



深圳光大同创新材料股份有限公司

Shenzhen Bromake New Material Co., Ltd.

（深圳市光明区光明街道东周社区高新路研祥科技工业园）

关于深圳光大同创新材料股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

审核中心意见落实函的回复



东方证券
ORIENT SECURITIES

投资银行

东方证券承销保荐有限公司

ORIENT SECURITIES INVESTMENT BANKING CO., LTD

上海市中山南路318号东方国际金融广场24层

深圳证券交易所：

贵所于2022年6月13日对深圳光大同创新材料股份有限公司申请文件出具的《关于深圳光大同创新材料股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2022〕010504号）已经收悉，深圳光大同创新材料股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”）、东方证券承销保荐有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京市康达律师事务所（以下简称“发行人律师”）、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对问询函所列问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《深圳光大同创新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

本文中的字体代表如下含义：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书内容的引用	楷体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

在本问询函回复中，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。

目 录

1. 关于毛利率下滑.....	4
2.关于募集资金投向.....	18
3.关于股份支付.....	24

1. 关于毛利率下滑

申请文件及问询回复显示，报告期各期发行人主营业务毛利率分别为43.10%、37.12%、33.19%，持续下滑，主要系功能性产品毛利率下降较多，功能性产品毛利率分别为65.63%、47.59%、36.38%，2022年1-3月功能性产品毛利率继续下降至30.71%。

请发行人：

（1）结合功能性产品报告期后毛利率情况、毛利率下滑的原因是否已消除等分析并说明功能性产品毛利率是否会持续下滑，毛利率下滑对发行人财务状况是否构成重大不利影响、是否会导致发行人经营业绩大幅下滑，并请完善相关风险提示。

（2）说明产品主要应用领域个人电脑、智能手机及智能穿戴等2022年上半年出货量变动情况以及预计未来出货量的变化，并结合上述情况说明对发行人业务经营的影响，是否会对发行人收入及毛利率造成重大不利影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合功能性产品报告期后毛利率情况、毛利率下滑的原因是否已消除等分析并说明功能性产品毛利率是否会持续下滑，毛利率下滑对发行人财务状况是否构成重大不利影响、是否会导致发行人经营业绩大幅下滑，并请完善相关风险提示。

（一）发行人功能性产品报告期后的毛利率情况

2022年1-6月，公司功能性产品毛利率为29.98%，较2022年第一季度整体变动幅度较小、整体保持稳定；较2021年下降6.40个百分点、毛利率水平有所下降，主要是智能穿戴类功能性产品的毛利率贡献率下降6.73个百分点所致，具体变化情况如下：

项目	2022年1-6月			2021年		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率

智能穿戴类	13.70%	62.28%	8.53%	22.09%	69.10%	15.26%
个人电脑类	67.42%	23.99%	16.17%	55.81%	24.46%	13.65%
智能手机类	17.54%	29.14%	5.11%	20.47%	34.26%	7.01%
其他	1.35%	12.77%	0.17%	1.63%	27.87%	0.45%
合计	100.00%	29.98%	29.98%	100.00%	36.38%	36.38%

续：

项目	2022年1-6月		
	收入占比变化影响	毛利率变化影响	毛利率贡献率
智能穿戴类	-5.80%	-0.93%	-6.73%
个人电脑类	2.84%	-0.32%	2.52%
智能手机类	-1.00%	-0.90%	-1.90%
其他	-0.08%	-0.20%	-0.28%
合计	-4.04%	-2.35%	-6.39%

2022年1-6月，智能穿戴类功能性产品的毛利率贡献率下降6.73个百分点，主要是由于其收入金额占比下降幅度较大。具体而言，受下游终端产品需求变动、个人电脑模切及碳纤维业务不断发展、功能性产品结构不断多元化等因素影响，智能穿戴类功能性产品收入占比下降且幅度较大，由22.09%下降至13.70%，相应带动毛利率贡献率下降幅度较大、为5.80个百分点，为智能穿戴类功能性产品毛利率贡献率下降的主要影响因素。

2022年1-6月，公司个人电脑领域功能性产品、智能手机领域功能性产品的毛利率贡献率分别变动2.52个百分点、-1.90个百分点，变动幅度较小、整体保持稳定，其中个人电脑领域功能性产品毛利率贡献率变动2.52个百分点，主要是碳纤维业务增长导致个人电脑领域收入金额占比上升所致。

（二）报告期内影响发行人功能性产品毛利率的主要因素情况

报告期，公司功能性产品中各类产品的毛利率贡献率情况如下：

项目	2022年1-6月			2021年		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率

智能穿戴类	13.70%	62.28%	8.53%	22.09%	69.10%	15.26%
个人电脑类	67.42%	23.99%	16.17%	55.81%	24.46%	13.65%
智能手机类	17.54%	29.14%	5.11%	20.47%	34.26%	7.01%
其他	1.35%	12.77%	0.17%	1.63%	27.87%	0.45%
合计	100.00%	29.98%	29.98%	100.00%	36.38%	36.38%

（接上表）

项目	2020 年			2019 年		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
智能穿戴类	35.26%	75.60%	26.66%	67.27%	78.22%	52.62%
个人电脑类	45.37%	29.89%	13.56%	16.52%	34.55%	5.71%
智能手机类	18.71%	38.51%	7.21%	15.58%	45.12%	7.03%
其他	0.66%	25.95%	0.17%	0.63%	43.91%	0.28%
合计	100.00%	47.59%	47.59%	100.00%	65.63%	65.63%

上述期间内，发行人功能性产品毛利率波动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月较 2021 年			2021 年较 2020 年			2020 年较 2019 年		
	收入占比变化影响	毛利率变化影响	毛利率贡献率	收入占比变化影响	毛利率变化影响	毛利率贡献率	收入占比变化影响	毛利率变化影响	毛利率贡献率
智能穿戴类	-5.80%	-0.93%	-6.73%	-9.96%	-1.44%	-11.39%	-25.04%	-0.92%	-25.96%
个人电脑类	2.84%	-0.32%	2.52%	3.12%	-3.03%	0.09%	9.97%	-2.11%	7.85%
智能手机类	-1.00%	-0.90%	-1.90%	0.68%	-0.87%	-0.19%	1.41%	-1.24%	0.18%
其他	-0.08%	-0.20%	-0.28%	0.25%	0.04%	0.28%	0.01%	-0.12%	-0.11%
合 计	-4.04%	-2.35%	-6.39%	-5.91%	-5.30%	-11.21%	-13.65%	-4.40%	-18.04%

报告期内，公司功能性产品的毛利率分别为 65.63%、47.59%、36.38%、29.98%，2020 年、2021 年以及 2022 年 1-6 月分别同比下降 18.04、11.21、6.40 个百分点。上述毛利率下降，主要是功能性产品之应用领域及产品结构发生较大变化、较高毛利率的智能穿戴类功能性产品收入占比下降幅度较大所致。

