

关于广东微容电子科技股份有限公司 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的回复

保荐人（主承销商）



华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO., LTD.

（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401）

深圳证券交易所：

广东微容电子科技有限公司（以下简称“微容科技”、“发行人”或“公司”）收到贵所下发的《关于广东微容电子科技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〔2026〕010186 号）（以下简称“落实函”）。公司已会同华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”或“保荐人”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、北京市万商天勤律师事务所（以下简称“发行人律师”）进行了认真研究和落实，并按照落实函的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题回复，现提交贵所，请予以审核。

除非文义另有所指，本落实函回复中的简称与《广东微容电子科技有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（上会稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同涵义。

本落实函回复的字体说明如下：

落实函所列问题	黑体（加粗）
对落实函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的补充披露、修改	楷体（加粗）

本落实函回复部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

目 录

1.关于发行人成长性及业绩稳定性	4
------------------------	---

1. 关于发行人成长性及业绩稳定性

申报材料显示：

发行人称 2026 年上半年起，日韩头部 MLCC 厂商产能向 AI 服务器等方向转产，促使部分消费类行业 MLCC 需求向国内品牌转移，带动发行人消费类 MLCC 产品订单规模及整体业绩增长。

请发行人披露：（1）结合发行人在手及预期订单变化情况等，说明发行人产品销量受消费电子周期性波动、电子产品及新能源汽车等领域出货量下降或增速放缓的影响情况，相关因素对发行人收入结构的影响情况，并进一步说明未来订单的持续性及收入的下滑风险。（2）结合日韩厂商近年 MLCC 扩产计划及相关应用领域，分析日韩厂商扩产计划、产能配置重点对 MLCC 行业竞争格局及发行人市场竞争力的影响；若日韩厂商强化消费类 MLCC 产品的产能配置，对发行人相关产品的市场竞争格局、行业产能供给情况，以及发行人成长性、业绩稳定性、产能消化的具体影响等。（3）进一步结合各细分产品主要技术优势，说明发行人形成目前市场地位的具体依据及体现。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人披露

(一) 结合发行人在手及预期订单变化情况等,说明发行人产品销量受消费电子周期性波动、电子产品及新能源汽车等领域出货量下降或增速放缓的影响情况,相关因素对发行人收入结构的影响情况,并进一步说明未来订单的持续性及收入的下滑风险。

1、发行人在手及预期订单变化情况

截至2026年9月末,公司在手订单为177,510.03万元,其中消费类107,290.02万元、工业类51,403.99万元、车载类18,816.03万元,相较于2026年6月末订单规模接近翻倍并实现结构性优化提升,订单结构中消费类订单稳健支撑、占比60.44%,工业类和车载类订单增长加快,占比分别为28.96%、10.60%,根据应用需求大致拆分如下:

单位:万元

行业	细分行业	金额	占比
消费类	手机行业	22,404.72	20.88%
	智能穿戴	13,773.38	12.84%
	屏模组	13,200.02	12.30%
	网通设备行业	11,687.57	10.89%
	PC 及周边行业	11,229.90	10.47%
	芯片行业	5,390.00	5.02%
	安防行业	4,013.67	3.74%
	家电行业	584.65	0.54%
	机器人	33.92	0.03%
	其他行业	24,972.20	23.28%
	小计	107,290.02	100.00%
工业类	服务器	32,170.96	62.58%
	光模块	14,819.56	28.83%
	存储	3,338.76	6.50%
	其他行业	1,074.71	2.09%
	小计	51,403.99	100.00%
车载类	汽车行业	18,816.03	100.00%
总计		177,510.03	/

发行人 2026 年末预期订单 18-19 亿元，2027 年预期新增订单 26 亿元以上，与 2026 年 9 月末在手订单相比，预期订单规模增长，结构变化预计为工业类和车载类订单规模及占比继续上升，消费类订单规模保持稳定增长、占比可能进一步下降。

