关于对上海证券交易所《关于苏州昀冢电子科技股份有限公司2021 年年度报告的信息披露监管问询函》的回复

苏州昀冢电子科技股份有限公司(以下简称“昀冢科技”、“公司”)于 2022 年 5 月 10 日收到上海证券交易所出具的《关于苏州昀冢电子科技股份有限公司 2021 年年度报告的信息披露监管问询函》(上海科创公函[2022]0078 号)(以下简称“问询函”)，公司会同保荐机构、年审会计师就《问询函》相关问题逐项进行认真核查落实。回复中楷体加粗部分为公司《2021 年年度报告》补充披露或修改的部分。现将有关问题回复如下：

问题 1.关于业绩大幅下滑

年报显示，公司的精密电子零部件产品目前主要应用在智能手机摄像头中的音圈马达 VCM 和摄像头模组 CCM。2021 年度公司实现营业收入 51,970.41 万元，同比下降 6.14%；归母净利润 1,549.94 万元，同比下降 72.39%；扣非后归母净利润 942.30 万元，同比下降 79.86%。同时，2022 年一季度，公司实现营业收入 12,564.54 万元，同比下降 7.18%；归母净利润 578.29 万元，同比下降 33.40%；扣非后归母净利润 509.25 万元，同比下降 34.33%。

请公司：(1)结合下游手机行业市场出货量等变化、现有直接及终端客户、可比公司经营状况等情况，进一步说明归母净利润大幅下滑的原因及合理性；(2)结合具体产品的市场需求、竞争格局、客户拓展等因素，分析是否存在业绩继续下滑的风险。如是，请充分提示风险并说明公司将采取何种措施提升盈利能力。

一、问题回复

(一)结合下游手机行业市场出货量等变化、现有直接及终端客户、可比公司经营状况等情况，进一步说明归母净利润大幅下滑的原因及合理性

1、手机市场出货量

(1)对 2021 年度公司归母净利润下降的影响

中国智能手机市场 2021 年各季度出货量与 2020 年各季度出货量对比如下：

单位：百万台

厂商	2021 年 Q1		2020 年 Q1		变动	厂商	2021 年 Q2		2020 年 Q2		变动
	出货量	市场份额	出货量	市场份额			出货量	市场份额	出货量	市场份额	
VIVO	21.6	23.38%	12.1	16.64%	78.51%	VIVO	18.2	24.30%	14.8	16.34%	22.97%
OPPO	20.6	22.29%	12.5	17.19%	64.80%	OPPO	16.0	21.36%	14.5	16.00%	10.34%
华为	14.9	16.13%	30.1	41.40%	-50.50%	小米	12.6	16.82%	9.3	10.26%	35.48%
小米	13.5	14.61%	7.8	10.73%	73.08%	苹果	7.9	10.55%	7.7	8.50%	2.60%
苹果	12.0	12.99%	6.2	8.53%	93.55%	荣耀	6.9	9.21%	12.8	14.13%	-46.09%
其他	9.8	10.61%	4.0	5.50%	145.00%	其他	13.3	17.76%	31.5	34.77%	-57.78%
合计	92.4	100.00%	72.7	100.00%	27.10%	合计	74.9	100.00%	90.6	100.00%	-17.33%

厂商	2021 年 Q3		2020 年 Q3		变动	厂商	2021 年 Q4		2020 年 Q4		变动
	出货量	市场份额	出货量	市场份额			出货量	市场份额	出货量	市场份额	
VIVO	18.3	23.19%	15.3	18.43%	19.61%	苹果	21.5	24.83%	15.3	18.21%	40.52%
OPPO	16.5	20.91%	13.9	16.75%	18.71%	OPPO	14.3	16.51%	17.7	21.07%	-19.21%
荣耀	14.2	18.00%	11.3	13.61%	25.66%	荣耀	14.2	16.40%	–	–	–
小米	10.9	13.81%	10.5	12.65%	3.81%	小米	13.5	15.59%	12.2	14.52%	10.66%
苹果	8.3	10.52%	5.1	6.14%	62.75%	VIVO	13.4	15.47%	15.7	18.69%	-14.65%
其他	10.7	13.56%	26.9	32.41%	-60.22%	其他	9.7	11.20%	23.1	27.50%	-58.01%
合计	78.9	100.00%	83.0	100.00%	-4.94%	合计	86.6	100.00%	84.0	100.00%	3.10%

