



关于东莞市奥海科技股份有限公司
非公开发行股票发审委会议准备工作的函
的回复

保荐机构（主承销商）



(成都市青羊区东城根上街 95 号)

二〇二二年三月

**关于东莞市奥海科技股份有限公司
非公开发行股票发审委会议准备工作的函的回复**

中国证券监督管理委员会：

根据贵会于 2022 年 3 月 15 日作出的《关于请做好东莞市奥海科技股份有限公司非公开发行股票发审委会议准备工作的函》的要求，保荐机构会同申请人及相关中介机构对相关问题予以了逐项落实，准备发审委委员询问。涉及补充披露或修改的内容已在《国金证券股份有限公司关于东莞市奥海科技股份有限公司非公开发行 A 股股票之尽职调查报告》（以下简称“《尽调报告》”）中以楷体加粗方式列示，现向贵会做出书面回复，请予以审核。

关于募集资金。

2020年8月,申请人首发上市,募集资金净额112,073.90万元,截至2021年6月30日,已累计使用募集资金总额42,270.78万元,使用进度为38%。本次非公开发行拟募集资金总额不超过199,562.42万。报告期内,申请人账面货币资金充裕,分别为29,973.88、42,399.48、202,175.66、180,248.49万元,无短期、长期借款。

请申请人进一步说明:(1)前次募投项目进展是否符合预期,募集资金使用进度是否按计划使用;(2)本次募投项目融资必要性及金额测算的合理性,是否存在过度融资的情况;(3)结合在手订单和市场预期,说明新增产能的消化措施,是否存在新增产能无法消化的风险。请保荐机构说明核查依据、方法和过程,并发表明确核查意见。

【回复】

一、请申请人进一步说明前次募投项目进展是否符合预期,募集资金使用进度是否按计划使用;

(一) 前次募投项目进展符合预期

前次募投项目建设起始点是按照谨慎性原则,基于自有第一笔资金投入起算。公司首次公开发行股票募集资金于2020年8月到位,募投项目才开始大规模投入,如果以首发募投资金到账后大规模投入为起点,按照公司首发披露的招股说明书中各募投项目的建设期具体如下:

序号	项目名称	建设期	建设期截止时点
1	智能终端配件(塘厦)生产项目	18个月	2022年2月
2	无线充电器及智能快充生产线建设项目	18个月	2022年2月
3	研发中心建设项目	24个月	2022年8月
4	补充流动资金	-	-

但公司“智能终端配件(塘厦)生产项目”和“研发中心建设项目”由于受到新冠肺炎疫情影响以及公司自有资金相对不足等原因,在一定程度上延缓了工程建设、设备采购、安装调试等各环节的进度,同时延长了部分境外客户项目开发周期和产品交付进度,因此公司于2021年7月23日分别召开第二届董事会第八次会议、第二届监事会第八次会议,审议通过了《关于公司部分募投项目延期的议案》,同意根据公司目前募投项目的实施进度,在募投项目实施主体、募集

资金用途及投资项目规模不发生变更的情况下，对部分募投项目进行延期。具体延期以及预计完工时间等情况如下：

序号	项目名称	原计划项目达到预计可使用状态日期	调整后项目达到预计可使用状态日期
1	智能终端配件（塘厦）生产项目	2021-7-31	2021-12-31
2	研发中心建设项目	2021-7-31	2022-6-30

因此，公司 2021 年 7 月 23 日对部分募投项目进行延期是合理的，前次募投项目进展符合预期。

（二）募集资金使用进度系按计划使用

截至 2021 年 12 月 31 日，首发募集资金使用进度情况如下：

单位：万元

序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额（注）	使用进度比例
1	智能终端配件（塘厦）生产项目	智能终端配件（塘厦）生产项目	61,844.61	61,844.61	40,857.29	66.06%
2	无线充电器及智能快充生产线建设项目	无线充电器及智能快充生产线建设项目	30,980.53	30,980.53	22,789.58	73.56%
3	研发中心建设项目	研发中心建设项目	7,285.25	7,285.25	4,540.17	62.32%
4	补充流动资金	补充流动资金	11,963.51	11,963.51	11,963.51	100.00%
合计			112,073.90	112,073.90	80,150.55	71.52%

注：实际投资金额由已经支付的货币资金、尚未到付款期的应付账款（含质保金）等构成。

从上表可知，截至 2021 年 12 月 31 日公司首发募集资金使用进度达到了 71.52%，使用比例较高，未来公司将根据实际生产经营的需求以及募集资金投资项目的需要继续投入募集资金建设，前次募集资金使用进度系按计划使用。

二、请申请人进一步说明本次募投项目融资必要性及金额测算的合理性，是否存在过度融资的情况；

（一）本次募投项目融资具有必要性，并且不存在过度融资的情况

公司所处行业市场空间广阔，公司业务发展势头良好，本次非公开发行股票，募集资金总额不超过 199,562.42 万元，所需资金量较大，公司日常生产经营中内在增长带来的资金无法满足本次募集资金投资项目所需的资金量，为解决本次募集资金投资项目所需的资金，公司需通过外部融资的方式解决本次募集资金投资项目所需的资金，因此本次融资具有必要性，并且不存在过度融资的情况，具体

分析如下：

1、快充及大功率电源智能化生产建设项目

(1) 迎合行业大功率化发展趋势，扩大快充产品生产能力

随着手机宽屏幕、高分辨率与高响应速度、5G 等技术的进步，以及多镜头照相、3D 感测、人工智能运算等核心功能的增加，手机功耗持续增加，手机续航时间不断缩短。受限于当前的电池技术和手机体积，智能手机电池容量难以大幅扩充，因此缩短充电时长的快充产品成为解决消费者痛点的关键。近年来，行业大功率快充渗透率快速提升，根据 BCC Research 的数据，快充充电器在充电器市场的渗透率有望从 2017 年 20.2% 提升至 2022 年的 24%，快充需求量将大幅提升。同时，2020 年以来头部手机厂商 OPPO、小米、vivo、华为相继推出了 65W、66W、120W 等大功率快充充电器，快充功率不断提升，快充技术正式迈入百瓦时代。

因此，为迎合行业朝大功率化发展的趋势，满足市场对智能手机快充产品的需求，公司作为智能手机充电器领域的领先企业有必要通过本次项目建设，新增快充产品生产线，扩大公司智能手机快充产品生产能力，巩固公司在智能手机快充领域的竞争地位。同时，项目建成后将有助于优化公司产品结构，提升公司整体盈利水平。

(2) 打造先进生产能力，满足产品升级需求，实现公司生产资源效益最大化

随着公司主要手机品牌厂商客户在全球手机市场份额的提升，公司业务规模进一步扩张，订单量逐年增长。当前，公司建有广东东莞、江西遂川、印度、印尼四大生产基地，并持续致力于提高自身生产制造能力。智能手机充电器发展趋于大功率、小体积，而 65W 以上的大功率产品在生产工艺及生产设备上与原有产品存在一定差异，例如随着功率的提高以及产品体积的减小，产品精度将随之提升，进而对生产设备及检测设备提出更高的要求。因此，迎合行业产品升级的趋势，公司亟需通过本次项目建设，引进先进生产线，并配备相应的高精度检测设备，以打造先进的生产制造能力。

