM 制造商通力合作为消费者提供优质的信号转换拓展产品。品牌商直接面向终端客户，相对而言，其销售规模越大，议价能力越强。ODM 制造商拥有技术，相对而言，技术能力越强，议价能力越强。

从毛利率看，品牌商毛利率通常会高于 ODM 制造商，主要原因为品牌商需要承担较高的销售费用。从净利润率看，品牌商与 ODM 制造商无重大差异。因此，就 ODM 厂商与品牌商两个行业而言，议价能力差异不明显。

因主要经营信号转换拓展产品的公司较少，选取 3C 周边产品品牌商和制造商的销售利润率和毛利率，对比如下：

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌商-安克创新	综合毛利率	46.16%	49.91%	50.11%
	销售费用率	未披露	31.28%	31.38%
	净利润率	6.91%	10.85%	8.16%
品牌商-傲基股份	综合毛利率	未披露	未披露	58.47%
	销售费用率	未披露	未披露	48.80%
	净利润率	未披露	未披露	3.88%
制造商-奥海科技	主营业务毛利率	22.11%	20.77%	16.57%
	销售费用率	1.35%	1.60%	1.70%
	净利润率	11.52%	9.57%	6.85%
制造商-佳禾智能	耳机产品毛利率	12.98%	15.11%	19.77%
	销售费用率	1.38%	1.14%	1.64%
	净利润率	2.24%	5.35%	8.19%
制造商-海能实业	信号转换拓展产品毛利率	38.07%	39.25%	36.24%
	销售费用率	5.36%	5.99%	5.18%
	净利润率	13.68%	10.76%	10.31%
制造商-显盈科技	信号转换拓展产品毛利率	30.93%	29.85%	20.80%
	销售费用率	1.25%	2.73%	2.48%
	净利润率	12.52%	12.29%	5.76%

注：安克创新、傲基股份、奥海科技、佳禾智能和海能实业 2020 年列示数据均为其 2020 年 1-6 月数据，公司该列数据为 2020 年度数据

1. 公司净利润率略高于品牌商，主要原因在于：

(1) 公司是基于研发驱动的制造商，与品牌商的关系不是代工关系，议价能力强

公司是基于研发驱动的制造商。公司首先需要进行深入的行业调研，了解市场情况，掌握终端用户核心功能需求，结合公司对行业技术发展趋势的判断，进行新产品的开发；新产品开发成功后，公司会向客户进行推介，客户往往会提出个性化的需求，公司进行针对性研发后定型。信号转换拓展产品的下游客户主要为 3C 产品及配件的品牌商，客户产品品类众多，一般不掌握具体某项产品的研发技术，其核心能力在于销售渠道。因此，公司与品牌商的关系不是代工关系，公司掌握产品核心技术，议价能力强。

(2) 上述品牌商和制造商所面对的市场竞争不同

中国是电子产品制造大国，公司等制造商的竞争对手主要是国内制造商，相较国内其他信号转换拓展产品生产商而言，公司技术实力突出，产品品质稳定，拥有较强的竞争优势。但对于安克创新、傲基股份等主要销售区域在欧美的中国品牌商而言，面临的竞争对手主要是国际品牌，相较而言品牌优势不明显，因此整体净利润率不高。

(3) 安克创新、傲基股份作为品牌商，销售费用率较高

安克创新、傲基股份作为品牌商，需要承担高额的渠道及市场推广成本，因此销售费用率较高，安克创新的销售费用率超过 30%，而傲基股份的销售费用率接近 50%。

2. 信号转换拓展产品生产毛利率略高于其他制造商，主要原因在于：

(1) 客户类型不同

奥海科技的主要客户为手机系统厂商，包括 vivo、华为、小米、富士康、传音控股、伟创力等手机品牌商。而佳禾智能的主要客户为单一经营电声产品的品牌商，且第一大客户 Harman（旗下知名品牌包括 JBL、AKG 等）占销售收入的比重接近 50%。而公司的主要客户为 3C 周边产品品牌商，客户产品经营种类丰富，以主要客户“绿联科技”为例，其经营产品包括移动电源、充电器、手机数据线、支架、保护壳、信号转换拓展产品等多个品类。奥海科技、佳禾智能的客户经营产品相对专一、对相关行业的技术研究亦较为深入；而公司客户经营产品线较为广泛，因此在技术开发上主要依赖制造商。因此，客户类型不同，导致公司信号转换拓展产品毛利率较其他制造商相对较高。

(2) 产品不同

佳禾智能、奥海科技生产的耳机、充电器产品的功能相对单一，且客户规模更大，更易大批量生产。而公司的信号转换拓展产品定制化程度较高，产品生产以“小批量、多批次”为主。因此，产品类型不同，导致公司信号转换拓展产品毛利率较其他制造商相对较高。

3. 公司毛利率与生产相同产品的可比公司接近

其他制造商中，海能实业也生产信号转换拓展产品。由于生产经营模式以及下游客户、产品结构接近，公司信号转换拓展产品毛利率与海能实业接近。

(三) 对比同行业可比公司同类产品售价

题干中的 21.38 元、19.56 元为海能实业信号适配器 F 型号产品销售单价，2017 年和 2018 年，海能实业信号适配器全部产品整体平均单价分别为 37.89 元和 42.38 元，呈上升趋势。公司信号转换拓展产品平均单价与海能实业变动趋势一致。对比如下：

单位：元

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海能实业	未披露	未披露	42.38	37.89
显盈科技	47.95	43.55	38.21	33.45

公司信号转换拓展产品的售价较可比公司海能实业的同类产品的售价低，主要是由于海能实业外销收入占整体营业收入的比重在 80%以上，公司信号转换拓展产品的外销占比在 60%左右；而信号转换拓展产品的出口地以欧洲、美国、日韩、中国台湾为主，产品销售价格相对国内较高，公司 2017 年和 2018 年外销信号转换拓展产品平均销售单价分别为 38.58 元、43.50 元，高于公司内外销合计平均单价，也高于海能实业内外销合计平均单价。

(四) 披露公司产品单价的合理性，变动趋势是否与可比公司同类产品一致

综上所述，公司信号转换拓展产品终端客户售价高于公司出厂价，品牌商客户有着合理的利润空间；公司信号转换拓展产品平均售价较可比公司海能实业略低，单价变动趋势与可比公司海能实业单价变动趋势一致；因此，公司产品定价具有合理性，变动趋势与可比公司同类产品一致。

(五) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 通过亚马逊、京东等购物平台，获取终端客户同类产品的售价，根据公司出厂价，推断品牌商利润率；

(2) 对相关销售负责人访谈，了解 ODM 厂商和品牌商的议价能力；根据可比公司招股说明书获取 ODM 厂商和品牌商利润的基础数据，计算利润率进行对比分析；

(3) 通过巨潮资讯网等查询可比公司的招股说明书和年度报告，对比公司与可比公司海能实业的信号转换拓展产品单价。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

公司产品单价是合理的，且变动趋势与可比公司同类产品一致。

六、关于毛利率。申报材料显示：

报告期各期，发行人信号转换拓展产品外销价格显著高于内销价格，外销毛利率显著高于内销毛利率，且波动较大，信号转换器内销毛利率分别为 8.67%、1.11%、8.35%，外销毛利率分别为 33.91%、26.86%、36.42%；数字信号拓展坞内销毛利率分别为 22.05%、19.15%、25.63%，外销毛利率分别为 32.62%、30.95%、40.01%。

(1) 发行人解释毛利率变化主要原因为原材料采购成本的变动，但发行人直接材料成本占主营业务成本比例维持在 67%左右，变动幅度较小。招股说明书显示，同行业可比公司中海能实业的信号适配器产品与发行人的信号转换拓展产品属于同种类型产品且外销占比 90%左右，报告期各期，海能实业毛利率分别为 37.48%、36.24%和 39.25%，毛利率较为稳定。

(2) 报告期各期，同行业可比公司佳禾智能外销占比 85%左右，毛利率分别为 18.12%、19.77%、15.11%，同为 ODM 生产企业，毛利率远低于发行人外销毛利率。

请发行人：结合境内外销售产品差异、定价原则等，分析并披露外销毛利率显著高于内销毛利率的原因，结合发行人直接材料占比较为稳定、海能实业毛利率情况，分析并披露发行人毛利率波动较大、2019 年大幅提高的原因及合理性，发行人毛利率显著高于佳禾智能等其他 ODM 生产企业的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 6）

(一) 结合境内外销售产品差异、定价原则等，分析并披露外销毛利率显著高于内销毛利率的原因

1. 境内外销售产品差异

公司产品均为定制产品，不同客户定制的产品存在差异。总体而言，各类产品的内销和外销产品成本不存在显著差异，毛利率差异的原因为内销产品价格低于外销产品。

(1) 信号转换器

信号转换器的内销和外销产品成本总体不存在显著差异，毛利率差异的原因为内销产品价格低于外销产品。

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	内销	外销	内销	外销	内销	外销	内销	外销
销量（万个）	349.43	447.18	365.25	401.12	359.40	508.03	333.72	423.01
毛利率	10.10%	36.24%	8.35%	36.42%	1.11%	26.86%	8.67%	33.91%
单位收入 （元/个）	22.81	38.73	24.02	36.57	24.43	32.38	23.83	32.02
单位成本 （元/个）	20.51	24.69	22.01	23.25	24.16	23.68	21.77	21.16

2020 年度，内外销单位成本差异较大，主要原因为内外销 Type-C 接口信号转换器和非 Type-C 接口信号转换器的占比差异较大，分产品看，单位成本接近：

2020 年度	非 Type-C 接口信号转换器		Type-C 接口信号转换器	
	内销	外销	内销	外销
销量（万个）	322.54	336.20	26.89	110.98
毛利率	8.50%	36.24%	18.94%	36.23%
单位收入（元/个）	20.91	33.00	45.57	56.08
单位成本（元/个）	19.14	21.04	36.94	35.76

(2) 数字信号拓展坞

数字信号拓展坞的内销和外销产品成本总体不存在显著差异，毛利率差异的主要原因为内销产品价格低于外销产品。

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	---------	---------	---------	---------

	内销	外销	内销	外销	内销	外销	内销	外销
销量（万个）	21.91	111.76	25.63	65.27	20.65	46.81	11.30	24.81
毛利率	22.85%	36.56%	25.63%	40.01%	19.15%	30.95%	22.05%	32.62%
单位收入（元）	115.05	150.31	132.51	160.88	135.78	164.25	114.17	150.40
单位成本（元）	88.76	95.36	98.55	96.52	109.78	113.42	89.00	101.34

2017 年度成本差异较大，主要原因为内外销六口以下数字信号拓展坞和六口及以上数字信号拓展坞的占比差异较大，分产品看，单位成本接近：

2017 年项目	六口以下数字信号拓展坞		六口及以上数字信号拓展坞	
	内销	外销	内销	外销
销量（万个）	7.41	10.35	3.89	14.45
毛利率	16.10%	27.66%	27.80%	34.58%
单位收入（元/个）	85.57	101.77	168.69	185.25
单位成本（元/个）	71.79	73.63	121.80	121.20

2020 年度，成本差异较大，主要原因为：

1) 内外销六口以下数字信号拓展坞和六口及以上数字信号拓展坞的占比差异较大；

2020 年度	六口以下数字信号拓展坞		六口及以上数字信号拓展坞	
	内销	外销	内销	外销
销量（万个）	10.50	37.95	11.41	73.81
毛利率	24.08%	36.29%	22.28%	36.62%
单位收入（元/个）	76.11	78.59	150.89	187.19
单位成本（元/个）	57.78	50.07	117.27	118.64

2) 通过选用更精简的设计方案，公司对客户丙六口以下数字信号拓展坞销售单价、单位成本均较 2019 年度下降，使得外销六口以下数字信号拓展坞产品单位成本与内销相比较低。2020 年度，对客户丙的六口以下数字信号拓展坞销售单价、单位成本分别由 2019 年度的 89.39 元/个、56.74 元/个，下降至 70.68 元/个、45.66 元/个，使得外销六口以下数字信号拓展坞产品的单位成本同比有所下降。

2. 境内外销售定价原则

信号转换拓展产品境内品牌多、竞争激烈，品牌商对供应商价格敏感，因此

产品定价较低，毛利率较低。公司的策略主要是维系品牌客户以充分利用产能，通过逐步淘汰低毛利率订单，逐步提高内销毛利率。

境外品牌竞争格局相对稳定，利润率高，品牌商追求稳定、高品质的供应体系，与供应商共同成长，对价格敏感度低。因此产品定价较高，毛利率较高。

3. 外销毛利率显著高于内销毛利率的原因

如上所述，外销毛利率显著高于内销毛利率的原因是因下游品牌商的市场竞争格局不同，公司定价策略有所差异，外销定价高于内销定价。

(二) 结合发行人直接材料占比较为稳定、海能实业毛利率情况，分析并披露发行人毛利率波动较大、2019 年大幅提高的原因及合理性，发行人毛利率显著高于佳禾智能等其他 ODM 生产企业的原因

1. 2018 年度发行人毛利率波动的原因及合理性

2018 年度，公司信号转换拓展产品的毛利率为 20.80%，相比 2017 年度下降了 4.78%，主要系被动器件材料成本上升所致，具体分析如下：

(1) 2018 年度，被动器件材料成本上升，使得信号转换拓展产品毛利率下降，直接材料占比上升

报告期各期，公司信号转换拓展产品的营业成本结构，如下所示：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (元/个)	占比 (%)	金额 (元/个)	占比 (%)	金额 (元/个)	占比 (%)	金额 (元/个)	占比 (%)
单位材料	22.64	68.37	21.03	68.82	21.07	69.62	16.86	67.74
其中：芯片	11.87	35.84	10.60	34.70	9.32	30.81	7.98	32.07
被动器件	2.60	7.85	2.20	7.19	3.89	12.84	1.63	6.55
其他材料	8.18	24.69	8.23	26.92	7.86	25.97	7.25	29.12
单位人工	2.44	7.35	2.20	7.19	3.19	10.53	3.19	12.80
单位制造费用	2.60	7.84	2.75	9.01	2.91	9.61	2.18	8.74
单位加工	5.44	16.44	4.58	14.98	3.10	10.24	2.67	10.71
单位成本合计	33.12	100.00	30.55	100.00	30.26	100.00	24.89	100.00

受 2017 年日本部分电容原厂调整产能影响，消费电子电容市场出现较大的产能缺口，电容价格自 2017 年四季度起开始上涨并持续到 2018 年三季度，导致公司 2018 年度被动器件采购单价由 2017 年度的 0.0287 元/个快速上升至 0.0531

元/个，增长幅度达 85.02%，进而导致公司信号转换拓展产品毛利率由 2017 年度的 25.58% 下降至 2018 年度的 20.80%，同时直接材料占主营业务成本的比重由 2017 年度的 67.74% 上升至 2018 年度的 69.62%。2019 年度，因被动元器件价格回落，毛利率回升。

(2) 被动器件成本变化对毛利率的敏感性大于对直接材料占比的敏感性，因此 2018 年度被动器件单位成本变动对毛利率的影响大于对材料成本占比的影响具有合理性

2018 年度，公司信号转换拓展产品直接材料占比相比 2017 年度提升了 1.88%，而毛利率下降了 4.78%，信号转换拓展产品毛利率下降幅度大于直接材料占比上升幅度的原因为：被动器件成本变化对毛利率的敏感性大于对直接材料占比的敏感性，因此 2018 年度被动器件单位成本上升对毛利率的影响大于对材料成本占比的影响。

公司 2018 年度被动器件采购单价较 2017 年度增长 85.02%。假设 2018 年其他成本要素价格较 2017 年保持不变，仅被动器件成本上升 85.02%，模拟测算的直接材料占比、毛利率与 2018 年实际情况接近，模拟测算如下：

项目	2017 年度		2018 年度-模拟测算		2018 年度-实际	
	数值	占比 (%)	数值	占比 (%)	数值	占比 (%)
单位材料 (元/个)	16.86	67.74	18.25	69.44	21.07	69.62
其中：芯片	7.98	32.07	7.98	30.37	9.32	30.81
被动器件	1.63	6.55	3.02	11.49	3.89	12.84
其他材料	7.25	29.12	7.25	27.58	7.86	25.97
单位人工 (元/个)	3.19	12.80	3.19	12.13	3.19	10.53
单位制造费用 (元/个)	2.18	8.74	2.18	8.28	2.91	9.61
单位加工费 (元/个)	2.67	10.71	2.67	10.15	3.10	10.24
单位成本合计 (元/个)	24.89	100.00	26.28	100.00	30.26	100.00
单价 (元/个)	33.45		33.45		38.21	
毛利率 (%)	25.58		21.43		20.80	

如上所述，模拟测算的 2018 年单位材料占比为 69.44%，与 2018 年实际单位材料占比 69.62% 基本一致。模拟测算的 2018 年毛利率为 21.43%，与 2018 年

实际毛利率 20.80%基本一致。因此，被动器件价格变动对公司直接材料占比的影响小于对毛利率的影响具有合理性。

(3) 假设 2018 年被动器件采购价格未变化，公司整体收入、成本、毛利、净利润情况

假定 2018 年度，被动器件成本占信号转换拓展产品营业成本比重与 2017 年度一致，公司 2017 年至 2020 年的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 1,822.68 万元、3,744.56 万元、5,078.43 万元和 6,491.15 万元，随着公司信号转换拓展产品收入的增长，公司利润逐步增长。

项目	2020 年度-实际	2019 年-实际	2018 年-模拟	2017 年-实际
信号转换拓展产品收入	44,609.19	37,337.42	35,721.35	26,521.06
信号转换拓展产品成本	30,810.69	26,191.88	26,387.12	19,737.03
其中：被动器件成本	2,418.14	1,883.88	1,729.25	1,293.44
毛利率	30.93%	29.85%	26.13%	25.58%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,491.15	5,078.43	3,744.56	1,822.68

2. 公司毛利率 2019 年、2020 年度大幅提高的原因及合理性

2017 年至 2020 年，公司信号转换拓展产品毛利率分别为 25.58%、20.80%、29.85%和 30.93%。除受前述 2018 年度被动元器件价格影响外，2019 年度、2020 年度公司信号转换拓展产品毛利率呈持续上涨趋势主要受两方面因素影响：一是，高毛利率信号转换拓展产品销售占比上升；二是，各类信号转换拓展产品本身毛利率稳步上升。具体情况如下：

(1) 产品结构持续升级，推动公司信号转换拓展产品毛利率持续增加

公司各类信号转换拓展产品销售占比变动对毛利率变动的影响如下所示：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 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 (%)
信号转换器	28.00	56.69	25.91	62.78	17.90	70.63	24.57	81.07
其中：非 Type-C 接口	25.75	39.99	24.42	48.67	17.29	58.87	24.22	71.38
Type-C 接口	33.39	16.70	31.07	14.11	20.95	11.76	27.15	9.68
数字信号拓展坞	34.77	43.31	36.49	37.22	27.80	29.37	29.90	18.93

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 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 (%)
其中：六口以下	33.71	8.48	34.38	5.98	22.00	4.39	23.31	6.37
六口及以上	35.03	34.83	36.90	31.23	28.82	24.98	33.24	12.57
合计	30.93	100.00	29.85	100.00	20.80	100.00	25.58	100.00

报告期各期，公司高价值、高毛利率的 Type-C 接口信号转换器、数字信号拓展坞产品的销售占比持续增加，各期合计分别为 28.62%、41.13%、51.33%和 60.01%，产品结构持续升级，带动公司信号转换拓展产品毛利率在 2019 年度、2020 年度增长。

(2) 各类信号转换拓展产品毛利率变动分析

1) 非 Type-C 接口信号转换器毛利率变动分析

项目	2020 年度		2019 年度			2018 年度	2017 年度
	数值	较 2019 年变动影响	数值	较 2018 年变动影响	较 2017 年变动影响	数值	数值
毛利率	25.75%	1.33%	24.42%	7.13%	0.20%	17.29%	24.22%
销量 (万个)	658.74		675.07			795.74	710.23
单价 (元/个)	27.08	0.46%	26.92	1.51%	0.74%	26.43	26.65
单位成本 (元/个)	20.11	0.88%	20.35	5.62%	-0.55%	21.86	20.20

2018 年度，因被动元器件价格上涨，单位成本上升，非 Type-C 接口信号转换器毛利率下降。2019 年度，因被动元器件价格回落，非 Type-C 接口信号转换器毛利率回升，其毛利率和 2017 年度基本一致。

2020 年度，毛利率相比 2019 年度上升 1.33% 的原因为：

① 芯片降本：公司通过研发提高集成度，使得单位产品的音视频转换芯片用量减少 5.36%，推动单位芯片成本由 2019 年度的 5.94 元/个下降至 5.82 元/个，下降 2.21%，推动毛利率较 2019 年度增加 0.44%。

② 产品通过迭代更新设计，平均单价略有增长，推动毛利率同比增加 0.46%。

2) Type-C 接口信号转换器毛利率变动分析

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	---------	---------	---------	---------

	数值	较 2019 年变动 影响	数值	较 2018 年变动 影响	较 2017 年变动 影响	数值	数值
毛利率	33.39%	2.32%	31.07%	10.12%	3.92%	20.95%	27.15%
销量（万个）	137.87		91.30			71.68	46.50
单价（元/个）	54.03	-4.70%	57.71	-1.22%	3.13%	58.61	55.24
单位成本（元/个）	35.99	7.01%	39.78	11.34%	0.79%	46.33	40.24

2018 年度，因被动元器件价格上涨，单位成本上升，Type-C 接口信号转换器毛利率下降。2019 年度，因被动元器件价格回落，Type-C 接口信号转换器毛利率回升。

① 2019 年度相较于 2017 年度毛利率上升 3.92%，主要原因为外销收入占比上升，以及因淘汰低毛利率产品，对内销客户客户甲的毛利率上升

2017 年和 2019 年，内外销及部分客户毛利率变动如下：

项目	2019 年度			2017 年度		
	收入 (万元)	占比 (%)	毛利率 (%)	收入 (万元)	占比 (%)	毛利率 (%)
内销	1,285.55	24.40	18.39	934.56	36.39	14.33
其中：客户甲	588.07	11.16	21.27	265.59	10.34	11.74
其他内销客户	697.48	13.24	15.96	668.97	26.05	15.36
外销	3,983.79	75.60	35.16	1,633.75	63.61	34.49
合计	5,269.35	100.00	31.07	2,568.31	100.00	27.15

A. 2019 年度高毛利率的外销客户收入占比提升，推动 Type-C 接口信号转换器毛利率较 2017 年度提升

公司 Type-C 接口信号转换器对外销客户的毛利率高于内销客户。2017 年度、2019 年度，公司外销 Type-C 接口信号转换器的毛利率分别为 34.49%、35.16%，基本稳定。2019 年度高毛利率的 Type-C 接口信号转换器的销售占比由 2017 年度的 63.61% 上升至 75.60%，带动 Type-C 接口信号转换器整体的毛利率提升。

B. 2019 年度公司对客户甲的 Type-C 接口信号转换器毛利率提升，推动内销毛利率较 2017 年度提升

2017 年度，公司向客户甲主要销售的两款 Type-C 接口信号转换器毛利率较低，仅为 6.32%，占 2017 年度公司对客户甲销售的 Type-C 接口信号转换器的收

入比重为 55.42%；2019 年度，随着公司产销规模扩大，公司不再承接上述低毛利率产品订单，扩大高毛利率产品的销售，使得毛利率提升。

2017 年度、2019 年度，客户甲以外的内销客户毛利率基本稳定。因此 2019 年度，公司对客户甲毛利率提升，推动了内销毛利率提升，进而带动 2019 年度 Type-C 接口信号转换器毛利率较 2017 年度提升。

② 2020 年度相较于 2019 年度毛利率提升 2.32%，主要原因为外销收入占比上升所致

2019 年度、2020 年度，Type-C 接口产品内外销毛利率变动情况如下：

项目	2020 年度			2019 年度		
	收入	占比 (%)	毛利率 (%)	收入	占比	毛利率 (%)
内销	1,225.30	16.45	18.94	1,285.55	24.40	18.39
外销	6,223.82	83.55	36.23	3,983.79	75.60	35.16
合计	7,449.12	100.00	33.39	5,269.35	100.00	31.07

公司 Type-C 接口信号转换器对外销客户的毛利率高于内销客户。2019 年度、2020 年度，公司外销 Type-C 接口信号转换器的毛利率分别为 35.16%、36.23%，较 2019 年毛利率略有上升。2020 年度高毛利率的外销 Type-C 接口信号转换器的销售占比由 2019 年度的 75.60% 上升至 83.55%，带动 Type-C 接口信号转换器整体的毛利率提升。

3) 数字信号拓展坞产品毛利率变动分析

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 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 (%)
六口以下	33.71	19.57	34.84	16.73	22.00	14.96	23.31	33.62
六口及以上	35.03	80.43	36.83	83.27	28.82	85.04	33.24	66.38
数字信号拓展坞合计	34.77	100.00	36.49	100.00	27.80	100.00	29.90	100.00

报告期各期，公司数字信号拓展坞产品毛利率分别为 29.90%、27.80%、36.49% 和 34.77%。

2018 年度，因被动元器件价格上涨，单位成本上升，六口以下、六口及以上数字信号拓展坞产毛利率均较 2017 年度下降，进而导致数字信号拓展坞产品整体的毛利率同比下降。