数据来源：Canalys

注：2021 年一季度之后，荣耀的出货量不计入华为

2021 年一季度中国智能手机出货量同比上涨 27.10%，主要是因为 5G 在中国的快速普及刺激了消费者更换新机，运营商正努力扩大 5G 的覆盖范围，加之 5G 资费下降，消费者对 5G 手机的接受度更高，推动了手机厂商出货量的增加，而 2020 年一季度消费电子市场受疫情影响表现力较为疲软，使得 2021 年一季度中国智能手机市场同比呈现了显著的回暖趋势。另外，由于中美贸易摩擦，华为在消费电子市场的份额下降，其他手机厂商为抢占市场份额紧急加单，同时有针对性地推出新产品占据市场，OPPO、小米等在 2021 年一季度均发布了深受消费者欢迎的旗舰机(如 OPPO Find X3 Pro、小米 11 等)，消费需求的提前释放一定程度上促使各手机厂商出货量的提升。

2021 年二、三季度，中国手机市场整体表现较为低迷，同比分别下降 17.33%、4.94%，一方面是因为 2021 年一季度手机厂商战略的激进导致市场整体库存过剩，而手机厂商缺乏新的旗舰机产品，市场需求低下预期；另一方面是因为全球芯片短缺问题严重，供应商难以满足设备制造商的要求，特别是 2021 年第三季度，根据 IDC 的数据，全球智能手机出货量同比下降 6.68%，一定程度上影响了中国市场。而 2021 年第四季度，得益于 iPhone 13 系列的发布，苹果在中国智能手机市场的出货量重回榜首，整体智能手机出货量有所恢复。

2021 年全年中国智能手机出货量与 2020 年基本持平，但第二、三季度手机出货量同比下降幅度较大，下游智能手机出货量不及预期，公司主要收入来源的手机摄像头光学模组 CCM 以及音圈马达 VCM 中的精密电子零部件销量下降，尤其是对公司第二、三季度收入负面影响较大。虽然随着市场的回暖，以及公司 CMI 等高附加值产品对其他手机厂商的销售拓展初见成效，公司第四季度的业绩有所回升，但公司 2021 年度整体业绩仍然受到较大影响。

(2)对 2022 年一季度公司归母净利润下降的影响

中国智能手机市场 2022 年一季度出货量与 2021 年一季度出货量对比如下：

单位：百万台

厂商	2022Q1		2021Q1		变动
	出货量	市场份额	出货量	市场份额	
荣耀	15	19.82%	4.9	5.30%	206.12%
OPPO	13.9	18.36%	20.6	22.29%	-32.52%
苹果	13.8	18.23%	12	12.99%	15.00%
VIVO	12.2	16.12%	21.6	23.38%	-43.52%
小米	10.6	14.00%	13.5	14.61%	-21.48%
其他	10.2	13.47%	19.8	21.43%	-48.48%
合计	75.7	100.00%	92.4	100.00%	-18.07%

数据来源：Canalys

注：2021 年一季度之后，荣耀的出货量不计入华为

根据 Canalys 的数据，受经济形势不佳、芯片短缺和新冠疫情反复的影响，2022 年一季度全球智能手机出货量同比下降 11%，这一负面因素同样影响到国内智能手机的出货量，使得 2022 年一季度中国智能手机出货量同比下降 18.07%；加之 2022 年 2 月开始，疫情的反复导致手机市场需求量不足。因此，与前述 2021 年一季度的手机市场回暖态势相比，2022 年一季度国内智能手机市场出货量下降幅度较大，使得公司 2022 年一季度的经营业绩较 2021 年一季度有所下降。

2、客户结构的变化

2022 年一季度和 2019-2021 年度公司的前五大客户结构对比如下：

2022 年 Q1			2021 年度		
客户集团	金额	排名	客户集团	金额	排名
新思考	3,982.63	1	新思考	10,911.73	1
TDK 集团	962.18	2	中蓝集团	5,174.20	2
中蓝集团	815.50	3	TDK 集团	4,219.01	3
皓泽电子	506.30	4	丘钛科技	2,689.81	4
丘钛科技	485.78	5	立讯集团	2,154.45	5
合计	6,752.39	–	合计	25,149.20	–
2020 年度			2019 年度		
客户集团	金额	排名	客户集团	金额	排名
新思考	8,230.89	1	TDK 集团	13,865.43	1
三美集团	5,553.91	2	三美集团	6,150.27	2
中蓝集团	4,756.94	3	新思考	5,977.42	3
TDK 集团	4,360.97	4	丘钛科技	2,808.71	4
湖南新视	3,165.35	5	五方光电	2,732.52	5
合计	26,068.06	–	合计	31,534.35	–

