

证券简称：奔朗新材

证券代码：836807

广东奔朗新材料股份有限公司

（佛山市顺德区陈村镇广隆工业园兴业八路7号）

Monte - Bianco 奔朗

广东奔朗新材料股份有限公司

关于

落实上市委员会审议会议意见的函的回复

保荐机构（主承销商）



海通证券股份有限公司
HAITONG SECURITIES CO., LTD.

（上海市广东路689号）

二〇二二年十一月

北京证券交易所：

贵所于 2022 年 11 月 2 日出具的《关于落实上市委员会审议会议意见的函》（以下简称“《意见函》”）已收悉。广东奔朗新材料股份有限公司（以下简称“奔朗新材”、“发行人”、“公司”）与海通证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）等相关方对《意见函》所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

字体	释义
黑体加粗	《意见函》中的问题
宋体	对《意见函》的回复
楷体加粗	对招股说明书的修改、补充

在本意见函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

本意见函回复所述的简称或名词与《广东奔朗新材料股份有限公司招股说明书（申报稿）》《关于广东奔朗新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》中的含义相同。

目 录

问题 1、请发行人结合行业发展前景、市场容量趋势、主要客户需求变化等因素，说明并披露是否存在上市后即出现业绩大幅下滑的风险。	4
问题 2、请发行人结合报告期后业绩表现、同行业公司市盈率水平、未来市场需求等情况，说明现有发行底价是否偏高，是否具备募投项目产能消化能力，以及募投项目实施后对发行人经营业绩的影响。	24
问题 3、请发行人结合前期大额坏账核销情况，进一步说明加强应收账款信用风险管理的相关措施。	44
问题 4、请发行人说明深圳西斯特半导体科技公司一年内两次股权转让作价差异较大的原因及合理性，并进一步完善相关信息披露。	54
除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。 . .	61

问题 1、请发行人结合行业发展前景、市场容量趋势、主要客户需求变化等因素，说明并披露是否存在上市后即出现业绩大幅下滑的风险。

回复：

一、行业发展前景

公司系一家专注于超硬材料制品的研发、生产和销售的高新技术企业，是我国超硬材料制品行业的龙头企业之一，在全球陶瓷加工金刚石工具细分市场的份额排名前列。公司产品包括金刚石工具（含树脂结合剂金刚石工具、金属结合剂金刚石工具以及精密加工金刚石工具）、稀土永磁元器件以及碳化硅工具等。

（一）下游行业发展良好

公司所处行业为超硬材料制品行业，主要产品金刚石工具应用于陶瓷、石材以及精密加工等领域。公司金刚石工具下游行业发展情况：

行业	行业发展情况
金刚石工具	根据 IndustryARC 的预测，2026 年全球金刚石工具市场将超过 43.7 亿美元，2021 年至 2026 年的复合年增长率将超过 6.7%。
金刚石工具下游行业：陶瓷加工行业	根据 Manufacturing and Economic Studies 的预测，到 2025 年全球陶瓷砖产量可能会新增 45 亿平方米，增速为 5.1%，届时陶瓷砖产量将会突破 200 亿平方米。
金刚石工具下游行业：石材加工行业	根据前瞻产业研究院统计，我国规格石材行业的市场规模由 2014 年的 8,132 亿元增加至 2019 年的 12,716 亿元，年复合增长率达 9.4%，到 2025 年中国建筑石材行业市场规模将突破 1.5 万亿元。根据 Stone World 网站发布的数据，2020 年全球天然石材市场规模为 333.75 亿美元，预计到 2030 年将达到 504.65 亿美元，年均复合增长率为 4.0%。
金刚石工具下游行业：精密加工行业	根据《2019 年全球精密机械加工行业市场现状调研报告》，2011-2018 年，全球精密机械加工市场稳定发展，2018 年，市场规模达到 2,160 亿美元，同比增长 1.9%，市场需求庞大。

（二）主要销售市场的需求空间大

发行人产品主要应用领域为陶瓷加工领域，根据《Ceramic World Review》的统计数据，2021 年全球前十大建筑陶瓷砖生产国的陶瓷砖生产总量占全球总产量的 84.4%，其中，中国为全球最大的陶瓷砖生产国，印度和巴西分别居第二、第三位，2021 年陶瓷砖产量分别为 88.63 亿平方米、25.50 亿平方米以及 10.49 亿平方米。报告期内，发行人立足于中国市场，同时积极开拓海外市场，公司境外销售主要集中于巴西和印度。上述市场客户对发行人产品的需求量较大。

（三）发行人产品竞争能力不断增强，品牌知名度不断提高

发行人自设立以来一直专注于超硬材料制品的研发、生产和销售，深耕硬脆材料加工金刚石工具细分市场，自有品牌“奔朗（Monte-Bianco）”具有良好的品牌知名度，与华硕陶瓷、唯美陶瓷、蒙娜丽莎（002918.SZ）、DELTA、高时石材、欧派家居（603833.SH）、领益智造（002600.SZ）等知名客户建立了长期稳定的合作关系，为发行人未来销售收入的稳定增长打下坚实的基础。

近年来，中国在国际金刚石工具市场的地位日益突出，越来越多的国外陶瓷生产商开始从中国采购金刚石工具。根据《Ceramic World Review》统计的2021年全球25大陶瓷集团中，包括MOHAWK、LAMOSA、SCG、RAK、CARMELO FIOR、KAJARIA、CEDASA、FRAGNANI、SOMANY等14家陶瓷企业均为发行人客户。相较于国外竞争对手，发行人产品性能良好，同时拥有性价比高、服务响应速度快等优势。

（四）国内外业务平衡发展，公司业绩具有可持续性

报告期内，公司各季度主营业务收入情况如下：



报告期内，公司各季度主营业务收入整体呈曲线上升趋势，2020年上半年受新冠疫情影响，公司整体收入有所下滑；随着境内外疫情逐步得到控制以及境外巴西地区客户阶段性提高库存水平增加备货量影响，2020年下半年至2021年上半年公司业务收入呈现较大增长；2021年下半年至今，巴西地区的客户备货量逐步回归常态，公司其他主要市场的需求总体呈增长趋势；公司在保持与原有

客户合作的基础上，积极开拓亚洲、非洲等地区业务，并已逐步取得初步成效。

公司主要产品市场空间较大，公司产品具有较强的竞争优势，公司业绩稳定并具有成长性。

二、市场容量趋势

（一）陶瓷市场

陶瓷是一种通过 1,100~1,250℃ 的高温烧结而成的硬脆无机非金属材料制品，其莫氏硬度达到 6~8 级，按照行业经验，在建筑陶瓷行业中需要进行磨削、抛光及切割加工处理的陶瓷产品占 80% 以上，超硬材料制品作为加工处理过程中必需的消耗品具有巨大的市场需求。

1、国内市场

（1）市场容量

我国是世界最大的陶瓷生产国和消费国。根据中国建筑卫生陶瓷协会统计，2016 年至今我国陶瓷砖产量情况如下：

单位：亿平方米



数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

近几年受新冠疫情、房地产调控、环保政策管控、能源及原材料价格上涨等因素影响，陶瓷产量有所下降，但总体而言，报告期内市场规模较为稳定。

党的二十大报告在“增进民生福祉，提高生活品质”中阐述了房地产的发展方向，提出“坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加快建立多主体供

给、多渠道保障、租购并举的住房制度”，未来房地产发展的落脚点将更多聚焦在保民生、提品质上。与此同时，全国各地陆续出台了相应的房地产政策保障群众住房需求，如限购限售放松城市持续增加、住房贷款优惠力度加大、公积金支持力度加大、购房补贴政策增加、保障性租赁住房加快发展等。

随着我国国民经济的持续增长，国家政策层面在持续主导和推动城镇化建设、老旧小区改造和保障性住房建设，存量住宅重新装修的需求和二手房市场的发展以及在新型城镇化、交通网络建设等因素的推动下，我国基建规模近年来平稳增长，为建筑陶瓷行业提供了稳定的市场需求。

（2）市场竞争情况

长期以来我国建筑陶瓷市场呈现“大市场小企业”的竞争格局，但近年来受环保、下游行业需求和上游原材料涨价等各方面因素的影响，陶瓷企业不断优化，部分渠道建设落后、技术创新能力较弱的企业在竞争中退出，市场集中度进一步提升。近几年中国规模以上建筑陶瓷企业数量变动情况如下：

单位：家



数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

国家发改委、工信部、生态环境部、国家能源局 2022 年联合发布了《高耗能行业重点领域节能降碳改造升级实施指南（2022 年版）》，明确要求到 2025 年，建筑、卫生陶瓷行业能效标杆水平以上的产能比例要均达到 30%，能效基准水平以下产能基本清零，行业中大型建筑陶瓷企业更有能力实施规模化建设、提升工

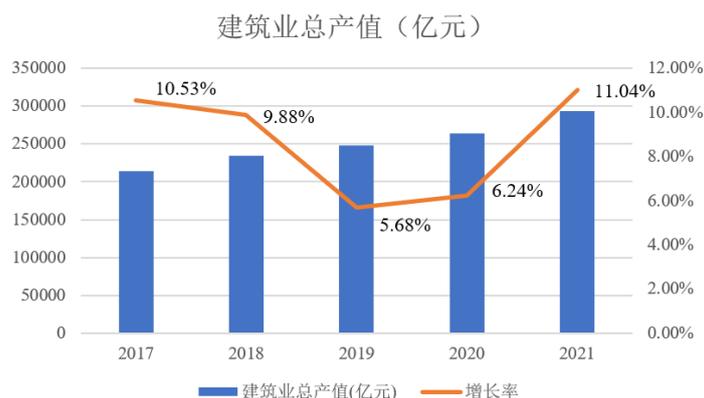
艺装备水平和能源利用效率，取得市场份额。

（3）市场需求以及变化情况

①我国的城镇化水平与发达国家 80%的比例仍然存在较大的差距，根据“十四五”规划纲要提出的发展目标，到 2035 年，我国常住人口城镇化率将提高到 65%，这一发展目标将推动我国各类房屋建设规模持续保持在较高水平，继续拉动建筑陶瓷产品需求。

②截至 2021 年末，我国商品房待售面积 51,023 万平方米，将为建筑陶瓷行业带来一定的增长，同时，存量住宅重新装修的需求和二手房市场的发展，大量住房的二次装修需求将会持续释放。

③在新型城镇化、交通网络建设等因素的推动下，我国基建规模近年来发生了持续扩张，2017 年至 2021 年建筑业总产值保持上升趋势，具体数据如下：



数据来源：国家统计局

根据国家统计局统计，2022 年 1-6 月份全国建筑业总产值 128,980 亿元，同比增长 7.6%；全国建筑业房屋建筑施工面积 120.7 亿平方米，同比增长 1.2%。

④建筑陶瓷行业产品品类不断丰富，由于抛釉砖具有纹理花色多、耐磨防水防污等特点，全球市场抛釉砖需求均呈现增长趋势；除此之外陶瓷大板、岩板、薄型化瓷砖、功能化瓷砖以及轻质化瓷砖的出现，使得建筑陶瓷除了可广泛应用于除建筑内外立面、地面空间外，还可以作为天然石材、人造石、木材等传统装饰材料的替代者应用于桌面、台面、柜面材料等众多新型应用场景和领域，新增市场空间广阔。

⑤近年来，国家制订了系列相关政策，加快建筑陶瓷行业转型升级、节能降耗，促进行业健康发展。《关于政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升试点工作的通知》《建材工业智能制造数字转型行动计划（2021-2023年）》《建筑节能与绿色建筑发展“十三五”规划》《建材工业发展规划（2016-2020年）》《关于促进建材工业稳增长调结构增效益的指导意见》等政策，都对建筑陶瓷产业转型升级起到了引导、支持的作用，加速了国内高品质建筑陶瓷企业的发展。

⑥2016年以来，我国建筑陶瓷产量有所回落，一方面源自于下游需求减弱及客户信用风险，另一方面源自于原材料成本提升，叠加“双碳”政策下限电停产与能耗指标的控制，整体经营情况出现下滑，陶瓷生产企业数量减少，部分陶瓷生产企业被并购、转型或淘汰，产业集中度提升。但总体而言，建筑陶瓷市场需求较大，近几年国内建筑陶瓷产量均维持在80亿平方米以上，产量回落趋于平稳。从上市陶瓷企业公告来看，2019年至2021年，国内上市陶瓷企业的营业收入呈现上涨趋势，但2022年上半年同期下跌；同时，受上游成本上涨、下游客户信用风险以及市场需求压力影响，2021年度以及2022年上半年，陶瓷生产企业净利润有所下滑。对此，一方面，陶瓷生产企业通过上调产品价格、加强风险管控、加快产业结构调整、促进研发创新的措施巩固市场地位；另一方面，随着新冠疫情缓解、房地产调控、环保管控以及建筑陶瓷行业政策的不断调整实施，建筑陶瓷市场将持续健康发展。

2、海外市场

（1）市场容量

根据《Ceramic World Review》的统计数据，2021年全球瓷砖产量达到183.39亿m²，较2020年增长7.2%。2021年全球前十大建筑陶瓷砖生产国的陶瓷砖生产总量占全球总产量的84.4%，前十大陶瓷砖生产国近年的陶瓷砖产量如下：

单位：亿平方米

国家/地区	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2021年度占全球产量比例	2021年度增长率
中国	90.11	82.25	84.74	88.63	48.30%	4.60%
印度	20.11	22.23	23.18	25.50	13.90%	10.00%
巴西	8.72	9.09	8.40	10.49	5.70%	24.90%
西班牙	5.30	5.10	4.88	5.87	3.20%	20.30%

国家/地区	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2021 年度占全球产量比例	2021 年度增长率
伊朗	3.83	3.98	4.49	4.58	2.50%	2.00%
土耳其	3.35	2.96	3.70	4.38	2.40%	18.40%
意大利	4.16	4.01	3.44	4.35	2.40%	26.50%
印度尼西亚	3.83	3.47	3.04	4.10	2.20%	34.90%
越南	6.02	5.60	5.34	3.70	2.00%	-30.70%
埃及	3.00	3.00	2.85	3.10	1.70%	8.80%
总计	148.43	141.69	144.06	154.70	84.40%	7.40%
全球总产量	174.30	168.03	171.01	183.39	100.00%	7.20%