2019 年度，因被动元器件价格回落，六口以下数字信号拓展坞毛利率、六口及以上数字信号拓展坞毛利率、数字信号拓展坞整体的毛利率均同比上升。

2019 年度较 2017 年度，数字信号拓展坞产品毛利率增加 6.59%，主要系：
 ① 高毛利率的六口及以上数字信号拓展坞产品销售额占比由 2017 年度的 66.38% 上升至 2019 年度的 83.27%；
 ② 2019 年度，六口以下数字信号拓展坞产品因客户结构优化、淘汰低毛利率产品，毛利率较 2017 年度增长 11.53%；
 ③ 2019 年度，六口及以上数字信号拓展坞产品毛利率因芯片成本降本较 2017 年度增长 3.58%。

六口以下、六口及以上数字信号拓展坞产品毛利率变动的具体原因如下：

① 六口以下数字信号拓展坞毛利率变动分析

项目	2020 年度		2019 年度			2018 年度	2017 年度
	数值	较 2019 年变动影响	数值	较 2018 年变动影响	较 2017 年变动影响	数值	数值
毛利率	33.71%	-1.13%	34.84%	12.84%	11.53%	22.00%	23.31%
销量（万个）	48.45		25.35			16.47	17.77
单价（元/个）	78.05	-11.38%	91.68	-3.09%	-2.79%	95.31	95.01
单位成本（元/个）	51.74	10.24%	59.74	15.93%	14.32%	74.34	72.86

2018 年度，因被动元器件价格上涨，单位成本上升，六口以下数字信号拓展坞毛利率下降。2019 年度，因被动元器件价格回落，六口以下数字信号拓展坞毛利率回升。2019 年度毛利率较 2017 年度增长 11.53%的主要原因为客户结构优化、淘汰低毛利率产品。

2020 年度，随着产品方案降本、功能精简，六口以下数字信号拓展坞单价和单位成本同步下降，毛利率较 2019 年度略有下降。

② 六口及以上数字信号拓展坞毛利率变动分析

项目	2020 年度		2019 年度			2018 年度	2017 年度
	数值	较 2019 年变动	数值	较 2018 年变动	较 2017 年变动	数值	数值

		影响		影响	影响		
毛利率	35.03%	-1.80%	36.83%	8.01%	3.58%	28.82%	33.24%
销量（万个）	85.22		65.54			50.99	18.34
单价（元/个）	182.33	2.00%	176.56	0.63%	-1.96%	174.98	181.74
单位成本（元/个）	118.46	-3.80%	111.54	7.38%	5.54%	124.56	121.33

2018 年度，因被动元器件价格上涨，单位成本上升，六口以上数字信号拓展坞毛利率下降。2019 年度，因被动元器件价格回落，六口以上数字信号拓展坞毛利率回升。2019 年度毛利率较 2017 年度增长 3.58% 的主要原因为芯片降本：

A. 公司通过与供应商进行议价、替换为价格更优且能满足功能要求的品牌等方式降低采购成本，六口及以上数字信号拓展坞产品所需的网口转换芯片、协议芯片、电源管理芯片单价较 2017 年度分别下降 7.51%、10.64%、21.82%；

B. 在部分产品采用功能集成度更高的芯片，降低芯片使用数量，2019 年度单位产品芯片使用数量较 2017 年度下降 6.95%。上述措施导致芯片成本较 2017 年度下降 8.58 元/个，下降 15.34%，使得毛利率较 2017 年上升 4.86%。

2020 年度，通过推出高规格新产品、减少低价产品销售，单价和单位成本同步上升，毛利率与 2019 年度相比略有下降。

3. 海能实业毛利率高于公司且其 2018 年度被动器件单价变动幅度小于发行人，因此 2018 年度海能实业信号转换拓展产品毛利率波动小于公司具有合理性

2018 年度在被动器件价格波动的情况下，海能实业信号转换拓展产品毛利率由 2017 年度的 37.48% 下降至 2018 年度的 36.24%，公司信号转换拓展产品毛利率由 2017 年度的 25.58% 下降至 2018 年度的 20.80%，海能实业毛利率波动小于公司的原因：(1) 海能实业披露 2018 年元器件（即被动器件）采购单价由 2017 年的 0.04 元上涨至 0.06 元，涨幅 33.33%，低于公司平均采购单价涨幅 85.02%；(2) 公司 2017 年度信号转换拓展产品毛利率在 25% 左右，而海能实业信号转换拓展产品毛利率在 37% 左右，被动器件材料成本的单位变动对公司毛利率的影响大于对海能实业毛利率的影响。

海能实业 2017 年信号转换拓展产品单价为 37.89 元，但是未披露其信号转换拓展产品的成本结构，假设其 2017 年度被动器件成本占比与公司相同。2018

年度，假定其他成本要素、产品单价较 2017 年保持不变，在公司被动器件成本上升 85.02%、海能实业被动器件成本上升 33.33%的情况下，模拟测算被动器件成本变动对双方毛利率的影响如下：

项目	2017 年度-公司	2017 年度-海能实业	2018 年度-模拟公司	2018 年度-模拟海能实业
单位成本（元/个）	24.89	23.69	26.28	24.21
其中：被动器件（元/个）	1.63	1.55	3.02	2.07
单价（元/个）	33.45	37.89	33.45	37.89
毛利率（%）	25.58	37.48	21.43	36.11

如上表所示，模拟测算的公司 2018 年度信号转换拓展产品毛利率为 21.43%，与公司 2018 年度信号转换拓展产品实际毛利率 20.80%接近；模拟测算的海能实业 2018 年度信号转换拓展产品毛利率为 36.11%，与海能实业 2018 年度信号转换拓展产品实际毛利率 36.24%接近。因此 2018 年度海能实业信号转换拓展产品毛利率波动小于公司具有合理性。

4. 发行人毛利率显著高于佳禾智能等其他 ODM 生产企业的原因

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
佳禾智能	12.98%	15.11%	19.77%
奥海科技	22.11%	20.77%	16.57%
海能实业	38.07%	39.25%	36.24%
公司信号转换拓展产品	30.93%	29.85%	20.80%

注 1：为增加可比性，海能实业、佳禾智能的毛利率分别为其主要产品信号适配器产品、耳机产品的毛利率；2018-2019 年度，奥海科技毛利率为其主营业务毛利率，2020 年度奥海科技毛利率为其营业收入毛利率

注 2：因相关数据未披露，可比公司毛利率数据均为其 2020 年 1-6 月披露数据

报告期内，公司信号转换拓展产品的毛利率变动趋势与奥海科技一致，根据奥海科技招股说明书披露，其充电器毛利率 2018 年度同比下降较多的主要原因之一为电容电阻材料市场价格的快速上涨，与公司信号转换拓展产品 2018 年度毛利率下降的主要原因一致。

公司信号转换拓展产品毛利率与海能实业接近，高于佳禾智能、奥海科技，主要原因详见本说明“五(二)2 信号转换拓展产品生产商毛利率略高于其他制造

商的原因”之说明。

(三) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 获取公司报告期各期销售收入、成本明细表，分析比较各类型产品毛利率水平及变动情况；

(2) 访谈公司研发、销售、财务、生产、供应链等部门相关人员及公司管理层，了解产品具体分类标准、各类型产品工艺特征、定价政策、成本构成和上下游行业情况，了解毛利率影响因素及各期各类型产品毛利率变动原因；

(3) 获取可比上市公司毛利率资料，分析比较毛利率差异原因及合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司信号转换拓展产品外销毛利率高于内销具有合理性；

(2) 被动器件成本变化对毛利率的敏感性大于对直接材料占比的敏感性，因此 2018 年度被动器件单位成本变动对毛利率的影响大于对材料成本占比的影响具有合理性；

(3) 2019 年度公司信号转换拓展产品毛利率提高具有合理性；

(4) 海能实业毛利率高于公司且其 2018 年度被动器件单价变动幅度小于公司，因此 2018 年度海能实业信号转换拓展产品毛利率波动小于公司有合理性；

(5) 公司毛利率与海能实业接近，高于佳禾智能等其他 ODM 生产企业具有合理性。

七、关于直接材料成本及采购。申报材料显示：

(1) 报告期各期，发行人直接材料成本分别为 13,799.56 万元、21,821.81 万元、19,996.27 万元，占主营业务成本的比例分别为 67.43%、68.04%、66.81%，2018 年和 2019 年海能实业信号适配器产品材料成本占比分别为 74.94%、71.98%，材料成本占比高于发行人。

(2) 发行人被动器件采购金额分别为 1,718.03 万元、3,857.32 万元、1,628.60 万元，单价分别为 0.03 元、0.05 元、0.02 元，价格波动较大；发行人连接器件采购金额分别为 2,986.52 万元、3,554.69 万元、2,678.14 万元，单价分别为 1.06 元、1.07 元、0.84 元，2019 年单价下降 21.50%。

(3) 报告期各期，发行人用电分别为 296.94 万度、501.07 万度、462.49 万度，发行人未分析 2019 年用电减少的原因。

请发行人：

(1) 结合与海能实业信号适配器产品差异等，分析并披露直接材料成本占比低于海能实业的原因，披露被动器件主要元器件构成及占比，并结合被动器件主要元器件、连接器件市场公开价格、同行业可比公司采购价格等，分析并披露采购价格变动的合理性；

(2) 结合各项产品产量与用电量的匹配情况等，分析并披露 2019 年用电量减少的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 7）

(一) 结合与海能实业信号适配器产品差异等，分析并披露直接材料成本占比低于海能实业的原因，披露被动器件主要元器件构成及占比，并结合被动器件主要元器件、连接器件市场公开价格、同行业可比公司采购价格等，分析并披露采购价格变动的合理性

1. 结合与海能实业信号适配器产品差异等，分析并披露直接材料成本占比低于海能实业的原因

报告期各期，公司信号转换拓展产品的营业成本结构如下所示：

单位：元/个

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
单位材料	22.74	68.37	21.03	68.82	21.07	69.62
单位人工	2.44	7.35	2.20	7.19	3.19	10.53
单位制造费用	2.60	7.84	2.75	9.01	2.91	9.61
单位加工	5.44	16.44	4.58	14.98	3.10	10.24
单位成本合计	33.12	100.00	30.55	100.00	30.26	100.00

如上表所示，报告期各期，公司信号转换拓展产品的直接材料占比分别为 69.62%、68.62%和 68.37%。海能实业在其 2019 年度报告披露的 2018 年度、2019 年度信号适配器产品的直接材料占比分别为 74.94%、71.98%，在其招股说明书披露的 2018 年度主营业务成本中直接材料占比为 68.92%，与公司接近。

公司信号转换拓展产品的直接材料占比与海能实业招股说明书披露的 2018 年的主营业务成本直接材料占比接近，低于其在 2019 年度报告中披露的 2018 年度、2019 年度信号适配器直接材料占比，主要原因为：公司与海能实业 2019 年度报告披露的营业成本-直接材料核算口径不一致。如下：

海能实业在其 2019 年度报告披露的 2018 年度、2019 年度的营业成本构成要素为直接材料、直接人工、制造费用，而在其招股说明书披露的 2018 年度营业成本构成要素包括直接材料、直接人工、制造费用、委托加工费。从数据看，推测海能实业在 2019 年度报告中披露的 2018 年度、2019 年度直接材料包含了委托加工费。因此，本公司营业成本-直接材料核算口径与海能实业 2019 年度报告披露的营业成本-直接材料核算口径有一定差异，导致直接材料成本占比低于海能实业。

2. 直接材料构成及与采购的匹配情况

(1) 各主要直接材料成本要素金额及占直接材料的比例

报告期各期，公司信号转换拓展产品主营业务成本中直接材料的构成情况如下所示：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
芯片	11,041.45	52.41	9,089.58	50.43	8,715.05	44.25
被动器件	2,418.14	11.48	1,883.88	10.45	3,632.24	18.44
连接器件	3,123.75	14.83	2,808.76	15.58	3,106.51	15.77
PCB	1,258.58	5.97	1,088.51	6.04	1,083.04	5.50
外购结构件	1,251.33	5.94	1,583.07	8.78	1,469.60	7.46
其他	1,972.81	9.36	1,570.73	8.71	1,689.05	8.58
合计	21,066.06	100.00	18,024.52	100.00	19,695.50	100.00

报告期各类材料占比基本稳定，2018 年因被动器件涨价，被动器件成本占比较高。同时，随着公司产品结构中数字信号拓展坞等高端产品占比上升，芯片成本占比缓慢上升。

(2) 信号转换拓展产品主要原材料采购情况

报告期各期，公司信号转换拓展产品的主要原材料采购情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	采购金额（万元）	占比（%）	采购金额（万元）	占比（%）	采购金额（万元）	占比（%）
芯片	11,391.08	52.04	8,870.13	50.25	8,483.36	40.46
被动器件	2,477.55	11.32	1,628.60	9.23	3,857.32	18.40
连接器件	3,184.33	14.55	2,678.14	15.17	3,554.69	16.95
PCB	1,317.86	6.02	1,064.49	6.03	1,134.54	5.41
外购结构件	1,213.46	5.54	1,412.80	8.00	1,572.33	7.50
其他	2,304.53	10.53	1,999.42	11.33	2,363.38	11.27
合计	21,888.81	100.00	17,653.59	100.00	20,965.63	100.00

(3) 信号转换拓展产品营业成本-直接材料金额及构成与原材料采购金额及构成匹配情况

如上所示，报告期各期，公司信号转换拓展产品的主营业务成本中各直接材料占比与各期主要材料的采购占比匹配。2018 年度，被动器件采购金额、占比及直接材料中被动器件金额、占比均较高，主要受电容市场价格大幅上涨影响，2019 年度电容市场价格回落，被动器件采购金额及占比、直接材料中被动器件金额及占比均有所下降。

3. 披露被动器件主要元器件构成及占比，并结合被动器件主要元器件市场公开价格、同行业可比公司采购价格等，分析并披露采购价格变动的合理性

报告期各期，公司信转换拓展产品使用的被动元器件主要为电容、电感、晶振，其他被动器件为二极管、三极管、磁珠、电阻等。报告期各期，公司被动器件主要元器件构成及占比、采购单价如下所示：

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额（万元）	占比（%）	单价（元/个）	金额（万元）	占比（%）	单价（元/个）	金额（万元）	占比（%）	单价（元/个）
电容	1,289.49	52.05	0.0274	729.88	44.82	0.0206	2,713.56	70.35	0.0723
电感	409.12	16.51	0.1585	304.22	18.68	0.1844	334.39	8.67	0.2132
晶振	227.03	9.16	0.2345	198.56	12.19	0.2503	315.63	8.18	0.3938
其他	551.92	22.28	0.0149	395.94	24.31	0.0138	493.74	12.80	0.0151
合计	2,477.55	100.00	0.0283	1,628.60	100.00	0.0244	3,857.32	100.00	0.0531

(1) 电容采购价格变动合理性

1) 公司电容采购价格变动的的原因

报告期各期,公司电容采购单价分别为0.0723元/个、0.0206元/个和0.0274元/个。2018年度单价高,原因为:受2017年日本部分电容原厂调整产能影响,消费电子电容市场出现较大的产能缺口,电容价格自2017年四季度起开始上涨并持续到2018年三季度,导致公司2018年度电容采购价格同比上涨。2018年四季度开始,随着各被动元器件厂商新增产能不断投产,电容市场价格从高位回落,2019年度电容采购价格回落。

2020年,公司电容采购单价上涨0.0068元/个,主要系:2020年受新冠疫情导致的停工影响,电容市场供应偏紧,主要电容厂商三星机电、国巨等均上调价格,使得2020年公司电容采购价格同比上升。

2) 公司电容采购价格与市场价格变动趋势一致

南京商络电子股份有限公司主营业务为被动元器件的分销,因此可将其销售价格作为电容采购市场价格的参考。报告期内,公司的电容采购价格与国内主要的被动元器件分销商南京商络电子股份有限公司披露的电容分销单价的趋势一致,具体如下:

单位:元/个

公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
显盈科技	0.0274	0.0206	0.0723
商络电子	0.0238	0.0250	0.0521

注:商络电子为2020年1-6月电容分销单价

3) 公司电容采购价格变动趋势与可比公司披露的电容采购价格变动趋势一致

2018-2019年度,公司的电容采购价格与可比公司海能实业、奥海科技披露的2018-2019年度的电容采购单价的趋势一致,具体如下:

单位:元/PCS

项目	2020年度	2019年度	2018年度
本公司	0.0274	0.0206	0.0723
海能实业			0.05
奥海科技		0.04	0.05

注 1：奥海科技披露数据为其阻容合计采购单价、未单独披露电容采购单价

注 2：可比公司佳禾智能未披露电容采购单价

4) 公司电容采购单价变动具有合理性

综上所述，报告期各期，公司电容采购单价变动主要受市场价格变动影响，公司电容采购单价变动趋势与市场价格、可比公司披露的电容价格变动趋势一致，因此报告期各期公司电容采购单价变动具有合理性。

(2) 电感、晶振采购价格变动合理性

电感和晶振每年的采购额均在 400 万元以内，采购总额较小。报告期各期，公司电感采购单价分别为 0.2132 元/个、0.1844 元/个和 0.1585 元/个；报告期各期，公司晶振采购单价分别为 0.3938 元/个、0.2503 元/个和 0.2345 元/个。电感、晶振技术门槛相对较低、市场供应充分，报告期内，随着公司采购规模增加，采购单价逐年下降，采购价格变动具有合理性。

可比公司海能实业、奥海科技、佳禾智能均未能披露其电感、晶振采购价格。

不同类型电感、晶振，因其规格、适用领域不同，单价差异较大，公司未能获取电感、晶振市场价格。

4. 结合连接器件市场公开价格、同行业可比公司采购价格等，分析并披露采购价格变动的合理性

公司连接器件包括线材、连接器、双倍线等实现设备间连接功能的材料。双倍线指线材和连接器组装完成后的线束。具体情况如下：

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	金额（万元）	单价（元/个）	数量	金额（万元）	单价（元/个）	数量	金额（万元）	单价（元/个）
连接器（万个）	3,125.74	2,186.83	0.70	2,708.01	1,916.62	0.71	2,687.37	2,064.27	0.77
线材（万米）	607.77	997.42	1.64	485.03	757.29	1.56	543.71	984.40	1.81
双倍线（万个）	-0.01	0.08	-12.99	0.95	4.23	4.46	97.10	506.01	5.21
合计	3,733.50	3,184.33	0.85	3,193.99	2,678.14	0.84	3,328.18	3,554.69	1.07

注：2020 年存在少量双倍线采购和退货，导致采购金额为 0.08 万元，数量为 -0.01 万个

报告期内，公司各类连接器件的采购单价变动具有合理性：

(1) 连接器采购价格变动合理性

报告期内，公司连接器的采购单价分别为 0.77 元/个和 0.71 元/个和 0.70 元/个，呈稳定下降趋势，主要系连接器市场供应充分，随着公司采购规模增加、议价能力提升，主要型号连接器产品的采购单价有所下降。因此，报告期内公司连接器采购价格变动具有合理性。

可比公司海能实业披露了其 2017 年度、2018 年度的连接器采购价格，分别为 0.61 元/个、0.54 元/个，降幅为 11.47%，与公司 2017 年度、2018 年度连接器采购价格变动趋势一致，公司降幅为 6.10%。

不同类型连接器，因其规格、适用领域不同，单价差异较大，公司未能获取连接器市场价格。

(2) 线材采购价格变动合理性

报告期各期，公司线材采购单价变动情况，如下所示：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）
DP 线	424.52	1.29	428.73	1.30	462.28	1.43
USB3.1 线	453.05	2.24	218.97	2.58	356.78	3.46
其他线材	119.86	1.58	109.58	1.56	165.34	1.42
合计	997.42	1.64	757.29	1.56	984.40	1.81

报告期内，公司线材的采购单价分别为 1.81 元/米、1.56 元/米和 1.64 元/米。2018 年度公司线材的采购单价较高，主要系当年度应客户定制化要求，单价较高的同轴线采购数量较多所致。因此，报告期内公司线材采购价格变动具有合理性。

可比公司海能实业，披露了其 2018 年度线材采购单价，为 9.20 元/米，高于公司线材采购价格，主要系：海能实业销售大量线束类产品，尤其是信号连接线、Type-C 数据线、苹果 Lighting 数据线，其连接线所使用的线材规格较高，因此线材采购价格高于公司。

不同类型线材，因其规格、适用领域不同，单价差异较大，公司未能获取线材市场价格。

(3) 双倍线采购价格变动合理性

报告期，公司双倍线采购金额分别为 506.01 万元、4.23 万元和 0.08 万元。公司主要在 2017 年和 2018 年对外采购双倍线，2019 年之后，公司为保证材料质量，从直接采购双倍线转换为自主采购线材和连接器同时委托外协厂加工成双倍线的形式。

可比公司海能实业、奥海科技、佳禾智能均未披露其双倍线采购价格。

不同类型双倍线，因其规格、适用领域不同，单价差异较大，公司未能获取双倍线市场价格。

(二) 结合各项产品产量与用电量的匹配情况等，分析并披露 2019 年用电量减少的原因

报告期内，公司各生产车间的电力采购数量如下所示：

单位：万度

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
信号转换拓展产品生产车 间	154.68	135.08	210.39
模具及精密结构件产品生 产车间	483.14	327.40	290.68
合计	637.82	462.49	501.07

1. 信号转换拓展产品相关用电与信号转换拓展产品各工序厂内自主生产量相匹配

2019 年度、2020 年度，公司为信号转换拓展产品生产所发生的电力采购数量的变动，主要受厂内自产半成品、成品数量的影响。2018 底，公司关闭了自有 SMT 贴片产线、并加大 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工外协规模，导致 2019 年度信号转换拓展产品相关用电减少。2020 年度，信号转换拓展产品生产车间厂内自产的半成品、成品数量合计上升 11.39%，用电量上升 14.51%。

有关公司信号转换拓展产品生产车间电力采购度数与厂内自产的半成品、成品数量的匹配关系如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动比例	数量	变动比例	数量
SMT 贴片数量（万个）				-100.00%	499.79
双倍线加工数量（万个）	3.02	-19.49%	3.75	-89.05%	34.21

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动比例	数量	变动比例	数量
成品组装数量（万个）	603.04	23.41%	488.64	-19.05%	603.61
包装数量（万个）	936.17	4.94%	892.10	-8.08%	970.53
各工序厂内自主生产量合计（万个）	1,542.23	11.39%	1,384.48	-34.33%	2,108.15
信号转换拓展产品生产电力采购数量（万度）	154.68	14.51%	135.08	-35.79%	210.39

2. 模具及精密结构件产品相关用电与模具及精密结构件产品收入相匹配

2019 年度、2020 年度，随着模具及精密结构件产品生产经营规模的扩大，公司为模具及精密结构件产品制造所发生的电力采购数量逐年增长。2019 年度、2020 年度，模具及精密结构件产品相关用电与模具及精密结构件产品生产主体惠州耀盈的单体营业收入相匹配。如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模具及精密结构件产品相关用电（万度）	483.14	327.40	290.68
惠州耀盈单体收入（万元）	10,568.48	5,773.64	5,464.63
占比	4.57%	5.67%	5.32%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，模具及精密结构件产品相关电力采购数量占惠州耀盈单体营业收入的比例分别为 5.32%、5.67%和 4.57%，占比稳定，模具及精密结构件产品相关用电与模具及精密结构件产品收入同步增长。

（三）核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 访谈公司财务总监及成本会计，了解与成本核算相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

(2) 对公司报告期各类业务进行成本构成分析，分析直接材料变动的原因；

(3) 对公司报告期内采购合同、生产成本归集以及在不同产品间分摊等核算过程进行了核查；

(4) 取得公司的采购明细表，分析被动器件主要元器件的构成和采购价格等，分析采购价格变动的合理性；

(5) 获取被动器件主要元器件市场价格数据，分析公司被动器件的主要元器件采购价格与市场价格趋势是否一致。

(6) 取得公司报告期内用电量和产量信息，分析公司用电量变动的原因；

(7) 查阅了同行业上市公司招股说明书、年度报告等公开信息，了解同行业上市公司相关产品的成本结构，并与公司主要产品的成本结构进行了对比分析。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司直接材料成本占主营业务成本比例低于可比公司海能实业具有合理性；公司被动元器件构成及占比准确，被动器件、连接器件采购价格变动具有合理性；

(2) 公司信号转换拓展产品营业成本金额准确，及结构变动合理；

(3) 公司 2019 年用电总量减少具有合理性。

八、关于供应商。申报材料显示：

报告期各期，发行人向前五大供应商采购占比分别为 31.57%、27.55%、26.52%，前五大供应商集中度较低。

(1) 深圳市华星国创电子科技有限公司（以下简称华星国创）系发行人报告期内第二大供应商，发行人向其采购芯片、被动电子元器件，采购金额分别为 1,615.02 万元、1,682.35 万元、1,494.73 万元。公开资料显示，该公司实缴资本仅 50 万元。

(2) 深圳市吉利通电子有限公司（以下简称吉利通电子）系发行人 2017 年第五大供应商，发行人向其采购被动电子元器件，2017 年采购金额为 742.19 万元，持有发行人 4.20% 股份的股东张国伟同时持有该公司 9% 的股权，为减少与该公司的交易，发行人转向深圳市华天阳科技有限公司（以下简称华天阳科技）采购，华天阳科技成为发行人 2018 年第三大供应商，发行人向其采购金额为 1,254.04 万元。

(3) 东莞市旭明电子有限公司（以下简称旭明电子）系发行人 2017 年第四大供应商，2017 年发行人向其采购 768.50 万元。公开资料显示，该公司成立于 2016 年 6 月，实缴资本 45 万元。

(4) 惠州市和盛高创电子有限公司（以下简称和盛高创）为发行人 2018 年新增的第五大供应商，报告期内发行人向其采购金额分别为 600.90 万元、1,154.48 万元、602.18 万元。公开资料显示，该公司成立于 2017 年 5 月，注