由于中美贸易摩擦影响，公司原主要终端客户华为的手机市场份额大幅下滑，公司的直接客户 TDK 集团和三美集团从 2020 年开始便受到直接影响，进而对公司销售收入产生一定负面影响。2021 年 TDK 集团已经开拓了其他终端客户，但公司对其销售收入仍整体处于下滑状态；而三美集团对国内终端客户仍在开拓中，2021 年度公司对其销售收入同比下降 4,493.62 万元，三美集团跌出公司前五大客户。

华为手机出货量的下降除对公司整体销售收入产生负面影响外，对公司向其销售的高附加值产品负面影响也较大，造成公司整体盈利情况不及预期。公司附加值较高的产品为部分工艺复杂的 IM 件和 CMI 件，原先通过 TDK 集团和三美集团供应给华为智能手机的高端系列机型，2021 年度，公司向 TDK 集团和三美集团销售的高附加值产品销售额为 2,372.56 万元，同比下降 43.59%。

公司 2020 年开始便有意识地开拓新的 CMI 产品客户，经过一段时间的接洽、送样、验证，开始通过新思考、皓泽电子等客户销售给 OPPO、VIVO、小米等终端客户，公司供给前述客户的 CMI 产品于 2021 年第四季度开始出货量显著增长，华为手机出货量的下降对公司销售收入和盈利能力的负面影响已逐渐通过对其他客户的销售减弱。如上表所示，公司对新思考的销售收入增长较快，皓泽电子在 2022 年一季度首次进入公司的前五大客户。

3、可比公司经营状况

同行业可比上市公司 2022 年一季度和 2021 年度营业收入和归母净利的情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	营业收入	同比变动	归母净利	同比变动
2022 年 Q1				
兴瑞科技	35,492.62	13.66%	3,401.37	-8.92%
徕木股份	20,404.02	25.07%	1,503.25	16.78%
长盈精密	360,742.93	60.43%	-19,528.54	-241.34%
昌红科技	29,348.54	7.31%	4,498.92	13.73%
昀冢科技	12,564.54	-7.18%	578.29	-33.40%
2021 年度				
兴瑞科技	125,182.77	20.32%	11,339.95	-10.87%
徕木股份	68,554.42	29.48%	4,772.49	11.29%
长盈精密	1,104,651.50	12.74%	-60,459.67	-200.74%
昌红科技	112,738.20	0.84%	11,184.11	-33.77%
昀冢科技	51,970.41	-6.14%	1,549.94	-72.39%

其中，上述公司 2021 年度消费电子类产品的收入和毛利率如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务板块	营业收入	同比变动	毛利率	同比变动
兴瑞科技	消费电子	15,953.67	-9.43%	18.61%	-7.98%
徕木股份	手机类产品	16,582.24	0.48%	17.24%	-3.90%
长盈精密	消费类电子精密结构件及模组	476,948.56	10.49%	13.56%	-9.20%
昀冢科技	精密电子零部件	51,428.80	-6.28%	27.41%	-3.63%

注：昌红科技产品的主要应用领域是 OA 办公和医疗耗材，因此不作为对比对象

除徕木股份和昌红科技外，上述从事精密零部件生产和销售企业的归母净利润在 2022 年一季度和 2021 年度均有不同程度的下滑；业务板块布局了消费电子大类的可比公司中，该类产品毛利率在 2021 年度均有不同程度的下滑。但是，各可比公司细分产品和应用领域仍然存在差异，发展阶段也有所不同，因此，经营状况与昀冢科技并不完全可比，具体如下表所示：

公司名称	主要产品类型	主要应用领域	成立时间
兴瑞科技	机顶盒塑料外壳、结构件产品，OA 办公、电视调谐器、汽车油门踏板、电钢架等连接器产品，模具产品等	OA 办公、电视领域、机顶盒、汽车电子零部件等	2001 年 12 月
徕木股份	汽车连接器、屏蔽罩和结构件，手机连接器、屏蔽罩和结构件，模具产品等	汽车电子及手机通信领域零部件	2003 年 3 月
长盈精密	金属结构件和外观件、连接器、屏蔽片	手机通信领域零部件	2001 年 7 月
昌红科技	电视导光板产品、打印机、复印机模具及零部件、医疗器械产品之采血管、集尿袋等	电视、OA 办公领域零部件、医疗耗材	2001 年 4 月
昀冢科技	手机摄像模组、马达中的底座、支架等精密电子零部件	手机光学领域零部件	2013 年 12 月