注：数据来源于《Ceramic World Review》（148/2022 期）

2021 年全球建筑陶瓷砖消费量为 182.09 亿平方米，较 2020 年增长 6.8%。中国、印度和巴西三国为主要的瓷砖消费国，合计占全球总消费量的 61.80%，具体情况如下：

单位：亿平方米

国家/地区	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2021 年度占全球消费量比例	2021 年度增长率
中国	81.63	74.53	78.59	82.68	45.40%	5.20%
印度	17.42	18.67	18.84	20.69	11.40%	9.80%
巴西	7.75	8.02	8.29	9.02	5.00%	8.80%
印度尼西亚	4.5	4.13	3.57	4.78	2.60%	33.90%
越南	5.42	4.67	4.00	3.00	1.60%	-25.00%
土耳其	2.36	1.85	2.41	2.91	1.60%	20.70%
美国	2.89	2.73	2.64	2.89	1.60%	9.50%
埃及	2.36	2.39	2.37	2.78	1.50%	17.30%
墨西哥	2.36	2.38	2.42	2.76	1.50%	14.00%
沙特阿拉伯	2.06	2.23	2.84	2.52	1.40%	-11.30%
总计	128.75	121.6	125.97	134.03	73.60%	6.40%
全球总消费量	173.13	166.38	170.5	182.09	100.00%	6.80%

注：数据来源于《Ceramic World Review》（148/2022 期）

根据 Manufacturing and Economic Studies 的预测，到 2025 年全球陶瓷砖产量可能会新增 45 亿平方米，增速为 5.1%，届时陶瓷砖产量将会突破 200 亿平方米。总体而言，虽然近几年全球陶瓷砖产量及需求量受下游市场需求有所波动，但整体需求量较大且需求较为平稳，预计未来几年产量有小幅增长。

（2）市场竞争情况

根据中国建筑卫生陶瓷协会报道，虽然全球建筑陶瓷行业都受到能源、原材料涨价的影响，但全球多个建筑陶瓷市场复苏明显。受各国政府及国际间组织为

提振经济而推出的各项投资计划的驱动，基础设施及房产建筑市场增长强劲，2021 年世界建筑投资额达到创纪录的水平，从世界范围内来看，除了日本、德国和美国，几乎全球的建筑投资增速均超过 GDP 增速。从陶瓷企业集中度来看，海外上市陶瓷企业瓷砖产量占本国总产量的比重普遍高于我国，并积极在海外建厂。据意大利陶瓷工业协会数据，2022-2025 年，全球建筑业都将处于扩张阶段。从 2021 年以及 2022 年上半年海外上市陶瓷企业公告的财务数据来看，大部分企业销售数据仍保持上涨，主要原因是陶瓷企业的业务并购以及产能扩展，如美国陶瓷企业 Mohawk Industries 先后收购了墨西哥陶瓷企业 Vitromex 和美国陶瓷企业 Foss Floors、墨西哥陶瓷企业 LAMOSA 集团收购了欧洲陶瓷企业西班牙 Fanosa 集团旗下的 EPS 业务、巴西陶瓷企业 PORTOBELLO 投资约 7,700 万雷亚尔（约为人民币 10,324.16 万元）用于陶瓷建设项目投资等，通过上述手段，海外上市陶瓷企业实现了业绩增长。

（3）市场需求以及变化情况

建筑陶瓷行业产品品类不断丰富，由于抛釉砖具有纹理花色多、耐磨防水防污等特点，全球市场抛釉砖需求均呈现增长趋势；除此之外陶瓷大板、岩板的出现，使得建筑陶瓷除了可广泛应用于除建筑内外立面、地面空间外，还可以作为天然石材、人造石、木材等传统装饰材料的替代者应用于桌面、台面、柜面材料等众多新型应用场景和领域，新增市场空间广阔。

总体而言，全球建筑陶瓷市场规模较大，发展较为稳定。近年来，海外陶瓷生产发展布局呈现更为全面、均衡的趋势，除了巴西、印度等传统陶瓷生产较为集中的区域，非洲、亚洲其他地区等呈现快速增长的趋势，为公司产品销售提供了广阔的市场空间。为抓住海外市场需求增长机遇，公司已专门设立国际发展事业部，引入具有海外营销和服务经验的优秀人才，加大对新兴市场区域的市场研究、新客户跟踪及开拓力度，并加快当地代理商队伍的建设。同时，随着建筑陶瓷市场发展和行业政策出台，一方面将加快产业结构调整，促进企业研发创新能力的提升，推动绿色建材产业的发展；另一方面将加速淘汰落后产能，行业集中度将进一步向综合实力强的企业集中，有助于进一步提升建筑陶瓷行业的集中度。公司金刚石工具质量稳定、性能优良，同时对下游客户新品的加工需求响应

快速，受到行业内中大型客户的青睐，建筑陶瓷行业集中度的提升将为公司带来更多发展机遇。公司在建筑陶瓷加工领域虽具有较强竞争优势，市场占有率处于领先水平，但市场占有率绝对值并不高，随着陶瓷生产企业集中度不断提升，公司产品的市场占有率具有较大的提升空间。

（二）石材市场

随着建筑设计的发展，石材早已经成为建筑、装饰、道路、桥梁建设的重要材料之一，在当今石材加工行业，超硬材料制品贯穿于整个产业链，从最初的石材开采到加工都需要使用大量绳锯、锯片、磨轮、排锯等超硬材料制品。近年来我国超硬材料制品技术获得了迅猛发展，应用于石材矿山开采及加工用的超硬材料制品性能接近世界先进水平，形成了与世界知名厂家产品同台竞技的格局，中国石材加工工具的市场份额正在逐渐扩大。

1、中国市场

根据中研普华产业研究院统计，我国石材市场企业数量约为 2 万家左右，市场分散且大部分为中小型企业。石材行业的发展情况与宏观经济政策、国民经济运行状况、全社会固定资产投资规模、城镇化进程、居民消费习惯等因素相关。

根据华经产业研究院统计，2016-2019 年我国规格石材行业市场规模从 9,921 亿元增长至 12,716 亿元，2020 年受新冠疫情影响，行业增速有所下降，预计到 2021 年我国规格石材行业市场规模增长至 13,944 亿元，同比增长 7.4%。



数据来源：华经产业研究院

在石材行业逐渐市场化及消费升级带来的供给侧结构性改革的大背景下，公共建筑装饰工程市场、家装业务向中高端转化迈进，市场需求对装修品质提出了更高的要求，根据前瞻产业研究院预测，到 2025 年中国建筑石材行业市场规模将突破 1.5 万亿元。

2、海外市场

根据 Stone World 网站发布的数据，2020 年全球天然石材市场规模为 333.75 亿美元，预计到 2030 年将达到 504.65 亿美元，年均复合增长率为 4.0%。随着全球范围内住宅投资的增加，建筑产业的扩张和建设支出的增加，全球石材市场持续增长。发行人超硬材料制品的主要出口国巴西和印度都是石材产出大国。巴西是世界花岗岩、大理石等天然石材地质储量最大的国家之一，其天然石材的颜色品种很多，在世界市场上颇有竞争力。根据 Stone of India 统计，印度的花岗岩及花岗岩制品约占世界资源的 20%。巴西、印度等国对于石材的高消费、高产出与高储备推动了我国超硬材料制品的出口增长，我国超硬材料制品在国际市场上具有广阔前景。

（三）精密加工金刚石工具业务

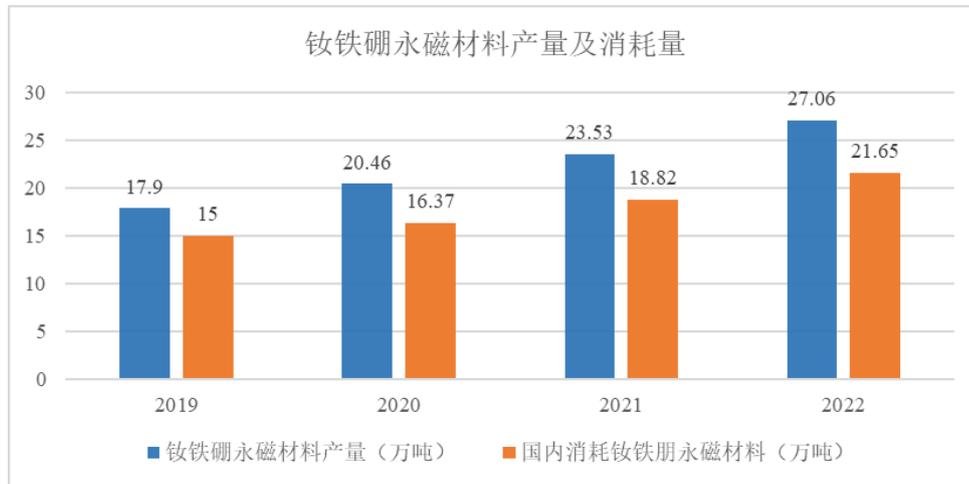
近年来国家大力发展先进制造业，积极促进精密机械零部件、电子信息材料、新能源汽车、磁性材料、风电行业等新兴领域的发展，新兴加工领域对加工精密度以及稳定的加工性能都有更高的要求。《2019年全球精密机械加工行业市场现状调研报告》显示，精密机械加工行业生产的产品在汽车、医疗、电子、通讯等众多高科技产业领域具有重要作用，其市场需求庞大。2011-2018年，全球精密机械加工市场稳定发展，2018年，市场规模达到2,160亿美元，同比增长1.9%。根据中国机床工具协会数据，截至2020年12月，我国机床工具行业规模以上企业（指年营业收入2,000万元以上企业）共5,721家，根据中国机床工具工业协会重点联系企业统计，机床工具行业2020年完成营业收入7,082.20亿元，2021年中国机床工具工业协会重点联系企业完成营业收入同比增长26.2%，机床工具行业运行继续保持向好趋势。超硬材料制品作为机床工具密不可分的消耗配件，随着机床工具行业的发展，超硬材料制品在精密加工应用领域不断扩张和延伸，产品更加丰富、迭代速度加快，具有广阔的市场前景。

（四）稀土永磁元器件业务

稀土永磁元器件主要应用于节能电机、电梯曳引机、3C 电器、新能源汽车、风电等产品的电机、驱动部件，具有高效、节能的特点。公司生产的钕铁硼永磁材料主要应用于新能源和节能环保领域，包括 3C 电器、风电设备、汽车零部件、节能变频空调、节能电梯等，应用领域广泛，市场空间广阔。

根据华经产业研究院整理统计，2015 年至 2021 年，中国稀土永磁材料产量由约 13.47 万吨增加至约 21.33 万吨，年复合增长率为 7.96%。据弗若斯特沙利文预计，2025 年中国稀土永磁材料产量将达约 28.4 万吨，2020 年至 2025 年年均复合增长率约 7.7%。

根据《中国磁性材料与器件行业协会年鉴 2019》，钕铁硼永磁材料将以 15% 的速度增长，2019 年我国钕铁硼永磁材料产量为 17.79 万吨，2019 年国内消耗钕铁硼永磁材料 15 万吨，2019 至 2022 年钕铁硼永磁材料产量和国内消耗情况预测如下图所示：



数据来源：《中国磁性材料与器件行业协会年鉴 2019》

三、主要客户需求变化

（一）客户需求长期稳定

1、主要销售区域需求依旧旺盛

报告期内，公司产品主要销售区域为境内市场，以及境外南美洲及亚洲地区，其中境外市场集中在巴西、印度地区，上述地区对公司产品具有持续旺盛的需求，

具体请参见本回复“问题 1”之“二/（一）陶瓷市场”及“二/（二）石材市场”。

2、其他销售区域需求上升

报告期内，公司其他销售区域主要集中在亚洲除印度外的其他地区。公司深耕巴西及印度市场的同时，积极加快境外其他地区业务开拓力度，亚洲的孟加拉等国家的销售收入增长较快，同时，非洲地区收入也呈现快速增长趋势。上述地区业务收入主要来自陶瓷客户，对应陶瓷行业市场具体情况如下：

（1）亚洲其他地区业务简况

亚洲地区除印度外，公司在孟加拉等国的销售收入增长较快。近年来，孟加拉人均收入增加带动孟加拉建筑业的发展，进而带动陶瓷行业蓬勃发展。据孟加拉出口促进局（EPB）统计数据显示，2018 年 7 月至 2019 年 2 月，孟加拉陶瓷砖产品出口收入为 56.5 亿美元，同比增长 127%。据《陶瓷资讯》报道，2022 年上半年，知名陶瓷生产集团 R.A.K 宣布计划投资 90.25 亿塔卡（折合人民币约 7.14 亿元）在孟加拉建设新厂，以满足孟加拉对建筑陶瓷日益增长的需求。根据孟加拉国陶瓷制造商和出口商协会（BCMEA）统计，孟加拉国有 60 多家陶瓷工厂以及十几家正在筹建的陶瓷工厂。在过去十年里，孟加拉国的瓷砖生产能力增加了 200%，在这一领域投资了 523.5 亿塔卡（折合人民币约 41.435 亿元）。近两年来，Akij 集团、Meghna 集团、Sheltech、DBL 集团等陶瓷企业纷纷在孟加拉建立陶瓷生产线，发展陶瓷产业。

公司把握孟加拉陶瓷产业快速发展的机遇，积极加快对该市场的布局。报告期内，公司在孟加拉的收入分别为 652.48 万元、778.01 万元、1,764.10 万元及 1,484.50 万元，其中 2021 年开始进入快速增长阶段。一方面，公司加大销售力度，在 2021 年 9 月及 2022 年 3 月分别派出销售人员及技术工程师，对客户进行现场生产指导，解决客户生产痛点，提高了客户对公司产品和服务的认可度；另一方面，公司于 2021 年新增合作一家代理商。目前，公司已与孟加拉国内的 R.A.K、Sheltech Ceramics Ltd、Star Ceramics Ltd、Great Wall Ceramic Industries Ltd.、Akij Ceramics Ltd.、BCL Ceramic Industries Ltd、DBL Ceramic Limited 等客户建立合作关系。