因此，本次项目建设有助于公司根据业务发展规划，充分调动各厂区的生产能力，满足公司不同产品的生产需求，推动生产资源的优化配置，实现

效益最大化，同时有助于进一步提升对客户需求的响应速度，增强公司综合竞争力。

(3) 开拓新领域业务，推动公司规模实现进一步扩张

公司深耕充电行业多年，持续发力智能手机充电器领域，积累了丰富的技术和经验，市场份额不断提升。与此同时，物联网、云服务等新兴产业的快速发展，为充电器行业带来了新的发展机遇。因此，为及时把握行业发展契机，公司规划在本次项目建设中，依托小米、华为等现有客户的生态平台优势，积极开拓笔记本电脑电源、服务器电源、IoT 智能终端电源等领域业务，以丰富公司产品应用领域，扩大公司业务范畴。

此外，近年来，以电池为动力的新一代无绳类电动工具市场迅速发展，为充电器行业带来了新的增量空间。因此，在电动工具无绳化发展的背景下，为及时把握这一产业快速发展的契机，公司将通过本次项目建设，大力开拓动力工具电源领域业务，进一步丰富公司业务范畴，推动公司业务扩张，助力公司发展迈入新阶段。

(4) 响应智能制造政策导向，推进生产智能化建设

为推动我国企业加速实现转型升级，2015 年 5 月，国务院正式印发《中国制造 2025》，提出推动信息化与工业化深度融合，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平。2021 年 03 月，全国人大会议通过《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，规划提出深入实施智能制造，鼓励企业建设智能制造示范工厂，应用先进适用技术、加强设备更新和新产品规模化应用。公司紧跟国家政策导向，加快布局智能制造，建立了金蝶云·星空 ERP 系统，对公司产、供、销环节的信息流、物流、资金流进行有效管理及控制，同时引进了智能制造 MES 系统，以实现物料入仓、上线组装、测试、交付以及售后等全流程进行数据追溯，实现对产品生产过程的实时监控。

未来，随着公司的快速发展，生产经营规模持续扩张，管理需求进一步扩大，对于智能制造生产转型的需求将愈发迫切。因此，公司规划在本次项目建设中，进一步加大智能制造建设投入力度，在建设高度自动化生产线的基础上，深化 MES 系统的运用，实现从供应链到生产环节的全过程追溯，从

而提升公司生产管理的智能化水平，进一步提高生产和品控管理能力。同时，引进智能仓储相关软硬件，打造智能仓储系统，从而对物品的进出库、存储、分拣、包装、配送等进行有效的计划、执行和控制，实现对仓库的可视化管 理，提升仓储管理效率，以满足公司快速发展背景下对仓储管理的需求。此外，本项目还将引进 SRM（供应商关系管理系统）、PLM（产品生命周期管理系统）、QMS（质量管理系统）、HR（人力资源管理系统）、APS（智能排产系统）、资产管理系统、网络准入系统、上网行为管理系统等信息系统，从而建立、完善、扩展公司在研发设计、生产制造、物流仓储、订单获取、产品服务等各个环节的信息化和数字化能力。

2、品牌建设及推广项目

(1) 打造公司自主品牌，增强盈利能力

移动互联网、物联网、5G 等技术的应用深化，消费电子产品品类和功能日趋多样，品类规模不断扩大，同时，消费者对手机等消费电子的依赖程度和使用频次提高，充电器、消费电源等配件需求持续增长，第三方配件市场随之兴起。消费者在面对市场上众多的第三方配件厂商时，是否具备良好的品牌形象成为消费者选择产品的重要影响因素之一。公司自成立之初便专注于智能终端充储电领域，主要客户群为国内外知名智能终端厂商，在此过程中，公司形成了强大的技术创新实力、高水平的生产制造能力、快速的客户响应、高品质的产品质量等优势。为发挥公司在该领域的优势积累，把握第三方充电器市场发展良机，有必要面向终端消费市场，打造高辨识度的自主品牌，后发先至抢占第三方配件市场。

因此，公司有必要通过本次项目建设，引进高水平的专业研发、运营、管理团队，加速“AOHI”、“移速”等自主品牌发展，在奥海优选、天猫、京东、拼多多、亚马逊、谷歌等线上旗舰店陆续推出各类充储类产品，提高自主品牌在相关领域的市场份额。同时，由于自主品牌产品具备更高的毛利率水平，因此其在公司产品结构中占有率的提升将有助于改善公司的盈利结构，增强公司整体盈利能力，促进公司实现快速发展。

(2) 加大品牌建设投入，提升公司品牌推广能力

随着消费者对生活品质的追求愈发强烈，品牌成为消费者选择产品的重

要影响因素。通常，面对市场中同类型的多样化产品时，在未体验过产品的情况下，消费者更倾向于选择品牌知名度更高、形象更好的产品。

因此，公司规划在本次项目建设中，通过持续的品牌建设投入，提升公司品牌推广能力，包括在线上方面，公司将进一步优化现有电商运营体系，并采取国内外各大电商平台推广、软文、短视频、达人推广、IP 授权合作等方式，持续对公司品牌进行宣传推广。同时，通过积极参与展会、投放线下宣传推广物料等方式对公司良好的品牌形象进行展示和宣传，从而提高公司品牌知名度。此外，加大对专业营销、宣传、推广人员的引进力度，通过打造专业化的品牌运作团队，提升公司品牌推广能力。

(3) 引进高水平的专业产品开发设计团队，提高品牌产品竞争力

在消费升级背景下，消费者消费观念和意识形态发生转变，产品品质、个性化设计、服务体验，以及设计风格、款式、工艺等成为消费者选购产品时的重要考量因素。产品品质及设计决定了产品最终能否被消费者所接受，而高水平的专业产品开发设计团队则是提升产品市场接受度的关键。

为此，公司将通过本次项目建设，充分利用深圳在人才、科技、创新上的资源优势，加大对高水平、高素质的专业研发、设计人才的引进力度，持续增强公司团队的整体实力。同时，加大产品视觉设计投入，从外观设计、包装设计、宣传视频制作等多方面，提高公司产品设计感和美感，增强客户体验感，从而使公司产品与市场上的同质化产品区别开来，进一步打造优质的品牌形象。

(4) 实现多元化品牌布局，加速公司发展的客观需要

公司系一家专业从事充电器等智能终端充储电产品设计、研发、制造和销售的高新技术企业，始终秉持“规范进取，学习创新，一直坚持”的企业精神，深耕手机充电器领域业务，不断丰富产品结构，拓展产品应用领域，推动公司业务实现快速发展。未来，公司将发挥生产、技术、经验优势积淀，实施多元化品牌布局，针对不同群体设立不同的品牌，如 AOHI 品牌，产品定位为专业的高端创新产品，产品运用行业内最新技术，主要针对重视产品价值的群体，如数码发烧友等；移速品牌，产品定位为高性价比产品，主要面对普通大众。通过采用多品牌竞争策略，进入终端消费市场，提高盈利能力。

在本次项目建设中，公司将进行品牌渠道以及电商运营平台的建设和推广，同时加大品牌产品研发和创新的投入，从而推动公司“AOHI”、“移速”自主品牌实现快速发展，提升自主品牌知名度，提高市场份额。因此，本次项目建设是加速公司发展的客观需要，有助于公司实现“做智能便携能源行业的领航者，做有益于人类的长青企业”的愿景，实现长期可持续健康发展。