2、说明发行人产品销量受消费电子周期性波动、电子产品及新能源汽车等领域出货量下降或增速放缓的影响情况

2023 年至 2026 年 1-9 月，公司各大类产品各期销量情况如下：

单位：亿片

项目	2026 年 1-9 月		2025 年		2024 年		2023 年
	销量	同比	销量	同比	销量	同比	销量
消费类	2,724.16	21.33%	3,163.80	18.50%	2,669.86	29.28%	2,065.18
工业类	144.91	43.51%	131.51	41.30%	93.07	78.11%	52.25
车载类	124.68	121.95%	79.26	164.21%	30.00	354.60%	6.60
总计	2,993.75	24.62%	3,374.57	20.83%	2,792.93	31.49%	2,124.04

注：2026 年 1-9 月数据未经审计。

由上可见，报告期各期，公司各类产品销量与整体销量均持续增长。其中，消费类产品销量规模较大，2025 年增速有所放缓，但 2026 年 1-9 月增速回升；工业类及车载类产品销量增长较快，2026 年 1-9 月分别实现同比增长 43.51%和 121.95%，总体未出现因下游需求波动导致销量大幅下滑的情形。

(1) 消费类产品

①公司产品具体应用领域广泛且部分应用领域保持增长性需求。智能穿戴方面，全球智能手表出货量保持增长，AI 眼镜 2026 年一季度出货量同比增长 130.1%（IDC），单机用量约 300 至 500 颗，接近智能手机的三分之一；AI PC 渗透率在 2026 年突破 50%（Gartner），中国市场 GenAI PC 出货量同比增长 146.5%（IDC），AI PC 单机 MLCC 用量由约 1,000 颗提升至 1,400–1,600 颗（村田数据），高容值产品占比达八成。从订单角度看，除传统手机、PC 行业外，智能穿戴、屏模组、网通设备、AI PC 等在消费类订单中金额贡献占比超过 50%，主要客户包括智能穿戴领域大疆、歌尔股份，屏模组领域华星光电，网通设备领域鸿海精密，AI PC 及周边行业立讯智通、宝龙达、康波能等。同时 AI PC、智能穿

戴等品类的单机 MLCC 用量也在逐步上升，相应提升对消费类 MLCC 的需求。

②日韩头部厂商转产带来订单外溢。受日韩头部厂商供给侧产能挤出影响，新增供给难以迅速释放，下游终端客户订单积极向境内厂商转移，并主动提高安全库存、锁定产能。

（2）车载类产品

①终端出货量稍有放缓但总体仍维持增长，根据中国汽车工业协会数据显示，2026 年前三季度新能源汽车产销量分别同比增长 11.0%和 11.1%，新能源汽车新车销量累计占比进一步上升至 53.6%。

②智能驾驶渗透率提升，对高容值、小型化、低 ESL 和高可靠性 MLCC 需求上升，L2 辅助驾驶正在从中高端车型向主流和入门级车型普及，2025 年全球 L2 及以上智能驾驶渗透率为 48.2%，预计 2026 年提升至 55.5%，至 2030 年将提升至 71.6%（弗若斯特沙利文）。

③公司对主机厂及 Tier1、Tier2 厂商的覆盖量及产品品类覆盖量均不断增加，除规模化销售客户外，2026 年以来又实现了对重点车企及其 Tier1、Tier2 厂商（如吉利、蔚来、上汽、理想、小鹏、长安等）的小批量出货。

此外，在主要 MLCC 厂商中公司份额占比较小，2025 年公司消费类 MLCC、工业类 MLCC 及车载类 MLCC 在中国市场的份额分别为约 5.4%、1.4%与 1.6%（弗若斯特沙利文），公司现有收入和订单规模相较于 MLCC 全市场及应用场景，仍具备较大拓展潜力，既有客户供应位次仍有较大前移空间。

综上，虽然下游消费电子存在一定周期性波动，电子产品及新能源汽车等领域的出货量存在一定下降或增速放缓的情形，但公司各领域产品的销量仍保持增长趋势，消费类和车载类终端行业出货量波动对公司的向上传导影响有限。主要系公司收入规模仍相对较小，消费电子应用领域分布广泛，除手机、PC 及周边行业外，智能穿戴、屏模组、网通设备行业、芯片行业等领域均具备增长基础，且智能穿戴、AI PC 等单机用量增长，同时新能源汽车领域因 L2 智能驾驶的渗透率提升等保持对高容车载类 MLCC 的增长需求。因此公司业绩受多个下游应用领域需求的影响，部分终端产品出货量下降或增速放缓可能对公司业绩产生一