孟加拉陶瓷产业处于快速发展阶段，随着公司产品和服务进一步受到当地客户认可，公司在该地区收入有望进一步增长。

（2）非洲地区业务简况

非洲地区瓷砖生产和消费的缺口较大，以往主要依靠进口满足本地需求，近几年开始本地化生产，但仍然需要从中国、印度进口瓷砖。非洲每年进口瓷砖超过 2 亿平方米，耗费近 10 亿美元，陶瓷本地化生产潜力巨大。据统计，非洲总人口超过 13 亿，30 岁以下年轻人占比 67%，非洲已成为世界上增长最快的消费市场之一，整体消费已经连续十年以 5% 的增速增长，预计未来 5 年将超过 8%。随着非洲地区巨大的人口红利释放以及城镇化、工业化的发展，非洲陶瓷行业正处在快速发展阶段。根据陶瓷行业相关调研报告统计，非洲人均陶瓷使用面积约为 0.9 m²，部分国家人均陶瓷使用面积仅 0.6 m²，相比世界人均消耗水平 2.1 m² 尚有较大差距。根据意大利《Ceramic World Review》统计，2017 年非洲当地的陶瓷产量达到 6.96 亿 m²，2020 年约为 9.18 亿 m²，增长迅速。

报告期内，公司在非洲地区收入分别为 658.33 万元、858.38 万元、900.53 万元及 890.74 万元，其中 2022 年 1-6 月增长较快。目前，公司在阿尔及利亚以及尼日利亚等地均拥有稳定合作的客户。非洲作为发展中地区，基础设施建设亟待改善，近年来陶瓷生产企业纷纷在非洲建厂，非洲地区金刚石工具需求日益增长，是公司未来主要拓展的市场之一。

总体而言，全球建筑陶瓷市场规模较大，发展较为稳定。近年来，海外陶瓷生产发展布局呈现更为全面、均衡的趋势，除了巴西、印度等传统陶瓷生产较为集中的区域，亚洲其他地区、非洲等地区呈现快速增长的趋势，公司主要产品在境外市场仍有较大的增长空间。

3、收入下滑趋势已扭转

2021 年下半年以来，公司毛利率较高的巴西地区在经历市场需求上升、疫情期间客户为避免生产中断进行预防性采购后，客户需求阶段性回落，同时叠加主要原材料人造金刚石价格上涨等不利因素影响，使得公司在营业收入同比小幅下降的情况下净利润下滑明显。

随着巴西地区的客户采购量逐步回归正常水平，以及公司拓展亚洲其他地区及非洲等地区的市场、积极提升内销收入、稀土永磁元器件及精密加工金刚石工具等新业务收入快速增长，截至 2022 年 9 月 30 日，公司业绩下滑的趋势已得到扭转，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2022 年 1-6 月		2022 年 1-9 月与 1-6 月变动幅度比较
	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	
营业收入	56,048.29	-8.80%	36,525.00	-10.95%	2.15%
归属于母公司股东的净利润	5,728.09	-31.68%	3,657.01	-43.62%	11.94%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,458.54	-33.49%	3,506.69	-44.30%	10.81%

注：上述 2022 年 1-9 月财务数据已经会计师审阅，下同

从上表可见，2022 年 1-9 月，公司营业收入、归属于母公司股东的净利润及扣非后归属于母公司股东的净利润的下降幅度均较 2022 年 1-6 月收窄，公司业务开展情况良好，收入规模及盈利能力得到改善和提升。

公司业绩下滑趋势扭转的主要原因为：①因受疫情影响，巴西客户在 2020 年下半年至 2021 年上半年阶段性提高备货，随着巴西客户库存的逐渐消耗，需求和收入下滑的情况逐步缓解，巴西地区的客户采购量逐步回归至 2020 年上半年的正常水平；②公司在维护巴西、印度等主要市场业务规模的同时，积极开拓其他区域市场的业务，并取得良好的市场效果。亚洲地区除印度外的其他国家和地区主营业务收入 2022 年 1-6 月同比增长 2,336.04 万元，增幅 79.81%，2022 年 1-9 月同比增长 2,859.77 万元，增幅 58.82%；非洲地区主营业务收入 2022 年 1-6 月同比增长 761.95 万元，增幅 591.59%，2022 年 1-9 月同比增长 338.20 万元，增幅 47.99%；公司外销其他地区收入快速增长，产品辐射区域和范围持续扩大；③公司内销收入持续增长，其中稀土永磁元器件及精密加工金刚石工具等新业务增长较快，2022 年 1-6 月分别同比增长 1,270.71 万元及 578.93 万元，增幅 46.62% 及 97.00%，2022 年 1-9 月分别同比增长 1,367.71 万元及 551.73 万元，增幅 33.90% 及 44.38%。

（二）毛利率水平有望保持稳定

1、部分销售区域毛利率水平较高

报告期内，公司在巴西、印度等境外地区销售毛利率较高，且销售收入占比较高。从全球来看，意大利和西班牙是传统瓷砖强国，其瓷砖制造历史悠久、生产技艺先进、产品设计多样、质量优良。近年来，中国和印度等亚洲国家的瓷砖工业发展迅猛，已逐步取代意大利和西班牙等成为目前全球最主要的瓷砖生产基地。目前，中国、印度和巴西分别是世界前三大陶瓷砖产品生产国，也是公司最主要的三大销售区域。

印度距离中国地理位置较近，从中国进口陶瓷机械设备和磨削加工工具较为便利，因此印度市场主要使用中国制造的陶瓷机械设备及磨削抛光加工工具，同时亦采购意大利陶瓷机械设备。由于印度超硬材料制品主要依赖进口，考虑进口的成本及在当地市场的溢价，磨削抛光加工工具单价高于国内单价。

巴西地区的陶瓷生产企业承袭了意大利和西班牙的瓷砖生产工艺，主要使用意大利制造的陶瓷机械设备和磨削抛光工具，即使在中国陶瓷机械设备逐步进入巴西市场的背景下，巴西目前陶瓷生产线的关键设备，如原料处理系统、压机、窑炉等主要设备仍为意大利陶瓷机械设备为主，巴西市场陶瓷砖的制造理念与品质对标欧洲的趋势未发生重大变化，因此对于磨削抛光工具的质量、性能、环保性以及供应商的供货能力等有较高要求，相应定价也以欧洲产品为标准，整体单价较高，毛利率水平也较高。

公司在巴西和印度地区深耕多年，与当地主要客户合作稳定，产品具有良好的竞争力和市场认可度，客户对于公司产品具有持续的需求，有利于维持公司整体毛利率水平。

2、产品由抛光向抛釉转变，高毛利率产品占比持续提升

(1) 陶瓷生产需求由抛光砖向抛釉砖转变

公司产品主要应用于抛釉砖、抛光砖等陶瓷砖产品的生产加工环节。其中，抛釉砖是指经过高温烧成后表面附着釉面的瓷质砖，由于抛釉砖釉面较薄且脆，因此加工过程中主要使用树脂结合剂金刚石工具进行精磨边、精抛光，并搭配部分金属结合剂金刚石工具进行粗磨边；抛光砖是指表面不施釉的通体瓷质砖，质

地坚硬耐磨，加工过程中主要使用金属结合剂金刚石工具进行粗磨边、粗抛光，并搭配部分树脂结合剂金刚石工具以及碳化硅工具进行精磨边、精抛光。

近年来，由于抛釉砖具有纹理花色多、耐磨防水防污等特点，国内外市场需求量均逐步上升，抛光砖需求量随之下降。例如对于巴西市场，2018年以来对于抛釉砖的需求量快速上升，巴西客户新建生产线几乎均为抛釉砖生产线。公司用于抛釉砖生产的树脂结合剂金刚石工具（主要为弹性磨块）在抛光效率、使用寿命、光度等指标上较为优异，因此公司的弹性磨块等抛釉砖加工工具销售收入迅速提升，具体情况如下：

单位：万元，%

树脂结合剂金刚石工具	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外销	10,793.58	87.62	31,090.80	96.83	21,091.06	95.61	15,752.19	87.82
南美洲	5,938.58	48.21	25,572.06	79.64	17,596.23	79.76	12,791.09	71.31
其中：巴西地区	5,911.58	47.99	25,534.61	79.52	17,584.13	79.71	12,758.36	71.13
亚洲	3,914.38	31.78	4,574.57	14.25	2,634.57	11.94	2,366.85	13.20
其他	940.62	7.64	944.17	2.94	860.25	3.90	594.25	3.31
内销	1,524.89	12.38	1,019.11	3.17	969.22	4.39	2,184.63	12.18
合计	12,318.47	100.00	32,109.91	100.00	22,060.28	100.00	17,936.83	100.00

根据上表可知，2022年1-6月，受巴西地区收入下滑影响，公司树脂结合剂金刚石工具收入同比下降，但总体来看，2019年至2021年，树脂结合剂金刚石工具的销售金额上升较快。

(2) 公司用于抛釉砖的树脂结合剂金刚石工具占比可能进一步提升

2019年至2022年1-6月，公司下游行业主要陶瓷生产企业的有釉砖和无釉砖销售金额及占比情况如下：

单位：万元，%

公司	产品	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
马可波罗	有釉砖	404,496.54	96.15	884,903.33	94.79	776,044.06	90.50	722,823.13	89.06
	无釉砖	16,189.53	3.85	48,651.33	5.21	81,499.44	9.50	88,747.86	10.94
东鹏控股	有釉砖	239,267.15	76.39	591,192.42	74.10	494,191.18	69.04	404,470.70	59.91
	无釉砖	20,000.19	6.39	75,899.24	9.51	111,949.54	15.64	151,370.83	22.42
蒙娜	有釉砖	239,172.42	81.78	546,187.42	78.18	353,211.09	72.62	275,806.03	37.34

公司	产品	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
丽莎	无釉砖	12,010.84	4.11	45,983.31	6.58	54,546.83	11.21	56,490.83	14.85

注：上述数据来源于上述公司年度报告或招股说明书

根据上表可知，公司下游陶瓷生产企业的主营业务中，抛釉砖的占比逐步提高。由于树脂结合剂金刚石工具毛利率较高，未来公司用于抛釉砖的树脂结合剂金刚石工具占比可能进一步提升，有利于公司保持整体毛利率水平。

（三）与主要客户合作稳定

1、客户合作较为稳定性

报告期各期，公司与前十大客户的合作历史较长，与华硕陶瓷、唯美陶瓷、蒙娜丽莎、DELTA、PORTOBELLO、ELIZABETH等主要客户合作时间均超过10年，合作情况良好，公司的产品和服务获得了客户的好评和信赖。截至2022年9月末，公司拥有上述主要客户的在手订单金额为5,012.30万元，公司整体在手订单金额为11,724.00万元，在手订单较为充足。

公司所处行业下游发展趋势良好、主要销售地区市场需求旺盛，公司客户多为陶瓷生产、石材加工行业知名企业，公司凭借着产品质量优且稳定性好、产品型号多场景适应性强、性价比高、稳定供货能力、营销及售后服务能力强，提升客户满意度高、提高客户粘性，公司境内外市场客户业务量具有稳定性和可持续性，经过二十年的发展与沉淀，公司已经发展成为超硬材料制品行业具有国际竞争力的知名企业，同时，公司不断拓展新客户、新业务，为公司创造新的销售增长点。

2、主要客户合作具体情况

报告期各期，公司销售金额前十大客户的合作情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户合作时间	经营情况	报告期内合计销售金额
1	DELTA	单品客户，已合作约11年	2020年销售额为111,514.21万巴西雷亚尔（约为人民币139,961.48万元），同比增长59.65%	19,505.81
2	EURO TECH	单品客户，已合作	代理和经销陶瓷加工工	10,847.16

序号	客户名称	客户合作时间	经营情况	报告期内合计销售金额
		约 12 年	具、机械设备、零部件等产品	
3	NOVAPORCELA NATO	单品客户，已合作约 5 年	2020 年销售额为 29,762.8 万巴西雷亚尔（约为人民币 37,355.29 万元），同比增长 76.48%	8,746.41
4	PORTOBELLO	单品客户，已合作约 10 年	2020 年度其收入为 1,331.8 百万雷亚尔，2021 年收入为 1,912.1 百万雷亚尔，折合人民币分别约为 17.86 亿元、25.64 亿元	8,181.63
5	航天磁电	单品客户，已合作约 4 年	年收入规模约 5 亿元	7,542.53
6	EMBRAMACO-EMPRESA	单品客户，已合作约 8 年	2020 年销售额为 78,810.4 万巴西雷亚尔（约为人民币 98,914.93 万元），同比增长 26.79%	7,028.77
7	ELIZABETH	单品客户，已合作约 17 年	巴西和世界建筑材料的主要生产商之一，年产能 5,880 万平方米	6,289.87
8	华硕陶瓷	整线客户，已合作约 12 年	年产值突破 40 亿元	4,799.73
9	广东新润成陶瓷有限公司	整线客户，已合作约 22 年	拥有近 50 万平方米生产基地，产品销往全球 72 个国家和地区	4,021.16
10	唯美陶瓷	整线客户，已合作约 4 年	唯美陶瓷母公司马可波罗 2021 年营业收入为 936,482.90 万元	3,717.70
11	ALMEIDA	单品客户，已合作约 2 年	每月可生产约 200 万平方米的地板砖和瓷砖	3,693.98
12	广东方向陶瓷有限公司	整线客户，已合作约 7 年	拥有现代化瓷砖生产基地，12 条大型陶瓷生产线，日产量可达 18 万方米，年产值预期可达 15 亿元	3,332.62
13	INCEPA	单品客户，已合作约 8 年	全球第二大陶瓷涂料制造商 LAMOS A 集团子公司	3,255.32
14	CERBRAS	单品客户，已合作约 4 年	2019 年销售额为 30,575.75 万巴西雷亚尔	2,836.40
15	RAK	单品客户，已合作约 19 年	RAK 是中东地区最大的陶瓷生产企业。2021 年的销售额为 2,860.7(约为人民币 4,996.46 百万元)百万迪拉姆，同比增长 21.76%。2022 年第二季度销售额为 1,710.1 百万	2,824.37