报告期初，公司功能性产品主要集中于智能穿戴领域，该类产品更新换代速

度快、对于零部件各方面的要求相对较高，产品毛利率水平相对较高，相应导致报告期期初功能性产品毛利率较高。受智能穿戴类产品收入金额下降、个人电脑模切及碳纤维业务及智能手机领域业务不断发展等因素影响，功能性产品收入结构不断多元化、原占比较高的智能穿戴领域功能性产品收入占比不断下降。报告期内，智能穿戴领域功能性产品之收入金额占比分别为 67.27%、35.26%、22.09%、13.70%，占比不断下降且幅度较大，导致其毛利率贡献率分别下降 25.04、9.96、5.80 个百分点，为当期公司功能性产品毛利率下降的主要影响因素。

报告期内公司功能性产品之产品结构发生较大变化的具体情况如下：

1、报告期内公司智能穿戴领域功能性产品的收入金额及占比变化情况

报告期内，公司智能穿戴类功能性产品的收入占功能性产品收入金额的比例分别为67.27%、35.26%、22.09%、13.70%，收入金额及占比均不断下降。2020年公司该产品收入金额下降幅度较大，主要是受终端品牌商对其制造服务商结构调整因素影响，英华达作为制造服务商其出货量不断下降，相应导致公司向英华达销售收入金额有所下降。2021年收入金额及占比下降主要是由于：

（1）受下游智能穿戴产品终端市场需求变动因素影响，终端客户需求有所下降导致制造服务商对智能穿戴类功能性产品的需求有所下降

公司智能穿戴类功能性产品主要应用于苹果Airpods系列产品。一方面，Airpods原有系列产品主要机型已经历较长生命周期，市场需求及增长速度放缓，同时全球范围内小米、三星、QCY等其他智能耳机品牌出货量增长较为迅速，市场份额不断提升；另一方面，苹果Airpods 3延迟至2021年10月发布，也对其全年整体出货量和市场份额产生一定不利影响。受上述因素影响，2021年公司智能穿戴类功能性产品对应的终端产品市场需求及出货量增速有所下滑。根据天风国际证券数据，2021年苹果Airpods产品出货量下降幅度较大、同比下降18%。上述产品之制造服务商也相应减少了对相关功能性产品原材料的采购需求，对公司2021年的智能穿戴类功能性产品收入金额产生不利影响。

（2）受下游客户生产基地布局及越南疫情，以及2022年上半年国内疫情多发并对下游市场需求、正常生产及货物运输产生不利影响等因素影响，公司2021

年及2022年1-6月向下游客户销售智能穿戴类功能性产品收入金额有所下降

下游客户生产基地布局及越南疫情等因素，以及2022年上半年国内疫情多发并对下游市场需求、正常生产及货物运输产生不利影响等因素影响，对公司2021年及2022年1-6月智能穿戴类功能性产品收入金额产生不利影响。一方面，受生产基地布局及交付订单要求因素影响，部分制造服务商客户针对智能穿戴类功能性产品的国内订单及采购需求有所下降；另一方面，2021年上半年越南疫情较为严重，部分下游客户的生产进度及安排受到一定影响。尽管随着越南 COVID-19 疫苗接种率提高，越南从防御性的抗疫状态逐步转变为“与疫情共存”新状态，但仍对2021年全年制造服务商采购原材料的订单及需求产生不利影响。

另外，2022年上半年国内疫情多发，2022年1-4月受主要生产基地所在地苏州区域内新冠疫情较为严重因素影响，当地采取了限制人员聚集、人员及货物流动等一系列措施，对智能穿戴业务正常开展所需的原材料采购供应、组织生产以及产品运输等造成较大不利影响，受芯片短缺、下游市场需求波动、新增疫情等因素影响，下游终端产品销售及下游客户对上游产业链的采购需求有所下降，上半年收入金额相对较低。

与此同时，2020年、2021年和2022年1-6月，公司个人电脑领域碳纤维功能性产品实现销售收入金额分别为2,521.35万元、8,253.75万元和6,219.15万元且公司积极拓展个人电脑领域市场，导致个人电脑领域功能性产品的收入金额及占比不断上升，报告期内分别为16.52%、45.37%、55.81%、67.42%，占比不断提升且幅度较大。

受上述因素综合影响，报告期内公司智能穿戴领域功能性产品收入金额不断下降且幅度相对较大。

2、报告期内公司个人电脑领域功能性产品的收入金额及占比变化情况

报告期内，公司个人电脑应用领域功能性产品收入占功能性产品收入金额的比例分别为 16.52%、45.37%、55.81%、67.42%，收入金额不断扩大、占比不断上升，主要是由于：

（1）个人电脑领域模切类产品方面：公司与下游知名客户合作关系不断深

化，在原有防护性产品外不断拓展功能性产品的合作深度及规模，为其提供应用于个人电脑领域的模切产品。报告期内，个人电脑领域模切类产品的收入金额分别为 3,461.85 万元、12,557.60 万元、14,180.57 万元、7,545.98 万元，占功能性产品收入金额的比例分别为 16.52%、37.78%、35.27%、36.96%，收入金额及占比整体不断上升。

(2) 个人电脑领域碳纤维类产品方面：公司于 2019 年切入碳纤维领域市场并于 2020 年实现销售，随着碳纤维类产品得到客户认可、出货量持续增长以及与下游客户合作的逐步深入，公司个人电脑领域碳纤维业务收入规模不断扩大，2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月实现收入金额分别为 2,521.35 万元、8,253.75 万元、6,219.15 万元，占功能性产品收入金额的比例分别为 7.59%、20.53%、30.46%，收入金额及占比整体不断上升。

受上述因素综合影响，报告期内公司个人电脑应用领域功能性产品收入金额及占比不断上升。该类产品超过智能穿戴类产品成为功能性产品的主要收入来源，同时该类产品更新换代速度相对较慢、毛利率水平相对较低。

3、报告期内公司智能手机领域功能性产品的收入金额及占比变化情况

报告期内，公司智能手机领域功能性产品收入占功能性产品收入金额的比例分别为 15.58%、18.71%、20.47%、17.54%，收入金额占比整体保持相对稳定。

2020 年公司该类产品收入金额同比增加 2,953.28 万元，主要是公司于 2019 年 10 月收购昆山上艺相关资产并承接了其客户资源，逐步同和硕科技直接建立业务合作联系，2020 年公司该类产品对和硕科技实现收入金额为 4,093.93 万元，为当年公司智能手机类功能性产品收入增长的主要原因。

2021 年公司该类产品收入金额同比增加 2,013.33 万元，主要是由于公司进一步与联想集团深化合作关系、逐步拓展摩托罗拉智能手机领域合作，2021 年公司该类产品对联想集团实现收入金额为 3,060.83 万元、同比增加 2,130.73 万元，为当年公司智能手机类功能性产品收入增长的主要原因。

2022 年 1-6 月公司该类产品收入金额为 3,580.60 万元、占功能性产品收入

金额比例为 17.54%、较 2021 年度有所下降，主要是个人电脑领域功能产品中碳纤维类产品收入金额及占比增长幅度较大以及上半年为智能手机、智能穿戴类产品相对淡季所致。