定影响，但因有其他增长领域的需求支持，所以公司收入并不必然会出现下滑，公司收入与部分终端产品出货量变化趋势会存在一定差异。

3、相关因素对发行人收入结构的影响情况

2025 年度，发行人消费类、工业类、车载类产品的收入占比分别为 76.12%、13.23%和 10.65%；2026 年 1-9 月，对应三类产品的收入占比分别为 71.30%、13.84%和 14.86%。由于截至 2026 年 9 月末三类产品在手订单金额占比分别为 60.44%、28.96%、10.60%，所以随着在手订单逐步转化为销售收入，发行人 2026 年收入结构变化与 2025 年相比将呈现工业类占比上升，车载类占比稳定或微增，消费类占比下降的趋势，且该趋势变化可能在 2027 年有所延续。

4、进一步说明未来订单的持续性及收入的下滑风险

承前所述，公司未来订单是具有持续性的，且同时受多方因素驱动影响，具体如下：

（1）单一终端的波动不改变整体需求方向。MLCC 应用领域广泛，部分终端产品（如手机）出货量下降并不意味着各细分领域需求同步收缩。智能穿戴（如 AI 眼镜、智能手表）、AIPC（2026 年渗透率突破 50%）、屏模组、网通等领域需求仍具备增长潜力，公司将持续拓展相关应用领域及增量客户，为订单增长提供新的支撑点。

（2）公司保持有序扩产并抢占外溢订单，全球主要 MLCC 厂商产能仍较为紧张，部分需求向其他供应商外溢，据公开信息，日韩头部厂商的产能恢复将继续延续且至少推迟到 2028 年，受产线建设、设备导入及工艺爬坡周期较长等因素制约，新增产能供给难以迅速释放，为公司承接外溢订单、扩大市场份额提供了窗口机遇。且友商扩产主要侧重于 AI 服务器、数据中心、汽车电子等领域，短期内消费类 MLCC 产能大幅增加的可能性较低，对公司构成的潜在竞争压力相对可控，公司所承接订单对应的客户采购需求具有稳定性。

（3）高端应用 MLCC 结构性供需缺口旺盛，AI 算力基础设施建设带动服务器、光模块等领域对高容量、高可靠性 MLCC 的需求增长；新能源汽车智能化发展、智能驾驶在新能源车的普及率与渗透率提升亦推动车载 MLCC 用量及产

品价值量提升。与此同时，不同规格、性能产品的供需情况存在差异，部分常规及中高端产品仍存在结构性供给缺口，为公司相关产品的持续拓展提供市场空间。

（4）持续增强订单稳定性，公司在承接外溢订单的同时，积极推进产能扩建、产品料号覆盖及客户认证，推动阶段性订单机会转化为稳定的供货关系，公司有望凭借稳定供货能力和成本持续改善而增强客户黏性，提升订单稳定性和持续性。

根据申报会计师出具的盈利预测审核报告（容诚专字[2026]518Z1256 号），2026 年度，公司预计实现营业收入 260,407.93 万元，同比增长 41.11%，不存在下滑风险。基于前述因素，在关键假设未发生重大不利变化的情况下，预计公司 2026 年末在手订单约 18-19 亿元、2027 年进一步新增订单约 26 亿元以上，伴随产能释放相关订单将稳步转化为收入，收入下滑风险较小。

（二）结合日韩厂商近年 MLCC 扩产计划及相关应用领域，分析日韩厂商扩产计划、产能配置重点对 MLCC 行业竞争格局及发行人市场竞争力的影响；若日韩厂商强化消费类 MLCC 产品的产能配置，对发行人相关产品的市场竞争格局、行业产能供给情况，以及发行人成长性、业绩稳定性、产能消化的具体影响等

1、结合日韩厂商近年 MLCC 扩产计划及相关应用领域，分析日韩厂商扩产计划、产能配置重点对 MLCC 行业竞争格局及发行人市场竞争力的影响

（1）日韩厂商近年 MLCC 扩产计划及相关应用领域

经检索主要日韩厂商官网及公告，其公开披露的于报告期内已经建成或正处于建设中的主要 MLCC 相关扩产项目具体如下：

序号	公司	实施地点	开始建设时间	建设完成时间 /投产时间	投资金额	达产后新增 产能规模
1	村田	泰国南奔	2021 年 7 月	2023 年 3 月	120 亿日元	/
2		日本岛根	2022 年 3 月	2023 年 4 月	120 亿日元	/
3		中国无锡	2022 年 11 月	2024 年 4 月	445 亿日元	/
4		菲律宾八打雁	2023 年 8 月	2025 年 10 月	112 亿日元	/
5		日本岛根	2024 年 3 月	2026 年 4 月	470 亿日元	/