序号	客户名称	客户合作时间	经营情况	报告期内合计销售金额
			迪拉姆（约为人民币3,125.04百万元），同比增长20.1%	
16	TRANSLYNX	单品客户，已合作约4年	建材行业商品批发商、进出口商	2,430.60
17	蒙娜丽莎	整线客户，已合作约18年	蒙娜丽莎2021年营业收入为698,652.13万元人民币，同比增长43.64%	2,339.42
18	BIANCOGRES	已合作约10年	拥有超过30万平方米的厂房，每年生产3,600万平方米瓷砖	2,335.01
19	金华江科动力有限公司	单品客户，已合作约3年	注册资本2,000万元，系高新技术企业、专精特新企业、科技型中小企业	1,896.69
20	湖南稀土院有限责任公司	单品客户，已合作约4年	无公开市场销售数据	1,776.20
21	ALMAS	单品客户，已合作约10年	无公开市场销售数据	1,117.63

注：境外主要客户的经营数据，来源为中信保资信报告查询、客户年度报告、客户官网获取；境内主要客户的经营数据，通过上市公司年报、企业官网以及企查查等渠道查询获得

公司主要客户系所属区域内的知名企业，经营状况良好，对公司的产品具有持续需求，合作稳定性较高。

（四）市场竞争优势

公司自成立以来一直专注于超硬材料制品的研发、生产和销售，不断强化自主研发能力，持续拓展产品应用领域，生产规模不断扩大，产品技术水平始终保持在行业的领先水平。超硬材料制品行业的竞争虽日趋激烈，但公司总体实力一直保持在我国超硬材料制品行业的龙头地位，国际市场竞争力不断增强，品牌国际影响力得到进一步提升。

从技术水平上看，公司及全资子公司新兴奔朗是国家高新技术企业，截至报告期末，公司已取得127项专利，其中发明专利33项、实用新型专利94项，经过多年自主研发及技术积累，发行人在金刚石工具领域形成了6项国内、国际先进及领先水平、填补空白的技术；从产品创新上看，公司一直注重产品创新，在不断满足客户需求的前提下，积极探索引领行业产品开发创新与应用；从品牌优势来看，公司成立20多年来，从实现进口替代到自主创新走向世界，与国内外知名客户建立了长期合作伙伴关系产品，赢得了众多规模大、信誉好、品牌优势

强的客户的信赖。

公司建立了服务于全球市场的信息化系统,通过境外子公司以及境外代理商的本地服务结合信息化系统,精准提升公司服务市场的能力。在全球受到新冠肺炎疫情的情况下,公司保证了产品的稳定供应与优质服务,进一步提高了客户对公司的信赖度。公司境内外营销服务团队经验丰富,具有较强的市场开拓能力及技术服务能力。此外,公司生产团队依托于信息化、数字化的管理运营平台,在长期经营中积累了丰富的生产管理经验。公司在管理、研发、营销和生产领域培养、储备了一批专业化人才,为公司的健康、稳健、可持续发展奠定了坚实的基础,在市场竞争中保持了良好的优势。

综上所述,公司所处行业发展良好,市场容量呈进一步增长的趋势,公司与主要客户之间合作稳定,与国内外众多知名客户建立了稳定友好的合作关系;公司持续投入技术与产品创新,积极开拓市场,始终保持良好的市场竞争力,不存在上市后即出现业绩大幅下滑的风险。

问题 2、请发行人结合报告期后业绩表现、同行业公司市盈率水平、未来市场需求等情况，说明现有发行底价是否偏高，是否具备募投项目产能消化能力，以及募投项目实施后对发行人经营业绩的影响。

回复：

一、发行人报告期后业绩表现良好

公司 2021 年营业收入为 77,312.83 万元，归属于母公司所有者的净利润为 8,680.04 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 8,598.04 万元。公司 2022 年 1-9 月营业收入为 56,048.29 万元，归属于母公司所有者的净利润为 5,728.09 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 5,458.54 万元。

根据当前的经营情况，公司预计 2022 年可实现营业收入 70,000 万元至 73,000 万元；预计 2022 年可实现归属于母公司股东的净利润 6,000 万元至 6,200 万元；预计 2022 年全年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 5,700 万元至 5,900 万元。

随着巴西地区客户采购量逐步回归正常水平以及公司拓展亚洲其他地区及非洲等地区的市场、积极提升内销收入、稀土永磁元器件及精密加工金刚石工具等新业务收入快速增长，截至 2022 年 9 月 30 日，公司报告期后业绩情况良好，具体请参见本回复“问题 1”之“三/（一）/3、收入下滑趋势已扭转”。

二、公司未来市场需求情况

（一）高性能金刚石工具智能制造新建项目相关产品下游市场广阔

高性能金刚石工具智能制造新建项目建设期为 2 年，至完全达产需要 3 年爬坡期，从项目建设至项目达产预计需要 5 年。高性能金刚石工具智能制造新建项目生产的金刚石工具（以下简称“高性能金刚石工具”）主要应用于陶瓷加工市场以及部分石材加工市场。上述行业存量市场容量大，同时整体市场容量在稳步增长，总体而言发展良好，市场前景广阔。同时，近年来受国内外经济形势环境变化，金刚石工具行业以及下游陶瓷等行业的行业集中度不断提升，公司作为金刚石工具行业龙头企业，因金刚石工具质量稳定、性能优良、具有规模化优势，

同时对下游客户新品的加工需求响应快速，受到行业内中大型客户的青睐并远销国内外，金刚石工具行业以及下游行业集中度的提升将会为公司带来更多发展机遇，进一步提升公司市场地位及市场占有率。

高性能金刚石工具市场需求情况具体请参见本回复“问题1”之“二/（一）陶瓷市场”及“二/（二）石材市场”。

（二）精密加工金刚石工具业务

1、公司精密加工金刚石工具经营情况

随着下游精密机械零部件、磁性材料、3C 电子产品等精密行业的发展，对配套的精密加工工具的需求增长，公司基于在陶瓷、石材等硬脆材料加工用金刚石工具的成功经营经验，将市场拓展至精密加工领域，陆续设立江门奔朗、奔朗创盈发展精密加工金刚石工具，同时公司收购的科瑞精密主营业务为研发、生产及销售单/双面精密研磨机等研磨设备，上述设备可配套公司精密加工金刚石工具使用，形成协同效应。

报告期内，公司单品模式下精密加工金刚石工具业务收入情况如下：

单位：万元

产品名称	2022 年度 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
精密加工金刚石工具	981.07	2.74%	1,647.96	2.16%	757.76	1.34%	581.22	0.98%

报告期内，随着公司在精密加工工具领域的技术进步，收入规模快速增长。

2、公司精密加工金刚石工具业务技术储备情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司精密加工金刚石工具业务相关专利共计 19 项并拥有电沉积工艺技术、模具及设备设计制作技术、产品结构创新设计技术、低熔高强陶瓷结合剂配方设计和制备技术等核心技术。

截至目前，公司正在从事的与精密加工金刚石工具业务相关的主要研发项目（计划经费投入大于等于 100 万元）情况如下：

序号	研发项目	所处阶段及进展	计划经费投入（万元）	拟达到的目标
1	面向 5G 陶瓷的超精密加工技术与装备研发	小试阶段	1,000	提高滤波器加工时金刚石磨头的使用寿命，与传统滤波器相比，提升 20%寿命
2	环保、高效机器人自动化磨削工具的研究与开发	中试阶段	245	提高滤波器加工时金刚石磨头的使用寿命，提升锋利度，减少装夹次数，降低加工废品率，节省生产成本，满足市场需求，提升产品的竞争力以及公司的研发能力
3	半导体芯片与集成电路金刚石散热复合材料及其散热器件的制造技术研究	中试阶段	245	通过不同的成型技术对比金刚石/金属复合材料的热导率，及其密度关系对热导率的影响，制备出合格的成品
4	电子通信及半导体用超薄硬脆材料精密磨削用抛光垫的研制	研究阶段	200	开发应用于电子通信及半导体领域用硅、蓝宝石、手机及穿戴设备用玻璃等硬脆材料精密磨削及抛光用金刚石工具，实现此类材料的高效、超高精密的加工，具体如下：1、表面无划痕，光洁度达镜面要求；2、使用寿命 90 天以上；3、金刚石研磨垫背胶粘接性好、盘面无拼接，丸片不脱粒，保证整体磨削面的平整度

3、精密加工金刚石工具业务市场广阔

精密加工金刚石工具市场需求情况具体请参见本回复“问题 1”之“二/（三）精密加工金刚石工具业务”。

综上，精密加工金刚石工具市场广阔，公司凭借行业服务经验和技術积累，逐步延伸至精密加工自动化生产设备领域，已初步具备了“自动化设备+关键加工工具+加工技术”一体化服务能力，未来随着公司精密加工金刚石工具技术的进步、下游客户以及产品的拓展，公司精密加工金刚石工具业务规模有望进一步提升。

（三）稀土永磁元器件业务

1、公司稀土永磁元器件经营情况

2018 年，公司设立湖南奔朗开始切入稀土永磁行业。湖南奔朗设立以来，快速形成了自主开发及产品创新能力，开展了关于低重稀土高性能磁体晶界扩散技术、晶界添加技术等关键技术的研发，掌握了低成本高性能烧结钕铁硼永磁材料

制备工艺技术，形成了 70 多种牌号系列产品的规模化生产能力，满足下游节能电机、电梯曳引机、3C 电器、新能源汽车、风电等行业客户的需求。

报告期内，公司稀土永磁元器件业务增长迅速，单品模式下公司稀土永磁元器件具体情况如下：

单位：万元

产品名称	2022 年度 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
稀土永磁元器件	3,996.12	11.16%	5,151.44	6.76%	3,220.85	5.70%	4,114.99	6.94%

2、公司稀土永磁元器件技术储备情况

截至 2022 年 6 月 30 日，湖南奔朗拥有专利共计 16 项并拥有高性能稀土永磁元器件的制备和大规模生产成套技术体系、低重稀土高性能磁体扩散技术、晶界添加技术等技术。

截至目前，公司正在从事的与稀土永磁元器件业务相关的主要研发项目（计划经费投入大于等于 100 万元）情况如下：

序号	研发项目	所处阶段及进展	计划经费投入（万元）	拟达到的目标
1	晶界扩散关键制备技术研究及产业化	产业化阶段	300	优化晶界扩散的生产工艺及改善基材配方，解决目前部分产品扩散后磁性能不稳定的问题，开发出综合磁性能（ $H_{cj}+BH_{max}$ ） ≥ 75 的磁体；同时开发出高磁性能产品 52UH、42EH
2	节能电机用低重稀土高磁性能烧结钕铁硼的研究	中试阶段	100	采用低重稀土含量配方，优化配方中微量添加元素，改善磁体的微观结构，开发出成本更低、磁性能更好的磁体：拟达到，UH 档位较传统工艺成本节约 3-5 元/kg； H_{cj} 温度系数优于 $-0.53\%/^{\circ}C$
3	烧结钕铁硼加工性能研究	研究阶段	120	改善稀土及微量添加元素、研究过程工艺对钕铁硼磁体加工性能的影响，开发出加工性能优良的磁体，拟达到磁体的抗弯强度 $\geq 400Mpa$
4	烧结钕铁硼双合金工艺技术研究	研究阶段	300	通过主相合金与辅合金来进行配比，引入轻稀土 La、Ce，开发出 38SH 档位磁体，其 $LaCe/Re$ （稀土总量） $\geq 15\%$ ，剩磁 $\geq 12.3KGs$ ，矫顽力 $\geq 20KOe$

3、稀土永磁元器件市场广阔

稀土永磁元器件市场需求情况具体请参见本回复“问题 1”之“二/（四）稀

土永磁元器件业务”。

综上，稀土永磁元器件市场广阔，公司稀土永磁元器件业务尚处于起步阶段，具备一定的生产规模及技术水平，未来随着公司稀土永磁元器件技术的进步、下游客户以及产品的拓展，公司稀土永磁元器件业务规模有望进一步提升。

此外，除了稀土永磁元器件、精密加工金刚石工具等已具备研发、生产及销售能力且收入规模逐步扩大的业务外，公司亦设立了奔朗开发及奔朗先进等子公司，同步开展金刚石功能化应用、先进陶瓷材料等领域的研发、生产及应用，有望成为公司新的业务增长点，持续提升盈利能力，致力于成为以超硬材料制品为核心的新材料领域卓越企业。

三、本次发行底价的确定情况

本次发行底价系在 2021 年经营情况的基础上，结合同行业公司市盈率、行业发展趋势、下游行业需求等因素的综合定价为 7.00 元/股，综合考虑成长性、市场流动性溢价等因素后确定，代表发行时公司的整体价值。

（一）公司 2021 年及报告期后业绩情况经营情况

公司 2021 年营业收入为 77,312.83 万元，归属于母公司所有者的净利润为 8,680.04 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 8,598.04 万元。公司 2022 年 1-9 月营业收入为 56,048.29 万元，归属于母公司所有者的净利润为 5,728.09 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 5,458.54 万元。

根据当前的经营情况，公司预计 2022 年可实现营业收入 70,000 万元至 73,000 万元；预计 2022 年可实现归属于母公司股东的净利润 6,000 万元至 6,200 万元；预计 2022 年全年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 5,700 万元至 5,900 万元。

公司整体经营情况良好，具有较好的盈利能力。

（二）与同行业可比上市公司、北交所上市公司首发市盈率的对比情况

1、以发行底价测算的市盈率

如以本次发行底价 7 元/股为基础测算，市盈率情况如下：

单位：倍

项目	每股收益（元/股）	发行前市盈率	发行后摊薄市盈率	使用超额配售权后摊薄市盈率
2021 年度	0.67	10.50	14.17	14.72
2022 年 1-9 月	0.56	12.50	16.67	17.30
2022 年度	0.44-0.45	15.40-15.91	20.53-21.22	21.30-22.02