受上述因素综合影响，报告期内公司智能手机领域功能性产品收入金额及占比相应有所波动、整体保持相对稳定。

因此综上所述，报告期内公司功能性产品的产品结构发生较大变化，较高毛利率的智能穿戴领域功能性产品收入金额不断下降且占比下降幅度较大，相应导致功能性产品毛利率不断下降且幅度较大。

（三）报告期内影响发行人功能性产品毛利率的主要因素的变化情况、毛利率是否会持续下滑

报告期内影响发行人功能性产品毛利率的主要因素已经逐步趋于消除，不会继续对功能性产品毛利率造成重大不利影响，功能性产品整体毛利率不会出现持续大幅下滑的情形。具体情况如下：

1、伴随智能穿戴领域功能性产品收入金额占比逐步下降，其对功能性产品毛利率的影响逐步减小

报告期内，公司智能穿戴领域功能性产品收入金额占比及对毛利率的影响情况如下：

智能穿戴类功能性产品	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
收入金额占比	13.70%	22.09%	35.26%	67.27%
收入金额占比下降对其毛利率贡献率的影响	-5.80%	-9.96%	-25.04%	-
功能性产品毛利率下降	-6.40%	-11.21%	-18.04%	-

注：上表中收入金额占比为智能穿戴类功能性产品占功能性产品收入金额的比例

伴随智能穿戴领域功能性产品收入金额占比逐步下降，其对功能性产品毛利率的影响逐步减小。2022 年 1-6 月，该类产品收入金额占比为 13.70%、占比已经很低。发行人综合考虑智能穿戴市场发展情况、下游客户情况以及功能性产品业务发展情况，预计该类产品收入金额占比不存在大幅下降的情形，亦不存在其收入占比大幅下降从而导致功能性产品毛利率进一步大幅下降的情形。

2、功能性产品应用领域结构整体趋于稳定，个人电脑及智能手机领域成为主要收入来源，有助于其毛利率保持相对稳定

报告期内，功能性产品的各细分产品收入金额占比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
智能穿戴类	13.70%	22.09%	35.26%	67.27%
个人电脑类	67.42%	55.81%	45.37%	16.52%
智能手机类	17.54%	20.47%	18.71%	15.58%
其他	1.35%	1.63%	0.66%	0.63%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

个人电脑应用领域：随着与下游个人电脑领域知名企业合作程度的不断加深、碳纤维背板业务规模的不断扩大，个人电脑领域已经成为功能性产品的主要收入来源。报告期内，个人电脑领域功能性产品的收入金额占比逐步上升，成为功能性产品的主要收入来源并趋于稳定。

智能手机应用领域：随着公司与和硕科技合作程度的不断加深以及向联想集团提供应用于摩托罗拉智能手机功能性产品规模的不断扩大，该类产品收入金额及占比整体有所提升。报告期内，智能手机领域功能性产品的收入金额及占比整体有所上升。

综上所述，截至本落实函回复意见出具日，智能穿戴领域功能性产品收入金额占比逐步下降，其对功能性产品毛利率的影响逐步减小；功能性产品应用领域结构整体趋于稳定，个人电脑及智能手机领域成为主要收入来源，有助于功能性产品整体毛利率保持相对稳定。报告期内影响发行人功能性产品毛利率的主要因素已逐步趋于消除，不会继续对功能性产品毛利率造成重大不利影响；功能性产品整体毛利率不会出现持续大幅下滑的情形。

（四）毛利率下滑对发行人财务状况是否构成重大不利影响、是否会导致发行人经营业绩大幅下滑，并请完善相关风险提示

1、报告期内公司功能性产品毛利率下降，未对公司财务状况造成重大不利影响，不会导致发行人经营业绩大幅下滑

(1) 报告期内公司营业收入及净利润保持良好的发展趋势，功能性产品毛利率下降未对公司财务状况产生重大不利影响，未导致经营业绩大幅下滑

报告期内，公司营业收入及净利润增长情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
收入金额	49,946.02	99,536.37	83,127.42	66,402.75
归属于母公司所有者的净利润	5,741.12	12,915.74	9,445.53	10,310.38
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	6,537.96	12,369.03	10,784.08	11,367.68

报告期内公司营业收入金额不断增加，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润金额分别为11,367.68万元、10,784.08万元、12,369.03万元、6,537.96万元，整体规模较大、公司保持了良好的发展趋势。

受防护性产品以及碳纤维等功能性产品业务不断发展以及上半年人民币贬值幅度较大等因素影响，2022年1-6月，公司实现营业收入金额为49,946.02万元，扣除非经常性损益前后归属于母公司股东净利润金额分别为5,741.12万元、6,537.96万元，整体经营业绩良好。功能性产品毛利率下降未对公司财务状况产生重大不利影响，未导致经营业绩大幅下滑。

(2) 报告期内公司资产状况良好、资产流动性较强且具有良好的偿债能力

报告期内公司主要财务指标情况如下：

单位：万元

项目	2022-6-30/2022年1-6月	2021-12-31/2021年度	2020-12-31/2020年度	2019-12-31/2019年度
资产总额	115,207.49	105,666.03	73,029.32	51,307.94
归属于母公司所有者权益	51,582.65	47,813.49	35,627.53	27,365.52
流动比率	1.27	1.45	1.47	1.81
经营活动产生的现金流量净额	4,218.09	18,375.62	7,864.25	7,425.43
息税折旧摊销前利润	8,934.63	18,549.00	11,871.48	13,251.59

由上可知，报告期内公司资产状况良好，资产规模及净资产规模不断扩大；

资产流动性较强，经营活动现金流量净额情况良好，公司具有良好的偿债能力。功能性产品毛利率下降未对公司财务状况产生重大不利影响，未导致经营业绩大幅下滑。

2、功能性产品毛利率下滑对发行人财务状况及经营业绩产生影响事项已经在招股说明书中进行风险提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（九）功能性产品毛利率不断下降的风险”以及“第四节 风险因素”之“四、财务与税收风险”之“（五）功能性产品毛利率不断下降的风险”中进行了如下风险提示：

“报告期功能性产品为发行人重要收入来源之一，收入金额占比分别为32.10%、40.59%、41.09%和41.68%，占比较高。报告期各期发行人功能性产品毛利率分别为65.63%、47.59%、36.38%和29.98%，毛利率水平不断下降且幅度相对较大。若未来该类产品受产品结构变化、下游终端产品需求波动、汇率波动等因素影响其毛利率继续下降，则将对公司整体财务状况及经营业绩产生一定不利影响。”

二、说明产品主要应用领域个人电脑、智能手机及智能穿戴等2022年上半年出货量变动情况以及预计未来出货量的变化，并结合上述情况说明对发行人业务经营的影响，是否会对发行人收入及毛利率造成重大不利影响。