4、其他

(1)产品毛利率

公司 2021 年度和 2020 年度产品毛利率对比如下：

单位：万元

产品类型	2021 年度			2020 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
纯塑料件	16,308.11	12,028.70	26.24%	19,068.86	13,731.44	27.99%
金属插入成型件	13,860.21	10,084.32	27.24%	16,803.62	11,659.29	30.61%
模具	7,929.23	2,696.81	65.99%	6,116.94	2,242.47	63.34%
CMI 件	3,694.40	2,604.25	29.51%	4,492.88	2,157.37	51.98%
金属冲压件	3,624.96	3,351.75	7.54%	5,061.62	4,007.31	20.83%
绕线和组装品	1,780.30	2,435.86	-36.82%	523.35	990.27	-89.22%
陶瓷件	301.10	176.26	41.46%	-	-	-
电镀加工等其他	3,930.48	3,956.34	-0.66%	2,809.34	3,056.45	-8.80%
合计	51,428.79	37,334.29	27.41%	54,876.61	37,844.60	31.04%

公司 2021 年度产品毛利率较上年减少 3.63 个百分点，其中，CMI 件毛利率下降的原因是销量下降导致其产能利用率不足，金属冲压件毛利率下降的原因是新开发的客户贡献的负毛利较多。

(2)期间费用

2021 年度公司研发费用为 4,767.91 万元，同比增加 30.26%，主要系公司加大了在汽车电子和光电半导体领域的研发投入，其中，汽车电子相关的“ABS+ECU 总成智能化总装产线的研发”项目 2021 年度投入 840.49 万元，较 2020 年度增加 699.78 万元；光电半导体相关的“陶瓷基板工艺及新型加工设备的研发”项目 2021 年度投入 1,407.63 万元，较 2020 年度增加 1,302.87 万元。

2021 年度公司管理费用较 2020 年度增加 651.04 万元，同比上涨 19.45%；2022 年一季度公司管理费用较 2021 年一季度增加 204.84 万元，同比上涨 28.51%。主要原因是公司 2021 年度引进了部分优秀的管理人才，同时成立了新的子公司增加了相关的工资费用。

综上所述，昀冢科技 2021 年度归母净利润同比大幅下滑的主要原因是智能手机市场出货量第二、三季度不及预期，作为公司主要收入来源的手机精密电子零部件销量下降，对公司整体业绩造成负面影响。同时，华为手机出货量下降导致公司原销售给华为的高附加值产品收入下降较多，相关产品产能利用率不足导致毛利率下降，但目前公司通过市场开拓，向新的终端客户销售高附加值产品，华为业务缺位的影响已逐渐弱化。另外，报告期内公司研发费用和管理费用同比增加较多，综合导致了公司 2021 年度归母净利润大幅下滑。

昀冢科技 2022 年一季度归母净利润同比大幅下滑的主要原因是智能手机市场出货量同比下滑较多导致公司当期收入下降，同时公司管理费用同比上升，综合导致了公司 2022 年一季度归母净利润的下降。

(二)结合具体产品的市场需求、竞争格局、客户拓展等因素，分析是否存在业绩继续下滑的风险。如是，请充分提示风险并说明公司将采取何种措施提升盈利能力

1、市场需求

智能手机市场经过 10 多年的发展，竞争格局已较为稳定，目前 5G 换机是驱动智能手机出货的主要贡献因素。但这一换机潮已持续一年有余，未来智能手机市场如果没有颠覆式的创新，消费者的换机周期会相对拉长，市场需求趋于稳定、甚至下降。另外，2022 年 2 月以来，国内疫情多地出现反弹趋势，终端市场需求存在继续下滑的可能，客观上公司业绩仍将承压。

但是，受益于多摄像头方案的渗透率不断提升，单机搭载的摄像头数量近年来持续上升，因此，尽管智能手机出货量在继续下滑的可能，手机摄像头的出货量仍保持增长态势。作为手机摄像头核心零部件，音圈马达 VCM 的消费量预计 2025 年将达到 39.4 亿颗，这将为公司产品提供增量空间。