注：2022 年 1-9 月每股收益为年化后数据，2022 年度每股收益为预测数据

2、与同行业可比公司市盈率的比较

根据中证指数网发布的市盈率数据，公司同行业可比公司静态市盈率水平如下：

证券代码	证券名称	证监会大类名称	2022/11/11	2022/09/30	2022/06/30	2022/03/31	2021/12/31
000969	安泰科技	金属制品业	49.17	45.22	53.29	79.44	106.21
002282	博深股份	通用设备制造业	19.97	16.41	18.19	34.57	37.59
300554	三超新材	非金属矿物制品业	-	-	-	81.23	77.07
300629	新劲刚	计算机、通信和其他电子设备制造业	49.23	38.78	40.19	62.80	79.62
平均值（剔除负数）			39.46	33.47	37.22	64.51	75.12

由上表可见，公司以发行底价测算的市盈率均低于同行业可比公司近期不同时间内的平均市盈率（剔除负数）。

3、与北交所上市公司首发市盈率的比较

同时，根据同花顺（300033）统计，自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 11 日，北交所上市公司首发市盈率（摊薄）平均值为 23.05 倍，公司以发行底价测算的市盈率低于 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 11 日期间北交所上市公司首发市盈率（摊薄）平均值。

综上，公司以发行底价测算的市盈率低于 2022 年以来同行业公司平均市盈率以及北交所上市公司首发市盈率（摊薄），本次发行底价合理、谨慎。

（三）公司及相关人员稳定股价的相关承诺

发行人、发行人控股股东、实际控制人、发行人董事（独立董事除外）、高级管理人员签署了《向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市

后三年内稳定股价预案及相关承诺》，承诺内容如下：

“一、实施股价稳定措施的具体条件

自公司股票在北交所上市之日起一个月内，若公司股票出现连续 10 个交易日的收盘价均低于本次发行价格时，公司将启动股价稳定预案；自公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内，若公司股票出现连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产时（若因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，每股净资产金额相应调整），公司将启动稳定股价预案。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合北京证券交易所上市条件。

自公司股票在北京证券交易所上市之日起一个月内，公司启动稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票收盘价连续 3 个交易日高于本次发行价格时，将停止实施股价稳定措施；公司股票在北京证券交易所上市后第二个月至三年内，在公司稳定股价具体方案的实施期间内，若公司股票连续 5 个交易日的收盘价高于最近一期经审计的每股净资产，将停止实施股价稳定措施。稳定股价具体方案实施期满后，如再次触发上述启动条件，则再次启动稳定股价措施。

二、稳定公司股价的具体措施

当公司需要采取股价稳定措施时，按以下顺序实施：

（一）公司控股股东及实际控制人增持公司股票

公司触发稳定股价预案启动条件后，公司控股股东、实际控制人须提出增持公司股票的方案。公司控股股东、实际控制人自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许的交易方式增持公司流通股。公司股票在北交所上市之日起第一个月内触发稳定股价措施的情形，增持股票的价格不高于公司本次发行价格；公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内触发稳定股价措施的情形，增持股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股票总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；控股股东、实际控制人增持股票的数量不超过公司股票总数的 3%，且控股股东、实

际控制人单次用于增持的资金不超过其上一年度公司现金分红的 30%，年度用于增持的资金合计不超过其上一年度公司现金分红的 60%，增持计划实施完毕后的六个月内不出售所增持的股票，同时保证增持结果不会导致公司的股权分布不符合公开发行并上市的条件。

在实施增持股票期间，出现下列情形，公司控股股东及实际控制人可以依照相关法律规定和增持方案，不再继续实施增持公司股票计划：

- 1、公司股价已经不满足启动稳定股价措施条件的；
- 2、继续增持股票将导致公司不满足法定公开发行并上市条件；
- 3、继续增持股票将导致控股股东需要履行要约收购义务，且控股股东、实际控制人未计划实施要约收购。

（二）公司回购公司股票

公司控股股东、实际控制人增持股份数量达到承诺上限或依照相关法律规定和增持方案，不再继续实施增持公司股票计划后，再次出现需要采取稳定股价措施的情形的。公司董事会需制定公司股份回购方案，并及时召开董事会、股东大会进行审议。在股份回购方案经股东大会审议通过后，应当履行债权人通知及公告及其他法定减资程序。

公司自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许的交易方式回购公司流通股。公司股票在北交所上市之日起第一个月内触发稳定股价措施的情形，回购股票的价格不高于公司本次发行价格；公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内触发稳定股价措施的情形，回购股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股票总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。公司回购股票的数量不超过公司股票总数的 5%，且公司用于回购股票的资金金额不高于回购股票事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%，同时保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合公开发行并上市的条件。在中国证监会、北交所规定的不允许回购股票的期间不得进行回购。

在实施回购股票期间，公司股价已经不满足启动稳定股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

（三）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票

公司控股股东、实际控制人增持公司股票达到承诺上限且公司回购股票达到承诺上限，或依照相关法律规定和增持方案，不再继续实施增持公司股票计划后，再次出现需要采取稳定股价措施的情形的，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员须提出增持公司股票的方案。

公司董事（不含独立董事）、高级管理人员自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许的交易方式增持公司流通股份。公司股票在北交所上市之日起第一个月内触发稳定股价措施的情形，增持股票的价格不高于公司本次发行价格；公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内触发稳定股价措施的情形，增持股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股票总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；公司董事（不含独立董事）、高级管理人员，单次用于增持股票的资金不超过上一年度从公司领取现金薪酬的 30%，且年度用于增持股份的资金不超过其上一年度领取的现金薪酬，增持计划实施完毕后的六个月内不出售所增持的股份，同时保证增持结果不会导致公司的股权分布不符合公开发行并上市的条件。

（四）其他事项

1、公司及其控股股东、实际控制人，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员在履行上述增持或回购义务时，应按照法律、法规的规定履行其相应的信息披露义务；

2、本预案适用于公司未来选举或聘任的董事（不含独立董事）、高级管理人员。公司选举或聘任董事（不含独立董事）、高级管理人员时，应要求其就此做出书面承诺，并要求其按照公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市时董事（不含独立董事）、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施。”

综上所述，发行人期后经营情况良好，本次发行底价对应的市盈率低于 2022 年以来同行业公司平均市盈率以及北交所上市公司首发市盈率（摊薄），且已经制定了稳定股价措施，可有效稳定发行人北交所上市后的股价，保护投资者权益，因此本次发行底价合理、谨慎。

四、发行人具备募投项目产能消化的能力

发行人基于核心技术研发生产的金刚石工具技术创新特征较为显著、产品质量优且稳定性好、产品型号多场景适应性强、性价比高且公司具有稳定供货能力、营销及售后服务能力强，是我国超硬材料制品行业的龙头企业之一，在全球陶瓷加工金刚石工具细分市场的份额排名前列，随着募投项目的进一步实施，发行人有望进一步提升产品创新能力、增强产品的质量、通过规模化效应和智能化产线降低成本的同时提升产品稳定性，进一步扩大市场份额。

（一）发行人经营状况良好，行业地位领先

1、发行人经营状况良好

发行人是一家专注于超硬材料制品的研发、生产和销售的高新技术企业，是我国超硬材料制品行业的龙头企业之一，在全球陶瓷加工金刚石工具细分市场的份额排名前列。报告期内，发行人财务情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度
资产总计	106,584.55	97,337.79	89,394.27	86,605.52
股东权益	64,707.40	62,332.41	54,028.53	50,603.72
归属于母公司所有者的股东权益	64,197.59	61,849.35	54,099.75	50,683.72
营业收入	36,525.00	77,312.83	60,008.43	59,771.42
净利润	3,578.41	8,712.58	6,522.00	1,898.78

2022年1-9月，公司资产总计 104,184.00 万元，股东权益为 66,680.13 万元，归属于母公司所有者的股东权益为 66,232.96 万元；其中 2022年1-9月营业收入为 56,048.29 万元，对应净利润为 5,543.54 万元（上述数据已经会计师审阅）。发行人整体经营状况良好。

2、发行人在陶瓷加工金刚石工具市场行业地位领先

发行人在陶瓷加工金刚石工具市场处于行业领先地位，根据中国机床工具工业协会超硬材料分会出具的证明：“2019年、2020年及2021年，奔朗新材在我国超硬材料陶瓷加工金刚石工具市场占有率排名第一、出口规模排名第一、全球市场占有率排名第一”。

（1）公司市场占有率估算情况

①境内市场占有率

根据《陶业长征》对2020年全国各类陶瓷砖产能统计，2020年全国瓷砖年产能为123.20亿平方米，包括抛釉砖、抛光砖、仿古砖、瓷片等，其中需使用弹性磨块进行抛釉的瓷砖年产能为48.48亿平方米，需使用金刚石磨块进行抛光的陶瓷年产能为9.72亿平方米，需使用树脂磨轮、金刚石磨轮进行磨边的陶瓷年产能为106.41亿平方米。

根据中国建筑卫生陶瓷协会统计，2021年我国建筑陶瓷产量为81.74亿平方米。因此，假设2021年全国各类陶瓷砖产能不变，则2021年全国各类陶瓷砖的产能利用率约为66%，则使用弹性磨块的瓷砖年产量约为32.16亿平方米，使用金刚石磨块的陶瓷年产量约6.45亿平方米，使用树脂磨轮、金刚石磨轮的陶瓷年产量约为70.60亿平方米。根据发行人2021年弹性磨块、金刚石磨块、树脂磨轮、金刚石磨轮的境内销量，以及发行人对境内各类陶瓷砖使用不同类金刚石工具产耗比经验估算，公司各类产品在境内的市场占有率（销量）测算如下：

产品	弹性磨块	树脂磨轮、金刚石磨轮	金刚石磨块
境内市场占有率	8.38%	11.49%	13.12%

②海外市场占有率

根据《中国建筑卫生陶瓷年鉴》和《Ceramic World Review》统计，2020年我国建筑陶瓷砖占全球产量约为52.70%，假设海外各类建筑陶瓷砖的类别与占比同我国一致，同时，假设2021年我国建筑陶瓷砖占全球产量与2020年保持一致，则海外地区使用弹性磨块的瓷砖年产量约为28.87亿平方米，使用树脂磨轮、金刚石磨轮的陶瓷年产量为63.37亿平方米，使用金刚石磨块的陶瓷年产

量约 5.79 亿平方米。根据发行人 2021 年弹性磨块、树脂磨轮、金刚石磨轮以及金刚石磨块的海外销量，以及发行人对海外各类陶瓷砖使用不同类金刚石工具产耗比估算，公司各类产品在海外以及全球市场占有率（销量）测算如下：

产品	弹性磨块	树脂磨轮、金刚石磨轮	金刚石磨块
海外市场占有率	9.65%	11.59%	12.27%

综上，公司应用于不同陶瓷砖的金刚石工具在境内外市场占有率在 8%-13% 左右，在行业集中度较低的陶瓷加工金刚石工具市场，占有率较为领先。

（2）国内外陶瓷市场主要企业公开信息

根据国家统计局数据的统计，2020 年我国规模以上磨料磨具企业数量为 2,025 家，其中金刚石工具生产制造企业数量众多，行业集中度较低，因研发、技术、人才、渠道、品牌、资金等门槛的限制，多数企业为产销规模局限于千万元及以下的小企业，产销规模过亿元的企业仅有包括发行人在内的少数公司。同行业上市公司中与发行人相似业务的有博深股份、三超新材、安泰科技以及新劲刚。上述上市公司与发行人同类业务营业收入对比如下：

单位：万元

名称	公司主要产品	与发行人同类业务	同类业务收入金额			
			2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
博深股份	金刚石工具、涂附磨具、轨道交通装备零部件	金刚石工具板块	18,879.03	40,319.85	36,553.76	34,371.11
安泰科技	以难熔钨钼为核心的高端粉末冶金及制品和以稀土永磁为核心的先进功能材料及器件	未单独公布超硬材料制品收入，使用其子公司安泰钢研数据	29,449.38	49,615.22	38,709.02	36,106.08
新劲刚	金属基超硬材料制品、特殊应用电子、特殊应用新材料	金属基超硬材料及制品	-	-	11,950.57	13,712.02
三超新材	电镀金刚线与金刚石砂轮	金刚石砂轮	1,892.50	3,893.94	3,383.74	3,416.49
发行人	超硬材料制品、碳化硅工具、稀土永磁元器件等	超硬材料制品	29,905.08	66,866.47	49,441.83	49,472.16

注：安泰科技超硬材料制品收入为子公司北京安泰钢研超硬材料制品有限责任公司（以下简称“安泰钢研”）数据

发行人超硬材料制品业务销售规模在同行业上市公司同类业务处于较高水平，由此可推断发行人市场占有率处于国内领先地位。

在陶瓷加工金刚石工具国际市场中，公司主要竞争对手为意大利品牌 Surfaces Group，近几年 Surfaces Group 陆续收购了 ADI、Luna、Vincent、Premier 等同行品牌规模逐步扩大，是行业内领先的陶瓷加工金刚石工具厂商。Surfaces Group 为非上市公司未公布相关销售数据或排名情况，仅在其官网公布 2021 年总销售额约为 1.2 亿欧元。发行人 2021 年超硬材料制品业务销售规模与 Surfaces 相近，由此可推断发行人国际市场占有率处于领先地位。

（3）同行业可比公司公开披露材料对发行人行业地位的描述

我国是世界上最大的超硬材料及超硬材料制品生产国，根据同行业可比公司及上游企业的公开披露信息，对公司的表述如下：

公司名称	公告内容
新劲刚	奔朗新材是我国建筑陶瓷用超硬材料制品行业的龙头企业，一直专注于超硬材料制品业务，其研发投入和市场投入都较新劲刚超硬业务高，其专注于主业的战略及持续的研发投入有助于企业提升毛利率。
力量钻石	国内相对较大的金刚石锯切磨工具生产企业，主要为奔朗新材、新劲刚、石家庄博深工具股份有限公司（A 股上市公司博深股份 002282.SZ）、福建省泉州万龙石业有限公司（以下简称“泉州万龙”）、泉州众志、安泰科技股份有限公司（A 股上市公司安泰科技 000969.SZ）等企业。广东佛山市场，陶瓷品牌知名度较高，早期产业集聚，同时集聚了大批为陶瓷加工服务的金刚石工具厂家。佛山以生产加工陶瓷用的金刚石磨边轮、金刚石刮刀陶瓷切割锯片为主，也有部分企业如奔朗新材等生产石材、陶瓷等全系列加工工具，随着产业发展，佛山及其周边区域中小企业生产的金刚石工具主要外销全球陶瓷加工企业。
惠丰钻石	奔朗新材为全球陶瓷加工工具细分市场占有率先排名领先的新三板挂牌公司，公司主要向其销售砂轮及其他用微粉。