（一）说明产品主要应用领域个人电脑、智能手机及智能穿戴等 2022 年上半年出货量变动情况以及预计未来出货量的变化

1、全球个人电脑领域出货量及增长情况

受宏观经济波动、疫情较为严重对芯片供应链供应以及正常物流活动产生一定不利影响等多因素影响，根据 IDC 数据 2022 年上半年度全球个人电脑出货量为 1.52 亿部、较上年同期下降 10.18%，仍显著高于 2019 年上半年度的 1.24 亿部及 2020 年上半年度的 1.25 亿部，整体出货量保持在较高水平。根据 IDC 数据预测，2022 年全球个人电脑出货量预计同比下降 8.2%至 3.2 亿部，但仍高于 2019 年及 2020 年水平，未来个人电脑需求仍然较为稳健，新增需求以及更新换

代需求仍将推动全球个人电脑出货量整体保持良好的发展。

公司个人电脑领域的主要客户为联想集团、仁宝电脑、纬创资通等，2022 年上半年上述主要客户的营业收入情况如下：

单位：亿美元

客户名称	2022 年 1-6 月	同比增长变动
联想集团	336.50	3.21%
仁宝电脑	157.93	-5.88%
纬创资通	157.93	16.57%

注：上表中数据来源于 wind；

由上可知，2022 年上半年公司上述个人电脑领域主要客户经营业绩情况良好、市场需求旺盛，为公司个人电脑领域防护性产品及功能性产品的发展奠定了良好的客户资源基础。

2、全球智能手机领域出货量及增长情况

受宏观经济波动、疫情较为严重对芯片供应链供应以及正常物流活动产生一定不利影响等多因素影响，根据 IDC 数据 2022 年上半年度全球智能手机出货量为 6.00 亿部，较上年同期下降 8.81%；根据中信证券预计，2022 年全球智能手机出货量中，第三季度、第四季度处于传统销售旺季，全年全球智能手机销量 13.90 亿部，同比增长约 3%，整体市场预计增长情况良好。

公司智能手机领域客户的主要客户为和硕科技、联想集团，2022 年上半年上述主要客户的营业收入情况如下：

单位：亿美元

客户名称	2022 年 1-6 月	同比增长变动
和硕科技	204.42	16.52%
联想集团	336.50	3.21%

注：上表中数据来源于 wind；

由上可知，2022 年上半年公司上述智能手机领域主要客户经营业绩情况良好、市场需求旺盛，为公司智能手机领域功能性产品的发展奠定了良好的客户资源基础。

3、全球智能穿戴领域出货量及增长情况

Canalys 数据显示，智能耳机等智能穿戴类产品出货量保持较高水平，2022 年第一季度全球 TWS 出货量稳步增长、达到 6,800 万部、同比增长 16.6%，增长情况良好。其中苹果品牌市场份额占比为 31.8%、出货量同比增长 13.6%，增长情况良好。2022 年第二季度全球 TWS 产品出货量为 6,300 万部、同比增长 8%，整体增长情况良好。根据天风国际证券数据，因 2021 年第四季度及 2022 年第一季度 AirPods 出货量均优于预期，预计 2022 年全年 AirPods 出货量为 9,000 万部，较上年同期增长约 25%，增长情况良好。

公司智能穿戴领域客户的主要客户为歌尔股份、立讯精密，2022 年上半年上述主要客户的营业收入情况如下：

单位：亿元

客户名称	2022 年 1-6 月	同比增长变动
立讯精密	819.61	70.23%
歌尔股份	436.03	43.96%

注：上表中数据来源于 wind

由上可知，2022 年上半年公司上述智能穿戴领域主要客户经营业绩情况良好、市场需求旺盛，为公司智能穿戴领域功能性产品的发展奠定了良好的客户资源基础。

综上所述，公司主要产品下游应用领域市场发展情况整体良好，主要下游客户经营业绩情况良好，不存在市场需求规模或经营业绩大幅下滑的情形。

（二）上述情况不会对发行人业务、收入及毛利率造成重大不利影响

公司主要产品下游应用领域在 2022 年的发展情况预计不会对发行人业务、收入及毛利率造成重大不利影响，具体内容如下：

1、2022 年上半年公司主要产品下游应用领域市场发展情况整体良好，主要下游客户经营业绩情况良好，不存在市场需求规模或经营业绩大幅下滑的情形

2022 年第一季度受宏观经济波动、疫情较为严重对芯片供应链供应以及正常物流活动产生一定不利影响等因素影响，全球个人电脑及智能手机出货量同比

有一定下降，但相较于 2019 年、2020 年同期仍保持较高水平，预计全年出货量不会出现较大幅度下滑情形；智能耳机产品出货量保持良好的增长趋势和速度。预计 2022 年上述主要产品应用领域依然发展情况良好，为公司消费电子防护性及功能性业务规模的扩展、收入规模的扩大和毛利率的稳定良好的市场需求基础。

与此同时，公司报告期内的主要客户均为消费电子领域的领先企业，2022 年上半年上述主要客户之营业收入整体增长情况良好，为公司业务发展、收入扩大及毛利率保持稳定奠定良好的客户基础。

2、公司立足于原有产品在新产品、新技术、新材料等领域加大投入，积极拓展碳纤维等新产品，在原有防护性产品及模切产品之外，开发出应用于个人电脑领域的新产品

应用于个人电脑领域的碳纤维背板产品原主要由日本东丽公司垄断，国内碳纤维材料企业规模相对较小，在产品质量、稳定性、轻便性等方面无法满足下游客户的需求。公司深刻理解下游客户对于个人电脑新型背板材料的迫切需求，基于对碳纤维材料性能及生产工艺的深入研究，开发了“用于制造电子设备壳体的复合板材技术”、“复合材料板材的结合牢固技术”等核心技术，并已经在碳纤维背板材料有关的技术及生产工艺领域建立了先发优势。随着碳纤维类产品出货量持续增长以及与下游客户合作的逐步深入，公司个人电脑领域碳纤维业务收入规模不断扩大，2020年、2021年及2022年1-6月实现收入金额分别为2,521.35万元、8,253.75万元、6,219.15万元，规模不断扩大，有效提升了公司在个人电脑功能性产品领域的市场份额和空间规模。

3、2022 年上半年公司整体经营业绩情况良好，不存在经营业绩或毛利率大幅下滑的情形

2022年1-6月，公司主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	同比变动
收入金额	49,946.02	43,189.85	15.64%
归属于母公司所有者的净利润	5,741.12	4,335.02	32.44%
扣除非经常性损益后归属于	6,537.96	4,223.85	54.79%

母公司所有者的净利润			
------------	--	--	--

2022年1-6月，公司实现营业收入金额为49,946.02万元，扣除非经常性损益前后归属于母公司股东净利润金额分别为5,741.12万元、6,537.96万元，整体经营业绩良好。毛利率方面，受功能性产品毛利率有所下降（主要系毛利率较高的智能穿戴类产品收入金额占比下降幅度较大所致）影响，主营业务毛利率为31.91%，较2021年下降1.28个百分点，整体变动幅度较小、基本保持稳定。报告期内公司整体经营业绩良好，不存在收入和毛利率大幅下滑的情形。

三、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、取得了发行人之销售明细表，复算了智能穿戴类功能性产品以及其他非智能穿戴类功能性产品的毛利率情况，并对变动情况进行分析；