序号	公司	实施地点	开始建设时间	建设完成时间 /投产时间	投资金额	达产后新增 产能规模
6		日本冈山	2026 年 10 月	预计 2028 年 4 月	90 亿日元	/
7	三星电机	菲律宾卡兰巴	2024 年 11 月	预计 2027 年 7 月	/	/
8	太阳诱电	中国常州	2021 年 12 月	2023 年 6 月	180 亿日元	/
9		马来西亚砂拉越	2021 年 9 月	2023 年 10 月	200 亿日元	/
10	TDK	日本岩手	2023 年 3 月	2024 年 9 月	500 亿日元	/

注：境外厂商相关扩产信息主要来源于其官网，“/”表示相关公开资料未披露该项信息。序号 1、4、8、9 项目披露的投资金额仅包括厂房建设投资，不包括生产设备等相关投资；序号 3、6 项目系 MLCC 相关原材料的扩产项目，其余项目为 MLCC 扩产项目。

除上述具体的扩产项目外，主要日韩 MLCC 厂商在业绩说明会材料等公开披露的资料中，亦公布了对于产能扩张的中长期投资规划，具体如下：

公司	公布时间	具体计划
村田	2026 年 4 月	计划追加约 800 亿日元产能投资，其中 2026 财年、2027 财年分别约 400 亿日元（约每年 17 亿元人民币），用于满足 数据中心领域对于小尺寸、大容量电容器 的需求
	2026 年 2 月	并不考虑急剧大幅增产 MLCC，会按以往一定速度提高供应能力，产能扩张并非单纯依靠增加设备或人员，也包括通过合理化改善等方式扩大整体产能
	2025 年 12 月	继续保持每年 10%的产能扩张速度，重点发展 服务器和汽车 等领域的电容器，在中长期内提升产能，以满足不断增长的市场需求
三星电机	2026 年 7 月	计划于 2026 至 2040 年在釜山基地投资约合 15 万亿韩元（约每年 50 亿元人民币）用于建设 AI 数据中心服务器封装基板与 MLCC 生产线
	2026 年 1 月	由于 AI、车载、服务器等高附加值产品需求坚挺，扩大了 AI/服务器用途 MLCC 等产品的供应
	2025 年 10 月	由于 AI、车载、服务器等高附加值产品需求增长，扩大了工业及车载用途 MLCC 等产品的供应，并计划扩大 AI 服务器用途、ADAS 用途 MLCC 供应
太阳诱电	2026 年 6 月	在《中期经营计划 2030》中明确，前期已完成中国、马来西亚 MLCC 新工厂建设，2026—2030 年投资将更多集中于产能扩充，MLCC 产能计划每年提高约 10%。
	2024 年 10 月	针对电容器，特别是多层陶瓷电容器（MLCC），正在提升产品性能并扩大产能，以满足 汽车和 IT 基础设施/工业设备 行业客户的需求，预计这些行业的需求增长将持续到 2030 年

信息来源：各厂商业绩说明会材料等公开披露的资料。

综上，日韩厂商扩产方向主要为 AI 服务器、数据中心、汽车电子等高端、高附加值应用领域，契合 AI 基础设施建设加速、汽车电动化及智能化深化等下游需求趋势，其中三星电机、太阳诱电的扩产计划分别延续到 2040 年和 2030 年；同时村田、太阳诱电保持每年产能提高约 10%的有序扩产节奏，并非进行全面、