2、竞争格局

由于 VCM 应用于智能手机的型号参差不齐，所适用的参数规格繁杂等因素，VCM 具有型号多、工艺复杂、专业性强等特点，VCM 生产厂商未来将进一步提高与上下游同步产品研发的紧密度。

作为上游供应商，公司建立了以客户为导向、以项目为主线的机制，在产品开发过程中与客户共同协商调整产品工艺参数，实现产品更新换代，具备与客户同步开发、设计产品的领先优势；另外，公司拥有专业的研发团队，能够自主设计产品结构、模具参数，确定材料配比，实现工艺排布和设备研制，因此，公司具有较强的竞争优势，深受客户信赖，多年来与 TDK 集团、三美集团、新思考集团等主要 VCM 生产厂商建立了稳定的合作关系。随着多摄渗透率的提升，公司产品的需求量会呈现上升趋势。

3、客户拓展

如(一)中所述，公司 2021 年度业绩同比下滑受华为业务缺位的影响较大，目前公司已逐渐消化这一不利因素带来的影响。经过 2020 年和 2021 年的客户开发，公司开始向 OPPO、VIVO 等终端客户供应 CMI 件等高附加值产品，业绩有向好的趋势。

消费电子产业链公司原布局的智能手机领域的增长空间有限，汽车电子和智能化是未来的产业发展方向，昀冢科技在此已有相应的布局，目前的主要客户为捷太格特、三井金属，并陆续通过了京西重工、东洋电装、上海汇众等汽车领域的体系认证，2022 年第一季度汽车电子领域产品贡献的营业收入为 351.99 万元，同比增长 946.19%，截至 2022 年 3 月 31 日，公司已收到汽车电子领域客户 2022 年度的定点生产计划书约为 4,870 万元。

综上所述，未来智能手机市场需求存在下滑的可能，叠加疫情可能导致的停工停产影响，公司的业绩仍有下滑的风险。公司在 2021 年年度报告“第三节 管理层讨论与分析/四、风险因素”中对这一风险补充披露如下：

“(二)业绩大幅下滑或亏损的风险

……

公司主营业务、核心竞争力、主要财务指标未发生重大不利影响，与行业趋势一致。但是，若后续期间下游终端市场需求持续下降、公司产品竞争力不足、公司客户拓展情况不及预期、叠加疫情可能造成的停工停产影响，公司业绩仍然存在继续下滑的风险”。

但是，由于公司直接对应的 VCM 马达市场和 CCM 摄像头模组市场需求向好，公司凭借自身竞争优势与客户建立了稳定的合作关系，预计未来订单量会持续上涨；同时，近 2 年公司积极开拓市场，客户结构已经发生改变，开始向其他终端客户供应高附加值产品；加之公司把握下游市场变动趋势，在汽车电子、光电半导体等领域已有布局，未来公司盈利能力向好。

二、核查意见

经核查，持续督导机构和年审会计师认为：

1、昀冢科技 2021 年度归母净利润同比大幅下滑的主要原因是中国智能手机市场出货量第二、三季度不及预期，作为公司主要收入来源的手机精密电子零部件销量下降，对公司整体业绩造成负面影响；同时，华为手机出货量下降导致公司原销售给华为的高附加值产品收入下降较多，相关产品产能利用率不足导致毛利率下降；另外，公司 2021 年度研发费用和管理费用同比增加较多；

2、昀冢科技 2022 年一季度归母净利润同比大幅下滑的主要原因是中国智能手机市场出货量同比下滑较多，同时，公司 2022 年一季度管理费用同比增加较多；

3、鉴于未来智能手机市场出货量存在下滑的可能，叠加疫情可能导致的停工停产影响，公司的业绩仍有下滑风险，公司已在年度报告中进行风险提示。

问题 2.关于业绩季节性波动

年报显示，报告期内公司一季度至四季度分别实现营业收入 13,536.90 万元、10,192.26 万元、11,278.49 万元和 16,962.77 万元，扣非后归母净利润分别为 775.44 万元、-1,002.60 万元、-789.83 万元和 1,959.28 万元，经营活动产生的现金流量净额分别为-338.13 万元、-1,811.11 万元、-5,313.53 万元和 13,058.86 万元，季节波动较大。公司披露称，第四季度利润大幅上升的原因为公司的高附加值产品 CMI 件在 2021 年第四季度出货量增加较多所致。