2、查阅了公司审计报告、对发行人高级管理人员进行访谈，了解功能性产品毛利率波动的原因及合理性；

3、查阅了公司功能性产品主要下游客户的公开披露资料、主要下游应用领域之行业资料，分析下游消费电子领域的行业发展前景；

4、取得了发行人报告期后的财务报表，分析功能性产品毛利率变动的原因及合理性。

5、查阅了个人电脑、智能手机、智能穿戴领域的市场分析报告等公开披露资料，分析下游市场的发展情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

2022年1-6月功能性产品毛利率较2021年有所下降，主要是较高毛利率的智能穿戴类产品收入占比下降幅度较大所致；报告期内影响发行人功能性产品毛利率的主要因素已逐步趋于消除，不会继续对功能性产品毛利率造成重大不利影响，功能性产品整体毛利率不会出现持续大幅下滑的情形；报告期内功能性产品

毛利率下滑对发行人财务状况未构成重大不利影响、未导致发行人经营业绩大幅下滑；发行人已经在招股说明书中进行相关风险提示。

2022年上半年受宏观经济波动、疫情较为严重对芯片供应链供应以及正常物流活动产生一定不利影响等多因素影响，全球个人电脑及智能手机出货量同比有一定下降但仍保持高位，预计全年出货量不会出现较大幅度下滑情形；智能穿戴产品出货量整体情况良好；**2022年上半年公司个人电脑、智能手机、智能穿戴等应用领域的主要客户经营情况良好**；公司下游客户及市场发展情况整体良好，不会对发行人业务、经营业绩以及毛利率不会产生重大不利影响。

2.关于募集资金投向

申请文件显示，发行人计划使用募集资金9,200万元用于在深圳地区购置研发场地并进行改造，购置研发场地及装修金额合计占发行人本次募集资金总额的比例为12.87%。

请发行人说明募集资金用于房产购置的融资必要性，相关房产是否存在租售计划，是否涉及募集资金变相用于房地产开发情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明募集资金用于房产购置的融资必要性，相关房产是否存在租售计划，是否涉及募集资金变相用于房地产开发情形

（一）发行人本次募集资金投资项目以及“光大同创研发技术中心建设项目”的具体情况

本次拟公开发行人民币普通股（A股）不超过1,900.00万股，本次发行后社会公众股占发行后总股本的比例不低于25.00%，实际募集资金扣除发行费用后的净额将全部用于公司主营业务相关的项目及补充流动资金。本次募集资金投向经公司股东大会审议确定，由董事会负责实施。各投资项目的具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资额	募集资金使用金额	使用募集资金额占比
1	光大同创安徽消费电子防护及功能性产品生产基地建设项目	40,018.60	40,018.60	47.05%
2	光大同创研发技术中心建设项目	20,041.50	20,041.50	23.56%
3	企业管理信息化升级建设项目	5,000.00	5,000.00	5.88%
4	补充流动资金项目	20,000.00	20,000.00	23.51%
合计		85,060.10	85,060.10	100.00%

“光大同创研发技术中心建设项目”计划使用募集资金金额为20,041.50万元，用于购置研发场地并进行改造、引进一系列国内外先进研发与测试设备、配备相应的技术研发团队，为新产品、新技术、新工艺、新材料的开发提供良好的平台，进一步提高公司的研发实力及核心竞争力。

该项目投资总额为20,041.50万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	项目内容	金额
1	场地购置费	9,200.00
2	建筑工程费用	1,744.80
3	设备购置及安装费用	5,004.26
4	软件系统购置费	1,454.00
5	人力资源投入费用	1,659.00
6	预备费	200.41
7	其他费用	779.02
项目投资总额		20,041.50

该项目之实施地点为深圳市，发行人计划使用募集资金10,944.80万元用于在深圳地区购置研发场地并进行改造，购置研发场地及装修金额合计占发行人本次募集资金总额的比例为12.87%，占比较低。

（二）“光大同创研发技术中心建设项目”中使用募集资金用于房产购置的必要性及合理性

“光大同创研发技术中心建设项目”中使用募集资金用于房产购置具有必要

性及合理性，具体情况如下：

1、研发中心项目的建设，是发行人顺应行业发展趋势，把握市场机遇的需要

消费电子行业产品迭代速度快，客户对防护性及功能性产品的设计、材料选型、生产工艺等方面的需求各异，相关产品具有品种多、规格型号多、定制化程度强、工艺复杂的特点。公司客户主要为全球知名消费电子领域企业，上述行业特点以及客户群体客观上要求公司具有提供定制化制造服务以及在新技术、新工艺、新材料等方面持续创新的能力。

近年来消费电子产品迭代速度加快、市场发展情况良好，产品的创新、智能化水平越来越高。公司要把握市场发展机遇、进一步提升持续创新的能力，迫切需要新建研发中心并加大对技术、工艺、材料的研究，通过提升技术水平和自动化水平，进一步提升公司自主研发能力、技术成果转化能力，有效提升消费电子防护性产品及功能性产品的技术及工艺水平、自动化生产能力。

2、研发中心项目的建设，是发行人进一步增强研发实力、提升市场竞争力的需要

公司为国家高新技术企业，经过多年的持续研发投入，公司已经在消费电子防护性产品及功能性产品领域拥有了自主核心技术，并拥有了对技术、工艺、材料进行持续创新及优化的能力。公司已经掌握了“折叠拼合式结构缓冲技术”等多项核心技术，并掌握了一系列满足客户需求及行业发展趋势的核心技术工艺。上述核心技术及工艺的研发以及使用，有效解决了一系列技术难题，有效提升了产品良率、自动化程度，并在产品设计、轻便性及坚固性、应用材料环保性等方面满足客户的严格要求。

目前公司受制于场地不足、硬件设备及研发人员数量不足和资金限制等因素，急需通过引进研发所需设备和人才，以完善研发体系、提升研发能力、优化产品结构、拓宽下游应用市场。同时公司要进一步增强核心竞争力，也迫切需要新建研发中心并加大对技术、工艺、材料的研究，不断提高精度及良品率、生产效率，在应用材料领域不断拓展新型环保材料、新型碳纤维材料，实现对原有产品材料的更新迭代。

3、发行人并无自有研发用房屋建筑物，购置研发用房有助于进一步增强研发工作的稳定性

截至2022年6末，公司于境内并无自有房屋建筑物，研发用房均通过租赁方式取得且租赁期限相对较短，存在场地租赁到期后无法续租、搬迁以及研发用房装修无法满足公司正常研发需要等风险或问题。

本次计划使用募集资金购置自有场地作为研发中心，有助于进一步增强研发工作的稳定性、避免场地租赁到期无法续租及搬迁等给研发工作带来的不利影响。同时，购置自有场地情况下，可以根据公司消费电子防护性产品及功能性产品技术、工艺、材料研发的实际需要进行装修布局，有助于进一步提升研发工作的效率。另外，购置自有研发场地后公司可将位于不同区域的研发人员予以集中，提升研发工作的效率及协同效应。