3、研发中心升级建设项目

(1) 加大研发投入，为开拓新领域业务，提供完善的研发环境

公司自成立之初便深耕智能充储电领域，尤其在智能手机充电器领域积累了丰富的技术和经验，市场份额持续提升。公司上市后，在资本市场的助力下，业务拓展步伐进一步加快，在物联网、云服务新兴产业快速发展，电动工具趋于无绳化的背景下，积极开拓包括笔记本电脑电源、服务器电源、IoT 智能终端电源、电动工具电源等多领域业务。

相较于公司现有智能手机充电器领域业务而言，笔记本电脑电源、服务器电源、IoT 智能终端电源、电动工具电源等新领域业务产品功率较大，因此在研发硬件设备上与公司现有设备存在一定差异。为此，公司计划通过本次项目建设，加大相应的研发硬件投入，优化和完善现有研发软硬件环境，为公司开拓新领域业务提供坚实的硬件基础，从而助力公司进一步丰富业务范畴，扩大业务规模，实现快速发展。

(2) 快充成为行业竞争热点，产品朝向大功率小体积发展

随着智能手机的功能日益丰富，其电池功耗也随之提高，从而使得其内置电池容量不断扩大，充电时间持续增加，因此如何提高充电效率成为行业研究的重要课题。其中，快充技术由于具备在较短时间内实现较大充电量的优势，因此近年来已成为手机产业链各方厂商研究的热点，受到行业的广泛关注。受益于行业的积极推动，快充技术得到快速发展，应用领域不断扩张，一方面从高端手机机型逐步下沉至中高端手机机型，另一方面从手机逐步延展至平板电脑、笔记本电脑等领域。同时，基于外出充电的特殊需求，快充充电器产品呈现大功率、小体积的发展趋势，以满足消费者对于充电效率以及携带便捷的需求。

2020 年以来，头部手机厂商 OPPO、小米、vivo、华为相继推出了 65W、

66W、120w 的大功率快充充电器，快充功率不断提升，快充技术正式迈入百瓦时代。因此为紧跟行业发展趋势，同时抢占市场先机，公司有必要在本次项目建设中，积极布局大功率手机充电器产品的研发，开发更高功率，更小体积的新一代快充产品，进一步抢占手机充电器市场份额；同时积极开展笔记本电脑 PD 电源研发，开发采用标准 PD 协议，且可与手机共用的充电器产品。

(3) 迎合无线充电发展趋势，开发高功率、远距离的无线充电器

无线充电技术的应用可以使得智能终端设备摆脱充电线缆的束缚，相较于有线充电器具备安全性、防水性、便携性更强、更便于使用等优点，可为消费者带来更高的便利性，因此成为当前行业发展的重要趋势之一。在产业链各方的推动下，无线充电技术不断发展，无线充电器成本及充电效率持续提高，未来随着无线充电标准的趋于融合，将共同推动无线充电器行业快速发展，行业具备可观的市场前景。

目前，市场上应用较为广泛且相对成熟的无线充电技术包括电磁感应式和磁共振式，而通常短距离无线充电器主要采用电磁感应式进行充电，远距离无线充电器则采用磁共振式进行充电。而采用电磁感应的无线充电器需要紧贴发射板，并精准对齐线圈才能实现充电，不利于用户体验。为及时把握行业机遇，公司规划在本次项目中，加大磁共振无线充电技术研发投入，通过与高校科研院所的合作掌握磁共振无线充电技术，开展磁共振无线充电技术应用研究，以实现更远距离的无线充电。

(4) 开拓服务器电源领域业务，研发宽范围、高效率的服务器电源

随着近年来云计算、大数据产业的快速发展，数据中心建设量持续提升。为保障数据中心的高效运算和海量数据存储需求，数据中心的各类电子设备均需配备稳定、高效、可持续供电的电源。而数据中心的电源配送多数是交流电，大部分的电子元件则是由低压直流电源驱动运行，因此需要对交流电进行转换。但每次转换都将带来电量的消耗，从而对电源转换效率提出了更高要求。

为进一步丰富公司业务范畴，增强综合竞争实力，公司拟开拓服务器电源领域业务，进一步加大研发投入，积极开展中大功率服务器电源相关课题

研究，通过与高校科研院所合作开展相关技术研讨工作，不断进行技术突破以及技术积累，开发高性价比的更宽范围、更高效率的服务器开关电源。

(5) 电动工具无绳化发展，配套充电器应用增加

随着科学技术的发展和时代的变迁，传统手工工具逐渐被电动工具所取代，全球电动工具市场规模稳步增长，根据 Stanley Black & Decker 的数据显示，2019 年全球电动工具市场规模达到 440 亿美元。由于通过电线为电动工具提供动力的传统方法很大程度上限制了电动工具的作业半径和作业条件，不利于用户进行作业，因此电动工具开始逐步从有绳向无绳化发展。随着电池充电技术的逐渐成熟，以电池为动力的新一代无绳类电动工具具备轻巧便携、工作效率高、可适应多种应用场景下的工作条件、作业范围更广等优势，市场迅速扩张，同时也为相应的充电器厂商带来了新的应用领域。

因此，基于电动工具市场广阔的发展空间，公司有必要通过本次项目建设，加大研发投入，完善研发软硬件环境，引进相关专业技术人才，积极开发电动工具充电器，开展智能控制充电技术研究，以实现宽输出电压范围，以及电池组均衡充电。

4、补充流动资金

(1) 业务规模快速增长导致对流动资金的需求增大

2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-9 月，公司实现营业收入分别为 166,118.07 万元、231,601.59 万元、294,520.29 万元和 296,626.74 万元，业务规模呈现持续增长趋势。随着业务规模和营业收入的不断增长，公司对营运资金的需求也随之扩大。公司通过本次发行所募集的部分资金补充相应流动资金，可以有效缓解公司业务发展所面临的流动资金压力，为公司未来经营提供充足的资金支持，从而提升公司的行业竞争力，为公司的健康、稳定发展夯实基础。

(2) 可缓解公司快速发展的资金压力

与公司扩大经营规模所带来的在管理、技术、人才投入等方面日益增加的资金需求相比，公司目前的流动资金尚存在缺口。因此，本次非公开发行的部分募集资金补充公司流动资金，能有效缓解公司快速发展的资金压力，有利于增强公司竞争能力，是公司实现持续健康发展的切实保障，具有充分

的必要性。

5、公司现有货币资金无法用于本次募集资金使用项目

公司货币资金及有价证券保有量分析如下：

单位：万元

项目	2021年9月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
库存现金	0.39	0.17	0.03	0.07
银行存款	142,607.56	154,136.53	20,602.54	14,056.09
其他货币资金	37,640.53	48,038.96	21,796.91	15,917.72
货币资金合计	180,248.48	202,175.66	42,399.48	29,973.88
加：结构性存款（注1）	-	2,015.80	26,890.43	19,150.00
加：应收票据——银行承兑汇票	-	-	6,879.38	6,729.90
加：应收款项融资——银行承兑汇票	11,484.08	18,661.16	-	-
减：前次募集资金	41,188.57	81,413.96	-	-
减：可预见的投资性支出（注2）	20,736.28	-	-	-
其中：收购智新控制	16,000.00			
收购沁泽通达	4,736.28			
可用于日常经营活动的偿债资金及有价证券	129,807.71	141,438.66	76,169.29	55,853.78
流动负债	224,277.55	192,624.40	138,578.69	106,512.16
现金比率（注3）	0.58	0.73	0.55	0.52