请公司结合历年业绩、行业特点、主营产品的分季度产销量、平均销售价格、成本费用等情况：(1)进一步说明第四季度业绩大幅增长的原因，是否存在突击确认收入的情况；(2)报告期内各季度净利润、经营活动现金流量净额波动较大的原因及合理性。

一、问题回复

(一)进一步说明第四季度业绩大幅增长的原因，是否存在突击确认收入的情况

1、第四季度业绩大幅增长的原因

(1)行业具有季节性特点

精密电子零部件制造行业多采用以销定产的经营模式，按客户订单组织生产，各细分的零部件子行业，因下游需求领域不同，不具有一致的季节性特征。就昀冢科技下游的 3C 产品对上游行业的季节性影响而言，一般来说，春节假期产能停滞，各手机厂商会在第三、特别是第四季度提前备货，加之终端厂商主力机型发布周期主要集中在下半年，因此，行业内企业的一季度收入占比偏低，第二季度开始回升，在第三、四季度收入达到高峰。

最近 3 年，公司主营业务收入按季度划分如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	13,536.90	26.05%	11,082.23	20.02%	8,466.48	16.46%
第二季度	10,192.26	19.61%	15,313.51	27.66%	11,594.02	22.54%
第三季度	11,278.49	21.70%	13,091.81	23.65%	14,013.39	27.25%
第四季度	16,962.77	32.64%	15,880.17	28.68%	17,359.39	33.75%
合计	51,970.41	100.00%	55,367.72	100.00%	51,433.28	100.00%

由上表可见，2019 年和 2020 年公司第一季度收入占比偏低，第二季度有所回升，逐渐在第四季度收入达到高峰，与行业整体的季节性特征一致。但是如回题 1/(一)中所述，2021 年一季度中国手机市场出货量较高，二、三季度手机市场出货量下降幅度较大，四季度手机市场出货量反弹，因此，2021 年度公司收入的季节性特点与以前年度略有不同，但整体仍然是四季度达到收入高峰。

(2)CMI 件出货量较多

CMI 件的技术含量较高，原本主要供应给华为智能手机的高端系列机型，产品单价较高。该产品原先通过 TDK 集团销售给华为，但受中美贸易摩擦导致华为手机出货量下降的影响，2021 年上半年该产品销量相对较低。公司积极开拓客户，在 2021 年下半年取得进展，2021 年第四季度开始大批量向新思考、皓泽电子等客户供应 CMI 件，出货量逐渐恢复，相比其他三个季度增长较多，其高附加值使得 2021 年度第四季度收入增长较多。公司 CMI 件 2021 年各季度销售收入具体列示如下：

季度	销售收入(万元)	占当季收入的比例(%)
第一季度	601.90	4.45
第二季度	644.27	6.32
第三季度	915.67	8.12
第四季度	1,532.56	9.03

2、是否存在突击确认收入的情况

公司各季度产品价格较为稳定，第四季度产品价格与前三季度产品价格不存在重大差异。另外，公司各季度主营产品成本与主营成品收入变化趋势一致，因此，如 1 中所述，公司第四季度业绩大幅增长的趋势主要是由于下游手机市场出货量增长所致，与行业的季节性特点一致，同时，高附加值的 CMI 件在 2021 年第四季度的出货量增长较多。综上所述，公司第四季度业绩大幅增长具有合理性，不存在突击确认收入的情况。

(二)报告期内各季度净利润、经营活动现金流量净额波动较大的原因及合理性

1、会计差错更正情况

(1)会计差错更正的主要原因

①公司在编制 2021 年度各季度和 2022 年第一季度财务报表时，未充分考虑资产负债表期初期末的款项性质对现金流量表的影响，导致公司各个季度的经营活动、筹资活动和投资活动的现金流量之间列报不准确。

②2021 年 1 月 1 日，公司开始执行《企业会计准则第 21 号——租赁》，根据新租赁准则的要求，公司融资租赁租入的固定资产在使用权资产中核算，融资租赁到期后，由使用权资产转入固定资产；，公司在编制 2021 年 1-6 月份和 2021 年 1-9 月份现金流量表时，未考虑内部转移的影响，导致投资活动和筹资活动的现金流量列报不准确。