综上，公司经营状况良好，行业地位领先。

（二）公司高性能金刚石工具报告期内销售情况良好

报告期内，公司高性能金刚石工具项目相关产品单品收入情况：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
高性能金刚石工具	19,862.11	46,016.90	33,002.30	31,928.08

此外，公司整线业务主要使用的产品为高性能金刚石工具。报告期内，公司整线业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
整线	8,778.10	18,310.44	15,668.48	18,838.08

2022年1-9月，公司高性能金刚石工具项目相关产品单品收入30,295.77万元；整线业务收入13,895.83万元。

综上，报告期内及期后，公司高性能金刚石工具项目相关产品收入情况良好，为消化新增产能提供坚实的保障。

（三）充足的市场需求是发行人消化新增产能的基础

根据 IndustryARC 的预测，2026 年全球金刚石工具市场将超过 43.7 亿美元，2021 年至 2026 年的预测复合年增长率将超过 6.7%。

公司在全球陶瓷加工金刚石工具细分市场的份额排名前列，公司在稳固国内外原有市场的同时，积极开拓新市场、新客户，提升其他区域市场的业务规模，推动销售收入持续增长，提升市场占有率。高性能金刚石工具下游市场主要是陶瓷加工市场以及石材加工市场，上述市场具体情况请参见本回复“问题 1”之“二/（一）陶瓷市场”及“二/（二）石材市场”。

（四）结合未来五年市场变化情况，公司提前布局募投产能储备具有合理性

报告期内，公司现有产能消化情况良好，公司根据市场总体发展情况并结合自身市场扩张能力合理制定本次募投项目，由于高性能金刚石工具智能制造新建项目从建设至达产预计需要 5 年，因此公司需要进行前瞻性布局，提前进行产能建设储备。

1、未来五年公司产能增长情况

本次募投项目将新增 1,873.50 万件高性能金刚石工具的产能，假设公司于 2023 年实施募投项目，则预计公司未来五年高性能金刚石工具产能具体情况如下：

单位：万个、万片、万块

项目	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
现有产能	1,438.43	1,438.43	1,438.43	1,438.43	1,438.43
募投项目产能	-	-	749.40	1,405.13	1,873.50
合计产能	1,438.43	1,438.43	2,187.83	2,843.56	3,311.93

注：现有产能 1,438.43 万以 2022 年 1-6 月产能年化计算

2、根据未来五年市场变化及公司产能变化计算的市场占有率

(1) 测算的前提假设

①假设未来五年全球陶瓷砖产量增长率为 3%

根据 Manufacturing and Economic Studies 的预测，到 2025 年全球陶瓷砖产量可能会新增 45 亿平方米，增速为 5.1%，届时陶瓷砖产量将会突破 200 亿平方米。根据《Ceramic World Review》的统计数据，2019-2021 年度全球陶瓷砖产量分别为 168.03 亿平方米、171.01 亿平方米以及 183.39 亿平方米，复合增长率为 4.47%。谨慎起见，假设未来五年全球陶瓷砖产量增长率为 3%。

②假设未来五年公司高性能金刚石工具产品的产销率为 100%

假设未来五年，公司高性能金刚石工具产品的产销率均为 100%。

(2) 对未来募投项目达产后市场占有率的测算

根据 2021 年国内外陶瓷砖产量以及公司金刚石工具销量估算，公司应用于不同陶瓷砖的金刚石工具在境内外市场占有率约为 8%-13%，其中高性能金刚石工具智能制造新建项目最主要的产品弹性磨块的占有率约为 8%-10%，具体请参见本问题回复之“四/（一）/2、发行人在陶瓷加工金刚石工具市场行业地位领先”。以 2021 年公司弹性磨块市场占有率为基数，并假设未来五年公司弹性磨块产销率为 100%，预测公司弹性磨块产能释放后市场占有率情况如下：

单位：亿平方米

项目	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
全球陶瓷砖产量①	194.56	200.40	206.41	212.60	218.98
公司弹性磨块产能/2021 年弹性磨块销量②	87.46%	87.46%	129.51%	190.13%	220.18%

项目	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
全球陶瓷砖产量/2021 年全球陶瓷砖产量③	106.09%	109.27%	112.55%	115.93%	119.41%
公司弹性磨块市场占有率④	6.60%-8.24%	6.40%-8.00%	9.21%-11.51%	13.12%-16.40%	14.75%-18.44%

注：公司弹性磨块市场占有率④=公司 2021 年弹性磨块市场占有率*②/③

从上表可见，假设全球陶瓷砖产量以每年 3%的速度小幅增长，公司募投项目达产后，公司主要产品弹性磨块的市场占有率约为 15-18%。

公司在陶瓷加工金刚石工具市场行业地位领先，具备较强的市场竞争力，随着下游行业以及金刚石工具市场集中度的提升以及募投项目的逐步达产，公司上述预测市场占有率具有较强的可实现性。

同时，公司高性能金刚石工具产品可应用于石材市场，随着我国落实科学发展观和节能、降耗、节材、减废的方针，国家节能降耗、环境友好政策的推行，金刚石工具将进一步替代碳化硅等传统工具用于大理石、花岗石、人造石等石材的表面磨削抛光，石材加工行业金刚石工具发展前景广阔，具体请参见本回复“问题 1”之“二/（二）石材市场”。

因此，公司预计募投项目产能能够得到有效消化。

3、公司拟采取对新增产能进行消化的措施

（1）积极维护现有客户

公司坚持秉承“以至诚之心为客户创造价值”的经营宗旨，依托 20 多年在国内外市场布局与深耕建立起的强大销售服务网络及运营服务平台，积累了优质的客户资源，树立了良好的品牌美誉度，与国内外知名客户建立了长期稳定的合作关系。发行人持续保持与客户的密切交流与沟通，了解产品在客户现场的使用情况，及时获取客户对公司产品性能及未来产品需求的反馈，通过持续研发，不断为客户提供及时性、高品质、高可靠性的产品，进一步提高客户满意度。

（2）积极开拓新客户

利用与国内外知名客户合作的示范效应，加强公司品牌推介力度，增强品牌影响力；针对不同市场区域的特点，坚持国内与国外市场并重、原有市场与潜在市场并重，强化实施大客户战略，制定多层次、广覆盖的营销网络，积极开拓新市场、新客户，推动销售收入持续增长，不断提高市场占有率。

（3）持续完善销售体系

公司将围绕既定的销售目标，整合营销力量，分解区域市场目标，制定有针对性的销售策略。针对不同市场、不同客户的差异性需求，提供更丰富的产品。公司始终坚持高质量、高效率的客户服务，快速响应客户需求，建立牢固的客户关系，并不断积累维护优质客户，优化客户结构。发行人将加大人才培养力度和优秀人才的引进力度，通过外部引进与内部培养相结合的方式，完善人才队伍体系建设，为发行人产品市场拓展的持续健康发展提供动力。

（4）加强研发投入，提升产品竞争力

发行人自设立以来专注于超硬材料制品行业，持续进行超硬材料制品的研发、关键技术创新及产业化，始终保持行业内技术、产品以及运营管理的领先地位。研发投入、创新能力、技术水平、产品质量等是决定企业发展的关键因素。公司将持续加大研发投入，依靠人才和创新推动技术不断更新迭代，优化产品性能，提高产品品质，在配方技术、工艺技术和应用技术等方面保持公司在超硬材料制品行业的领先地位。

（5）优化生产流程，提高生产效率，降低单位成本

公司将在保障产品质量的前提下，持续优化生产流程、改善生产工艺提高生产效率，深入开展制造降本活动，提高原材料利用效率，降低原材料价格上升带来的直接材料成本压力。充分发挥自身在行业内的资源与经验优势，通过对外优化原材料供应渠道，适时引进先进生产设备并进行创新改进，提高生产自动化水平，降低生产成本，不断提升产品价格优势和性价比，加速新增产能的效益实现。

公司将进一步借助信息化和数字化管理优势，加强内部成本管控，持续加强成本管理和费用预算控制；通过培训、考核及激励等方式提高员工成本意识，精细化管理模式、深入挖潜成本控制点。

此外，随着本次募投项目逐步达产，生产的规模效应将更加明显，单位产品所分摊的固定成本将会下降，由此形成的价格优势也将有助于公司产品销量的增加和产能的消化。

（6）加强生产经营活动管控力度

公司将持续加强生产经营活动的管控力度，严格按照政府、相关部门防疫要求进行日常生产、经营管理，保障公司生产经营活动正常进行，提高公司经营业绩稳定性。

发行人已在招股说明书“第三节风险因素”之“五、募集资金投资项目实施风险”中对募投项目产能消化风险披露如下：

“（四）募投项目产能消化风险

根据公司现有经营状况、行业发展趋势及市场供需情况，公司对募集资金投资项目的效益进行了审慎测算，但募集资金投资项目的经济效益是否能够如期实现具有一定的不确定性。如果市场需求、竞争格局等发生重大变化，募投项目产品无法满足市场需求，而公司不能采取及时、有效的应对措施，可能导致本次募集资金投资项目新增的产能无法得到有效消化，亦可能造成项目不能如期完成或不能实现预期收益，从而影响公司的盈利能力。”

综上所述，公司现有产能消化情况良好，本次募投项目相关产能将根据项目建设进度逐年释放产能，产能全部释放后的主要产品的市场占有率约为 15-18%，金刚石工具下游市场广阔，公司作为中国超硬材料制品行业的龙头企业之一，具备较强的市场竞争力，公司未来业务拓展规划清晰，达产后的市场占有率具有较强的可实现性，公司有能力强消化新增产能。

五、募投项目实施后对发行人经营业绩的影响

公司募投项目高性能金刚石工具智能制造新建项目可有效提升公司产能，项目第 1、2 年为建设期，第 3 年开始投产，预计第 3 年达产率为 40%，第 4 年达产率为 75%，第五年 100%达产，项目总体运营期 15 年，达产后预计将新增营业收入 91,041.11 万元以及净利润 12,035.76 万元；企业研发中心建设新建项目主要系整体提升公司研发能力，项目第 1、2 年为建设期，项目总体运营期 15 年，不

直接产生经济效益。

（一）对资产规模及资产构成的影响

本次募投项目实施后，公司总资产规模、净资产规模将显著增长；公司固定资产等规模将进一步扩大；资产负债率将有所下降，资产负债结构得以优化，财务风险的防范能力将进一步改善；公司每股净资产也将有所增加，增强可持续发展能力。

（二）对公司营业收入、净利润的影响

募投项目实施后，公司产能将得以提升，带动营业收入和利润总额逐步增长；同时，公司募投项目涉及固定资产折旧。募投项目运营期间固定资产折旧以及营业收入、净利润情况如下：

单位：万元

项目	募投项目	T+3	T+4	T+5 至 T+12	T+13 至 T+15
收入	高性能金刚石工具智能制造新建项目	36,416.44	68,282.43	91,041.11	91,041.11
折旧	高性能金刚石工具智能制造新建项目	1,411.36	1,411.36	1,411.36	320.25
	企业研发中心建设新建项目	480.74	480.74	480.74	117.36
	合计	1,892.10	1,892.10	1,892.10	437.61
净利润	高性能金刚石工具智能制造新建项目	3,930.99	8,032.32	11,108.32	12,035.76

预计募投项目的净利润额足以消化上述各年新增折旧，公司将稳妥地实施募集资金投资项目，提高运营效率，以增强公司的盈利能力和投资回报能力。

（三）对公司经营状况的影响

本次募集资金投资项目主要用于高性能金刚石工具智能制造新建项目、企业研发中心建设新建项目，均围绕公司主营业务开展。本次募集资金到位后，公司净资产、总资产的规模将增加，公司产能规模将稳步提升，研发能力将进一步增强，产品线将得到丰富，公司的技术和品牌优势也将得到充分发挥，有助于扩大公司规模、优化资产结构、提高抗风险能力，从而进一步提升公司的持续盈利能力和市场竞争能力。

综上，发行人是我国超硬材料制品行业的龙头企业之一，在全球陶瓷加工金刚石工具细分市场的份额排名前列，公司研发生产的金刚石工具主要应用于陶瓷、石材、混凝土、耐火材料等硬脆材料的磨削、抛光、切钻等加工过程，并随着产品开发与应用的拓展，延伸至精密机械零部件、磁性材料、3C 电子产品等高精密加工领域。本次募投项目的实施将有助于公司进一步增加公司金刚石工具的产能，提升在超硬材料制品行业的市场占有率和竞争力，增强公司的持续经营能力。在深耕超硬材料制品行业的同时，公司逐步开展稀土永磁元器件、高精度超硬精密加工技术及设备、金刚石功能化应用、先进陶瓷材料等领域的研发、生产及应用，并通过企业研发中心建设新建项目进一步提升公司研发水平，致力于成为以超硬材料制品为核心的新材料领域卓越企业。

问题 3、请发行人结合前期大额坏账核销情况，进一步说明加强应收账款信用风险管理的相关措施。

回复：

一、公司前期大额坏账核销情况

报告期内，发行人应收账款核销分别为 1,044.82 万元、3,492.44 万元、1,071.30 万元、0 万元，前期坏账核销金额较高，主要受下游行业竞争情况所致。