急剧的大幅扩产。

(2) 分析日韩厂商扩产计划、产能配置重点对 MLCC 行业竞争格局及发行人市场竞争力的影响

根据村田、三星电机和太阳诱电的 MLCC 业务规模及其各自披露的扩产投资额或扩产速度看，三星电机扩产规模最大（每年约 50 亿元人民币）、村田（每年约 17 亿元人民币）次之、其后为太阳诱电，且产能配置重点主要为 AI 服务器、数据中心、汽车电子等领域。发行人本次募投项目“高端片式多层陶瓷电容器扩产项目”的总投资额 15 亿元，投向为消费、工业和车载类的高端 MLCC，在此基础之上，发行人计划 2027-2028 年增加投资 30 亿元以上。

由上，对比扩产规模看，村田、三星电机的扩产规模相对较大，扩产后两家企业仍能保持市场前二位置，但与此同时，包括公司在内的国产厂商也在积极扩产、规模也不小，所以国产厂商扩产后有望提升一定市场份额，但短期内不会改变 MLCC 总体行业竞争格局，日韩厂商在规模上仍占据主导地位。

但对比扩产配置方向看，日韩厂商以 AI 服务器、数据中心、汽车电子等领域为重点，未明确提及消费电子领域，可见其策略上目标是更快抢占工业、车载类高端增量市场，消费电子领域相对后置；而公司扩产后，一方面也会抓住一部分 AI 服务器、汽车电子用途 MLCC 的增量市场，但同时将部分产能配置在消费类高容领域，因此会促进在消费类高容领域的规模和份额提升，并同时通过工艺优化、提升良率、增强规模效应（因 MLCC 是重资产行业、规模越大对成本分摊越有利）等手段促进降本，进而促进产品市场竞争力的提升。

2、若日韩厂商强化消费类 MLCC 产品的产能配置，对发行人相关产品的市场竞争格局、行业产能供给情况，以及发行人成长性、业绩稳定性、产能消化的具体影响等

(1) 对发行人成长性、业绩稳定性的影响

如前所述，日韩厂商在其扩产计划中未明确提及针对消费类 MLCC 进行扩产或强化产能配置，因此从其战略上优先选择以 AI 服务器、数据中心、汽车电子等领域为重，是在本轮 AI 算力结构性机遇下顺势做出的产品结构调整，且可

能具有中长期意义。类似调整在 2016-2018 年的汽车电子发展浪潮中亦曾出现过，村田、TDK 等日韩头部厂商逐步将产能资源向汽车电子、小尺寸、高性能等高附加值产品倾斜，相应减少了部分常规传统规格 MLCC 产品供应，甚至 TDK 逐步退出了常规 MLCC 业务并重点拓展汽车电子市场。

在此背景下，发行人依托多年深耕消费电子领域积累下的广泛客户基础，凭借自身在消费类 MLCC 尤其是高容产品（如 0201-1 μ F/2.2 μ F、0402-1 μ F/2.2 μ F/4.3 μ F/4.7 μ F/10 μ F、0603-4.7 μ F/10 μ F/22 μ F）上的储备与进步，再配合扩产、日韩厂商产品结构性调整后让出的市场机会，将有望巩固并提升在消费领域的市场竞争地位。与此同时，国内龙头三环集团、风华高科在其披露材料中也是强调加大服务器、AI 算力、汽车电子等方面的拓展，亦未将消费领域作为拓展重心，因此从当下国内外龙头厂商的扩产计划看，消费类 MLCC 扩产不是其他同行的布局重点，考虑到厂商扩产均有周期，因此预计一定周期内消费类领域产能供给大幅增加的可能性较小，发行人所面临的潜在竞争压力相对可控，承接订单对应的客户采购需求具有较好的稳定性。

2026 年以来发行人消费类业务保持稳健增长，2026 年 1-9 月实现收入 12.69 亿元，同比增长 22.27%，已接近 2025 年全年的 13.96 亿元；同期发行人重点推进的消费类高容产品实现收入 6.96 亿元，同比增长 24.46%，亦接近 2025 年全年的 7.45 亿元。即使从更长时间维度看，若日韩厂商后续扩产或通过自身产能结构调整、强化消费类 MLCC 的产能配置，发行人可能面临订单重分配后份额比例下降的情况，但届时发行人消费业务体量将增长到更高水平，因份额被部分回抢而导致出现较 2026 年业务收入出现大幅下降的风险相对较小。