册资本 200 万元。

请发行人：

(1) 对比相同被动电子元器件向华天阳科技、华星国创、吉利通电子及其他被动电子元器件供应商的采购单价，并结合同期相关电子元器件市场价格，分析并披露发行人采购价格的公允性，华天阳科技、华星国创是否为吉利通电子客户，是否存在向吉利通电子采购后出售给发行人的情形；

(2) 对比并披露相同芯片向华星国创和丰艺电子采购价格是否存在显著差异，发行人向华星国创采购金额占其收入的比例，如比例较高请分析并披露合理性；

(3) 披露旭明电子、和盛高创成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因，发行人向其采购价格与其他供应商是否存在显著差异，发行人向其采购金额占其收入的比例，如比例较高，请分析并披露合理性，并请披露报告期内是否存在其他注册成立时间较短即成为发行人主要供应商（如前十大供应商）或者发行人采购金额占其营业收入比例较高的情形，如有，请披露具体情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并请保荐人说明是否存在发行人向主要供应商采购金额与其经营规模不匹配情形的核查结论及依据。（审核问询函问题 8）

(一) 对比相同被动电子元器件向华天阳科技、华星国创、吉利通电子及其他被动电子元器件供应商的采购单价，并结合同期相关电子元器件市场价格，分析并披露公司采购价格的公允性，华天阳科技、华星国创是否为吉利通电子客户，是否存在向吉利通电子采购后出售给公司的情形

1. 对比相同被动电子元器件向华天阳科技、华星国创、吉利通电子及其他被动电子元器件供应商的采购单价

公司向深圳市华天阳科技有限公司（以下简称华天阳科技）、深圳市华星国创电子科技有限公司（以下简称华星国创）、深圳市吉利通电子有限公司（以下简称吉利通电子）采购的被动电子元器件主要为电容，具体如下：

单位：万元，%

供应商名称	采购内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
华天阳科技	电容	869.85	94.87	540.02	93.66	1,170.80	93.36

供应商名称	采购内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
	其他	47.06	5.13	36.54	6.34	83.22	6.64
	小计	916.90	100.00	576.56	100.00	1,254.02	100.00
华星国创	电容	8.85	79.49	29.05	82.92	216.98	86.25
	其他	2.28	20.51	5.98	17.08	34.58	13.75
	小计	11.13	100.00	35.04	100.00	251.55	100.00
吉利通电子	电容			77.61	90.60	957.74	95.33
	其他			8.06	9.40	46.95	4.67
	小计			85.67	100.00	1,004.69	100.00

公司向华天阳科技、华星国创、吉利通电子及其他供应商采购贴片电容单价如下：

供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）
华天阳科技	869.85	0.0251	540.02	0.0202	1,170.80	0.0695
吉利通电子			77.61	0.0110	957.74	0.0629
华星国创	8.85	0.0469	29.05	0.0632	216.98	0.1645
其他	410.79	0.0334	83.19	0.0692	368.05	0.0886
合计	1,289.49	0.0274	729.88	0.0206	2,713.56	0.0723

(1) 报告期各期，公司向主要贴片电容供应商吉利通电子、华天阳科技的采购单价基本一致，2019 年，公司向吉利通电子采购金额较小，且主要为低容值电容，单价较低。

(2) 向华星国创的采购单价较高，主要原因是：1) 公司只有在紧急缺货的时候才会向华星国创采购电容，采购的数量较少且多为调货，单价相对偏高；2) 公司向华星国创采购高容值的电容，其采购单价较高。

以交易金额最大的 2018 年为例，选取 2018 年向华星国创采购金额较大的前七个规格型号的电容与同期向吉利通电子和华天阳科技的采购单价对比，该等规格型号的电容采购金额合计 174.55 万元，占 2018 年向其采购金额的 80.44%，对比如下：

规格型号	公司	2018 年四季度	2018 年二季度	2018 年一季度

		金额 (万元)	数量 (万个)	单价(元 /个)	金额 (万元)	数量(万 个)	单价(元 /个)	金额 (万元)	数量(万 个)	单价(元 /个)
Y5V\22UF\25V\1206\SAMSUNG	华星国创	24.14	40.00	0.6034						
	华天阳科技	18.19	28.80	0.6315						
Y5V\X5R\10UF\6.3V\0402	华星国创				12.09	89.00	0.1359	10.06	79.00	0.1274
	吉利通电子				6.55	40.00	0.1638	10.46	97.00	0.1079
Y5V\X5R\1UF\25V\0402	华星国创				2.69	15.00	0.1795	19.03	106.00	0.1795
	吉利通电子				4.51	24.00	0.1880	7.52	52.00	0.1446
Y5V\X5R\10UF\25V\0603	华星国创				32.19	107.60	0.2991			
	吉利通电子				32.32	204.40	0.1581			
Y5V\X5R\10UF\6.3V\0603	华星国创				12.55	122.40	0.1026	16.00	156.00	0.1026
	吉利通电子							10.96	118.00	0.0929
Y5V\X5R\4.7UF\25V\0603	华星国创							27.60	248.40	0.1111
	吉利通电子							19.19	189.60	0.1012
Y5V\X7R\4.7UF\16V\0805	华星国创				18.19	73.40	0.2479			

注 1：2018 年三季度未向华星国创采购上述型号；

注 2：Y5V\X7R\4.7UF\16V\0805 规格型号的电容 2018 年二季度无其他供应商的采购数据

如上表所示，同等规格型号的电容向华星国创的采购价格与同期向吉利通电子或华天阳科技的采购价格无显著差异。2018 年二季度，向华星国创采购的规格型号为 Y5V\X5R\10UF\25V\0603 的电容价格高于吉利通电子，原因是向华星国创购买的该电容是紧急缺货时调货，价格较高。

(3) 向其他供应商采购金额小，且主要为高容值产品的紧急采购，采购单价较高。

2. 结合同期相关电子元器件市场价格，分析并披露公司采购价格的公允性
 报告期各期，公司电容采购采购单价分别为 0.0723 元/个、0.0206 元/个和 0.0274 元/个。2018 年电容市场采购价格上涨导致公司 2018 年电容采购单价上涨，其余年份均较为稳定。

南京商络电子股份有限公司主营业务为被动元器件的分销，因此可将其销售价格作为电容采购市场价格的参考。报告期内，公司的电容采购价格与国内主要的被动元器件分销商南京商络电子股份有限公司披露的电容分销单价的趋势一

致，具体如下：

单位：元/个

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
显盈科技	0.0274	0.0206	0.0723
商络电子	0.0238	0.0250	0.0521

注：商络电子为 2020 年 1-6 月的电容分销单价

3. 华天阳科技、华星国创是否为吉利通电子客户，是否存在向吉利通电子采购后出售给公司的情形

吉利通电子成立于 2001 年，是一家专业代理国内外知名电子元器件品牌的企业，主要代理和销售国巨、三星、华科、顺络和厚声等品牌的片式电容、片式电阻、传统电阻等。吉利通 2014 年成为国巨前三大代理商，2017 年国巨产品线销售额突破 2.8 亿元。公司 2011 年开始与其合作，主要向其采购国巨、三星电容、电阻，2019 年逐步减少合作，2020 年已终止合作。报告期各期，采购金额分别为 1,004.69 万元、85.67 万元和 0 万元，占其营业收入的比例低于 2%，占比较小。

华天阳科技成立于 2003 年，是半导体和被动组件整体解决方案服务商，先后取得国巨、信昌、三星、风华、罗姆、京瓷、美上美、智融、威兆、华润华晶、顺络、帛汉、普思、维攀、君耀、LRC 等知名品牌的经销代理权，服务全球知名客户超过 600 家，主要代理电阻、电容、电感、晶体管、滤波器、网络变压器、磁性组件、二三极管、MOS、TVS、ESD、电源 IC、加密芯片等零组件。公司 2017 年开始与其合作，主要向其采购国巨、三星贴片电容、贴片电阻，至今未中断合作。报告期各期，采购金额分别为 1,254.04 万元、578.48 万元和 917.25 万元，占其营业收入的比例低于 6.5%，占比较低。

华星国创是专业代理、经销国内外各种知名品牌的 SMD 电子元件的企业。公司 2014 年开始与其合作，主要向其采购威盛芯片，紧急缺货时会少量采购三星电容等被动电子元器件，至今未中断合作。报告期各期，采购金额分别为 1,682.35 万元、1,494.73 万元和 1,665.05 万元，占其营业收入的比例约为 20%-35%。华星国创是华星国际集团（香港）有限公司在大陆的主要销售主体，华星国际为台湾威盛大陆地区代理机构以及台湾连展代理机构，华星国创是深圳创维汽车智能有限公司（上市公司创维数字股份有限公司之子公司）优秀合作伙伴。

报告期内，公司 2017 年主要向吉利通电子采购电容，2018 年逐步转向华天阳科技采购，主要原因是：持有公司 4.20% 股份的股东张国伟同时持有吉利通电子 9% 的股权，公司主动减少与吉利通电子的交易，转向知名半导体和被动组件代理商华天阳科技采购。

报告期内，公司向华天阳科技、华星国创、吉利通的采购均为独立的采购行为，经与华天阳科技、华星国创、吉利通电子确认，华天阳科技、华星国创不是吉利通电子的客户，不存在向吉利通电子采购后出售给公司的情形。

(二) 对比并披露相同芯片向华星国创和丰艺电子采购价格是否存在显著差异，公司向华星国创采购金额占其收入的比例，如比例较高请分析并披露合理性

公司向华星国创主要采购芯片、被动电子元器件，报告期采购金额分别为 1,682.35 万元、1,494.73 万元和 1,665.05 万元。公开资料显示，华星国创注册资本 1,000 万元。电子元器件代理商为贸易商，只需要进行简单的货物流转、仓储，拥有一定的客户资源即可开展经营，普遍存在注册资本较小的情况。

1. 对比并披露相同芯片向华星国创和丰艺电子采购价格是否存在显著差异

报告期各期，公司向丰艺电子股份有限公司（以下简称丰艺电子）主要采购音视频转换芯片，2018 年购买过极少量电源管理芯片和存储芯片，向华星国创主要采购 PD 协议芯片、协议芯片、HUB 芯片，少量购买电源管理芯片和存储芯片等。丰艺电子和华星国创购买的芯片类型不同，其中相同类型的芯片为电源管理芯片和存储芯片，具体采购情况如下：

芯片类别	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）
电源管理芯片	丰艺电子					17.52	0.93
	华星国创	72.19	1.09	103.26	0.58	192.17	0.65
存储芯片	丰艺电子					59.22	0.73
	华星国创	5.59	0.77	6.31	0.82	6.75	0.90

电源管理芯片和存储芯片品类繁多，因采购的品牌、型号不同，价格存在差异。电源管理芯片价格差异的原因是：电源管理芯片因纹波、效率、品牌、电流等不同导致价格存在差异，公司向丰艺电子采购的是 SILERGY 电源管理芯片，

其电流较大、效率较高，价格偏高；2020 年公司向华星国创采购的电源管理芯片价格上升，主要原因是电流大、效率高的电源管理芯片采购占比上升所致；存储芯片价格差异的原因是：公司在紧急缺货时会向华星国创购买存储芯片，数量较少，价格偏高。

2. 公司向华星国创采购金额占其收入的比例，如比例较高请分析并披露合理性

报告期各期，公司向华星国创主要采购芯片、被动电子元器件，采购金额分别为 1,682.35 万元、1,494.73 万元和 1,665.05 万元，占其营业比例约为 20%-35%，占比不高。华星国创是华星国际集团（香港）有限公司（以下简称华星国际）在大陆的主要销售主体，华星国际为台湾威盛大陆地区代理机构以及台湾连展代理机构，华星国创是深圳创维汽车智能有限公司（上市公司创维数字股份有限公司之子公司）优秀合作伙伴。

（三）披露旭明电子、和盛高创成立时间较短即成为公司主要供应商的原因，公司向其采购价格与其他供应商是否存在显著差异，公司向其采购金额占其收入的比例，如比例较高，请分析并披露合理性，并请披露报告期内是否存在其他注册成立时间较短即成为公司主要供应商（如前十大供应商）或者公司采购金额占其营业收入比例较高的情形，如有，请披露具体情形

1. 披露旭明电子、和盛高创成立时间较短即成为公司主要供应商的原因，公司向其采购价格与其他供应商是否存在显著差异，公司向其采购金额占其收入的比例，如比例较高，请分析并披露合理性

（1）披露旭明电子、和盛高创成立时间较短即成为公司主要供应商的原因

旭明电子、和盛高创成立时间较短即成为公司主要供应商的原因为旭明电子、和盛高创的实际控制人切换交易业务主体，具体情况如下：

1) 东莞市旭明电子有限公司

公司向东莞市旭明电子有限公司（以下简称旭明电子）主要采购连接器件。2012 年开始，公司向东莞市长安和康电子厂（以下简称和康电子厂）采购连接器，和康电子厂为旭明电子实际控制人胡卫星设立的个体工商户，已于 2016 年底注销，胡卫星于 2016 年 6 月设立旭明电子，并于 2017 年开始承接和康电子厂与公司的连接器业务。2015 年至 2020 年，公司向旭明电子及其关联方采购金额

分别为 440.10 万元、375.73 万元、768.50 万元、831.58 万元、745.13 万元和 979.84 万元，占其营业收入的比例：2015 年至 2019 年各期约为 30%，2020 年约为 20%。旭明电子一直为公司的连接器供应商，双方一直保持稳定的合作关系。

旭明电子成立时间较短即成为公司主要供应商是因其实际控制人业务主体切换所致，双方合作历史较长，具备商业合理性。

2) 和盛高创

公司向惠州市和盛高创电子有限公司(以下简称和盛高创)主要采购双倍线、成品组装及双倍线加工外协服务。2013 年开始，公司向吉安市井开区和盛电子有限公司(以下简称吉安和盛)采购双倍线、提供双倍线加工、成品组装等加工服务。2017 年 5 月，吉安和盛实际控制人欧阳冰华与张玉合作设立和盛高创，公司随之将供应商切换至和盛高创。2015 年至 2020 年，公司向和盛高创及其关联方采购金额分别为 278.07 万元、339.32 万元、600.90 万元、1,154.48 万元、602.18 万元和 519.41 万元，占其营业收入的比例约为 55%-80%，和盛高创与公司一直保持稳定的合作关系。

和盛高创成立时间较短即成为公司主要供应商是因其股东业务主体切换所致，双方合作历史较长，具备商业合理性。

综上，旭明电子与和盛高创成立时间虽然较短，但在其成立之前，其实际控制人或股东已以其他主体与公司开展业务合作多年，并保持了良好的合作关系，双方合作存在历史渊源，具备商业合理性。

(2) 公司向其采购价格与其他供应商是否存在显著差异

1) 公司向旭明电子采购连接器的价格与其他连接器供应商无显著差异

公司向旭明电子主要采购连接器件，报告期内向旭明电子采购连接器件的金额分别为 826.79 万元、733.57 万元和 952.37 万元，占公司向其采购金额的 99.42%、98.45%和 97.20%。

公司主要的连接器供应商为旭明电子和东莞市衡越通讯科技有限公司(以下简称衡越通讯)，报告期内连接器采购情况如下：

供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额(万元)	单价(元/个)	金额(万元)	单价(元/个)	金额(万元)	单价(元/个)
旭明电子	952.37	0.92	733.57	0.89	826.79	0.86

衡越通讯	483.30	0.74	463.34	0.75	533.00	1.06
其他	751.17	0.52	719.71	0.57	704.49	0.58
合计	2,186.83	0.70	1,916.62	0.71	2,064.27	0.77

公司向旭明电子采购连接器的价格在报告期内基本稳定，2019年和2020年价格略高于衡越通讯，2018年略低于衡越通讯，主要系采购的产品差异所致。Type-C连接器品质要求高，单价较高，Type-C连接器采购占比越高，整体连接器采购单价越高。报告期内向旭明电子采购的Type-C连接器占比分别为31.12%、31.57%、38.59%和51.60%，向衡越通讯采购的Type-C连接器占比分别为29.50%、51.69%、36.71%和40.99%。2018年衡越通讯Type-C连接器采购占比相对较高，从而导致采购单价高于旭明电子。2019年和2020年向旭明电子采购的Type-C连接器占比相对较高，从而导致采购单价略高于衡越通讯。

2) 公司向和盛高创采购双倍线、成品组装及双倍线加工服务的价格与其他供应商无显著差异

公司向和盛高创主要采购双倍线、成品组装以及双倍线加工服务，报告期内采购情况如下：

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
成品组装	315.31	60.70	395.27	65.64	484.22	41.94
双倍线加工	204.10	39.30	199.12	33.07	159.35	13.80
双倍线	-0.01		3.54	0.59	389.34	33.72
其他	0.01		4.26	0.71	121.57	10.53
合计	519.41	100.00	602.18	100.00	1,154.48	100.00

① 成品组装

公司主要向和盛高创、惠州市众联伟业科技有限公司（以下简称众联伟业）、惠州市金联禾电子科技有限公司（以下简称金联禾电子）等供应商采购成品组装服务，报告期内向上述三家供应商采购金额合计分别为805.35万元、798.89万元和850.18万元，占成品组装外协采购金额的比例分别为80.56%、65.06%和73.85%，成品组装外协采购情况如下：

供应商名称	2020年度	2019年度	2018年度
-------	--------	--------	--------

	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）
和盛高创	315.31	3.10	395.27	3.11	484.22	3.03
众联伟业	319.62	3.22	241.11	2.95	170.66	3.11
金联禾电子	215.26	3.29	162.51	3.31	150.47	3.26
其他	301.03	2.83	429.01	3.38	194.30	2.57
合计	1,151.21	3.09	1,227.90	3.19	999.65	2.97

2020 年度成品组装外协减少，主要原因为成品组装外协主要为非 Type-C 信号转换器，2020 年度非 Type-C 信号转换器销量从 675.07 万个减少至 658.74 万个。公司向和盛高创、众联伟业、金联禾电子及其他供应商采购成品组装服务的价格无显著差异。

② 双倍线加工

公司主要的双倍线加工外协厂商为和盛高创、东莞市正工电子有限公司（以下简称正工电子），向正工电子主要采购 Type-C 接口双倍线加工，向和盛高创主要采购 DP、HDMI 等非 Type-C 接口的双倍线加工服务，两者价格不具备可比性，按连接器类型划分对比和盛高创与其他供应商的采购单价，具体如下：

类型	2020 年度			2019 年			2018 年		
	金额（万元）	单价（元/个）	第三方单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）	第三方单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）	第三方单价（元/个）
DP	146.14	2.38	2.09	172.28	2.37	2.06	142.95	2.39	2.15
HDMI	43.53	1.73	1.80	21.16	1.80	1.69	16.40	1.69	1.73
其他	14.43	1.34	2.95	5.69	1.44	2.75			
合计	204.10	2.10	2.58	199.12	2.26	2.35	159.35	2.29	2.31

如上表所示，向和盛高创采购的 DP、HDMI 双倍线加工服务单价与其他双倍线加工外协厂商的采购单价无重大差异。和盛高创单价略高，主要原因是和盛高创加工产品的特殊工艺较多，如包铜箔、焊地线等。

③ 双倍线

公司主要在 2018 年对外采购双倍线，2019 年之后，公司为保证材料质量，从直接采购双倍线转换为自主采购线材和连接器同时委托外协厂加工成双倍线的形式。报告期内，公司向和盛高创采购的双倍线金额分别为 389.34 万元、3.54 万元和-0.01 万元，2019 年和 2020 年采购金额较小，2018 年向和盛高创主要采购 DP 线束，价格与其他供应商无显著差异，如下：

类型	2018 年		
	金额 (万元)	单价 (元/个)	第三方单价 (元/个)
DP	261.36	6.27	6.15
其他	127.97	3.51	
合计	389.34	4.98	

(3) 公司向其采购金额占其收入的比例，如比例较高，请分析并披露合理性
 报告期各期，公司向旭明电子采购金额分别为 831.58 万元、745.13 万元和 979.84 万元，占其营业收入的比例：2018 年至 2019 年各期约为 30%，2020 年约为 20%，占比不高。

公司向和盛高创采购金额分别为 1,154.48 万元、602.18 万元和 519.41 万元，占其营业收入的比例约为 55%-80%左右，比例较高，主要原因是：和盛高创产能有限，而公司订单稳定，因此优先保证公司的订单生产，从而导致公司采购占其营业收入的比例较高。

2. 并请披露报告期内是否存在其他注册成立时间较短即成为公司主要供应商（如前十大供应商）或者公司采购金额占其营业收入比例较高的情形，如有，请披露具体情形

报告期内，公司各期前十大供应商共 13 家，向其采购内容及采购金额如下：

单位：万元

序号	供应商	主要采购内容	2020年	2019年	2018年
1	丰艺电子	芯片	2,878.14	2,361.38	2,262.31
2	华星国创	芯片、被动电子元器件	1,665.05	1,494.73	1,682.35
3	深圳市祺顺通电子有限公司	SMT贴片外协服务	1,412.35	1,266.01	592.43
4	旭明电子	连接器件	979.84	745.13	831.58
5	吉利通电子	被动电子元器件		85.67	1,004.69
6	东莞市双科电子有限公司	芯片、被动电子元器件	789.70	697.00	771.22
7	百亨创新科技（深圳）有限公司及其关联方	连接器件	543.45	550.08	605.61

序号	供应商	主要采购内容	2020年	2019年	2018年
8	和盛高创及其关联方	双倍线、成品组装及双倍线加工	519.41	602.18	1,154.48
9	深圳驰越科技有限公司	芯片	1,375.38	526.41	185.60
10	华天阳科技	被动电子元器件	917.25	578.48	1,254.04
11	弘忆国际股份有限公司	芯片	1,441.12	913.31	653.35
12	惠州市凌航达科技有限公司	PCB板	904.69	339.38	
13	深圳市力可普尔电子有限公司	工程塑料	947.20	941.20	1,180.81
合计			14,373.58	11,100.96	12,178.47

注：供应商之间存在关联关系的已合并计算采购金额

各期前十大供应商的基本情况、合作历史以及采购金额占其营业收入的比例等情况如下：

序号	供应商	成立时间	注册资本	开始合作时间	报告期采购金额约占其营业收入的比例
1	丰艺电子	1986年5月26日	250000万新台币	2011年	各期均低于1%
2	华星国创	2011年5月17日	1000万人民币	2014年	各期约占20%-35%
3	深圳市祺顺通电子有限公司	2011年3月11日	500万人民币	2011年	各期约占50%-70%
4	旭明电子	2016年6月22日	200万人民币	2012年[注1]	2018年至2019年各期约占30%，2020年约占20%
5	吉利通电子	2001年1月15日	5000万人民币	2011年	2018年至2019年各期均低于2%
6	东莞市双科电子有限公司	2011年1月12日	50万人民币	2012年	各期约占40%
7	百亨创新科技（深圳）有限公司	2018年1月9日	300万人民币	2011年[注2]	均低于5%
8	和盛高创	2017年5月17日	200万人民币	2013年[注3]	各期约占55%-80%
9	深圳驰越科技有限公司	2013年1月29日	500万人民币	2013年	各期均低于8%

序号	供应商	成立时间	注册资本	开始合作时间	报告期采购金额约占其营业收入的比例
		日			
10	华天阳科技	2003年11月6日	1000万人民币	2017年	各期均低于7%
11	弘忆国际股份有限公司	1995年10月6日	新台币20亿元	2017年	各期均低于1%
12	惠州市凌航达科技有限公司	2016年10月25日	3600万人民币	2019年	2019年低于5%，2020年约占10%
13	深圳市力可普尔电子有限公司	2010年4月7日	300万人民币	2018年	2018年至2019年约占40%-50%，2020年度，未提供相关占比数据

[注 1]2012 年公司与和康电子厂开始合作，2017 年由其同一控制下的旭明电子承接和康电子厂与公司的业务；

[注 2]2011 年公司与深圳市百亨电子有限公司（以下简称百亨电子）开始合作；2018 年开始百亨电子的业务由百亨创新承接；

[注 3]2013 年公司与吉安和盛开始合作，2017 年公司将业务切换至与其同一控制下的和盛高创继续进行合作。

(1) 报告期内是否存在其他注册成立时间较短即成为公司主要供应商（如前十大供应商）

除旭明电子、和盛高创外，其他注册成立时间较短即成为公司主要供应商的包括：百亨创新科技（深圳）有限公司（以下简称百亨创新）、深圳市祺顺通电子有限公司（以下简称祺顺通电子）、东莞市双科电子有限公司（以下简称双科电子）和深圳驰越科技有限公司（以下简称驰越科技）。

公司 2011 年与百亨电子开始合作，2018 年开始百亨电子的业务由百亨创新承接，因此具有合理性。

祺顺通电子、双科电子和驰越科技与公司合作时间在 7 年以上，不属于报告期内新增主要供应商。

(2) 是否存在公司采购金额占其营业收入比例较高的情形

公司报告期内主要供应商（前十大供应商）中，除祺顺通电子、和盛高创、深圳市力可普尔电子有限公司（以下简称力可普尔）外，不存在公司采购金额占其营业收入比例较高的情况。

1) 和盛高创

公司向和盛高创采购金额占其营业收入比例较高的原因详见本说明本题之“八(三)1(3)公司向其采购金额占其收入的比例,如比例较高,请分析并披露合理性”之说明。

2) 祺顺通电子

公司向祺顺通电子采购外协服务金额占其营业收入的比例较高,主要原因是:公司与主要外协供应商祺顺通电子合作时间较长,公司订单相较于祺顺通电子其他客户来说金额较大且较为稳定,祺顺通电子在产能有限的情况下,优先选择接公司的稳定订单,从而导致公司向祺顺通电子采购金额占其营业收入的比例较大。