4、在深圳地区购置场地作为研发用房，符合市场及上市公司惯例

部分上市公司的募集资金投资项目中，也存在使用募集资金在部分城市购置房产作为项目用地的情况，具体案例如下：

单位：万元

序号	证券简称	股票代码	上市时间	项目实施地点	使用部分募集资金用于购置房产作为项目用地情况	使用募集资金购买项目用地及改造金额	占募集资金总额比例
1	臻镭科技	688270.SH	2022-1	杭州市	将根据实际情况拟在杭州市西湖区购买 4,000.00 平方米左右的办公大楼作为总部基地，从而缓解公司当前办公和研发实验室场地紧缺的状况	13,200.00	18.73%
2	海天瑞声	688787.SH	2021-8	北京市	发行人自主研发数据产品扩建项目、一体化数据处理技术支撑平台升级项目、研发中心升级建设项目等三个募投项目拟购置房产作为项目研发和办公场地	21,815.10	28.48%
3	普冉股份	688766.SH	2021-8	上海市	将根据实际情况，投资建设总部基地，基地将划分为展厅、活动室、研发实验室以及各职能部门的办公区，从而解决公司当前办公和研发实验室场地紧缺的问题。	8,566.00	24.80%

序号	证券简称	股票代码	上市时间	项目实施地点	使用部分募集资金用于购置房产作为项目用地情况	使用募集资金购买项目用地及改造金额	占募集资金总额比例
4	霍普股份	301024.SZ	2021-7	上海市	购置办公楼扩建总部运营中心，适应公司业务扩张，打造公司品牌形象。	17,158.00	41.38%
5	蕾奥规划	300989.SZ	2021-5	北京市、 西安市、 上海市	购置 3,400 平方米的办公楼，解决自有办公场所较少的问题，提升办公场所稳定性	16,156.00	32.94%
6	尤安设计	300983.SZ	2021-4	上海市、 深圳市、 南京市等	购置办公楼以解决办公场所不足的问题，提升办公场所稳定性	60,957.95	39.56%
7	芯海科技	688595.SH	2020-9	深圳市	本次募集资金购置的场所将作为发行人的研发以及办公场地	9,384.00	17.21%
8	卡莱特	-	-	成都市、 西安市、 武汉市、 深圳市	购置房产用于建设营销服务及产品展示中心，以提高公司业务推广能力和技术支持能力；购置房产用于建设研发中心，以改善公司研发环境，提升研发实力。	30,955.00	37.25%

注：上表中卡莱特于2022年5月20日经创业板上市委员会审核通过

综上所述，公司本次计划使用募集资金在深圳地区购置场地作为研发中心具有必要性。

（三）发行人相关房产是否存在租售计划，是否涉及募集资金变相用于房地产开发情形

1、发行人拟购置的研发场地不存在租售计划，已经就募集资金使用以及购置房产用途事项出具了专项承诺

发行人拟购置的研发场地将专门作为发行人新产品、新技术、新工艺、新材料的研究及开发基地，进一步提高公司的研发实力及核心竞争力，不存在租售计划。

发行人已出具就募集资金及研发场地使用事项出具了专项承诺函，承诺“研发中心建设项目紧密围绕公司主营业务展开，购置的房产将用于公司研发用途，不存在租售计划；公司不会将本次募集资金用于或变相用于房地产开发、经营、销售等业务，亦不会通过其他方式直接或间接流入房地产开发领域。”

2、发行人主营业务不涉及房地产业务，也无房地产业务相关经营资质

(1) 发行人主营业务不涉及房地产业务

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》第三十条第一款的规定，“房地产开发企业是以营利为目的，从事房地产开发和经营的企业”。

根据《城市房地产开发经营管理条例》第二条规定，“本条例所称房地产开发经营，是指房地产开发企业在城市规划区内国有土地上进行基础设施建设、房屋建设，并转让房地产开发项目或者销售、出租商品房的行为。”

公司产品主要为消费电子防护性及功能性产品，广泛应用于个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件。公司购置研发场地的目的为进行新产品、新技术、新工艺、新材料的研究开发，并非以营利为目的的房地产开发和经营，不属于上述规定的房地产开发、经营业务。

(2) 发行人无房地产业务相关经营资质

根据《房地产开发企业资质管理规定》第三条，“房地产开发企业应当按照本规定申请核定企业资质等级。未取得房地产开发资质等级证书（以下简称资质证书）的企业，不得从事房地产开发经营业务”。

发行人及其子公司均不具备房地产开发资质，工商登记经营范围中亦不存在房地产开发相关内容，无法开展房地产开发业务。

3、发行人已经建立《募集资金管理制度》，严格规范募集资金的存储、使用

公司已经根据相关法律法规、规范性文件的要求，结合公司实际情况，制定了《募集资金管理制度》。《募集资金管理制度》对募集资金的存储、使用、管理与监督进行了明确的规定，公司将严格履行募集资金使用的相关审批手续，保障募集资金的安全和高效使用。根据规定，本次募集资金将存放于董事会批准设立的专项账户集中管理、专款专用。公司将严格按照中国证监会和证券交易所的有关规定管理使用本次募集资金。

综上所述，发行人拟购置的研发场地不存在租售计划，已经就募集资金使用以及购置房产用途事项出具了专项承诺；发行人不涉及募集资金变相用于房地产

开发情形。

二、保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师主要履行了如下核查程序：

- 1、查阅了发行人募集资金投资项目的可行性报告、相关研究资料；
- 2、访谈了发行人实际控制人，了解公司的研发情况、研发中心项目建设的必要性及合理性；
- 3、报告期内经中汇会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报表及审计报告，查阅了报告期内的研发投入情况；
- 4、取得了发行人报告期内的研发费用明细，查阅了发行人的研发项目清单及研发项目相关资料；
- 5、取得了发行人就募集资金使用、不变相用于房地产开发等情形出具的承诺函并查阅相关房地产管理规定。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，公司“光大同创研发技术中心建设项目”购置房产具有必要性；发行人拟购置的房产不存在租售计划，主营业务不涉及房地产业务，发行人研发中心建设项目不存在变相用于房地产开发等情形。

3.关于股份支付

申请文件及问询回复显示：

（1）2019年、2020年，发行人确认股份支付费用金额分别为1,230.43万元、1,796.47万元，其中2019年发行人确认股份支付选用的公允价值，按照扣非后归母净利润计算的PE倍数为4.74倍。

（2）发行人问询回复中说明发行人未对受激励员工设定工作年限，但要求被激励员工在与发行人及其子公司解除劳动关系后30日内，将其持有的全部份额转让给合伙企业的执行事务合伙人（即发行人实际控制人马增龙）或其书面认可的第三人。

请发行人：

(1) 结合《股权激励协议》具体说明员工持有员工持股平台的份额在离职时转让价格如何确定，发行人上市前后员工离职是否存在不同的约定，一次性确认股份支付是否符合《企业会计准则》的要求。

(2) 结合行业特点、同行业并购重组市盈率水平等说明股份支付确定金额是否恰当。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合《股权激励协议》具体说明员工持有员工持股平台的份额在离职时转让价格如何确定，发行人上市前后员工离职是否存在不同的约定，一次性确认股份支付是否符合《企业会计准则》的要求。