注1：结构性存款主要为公司基于财务管理的需要选择购买理财产品向银行提供质押而非缴纳保证金的方式开具银行承兑汇票，该方式下理财产品的收益通常大于保证金产生的利息收益。

注2：可预见的投资性支出的数据来源于公司对外公布的公告，其中收购智新控制的数据来源于编号为2021-083的公告、收购沁泽通达的数据来源于编号为2021-111的公告。

注3：现金比率=可用于日常经营活动的偿债资金及有价证券/流动负债

通过上表测算可知，报告期各期末公司现金比率分别为0.52、0.55、0.73和0.58，其中2020年12月31日的现金比率相对较高，主要是由于2020年8月首次公开发行并上市后，募集资金项目中的“补充流动资金”项目一次性补充流动资金11,963.51万元，置换前期预先投入募集资金投资项目的金额11,379.34万元和已支付发行费用403.09万元，尚未使用完毕以及拟进行现金股利分配5,424.00万元准备的资金所致，若剔除该类因素后计算的2020年12月31日的现金比为0.58，与其他期间的现金比率接近。

公司截止 2021 年 9 月 30 日的现金比率为 0.58，与公司上市前 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的现金比率 0.52、0.55 以及剔除上述因素后 2020 年 12 月 31 日的现金比率 0.58 比较接近，表明公司 2021 年 9 月 30 日的货币资金保有量金额相对较大是随着经营规模的不断增长所需，即为维持正常生产经营所必须持有的货币资金保有量。

因此，公司现有货币资金无法用于本次募集资金投资项目，本次非公开发行募集资金具有必要性，公司不存在过度融资的情况。

6、公司无短期、长期借款，但应付票据（银行承兑汇票）金额较大

截至 2021 年 9 月 30 日，公司获取的银行的有效授信敞口额度为 78,000.00 万元，其中已使用额度为 67,812.20 万元（占有效授信敞口额度的 86.94%），剩余 10,187.80 万元（占有效授信敞口额度的 13.06%），但公司财务报表不存在短期借款、长期借款等银行借款，主要是公司基于财务管理的需要采用开具银行承兑汇票的方式，而非直接获得银行借款的方式使用银行给予的有效授信敞口额度，从而导致公司应付票据金额较大（截至 2021 年 9 月 30 日应付票据余额为 106,260.26 万元，占流动负债的比例为 47.38%，接近 50.00%），而短期借款和长期借款余额为 0。

采用开具银行承兑汇票的方式可大幅减少公司的资金使用成本（财务费用），若应付票据全部转换为短期借款或者长期借款，则大幅增加公司的资金使用成本（财务费用），以 2021 年 9 月 22 日公布的 1 年期的贷款市场报价利率（LPR）3.85% 进行测算，每年利息费用支出大致在 4,000.00 万元以上，占最近一年（2020 年）净利润的比例超过 12.00%。

从公司资产负债率的角度看，截至 2021 年 9 月 30 日公司资产负债率（合并）为 49.50%，而同行业可比公司中的可立克（A 股：002782）截止 2021 年 9 月 30 日的资产负债率（合并）为 27.20%。公司为进一步优化资本结构，本次募集资金投资项目所需资金全部通过股权方式进行融资，以公司 2021 年 9 月 30 日的资产负债情况进行测算，将使公司的资产负债率（合并）降低至 34.91%，将有效地优化公司的资本结构、有助于公司健康稳定的发展，并且与同行业可比公司中的可立克（A 股：002782）截止 2021 年 9 月 30 日的资产负债率（合并）水平接近。

若本次募集资金投资项目所需资金全部通过向银行举借的方式获得融资，以公司 2021 年 9 月 30 日的资产负债情况进行测算，将使公司的资产负债率(合并)上升至 64.38%的较高财务风险水平，同时还将使公司面临较大的还本付息压力，以 2021 年 9 月 22 日公布的 5 年期以上的贷款市场报价利率（LPR）4.65%进行测算，每年利息费用支出大致在 9,000.00 万元以上，占最近一年（2020 年）净利润的比例接近 30.00%，这将对股东回报、公司的生产经营以及整体的战略规划实现等方面带来诸多不利影响。

因此，公司资产负债率较高，不存在短期借款、长期借款等银行借款，主要是公司基于财务管理的需要采用开具银行承兑汇票的方式所致，若本次募集资金投资项目全部通过向银行举借的方式获得融资，则将进一步提高公司的资产负债率以及面临较大的还本付息压力，从而对股东回报、公司的生产经营以及整体的战略规划实现等方面带来诸多不利影响。所以，本次非公开发行募集股权融资具有必要性，公司不存在过度融资的情况。

综上所述，本次募投项目基于业务发展的需要，但公司现有货币资金保有量为维持正常生产经营所必须持有的货币资金保有量，无法用于本次募集资金投资项目，公司无短期、长期借款，主要是公司基于财务管理的需要采用开具银行承兑汇票的方式使用银行给予的有效授信敞口额度而非短期、长期借款所致，公司已经极大限度地使用银行给予的有效授信敞口额度，银行给予的授信敞口额度有诸多限制性条款或者资金使用范围，通常不允许用于投资回收期较长的资本性支出，而公司本次募集资金投资项目所需资金主要用于厂房建设、设备购置等投资回收期较长的资本性支出，另外本次非公开发行获得股权融资将进一步优化公司的资本结构、有助于公司健康稳定的发展，若通过银行借款的方式获取债权融资将大幅提高公司的资产负债率和资金使用成本（财务费用），使公司面临较大的财务风险并对股东回报、公司的生产经营以及整体的战略规划实现等方面带来诸多不利影响。因此本次募集资金投资项目通过非公开发行获取股权融资具有必要性，并且公司不存在过度融资的情况。

（二）本次募投项目金额测算具有合理性

本次非公开发行股票募集资金总额不超过 199,562.42 万元，扣除发行费用后的实际募集资金将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	募集资金拟投入金额
1	快充及大功率电源智能化生产建设项目	140,777.95	140,777.95
2	品牌建设及推广项目	19,934.00	19,934.00
3	研发中心升级建设项目	21,850.47	21,850.47
4	补充流动资金	17,000.00	17,000.00
合计		199,562.42	199,562.42

1、快充及大功率电源智能化生产建设项目

(1) 本募投项目具体投资数额安排明细

本项目投资金额 140,777.95 万元，含场地投入 63,432.05 万元，机器设备 66,012.69 万元，铺底流动资金 11,333.21 万元，具体投资构成情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占资金总量比
1	场地投入	63,432.05	45.06%
1.1	基建工程	33,412.35	23.73%
1.2	装修工程	19,022.10	13.51%
1.3	配套设施	5,229.80	3.71%
1.4	工程建设其他费用	4,194.76	2.98%
1.5	预备费	1,573.03	1.12%
2	机器设备	66,012.69	46.89%
3	铺底流动资金	11,333.21	8.05%
项目总投资		140,777.95	100.00%

(2) 上述投资数额的测算依据和测算过程

①场地投入

本项目建筑面积 129,404.93 m²，投入 63,432.05 万元，工程单价取值参照当地水平，具体测算过程如下：

单位：万元

序号	项目名称	单位	工程量	单价	金额
1	基建工程	m ²	129,404.93	0.26	33,412.35293
2	装修工程	m ²	117,073.74	-	19,022.10
2.1	1号厂房	m ²	12,266.08	0.24	2,967.16
2.2	2号厂房	m ²	70,553.20	0.17	11,817.66
2.3	3号宿舍	m ²	34,254.46	0.12	4,237.28
3	配套设施		-	-	5,229.80