2013-2016 年，国内陶瓷行业增长较快，除传统陶瓷生产基地广东外，江西、山东、广西等地陶瓷产区亦迅速崛起，各地陶瓷企业纷纷扩充产能，伴随着下游市场的快速扩张，公司管理重心在于扩大销售规模，提高市场占有率，发行人的客户群体不断扩大。2017 年开始，受市场竞争不断加剧及政策调整影响，陶瓷产品市场需求平稳，行业呈现结构性产能过剩的状况，陶瓷砖产量呈现下滑趋势，导致部分规模较小的陶瓷生产企业生产经营困难，行业集中度进一步提升。受此影响，公司部分抗风险能力较弱的中小客户还款能力下降，还款出现困难，应收账款账期增加，到 2019 年，江西百纳瓷业有限公司、江西中瑞陶瓷有限公司等多家客户应收账款账龄达到 3 年以上，坏账准备计提比例由 30% 上升至 80%，以及由 80% 上升至 100%，下游行业景气度下降使得公司 2019 年应收账款坏账计提准备金额大幅上升。

二、加强应收账款回收的具体措施

2019 年以来，公司陆续完善了《合同管理制度》《客户信用管理制度》《应收账款管理制度》《回单管理规定》《销售管理制度》《销售单据管理制度》等与应收账款相关的内部控制制度，对包括合同管理、客户管理、客户信用管理、应收账款管理、销售过程管理和销售人员资金回款绩效考核等内容作出了明确规定，加强应收账款回收管理。具体措施如下：

（一）完善客户信用额度及风险评审流程，严格限制单个客户的最大信用额度

对客户信用额度严格按《客户信用额度及风险评审》流程进行评审，以与客户每月的交易量和账期长度为基础，计算客户的基本额度，再结合客户信息如第

三方资信调查报告、信用公示系统查询、同行口碑交流、客户厂房、设备配置情况等对信用额度进行调整，最终确定客户的信用额度；同时严格限制单个客户的最大信用额度，对超过最大信用额度的客户，需重新按《客户信用额度及风险评审》流程进行评审，并经总经理审批后，方可授予客户不超过 30 天的临时信用额度；对超过信用额度或存在应收账款逾期的客户，通过 ERP 系统自动暂停对其发货。

（二）加强和完善应收账款回收过程中的风险管控

定期与客户进行对账，及时获取客户确认的对账确认单；每个月初由财务与资产管理中心向销售部分发送当月到期的应收账款客户名单及金额明细，由销售部门及时与客户沟通，提醒客户当月按期支付货款；销售人员对自己负责的客户进行定期或不定期走访，尤其对重要客户每月走访次数不低于 2 次，实地考察了解客户的生产和销售情况是否正常、员工工资是否按期发放、供应商的货款是否及时支付等经营信息，对出现经营异常的客户，严格控制信用额度及账期，严格限制应收账款金额的增加，并逐步减小业务量或停用信用额度。

（三）成立跨部门的应收账款管理小组统筹管理公司应收账款

由财务与资产管理中心、法务部及审计部牵头成立应收账款管理小组，统筹管理全公司的应收账款，尤其是出现风险的应收账款；每个月由应收账款管理小组组织专门会议，对各个事业部上月的应收账款情况进行分析，对应收账款余额较大的客户，要求业务部加强催收，尽快回收应收账款；对出现逾期的应收账款，由应收账款管理小组根据销售部提供的客户情况进行分析后，分别采取由业务部继续催收、停用客户信用额度、减少与客户的业务量、停止发货、法务介入发送催款函、律师介入发送律师函或采取诉讼等措施，并由相关部门严格执行。

此外，公司进一步完善应收账款回款相关绩效考核制度，将客户的应收款项回收作为销售部门重要的年度绩效考核指标之一，与销售人员的绩效考核挂钩，增强销售人员催收货款的责任；对于发生逾期的货款，对销售人员及对部门负责人按逾期金额与逾期时间对其绩效奖金进行扣罚；对超额完成应收款项回收指标的销售人员进行专项奖励。

报告期内，上述针对应收账款内部控制制度及具体措施得到有效执行，应收账款回款情况有所改善。

三、应收账款改善情况

（一）总体应收账款周转率情况

报告期内，公司总体销售收入、应收账款及应收账款周转率情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月末 /2022年1-6月	2021年末/2021 年度	2020年末/2020 年度	2019年末/2019 年度
营业收入	36,525.00	77,312.83	60,008.43	59,771.42
应收账款余额	35,089.75	32,450.91	32,777.49	37,464.79
应收账款周转率（次）	2.16	2.37	1.71	1.55

注：应收账款周转率=营业收入/平均应收账款余额；2022年应收账款周转率为年化后的计算结果

报告期内，公司应收账款周转率分别为 1.55、1.71、2.37 以及 2.16，2019 年至 2021 年总体呈上升趋势，主要得益于企业信用管理能力的提高；2022 年 1-6 月的应收账款周转率有所下降，主要是因为 6 月末并非结算高峰期，公司期后回款情况总体良好。

（二）报告期各期应收账款一年以内的账龄情况

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日	
	应收余额	占比	应收余额	占比
6个月以内	23,641.32	86.56%	22,576.79	88.96%
6个月-1年	3,672.11	13.44%	2,802.13	11.04%
1年以内	27,313.43	100.00%	25,378.92	100.00%
项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	应收余额	占比	应收余额	占比
6个月以内	22,146.99	87.98%	21,146.23	81.35%
6个月-1年	3,024.50	12.02%	4,846.63	18.65%
1年以内	25,171.49	100.00%	25,992.86	100.00%

公司的应收账款主要集中在一年以内，报告期各期末 1 年以内应收账款余额

占比分别为 69.38%、76.80%、78.21%和 77.84%，总体呈上升趋势，应收账款回款情况良好。其中：6 个月以内的应收账款余额占一年以内的应收账款余额比例分别为 81.35%、87.98%、88.96%和 86.56%，符合公司给予客户的信用政策；2019 年-2021 年应收账款账龄 6 个月以内的占比逐年增加，回款速度逐渐加快，2022 年 6 月末应收账款账龄 6 个月以内的占比维持在 86%以上，总体情况良好。

(三) 应收账款前五大客户的期后回款及应收账款周转率情况

报告期内，公司前五大应收账款客户余额、账龄以及期后回款情况如下：

单位：万元

序号	客户	2022年6月末应收账款余额	账龄						期后回款	应收账款周转率
			一年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上		
1	DELTA	2,402.39	2,402.39	-	-	-	-	-	1,371.70	1.79
2	华硕陶瓷	1,711.59	1,644.79	66.79	-	-	-	-	635.61	1.10
3	TRANSLYNX	1,710.64	1,416.91	293.73	-	-	-	-	186.87	1.21
4	EURO TECH	1,640.33	1,640.33	-	-	-	-	-	1,150.66	1.91
5	航天磁电	1,171.39	1,171.39	-	-	-	-	-	713.57	3.24
	合计	8,636.34	8,275.82	360.52	-	-	-	-	4,058.41	1.78

注：期后回款统计截至2022年9月30日，下同

单位：万元

序号	客户	2021年末应收账款余额	账龄						期后回款	应收账款周转率
			一年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上		
1	DELTA	2,311.62	2,311.62	-	-	-	-	-	2,311.62	5.19
2	EURO TECH	1,451.95	1,451.95	-	-	-	-	-	1,451.95	2.00
3	华硕陶瓷	1,355.54	1,355.54	-	-	-	-	-	1,355.54	1.53
4	ELIZABETH	1,256.64	1,256.64	-	-	-	-	-	1,256.64	1.69
5	恩平市新锦成陶瓷有限公司	1,077.21	259.50	-	-	-	95.82	721.90	130.09	0.63
	合计	7,452.96	6,635.25	-	-	-	95.82	721.90	6,505.84	2.46

单位：万元

序号	客户	2020年末应收账款余额	账龄						期后回款	应收账款周转率
			一年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上		
1	EURO TECH	2,495.84	2,320.12	175.72	-	-	-	-	2,495.84	1.89
2	ELIZABETH	1,533.22	1,533.22	-	-	-	-	-	1,533.22	1.20
3	DELTA	1,252.41	1,252.41	-	-	-	-	-	1,252.41	3.77

序号	客户	2020 年末应收账款余额	账龄						期后回款	应收账款周 转率
			一年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上		
4	PORTOBELLO	1,244.26	1,244.26	-	-	-	-	-	1,244.26	2.59
5	航天磁电	1,210.52	1,134.66	75.86	-	-	-	-	1,210.52	1.26
	合计	7,736.25	7,484.67	251.58	-	-	-	-	7,736.25	2.14

单位：万元

序号	客户	2019 年末应收账款余额	账龄						期后回款	应收账款周 转率
			一年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上		
1	ELIZABETH	1,755.47	1,755.47	-	-	-	-	-	1,755.47	0.98
2	DELTA	1,461.55	1,461.55	-	-	-	-	-	1,461.55	2.34
3	EURO TECH	1,299.08	1,299.08	-	-	-	-	-	1,299.08	1.68
4	广东新润成陶瓷有限公司	1,163.27	974.58	188.69	-	-	-	-	1,025.22	1.48
5	湖南稀土新能源材料有限责任公司	1,095.74	1,095.74	-	-	-	-	-	1,095.74	2.25
	合计	6,775.10	6,586.42	188.69	-	-	-	-	6,637.06	1.60

报告期内，公司应收账款前五大客户期后回款分别为 6,637.06 万元、7,736.25 万元、6,505.84 万元和 4,058.41 万元，公司加强应收账款管理，积极催收，2019 年至 2021 年前五大客户回款情况较为良好；2022 年 6 月末，应收账款前五大客户期后回款比例相对较低，主要由于回款时间相对较短，且 6 月末并非结算高峰期所致。

报告期内，公司应收账款前五大客户的应收账款周转率分别为 1.60、2.14、2.46 及 1.78，2019 年至 2021 年公司应收账款前五大客户应收账款周转效率明显提升，2022 年上半年，由于主要客户尚未进入结算高峰期，且部分应收账款尚在信用期内，因此应收账款周转率较上年度有所下降。

四、报告期内，公司与客户之间的诉讼、仲裁情况

（一）报告期内，公司与客户之间的诉讼、仲裁情况

报告期内，由于客户拖欠货款产生诉讼、仲裁案件（包括报告期外发生，但于报告内结案或尚未结案的案件）情况如下：

序号	原告	被告	案由	标的金额 (万元)	立案时间	诉讼进展
1	奔朗新材	佛山市金盈利建材有限公司、罗弟银、罗淑霞	买卖合同纠纷	101.77	2016/6/22	已结案
2	奔朗新材	福建省晋江市内坑裕发建材有限公司、赖争取、凌辉明	买卖合同纠纷	178.29	2017/10/16	已结案
3	奔朗新材	佛山市南海卓强陶瓷有限公司	买卖合同纠纷	98.76	2018/3/20	已结案
4	奔朗新材	湖北中陶实业有限公司	买卖合同纠纷	375.88	2018/10/16	已结案
5	奔朗新材	湖北凯旋陶瓷有限公司、陈孟限	买卖合同纠纷	127.30	2018/12/10	已和解
6	奔朗新材	佛山市南海区博帝装饰材料有限公司	买卖合同纠纷	10.28	2018/12/10	已结案
7	奔朗新材	清远圣利达陶瓷有限公司	买卖合同纠纷	199.52	2019/1/14	已结案
8	奔朗新材	佛山市利华陶瓷有限公司	买卖合同纠纷	190.88	2019/5/7	已结案
9	眉山奔朗	易门元佳陶瓷有限公司	买卖合同纠纷	310.82	2019/8/16	已结案
10	奔朗新材	中山市雅致石英石装饰材料有限公司	买卖合同纠纷	2.71	2019/9/18	已结案
11	泉州奔朗	万利（中国）有限公司、万利国际控股有限公司	承揽合同纠纷	213.13	2020/5/21	已和解

		福建省绿道生态科技有限公司、吴泽松、吴瑞彪、洪秀玉				
12	湖南奔朗	江苏天发动力科技有限公司	买卖合同纠纷	33.12	2020/7/9	已结案
13	泉州奔朗	泉州福佑石业有限公司	买卖合同纠纷	15.29	2021/1/13	已结案
14	奔朗新材、新兴奔朗	鹤山市威图建材有限公司	买卖合同纠纷	22.28	2021/2/19	已结案
15	奔朗新材	藤县利德丰建材有限公司、佛山市高明长河陶瓷建材有限公司、朱晓华	买卖合同纠纷	14.08	2021/2/24	已结案
16	奔朗新材	江如正	买卖合同纠纷	4.58	2021/5/12	已和解
17	奔朗新材	上海睿昕拆除工程有限公司、李波	买卖合同纠纷	97.18	2021/8/30	已结案
18	奔朗新材	上海悦固实业有限公司、陆益鸣	买卖合同纠纷	22.38	2021/11/17	已结案
19	奔朗新材	鑫德有限公司	买卖合同纠纷	291.38	2022/4/11	一审中
20	奔朗新材	杨宗保、包秀芳	买卖合同纠纷	3.78	2022/6/14	已和解
21	奔朗新材	广东奇午川精密五金有限公司	买卖合同纠纷	0.82	2022/6/15	等待一审开庭

(二) 报告期内，公司不存在重大诉讼、仲裁案件

1、对重大诉讼、仲裁案件披露的规定以及公司申报文件的披露标准

(1) 对重大诉讼、仲裁案件的相关规定

根据《北京证券交易所股票上市规则（试行）》第 8.3.2 条规定：上市公司应当及时披露下列重大诉讼、仲裁：（一）涉案金额超过 1,000 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 10%以上；（二）股东大会、董事会决议被申请撤销或者宣告无效；（三）可能对公司控制权稳定、生产经营或股票交易价格产生较大影响的其他诉讼、仲裁；（四）本所认为有必要的其他情形。上市公司发生的重

大诉讼、仲裁事项应当采取连续 12 个月累计计算的原则，经累计计算达到前款标准的，适用前款规定。已经按照上述规定履行披露义务的，不再纳入累计计算范围。上市公司应当及时披露重大诉讼、仲裁事项的重大进展情况及其对公司的影响，包括但不限于诉讼案件的一审和二审判决结果、仲裁裁决结果，以及判决、裁决执行情况等。

根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所招股说明书》第八十一条规定：发行人应披露对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项，以及控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术（业务）人员作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项……