2) 力可普尔

公司向力可普尔采购金额占其营业收入的比例较高,主要原因是:力可普尔是知名移动电源品牌商罗马仕的供应链服务公司,罗马仕向公司采购精密结构件产品,指定公司使用科思创原厂生产的ABS工程塑料,力可普尔长期向科思创原厂采购工程塑料,采购金额较大、拥有一定的价格优势,同时可代公司向科思创进行采购,公司经比价之后,向力可普尔采购ABS工程塑料用于罗马仕精密结构件产品的生产;力可普尔对外销售业务较少,故公司2018年至2019年向力可普尔采购的ABS工程塑料占其营业收入的比例约为40%-50%,2020年力可普尔未提供相关占比数据。

(四) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 供应商实地走访/视频询问

实地走访/视频询问了报告期内各期前十大供应商,访谈了主要的业务人员,实地考察了其经营场所,并了解供应商的基本情况、经营规模、采购金额及占其主营业务收入的比重、合作历史、往来余额、支付结算方式、与公司是否存在关联关系等,以核查供应商及相关业务的真实性及合理性、供应商经营规模与向公司销售金额的匹配性。走访的主要供应商共计16家,占报告期采购金额的49.74%、46.49%和46.71%。

(2) 供应商函证

向报告期内各期前十大供应商,以及各单体金额较大供应商进行函证,函证内容包括期末应付账款余额和年度采购金额、与公司的关联关系等内容。报告期内分别函证145家、151家和65家,占报告期各期采购额的86.64%、84.73%和

80.12%，回函金额占报告各期采购额为 83.82%、83.04%、77.02%。如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
发函情况（家）：	65	151	145
发函金额（万元）	25,859.86	21,203.29	23,368.80
全年发生额（万元）	32,276.65	25,024.43	26,971.95
发函金额占全年发生额比	80.12%	84.73%	86.64%
回函金额（万元）：	24,859.56	20,779.84	22,608.30
占发函金额比	96.13%	98.00%	96.75%
回函确认相符的金额（元）	24,859.56	20,779.84	22,607.84
占回函金额比	100.00%	100.00%	100.00%
回函不一致的金额（元）			0.46
占回函金额比			

经核查，回函不一致的均为时间性差异，不需要调整。

对于未回函的供应商，我们核查了订单、送货单、发票、入库单等，执行替代程序，确认相应供应商采购真实。

(3) 查阅主要供应商的基本信息

登录全国商工行政服务入口网（台湾）、国家企业信用信息公示系统或利用天眼查、企查查等工具对其基本情况进行查询，核查供应商的基本情况、成立时间、注册资本、实收资本、主营业务与公司向其采购的内容是否相符、供应商的股东和实际控制人与公司是否存在关联关系，分析供应商与公司的交易是否具有商业合理性。报告期分别核查 30 家、31 家和 28 家，占采购额的比例分别为 54.19%、53.97%和 51.12%。

(4) 检查主要供应商采购合同及交易记录

取得公司的采购明细账和主要供应商（前十大供应商）的采购合同，查阅主要合同条款，并检查合同对应的采购订单、入库单、发票、付款凭证等单据，以对交易的真实性进行核查。

(5) 获取公司采购明细，根据原材料属性，对原材料进行分类，对不同供应商同类原材料采购价格进行对比分析，确认差额差异的原因及合理性。通过公开渠道查询主要原材料的市场价格，并与公司相关原材料的采购价格进行对比，分

析采购价格的公允性。

(6) 获取公司合格供应商管理以及询价比价制度的相关文件，登录公司价格清单查询系统，查询不同供应商的报价信息。并与公司采购负责人进行访谈。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司采购价格合理、公允；华天阳科技、华星国创不是吉利通电子的客户，不存在向吉利通电子采购后出售给公司的情形；

(2) 华星国创和丰艺电子采购价格不存在显著差异；公司向华星国创采购金额占其收入的比例不高；

(3) 公司存在部分供应商存在成立时间较短即成为公司主要供应商、公司采购占其营业收入的比例较高的情形，具备合理性。

九、关于外协加工。申报材料显示：

报告期内，发行人将信号转换拓展产品的 SMT 贴片、双倍线加工、非 Type-C 接口信号转换器的成品组装等工序通过外协加工方式完成。报告期内，发行人外协采购金额分别为 2,651.54 万元、3,431.37 万元、4,613.85 万元，占营业成本比例分别为 12.92%、10.66%、15.26%，占比高于同行业可比公司。

(1) 2017 年 8 月开始，发行人新增 SMT 贴片产线，部分 SMT 贴片工序改为自行生产，2018 年底由于公司自有 SMT 贴片产线的生产规模未达到预期的规模效应，出于成本集约考虑，发行人关闭了自有 SMT 贴片产线，贴片工序全部改为外协生产。发行人未披露 SMT 贴片机的处置方式、是否计提减值准备。

(2) 发行人未披露主要外协厂商相关信息，SMT 贴片厂商深圳市祺顺通电子有限公司为发行人 2017 年和 2019 年前五大供应商，向其采购 SMT 贴片金额占 SMT 贴片采购金额的 77.74%和 74.01%。

请发行人：

(1) 披露外协采购占比高于可比公司的原因，外协环节是否为发行人核心生产环节、发行人对深圳市祺顺通电子有限公司是否存在依赖、SMT 贴片工序自行生产与外协采购的价格对比，并对比发行人 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工采购价格与市场价格、同行业采购价格是否存在显著差异，发行人 2017 年新

增的 SMT 贴片产线账面价值及是否应当计提减值准备；

(2) 披露报告期内前五大外协厂商基本信息，包括但不限于名称、工序、采购数量、金额、占比，并对比不同外协厂商同种工序加工价格是否存在显著差异，是否存在成立时间较短即成为发行人主要外协厂商、发行人采购金额占外协厂商收入比例较高的情形，如有，请披露原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。(审核问询函问题 9)

(一) 披露外协采购占比高于可比公司的原因，外协环节是否为公司核心生产环节、公司对深圳市祺顺通电子有限公司是否存在依赖、SMT 贴片工序自行生产与外协采购的价格对比，并对比公司 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工采购价格与市场价格、同行业采购价格是否存在显著差异，公司 2017 年新增的 SMT 贴片产线账面价值及是否应当计提减值准备

1. 披露外协采购占比高于可比公司的原因

同行业可比公司中，只有奥海科技披露了外协采购金额，其他可比公司公开信息未披露外协采购金额，对比同行业可比公司委托加工费及其占主营业务成本的比例，具体如下：

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比(%)
海能实业					2,089.90	2.60
佳禾智能			10,539.78	5.49	8,089.29	7.53
奥海科技			2,885.36	1.59	2,953.10	2.15
显盈科技	5,492.06	14.47	4,136.54	13.82	3,008.61	9.38

报告期内，公司主营业务成本中委托加工成本分别为 3,008.61 万元、4,136.54 万元和 5,492.06 万元，占主营业务成本的比例分别为 9.38%、13.82% 和 14.47%。同行业可比公司外协采购占比差异较大，与各公司外协工序、外协生产比例差异较大相关。公司委托加工成本占比与佳禾智能较为接近，高于同行业可比公司海能实业和奥海科技，主要原因是：

不同可比公司外协加工选择范围不同，公司外协采购占比高于同行业。

同行业可比公司主要外协工序如下：

同行业可比公司	主要外协工序	生产模式
海能实业	SMT 贴片工序	自产和委外加工并存

同行业可比公司	主要外协工序	生产模式
	数据线加工工序	自产和委外加工并存
佳禾智能	PCBA 加工	委外加工
	线材加工	自产和委外加工并存
	喷漆工序	委外加工
	其它：硅胶加工、皮具硅胶加工、皮具耳机加工、表面涂层、注塑喷油等	自产和委外加工并存
奥海科技	成品组装（充电器）	自产和委外加工并存
	贴片、插件	自产和委外加工并存
	铁雕	自产和委外加工并存
显盈科技	SMT 贴片	委外加工
	双倍线加工	自产和委外加工并存
	成品组装	自产和委外加工并存

公司的外协工序主要包括 SMT 贴片工序、双倍线加工工序、非 Type-C 产品成品组装等。双倍线加工和成品组装采用自产和委外加工并存的方式生产，以委外加工为主。2017 年下半年公司开始自行组建 SMT 贴片产线，2018 年底由于公司自有 SMT 贴片产线的生产规模未达到预期的规模效应，出于成本集约的考虑，公司关闭了自有 SMT 贴片产线，贴片工序全部改为外协生产，同行业可比公司佳禾智能亦将贴片工序全部委外加工，海能实业、奥海科技 SMT 贴片工序均为自产和委外加工相结合的模式，公司外协采购占比与佳禾智能接近，高于海能实业和奥海科技。

2. 外协环节是否为公司核心生产环节、公司对深圳市祺顺通电子有限公司是否存在依赖、SMT 贴片工序自行生产与外协采购的价格对比

(1) 外协环节不涉及公司核心生产环节

报告期内，公司的主要的外协环节为信号转换拓展产品的 SMT 贴片工序、双倍线加工工序、非 Type-C 接口信号转换器的成品组装工序等，有关公司外协工序的具体工艺如下：

1) SMT 贴片工序

SMT 贴片指将元器件如 IC、电阻、电容、电感等电子元器件通过 SMT 设备、印刷设备、焊接设备高温焊接到 PCB 电路板，形成 PCBA 半成品。SMT 贴片工序主要依赖于贴片设备，技术难度不高。公司所在珠三角区域存在大量 SMT 贴片代

工厂商。

2) 双倍线加工工序

双倍线加工指将长数据线原材料剪出指定长度两倍的数据线，并在两端各装一个连接器（金属端子），主要依赖于大量人工，附加值较低，因此公司在自有产能紧张的情况下，将该工序交外协厂进行。公司所在珠三角区域存在大量双倍线加工代工厂商。

3) 成品组装工序

非 Type-C 接口产品的成品组装，是指将 PCBA、对裁完成的双倍线、精密结构件进行组装，形成成品的过程。非 Type-C 产品一般是一转一、一转二产品，组装工序简单，测试工序较少，成品组装主要依赖于大量人工，工艺较为成熟，公司在自有产能紧张的情况下，将该工序交外协厂组装。公司所在珠三角区域存在大量成品组装代工厂商。

公司产品的核心环节在于 PCBA 布图和内部结构设计、Type-C 产品的成品组装、成品测试。而 SMT 贴片、双倍线加工、非 Type-C 接口产品的成品组装工艺成熟度高、市场供应充分，不属于公司的核心生产环节。

(2) 公司对深圳市祺顺通电子有限公司不存在依赖

公司主要的 SMT 贴片外协厂商除祺顺通电子外，还有深圳市森瑞达贴装技术有限公司（以下简称森瑞达），具体 SMT 贴片加工服务采购情况如下：

供应商	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
祺顺通电子	1,387.50	67.88	1,255.44	73.39	581.59	53.49
森瑞达	653.54	31.97	455.23	26.61	504.89	46.43
其他	3.02	0.15			0.87	0.08
合计	2,044.05	100.00	1,710.67	100.00	1,087.36	100.00

注：公司向祺顺通电子、森瑞达除采购 SMT 贴片加工服务外，还采购少量测试架、后焊治具等材料，上表中采购金额仅包含 SMT 贴片服务的采购金额

报告期内，公司向祺顺通电子采购 SMT 贴片加工服务的比例分别为 53.49%、73.61%和 67.88%，向森瑞达采购 SMT 贴片加工服务的比例分别为 46.43%、26.61%和 31.97%，公司不存在对祺顺通电子的严重依赖。并且公司所在珠三角区域存在大量 SMT 贴片代工厂商，公司不存在对特定外协厂商依赖的情况。

(3) SMT 贴片工序自行生产与外协采购的价格对比

公司 2018 年 SMT 贴片工序自行生产的成本明细测算如下：

单位：万元

项目	2018 年
人员工资	243.03
房租水电费	61.34
设备折旧费及维修费	79.19
辅料、材料损耗	131.79
加工费（后焊工序外协）	75.93
合计	591.28
生产入库数量（万个）	499.79
自制加工单位成本（元/个）	1.18

公司 2018 年自产的 PCBA 主要为 DP、HDMI 类，对比公司 DP、HDMI 类 PCBA 加工成本平均单价，与外协采购单价基本一致：

单位：元/个

项目	供应商	2018 年
外协采购单价	祺顺通电子	1.34
	森瑞达	1.56
	其他供应商	
	平均	1.38
自产单位成本		1.18

整体而言，自产 SMT 的单位成本与外协基本接近，产量不足 500 万片的情况下，整体经济效率不高。同时自产 SMT 存在一些其他隐性成本，包括：

1) SMT 车间需要进一步投入相应的工程技术人员

SMT 贴片量产前，需要进行试产打样，需要相关工程技术人员。公司在自行生产 SMT 贴片期间，自行加工的 PCBA 均是外协加工厂商试产打样后的成熟方案，因此公司未聘请工程技术人员。若要达到完全自产，需要进一步增加人员投入。

2) 管理精力分散

公司自行生产 SMT 贴片使得公司管理层精力分散，公司产品的核心环节在于 PCBA 布图和内部结构设计、Type-C 产品的成品组装、成品测试。因此关闭 SMT 车间有利于公司管理层聚焦核心环节，增加效益。

3) 外协供应商配合度

公司自行生产 SMT 贴片后，给予外协供应商的订单减少，同时外协供应商预期公司会扩大自产份额，后续订单会持续减少，从而导致供应商配合度下降。完全关闭 SMT 车间，有利于与供应商建立长期、稳定、互信的合作关系，提高供应商积极性。

综合考虑以上各因素，公司决定将 SMT 贴片车间关闭，改为外协形式组织生产，将管理精力聚焦产品开发、方案设计和 Type-C 产品组装等核心技术环节，具备合理性。

3. 对比公司 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工采购价格与市场价格、同行业采购价格是否存在显著差异，公司 2017 年新增的 SMT 贴片产线账面价值及是否应当计提减值准备

(1) 公司 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工采购价格与市场价格不存在显著差异

公司制定了《SMT 供应商管理规范》、《外协作业管理规定》等管理制度，对外协厂商报价标准、外协采购定价流程做了相应的规定。

公司根据客户订单或需求计划安排生产，供应链管理部根据资材部的订单分配需求，拟定外协采购计划并寻找外协厂商，以及负责产品的询价、比价、议价、核价等。通过综合评定之后，最终确定外协供应商及采购价格。

公司所在珠三角地区的电子产品制造业较为发达，有丰富的 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工等外协加工商资源，市场竞争较为激烈。公司在选择外协厂商时，在综合考虑合作稳定性、产品良率的前提下，倾向于选择报价更低的外协加工厂商。

1) SMT 贴片加工点数单价与市场价格不存在显著差异

① SMT 贴片外协加工定价方式

SMT 贴片加工费主要由贴片单价、后焊单价、IC 烧录、测试、物料加工费等构成，其计算方法如下表所示：

项目	计算方法
贴片单价(元/PCS)	贴片点数*贴片单点单价
后焊单价(元/PCS)	后焊点数*焊点单点单价
IC 烧录、测试、物料加工费	实际工时*30 元/小时

② 不同外协厂商 SMT 贴片点数单价无显著差异，且与市场价格无显著差异

对于 SMT 贴片加工，目前市场上焊点单价各有不同，从 0.01-0.03 元/焊点的价格不等。报告期内，公司主要 SMT 贴片外协厂商祺顺通电子及森瑞达的加工单价无显著差异。具体如下：

公司主要的 SMT 贴片外协厂商为祺顺通电子和森瑞达，报告期内 SMT 贴片外协采购情况如下：

供应商	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额 (万元)	单价(元/ 点)	金额 (万元)	单价(元/ 点)	金额 (万元)	单价(元/ 点)
祺顺通电子	1,387.50	0.0133	1,255.44	0.0144	581.59	0.0151
森瑞达	653.54	0.0137	455.23	0.0138	504.89	0.0165
其他	3.02				0.87	
合计	2,044.05		1,710.67		1,087.36	

对比主要 SMT 贴片供应商祺顺通电子和森瑞达各年点数加工单价，点数加工单价与祺顺通电子基本一致。

2) 不同外协厂商成品组装和双倍线加工服务基础单价无显著差异

① 双倍线加工

公司主要向和盛高创、东莞市正工电子有限公司（以下简称正工电子）、深圳市彩兴实业有限公司（以下简称彩兴实业）、惠州市粤发电子科技有限公司（简称粤发电子）、深圳市志成俊业科技有限公司（以下简称志成俊业）、惠州市永达电讯实业有限公司（以下简称永达电讯）、湛江市海盈电子有限公司（海盈电子）、众联伟业等供应商采购双倍线加工服务，报告期内采购情况如下：

供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
和盛高创	204.10	18.17	199.12	23.41	159.35	22.66
正工电子	191.89	17.08	160.98	18.93	184.86	26.29
彩兴实业	210.87	18.77	109.33	12.85	44.46	6.32
粤发电子	83.44	7.43	130.11	15.30	68.64	9.76
志成俊业			14.08	1.66	59.37	8.44
永达电讯					9.83	1.40
众联伟业	186.22	16.58	59.18	6.96	35.35	5.03
其他供应商	246.73	21.97	177.79	20.90	141.41	20.11
合计	1,123.25	100.00	850.58	100.00	703.27	100.00

公司不同外协厂商相同连接器接口的双倍线加工单价如下：

连接器类型	供应商	采购单价（元/个）		
		2020 年	2019 年	2018 年
TYPE-C	正工电子	3.68	3.46	3.55
	众联伟业	3.62	3.22	3.16
	其他供应商	2.91	2.95	2.66
	小计	3.32	3.24	3.43
DP	和盛高创	2.38	2.37	2.39
	彩兴实业	2.10	2.12	2.21
	粤发电子	1.95	1.97	2.16
	永达电讯			2.15
	其他供应商	2.18	1.97	2.11
	小计	2.22	2.21	2.27
HDMI	粤发电子	1.86	1.71	1.74
	和盛高创	1.73	1.80	1.69
	海盈电子		1.63	1.74
	其他供应商	1.70	1.58	1.71
	小计	1.77	1.71	1.72
其他		1.75	1.73	1.77

公司不同外协厂商相同连接器接口的双倍线加工单价不存在显著差异，定价公允。

② 成品组装

公司主要向和盛高创、众联伟业、金联禾电子等供应商采购成品组装服务，报告期内向上述三家供应商采购金额合计分别为 805.35 万元、798.89 万元和 850.18 万元，占成品组装外协采购金额的比例分别为 80.56%、65.06%和 73.85%。

成品组装外协采购情况如下：

供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）
和盛高创	315.31	3.10	395.27	3.11	484.22	3.03
众联伟业	319.62	3.22	241.11	2.95	170.66	3.11
金联禾电子	215.26	3.29	162.51	3.31	150.47	3.26

供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）	金额（万元）	单价（元/个）
其他	301.03	2.83	429.01	3.38	194.30	2.57
合计	1,151.21	3.09	1,227.90	3.19	999.65	2.97

2020 年度成品组装外协减少，主要原因为成品组装外协主要为非 Type-C 信号转换器，2020 年度非 Type-C 信号转换器销量从 675.07 万个减少至 658.74 万个。公司向和盛高创、众联伟业、金联禾电子及其他供应商采购成品组装服务的价格无显著差异，定价公允。

(2) 公司 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工采购价格与同行业采购价格无可比性

同行业可比公司未披露 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工的采购单价，海能实业和佳禾智能披露了 SMT 贴片加工和双倍线加工的主要外协厂商的加工数量和加工费金额，计算得出的采购单价与公司对比如下：

1) SMT 贴片

年度	同行业可比公司	加工类型	加工数量（万个）	加工费用（万元）	加工单价（元/个）
2018 年	海能实业	SMT 贴片	991.99	320.23	0.32
	佳禾智能	PCBA 加工	523.18	710.10	1.36
	显盈科技	SMT 贴片	378.99	1,087.36	2.87

注：同行业可比公司佳禾智能、海能实业 2019 年上市之后未披露外协采购价格等信息，其 2018 年的加工单价是由主要外协厂商的加工费合计/加工数量合计计算而得

如上表所示，公司 SMT 贴片加工工序的采购单价与同行业可比公司存在差异，主要原因是：通常来说，SMT 贴片加工按照贴片点位数量*点位单价收费，不同的 SMT 贴片加工产品所涉及到的加工数量存在差异，因此按产品数量计算的单价有所差异。

2) 成品组装

同行业可比公司未披露成品组装的采购单价等数据。

3) 双倍线加工

年度	同行业可比公司	加工类型	加工数量（万个）	加工费用（万元）	加工单价（元/个）
2018 年	海能实业	数据线加工	593.26	707.68	1.19

年度	同行业可比公司	加工类型	加工数量(万个)	加工费用(万元)	加工单价(元/个)
	佳禾智能	线材加工	2,053.34	1,352.50	0.66
	显盈科技	双倍线加工	304.85	703.27	2.31

注：同行业可比公司佳禾智能、海能实业 2019 年上市之后未披露外协采购价格等信息

如上表所示，公司双倍线加工工序的采购单价与同行业可比公司存在差异，主要原因是：双倍线加工定制化程度高，不同产品的双倍线加工采购单价与线束材质、长度、连接器接口、特殊工艺有关，差异较大，无可比性。

(3) 公司 2017 年新增的 SMT 贴片产线账面价值及是否应当计提减值准备
2018 年底，SMT 贴片产线关闭后，公司将主要的 SMT 贴片机器设备出租给了祺顺通电子。

1) 新增 SMT 贴片产线情况

公司历年新增 SMT 贴片设备及辅助工具的情况如下：

购买时间	设备原值(万元)	数量(台)	月折旧(万元)
2016 年	151.17	8.00	2.66
2017 年	272.09	326.00	3.34
2018 年	134.89	86.00	1.21
合计	558.15	420.00	7.21

2) SMT 贴片产线租赁情况

公司在关闭 SMT 贴片产线后，将历年新增的 SMT 贴片设备及辅助工具以及少数办公设备租赁给祺顺通电子使用，公司租给祺顺通电子的 SMT 贴片设备约占祺顺通电子全部 SMT 贴片生产设备的三分之一，设备租赁情况如下：

租赁时间	设备原值(万元)	起租日设备净值(万元)	月折旧(万元)	含税月租金(万元)
2019/1/1-2019/12/31	562.97	410.68	7.35	7.88
2020/1/1-2020/8/30	558.15	322.53	7.21	7.82
2020/9/1-2021/12/31	556.26	237.11	7.18	7.79

2018 年 12 月 26 日公司与祺顺通电子签订《设备租赁合同》，租赁设备原值为 562.97 万元，该等设备截至 2018 年 12 月 31 日的账面价值为 410.68 万元，租赁期限为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，设备含税月租金为 7.88 万元，略高于相关设备的月折旧额，设备租赁价格公允。

2020 年 1 月公司与祺顺通重新签订了《设备租赁合同》，部分办公设备不再

出租，租赁设备原值为 558.15 万元，租赁期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，设备含税月租金为 7.82 万元，略高于相关设备的月折旧额，设备租赁价格公允。

2021 年 1 月公司与祺顺通重新签订了《设备租赁合同》，租赁给祺顺通的设备原值为 556.26 万元，租赁期限为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，设备含税月租金为 7.79 万元，略高于相关设备的月折旧额，设备租赁价格公允。

3) SMT 贴片设备不存在减值迹象

报告期各期末，SMT 贴片设备及辅助工具账面价值分别为 410.68 万元、322.53 万元和 237.11 万元。2018 年 SMT 贴片设备质量良好，2018 年 SMT 产线关闭之后已将设备出租给祺顺通电子使用，不存在因市场价格持续下跌、技术陈旧或长期闲置等情况导致其可回收金额低于其账面价值的情形，SMT 贴片设备未出现减值迹象。

综上，SMT 贴片设备已出租给祺顺通电子使用，设备租赁价格公允；且设备运行状况良好，不存在减值迹象，因此公司未对该部分固定资产计提减值准备。

(二) 披露报告期内前五大外协厂商基本信息，包括但不限于名称、工序、采购数量、金额、占比，并对比不同外协厂商同种工序加工价格是否存在显著差异，是否存在成立时间较短即成为公司主要外协厂商、公司采购金额占外协厂商收入比例较高的情形，如有，请披露原因及合理性

1. 披露报告期内前五大外协厂商基本信息，包括但不限于名称、工序、采购数量、金额、占比

报告期各期，公司对前五大外协厂商的采购金额分别为 2,122.21 万元、2,835.86 万元和 3,387.76 万元，占各期公司外协采购总额的比重分别为 61.85%、61.46%和 59.49%，具体采购情况如下：

期间	序号	外协厂商名称	采购数量 (万个)	采购金额 (万元)	占外协采购 总额的比重 (%)	外协工序
2020 年度	1	祺顺通电子	1,387.50	744.80	24.37%	SMT 贴片工序
	2	森瑞达	653.54	179.87	11.48%	SMT 贴片工序
	3	和盛高创	519.41	198.98	9.12%	成品组装、双倍线加工
	4	众联伟业	505.84	161.90	8.88%	成品组装、双倍线加工