序号	项目名称	单位	工程量	单价	金额
4	工程建设其他费用		-	8.00%	4,194.76
5	预备费		-	3.00%	1,573.03
合计					63,432.05

其中，工程建设其他费用包括设计、前期咨询费、监理费、招标代理费、环评费、建设单位管理费、劳动安全卫生评审费、工程保险费、临时设施费等多项费用，按主体工程投资额的 8% 测算。预备费为考虑涨价及其他难以预料的支出而设置，按主体工程投资额的 3% 测算。

本项目场地投入与现有生产经营场地投入对比分析如下：

公司 2020 年的生产经营用建筑面积、实现的年营业收入及每平方米实现年收入等情况与本项目的相关情况进行对比分析如下：

项目	2020 年度	快充及大功率电源智能化生产建设项目规划
年营业收入（万元）	294,520.29	284,400.00
生产经营用建筑面积（平方米）	122,905.41	129,404.93
每平方米实现年收入=年营业收入/ 经营用建筑面积（万元/平方米）	2.40	2.20

说明：2020 年度生产经营用建筑面积包括公司自有和租赁两部分构成。

从上表可知，快充及大功率电源智能化生产建设项目建成达产之后，其每平方米实现年收入与 2020 年度每平方米实现的年收入基本接近。

②机器设备

本项目设备投入 66,012.69 万元，其中生产硬件设备投入 57,164.40 万元，设备安装调试费用投入 1,143.29 万元，软件投入 4,750.00 万元，信息化硬件投入 2,625.00 万元，办公设备投入 330.00 万元。设备单价取值参照设备供应商初步报价以及设备当前的市场价格情况，设备数量根据增加产能实际需求进行测算。

单位：万元

序号	项目	金额
1	生产硬件设备	57,164.40
1.1	小功率快充及适配器生产线	27,174.00
1.2	大功率快充及适配器生产线	20,055.00
1.3	动力工具电源生产线	3,730.00
1.4	服务器电源生产线	2,701.00

序号	项目	金额
1.5	智能仓储硬件	3,504.40
2	设备安装调试费用	1,143.29
3	软件	4,750.00
4	信息化硬件	2,625.00
5	办公设备	330.00
合计		66,012.69

③铺底流动资金

项目运营期流动资金依据《建设项目经济评价方法与参数（第三版）》相关要求并参考公司现有周转水平采用分项详细估算法进行测算。本项目中列入总投资的铺底流动资金为 11,333.21 万元。本项目中募集资金用于非资本性支出的金额占本项目拟使用募集资金总额的比例不超过 30.00%。

综上所述，公司本次快充及大功率电源智能化生产建设项目的场地投入与现有生产经营场地投入的每平方米实现年收入基本接近，设备数量根据增加产能实际需求进行测算，工程单价取值参照当地水平，设备单价取值参照设备供应商初步报价以及设备当前的市场价格情况，铺底流动资金依据《建设项目经济评价方法与参数（第三版）》相关要求并参考公司现有周转水平采用分项详细估算法进行测算，因此公司本次快充及大功率电源智能化生产建设项目的投资金额合理，测算依据合理谨慎。

2、品牌建设及推广项目

(1) 募投项目具体投资数额安排明细

本项目总投资 19,934.00 万元，包含“AOHI 品牌建设及推广项目”以及“移速品牌建设及推广项目”两个子项目，项目场地投入 1,236.00 万元，设备投入 3,133.00 万元，人员薪资 6,375.00 万元，其他产品开发投入 1,648.00 万元，宣传推广费用 7,542.00 万元，具体投资构成情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占资金总量比
1	场地投入	1,236.00	6.20%
1.1	租赁费	756.00	3.79%
1.2	装修费	480.00	2.41%
2	设备投入	3,133.00	15.72%

序号	项目	投资金额	占资金总量比
2.1	配套物料投入	563.00	2.82%
2.2	产品开发硬件投入	2,570.00	12.89%
3	人员薪资	6,375.00	31.98%
4	其他产品开发投入	1,648.00	8.27%
5	宣传推广费用	7,542.00	37.83%
5.1	线上	6,510.00	32.66%
5.2	线下	1,032.00	5.18%
项目建设总投资		19,934.00	100.00%

(2) 投资数额的测算依据和测算过程

①AOHI 品牌建设及推广项目

本项目总投资 9,919.00 万元，含场地投入、设备投入、人员薪资、其他产品开发投入、宣传推广费用投入，具体测算依据及过程如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占比
1	场地投入	672.00	6.77%
1.1	租赁费	432.00	4.36%
1.2	装修费	240.00	2.42%
2	设备投入	1,582.00	15.95%
2.1	配套物料投入	296.00	2.98%
2.2	产品开发硬件投入	1,286.00	12.97%
3	人员薪资	2,850.00	28.73%
4	其他产品开发投入	780.00	7.86%
5	宣传推广费用	4,035.00	40.68%
5.1	线上	3,775.00	38.06%
5.2	线下	260.00	2.62%
项目建设总投资		9,919.00	100.00%

A、场地投入

本项目场地投入 672.00 万元，其中租赁费 432.00 万元，装修费 240.00 万元，租金及装修单价取值参照当地水平，具体投资测算过程如下：

单位：万元

序号	功能区	场地面积 (平方米)	租金 (元/年/ 平方米)	租赁费	装修单价 (元/平方米)	装修费	场地投入
1	综合办公区	2,000.00	1,800.00	360.00	1,000.00	200.00	560.00

2	仓库	2,000.00	360.00	72.00	200.00	40.00	112.00
投资合计							672.00

B、设备投入

本项目设备计划投资 1,582.00 万元，包含配套物料投入 296.00 万元，产品开发硬件投入 1,286.00 万元。设备单价取值参照设备供应商初步报价以及设备当前的市场价格情况，设备数量根据品牌运营实际需求进行测算，具体设备投资如下：

单位：万元

配套物料投入				
序号	设备名称	数量	单价	总计
1	办公设备与家具	145.00	0.80	116.00
2	商务车辆	2.00	20.00	40.00
3	竞品购置	2,000.00	0.05	100.00
4	直播间搭建、设备	1.00	20.00	20.00
5	仓储、周转设备	1.00	20.00	20.00
合计				296.00

(续)

产品开发硬件投入				
序号	设备名称	数量	单价	总计
1	研发测试设备	-	-	250.00
2	模具费	50.00	20.00	1,000.00
3	研发软件	30.00	1.20	36.00
合计				1,286.00

C、人员薪资

经测算，本项目需投入人员 145 人，分三年逐步投入，每年仅支付新增人员的薪资，三年薪资共计投入 2,850.00 万元。人员薪酬水平参照公司现有同类人员薪资水平，具体投入如下：

单位：万元

岗位类型	人均年薪	T1 新增人数	T1	T2 新增人数	T2	T3 新增人数	T3	总计
产品研发	25.00	5	125.00	5	125.00	20	500.00	750.00
电商在线运营(含跨境电商)	20.00	10	200.00	10	200.00	30	600.00	1,000.00