(一) 结合《股权激励协议》具体说明员工持有员工持股平台的份额在离职时转让价格如何确定，发行人上市前后员工离职是否存在不同的约定

根据《合伙协议》、《股权激励协议》以及员工出具的承诺函等文件，员工持有的持股平台合伙企业份额的转让相关约定情况如下：

1、关于股权激励过程中的核心激励员工

(1) 自其取得持股平台合伙企业份额至发行人完成首次公开发行股票并上市之日，其离职的应在解除劳动关系之日起 30 天内，将其持有的合伙企业平台全部合伙企业份额转让给执行事务合伙人或其书面认可的第三方。退出价格原则上为其与受让方参考发行人之公允价值或近期公平交易价格并友好协商确定。

(2) 发行人完成首次公开发行股票并上市之后，其离职无强制性转让规定，其在限售期满后转让给执行事务合伙人（即发行人实际控制人马增龙）或其书面认可的第三人或由执行事务合伙人决定具体的减持方式，转让价格在参考其间接持有公司权益的市场价格的基础上经双方协商确定。

2、关于股权激励过程中的其他激励员工

(1) 自其取得持股平台合伙企业份额至发行人完成首次公开发行股票并上

市之日起 36 个月内，其离职的应在解除劳动关系之日起 30 天内，将其持有的合伙企业平台全部合伙企业份额转让给执行事务合伙人或其书面认可的第三方。其不存在违反《股权激励协议》或《合伙协议》相关约定的情况下离职的，退出价格原则上为其取得持股平台财产份额时支付的对价加上年 5%（单利）的利息确定。其存在违反《股权激励协议》或《合伙协议》相关约定情况下离职的，退出价格原则上为其取得持股平台财产份额时支付的对价。

（2）发行人完成首次公开发行股票并上市之日满 36 个月后，其离职无强制性转让规定，其在限售期满后转让给执行事务合伙人（即发行人实际控制人马增龙）或其书面认可的第三人或由执行事务合伙人决定具体的减持方式，转让价格在参考员工间接持有公司权益的市场价格的基础上经双方协商确定。

由上可知，员工离职时转让其持有的合伙企业份额的方式和价格有相关约定；发行人上市前后员工离职在退出方式、退出价格等方面存在不同的约定。

（二）一次性确认股份支付是否符合《企业会计准则》的要求

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关规定：“企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具，应确认相应股份支付费用；以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量；授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。”

根据中国证监会《首发业务若干问题解答》相关规定：“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。”

发行人上述股权激励的相关约定情况如下：

（1）公司股权激励系对公司员工过往贡献的认可和奖励，主要是为了稳定和激励中高层管理人员和骨干员工，进一步提高公司凝聚力并提高业务团队的稳定性、工作积极性。相关协议未明确约定激励对象取得股权后在公司的服务期限，也并未明确规定激励对象在特定服务期完成后或达到一定业绩条件后方可行权，属于授予即行权、且未对服务期限作出明确约定限制。

(2) 上述协议中设置了离职退出条款，目的是为了保持激励对象的持续稳定，并非对激励对象获得股份事项的服务期限有所限制。发行人通过持股平台向员工授予股份的目的是对该部分激励对象过去为公司提供服务的奖励。

(3) 激励对象自间接取得公司股权起即享有对应股权的分红权和收益权，激励对象在取得相应股权的同时即享有相应的权利，不存在等待期。报告期内员工持股平台分红时激励对象也实际获得了分红收益。

综合考虑上述情况，发行人与激励对象未设定服务期限等可行权条件，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定，发行人将股权激励的股权公允价值与实际支付成本的差额确认为股份支付费用并一次性确认当期费用和增加资本公积，符合《企业会计准则 11 号——股份支付》及《首发业务若干问题解答》的相关规定。

二、结合行业特点、同行业并购重组市盈率水平等说明股份支付确定金额是否恰当。

根据《首发业务若干问题解答》之问题 26：在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：①入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；②行业特点、同行业并购重组市盈率水平；③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；④熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；⑤采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产。

公司产品主要为消费电子防护性及功能性产品，广泛应用于个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件。一方面，近年来智能手机、笔记本电脑、智能穿戴设备等消费电子产品技术升级较快，消费者对新产品的性能、品质、技术性、轻薄性等提出了更高的要求，相关产品更加具有品种多、规格型号多、定制化程度强、工艺复杂的特点，相应导致下游客户针对供应商的定制化及柔性生产能力要求更高。另一方面，消费电子领域包括个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等不同细分领域，不同领域的增长速度、行业空间也存在一定差异，

智能手机及智能穿戴产品的增长速度更快。因此，产业链中具备优质的客户资源、较大的生产经营规模的企业，其利润规模相对较大且成长确定性较高、业绩增长较快，该类企业整体市盈率水平相对较高；同时，细分行业领域增长速度较快且应用场景较为广泛的企业，利润规模增长速度较快、预期良好，该类企业整体市盈率水平相对较高。

公司并未引入外部专业机构投资者、无合理的 PE 入股价格。股份支付公允价值的确定参考了当年扣非归母净利润、市场可比交易案例市盈率、行业特点、入股时间、可比公司具体业绩及变动情况等因素。鉴于同行业可比上市公司相近时期无与发行人主营业务相同的收购案例，可比交易案例主要参考同行业可比上市公司 IPO 时相关交易公允价值情况确定，具体内容如下：

单位：万元

公司	增资/转让/股权激励时间	首发上市申请时间	上市时间	整体估值	当年扣非归母净利润	市盈率
达瑞电子 (300976)	2018 年 12 月	2020 年 7 月	2021 年 4 月	96,005.00	14,877.56	6.45
	2019 年 12 月	2020 年 7 月		175,455.59	24,487.51	7.17
鸿富瀚 (301086)	2019 年 4 月、8 月	2020 年 10 月	2021 年 10 月	46,652.65	8,371.58	5.57
	2020 年 9 月	2020 年 10 月		79,976.23	12,290.16	6.51
发行人	2019 年 10 月	2021 年 6 月	-	53,894.22	11,367.68	4.74

注：（1）发行人选取股权激励相近时期即前后相近时期之可比交易案例；（2）上述数据来自于其公开披露资料。

上述可比交易案例中，首次申报期第二年的整体估值对应市盈率中达瑞电子市盈率为 6.45 倍、鸿富瀚市盈率为 5.57 倍（其 2019 年 4 月股权激励距离首发上市申请时间为 17 个月、与发行人 2019 年 10 月股权激励距离首发上市申请时间间隔 19 个月相近，以其 2019 年 4 月股权激励市盈率作为其申报期第二年对应市盈率），对应的平均值为 6.01 倍，与发行人 2019 年整体估值对应市盈率（4.74 倍）的差异较小、整体公允、合理。达瑞电子、鸿富瀚对应市盈率水平略高于发行人，主要影响因素如下：