期间	序号	外协厂商名称	采购数量 (万个)	采购金额 (万元)	占外协采购 总额的比重 (%)	外协工序
	5	惠州市信裕科 技术有限公司	321.48	2,000.29	5.65%	注塑加工
	合计		3,387.76	1,332.72	59.49%	
2019 年度	1	祺顺通电子	669.81	1,255.44	27.21%	SMT 贴片工序
	2	和盛高创	215.53	594.39	12.88%	成品组装、双倍线加 工
	3	森瑞达	132.71	455.31	9.87%	SMT 贴片工序
	4	众联伟业	100.37	300.29	6.51%	成品组装、双倍线加 工
	5	旭为电子	66.34	230.45	4.99%	成品组装、双倍线加 工
	合计		1,184.74	2,835.86	61.46%	
2018 年度	1	和盛高创	234.18	643.68	18.76%	成品组装、双倍线加 工
	2	祺顺通电子	258.34	581.59	16.95%	SMT 贴片工序
	3	森瑞达	120.02	504.89	14.71%	SMT 贴片工序
	4	众联伟业	71.00	206.01	6.00%	成品组装、双倍线加 工
	5	金联禾电子	116.20	186.05	5.42%	成品组装、双倍线加 工
	合计		799.76	2,122.21	61.85%	

注：以上采购金额只包括外协加工金额，不包括其他原材料采购金额

2. 对比不同外协厂商同种工序加工价格是否存在显著差异

公司主要的外协工序为 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工，不同外协厂商同种工序加工价格不存在显著差异，具体情况请参加本题回复之“（一）3(1)公司 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工采购价格与市场价格不存在显著差异”。

3. 是否存在成立时间较短即成为公司主要外协厂商、公司采购金额占外协厂商收入比例较高的情形，如有，请披露原因及合理性

公司前五大外协厂商的基本情况如下所示：

序号	外协厂商	成立时间	开始合作时 间	报告期采购金额约占其营业收入 的比例
1	祺顺通电子	2011 年 3 月 11 日	2011 年	各期约占 50%-70%
2	和盛高创	2017 年 5 月 17 日	2013 年[注]	各期约占 55%-80%
3	森瑞达	2011 年 1 月 27 日	2017 年	2018年至2019年均低于9%，2020 年约占20%
4	众联伟业	2018 年 5 月 14 日	2018 年	2018年至2020年各期约占 96%-100%

序号	外协厂商	成立时间	开始合作时间	报告期采购金额约占其营业收入的比例
5	旭为电子	2017年4月26日	2018年	2018年至2019各期约占30%-40%，2020年约占5%
6	金联禾电子	2017年12月12日	2017年	2018年至2020年各期约占70%-100%
7	惠州市信裕科技有限公司	2016年12月28日	2017年	2018年约占50%，其余各期约占90%-100%

[注]2013年与吉安和盛开始合作，2017年开始与同一控制下的和盛高创继续合作

(1) 是否存在成立时间较短即成为公司主要外协厂商

公司报告期内主要外协厂商（前五大外协厂商）中，除和盛高创、众联伟业、旭为电子、金联禾电子、祺顺通电子外，不存在成立时间较短即成为公司主要外协厂商的情况。祺顺通与公司合作时间在7年以上，不属于报告期内新增主要供应商，上述外协厂商成立时间较短便与公司存在交易，是因在该等供应商设立前，其实际控制人任职的其他企业与公司存在业务合作关系，该等人员离职后自主创业或新设立公司，随着公司2018年业务规模的扩大，外协加工服务需求增加，双方接洽后开展合作，具有商业合理性。公司与该等外协厂商之间不存在关联关系。

1) 和盛高创

公司向和盛高创主要采购双倍线、成品组装及双倍线加工外协服务。2013年开始，公司向吉安和盛采购双倍线、提供双倍线加工、成品组装等加工服务。2017年5月，吉安和盛实际控制人欧阳冰华与张玉合作设立和盛高创，公司随之将供应商切换至和盛高创。2015年至2020年，公司向和盛高创及其关联方采购金额分别为278.07万元、339.32万元、600.90万元、1,154.48万元、602.18万元和519.41万元，占其营业收入的比例约为55%-80%，和盛高创与公司一直保持稳定的合作关系。

2) 众联伟业

众联伟业成立于2018年，2018年开始与公司合作，2018年成为公司第四大外协厂商，主要原因是：众联伟业实际控制人陈健主动找到显盈科技寻求合作，2018年随着公司业务规模的不断扩大，短期内产能有限，外协采购需求量增加，经双方接洽、审厂、市场询价后，众联伟业进入公司合格供应商名单，双方逐步开展合作，公司主要向其采购双倍线加工和成品组装服务。

3) 旭为电子

旭为电子成立于 2017 年，2018 年开始与企业合作，2019 年成为公司第五大外协厂商，主要原因是：旭为电子实际控制人为金艳，孙琴为金艳配偶，曾为公司连接器供应商东莞市英默仕电子有限公司（以下简称英默仕）的法定代表人，在行业内具备丰富的生产管理经验。孙琴于 2018 年退出英默仕后，接管旭为电子的生产经营管理，旭为电子通过了公司合格供应商评审，开始与企业合作，随着公司双倍线、成品组装外协加工规模的扩大，于 2019 年成为公司前五大外协厂商。

4) 金联禾电子

金联禾电子成立于 2017 年，2018 年开始与企业合作，2018 年成为公司第五大外协厂商，主要原因是：金联禾电子实际控制人叶正锋为公司塑壳供应商深圳市七一二科技有限公司（以下简称七一二科技）的员工，叶正锋离开七一二科技后自主创业设立金联禾电子，主动找到公司寻求合作，金联禾电子通过了公司合格供应商评审，开始与企业合作，2018 年随着公司年末外协加工规模的扩大，成为公司第五大外协厂商。

(2) 公司采购金额占外协厂商收入比例较高的情形

公司报告期内主要外协厂商（前五大外协厂商）中，公司对祺顺通电子、和盛高创、众联伟业、金联禾电子、信裕科技的采购金额占其营业收入比例较高。外协厂商市场供应竞争激烈，一般而言，外协厂商的规模不大，产能有限，而公司订单稳定，因此优先保证公司的订单生产，从而导致公司采购金额占其营业收入的比例较大的情况。

1) 同行业可比公司外协厂商也以小规模居多

同行业可比公司主要外协厂商也以小规模居多，如下：

同行业可比公司	主要外协工序	外协厂商	注册资本 (万元)
海能实业	SMT 贴片	东莞市皓之海电子有限公司	100
	SMT 贴片	东莞市泽森电子有限公司	100
	SMT 贴片	深圳市川大创鑫科技有限公司	200
	SMT 贴片	东莞市劳丰电子有限公司	3
	数据线加工	深圳市鑫合颖科技有限公司	50
	数据线加工	安福县晟达电子有限公司	150
	数据线加工	安福县双发电子有限公司	200

同行业可比公司	主要外协工序	外协厂商	注册资本 (万元)
	数据线加工	洪湖市中良电子厂	
佳禾智能	注塑、喷油	东莞十和田电子有限公司	5,000
	线材加工	泌阳芯龙电子有限公司	1,000
	PCBA 加工	东莞市瑞勤电子有限公司	1,000
	注塑、喷油	东莞市兆通塑胶制品有限公司	1,000
	线材、耳机加工	河南日立亚电子有限公司	1,000
	PCBA 加工	东莞市华音电子科技有限公司	500
	线材加工	河南省富瑞电子有限公司	500
	皮具加工	深圳市升威皮具有限公司	200
	耳机加工	桂阳青蓝电子有限公司	100
	线材加工	东莞市亚恒电子有限公司	100
	线材加工	东莞市华威电子有限公司	100
	线材、耳机加工	桂阳青蓝电子有限公司	100
	注塑	东莞市信泰塑胶制品有限公司	50
	注塑、喷油	东莞市旭荣电子科技有限公司	50
	注塑	东莞市志萱电子科技有限公司/东莞市石排志萱玩具制品厂	50
	皮具加工	东莞市骏飞实业有限公司	50
	注塑、喷油	东莞市致华塑胶制品有限公司	26
	注塑、喷油	博罗县石湾镇金钛电子厂	5
	注塑、喷油	东莞樟木头山和塑胶模具厂	
	线材加工	东莞市横沥珊凯电子厂	
奥海科技	贴片、插件	深圳市盛荟能电子有限公司	500
	成品组装、插件	遂川县平鑫电子有限公司	200
	成品组装	遂川鑫珠江电子有限公司	200
	贴片、插件	东莞市威杰电子有限公司	50
	成品组装、插件	遂川万力电子科技有限公司	50
	插件、贴片	深圳市忠城电子技术有限公司	168
	插件	深圳市奥科普电子有限公司	50
	插件	东莞市超越机械设备有限公司	50

注：数据来源于可比公司招股说明书等公开信息

SMT、成品组装、双倍线加工、注塑加工等工序简单，技术含量低，外协厂商通常规模不大。

2) 采购金额占其营业收入比例较高的外协厂商主要财务数据

采购金额占其营业收入比例较高的外协厂商祺顺通电子、和盛高创、众联伟业、金联禾电子、山青电子、志成俊业、信裕科技，报告期主要财务数据如下：

单位：万元

公司名称	项目	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31	2018 年度 /2018.12.31
祺顺通电子	总资产	2,437.82	1,489.55	1,189.00
	净资产	999.51	625.61	475.60
	营业收入	2,037.79	1,761.72	1,045.50
	净利润	165.06	144.46	86.78
和盛高创及其关联方	总资产	862.24	820.24	781.25
	净资产	-186.08	338.81	277.80
	营业收入	961.68	915.30	1,549.52
	净利润	-27.90	61.06	64.64
众联伟业	总资产	255.17	46.60	93.07
	净资产	19.90	10.45	2.64
	营业收入	464.21	312.87	191.28
	净利润	9.45	7.82	2.64
金联禾电子	总资产	500.00	33.48	68.28
	净资产	98.60	3.43	0.89
	营业收入	400.00	213.63	178.49
	净利润	31.56	2.54	0.89
信裕科技	总资产	378.46	153.70	112.14
	净资产	4.33	-1.83	-3.88
	营业收入	317.78	123.94	80.21
	净利润	6.19	2.17	-0.90

注：根据上述外协厂商的营业收入计算的公司采购金额占其营业收入的比例中，2020 年信裕科技、2018 年和 2020 年众联伟业、2018 年金联禾电子的占比超过 100%，主要原因是：外协厂商通常以开具发票确认收入，存在部分上年末提供的外协加工服务次年对账后再开发票，收入确认在次年的情况

(三) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 通过全国企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等公开网站查阅外协厂商的工商信息；

(2) 走访并函证报告期内公司与主要外协厂商的交易情况、了解其与公司及其关联方的关系等；

(3) 对公司高级管理人员、外协加工服务采购负责人进行访谈；

(4) 获取报告期内公司交易明细表，查阅就同一产品公司向上述外协厂商及其他外协厂商采购的合同、报价单；

(5) 获取公司同行业可比公司披露的年度报告、招股说明书等公开信息，了解同行业可比公司外协加工的情况；

(6) 获取公司 SMT 贴片工序自行生产的成本明细表、SMT 贴片外协采购明细表，对比 SMT 贴片自制成本和外协采购单价；

(7) 获取公司 SMT 设备固定资产明细表、SMT 设备租赁合同；查阅公开市场相关设备租赁价格。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司外协采购占比高于可比公司的原因具有合理性；外协工序不属于公司的核心生产环节；公司对深圳市祺顺通电子有限公司不存在依赖；公司 SMT 贴片工序自行生产的单位成本略低于外协采购单价，具备合理性；公司 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工采购价格公允，与市场价格不存在显著差异；公司采购价格与同行业采购价格无可比性。公司出租给祺顺通电子使用的 SMT 贴片设备无需计提减值准备；

(2) 公司报告期内主要外协厂商（前五大外协厂商）的基本信息披露准确，不同外协厂商同种工序加工价格不存在显著差异，存在成立时间较短即成为公司主要外协厂商、公司采购金额占外协厂商收入比例较高的情形，具备合理性。

十、关于制造费用。申报材料显示：

报告期各期，发行人营业成本中制造费用分别为 1,873.19 万元、3,660.66 万元、3,314.74 万元，2019 年减少 345.92 万元。根据《保荐工作报告》相关数据测算，扣除人工费用后其他制造费用分别为 265.66 万元、1,680.95 万元、

1,789.26万元，报告期各期专用设备折旧分别为574.23万元、1,088.82万元、1,606.99万元，2017年专用设备折旧金额高于扣除人工费用后其他制造费用、2019年两者金额较为接近。

请发行人披露报告期各期制造费用明细，并结合专用设备折旧金额、厂房租金等分析并披露制造费用金额是否准确。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题10）

（一）请公司披露报告期各期制造费用明细

报告期各期，公司计提的制造费用金额分别为4,023.09万元、3,474.36万元和4,345.11万元。制造费用计提金额占各年度营业成本的比例基本稳定，如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
制造费用计提金额	4,345.11	3,474.36	4,023.09
营业成本	38,234.28	30,237.54	32,176.60
占比	11.36%	11.49%	12.50%

报告期各期，公司计提的制造费用具体情况如下，各项目占比基本稳定：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
职工薪酬	1,700.87	39.14	1,322.62	38.07	1,676.69	41.68
材料费	710.99	16.36	614.45	17.69	695.17	17.28
折旧费	542.93	12.50	472.47	13.60	516.16	12.83
房租	569.15	13.10	391.89	11.28	393.21	9.77
物管水电费	586.18	13.49	484.97	13.96	498.42	12.39
其他	234.99	5.41	187.95	5.41	243.43	6.05
合计	4,345.11	100.00	3,474.36	100.00	4,023.09	100.00

1. 职工薪酬

公司制造费用职工薪酬主要核算间接生产人员的工资、奖金、社会保险费、住房公积金和福利费。报告期各期，公司制造费用职工薪酬总额、平均人数、人均薪酬如下表所示：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
----	--------	--------	--------

平均人数（个）	214.00	186	245
薪酬（万元）	1,700.87	1,322.62	1,676.69
人均薪酬（万元/个）	7.95	7.11	6.84

注：平均人数为各月度计薪人数的平均数

报告期各期，公司制造费用中职工薪酬的金额分别为 1,676.69 万、1,322.62 万元和 1,700.87 万元。

2019 年度，公司制造费用职工薪酬同比减少 354.07 万元，主要系公司间接生产人员平均人数减少所致，具体情况如下：公司于 2018 年底逐步关闭自有 SMT 贴片车间，加大 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工外协规模，并且在深惠两地工厂深入生产效率精益化改革，2019 年度，信号转换拓展产品生产车间厂内自产的半成品、成品数量合计下降 34.33%，因此间接生产人员有所减少 59 人，减少 24%。

2020 年度，制造费用职工薪酬同比增加 378.25 万元，主要原因系：（1）随着公司信号转换拓展产品、模具及精密结构件生产经营规模扩大，公司间接生产人员平均人数增加 28 人，增长 15.05%，与信号转换拓展产品厂内自主生产量增长 11.39%、模具及精密结构件厂内自主生产量增长 16.37%相匹配；（2）公司间接生产人员的平均薪酬有所增长。

2. 材料费

公司制造费用材料费主要核算车间领用的辅助生产材料，报告期各期公司制造费用材料费分别为 695.17 万元、614.45 万元和 710.99 万元，占制造费用的比例分别为 17.28%、17.69%和 16.36%，占比基本稳定，其中 2019 年度，公司制造费用材料费下降 80.72 万元，主要系：（1）当年度营业成本下降 6.03%；（2）2018 年度公司信号转换拓展产品生产经营规模快速扩大，存在较多新产品，在新产品生产初期生产物料清单（BOM）需要逐步完善，工单外领料 165.10 万元，进入制造费用，导致材料费较高。2020 年，工单外领料减少，制造费用材料费下降。

3. 折旧费

报告期各期，公司制造费用折旧费分别为 516.16 万元、472.47 万元和 542.93 万元，占制造费用的比例分别为 12.83%、13.60%和 12.50%，占比基本稳定。2019 年度，公司制造费用折旧费较 2018 年度同比减少 43.69 万元，主要原因为：2018

年底公司关闭了自有 SMT 贴片产线，贴片工序全部改为外协生产，SMT 贴片产线关闭后，公司将主要的 SMT 贴片机器设备出租给了祺顺通电子，出租设备对应的折旧费 88.20 万元计入了其他业务成本。

4. 厂房租赁费

报告期各期，公司制造费用厂房租赁费为生产部门按比例所分摊的厂房租金，分别为 393.21 万元、391.89 万元和 569.15 万元，占制造费用的比例分别为 9.77%、11.28%和 13.10%。2020 年金额和占比提升较多，主要原因为公司深圳工厂搬迁，新租赁厂房房租较高。

5. 物管水电费

报告期各期，公司制造费用物管水电费为生产部门按比例所分摊的物业管理、水费、电费金额。报告期各期，公司各车间的物管水电费金额如下所示：

单位：万元

产品线名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
信号转换拓展产品	118.32	102.88	150.41
模具及精密结构件	467.86	382.09	348.02
合计	586.18	484.97	498.42

(1) 2019 年度、2020 年度，公司为信号转换拓展产品生产所发生的物管水电费变化，与厂内自产半成品、成品数量变化相匹配

2018 底，公司关闭了自有 SMT 贴片产线、并加大 SMT 贴片、成品组装、双倍线加工外协规模，因此 2019 年度信号转换拓展产品生产车间的物管水电费同比减少了 47.52 万元。2019 年度，信号转换拓展产品生产车间厂内自产的半成品、成品数量合计下降 34.33%，物管水电费下降 31.60%。2020 年度，信号转换拓展产品生产车间厂内自产的半成品、成品数量合计上升 11.39%，物管水电费上升 15.01%。变动如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动比例	数量	变动比例	数量
SMT 贴片数量（万个）				-100.00%	499.79
双倍线加工数量（万个）	3.02	-19.49%	3.75	-89.05%	34.21
成品组装数量（万个）	603.04	23.41%	488.64	-19.05%	603.61

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动比例	数量	变动比例	数量
包装数量（万个）	936.17	4.94%	892.10	-8.08%	970.53
各工序厂内自主生产量合计（万个）	1,542.23	11.39%	1,384.48	-34.33%	2,108.15
物管水电费（万元）	118.32	15.01%	102.88	-31.60%	150.41

(2) 2019 年度、2020 年度，模具及精密结构件产品相关物管水电费增长，与模具及精密结构件产品厂内自产半成品、成品数量变化相匹配

2019 年度和 2020 年度，随着模具及精密结构件产品生产经营规模的扩大，公司为模具及精密结构件产品制造所发生的物管水电费逐年增长。2019 年度、2020 年度，模具及精密结构件产品物管水电费分别增长 9.79%和 22.02%，与模具及精密结构件产品厂内自产半成品、成品数量分别增长 10.12%、16.37%相匹配。如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动比例	数量	变动比例	数量
半成品（万个）	934.94	-2.56%	959.52	-9.63%	1,061.71
成品（万个）	8,072.09	19.05%	6,780.36	13.63%	5,966.99
各工序厂内自主生产量合计（万个）	9,007.04	16.37%	7,739.88	10.12%	7,028.70
物管水电费（万元）	466.21	22.02%	382.09	9.79%	348.02

（二）结合专用设备折旧金额、厂房租金等分析并披露制造费用金额是否准确

题干中，专用设备折旧 574.23 万元、1,088.82 万元、1,606.99 万元为累计折旧。报告期各期，专用设备折旧计提金额分别为 534.50 万元、610.87 万元和 700.62 万元。其中，生产成本中计提的制造费用-折旧费金额为 254.01 万元、516.16 万元、472.47 万元和 542.93 万元。除制造费用外，专用设备折旧也计入其他业务成本（出租设备）、研发费用、管理费用等。

报告期各期，制造费用计提的租金金额为 393.21 万元、391.89 万元和 569.15 万元。其波动分析详见本说明十（一）4 “请公司披露报告期各期制造费用明细”相关内容，计提准确。

综上，报告期内，公司披露的制造费用金额准确。

(三) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 访谈公司财务总监及成本会计，了解与成本核算相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

(2) 取得公司制造费用明细、工资表、订单外领料汇总表、固定资产折旧测算表、租赁合同、水电费明细表检查计入制造费用的职工薪酬与生产辅助人员是否匹配、计入制造费用的订单外领料与成本核算规则是否相符、计入制造费用的折旧费与生产用固定资产的折旧测算是否勾稽，计入制造费用的厂房租金与根据租赁合同测算的租金是否匹配，计入制造费用的水电费与车间水电统计是否匹配。

2. 核查意见

经核查，我们认为：公司制造费用金额披露准确。

十一、关于关联交易。申报材料显示：

(1) 报告期内，发行人向关联方惠州志合采购铝壳等原材料，2018年、2019年采购金额分别为566.71万元和539.19万元，占当年采购总额的比例分别为2.03%、2.09%。2019年5月后惠州志合不再为发行人关联方，发行人向其采购金额为350.77万元。

(2) 2019年11月，发行人收购了惠州志合铝壳生产相关的机械设备、电子设备等固定资产和铝壳、型材等存货，参考评估价值为422.27万元，商定不含税转让金额为424.97万元，占收购前一年发行人资产总额的1.50%。惠州志合成立于2018年1月，注册资本100万元。

请发行人披露2018年惠州志合成立及2019年向发行人出售全部资产的原因、2018年和2019年主要财务数据、2018年和2019年向发行人销售金额占其收入的比例，发行人向惠州志合采购原材料的原因、必要性、采购产品类别、单价、数量，并结合向其他供应商采购单价、市场公开价格等分析并披露采购价格的公允性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题11）

(一) 2018年惠州志合成立及2019年公司出售全部资产的原因

1. 2018年惠州志合成立的原因

惠州志合于 2018 年 1 月成立，主要生产销售铝壳产品。惠州志合成立的主要原因是：随着 3C 产品向高端化、精致化发展，公司等 3C 周边产品厂商对铝壳需求增大，唐兵伟与张伟东基于对铝壳业务发展前景的看好，共同设立惠州志合。

2. 2019 年向公司出售全部资产的原因

惠州志合于 2019 年 11 月向公司出售资产，主要原因是：惠州志合是公司的铝壳供应商，2018 年和 2019 年公司日常向惠州志合的采购金额分别为 566.71 万元和 539.19 万元（不含资产收购部分的存货金额），占其收入的比例分别为 87.50%、67.26%，占比较高，惠州志合业务主要来源于公司，公司为更好的把控信号转换拓展产品所需铝壳的研发和生产，拟收购惠州志合的铝壳生产相关的设备。经双方友好协商一致，惠州志合同意将相关资产出售给显盈科技，唐兵伟进入公司工作。

（二）惠州志合主要财务数据

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月 /2020.3.31	2019 年度/2019.12.31	2018 年度/2018.12.31
总资产	5.06	293.28	401.34
净资产	5.06	90.12	54.77
营业收入	0.80	801.61	647.67
净利润	-9.71	35.35	-27.63

注：上述数据未经审计，2020 年 4 月 30 日惠州志合完成税务清算，目前已完成注销

（三）惠州志合 2018 年和 2019 年向公司销售金额占其收入的比例

惠州志合向公司主要销售铝壳，2018 年和 2019 年向公司销售金额分别为 566.71 万元和 539.19 万元（不含资产收购部分的存货金额），2019 年 11 月将铝壳生产相关的机械设备、电子设备等固定资产和铝壳、型材等存货转让给公司，不含税转让金额为 424.97 万元，其中铝壳、型材等存货不含税金额为 188.60 万元，惠州志合将其计入主营业务收入。惠州志合 2018 年和 2019 年向公司销售产品的收入金额分别为 566.71 万元和 727.79 万元（包含资产收购部分的存货金额），占其总收入的比例分别为 87.50%、90.79%，占比较高。

（四）公司向惠州志合采购原材料的原因、必要性、采购产品类别、单价、数量，并结合向其他供应商采购单价、市场公开价格等分析并披露采购价格的公允性

1. 公司向惠州志合采购原材料的原因、必要性

惠州志合主要生产销售铝壳产品，铝壳是公司生产信号转换拓展产品所需原材料之一，公司向惠州志合采购铝壳用于信号转换拓展产品是正常生产经营所必需，具备必要性和合理性。

2. 公司向惠州志合采购产品类别、单价、数量，结合向其他供应商采购单价、市场公开价格等分析并披露采购价格的公允性

(1) 公司向惠州志合采购产品类别、单价、数量，结合向其他供应商采购单价分析采购价格的公允性

公司向惠州志合采购的产品有外壳、双倍线等，各产品的采购情况如下：

产品名称	2020年			2019年			2018年		
	数量 (万个)	金额 (万元)	单价 (元/个)	数量 (万个)	金额 (万元)	单价 (元/个)	数量 (万个)	金额(万元)	单价 (元/个)
外壳				131.93	539.19	4.09	145.22	499.35	3.44
双倍线							17.55	37.83	2.16
其他	0.01	0.04	4.21				12.47	29.53	2.37
合计	0.01	0.04	4.21	131.93	539.19	4.09	175.24	566.71	3.23

2018年、2019年公司向惠州志合采购的内容主要为铝壳等原材料，采购金额分别为566.71万元和539.19万元，占2018年、2019年公司采购总额的比例分别为2.03%和2.09%，占比较低，对公司经营成果无重大影响。

公司向惠州志合采购铝壳主要用于信号转换拓展产品的生产，公司其他主要铝壳供应商主要为东莞市蓝鼎精密电子科技有限公司、东莞市智晖通五金科技有限公司和深圳市广鑫科五金制品有限公司，2018年和2019年，公司向惠州志合及其他供应商采购铝壳的情况如下：

供应商名称	2019年度		2018年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
惠州志合	539.19	46.03%	499.35	38.97%
东莞市蓝鼎精密电子科技有限公司	245.35	20.94%	133.88	10.45%
东莞市智晖通五金科技有限公司	81.93	6.99%	99.00	7.73%
深圳市广鑫科五金制品有限公司	68.12	5.81%	241.13	18.82%
其他	236.91	20.22%	307.96	24.03%

合计	1,171.50	100.00%	1,281.31	100.00%
----	----------	---------	----------	---------