岗位类型	人均年薪	T1 新增人数	T1	T2 新增人数	T2	T3 新增人数	T3	总计
品牌推广运营	20.00	5	100.00	5	100.00	10	200.00	400.00
品牌视觉设计(含产品外观)	20.00	5	100.00	5	100.00	10	200.00	400.00
线下渠道销售	15.00	1	15.00	4	60.00	5	75.00	150.00
其它配合职能	10.00	5	50.00	5	50.00	5	50.00	150.00
合计	-	-	590.00	-	635.00	-	1,625.00	2,850.00

D、其他产品开发投入

本项目其他产品开发投入根据开发支出进行预测，预计 780.00 万元，分三年逐步投入，其中委外设计投入 180.00 万元，认证费用 600.00 万元。

单位：万元

序号	投资内容	T1	T2	T3	总计
1	委外设计	30.00	60.00	90.00	180.00
2	认证费	100.00	200.00	300.00	600.00
合计		130.00	260.00	390.00	780.00

E、宣传推广费用

本项目宣传推广费用根据推广的渠道进行预测，预计 4,035.00 万元，包含线上品牌推广费用 3,775.00 万元，分三年逐步投入；线下品牌推广费用 260.00 万元，分两年逐步投入，具体投资明细如下：

单位：万元

线上品牌推广费用投入					
序号	投资内容	T1	T2	T3	总计
1	电商平台硬性广告	300.00	450.00	600.00	1,350.00
2	软文、短视频、达人推广	500.00	725.00	1,000.00	2,225.00
3	ip 授权合作	50.00	50.00	100.00	200.00
合计		850.00	1,225.00	1,700.00	3,775.00
线下品牌推广费用投入					
序号	投资内容	T2	T3	总计	
1	展会费用	60.00	200.00	260.00	

②移速品牌建设及推广项目

本项目总投资 10,015.00 万元，含场地投入、设备投入、人员薪资、其他产品开发投入、宣传推广费用投入，具体测算依据及过程如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占比
1	场地投入	564.00	5.63%
1.1	租赁费	324.00	3.24%
1.2	装修费	240.00	2.40%
2	设备投入	1,551.00	15.49%
2.1	配套物料投入	267.00	2.67%
2.2	产品开发硬件投入	1,284.00	12.82%
3	人员薪资	3,525.00	35.20%
4	其他产品开发投入	868.00	8.67%
5	宣传推广费用	3,507.00	35.02%
5.1	线上	2,735.00	27.31%
5.2	线下	772.00	7.71%
项目建设总投资		10,015.00	100.00%

A、场地投入

本项目场地投入 564.00 万元，其中租赁费 324.00 万元，装修费 240.00 万元。
租金及装修单价取值参照当地水平，具体投资测算过程如下：

单位：万元

序号	功能区	场地面积 (平方米)	租金(元/年/ 平方米)	租赁费	装修单价 (元/平方米)	装修费	场地投入
1	综合办公区	2,000.00	1,080.00	216.00	1,000.00	200.00	416.00
2	仓库	2,000.00	540.00	108.00	200.00	40.00	148.00
投资合计							564.00

B、设备投入

本项目设备计划投资 1,551.00 万元，包含配套物料投入 267.00 万元，产品开发硬件投入 1,284.00 万元。设备单价取值参照设备供应商初步报价以及设备当前的市场价格情况，设备数量根据品牌运营实际需求进行测算，具体设备投资如下：

单位：万元

配套物料投入				
序号	设备名称	数量	单价	总计
1	办公设备与家具	190.00	0.80	152.00
2	仓储、周转设备	1.00	45.00	45.00
3	竞品购置	-	-	50.00

配套物料投入				
序号	设备名称	数量	单价	总计
4	直播间搭建、设备	1.00	20.00	20.00
合计				267.00

(续)

产品开发硬件投入				
序号	设备名称	数量	单价	总计
1	测试设备	1.00	150.00	150.00
2	研发设备	1.00	80.00	80.00
3	模具费	100.00	10.00	1,000.00
4	研发软件	45.00	1.20	54.00
合计				1,284.00

C、人员薪资

经测算，本项目需投入人员 190 人，分三年逐步投入，每年仅支付新增人员的薪资，三年薪资共计投入 3,525.00 万元。人员薪酬水平参照公司现有同类人员薪资水平，具体投入如下：

单位：万元

岗位类型	人均年薪	T1 新增人数	T1	T2 新增人数	T2	T3 新增人数	T3	总计
设计美工	20.00	5	100.00	5	100.00	5	100.00	300.00
产品开发	25.00	5	125.00	5	125.00	5	125.00	375.00
产品设计	25.00	5	125.00	5	125.00	5	125.00	375.00
国内电商运营	20.00	8	160.00	7	140.00	20	400.00	700.00
客服人员	7.00	5	35.00	5	35.00	15	105.00	175.00
海外电商运营	30.00	5	150.00	7	210.00	18	540.00	900.00
国内线下销售	15.00	5	75.00	5	75.00	5	75.00	225.00
后勤人员	10.00	5	50.00	5	50.00	15	150.00	250.00
财务及行政	15.00	5	75.00	5	75.00	5	75.00	225.00
薪资合计	-	-	895.00	-	935.00	-	1,695.00	3,525.00

D、其他产品开发投入

本项目其他产品开发投入根据开发支出进行预测，预计 780.00 万元，分三年逐步投入，其中认证费 700.00 万元，产品 ID 设计 168.00 万元。

单位：万元

序号	投资内容	T1	T2	T3	总计
1	认证费	100.00	200.00	400.00	700.00
2	产品 ID 设计	24.00	48.00	96.00	168.00
合计		124.00	248.00	496.00	868.00

E、宣传推广费用

本项目宣传推广费根据推广的渠道进行预测，预计 3,507 万元，分三年逐步投入，包含线上品牌推广费用 2,735 万元，线下品牌推广费用 772 万元，具体投资明细如下：

单位：万元

线上品牌推广费用投入					
序号	投资内容	T1	T2	T3	总计
1	天猫站内推广	230.00	340.00	460.00	1,030.00
2	京东站内推广	60.00	90.00	120.00	270.00
3	国内媒体推广	30.00	45.00	60.00	135.00
4	亚马逊推广	230.00	340.00	460.00	1,030.00
5	国外媒体推广	60.00	90.00	120.00	270.00
合计		610.00	905.00	1,220.00	2,735.00
线下品牌推广费用投入					
序号	投资内容	T1	T2	T3	总计
1	展会参展	100.00	150.00	200.00	450.00
2	终端柜台包柜或品牌形象店制作	50.00	72.00	100.00	222.00
3	线下宣传推广物料制作	20.00	30.00	50.00	100.00
合计		170.00	252.00	350.00	772.00

综上所述，公司本次品牌建设及推广项目的租金及装修单价取值参照当地水平、设备数量根据品牌运营实际需求进行测算、设备单价取值参照设备供应商初步报价以及设备当前的市场价格情况、人员薪酬水平参照公司现有同类人员薪资水平、宣传推广根据推广的渠道进行预测等，因此本次品牌建设及推广项目的投资金额合理，测算依据合理谨慎。

3、研发中心升级建设项目

(1) 募投项目具体投资数额安排明细

本项目总投资 21,850.47 万元，含土建工程 1,455.37 万元，研发软硬件 12,235.60 万元，研发费用 8,159.50 万元，具体投资构成情况如下：

单位：万元

序号	分项	投资金额	占资金总量比
1	土建工程	1,455.37	6.661%
1.1	研发及实验室场地基建	728.00	3.33%
1.2	研发及实验室场地装修	672.00	3.08%
1.3	工程建设其他费用	53.76	0.25%
1.4	预备费	1.61	0.01%
2	研发软硬件	12,235.60	55.997%
3	研发费用	8,159.50	37.34%
项目总投资		21,850.47	100.00%