③公司购买理财产品时，将购买和赎回的理财产品按净额列示现金流量，导致收到和支付的投资活动现金流量列报不准确。

④公司的子公司将预付的设备采购款计入了预付账款，导致了预付款项和其他非流动资产的列报不准确。

(2)会计差错更正的审批程序

公司于 2022 年 5 月 24 日召开第一届董事会第 22 次会议和第一届监事会第 18 次会议，审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》，同意对公司 2021 年第一季度、2021 年半年度、2021 年第三季度、2021 年年度和 2022 年第一季度报告进行更正。公司独立董事发表了明确同意的独立意见。

2、会计差错更正后，2021 年度公司各季度净利润和各期经营活动现金流金额情况如下表所示：

单位：万元

项 目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
扣除非经常损益的归母净利润	775.44	-1,002.60	-789.83	1,959.28
更正前经营活动产生的现金流量净额	-338.13	-1,811.10	-5,313.54	13,058.87
更正后经营活动产生的现金流量净额	-338.13	-2,545.49	1,347.55	893.58

3、扣除非经常损益的归母净利润季度间的变动原因及合理性

2021 年度公司四个季度的销售额、销售毛利润和扣除非经常损益的归母净利润如下：

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
销售收入	13,536.90	10,192.26	11,278.49	16,962.77
销售毛利润	3,558.89	1,804.78	2,134.33	6,747.75
期间费用	2,764.58	3,184.05	3,469.56	3,451.15
扣除非经常损益的归母净利润	775.44	-1,002.60	-789.83	1,959.28

公司各个季度的净利润变动主要受各季度的销售收入、销售毛利润和期间费用的影响。

公司扣除非经常损益的归母净利润的变动趋势与销售收入、销售毛利润的变动趋势一致。受销售季节性和华为手机业务缺位的影响，公司第二、三季度的销售收入较低，导致扣除非经常损益的归母净利润为负数；由于中国智能手机出货量增加，以及手机光学元器件的升级的影响，公司第四季度实现的销售收入较高，其中又以高附加值的模具和 CMI 件居多，占第四季度销售收入的比例为 33.85%，因此公司第四季度实现的扣除非经常损益的归母净利润较高。

公司期间费用中的固定支出较多，因此期间费用在季度间的变动趋势与销售收入的变动趋势不一致。2021 年度各季度的期间费用及其占收入的比重如下：

单位：万元

类别	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
销售费用	591.28	660.81	636.04	651.98
管理费用	718.49	966.01	1,034.81	1,278.51
研发费用	1,082.13	1,099.45	1,453.08	1,133.25
财务费用	372.69	457.78	345.64	387.41
期间费用合计	2,764.58	3,184.05	3,469.56	3,451.15
销售收入	13,536.90	10,192.26	11,278.49	16,962.77
占收入的比重	20.42%	31.24%	30.76%	20.35%

从全年来看，公司各个季度的期间费用波动不大，2021 年第一季度期间费用较低主要是受到管理费用相对较低的影响，主要是因为公司于 2021 年 4 月上市后，逐步引进了优秀的管理人才，同时成立了新的子公司增加了相关的工资费用，因此 2021 年二季度开始管理费用逐步上升。

综上，公司各个季度净利润的波动具有合理性。

4、经营活动现金流量净额波动较大的原因及合理性

公司各个季度经营活动现金流量净额情况如下所示：

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
经营活动现金流入小计	12,528.43	9,910.61	12,302.21	9,085.02
经营活动现金流出小计	12,866.56	12,456.10	10,954.66	8,191.44
经营活动产生的现金流量净额	-338.13	-2,545.49	1,347.55	893.58
净利润	623.10	-1,018.59	-1,160.32	2,140.28

公司经营活动产生的现金流量净额与各期的净利润不完全匹配，公司经营活动的现金流主要受销售和采购的账期和结算方式的影响。公司以银行承兑汇票方式收款的比例约为 30%，公司银行承兑汇票的贴现时点会直接影响各期的现金流，本期各季度经营活动现金流入方式如下：

单位：万元

项目	一季度	二季度	三季度	四季度
票据贴现或到期收回	3,783.80	1,774.89	4,622.61	3,278.51
现金及现金等价物结算	8,744.62	8,135.71	7,679.59	5,806.51
合计	12,528.43	9,910.61	12,302.21	9,085.02