公司向惠州志合采购外壳种类和型号较多，为便于比较，从中选取采购金额排名前五的可比规格型号进行价格对比，具体情况如下：

物料编码	2019年				
	金额 (万元)	数量 (万件)	单价 (元/件)	第三方单价 (元/件)	单价差异率 (%)
204-LK06-0058	29.67	3.91	7.59	7.59	0.00
204-LK04-0080	26.55	4.16	6.38	6.38	0.00
204-LK04-0292	19.38	0.52	36.95	37.07	-0.33
204-LK04-0201	14.92	3.09	4.83	4.40	9.78
204-LK06-0096	12.80	0.96	13.36	13.37	-0.06

(续上表)

物料编码	2018年				
	金额 (万元)	数量 (万件)	单价 (元/件)	第三方单价 (元/件)	单价差异率 (%)
204-LK06-0060	31.99	12.48	2.56	2.56	0.00
204-LK04-0080	27.33	4.28	6.38	6.38	0.00
204-LK04-0104	24.74	3.02	8.18	8.27	-1.09
204-LK04-0001	17.34	16.50	1.05	1.06	-0.94
204-LK02-0153	10.82	1.21	8.97	8.78	2.24

公司向惠州志合和其他供应商采购同一型号的外壳单价差异较小，采购价格公允。

(2) 结合市场公开价格分析采购价格的公允性

公司采购的铝壳定制化程度高，不存在公开的市场价格信息。公司对原材料采购建立了完善的管理制度，原则上会对两家以上合格供应商进行询价、比价、议价，将具体规格、型号及各项要求发给供应商报价，供应商提供报价单后，择优选择供应商进行采购。

公司向惠州志合采购铝壳的价格与其他供应商不存在重大差异，价格公允。

(五) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 对惠州志合进行访谈，了解惠州志合成立原因及向公司出售全部资产的原因；

(2) 对公司管理层及采购主管访谈,了解公司向惠州志合采购原材料的原因及必要性;

(3) 取得惠州志合报告期内的财务报表及公司的采购明细表,核查公司向惠州志合的采购产品类别、数量和单价,是否与惠州志合财务报表数据相匹配;

(4) 比较公司向惠州志合与其他供应商单价的差异,核查公司向惠州志合采购原材料的价格是否公允。

2. 核查意见

经核查,我们认为:惠州志合 2018 年成立及 2019 年向公司出售全部资产具有合理性,惠州志合主要财务数据、2018 年及 2019 年惠州志合向公司销售金额占其营业收入的比例披露准确;公司向惠州志合采购原材料具有合理性、必要性,采购产品类别、单价、数量等信息披露准确;公司向惠州志合采购的原材料价格公允。

十二、关于贸易商销售。申报材料显示:

发行人销售模式为直销模式,公司作为 ODM 制造商将产品直接销售给品牌商和贸易商客户等,但发行人未披露报告期各期向贸易商客户销售情况。

请发行人:

(1) 区分境内外销售,披露报告期各期销售给品牌商和贸易商的金额、占比、毛利率,如对贸易商销售毛利率高于品牌商销售毛利率,请分析并披露原因及合理性,对比同行业可比公司贸易商销售占比,分析并披露发行人通过贸易商销售的合理性;

(2) 报告期各期发行人主要贸易商的简介、销售内容、销售金额、占当期主营业务收入比例、占当期该贸易商营业收入比例、贸易商下游主要客户、最终销售客户是否存在发行人关联方的情形、向发行人采购商品的最终销售情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。(审核问询函问题 12)

(一) 区分境内外销售,披露报告期各期销售给品牌商和贸易商的金额、占比、毛利率,如对贸易商销售毛利率高于品牌商销售毛利率,请分析并披露原因及合理性,对比同行业可比公司贸易商销售占比,分析并披露公司通过贸易商销售的合理性

1. 区分境内外销售,披露报告期各期销售给品牌商和贸易商的金额、占比、

毛利率，如对贸易商销售毛利率高于品牌商销售毛利率，请分析并披露原因及合理性

报告期各期，公司主营业务收入中对贸易商客户销售金额占比分别为：13.82%、2.71%和 2.57%；公司最大贸易商客户为冠宏电子，扣除冠宏电子后，公司主营业务收入中贸易商客户占比分别为：4.34%、2.71%和 2.47%。

报告期内，公司向品牌商和贸易商客户销售金额、占比和毛利率如下表：

单位：万元

报告期各期		外销		内销		合计
		品牌商	贸易商	品牌商	贸易商	
2020年	主营业务收入	33,446.44	671.27	17,965.88	685.21	52,768.79
	占比	63.38%	1.27%	34.05%	1.30%	100.00%
	毛利率	36.41%	35.91%	12.50%	23.15%	28.09%
2019年	主营业务收入	24,763.61	404.97	15,817.48	727.21	41,713.27
	占比	59.37%	0.97%	37.92%	1.74%	100.00%
	毛利率	37.99%	33.37%	13.28%	19.31%	28.25%
2018年	主营业务收入	19,590.65	4,545.75	14,795.75	969.24	39,901.39
	占比	49.10%	11.39%	37.08%	2.43%	100.00%
	毛利率	29.60%	21.97%	6.69%	4.22%	19.62%

报告期各期，公司外销品牌商整体毛利率均高于外销贸易商整体毛利率。2019年、2020年外销贸易商毛利率增长较快，原因为2019年后，对冠宏电子业务转移至下游直销客户茂杰国际，冠宏电子毛利率较低，其销售额下降后，外销贸易商整体销售毛利率提升。报告期各期，剔除冠宏电子，其他外销贸易商毛利率分别为28.40%、33.19%和36.49%。

2019年和2020年，公司内销品牌商毛利率低于内销贸易商毛利率，这主要是因为：

(1) 公司内销第一大品牌商客户客户乙毛利率较低

报告期各期，客户乙毛利率较低；剔除客户乙后，其他内销品牌商毛利率分别为11.64%、17.08%和14.23%，与内销贸易商毛利率较为接近。

2018年对客户乙销售毛利率为负，原因为：1) 客户乙为内销第一大客户，议价能力强，公司向其销售的整体毛利率较低；2) 2018年电容涨价，对客户乙

销售产品的成本上升，但销售价格未能相应提升，导致毛利率为负。

(2) 内销贸易商客户采购量相对较小，持续性相对较低，定价较高

不同于境外贸易商，公司内销贸易商客户采购量相对较小，持续性相对较低，交易波动性相对较大，因而公司对该部分客户的产品定价一般较国内品牌商客户高，导致其毛利率一般较内销品牌商客户高。2018 年以来，公司逐渐减少与内销贸易商的合作，逐步淘汰毛利率低的贸易商客户，集中精力服务好品牌商客户，2018 年至 2020 年，内销贸易商销售额分别为 969.24 万元、727.21 万元和 685.21 万元，内销贸易商毛利率逐步提高，分别为 4.22%、19.31%和 23.15%。

综上，报告期内，公司品牌商、贸易商客户毛利率合理。

2. 对比同行业可比公司贸易商销售占比，分析并披露公司通过贸易商销售的合理性

与公司从事同类型业务的同行业可比公司海能实业未披露其贸易商销售情况及占比。

从事类似的 3C 电子产品 ODM 代工的同行业可比公司佳禾智能在其招股说明书中披露：“线下直销给贸易商。公司将自有品牌产品直接销售给贸易商，由贸易商销售给终端用户”，但未披露该部分销售占比。

从事类似的 3C 电子产品 ODM 代工的同行业可比公司奥海科技在其招股说明书中披露：“公司主要分为品牌客户直接向公司下达订单和品牌客户指定方案公司向公司下达订单两种方式。”奥海科技披露的两种方式销售占比如下：

单位：万元

方式	2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比
品牌商直接向公司下订单方式	171,950.15	74.85%	103,387.88	62.76%
品牌商指定方案公司下订单方式	57,765.62	25.15%	61,356.39	37.24%
合计	229,715.77	100.00%	164,744.27	100.00%

公司通过贸易商销售主要是因为贸易商具有一定的客户资源，同时相比品牌商客户而言，多数采购量较小的贸易商对产品的个性化需求较少，有利于公司节约研发费用，灵活利用公司现有产能；公司通过贸易商销售符合行业惯例。综上，

公司通过贸易商销售部分产品具有合理性。

(二) 报告期各期公司主要贸易商的简介、销售内容、销售金额、占当期主营业务收入比例、占当期该贸易商营业收入比例、贸易商下游主要客户、最终销售客户是否存在公司关联方的情形、向公司采购商品的最终销售情况

报告期各期，公司贸易商销售金额、占当期主营业务收入比例较小。具体如下：

期间	序号	贸易商客户	销售内容	销售金额 (万元)	占主营业务收入比例
2020 年度	1	苏州麦联商贸有限公司	信号转换拓展产品	377.09	0.71%
	2	Canton Services Limited	信号转换拓展产品	223.75	0.42%
	3	DTG NEO SCIENTIFIC LIMITED	信号转换拓展产品	185.90	0.35%
	4	宁波美宁电子有限公司	信号转换拓展产品	124.88	0.24%
	5	TJ POINT SRL CON UNICO SOCIO	信号转换拓展产品	99.80	0.19%
	合计				1011.41
2019 年度	1	苏州麦联商贸有限公司	信号转换拓展产品	332.86	0.80%
	2	Canton Services Limited	信号转换拓展产品	219.20	0.53%
	3	宁波美宁电子有限公司	信号转换拓展产品	83.40	0.20%
	4	上海市纺织原料公司	信号转换拓展产品	79.46	0.19%
	5	深圳市百科瑞实业有限公司	信号转换拓展产品	69.27	0.17%
	合计				784.19
2018 年度	1	冠宏电子有限公司	信号转换拓展产品	3,786.00	9.49%
	2	苏州麦联商贸有限公司	信号转换拓展产品	263.81	0.66%
	3	Moretech Components Co Ltd.	信号转换拓展产品	254.57	0.64%
	4	宁波美宁电子有限公司	信号转换拓展产品	246.01	0.62%
	5	Canton Services Limited	信号转换拓展产品	239.29	0.60%
	合计				4,789.67

1. 冠宏电子有限公司

冠宏电子有限公司，2009年注册于中国台湾基隆市，是一家从事电子产品的贸易公司。冠宏电子认为其营业收入金额系其商业机密，拒绝向公司提供，但邮件告知其仅向公司采购信号转换拓展产品，公司无法获得冠宏电子采购公司产品金额占其营业收入的比例。冠宏电子下游主要客户是茂杰国际，其品牌为国际知名品牌A，品牌A信号转换拓展产品通过线下（Best Buy等）和线上（Amazon、

京东等)渠道销往全球;冠宏电子最终销售客户不存在公司关联方;根据冠宏电子邮件回函,报告期内,冠宏电子向公司采购的信号转换拓展产品,截至2020年12月31日,已基本销售给下游客户,不存在长期积压无法出售的情形。

2. Canton Services Limited

Canton Services Limited, 2012年成立于香港,从事电脑周边产品和光纤的出口贸易,与澳大利亚和新西兰多个当地品牌商有良好合作关系。Canton Services Limited认为其营业收入金额系其商业机密,拒绝向公司提供,其采购公司产品金额占其营业收入的比例、其客户信息因涉及商业机密已申请豁免披露。Canton Services Limited最终销售客户不存在公司关联方;根据Canton Services Limited邮件回函,报告期内,Canton Services Limited向公司采购的信号转换拓展产品,截至2020年12月31日,已销售给下游客户,不存在长期积压无法出售的情形。

3. 苏州麦联商贸有限公司

苏州麦联商贸有限公司(以下简称“苏州麦联”),2016年成立于苏州市,是一家从事电脑、手机周边产品、游戏产品等贸易的公司。其采购发行人产品金额占其营业收入的比例、其客户信息因涉及商业机密已申请豁免披露;苏州麦联最终销售客户不存在公司关联方;根据苏州麦联商贸有限公司邮件回函,报告期内,苏州麦联向公司采购的信号转换拓展产品截至2020年12月31日,已销售给下游客户,不存在长期积压无法出售的情形。

4. 宁波美宁电子有限公司

宁波美宁电子有限公司(以下简称“宁波美宁”),2006年成立于宁波市,是中国领先的电缆、电线及电缆连接的制造商和出口商之一,产品远销美国、英国、德国、荷兰、瑞典、意大利、法国、澳大利亚、新西兰等国家和地区。宁波美宁认为其营业收入金额系其商业机密,拒绝向公司提供,公司无法获得宁波美宁采购公司产品金额占其营业收入的比例。其客户信息因涉及商业机密已申请豁免披露;宁波美宁最终销售客户不存在公司关联方;根据宁波美宁电子有限公司邮件回函,报告期内,宁波美宁向公司采购的信号转换拓展产品,截至2020年12月31日,已基本销售给下游客户,不存在长期积压无法出售的情形。

5. Moretech Components Co Ltd.

Moretech Components Co Ltd.（贸太实业有限公司，以下简称 Moretech），1988 年注册于中国台湾台北市，是一家从事电子产品贸易的公司。Moretech 认为其营业收入金额系其商业机密，拒绝向公司提供，公司无法获得 Moretech 采购公司产品金额占其营业收入的比例。其客户信息因涉及商业机密已申请豁免披露；Moretech 最终销售客户不存在公司关联方；根据 Moretech 邮件回函，报告期内，Moretech 向公司采购的信号转换拓展产品，截至 2020 年 12 月 31 日，已基本销售给下游客户，不存在长期积压无法出售的情形。Moretech 的订单均由公司直接发送给其下游客户，因此其自身通常不留库存，向公司采购的商品已实现最终销售。

6. 上海市纺织原料有限公司

上海市纺织原料有限公司（以下简称上海纺织），1994 年成立于上海市，是一家从事电子产品等综合产品贸易的公司。上海纺织认为其营业收入金额系其商业机密，拒绝向公司提供，公司无法获得上海纺织采购公司产品金额占其营业收入的比例。其客户信息因涉及商业机密已申请豁免披露；上海纺织最终销售客户不存在公司关联方；根据上海市纺织原料有限公司邮件回函，报告期内，上海纺织向公司采购的信号转换拓展产品，截至 2020 年 12 月 31 日，已基本销售给下游客户，不存在长期积压无法出售的情形。

7. TJ POINT SRL CON UNICO SOCIO

TJ POINT SRL CON UNICO SOCIO（以下简称 TJ POINT），是一家从事电子产品贸易的意大利公司。其采购发行人产品金额占其营业收入的比例因涉及商业机密已申请豁免披露。TJ POINT 通过电信运营商渠道和电商渠道向企业客户和消费者客户销售产品；TJ POINT 最终销售客户不存在公司关联方；根据 TJ POINT 邮件回函，报告期内，TJ POINT 向公司采购的信号转换拓展产品，截至 2020 年 12 月 31 日，已基本销售给下游客户，不存在长期积压无法出售的情形。

8. 深圳市百科瑞实业有限公司

深圳市百科瑞实业有限公司（以下简称百科瑞），2014 年成立于深圳市，是一家从事电子产品贸易的公司。2019 年末，百科瑞与公司终止合作，目前已不

接受访谈和函证，故无法取得相关信息。报告期内，百科瑞合计向公司采购130.28万元，占报告期公司合计主营业务收入的0.10%，采购金额较小。通过核查相关交易单据，确认公司向百科瑞销售已完成，不存在期后退货的情形。

9. DTG NEO SCIENTIFIC LIMITED

DTG NEO SCIENTIFIC LIMITED（以下简称DTG），2007年成立于香港，是一家从事电子产品贸易的公司。DTG认为其营业收入金额系其商业机密，拒绝向发行人提供，公司无法获得DTG采购发行人产品金额占其营业收入的比例。其客户信息因涉及商业机密已申请豁免披露；DTG最终销售客户不存在公司关联方；根据DTG邮件回函，报告期内，DTG向发行人采购的信号转换拓展产品，截至2020年12月31日，已基本销售给下游客户，不存在长期积压无法出售的情形。

（三）核查程序及核查意见

1. 核查程序

（1）取得公司收入成本明细表，核查销售给品牌商和贸易商的金額、占比和毛利率，分析信号转换拓展产品内销品牌商毛利率低于内销贸易商毛利率的原因；

（2）通过全国工商信息系统、企查查、天眼查等工商查询平台查询主要贸易商的基本信息；

（3）对主要贸易商进行函证及访谈，同时通过邮件和电话向主要贸易商确认公司销售占贸易商营业收入比例、最终销售客户的情况及采购商品的最终销售情况；

（4）查询同行业可比公司的招股说明书、年报等资料，获取同行业可比公司对贸易商的披露情况。

2. 核查意见

（1）公司通过贸易商销售符合行业惯例，具有合理性；

（2）除深圳市百科瑞实业有限公司未予答复外，公司的贸易商下游主要客户、最终销售客户与公司不存在关联方，其向公司采购的产品已基本销售给其下游客户，不存在长期积压无法销售的情形。

十三、关于股份支付及员工持股平台。申报材料显示：

(1) 2015年12月，发行人实际控制人林涓将其持有的显盈有限5%股权以1元/注册资本的价格转让给发行人董事兼总经理肖杰，转让金额为100万元，发行人未确认股份支付。此外肖杰通过持有珠海凯盈25%的份额间接持有发行人3.70%的股份，发行人未披露取得时间、取得价格、取得方式。

(2) 2016年9月，林涓、肖杰分别以1.2元/股的价格认购发行人300万股，林涓持有发行人股份由45%提高到45.83%、肖杰持有发行人股份由20%提高到25%，发行人未确认股份支付。

(3) 2016年6月，林涓向发行人员工陈盈梅、罗勇、宋煜、陈英滢、陈东、刘丽平转让通过珠海凯盈间接持有的发行人股份，发行人未披露转让价格及定价依据且未确认股份支付。此外珠海凯盈共9名合伙人，其中3名合伙人未在发行人任职。发行人整体变更时，珠海凯盈的合伙人应缴纳的个人所得税暂未缴纳，并且未办理个人所得税分期缴纳备案，未缴个人所得税涉及发行人董事、高管。

请发行人：

(1) 披露肖杰取得珠海凯盈份额的时间、价格、方式，2015年12月林涓向肖杰以1元/注册资本的价格转让股权的定价依据，肖杰受让上述股权未确认股份支付的依据是否充分，若确认股份支付是否会导致发行人股改时点未分配利润为负；

(2) 披露2016年9月林涓、肖杰增资的定价依据，2016年6月林涓向陈盈梅等员工转让珠海凯盈份额的价格及定价依据，上述增资及股份转让未确认股份支付的依据是否充分。

请保荐人核查并发表明确意见，请申报会计师对上述事项(1)、(2)核查并发表明确意见。(审核问询函问题13第1-2点)

(一) 披露肖杰取得珠海凯盈份额的时间、价格、方式，2015年12月林涓向肖杰以1元/注册资本的价格转让股权的定价依据，肖杰受让上述股权未确认股份支付的依据是否充分，若确认股份支付是否会导致公司股改时点未分配利润为负

1. 肖杰取得珠海凯盈份额的时间、价格、方式

2015年12月9日林涓、肖杰、陈世华签订了《珠海凯盈投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》，同意设立珠海凯盈投资合伙企业（有限合伙）。其中，林涓认缴出资400万元，肖杰认缴出资200万元，陈世华认缴出资200万元。2015年12月17日，珠海市横琴新区工商行政管理局核发《营业执照》，珠海凯盈成立，出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	持有合伙份额	出资比例（%）
1	林涓	400.00	50.00
2	肖杰	200.00	25.00
3	陈世华	200.00	25.00
合计		800.00	100.00

2015年12月，林涓将其持有的深圳市显盈电子科技有限公司（简称显盈有限，系深圳市显盈科技股份有限公司的前身）15%的股权以1元/注册资本的价格转让给陈世华，转让金额为300万元；林涓将其持有的显盈有限5%的股权以1元/注册资本的价格转让给肖杰，转让金额为100万元；林涓将其持有的显盈有限20%的股权以1元/注册资本的价格转让给珠海凯盈，转让金额为400万元。2016年1月15日，显盈有限就本次股权转让事宜于深圳市市场监督管理局办理完成了工商变更登记手续。本次股权转让后，显盈有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	持股比例（%）
1	林涓	900.00	45.00
2	肖杰	400.00	20.00
3	陈世华	300.00	15.00
4	珠海凯盈	400.00	20.00
合计		2,000.00	100.00

因此，肖杰于2015年12月通过出资设立的方式，取得了珠海凯盈份额，设立后，珠海凯盈以1元/注册资本的价格受让显盈有限20%股权，肖杰通过珠海

凯盈间接持有显盈有限 5%的股权。

2. 2015 年 12 月林涓向肖杰以 1 元/注册资本的价格转让股权的定价依据

本次股权转让以出让方出资成本 1 元/注册资本作价，主要参考了显盈有限截至 2015 年 12 月 31 日的净资产。截至 2015 年 12 月 31 日，显盈有限每注册资本对应的净资产为 1.46 元，与出让方出资成本 1 元/注册资本接近。因此，本次转让定价公允、合理。

3. 肖杰受让上述股权未确认股份支付的依据是否充分，若确认股份支付是否会导致公司股改时点未分配利润为负

如上所述，肖杰直接和间接受让上述股权的价格公允、合理，因此未确认股份支付。

若确认股份支付，按入股时的每注册资本净资产 1.46 元计算，涉及股份支付费用 92 万元 $((1.46-1)*2000*(5\%+5\%))$ （注：2015 年 12 月，肖杰直接受让 5%股权，通过珠海凯盈间接受让 5%份额）。按 2015 年度扣除非经常性损益后归属母公司股东的净利润 10 倍 PE 作为公允价值计算，涉及股份支付费用为 394.64 万元 $((594.64*10*10\%)-2000*(5\%+5\%))$ 。截至股改基准日 2016 年 3 月 31 日，显盈有限未分配利润为 1,118.56 万元，因此，若确认股份支付不会导致公司股改时点未分配利润为负。

(二) 披露 2016 年 9 月林涓、肖杰增资的定价依据，2016 年 6 月林涓向陈盈梅等员工转让珠海凯盈份额的价格及定价依据，上述增资及股份转让未确认股份支付的依据是否充分

1. 2016 年 9 月林涓、肖杰增资的定价依据

(1) 本次增资的基本情况

2016 年 8 月 18 日，显盈股份召开 2016 年第二次临时股东大会，同意显盈股份发行不超过 600 万股（含 600 万股）新股，其中林涓以货币资金认购 300 万股，肖杰以货币资金认购 300 万股，认购价格均为 1.2 元/股，认购金额合计为 720 万元。

(2) 本次定向增发的定价依据

本次定向增发的认购价格为 1.2 元/股，定价依据为显盈科技截至 2016 年 6 月 30 日的净资产。根据本所出具的《审计报告》（天健审〔2016〕7-472 号），按 2016 年 6 月 30 日净资产计算，显盈科技股改后每股净资产为 1.18 元/股（按

股改后 3,000 万股计算)。本次增资价格高于公司股改后的每股净资产，定价公允，因此未确认股份支付。

2. 2016 年 6 月林涓向陈盈梅等员工转让珠海凯盈份额的价格及定价依据

(1) 本次份额转让的基本情况

2016 年 6 月 13 日，珠海凯盈出资额从 800 万元调减至 400 万元，各合伙人出资额同比例调减。同日，林涓分别与陈盈梅、罗勇、宋煜、陈英滢、陈东、刘丽平签订《合伙企业出资转让协议书》，进行如下转让：

转让方	受让方	转让份额 (万份)	对应转让显盈注册资本 (万元)	交易金额 (万元)	交易单价(对应显盈) (元/注册资本)	显盈有限每股净资产 (2016年6月30日, 股改前 2,000 万元 注册资本)
林涓	陈盈梅	13.33	13.33	23.73	1.78	1.78
	罗勇	13.33	13.33	23.73	1.78	1.78
	宋煜	6.67	6.67	11.87	1.78	1.78
	陈英滢	6.67	6.67	11.87	1.78	1.78
	陈东	10.00	10.00	17.80	1.78	1.78
	刘丽平	10.00	10.00	17.80	1.78	1.78
合计		60.00	60.00	106.80	1.78	1.78

(2) 本次份额转让的定价依据

本次份额转让的定价依据为珠海凯盈持有的显盈有限的净资产。根据本所出具的《审计报告》(天健审〔2016〕7-472号)，截至 2016 年 6 月 30 日，显盈有限经审计的净资产为 3,552.97 万元，珠海凯盈每份额对应的净资产为 1.78 元。本次份额转让的价格为每份额 1.78 元。本次转让定价公允，因此未确认股份支付。

3. 上述增资及股份转让未确认股份支付的依据是否充分

如上所述，上述增资及股份转让均参考显盈有限的净资产定价，定价公允，因此未确认股份支付的依据充分。

对于 2016 年 6 月珠海凯盈份额转让，假设按 2016 年度扣除非经常性损益后归属母公司股东的净利润 10 倍 PE 作为公允价值计算，涉及股份支付费用为 407.32 万元 $((1,579.54 \times 10 \times 3.33\%) - 118.67)$ (注：2016 年 6 月，员工通过珠海凯盈受让 3.33% 股份，转让价格为 118.67 万元)。

股改前，公司共进行两次股权激励，合计 801.96 万元（肖杰受让 10%股权涉及股份支付费用 394.64 万元，2016 年 6 月陈盈梅等合伙人受让林涓珠海凯盈份额涉及股份支付费用 407.32 万元）。截至股改基准日 2016 年 3 月 31 日，显盈有限未分配利润为 1,118.56 万元，因此，若确认股份支付不会导致公司股改时点未分配利润为负。