(2) 投资数额的测算依据和测算过程

① 土建工程投资

本项目建筑面积 2,800.00m²，投入 1,455.37 万元，工程单价取值参照当地水平，具体测算过程如下：

单位：万元

序号	项目名称	工程量 (m ²)	单价	金额
1	研发及实验室场地基建	2,800.00	0.26	728.00
2	研发及实验室场地装修	2,800.00	0.24	672.00
3	工程建设其他费用	-	8.00%	53.76
4	预备费	-	3.00%	1.61
合计				1,455.37

② 研发软硬件投资

本项目设备投入 12,235.60 万元，含研发所需的硬件、软件以及办公电子设备投资。设备单价取值参照设备供应商初步报价以及设备当前的市场价格情况，设备数量根据研发实际需求进行测算。

单位：万元

序号	项目名称	金额
1	研发硬件	10,974.10
2	研发软件	840.00
3	办公电子设备	421.50
合计		12,235.60

③ 研发费用

本项目研发费用投入为 8,159.50 万元，含人员薪酬以及调研、验证、合作

研发、耗材等其他研发费用，人员薪酬水平参照公司现有同类人员薪资水平，具体投入如下：

单位：万元

序号	项目名称	金额	T2	T3	T4
1	人员薪酬	5,593.50	932.25	2,796.75	1,864.50
2	调研、验证、合作研发、耗材等其他研发费用	2,566.00	641.50	1,283.00	641.50
合计		8,159.50	1,573.75	4,079.75	2,506.00

综上所述，公司本次研发中心升级建设项目的工程单价取值参照当地水平、设备单价取值参照设备供应商初步报价以及设备当前的市场价格情况、设备数量根据研发实际需求进行测算、人员薪酬水平参照公司现有同类人员薪资水平等，因此公司本次研发中心升级建设项目的投资金额合理，测算依据合理谨慎。

4、补充流动资金

本次非公开发行股票募集资金拟用 17,000.00 万元补充流动资金，采用销售百分比法，通过计算主要营运资金（=主要流动资产-主要流动负债）来测算 2021-2023 年公司新增的流动资金需求，具体情况如下：

单位：万元

年份	收入（注 1）	年增营收（注 2）	流动资金需求量
2020 年	294,520.29	-	-
2021 年	392,160.98	97,640.69	7,623.19
2022 年	522,171.96	130,010.98	10,150.47
2023 年	695,284.76	173,112.80	13,515.59
2021-2023 资金需求合计	-	-	31,289.25

注 1：公司 2020 年营业收入数据业经审计；

注 2：假设采用 2018 年至 2020 年期间的复合增长率 33.15% 作为未来 2021-2023 年的营业收入增长率。

从上表可知，2021-2023 年公司新增流动资金需求合计为 31,289.25 万元，根据《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》的相关规定，用于补充流动资金的比例不得超过募集资金总额的 30.00%，故将本次非公开发行股票募集资金拟用于补充流动资金的规模设定为 17,000.00 万元是合理的。

综上所述，公司本次募投项目的场地投入与现有生产经营场地投入的每平方米实现年收入基本接近，租金及装修单价取值参照当地水平，设备数量

根据实际需求进行测算，设备单价取值参照设备供应商初步报价以及设备当前的市场价格情况，人员薪酬水平参照公司现有同类人员薪资水平，补充流动资金未超过募集资金总额的 30.00%等，因此本次募投资项目金额测算具有合理性。

三、结合在手订单和市场预期，说明新增产能的消化措施，是否存在新增产能无法消化的风险。

本次非公开发行新增产能未来能被充分消化，体现在以下几点：

（一）公司所处行业市场空间广阔，公司业务发展势头良好

公司是一家专业从事智能终端充储电产品设计、研发、生产和销售的国家高新技术企业，公司聚焦于品质稳定的电源供应产品，为客户提供最佳的充储电解决方案。公司立足于智能制造，以充储电系统解决方案技术为支点，建立并拓展品牌，做应用端的能源交换、高效充储、集中供给的头部企业；做智能便携能源行业的领航者，做有益于人类的长青企业。公司产品可广泛应用于智能手机、平板电脑、笔记本电脑、智能穿戴设备、智能家居、人工智能设备、动力工具电源、服务器电源等领域。

近年来，在互联网和智能化快速发展的时代背景下，物联网（IoT）作为新一代信息技术的高度集成和综合运用，其技术普及迅速，催生众多终端新产品。各类智能终端产品使用频率和人群范围逐渐提升和扩大，功能及种类不断增多，产品更新换代速度加快，下游市场庞大的需求为智能终端充储电行业市场带来长足动力。

根据相关行业研究报告显示，公司所处行业市场空间广阔，具备较大的市场增长空间，具体相关数据如下：

类别	相关行业数据	数据来源
智能手机	2021 年全球智能手机出货量 13.548 亿只	IDC 数据
PC 端	2021 年全球 PC 出货量 4.9937 亿只	Canalys 数据
可穿戴设备	2021 年全球可穿戴设备出货量 5.337 亿只	IDC 数据
电动工具	2020 年全球电动工具出货量 4.9 亿只	《中国电动工具行业发展白皮书（2021）》数据
服务器	自 2021 年起，全球服务器将实现 5%-6% 的复合增长率，至 2024 年将实现 1418 万台出货量，按照 1:2 或者 1:4 的电源模块配置来算，2024	IDC 数据

类别	相关行业数据	数据来源
	年全球服务器的电源模块将达到 2836 万—5672 万台	

报告期内，公司营业收入持续较快增长的具体情况如下：

单位：亿元

项目	2018年度		2019年度		2020年度		2021年度	
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长
营业收入	16.61	44.05%	23.16	39.42%	29.45	27.17%	40.68（注）	38.12%

注：假设 2021 年第四季度营业收入与第三季度营业收入持平。

2018-2021 年公司营业收入年复合增长率为 34.79%，净增长额 24.07 亿元；若 2022-2024 年公司营业收入保持相应的年复合增长率，则 2024 年预计将实现营业收入 99.62 亿元。

综上所述，公司所处行业市场空间广阔，公司业务发展势头良好，为实现公司进一步扩大经营规模、增加市场份额、本次募投项目新增产能的消化提供了充分的市场基础。

（二）在手订单较为充足

公司一般会与客户采用定期签订框架协议的方式确认合作关系，并会在下达的具体订单中就销售产品的预计销售数量、规格、型号等进行确认。公司 2019 年底至 2021 年底的在手订单情况如下：

单位：亿元

项目	2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
在手订单金额（注）	8.36	40.74%	5.94	105.54%	2.89

注：在手订单金额通常仅覆盖了未来 2-3 个月的订单量。

从上表可知，公司近三年以来在手订单金额呈现快速上涨的趋势，目前公司在手订单数量较多，随着未来公司业务发展，覆盖的下游行业、客户增加，本次募投项目新增产能将被有效的消化。

（三）后续市场开拓计划

1、提升公司在现有核心客户的主营业务和产品线的渗透率

公司客户目前包括小米、vivo、OPPO、华为、荣耀、MOTO、传音、诺基亚等知名国际手机品牌企业，Amazon（亚马逊）、Google（谷歌）等国际互联网零售与服务品牌企业和 Bestbuy（百思买）、Belkin（贝尔金）、Mophie（墨菲）