第一季度，公司的净利润为 623.10 万元，经营活动现金流量净额为-338.13 万元，主要是因为支付的 2020 年度的年终奖和 2020 年度所得税费用较大所致。

第二季度，公司的净利润为-1,018.59 万元，经营活动现金流量净额为-2,545.49 万元，经营活动现金流量净额与净利润的变动幅度较大，主要是因为销售商品、提供劳务收到的现金下降所致；第二季度，公司通过发行股票筹资到资金后，公司的资金压力降低，本期银行承兑汇票贴现的金额明显下降，由第一季度的 3,783.80 万元下降至第二季度的 1,774.89 万元，导致当期经营活动产生的现金流量净额下降。

第三季度，公司的净利润为-1,160.32 万元，经营活动现金流量净额为 1,347.55 万元，经营活动现金流量净额与净利润的变动不一致，主要是因为销售商品、提供劳务收到的现金增加所致；第三季度，由于购建长期资产现金支出情况同比增加，公司将持有的银行承兑汇票贴现，本期银行承兑汇票贴现的金额为 4,622.61 万元，导致当期经营活动产生的现金流量净额增加。

第四季度，公司的净利润为 2,140.28 万元，经营活动现金流量净额为 893.58 万元，公司的经营活动现金流入和经营活动现金流出的金额均下降，现金流入金额下降幅度大于现金流出的下降的幅度，导致现金流量净额与净利润不匹配；现金流入金额下降主要是因为公司与主要客户新思考机电的结算模式发生变化，公司原先通过供应链公司嘉善国贸实业有限公司结算，账期为一个月；第四季度开始，公司与新思考直接结算，账期由原先的一个月变为四个月，公司应收新思考的款项增加较大，导致四季度的现金及现金等价物的收款下降。

三、核查意见

经核查，持续督导机构和年审会计师认为：

1、公司 2021 年第四季度业绩大幅增长的主要原因是下游手机市场出货量环比增长所致，与行业的季节性特点一致；同时，公司高附加值的 CMI 产品在 2021 年第四季度出货量增长较多。因此，公司不存在突击确认收入的情况；

2、会计差错更正后，报告期内各季度净利润、经营活动现金流量净额波动较大的原因具有合理性。

问题 3.关于产品结构

年报显示，公司产品分为纯塑料件、金属插入成型件、模具和其他，报告期内分别实现营业收入 16,308.11 万元、13,860.21 万元、7,929.23 万元和 13,331.25 万元，同比变动分别为-14.48%、-17.52%、29.63% 和 3.45%。其中，其他类型产品实现营业收入占比 25.92%，毛利率 6.05%，比上年减少 14.71 个百分点。根据前期信息披露文件，公司实现销售收入的模具系应客户要求进行设计和开发并销售给客户，主要用于客户精密电子零部件产品的生产，已销售的模具存放在公司模具仓库。

请公司：(1)列示其他类型产品的具体内容、营业收入、营业成本、毛利率等情况，并说明毛利率降幅较大的原因及合理性；(2)列示模具收入的主要客户、产品类型、销售金额、收入确认时点及依据，说明模具收入增长的原因，以及与精密电子零部件产品收入的匹配性。

一、问题回复

(一)列示其他类型产品的具体内容、营业收入、营业成本、毛利率等情况，并说明毛利率降幅较大的原因及合理性

其他类型产品的具体内容如下：

单位：万元

产品类型	2021 年度			2020 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
CMI 件	3,694.40	2,604.25	29.51%	4,492.88	2,157.37	51.98%
金属冲压件	3,624.96	3,351.75	7.54%	5,061.62	4,007.31	20.83%
绕线和组装品	1,780.30	2,435.86	-36.82%	523.35	990.27	-89.22%
陶瓷件	301.10	176.26	41.46%			
电镀加工等其他	3,930.48	3,956.34	-0.66%	2,809.34	3,056.45	-8.80%
合计	13,331.25	12,524.46	6.05%	12,887.18	10,211.40	20.76%

其他类型产品毛利率下降主要是受到 CMI 件和金属冲压件毛利率下降的影响。公司 CMI 件原先主要通过 TDK 集团供货给华为高端机型，由于中美贸易摩擦导致华为手机市场份额大幅下滑，使得公司 CMI 件销售收入下降；且 CMI 件属于高附加值的产品，2020 年公司 CMI 件的产能利用率为 36.35%，2021 年公司 CMI