（三）核查程序及核查意见

1. 核查程序

（1）查阅公司与股权激励相关的股东会决议、股权激励计划以及持股平台合伙协议等文件，检查股权激励的激励对象是否属于公司职工，了解入股价格的定价依据；

（2）核查公司及珠海凯盈历次股权变更的工商资料，判断股权转让的价格是否是公允的；

（3）取得公司增资的股东会决议、增资协议、验资报告及审计报告等，判断增资的定价依据是否合理，价格是否公允；

（4）结合公司的股权转让时点公司净资产情况，重新计算假设确认股份支付，判断是否会导致股改时点未分配利润为负；

（5）检查公司出资的银行回单，并向银行进行函证。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）肖杰等员工取得的珠海凯盈合伙份额及显盈有限股权的定价公允、合理，未确认股份支付合理。若确认股份支付，不会导致公司股改时点公司未分配利润为负；

（2）林涓及肖杰增资及股份转让均参考显盈有限的净资产定价，定价公允，未确认股份支付的依据充分。

十四、关于员工人数变动及社保、住房公积金缴纳等。申报材料显示：

报告期各期，发行人信号转换拓展产品收入分别为 26,521.06 万元、35,721.35 万元、37,337.42 万元，逐年增长。

（1）报告期各期末，发行人员工人数分别为 1,144 人、892 人、911 人，

2018 年和 2019 年减少较多，根据《保荐工作报告》，发行人报告期各期平均员工人数分别为 870 人、1,012 人、753 人，与期末员工人数分别相差 25 人、-399 人、-380 人。发行人以报告各期末员工人数计算欠缴社保、住房公积金合计分别为 382.56 万元、629.14 万元、390.51 万元，占利润总额比例分别为 17.85%、22.88%、6.63%。

(2) 根据《保荐工作报告》，信号转换拓展产品车间生产人员薪酬总额分别为 3,635.68 万元、4,199.18 万元、2,562.11 万元，2019 年减少 1,637.07 万元，平均员工人数分别为 674 人、784 人、521 人，人均年薪酬分别为 5.39 万元、5.36 万元、4.92 万元，2019 年员工人数及人均薪酬均下降幅度较大。发行人解释为外协加工增加。

请发行人：

(2) 结合信号转换拓展产品外协费用的变化，分析并披露 2019 年员工人数及人均薪酬下降较多的原因。

请保荐人、申报会计师核查上述事项 (2) 并发表明确意见。(审核问询函问题 17 第 2 点)

(一) 结合信号转换拓展产品外协费用的变化，分析并披露 2019 年员工人数及人均薪酬下降较多的原因

2018 年度和 2019 年度，公司信号转换拓展产品产量、外协采购金额与相应生产人员薪酬总额的变动分析如下：

项目	2019 年度	2018 年度
信号转换拓展产品产量 (万个) ①	892.10	970.53
信号转换拓展产品外协采购金额 (万元) ②	3,800.40	2,844.75
单位产品外协采购金额 (元/个) (②/①)	4.26	2.93
生产人员薪酬总额 (万元) ③	2,562.11	4,199.18
单位产品人工成本 (元/个) (③/①)	2.87	4.33
外协采购金额与生产人员薪酬总额合计 (万元) (②+③)	6,362.51	7,043.93
单位产品外协采购金额与人工成本合计 (元/个) [(②+③)/①]	7.13	7.26
生产人员人数 (人) ④	521	784
人均薪酬 (万元/人) (③/④)	4.92	5.36

1. 2019 年信号转换拓展产品整体产量下降，生产人员需求下降，导致外协采购金额与生产人员薪酬总额合计下降

如上表所示，信号转换拓展产品 2019 年整体产量有所下降，外协采购金额与生产人员薪酬总额合计有所下降。整体而言，单位产品的外协采购金额与人工成本合计保持稳定，2018 年和 2019 年分别为 7.26 元/个和 7.13 元/个。

2. 2019 年信号转换拓展产品外协采购比例上升，导致 2019 年生产人员人数进一步减少

随着信号转换拓展产品 2019 年外协采购比例的上升，信号转换拓展产品生产人员人数逐步减少。2018 年度、2019 年度，信号转换拓展产品生产车间厂内自产的半成品、成品数量合计下降 34.33%，生产人员人数下降 33.55%。变动如下：

项目	2019 年度		2018 年度
	数量	变动比例	数量
SMT 贴片数量（万个）	-	-100.00%	499.79
双倍线加工数量（万个）	3.75	-89.05%	34.21
成品组装数量（万个）	488.64	-19.05%	603.61
包装数量（万个）	892.10	-8.08%	970.53
各工序厂内自主生产量合计（万个）	1,384.48	-34.33%	2,108.15
生产人员人数（人）	521	-33.55%	784

3. 2019 年信号转换拓展产品生产人员加班工时占比下降，加班工资减少，导致人均薪酬有所下降

2017 年度至 2019 年度，信号转换拓展产品生产人员人均薪酬分别为 5.39 万元/人、5.36 万元/人、4.92 万元和 2.92 万元。

2019 年，信号转换拓展产品生产人员人均薪酬下降，主要原因是：公司生产人员基本按照出勤工时及对应的单位工时工资乘积计算薪酬，而出勤工时又包括平时正班工时、平时加班工时和周末加班工时等，单位工时工资排序如下：周末加班工时工资>平时加班工时工资>平时正班工时工资。随着深惠两地工厂深化精益化生产改革的推进，生产人员效率提升，加班工时减少，加班工时占比下降，生产人员加班工资相应减少，从而导致人均薪酬下降较多，具体如下：

项目	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------

	薪酬总额 (万元)	工时(万 小时)	单位工 时工资 (元/小 时)	工时占 比(%)	薪酬总额 (万元)	工时 (万小 时)	单位工 时工资 (元/ 小时)	工时占 比(%)
正班	1,324.85	94.26	14.06	68.78	1,845.34	136.35	13.53	59.58
平时加班	479.56	27.59	17.38	20.13	892.51	51.86	17.21	22.66
周末加班	351.97	15.20	23.16	11.09	920.90	40.63	22.67	17.75
其他绩效奖金	405.73				540.43			
合计	2,562.11	137.04	18.70	100.00	4,199.18	228.84	18.35	100.00

如上表所示，2019 年信号转换拓展产品生产人员单位正班工时工资、单位平时加班工时工资以及单位周末加班工时工资较 2018 年均略有增长。2019 年信号转换拓展产品生产人员人均薪酬下降原因为加班工时占比下降，加班工资减少，从而导致人均薪酬下降。

(二) 请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见

1. 核查程序

(1) 取得公司及其子公司各报告期末员工名册、薪酬制度文件，月工资薪金明细表，按年末口径和月度平均口径分别统计各类人员的人数，分析 2018 年和 2019 年年末员工人数与平均员工人数差异较大的原因及其合理性；

(2) 访谈公司主要管理人员，了解公司员工人数变动与公司生产经营的匹配性；

(3) 取得信号转换拓展产品外协采购明细表，计算各类人员的人均薪酬，查看工资表中生产人员薪酬构成，汇总生产人员平时正班工时、加班工时数量，计算单位工时工资变动情况，分析 2019 年员工人数及人均薪酬下降较多的原因、与信号转换拓展产品外协采购金额的匹配性及其合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：信号转换拓展产品 2019 年员工人数及人均薪酬下降较多具有合理性。

十五、关于应收账款。申报材料显示：

(1) 报告期各期，发行人应收账款余额分别为 5,732.76 万元、10,186.19 万元、9,516.68 万元，2018 年末大幅增加，占营业收入比例分别为 20.99%、25.45%、

22.60%。应收账款周转率分别为 5.23 次、5.03 次、4.27 次，未与同行业可比公司进行对比分析。

(2) 报告期各期，发行人逾期应收账款金额分别为 287.11 万元、551.36 万元、796.87 万元，占各期末应收账款余额的比重分别为 5.01%、5.41%和 8.37%，逐年提高，但发行人计提应收款项坏账准备金额分别为 134.75 万元、155.50 万元、56.00 万元，2019 年明显减少。

(3) 发行人应收东莞仁海科技股份有限公司的货款 147.47 万元，已向法院提起诉讼要求其支付所拖欠的货款，发行人仍按照对应账龄组合的信用风险损失率计提了坏账准备。

(4) 发行人通过购买出口信用保险等方式防范应收账款回收风险，报告期内保险费 39.81 万元、46.13 万元、46.57 万元。

请发行人：

(1) 分析并披露 2018 年应收账款大幅增加的原因，对主要客户是否放宽信用政策，报告期内逾期应收账款比例上升、坏账准备计提减少的原因，并结合同行业可比公司情况分析并披露发行人应收账款周转率下降是否符合行业趋势；

(2) 区分境内外客户披露应收账款余额、出口信用保险承保金额及与保险费的匹配关系；

(3) 披露 2019 年末应收账款、逾期应收账款截至 2020 年 6 月末的回款金额，东莞仁海科技股份有限公司所欠货款是否已收回，如仍未收回，请结合预计信用损失等分析并披露坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 18）

(一) 分析并披露 2018 年应收账款大幅增加的原因，对主要客户是否放宽信用政策，报告期内逾期应收账款比例上升、坏账准备计提减少的原因，并结合同行业可比公司情况分析并披露公司应收账款周转率下降是否符合行业趋势

1. 2018 年、2020 年应收账款大幅增加的原因

公司 2017 年末应收账款余额为 5,732.76 万元，2018 年末应收账款余额为 10,186.19 万元；2018 年末应收账款余额相较于 2017 年末增加 4,453.43 万元；公司 2019 年末应收账款余额为 9,516.68 万元，2020 年末应收账款余额为 14,820.28 万元；2020 年末应收账款余额相较于 2019 年末增加 5,303.60 万元。

2018年、2020年应收账款大幅增加的具体原因如下：

(1) 2018年末应收账款余额随着2018年度销售规模的增长而增长

2018年度，公司营业收入为40,018.05万元，相比2017年度增长了46.55%，导致2018年末应收账款余额随之增长，2018年末公司应收账款余额变动与2018年度营业收入变动的情况如下：

单位：万元

项目	2018年度/2018年末		2017年度/2017年末
	金额	变动率	
应收账款余额	10,186.19	77.68%	5,732.76
营业收入	40,018.05	46.55%	27,306.62

(2) 面向美国市场的客户 StarTech.com 为应对美国征收关税进行提前备货

2018年9月，公司信号转换拓展产品被美国加征10%关税，面向美国市场的客户 StarTech.com 顾虑关税税率在2019年初会进一步提升到25%，故提前下达次年采购计划，并增加了第四季度的采购金额。StarTech.com 在2018年第四季度的采购额为2,699.34万元，相比2017年第四季度增长了1,603.30万元，2018年末应收账款余额2,982.47万元，相比2017年末增加1,775.30万元。

(3) 2020年应收账款大幅增加的原因

公司2019年末应收账款余额为9,516.68万元，2020年末应收账款余额为14,820.28万元；2020年末应收账款余额相较于2019年末增加5,303.60万元，2020年应收账款大幅增加的具体原因：1)2020年公司对茂杰国际销售金额增长4,578.65万元，相应应收账款增长2,150.92万元；2)2020年，Belkin扩大了采购公司产品的规模和种类，销售金额增长3,596.16万元，相应应收账款增长1,505.74万元。境外客户销售旺季为四季度，因此增加的销售额较多体现为应收账款。

2. 对主要客户是否放宽信用政策

报告期各期，公司前五大客户的信用政策如下表所示：

客户名称	报告期信用政策
客户 A	提单日 90 天
茂杰国际股份有限公司	2018 年开始合作，对账日 105 天； 2019 年 6 月改为：对账日 120 天

客户 C	发货日 75 天
客户 D	对账日 75 天
客户 E	增值税发票日 30 天
客户 F	增值税发票日 90 天
客户 G	预付 30%，发货日后 7 天支付剩余 70%
客户 H	对账日 60 天

由上表可见，公司主要客户在报告期内的信用政策总体保持不变，不存在通过延长信用期增加销售的情况。

茂杰国际信用期有所延长，主要是因为：

2018 年之前，茂杰国际主要通过冠宏电子采购，公司给予冠宏电子 75 天账期，冠宏电子给予茂杰国际 105 天的账期；2018 年，茂杰国际开始直接向公司采购，信用政策按原冠宏电子给予茂杰国际 105 天的账期设定。

2019 年，受益于 Type-C 信号转换拓展产品市场需求快速增长，茂杰国际向公司采购 Type-C 信号转换拓展产品的规模增大，经茂杰国际要求，公司结合茂杰国际历年回款良好、合作时间较长等因素考虑，同意调整对茂杰国际的信用账期。2019 年 6 月，公司将茂杰国际 105 天信用期延长至 120 天。

综上，公司对主要客户不存在放宽信用政策的情况。

3. 报告期内逾期应收账款比例上升、坏账准备计提减少的原因

(1) 报告期坏账准备计提金额变化情况

报告期各期，应收款项坏账准备计提金额分别为 155.50 万元、56.00 万元和 280.04 万元。

(2) 公司坏账准备主要根据整体应收账款账龄计提，计提的应收账款主要受应收账款余额和账龄变化影响

2017 年末至 2020 年末，应收账款余额、各期增加额、坏账准备计提额如下：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款余额（万元）	14,820.28	9,516.68	10,186.19	5,732.76
应收账款余额变动（万元）	5,303.60	-669.51	4,453.43	
坏账准备计提金额（扣除单项计提）	280.04	56.00	155.5	
坏账准备计提金额占应收账款余额变动比例	5.28%	-8.36%	3.49%	

注：因实施新收入准则，2020 年末应收账款余额变动与 2019 年末和 2020 年末应收账

款余额之差存在少量差异

公司坏账准备主要根据整体应收账款账龄计提，计提的应收账款主要受应收账款余额和账龄变化影响。扣除单项计提影响后，2018年度、2020年度坏账准备计提金额较大，主要原因为当年末应收账款余额较上年增长4,453.43万元和5,303.60万元。2019年度坏账准备计提金额较小，主要原因为当年末应收账款余额较上年减少669.51万元。

(3) 公司坏账准备余额占应收账款余额的比例逐年上升，计提充分

扣除单项计提影响后，公司坏账准备余额占应收账款余额的比例基本稳定，公司坏账准备计提充分。如下：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款余额（剔除单项计提，万元）	14,714.15	9,410.55	10,080.06
减：坏账准备（剔除单项计提，万元）	442.54	331.78	305.12
坏账准备计提比例	3.01%	3.53%	3.03%

(4) 逾期应收账款占应收账款余额的比例较小，对坏账准备计提影响较小

报告期各期末，逾期应收款项占应收账款余额的比例较小，对坏账准备计提影响较小，如下：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款余额（万元）	14,820.28	9,516.68	10,186.19
逾期应收账款（万元）	528.12	796.87	551.36
占比	3.56%	8.37%	5.41%

(5) 逾期应收账款已准确计提坏账准备

针对逾期应收账款，公司已准确根据账龄、或单项计提坏账准备，如下：

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31		计提比例（%）
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	
0-6个月（含，下同）	419.40	12.58	432.11	12.96	430.14	12.9	3
6个月-1年			102.49	10.25	15.09	1.51	10
1-2年	2.60	0.78	156.14	46.84			30
2-3年					78.89	78.89	50

3年以上	106.13	106.13	106.13	106.13	27.24	27.24	100
小计	528.12	119.49	796.87	176.18	551.36	120.54	

(6) 应收账款坏账准备计提政策同行业对比

报告期内，公司采用账龄分析法计提坏账准备政策与同行业可比上市公司对比情况如下：

账龄	海能实业计提比例	佳禾智能计提比例	奥海科技计提比例	本公司计提比例
0-3个月	5%	1%	5%	3%
3-6个月		5%		
6个月-1年				10%
1-2年	20%	10%	10%	30%
2-3年	50%	30%	50%	50%
3年以上	100%	100%	100%	100%

注：数据来源于各可比公司年度审计报告、半年报及招股说明书

对比同行业可比公司应收账款坏账准备分账龄计提比例，公司应收账款坏账计提政策较为谨慎。

综上所述，报告期内，公司严格按照应收账款坏账准备计提政策计提各期坏账准备，计提依据合理，计提充分。

4. 结合同行业可比公司情况分析并披露公司应收账款周转率下降是否符合行业趋势

年度	本公司		海能实业		佳禾智能		奥海科技	
	应收账款周转率(次)	应收账款周转天数(天)	应收账款周转率(次)	应收账款周转天数(天)	应收账款周转率(次)	应收账款周转天数(天)	应收账款周转率(次)	应收账款周转天数(天)
2018年	5.03	72.60	5.21	70.12	5.77	63.30	3.09	118.26
2019年	4.27	85.40	4.23	86.35	6.93	52.67	3.20	114.14
2020年	4.36	83.72	4.36	83.70	4.00	91.22		

注：同行业公司2020年1-6月应收账款周转率=营业收入/应收账款期初期末平均余额*2

(1) 报告期内，公司应收账款周转天数与海能实业相近；应收账款周转率与海能实业呈相同的变化趋势，呈下降趋势。海能实业主营业务中存在信号转换拓展产品，与公司业务较为接近；

(2) 与佳禾智能相比，公司报告期内应收账款周转率与其基本接近，但变化不一致，主要原因是公司 2018 年收入增长较快、客户 StarTech.com 为应对美国征收关税在第四季度提前备货，导致应收账款余额较大；

(3) 报告期内，公司应收账款周转率高于奥海科技，主要原因是奥海科技国内销售占比高，占比 70%左右，国内客户实际账期通常长于国外客户。

(二) 区分境内外客户披露应收账款余额、出口信用保险承保金额及与保险费的匹配关系

1. 区分境内外客户披露应收账款余额

报告期内，公司境内外客户应收账款余额如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
境内客户	4,696.45	3,930.99	3,733.37
境外客户	10,123.83	5,585.69	6,452.81
小计	14,820.28	9,516.68	10,186.19

2. 出口信用保险承保金额及与保险费的匹配关系

报告期内，公司出口信用保险承保金额及保险费如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
出口信用保险承保金额-美元	3,000.00	3,000.00	3,000.00
出口信用保险承保金额-人民币	19,574.70	20,928.60	20,589.60
保险合同保费	39.90	41.16	41.00

报告期内，公司在每年年初（2月4日）根据预计境外销售收入（覆盖周期为本年2月4日至次年2月3日）确定公司出口信用保险的承保金额，并按此金额缴纳保费，2018年至2020年承保金额均为3,000万美元。每年的保费会受出口国别风险等级、支付方式的种类和信用期限的长短等因素影响略有波动。

报告期内，承保金额基本可以覆盖外销收入，如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
出口信用保险承保金额-美元	3,000.00	3,000.00	3,000.00

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
出口信用保险承保金额-人民币	19,574.70	20,928.60	20,589.60
外销收入	34,167.09	25,177.89	24,139.72
保险覆盖率	57.29%	83.12%	85.29%

因此，出口信用保险承保金额、保险费与境外客户应收账款余额无直接关系。

(三) 披露 2019 年末应收账款、逾期应收账款截至 2020 年 6 月末的回款金额，东莞仁海科技股份有限公司所欠货款是否已收回，如仍未收回，请结合预计信用损失等分析并披露坏账准备计提是否充分

1. 2019 年末应收账款、逾期应收账款截至 2020 年 6 月末、2020 年 12 月末的回款金额

公司 2019 年末应收账款截至 2020 年 6 月末的回款金额为 9,079.37 万元，回款比例为 95.40%，公司 2019 年末逾期应收账款截至 2020 年 6 月末的回款金额为 493.92 万元，回款比例为 61.98%。具体如下：

单位：万元

项目	2019 年末余额	截至 2020 年 6 月末的回款金额	回款比例 (%)	坏账计提比例 (%)
应收账款	9,516.68	9,079.37	95.40	4.60%
逾期应收账款	796.87	493.92	61.98	22.11%

整体而言，2019 年末应收账款截至 2020 年 6 月末的回款比较高，2019 年末坏账准备计提充分。逾期应收账款中，未回款的 302.95 万元，主要为：(1) 宁波恒拓进出口有限公司坏账 106.13 万元，已全额计提坏账准备；(2) 东莞仁海科技股份有限公司的货款 147.59 万元。

公司 2019 年末应收账款截至 2020 年 12 月末的回款金额为 9,338.37 万元，回款比例为 98.13%，公司 2019 年末逾期应收账款截至 2020 年 12 月末的回款金额为 631.07 万元，回款比例为 79.19%。具体如下：

单位：万元

项目	2019 年末余额	截至 2020 年 12 月末的回款金额	回款比例 (%)	坏账计提比例 (%)
应收账款	9,516.68	9,338.37	98.13	4.60%
逾期应收账款	796.87	631.07	79.19	22.11%

整体而言，2019 年末应收账款截至 2020 年 12 月末的回款比较高，2019

年末坏账准备计提充分。逾期应收账款中，未回款的 165.80 万元，主要为：(1) 宁波恒拓进出口有限公司坏账 106.13 万元，已全额计提坏账准备；(2) 东莞仁海科技股份有限公司执行法院调解后的剩余未付货款 37.59 万元，已转销。

2. 东莞仁海科技股份有限公司所欠货款是否已收回，如仍未收回，请结合预计信用损失等分析并披露坏账准备计提是否充分

(1) 东莞仁海科技股份有限公司所欠货款是否已收回

东莞仁海科技股份有限公司欠公司货款 147.59 万元。2020 年 10 月 16 日，公司与东莞仁海科技股份有限公司在东莞市第一人民法院的调解下达成民事调解（(2020)粤 1971 民初 1682、4297 号），东莞仁海科技股份有限公司已向公司支付 110 万元货款。(2) 如仍未收回，请结合预计信用损失等分析并披露坏账准备计提是否充分

1) 基本案情

2019 年 11 月，子公司惠州耀盈向东莞市第一人民法院提起诉讼：请求法院判决东莞仁海科技股份有限公司支付其从 2017 年至 2019 年拖欠的货款 147.03 万元及逾期利息 6.79 万元。惠州耀盈同时提出财产保全申请，同月法院冻结了东莞仁海科技股份有限公司银行账户金额 153.82 万元。

2) 案件进展

2019 年 11 月 20 日，东莞市第一人民法院出具“(2019)粤 1971 财保 1040”号《受理案件通知书》，决定立案审理惠州耀盈起诉东莞仁海科技股份有限公司一案。

2020 年 3 月 20 日，东莞市第一人民法院出具传票，传唤惠州耀盈到东莞市第一人民法院石排人民法院审议“(2020)粤 1971 民初 4297”号承揽合同纠纷案。

2020 年 10 月 16 日，公司与东莞仁海科技股份有限公司在东莞市第一人民法院的调解下达成民事调解（(2020)粤 1971 民初 1682、4297 号），东莞仁海科技股份有限公司向公司支付 110 万元货款。

3) 结合预计信用损失等分析并披露坏账准备计提是否充分

根据民事调解（(2020)粤 1971 民初 1682、4297 号），东莞仁海科技股份有限公司已向公司支付 110 万元货款，公司实际货款损失 37.59 万元。报告期内，公司对东莞仁海科技股份有限公司应收账款的坏账计提金额如下：

单位：万元

年度	应收账款余额	坏账准备金额	坏账计提比例(%)
2019.12.31	147.59	44.24	29.98
2018.12.31	136.44	5.76	4.22

报告期内，公司对东莞仁海科技股份有限公司应收账款的坏账计提比例为3.00%、4.22%、29.98%和49.97%，计提比例随账龄变长增加，2019年末计提的金额可以覆盖实际扣款损失。

东莞仁海科技股份有限公司成立于2011年8月23日，注册资本3,900.00万元，经查询公开信息未发现存在影响东莞仁海科技股份有限公司偿付能力的事项，且公司已申请冻结东莞仁海科技股份有限公司银行账户金额153.82万元。东莞市第一人民法院民事调解书约定东莞仁海科技股份有限公司应向公司支付110万元货款。

综上，公司计提的坏账准备足以覆盖公司预计的扣款损失且东莞仁海科技股份有限公司不存在无法偿付公司应收账款的迹象，因此公司计提的坏账准备是充分的。

(四) 请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见

1. 核查过程

(1) 取得应收账款明细表，结合销售部主管的访谈，分析2018年、2020年末应收账款大幅增加的原因；

(2) 检查公司对主要客户的信用政策，检查公司是否放宽信用政策；

(3) 根据公司信用政策和应收款项坏账计提政策，核查公司逾期应收账款是否按照坏账计提政策充分计提坏账准备；

(4) 查询同行业可比公司应收账款周转率，比较公司应收账款周转率下降是否与行业趋势一致；

(5) 根据销售客户的产品是否需要报关，区分境内外客户及境内外客户对应的应收账款余额；

(6) 获取并查阅公司签订的短期信用出口保险合同，了解公司出口信用保险承保金额和保险费；

(7) 分析境外客户应收账款余额、出口信用保险承保金额和保险费之间的匹

配关系；

(8) 获取报告期内公司应收账款明细，结合公司信用政策，获取报告期内公司逾期应收账款明细；

(9) 获取报告期内及期后公司收款的记录，核查客户名称与收款存在不一致的情形；

(10) 获取并查询了与东莞仁海科技股份有限公司诉讼的基本情况和案件进展；向该案的承接律师事务所发函，结合律师回函对该案的判断，分析公司坏账准备是否计提充分；

(11) 获取广东省东莞市第一人民法院民事调解书，了解案件最终的调解结果。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 2018 年、2020 年末应收账款大幅增加具有合理性；公司不存在对主要客户放宽信用政策以增加收入的情形；报告期内逾期应收账款比例上升、坏账准备计提减少具有合理性；公司应收账款周转率变化符合行业趋势和自身经营特点，与可比公司海能实业情况一致；