（一）达瑞电子主要从事消费电子功能性产品、结构性器件、3C 智能装配自动化设备的生产及制造，产品应用于苹果、华为、OPPO、VIVO、三星等消费电子产品终端品牌

1、盈利能力方面，达瑞电子盈利能力较强、营业收入及净利润规模增长速度较快

2018 年该公司主营业务收入金额为 60,706.37 万元、同比增长 65.82%，当年实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润金额为 14,877.56 万元、同比增长 113.97%，净利润规模金额大且增长速度快。

2、业绩及客户方面，该公司拥有三星、苹果等消费电子领域优质客户资源

①终端客户资源方面：达瑞电子直接客户包括三星视界、鹏鼎控股等。其中三星视界系 OLED 领域全球市场份额第一的龙头企业，在 OLED 屏产业链中具有主导地位，鹏鼎控股为苹果重要 FPC 供应商之一，达瑞电子销售的功能性器件及结构性器件中应用于苹果品牌的收入金额占比较高。同时，苹果终端产品的 FPC 部件主要供应商均为该公司之直接客户，覆盖度较高。

②业务细分领域方面：该公司功能性产品可广泛地应用于苹果的 iPhone、iPad 以及 Bose 智能耳机领域。以 iPhone 为例，通常 1 部终端产品涉及 10 多个甚至更多数量的 FPC 部件（如闪光灯&电源线、天线、振动马达、扬声器、侧键、摄像头、感应模组、显示和触控模组、SIM 卡座、HOME 键、麦克风、电池等部件均涉及 FPC 的应用），而且伴随 iPhone 不断升级换代，其应用的 FPC 数量越来越多，该公司产品应用领域规模出货量更大且增长速度较快。

上述因素综合影响，导致其市盈率水平相对较高。

（二）鸿富瀚主要从事消费电子功能性器件、自动化设备，产品应用于苹果、微软、亚马逊、华为、小米等品牌

1、盈利能力方面，鸿富瀚盈利能力较强、营业收入及净利润规模增长速度较快

2019 年该公司主营业务收入金额为 44,480.13 万元、同比增长 28.51%，当年实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润金额为 8,371.58 万元、同比增长 83.26%，净利润金额较大且增长幅度较大。

2、业绩及客户方面，该公司于 2014 年即成为苹果供应商并深入嵌入苹果产

业链，客户资源优质

①终端客户资源方面：该公司于 2014 年即成为苹果供应商并深入嵌入苹果产业链，2018 年-2020 年该公司功能性器件产品应用于苹果产品之销售收入占消费电子功能性器件收入的比例分别为 68.74%、78.33%、75.49%，占比较高。

②业务细分领域方面：该公司之产品可广泛地应用于苹果的 iPhone、iPad、MacBook 以及 TWS 耳机等可穿戴设备的多个终端产品，涉及 FPC、触控屏、天线模组等多种组件的功能性器件，应用领域更为广泛、嵌入程度更深入。同时伴随 iPhone 不断升级换代，其应用的 FPC 数量越来越多，该公司的市场应用领域为多元化。

上述因素综合影响，导致其市盈率水平相对较高。

(三) 发行人主要从事消费电子防护性及功能性产品，广泛应用于个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件

1、盈利能力方面，相较于上述同行业可比公司发行人净利润规模及同比增长速度相对略低

2019 年该公司公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润金额为 11,367.68 万元、同比增长 47.57%，净利润增长幅度低于上述同行业可比公司。

2、业绩及客户方面，该公司主要客户为联想集团、立讯精密、歌尔股份、仁宝电脑、纬创资通、和硕科技等

①终端客户资源方面：报告期内联想集团为公司主要客户，收入金额占比较高；公司积极切入苹果供应链体系，成为立讯精密、歌尔股份之供应商但整体收入金额较低。2019 年立讯精密、歌尔股份合计实现收入金额占比为 17.40%、占比相对较低。

②业务细分领域方面：报告期内公司产品主要应用于个人电脑领域，占主营业务收入的比例分别为 54.61%、61.47%和 64.38%，占比相对较高。个人电脑市场整体增长速度较为缓慢，2019 年全球个人电脑出货量为 2.66 亿台、同比增长 3.10%、增长速度较低。在智能穿戴领域，公司积极切入苹果供应链体系，成为

立讯精密、歌尔股份之供应商并提供应用于 AirPods 智能耳机的功能性产品，与智能手机、个人电脑相比，智能耳机整体市场规模较小、收入金额占比较低。在智能手机领域，公司 2019 年尚处于发展初期、规模较小，当年收入金额为 3,264.12 万元，整体金额很小。

由上可知，上述可比案例之净利润盈利规模较大、增长较为迅速；业务方面上述公司产品主要应用于智能手机、智能穿戴等细分市场，增长速度较快。上述因素综合影响导致其市盈率略高于发行人，具有合理性。

综上所述，发行人 2019 年进行股份支付时选取的公允价值恰当、股份支付费用确认金额合理。

三、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

- 1、查阅了公司及员工持股平台的工商档案文件；查阅了员工股权激励的合伙协议、股权激励协议文件；
- 2、查阅了《企业会计准则》、《首发业务若干问题解答》等相关规定文件；
- 3、查询同行业可比上市公司的公开披露资料，分析同行业上市公司的市盈率情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、《股权激励协议》中对于员工离职时转让其持有的合伙企业份额的方式和价格有相关约定；发行人上市前后员工离职的在退出方式、退出价格等方面存在不同的约定；发行人与激励对象未设定服务期限等可行权条件，发行人将股份支付费用一次性确认当期费用和增加资本公积，符合《企业会计准则 11 号—股份支付》的相关规定。

2、发行人 2019 年进行股份支付时选取的公允价值恰当、股份支付费用确认金额合理，与同行业可比交易案例相比不存在重大差异。

（此页无正文，为《关于深圳光大同创新材料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审核中心意见落实函的回复》之发行人签章页）

深圳光大同创新材料股份有限公司



2022年09月22日

发行人董事长声明

本人已经认真阅读深圳光大同创新材料股份有限公司本次审核中心意见落实函回复报告的全部内容，确认本次审核中心意见落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人董事长签名：马增龙

马增龙

深圳光大同创新材料股份有限公司

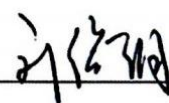


（此页无正文，为《关于深圳光大同创新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核中心意见落实函的回复》之保荐机构签章页）

保荐代表人：



郑 睿



刘俊清

东方证券承销保荐有限公司



2022年9月22日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读深圳光大同创新材料股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容,了解本次审核问询函回复的核查过程、本公司的内核和风险控制流程,确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序,本次审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长:



金文忠

东方证券承销保荐有限公司

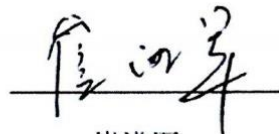
2022年9月22日



保荐机构首席执行官声明

本人已认真阅读深圳光大同创新材料股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容,了解本次审核问询函回复的核查过程、本公司的内核和风险控制流程,确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序,本次审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

法定代表人、首席执行官:


崔洪军

东方证券承销保荐有限公司

2022年9月22日