等国际数码产品消费品牌企业，并且在前述客户中占据较大的供货比例。随着智能手机等行业的市场集中度进一步提升，头部手机品牌市场份额持续提高，公司的市场份额将得到进一步提高。在智能手机充电器行业朝大功率化发展的背景下，公司将及时建设大功率快充产品自动化生产线，增强公司智能手机快充产品生产能力；持续加大企业生产及运营管理信息化建设投入，购置相关硬件设备，引进信息化系统，提高公司运营效率。公司将在以客户需求为导向的前提下，进一步拓宽产品线，丰富产品类型，提升产品全系列供应能力，满足客户持续变化的需求。公司在 PD 充电器方面将会根据不同客户的需求，差异化布局 68W、80W、100W、120W、140W、160W 充电器；GaN 充电器方面将持续布局 120W 充电器；无线充方面将完成 50W 磁吸充电器的布局。

2、在 IoT 智能终端设备电源、PC 电源、动力工具电源和服务器电源等领域开拓新客户

公司深耕智能终端充储电行业多年，持续发力智能手机充电器领域，积累了丰富的技术和经验，市场份额不断提升。与此同时，物联网、数据中心建设等新兴产业的快速发展，为充电器行业带来了新的发展机遇。公司及时把握行业发展契机，依托小米、华为等现有客户的生态平台优势，持续开拓 IoT 智能终端设备电源、PC 电源、动力工具电源、服务器电源、数据中心电源、TV 电源、小家电产品及电源、户外储能电源等领域布局。公司在中小功率电源产品已经有多年积累，包括大客户开发及服务、研发创新和产品创新、规模化制造、供应链管理、快速响应、产品品质保障等，为大功率电源产品的研发、制造和销售奠定了良好的基础。前述非手机领域都是公司原有技术和产品的延伸，预计未来将是业务的快速增长期。

故依托现有客户资源，公司将深入挖掘客户的产品需求，并开拓展除手机以外的应用领域新客户，实现业务的快速发展，为本次项目新增产能消化提供充分保障。

3、全球业务布局，进一步提升国际竞争力

在“全球化”和“一带一路”大背景下，公司积极顺应全球化业务布局，已在印度、印尼建立了国际生产基地，分别与 Amazon（亚马逊）、Google（谷歌）、Bestbuy（百思买）、Belkin（贝尔金）、Mophie（墨菲）等国际品牌企业建立稳定

的业务合作关系。目前国际业务客户主要竞争对手为台湾地区电源企业，公司已成立专业服务国际客户的研销团队，加大国际业务拓展力度，不断提升公司产品全球市场份额和国际竞争力。2021年1-9月，公司外销收入占公司主营业务收入的比例不到25.00%，国际业务具有很大提升空间。

综上所述，公司所处行业市场空间广阔，公司业务发展势头良好，在手订单充足，后续市场开拓计划明确、可行，因此，公司本次募投资项目新增产能未来能够被有效消化，新增产能无法消化的风险较小。

但是，若未来产业政策、市场供求关系、行业竞争格局和技术路线等方面出现重大不利变化等因素导致下游客户及市场认可度不够、需求不足，则公司可能面临本次募集资金投资项目新增产能无法消化的风险。申请人拟在尽调报告“第十一章 风险因素及其他重要事项”之“一、风险因素”之“（五）募集资金投资项目风险”中补充披露如下：“

4、募集资金投资项目产能无法消化的风险

本次募集资金投资项目的产能规模是根据近年来产业政策、市场环境和行业发展趋势等因素，并结合公司对行业未来发展的分析判断及自身的发展战略确定。但本次募集资金投资项目建成投产需要一定时间，如果本次募集资金投资项目达产后产业政策、市场供求关系、行业竞争格局和技术路线等方面出现重大不利变化等因素导致下游客户及市场认可度不够、需求不足，则公司可能面临本次募集资金投资项目新增产能无法消化的风险。”

四、核查依据、方法和过程

针对上述事项，保荐机构主要履行了以下核查程序：

（一）获取并查阅前募项目的可行性研究报告，申请人的募集资金管理制度，报告期内募集资金使用情况专项报告，与前次募集资金相关的采购合同、发票等原始凭证，募集资金专户银行对账单、发票等财务凭证，申请人公告等文件；

（二）获取并查阅申请人本次募投资项目的可行性研究报告以及行业研究报告等，就本次募投资项目的必要性进行充分论证；

（三）对申请人本次融资对资产负债率影响的分析进行复核；

（四）对申请人现有货币资金持有情况的分析进行复核；

（五）了解并复核了申请人的银行授信及使用情况等；

(六) 实地考察了本次募投项目的生产建设及研发中心地址等，与申请人高管和有关人员访谈，了解前募项目的建设进度情况；

(七) 查阅了行业研究报告、政策法规，取得了市场容量、行业发展趋势等行业信息以及同行业公司公开资料等；

(八) 获取了申请人已签订的在手订单或意向性合同等，了解申请人在手订单等情况；

(九) 与申请人管理人员访谈，了解申请人未来整体的发展战略、募投项目未来的市场拓展计划、相关产能的消化措施等。

五、核查结论

经核查，保荐机构认为：

(一)截至 2021 年 12 月 31 日，申请人前次募集资金使用进度达到 71.52%，前次募投项目进展符合预期，使用进度系按计划使用；

(二) 申请人本次募投项目基于业务发展的需要，但申请人现有货币资金保有量为维持正常生产经营所必须持有的货币资金保有量，无法用于本次募集资金投资项目，申请人无短期、长期借款，主要是申请人基于财务管理的需要采用开具银行承兑汇票的方式所致，申请人已经极大限度地使用银行给予的有效授信敞口额度，若通过银行借款的方式获取债权融资将大幅提高申请人的资产负债率和资金使用成本（财务费用），使申请人面临较大的财务风险。因此本次募集资金投资项目通过非公开发行获取股权融资具有必要性，并且申请人不存在过度融资的情况；

申请人本次募投项目的场地投入与现有生产经营场地投入的每平方米实现年收入基本接近，租金及装修单价取值参照当地水平，设备数量根据实际需求进行测算，设备单价取值参照设备供应商初步报价及设备当前的市场价格情况，人员薪酬水平参照申请人现有同类人员薪资水平，补充流动资金未超过募集资金总额的 30.00% 等，因此本次募投项目金额测算具有合理性；

(三) 申请人所处行业市场空间广阔，业务发展势头良好，在手订单充足，后续市场开拓计划明确、可行，因此，申请人本次募投项目新增产能未来能够有效消化，新增产能无法消化的风险较小。

（本页无正文，为《东莞市奥海科技股份有限公司关于非公开发行股票发审委会议准备工作的函的回复》之签署页）

东莞市奥海科技股份有限公司

年 月 日

（本页无正文，为《国金证券股份有限公司关于东莞市奥海科技股份有限公司非公开发行股票发审委会议准备工作的函的回复》之签署页）

保荐代表人：

谢丰峰

余烯键

董事长
(法定代表人)

冉云

国金证券股份有限公司

年 月 日

国金证券股份有限公司董事长声明

本人已认真阅读东莞市奥海科技股份有限公司本次回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，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、及时性承担相应法律责任。

董事长
(法定代表人)

冉云

国金证券股份有限公司

年 月 日