(2) 公司境内外客户应收账款余额准确；境外应收账款余额与出口信用保险承保金额及保险费不存在直接对应关系；

(3) 公司 2019 年末应收账款、逾期应收账款截至 2020 年 12 月末的回款情况较好；对东莞仁海科技股份有限公司所欠货款已收回 110 万元，对东莞仁海科技股份有限公司应收账款的坏账准备计提充分。

十六、关于存货。申报材料显示：

(1) 报告期各期末，发行人存货分别为 7,356.44 万元、8,560.55 万元、7,885.89 万元，2019 年收入增加但存货减少；存货跌价准备余额分别为 228.11 万元、264.04 万元、241.41 万元，发行人调整前期会计差错，2017 年和 2018 年分别补提存货跌价准备 187.44 万元、237.62 万元。

(2) 报告期各期末，发行人库龄一年以上原材料金额分别为 173.06 万元、341.03 万元、425.16 万元，存货跌价准备余额分别为 37.80 万元、33.58 万元、33.97 万元，计提比例较低。

(3) 报告期各期末，发行人发出商品分别为 1,120.94 万元、1,564.26 万元和 1,685.51 万元。

请发行人：

(1) 披露 2019 年补提 2017-2018 年存货跌价准备原因、补提时点相关存货是否已使用或销售，是否存在通过补提存货跌价准备调节利润的情形；

(2) 分析并披露 2019 年收入增加但存货减少的原因，结合库龄一年以上原材料后续销售情况，分析并披露相关跌价准备计提的充分性，披露报告期各期发出商品期后确认收入时长，发出商品报告期期末对应的前五名客户明细、未确认收入的原因、期后确认收入时点；

(3) 披露保荐人、申报会计师对存货的监盘比例。

请保荐人、申报会计师核查上述事项 (1)、(2) 并发表明确意见。(审核问询函问题 19)

(一) 披露 2019 年补提 2017-2018 年存货跌价准备原因、补提时点相关存货是否已使用或销售，是否存在通过补提存货跌价准备调节利润的情形

1. 披露 2019 年补提 2017-2018 年存货跌价准备原因

公司 2017-2018 年计提存货跌价准备时采用历史售价作为预计售价计算期末可变现净值的参考价格，未考虑亏损订单、长库龄库存商品、原材料等对存货跌价准备的影响。公司在综合考虑亏损订单、长库龄库存商品、原材料等因素重新对 2017-2018 年存货期末可变现净值进行了测算，补提了存货跌价准备。

(1) 原材料：长期呆滞原材料，全额计提跌价准备；

(2) 在产品：考虑亏损订单因素，计提跌价准备；

(3) 库存商品：考虑亏损订单、长库龄库存商品因素，计提跌价准备。

2. 补提时点相关存货是否已使用或销售

补提时点相关存货的使用和销售情况如下：

单位：万元

项目	2017 年末补提跌价准备的存货		2018 年使用或销售		2019 年使用或销售	
	余额	跌价准备	余额	跌价准备	余额	跌价准备
原材料	37.80	37.80	4.22	4.22		
在产品	75.68	26.44	75.68	26.44		
库存商品	462.53	123.21	400.26	101.61	5.59	5.59

小计	576.02	187.44	480.17	132.26	5.59	5.59
----	--------	--------	--------	--------	------	------

(续上表)

项目	2018 年末补提跌价准备的存货		2019 年使用或销售	
	余额	跌价准备	余额	跌价准备
原材料	33.58	33.58		
在产品	111.20	49.03	111.20	49.03
库存商品	371.32	155.01	259.98	76.04
小计	516.10	237.62	371.18	125.07

补提时点,上述原材料中除 2017 年末 4.22 万元原材料外,均未使用或销售,因此补提存货跌价准备合理。在产品 and 库存商品主要根据亏损订单因素补提,公司采用以销定产的销售模式,因此期后使用或销售率较高。因此,公司补提存货跌价准备依据充分。

3. 是否存在通过补提存货跌价准备调节利润的情形

如上所述,公司补提存货跌价准备,是重新考虑亏损订单、长库龄库存商品、原材料等对存货跌价准备的影响后的结果,依据充分,不存在通过补提存货跌价准备调节利润的情形。

补提存货跌价准备及补提存货跌价准备转销对报告期各期利润总额的影响较小,如下:

单位:万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
补提存货跌价准备金额			237.62
补提存货跌价准备转销金额	85.11	130.66	132.26
对利润总额的影响	85.11	130.66	-105.36
利润总额	7,653.90	5,889.44	2,749.99
影响金额占利润总额比例	1.11%	2.22%	-3.83%

(二) 分析并披露 2019 年收入增加但存货减少的原因,结合库龄一年以上原材料后续销售情况,分析并披露相关跌价准备计提的充分性,披露报告期各期发出商品期后确认收入时长,发出商品报告期期末对应的前五名客户明细、未确认收入的原因、期后确认收入时点

1. 分析并披露 2019 年收入增加但存货减少的原因

报告期各期末,公司各类别存货金额如下所示:

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
原材料	3,015.96	36.47	2,616.23	33.18	3,192.14	37.29
在产品	805.13	9.74	818.87	10.38	804.40	9.40
委托加工物资	865.53	10.47	562.29	7.13	640.36	7.48
库存商品	1,549.86	18.74	2,202.99	27.94	2,359.39	27.56
发出商品	2,033.83	24.59	1,685.51	21.37	1,564.26	18.27
存货余额合计	8,270.31	100.00	7,885.89	100.00	8,560.55	100.00
减：存货跌价准备	226.85	2.74	241.41	3.06	264.04	3.08
存货账面价值	8,043.46		7,644.48		8,296.51	

2019年末公司存货余额为7,885.89万元，较2018年末同比减少674.66万元，主要原因：

(1) 因整体毛利率上升，2019年收入增加但营业成本下降，存货相应减少

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2019年增长率
营业成本	30,237.54	32,176.60	-6.03%
存货余额	7,885.89	8,560.55	-7.88%

(2) 公司对计划及物料管控体系进行优化，原材料、库存商品有所下降

公司对计划及物料管控体系进行优化，原材料、库存商品分别下降575.91万元和156.40万元，包括：

1) 以业务订单为基础，制定“四周物料需求计划”，并向供应商输出，要求供应商依据公司的排产、物料需求计划组织生产、交付，避免原先各自送货情况下，物料未齐套不满足生产要求或暂时无领用需求等因素所导致的库存占用，原材料下降；

2) 从销售端开始进行库存管理，供应商通常实施MOQ（最小起订量）政策，公司有时为满足客户小量的订单需要向供应商采购达到MOQ标准的原材料或者外协数量，2019年度公司针对客户同样制定MOQ政策，降低因供应商MOQ政策所造成的非需求性备货，原材料、库存商品下降。

2. 结合库龄一年以上原材料后续销售情况，分析并披露相关跌价准备计提

的充分性

2017 年至 2019 年末，库龄一年以上原材料余额、跌价准备及后续使用情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
原材料	328.87	425.16	341.03	173.06
跌价准备	39.07	33.97	33.58	37.80
计提比例	11.88%	7.99%	9.85%	21.84%
2018 年度	使用金额			67.14
	比例			38.80%
2019 年度	使用金额		183.43	70.03
	比例		53.79%	40.47%
2020 年度	使用金额	223.92	100.52	29.70
	比例	52.67%	29.48%	17.16%
合计	使用金额	223.92	283.95	166.87
	比例	52.67%	83.26%	96.42%

(1) 库龄一年以上原材料后续使用情况良好

公司 2017 年末库龄一年以上原材料经过 3 年后，使用率为 96.42%，且 2020 年使用率仍超过 17%；2018 年末库龄一年以上原材料于 2019 年度的使用率亦超过 50%；因此库龄一年以上原材料期后使用率较高，预计期后 3 年使用率可以超过 90%。2018 年末、2019 年末和 2020 年末一年以上原材料跌价准备计提比例分别为 9.85%、7.99%和 11.88%，相比 2017 年末虽有所下降，但计提比例接近 10%，预计仍能较为充分的覆盖库龄一年以上原材料的跌价损失金额。因此，一年以上原材料存货跌价准备计提充分。

(2) 公司原材料主要为电子元器件、连接器件等，通用性强，后续使用率高
公司原材料主要为电子元器件、连接器件等，通用性强，后续使用率高。因此可以用于后续生产产品的使用，呆滞风险低，存货跌价准备计提充分。

3. 披露报告期各期发出商品期后确认收入时长，发出商品报告期期末对应的前五名客户明细、未确认收入的原因、期后确认收入时点

(1) 披露报告期各期发出商品期后确认收入时长

报告期各期末，公司发出商品期后确认收入情况如下所示：

期间	期后 1 个月内收入结转比例	期后 3 个月内收入结转比例
2020.12.31	财务截止日未满足一个月，不适用	不适用
2019.12.31	85.79%	93.86%
2018.12.31	81.30%	97.52%

注 1：期后结转比例=期后收入确认金额/期末相应发出商品对应的拟确认收入金额

注 2：因截至本回复出具日，2021 年 1 月尚未结账，未更新 2020 年末期后确认收入数据

如上表所示，2018 年末、2019 年末，公司发出商品期后三个月内确认收入的比重均超过 90%，期后确认情况较好。

(2) 发出商品报告期期末对应的前五名客户明细、未确认收入的原因、期后确认收入时点

1) 2020 年 12 月 31 日，发出商品前五客户明细

单位名称	金额（万元）	占期末发出商品总额的比重(%)	未确认收入的原因	期后确认的时间
绿联科技	801.83	39.42	未取得客户确认	距财务截止日未满足一个月，不适用
大疆创新	377.71	18.57	未取得客户确认	距财务截止日未满足一个月，不适用
Startech.com	131.26	6.45	未取得提单或报关单	距财务截止日未满足一个月，不适用
Cropmark AG	121.27	5.96	未取得提单或报关单	距财务截止日未满足一个月，不适用
东莞亚磷电子科技有限公司	111.28	5.47	未取得客户确认	距财务截止日未满足一个月，不适用
合计	1,543.36	75.88		

2) 2019 年末，发出商品前五名客户明细

单位名称	金额（万元）	占期末发出商品总额的比重(%)	未确认收入的原因	期后确认时点
绿联科技	524.13	31.10	未取得客户确认	期后 1 个月内收入确认比例 92.32%；期后 3 个月内收入确认比例 100%
大疆创新	451.93	26.81	未取得客户确认	期后 1 个月内收入确认比例 92.59%；期后 3 个月内收入确认比例 97.90%
惠州市和宏电线	96.10	5.70	未取得客户确	期后 1 个月内收入确认

单位名称	金额（万元）	占期末发出商品总额的比重(%)	未确认收入的原因	期后确认时点
电缆有限公司			认	比例 98.16%
StarTech.com	61.65	3.66	未取得提单	期后1个月收入确认比例 100%
Ortronics, Inc.	53.58	3.18	未取得提单	期后1个月内收入确认比例 100%
合计	1,187.40	70.45		

3) 2018 年末，发出商品前五名客户明细

单位名称	金额（万元）	占期末发出商品总额的比重(%)	未确认收入的原因	期后确认时点
绿联科技	489.88	31.32	未取得客户确认	期后1个月内收入确认比例 99.98%
惠州市和宏电线电缆有限公司	206.25	13.18	未取得客户确认	期后1个月内收入确认比例 99.13%
新联合众	181.84	11.62	未取得客户确认	期后1个月内收入确认比例 78.54%；期后3个月内收入确认比例 100%
深圳市迪奥科科技有限公司及关联方	95.97	6.14	未取得客户确认	期后1个月未确认，期后3个月内收入确认比例 100%
StarTech.com	83.63	5.35	未取得提单	期后1个月内收入确认比例 100%
合计	1,057.57	67.61		

上述客户基本能在 1-3 个月内确认收入。境内客户在客户确认商品数量及结算金额无误的当月确认收入，因部分客户确认流程较长，存在期后 1 个月收入确认比例低于 90%的情况，如绿联科技、迪奥科科技等。

(三) 披露保荐人、申报会计师对存货的监盘比例

报告期内，我们对存货监盘及函证比例如下：

1. 2020 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类型	账面余额 ①	监盘金额 ②	监盘比例③= ②/①	回函确认 金额④	未回函执行 替代测试金额⑤	函证确认 金额⑥= ④+⑤	函证及监 盘确认比 例⑦=(⑥ +②)/①
原材料	3,015.96	1,028.33	34.10%				34.10%

存货类型	账面余额 ①	监盘金额 ②	监盘比例③= ②/①	回函确认 金额④	未回函执 行替代测 试金额⑤	函证确认 金额⑥= ④+⑤	函证及监 盘确认比 例⑦=(⑥ +②)/①
库存商品	1,549.86	930.40	60.03%				60.03%
发出商品	2,033.83		0.00%	1,050.15		1,050.15	51.63%
委托加工 物资	865.53	444.48	51.35%				51.35%
在产品	805.13	277.57	34.48%				34.48%
合计	8,270.31	2,680.78	32.41%	1,050.15		1,050.15	45.11%

2. 2019年12月31日

单位：万元

存货类型	账面余额 ①	监盘金额 ②	监盘比例③=② /①	回函确认 金额④	未回函 执行替 代测试 金额⑤	函证确认 金额⑥= ④+⑤	函证及监 盘确认比 例⑦=(⑥ +②)/①
原材料	2,616.23	1,098.46	41.99%				41.99%
库存商品	2,202.99	1,134.83	51.51%				51.51%
发出商品	1,685.51			1,115.87	183.01	1,298.88	77.06%
委托加工 物资	562.29	348.09	61.91%	40.16		40.16	69.05%
在产品	818.87	185.50	22.65%				22.65%
合计	7,885.89	2,766.89	35.09%	1,156.02	183.01	1,339.03	52.07%

3. 2018年12月31日

单位：万元

存货类型	账面余额 ①	监盘金额 ②	监盘比例③= ②/①	回函确认 金额④	未回函 执行替 代测试 金额⑤	函证确认 金额⑥= ④+⑤	函证及监 盘确认比 例⑦=(⑥ +②)/①
原材料	3,192.14	766.56	24.01%				24.01%
库存商品	2,359.39	939.42	39.82%				39.82%
发出商品	1,564.26			1,151.09	144.16	1,295.25	82.80%
委托加工 物资	640.36			257.34	32.54	289.88	45.27%
在产品	804.40						
合计	8,560.55	1,705.97	19.93%	1,408.43	176.71	1,585.13	38.45%

针对未回函的发出商品及委托加工物资函证，我们通过检查客户订单、销货单、对账单或提单、银行收款回单核实发出商品的真实性，通过检查外协采购订单、送货单、收货单、对账单及银行付款回单核实委托加工物资的真实性。

报告期各期末，我们通过监盘及函证等方式对存货数据进行验证，报告期各期，存货监盘及函证比例分别为 38.45%、52.07%和 45.11%。

(四) 存货周转率与同行业对比分析

报告期内，公司存货周转率与可比公司对比情况如下：

单位：次

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海能实业	4.61	4.85	5.84
佳禾智能	2.74	4.90	4.00
奥海科技	未披露	9.16	8.21
本公司	4.73	3.68	4.04

注：2020 年度同行业公司为 2020 年 1-6 月数据

如上表所示，公司存货周转率与可比公司海能实业、佳禾智能接近。

奥海科技存货周转率较高，其主要产品为手机充电器，且下游客户主要为 vivo、华为、小米、富士康、传音控股、伟创力等手机品牌商或者手机代工厂，手机品牌商各年度推出的手机型号相对固定，因此奥海科技生产的充电器产品的型号相对集中，存货管理难度相对较小，周转率高。

(五) 请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见

1. 核查程序

(1) 访谈公司生产部和采购部负责人，了解公司采购、生产的主要流程、内部控制制度及会计处理，并相应执行穿行测试及控制测试；

(2) 获取报告期公司存货库龄明细表，并结合公司的生产工艺、生产周期复核分析账龄的合理性；

(3) 根据公司的存货跌价准备计提政策，结合在手订单、存货库龄等信息，复核公司存货跌价准备计提的合理性；

(4) 获取了报告期内生产领料及销售出库明细，分析了补提存货跌价准备的存货的使用及销售情况；

(5) 取得发出商品明细表,对发出商品进行函证,执行期后测试,检查发出商品的期后结转情况是否与收入确认政策一致;

(6) 了解、测试和评价公司的存货盘点制度,获取报告期各期末的存货盘点记录,对报告期内的主要存货实施了监盘及函证程序。

2. 核查意见

经核查,我们认为:

(1) 公司 2019 年补提 2017-2018 年存货跌价准备具有合理性;补提存货跌价的原材料期后使用率低、库存商品、在产品等期后使用或销售率较高;公司不存在通过补提存货跌价准备调节利润的情形;

(2) 公司 2019 年收入增加但存货减少具有合理性;公司对各期库龄一年以上原材料计提的存货跌价准备充分;公司报告期期末发出商品期后确认时长、对应的前五名客户明细、未确认收入原因、期后确认收入时点披露准确;

(3) 报告期各期末,存货监盘及函证比例分别为 38.45%、52.07%和 45.11%。

十七、关于销售费用。申报材料显示:

报告期各期,发行人销售费用分别为 804.84 万元、990.68 万元、1,150.08 万元,其中运输及报关费分别为 228.84 万元、283.22 万元、297.07 万元,广告宣传费分别为 166.34 万元、109.25 万元、181.42 万元,业务招待费分别为 105.42 万元、109.05 万元、142.36 万元。

请发行人:

(1) 披露报告期内运输费及报关费明细,并分析与境内外销售收入的变动趋势是否一致;

(2) 披露广告宣传费、业务招待费主要核算的内容,参加的主要展会名称、费用金额,业务招待费是否涉及商业贿赂。

请保荐人、申报会计师发表核查意见。(审核问询函问题 20)

(一) 披露报告期内运输费及报关费明细,并分析与境内外销售收入的变动趋势是否一致

1. 报告期内运输费及报关费明细

报告期内报关费较为平稳，运输费随销售增长呈上升趋势，明细如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	181.24	172.48	159.23
报关费	150.44	124.59	123.99
运输及报关费合计	331.69	297.07	283.22

注：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称新收入准则），运杂费构成合同履约成本，2020 年 1-6 月在主营业务成本核算

2. 报告期内报关费与境外销售收入相匹配

公司外销产品通常采用 FOB 形式交货，公司承担货物运至港口的运输费、报关费等出口费用。报告期内，公司报关费及其占境外主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境外主营业务收入	34,117.70	25,168.58	24,136.39
公司承担报关费①	150.44	124.59	123.99
客户承担报关费②	40.05	14.40	11.33
报关费合计（万元）③=①+②	190.49	138.99	135.32
报关费占境外销售收入比例	0.56%	0.55%	0.56%
报关次数（次）	1,166	1,081.00	1,346.00
单次报关费用（万元/次）	0.16	0.13	0.10
单次报关收入（万元/次）	29.26	23.28	17.93

2018 年以来，报关费占境外销售收入比例基本稳定。随着公司销售规模的扩大，大批量报关次数增加，同时公司要求客户提高单个订单的最低采购量，单次报关金额增加，客户批量报关成本规模效应得以体现，2018 年至 2020 年报关费占外销收入比例较为稳定，单次报关费用呈逐年上升趋势，报关费与外销收入相匹配。

3. 报告期内运输费与销售收入的匹配性

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	52,768.79	41,713.27	39,901.39

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	181.24	172.48	159.23
运输费占主营业务收入比例	0.34%	0.41%	0.40%

运输费主要为境内销售送货及境外销售运送至港口的费用。报告期内公司运输费占主营业务收入比例分别为 0.40%、0.41%、0.34%，2020 年占比略有下降，主要是因为子公司惠州耀盈优化运输公司合作方式，且收入增长主要来自深圳客户：(1) 2018 年和 2019 年，因惠州耀盈整体经营规模小，与运输公司按单结算，费用率较高，2020 年，惠州耀盈销售规模增大，聘用运输公司提供车辆和司机，由公司统一调配车辆运输，费用率下降；(2) 2020 年，惠州耀盈收入增长主要来自深圳客户大疆创新和爱美达，主要的两家广东省外客户销售占比由 2019 年的 20.18% 下降至 11.61%，费用率下降。因此，公司运输费与销售收入相匹配。

(二) 披露广告宣传费、业务招待费主要核算的内容，参加的主要展会名称、费用金额，业务招待费是否涉及商业贿赂

1. 广告宣传费主要核算的内容，参加的主要展会名称、费用金额

公司的广告宣传费主要系公司参加国内外展会支出、产品宣传及广告投放等活动所发生的相关费用。报告期内，公司广告宣传费分别为 109.25 万元、181.42 万元和 46.33 万元，占营业收入的比例为 0.27%、0.43% 和 0.09%，占比较小。受新冠肺炎疫情影响，2020 年仅在 1 月参加一次展会，广告宣传费金额减少。

展会支出主要包括展位费、展位搭建费和参展人员签证费等支出，报告期展会支出分别为 85.49 万元、121.42 万元和 29.19 万元。报告期参加的主要展会名称、费用金额的具体情况如下：

单位：万元

序号	展会名称	展会时间	展会地点	展会介绍	费用金额
1	International Consumer Electronics Show	2018 年 1 月	美国	世界上最大、影响最为广泛的消费类电子产品展	14.48
2	香港环球资源消费电子展览会	2018 年 4 月	香港	香港最大规模的消费电子产品展览会	23.56

序号	展会名称	展会时间	展会地点	展会介绍	费用金额
3	Cebit 汉诺威消费电子信息及通信博览会	2018年6月	德国	全球规模最大的信息、通信和软件领域的权威展览会	13.82
4	香港环球资源消费电子展览会	2018年10月	香港	香港最大规模的消费电子产品展览会	33.63
2018年合计					85.49
5	International Consumer Electronics Show	2019年1月	美国	世界上最大、影响最为广泛的消费类电子产品展	40.18
6	香港环球资源消费电子展览会	2019年4月	香港	香港最大规模的消费电子产品展览会	34.67
7	香港环球资源消费电子展览会	2019年10月	香港	香港最大规模的消费电子产品展览会	34.64
8	迪拜2019年GITEX展	2019年10月	迪拜	全球第三大、中东第一大”的电脑通讯展	11.94
2019年合计					121.42
9	International Consumer Electronics Show	2020年1月	美国	世界上最大、影响最为广泛的消费类电子产品展	27.91
10	环球资源广告线上展会	2020年8月	线上		1.28
2020年合计					29.19

2. 业务招待费主要核算的内容，业务招待费是否涉及商业贿赂

公司采用的销售模式为直销，建立了一支专业的国内外销售团队。公司作为信号转换拓展产品专业的ODM制造商，产品具有定制化特征，公司发生的业务招待费主要是客户需求挖掘、产品设计、技术规格、品质、安规、售后维保等与客户沟通过程中发生的招待费，主要为餐饮费、住宿费等。报告期内，公司业务招待费分别为109.05万元、142.36万元和89.15万元，占营业收入的比例为0.27%、0.34%和0.17%，占比较小。受新冠肺炎疫情影响，2020年海外客户来访基本停止，招待费减少。

(1) 公司建立健全费用付款报销管理内控制度

公司制定了《付款报销管理制度》、《资金权限审批表》等严格的费用付款报销管理内控制度，以杜绝商业贿赂。对于所有的业务招待事项实行事前审批制度，

填写《业务应酬费用申请单》并执行相关审批程序；公司在支付相关费用时，需要审核相关证明资料，以确定相关费用的真实性；财务审批人员根据提交的材料对费用进行逐级审核，以确保销售费用支出的准确、合规。

(2) 公司不存在因商业贿赂被立案或处罚的情形

报告期内，公司业务招待费分别为 109.05 万元、142.36 万元和 89.15 万元，业务招待费金额较小。

公司不存在因商业贿赂被立案或处罚的情形。公司已取得工商等合法合规证明，证明公司报告期内不存在任何违反相关法律法规的行为。

综上，公司在拓展、获取业务等过程中均不存在商业贿赂的情形。

(三) 请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见

1. 核查程序

(1) 获取公司销售费用-运输及报关费明细账，分类汇总报告期发生的运输费和报关费金额，分析报关费与外销收入之间的匹配关系，分析运输费与销售收入的匹配关系；

(2) 访谈公司报关员及财务总监，了解出口报关计费标准，查阅不同货代公司报价单、合同和对账单，了解报告期内报关费和运输费的构成、影响因素及其变动情况；

(3) 了解公司费用报销管理相关内部控制，评价其内部控制制度设计是否合理；对费用支付内部控制执行穿行测试，并对关键控制点进行控制测试，评价公司费用支付内部控制执行是否有效；

(4) 获取广告宣传费、业务招待费明细表，了解其核算的主要内容，了解参加的主要展会名称、参会内容及其费用金额等，结合公司业务开展情况分析合理性；查看相关的合同并根据合同条款确认其费用归集是否正确，检查发票、付款审批流程、银行单据的真实性、合规性，报告期内广告宣传费和业务招待费核查金额合计分别为 105.14 万元、188.05 万元和 51.07 万元，占比为 48.16%、58.08% 和 37.69%；

(5) 对公司销售费用进行截止性测试，核查销售费用是否存在跨期的情况；

- (6) 访谈公司主要客户、供应商；
- (7) 取得工商等合法合规证明，确认公司不存在因商业贿赂被立案或处罚的情形。

2. 核查意见

经检查，我们认为：

- (1) 公司报告期内运输费及报关费准确；报告期内运输费及报关费与境内外销售收入的变动匹配；
- (2) 公司的广告宣传费、业务招待费准确；业务招待费不涉及商业贿赂。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

李雯

中国注册会计师：

王振

二〇二一年一月二十六日