根据《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号—法律意见书和律师工作报告》第四十九条规定：（一）发行人、持有发行人 5%以上（含 5%）的主要股东（追溯至实际控制人）、发行人的控股公司是否存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。如存在，应说明对本次发行、上市的影响……

（2）公司本次申报文件对重大诉讼、仲裁案件的披露标准

报告期内，公司归属于母公司股东净资产水平均在 5,000 万元以上，基于审慎考虑，本次发行申报文件中确定的重大诉讼、仲裁案件标准为：（1）截至报告期末，尚未了结或可预见的涉案金额超过 1,000 万元（按连续 12 个月累计计算）的诉讼、仲裁案件；（2）报告期内发生的单笔超过 1,000 万元的重大诉讼、仲裁案件。

2、公司不存在可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

报告期内，公司经审计的归属于母公司股东净资产以及相关诉讼、仲裁情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期诉讼、仲裁（作为原告/申请人）	443.60	225.70	618.13	1,596.21
其中：以前年度累计	147.62	35.83	371.88	892.28

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
当期新增	295.98	189.87	246.25	703.93
当期诉讼、仲裁(作为被告/被申请人)	34.87	121.56	91.21	20.11
其中：以前年度累计	34.87	83.57	-	11.39
当期新增	-	37.99	91.21	8.72
当期诉讼、仲裁金额合计	478.47	347.26	709.34	1,616.32
归属于母公司股东净资产	64,197.59	61,849.35	54,099.75	50,683.72
占当期归属于母公司股东净资产比例	0.75%	0.56%	1.31%	3.19%

注：江西奔朗在 2020 年参与客户江西欧尔玛陶瓷有限公司破产财产分配时，对其他债权人申报的债权金额存在异议并提起了三项破产债权确认之诉，要求确认江西欧尔玛陶瓷有限公司其他债权人申报的债权无效，合计金额 3,205.69 万元，上述案件均于 2021 年被法院裁定驳回。上述案件仅为确认之诉且诉讼标的的存在财产给付义务，因此未将其计入上表的诉讼、仲裁累计金额中

由上表可见，报告期末，公司不存在尚未了结或可预见的涉案金额超过 1,000 万元（按连续 12 个月累计计算）的诉讼、仲裁案件；报告期内，不存在单笔超过 1,000 万元的重大诉讼、仲裁案件。

综上，根据本次发行申报文件中确定的重大诉讼、仲裁案件标准并结合公司实际诉讼仲裁情况，公司不存在可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项。

问题 4、请发行人说明深圳西斯特半导体科技公司一年内两次股权转让作价差异较大的原因及合理性，并进一步完善相关信息披露。

回复：

一、请发行人说明深圳西斯特半导体科技公司一年内两次股权转让作价差异较大的原因及合理性，并进一步完善相关信息披露

(一) 说明深圳西斯特半导体科技公司一年内两次股权转让作价差异较大的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”中补充披露如下：

“2、深圳西斯特半导体科技有限公司

企业名称	深圳西斯特半导体科技有限公司
住所	深圳市宝安区西乡街道富华社区宝运达物流中心综合楼二 4 层 B 区
法定代表人	张兴华
注册资本	1,000.00 万元
经营范围	一般项目：研发、生产、销售：划片刀、金刚石超薄切割片、硬刀及相关辅助工具；研发、生产、加工、销售：超硬砂轮、CNC 刀具、超硬材料及其制品、磨料、磨具、机械设备、仪器仪表；磨削工艺开发、技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；货物及技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立时间	2018 年 5 月 29 日
股权转让时间	2020 年 11 月 2 日

(1) 西斯特半导体股权变动情况

西斯特半导体曾用名为广东奔朗西斯特精一科技有限公司，注册资本 1,000.00 万元，股份转让前江门奔朗持有其 70% 股份，实缴 350.00 万元；深圳西斯特科技有限公司持有其 30% 股份，实缴 150.00 万元。公司于 2019 年 12 月将江门奔朗持有的广东奔朗西斯特精一科技有限公司的 35% 的股权转让给深圳西斯特科技有限公司，股权转让的对价为 0 元；公司于 2020 年 10 月将江门奔朗持有的广东奔朗西斯特精一科技有限公司的 35% 的股权转让给深圳西斯特科技有限公司，股权转让的对价为 350 万元。2020 年 11 月 2 日，西斯特半导体完成相应的工商变更，江门奔朗不再持有西斯特半导体股权。经核查，深圳西斯特科技

有限公司与公司不存在关联关系。

(2) 西斯特半导体一年内两次股权转让作价差异较大的原因

由于西斯特半导体产品技术开发未达预期，未正式开展生产经营，2019年公司考虑退出西斯特半导体，经与深圳西斯特科技有限公司初步磋商，西斯特半导体700万元出资额的整体转让对价参考其取得成本定为350万元。由于当时公司对西斯特半导体的发展抱有希望，且基于操作方便和减少资金流动的考虑，经口头协商，江门奔朗先以0元对价转让未实缴出资的西斯特半导体350万元出资额，未来如果江门奔朗决定重新入股，则西斯特科技以0元对价将前次转让股权退回；如果江门奔朗继续退出，则江门奔朗将其持有的剩余股权转让给西斯特科技，再一次性收取股权转让对价。

2020年，由于西斯特半导体的后续发展情况仍未达预期，公司最终决定退出西斯特半导体，由江门奔朗将其持有的西斯特半导体股权全部转让给西斯特科技并收取股权转让对价350万元。

综上所述，西斯特半导体700万出资额的整体股权转让对价为350万元，但两次股权转让未按照其转让比例分别确定为175万元和175万元，股权转让对价的确定存在一定瑕疵。鉴于公司对西斯特半导体的投资已全部收回且与西斯特科技之间不存在纠纷或潜在纠纷，因此上述转让定价差异未对公司造成不利影响，不构成本次发行上市的法律障碍。”

(二) 进一步完善相关信息披露

上述情况已在招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”中进行了补充披露。

(三) 关于2019年12月5日股东会决议内容情况

2019年12月5日，西斯特半导体召开股东会，江门奔朗（当时名称为广东奔朗超硬精密工具有限公司）、西斯特科技出席了股东会。股东会决议内容为：

“1、同意广东奔朗超硬精密工具有限公司将占注册资本35%股权共350万元出资额（未实缴出资）以0元（大写：零元）的价格转让给深圳西斯特科技有限公司。

2、同意胡辉旺辞去公司董事会董事职务，同意选举王超为公司董事，任期至本届董事会期满，可以连选连任。

3、同意就上述变更事项修改公司章程相关条款，并报工商登记机关备案。”

经访谈江门奔朗以及西斯特科技法定代表人，被访谈人说明西斯特半导体第一次股权转让对价为 0 元主要是基于操作方便和减少资金流动的考虑，双方口头协商，未来如果江门奔朗决定重新入股，则西斯特科技以 0 元对价将前次转让股权退回；如果江门奔朗继续退出，则江门奔朗将其持有的剩余股权转让给西斯特科技，再一次性收取股权转让对价。

公司股东会决议内容及对江门奔朗以及西斯特科技法定代表人的访谈情况与已披露情况一致。

二、西斯特半导体两次股权转让的会计处理

（一）第一次股权转让

1、由成本法变为权益法

2019 年 12 月 5 日（处置日），西斯特半导体通过股东会决议，同意江门奔朗将持有的西斯特半导体注册资本 35%股权转让给深圳西斯特科技有限公司，持股比例由 70%下降至 35%。根据同日西斯特半导体修改后的章程约定，西斯特半导体董事会由 3 名董事组成，其中发行人委派的董事人数由原来的 2 名下降至 1 名。

本次股权转让后，发行人无法对西斯特半导体实施控制，故不再将西斯特半导体纳入合并报表范围，但仍对其具有重大影响，因此由成本法转为权益法对该项长期股权投资进行后续计量。

2、丧失控制权会计处理的相关规定

投资方因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制时，参考《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》、《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》及其应用指南的相关规定处理如下：

(1) 在编制个别财务报表时，按照《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》第十五条的规定进行会计处理：“处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，应当改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整”；

(2) 在编制合并财务报表时，应按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的有关规定进行会计处理：“对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益”。

3、编制个别财务报表时的影响

2018 年 12 月 31 日（处置日期初）以及 2019 年 12 月 5 日西斯特半导体的主要财务状况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日/ 2018年5月-12月	2019年12月5日/ 2019年1月1日-12月5日（注）
实收资本	500.00	500.00
未分配利润	-102.77	-178.03
净资产	397.23	321.97
营业收入	-	-
净利润	-102.77	-75.26

注：鉴于2019年12月1日至2019年12月5日经营时间较短且经营成果影响较小，故选取2019年11月30日财务数据作为处置日财务数据

(1) 首先应按处置投资的比例结转应终止确认的长期股权投资成本

鉴于西斯特半导体第一次股权转让时，双方约定为以 0 元转让江门奔朗未实缴出资的西斯特半导体 35%股权，则按处置投资的比例结转应终止确认的长期股权投资成本相应为 0 元。

(2) 然后，比较剩余长期股权投资的成本与按照剩余持股比例计算原投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值的份额，前者大于后者的，属于投资作价中体现的商誉部分，不调整长期股权投资的账面价值；前者小于后者的，在

调整长期股权投资成本的同时，应调整留存收益。

西斯特半导体为江门奔朗与西斯特科技直接出资设立，不涉及商誉或留存收益调整。

(3) 在个别财务报表中，按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整

对于原取得投资后至因处置投资导致转变为权益法核算之间被投资单位实现的净损益中应享有的份额，一方面应调整长期股权投资的账面价值，同时对于原取得投资时至处置投资当期期初被投资单位实现的净损益（扣除已发放及已宣告发放的现金股利及利润，即 2018 年末西斯特半导体未分配利润）中应享有的份额，调整留存收益。对于处置投资当期期初至处置投资之日被投资单位实现的净损益（即西斯特半导体 2019 年 1-11 月的净利润）中享有的份额，调整当期损益。

据此，江门奔朗年初未分配利润及投资收益合计影响金额为-62.31万元（-178.03万元×35%）。

综上，对江门奔朗 2019 年度个别财务报表的具体影响如下：

单位：万元

报表项目	影响金额
长期股权投资	-62.31
年初未分配利润及投资收益（正数为收益，负数为损失）	-62.31

4、编制合并财务报表时的影响

(1) 在编制合并财务报表时，首先，对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。

根据上述规定，公司按照西斯特半导体在丧失控制权日的公允价值进行了重新计量。由于未对西斯特半导体进行评估，在确定剩余股权于丧失控制权日的公允价值时，公司主要参考以丧失控制权日的净资产账面价值及股东应当缴纳的剩余出资金额按比例进行推算，具体情况如下表：

单位：万元

项目	金额
西斯特半导体于丧失控制权日的账面净资产①	321.97
股东应当缴纳的剩余出资金额②（注）	500.00
小计③=①+②	821.97
处置后剩余持股比例④	35%
剩余股权于丧失控制权日的公允价值⑤=③*④	287.69

注：根据合资协议及修改后章程约定，此次股权变更后剩余的 500 万认缴出资均由深圳西斯特科技有限公司认缴

公司未对西斯特半导体进行评估，主要考虑：①本次股权转让发生时公司仍为基础层公司，当时全国股转公司的相关法律法规和《公司章程》等内部治理文件均未强制要求对本次股权交易事项进行评估；②考虑到公司对西斯特半导体总体投资金额为 350 万元，金额较小，且公司为了聚焦主业退出西斯特半导体的经营，经与交易对方协商后确定本次股权转让对价为 0 元，对价金额较小，因此未进行评估。

（2）然后，将处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。

根据上述规定，2019 年股权转让时，西斯特半导体处置 35%的股权取得的对价（0 万元）与剩余 35%股权公允价值（287.69 万元）之和 287.69 万元，减去按原持股比例（70%）计算应享有西斯特半导体自成立日开始持续计算的净资产份额 225.38 万元（321.97 万元×70%）之间的差额 62.31 万元（287.69 万元-225.38 万元），作为丧失控制权当期的投资收益，计入发行人 2019 年合并报表的投资收益。

综上，本次股权转让对公司 2019 年的合并财务报表的具体影响如下：

单位：万元

报表项目	影响金额
长期股权投资	287.69
投资收益（正数为收益，负数为损失）	62.31

（二）第二次股权转让

2020年10月20日，公司将持有的西斯特半导体35%的股权全部转让给深圳西斯特，此次股权转让完成后，公司不再持有西斯特半导体的股份。2020年10月26日，公司已收回350万元股权转让款。

公司将上述股权转让款350万元与长期股权投资账面价值279.74万元之间的差额70.26万元确认为投资收益。

综上，公司对于西斯特半导体的股权投资已全部收回，在丧失控制权日的公允价值重新计量及后续对投资收益的计算过程合理，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，投资收益金额较小，对公司财务报表未产生重要影响。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

回复：

公司控股股东、实际控制人、董事长、总经理就股份流通限制及自愿锁定事项出具了补充承诺，具体情况如下：

承诺	修订前	修订后
公司控股股东、实际控制人、董事长、总经理关于股份流通限制及自愿锁定的补充承诺	未承诺	若公司上市后发生资金占用、违规担保、虚假陈述等严重违法违规行为的，自前述违规行为发生之日起至违规行为发生后6个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份，并按照北京证券交易所相关要求办理自愿限售手续。 若公司上市后本人发生内幕交易、操纵市场、虚假陈述等严重违法违规行为的，自前述违规行为发生之日起至违规行为发生后12个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份，并按照北京证券交易所相关要求办理自愿限售手续。

发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定进行核查，除上述事项外，发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为《广东奔朗新材料股份有限公司关于落实上市委员会审议会议意见的函的回复》之签章页）

法定代表人：_____



尹育航

广东奔朗新材料股份有限公司



2022年11月17日

(本页无正文，为海通证券股份有限公司关于《广东奔朗新材料股份有限公司关于落实上市委员会审议会议意见的函的回复》之签章页)

保荐代表人：



王谭



刘军



海通证券股份有限公司

2022年 11 月 17 日