（2）对发行人产能消化的影响

发行人募投项目“高端片式多层陶瓷电容器扩产项目”主要用于消费、工业和车载类的高端 MLCC 扩产。计划自 2026 年开始产生效益，2026 至 2028 年产能逐步放量，至 2028 年完全达产。发行人募投产能消化具有可实现性，主要原因为：①消费、工业和车规等相关具体应用领域保持稳定需求增长，如消费类中的高端手机、AI PC、智能穿戴、网通设备、IOT 模组、屏模组、摄像头模组等，工业类中的主板、CPU、GPU 等 AI 服务器相关核心硬件、光模块、企业级存储

产品，以及新能源汽车三电系统、智能驾驶、智能座舱等产品；②公司募投项目主要扩产规格既有明确增量市场需求（如超微型和微型 1μF 以上、中大型 10μF 以上），同时也是难度较高、可规模化供应厂商较少的高端 MLCC，市场竞争相对温和，供应稳定性较强；③在短期内高端 MLCC 市场供需偏紧的情况下，发行人在手订单充裕，足以覆盖且超出募投产能。截至 2026 年 9 月末发行人在手订单约 17.75 亿元（其中消费类 10.73 亿元、工业类 5.14 亿元、车载类 1.88 亿元），2027 年预期新增订单 26 亿元以上，均远大于募投项目完全达成后的收入 10.96 亿元。因此发行人募投项目有产品需求和在手订单支撑，具备切实可行的消化能力。若日韩厂商未来强化消费类 MLCC 产品的产能配置，也不会对发行人募投项目产能消化构成重大不利影响。

综上，在日韩厂商与国内龙头厂商扩产重点为 AI 服务器、数据中心、汽车电子等领域的背景下，发行人积极把握市场窗口，在相关高容产品逐步成熟的条件下，将部分扩产产能投向消费类产品，有利于发行人扩大在消费类领域的收入规模与份额，提升在该领域的市场竞争力。结合友商扩产配置重点，并考虑到扩产有时间周期，发行人面临消费类领域短期行业产能大幅增加的可能性较小，发行人产能消化具备可实现性，出现成长性不足、业绩大幅下滑和产能难以消化的风险较小。

（三）进一步结合各细分产品主要技术优势，说明发行人形成目前市场地位的具体依据及体现

发行人坚持高端化产品战略，凭借持续的技术研发与产业化积累，MLCC 产品在多个高端技术方向形成较强竞争力，其中消费类 MLCC 在超微型方面、工业类 MLCC 在高容量方面、车载类 MLCC 在高可靠方面形成了较为突出的技术优势。

发行人各细分产品的主要技术优势，以及依托相关技术优势所形成的市场地位的具体依据及体现如下：

细分产品	代表性技术优势	技术优势形成市场地位的产业化路径	市场地位的具体依据及体现
消费类 MLCC	超微型。发行人凭借精密图形印刷、高精密堆叠与压合等精密制造	消费电子终端持续向小型化、轻薄化和高集成度发展，对超微型 MLCC 提出更高需求。发行人依	（1）行业排名：根据弗若斯特沙利文数据，按 2024 年产品销售量计，发行人超微型 MLCC 中国市场排名第 1、全球市场排名第 2，仅次于村

细分产品	代表性技术优势	技术优势形成市场地位的产业化路径	市场地位的具体依据及体现
	技术，从而在极小尺寸下实现 MLCC 内部结构的高精度加工。	托超微型 MLCC 技术优势，已实现 008004、01005、0201 等超微型产品规模化量产和大批量供货，产品性能及稳定交付能力获得头部消费电子客户认可。	田。 （2）众多知名客户认可：发行人消费类 MLCC 已向 A 公司、小米、OPPO、vivo、荣耀、华硕电脑、联想、大疆、华勤技术、歌尔股份、比亚迪、鸿海精密、锐石创芯、TCL 等知名客户批量供货。 （3）部分型号在知名客户处取得全球前三供应位次，实现国产替代。
工业类 MLCC	高容量。发行人凭借精细粉末分散、超薄陶瓷薄膜成型、高精密堆叠与压合、薄介陶瓷及金属电极快速共烧等技术，实现陶瓷介质层与金属电极层的薄层化以及超多层精密堆叠，从而在有限尺寸内显著提升 MLCC 容量。	AI 服务器算力及功率持续提升，同时 PCB 空间有限，对 MLCC 在有限尺寸下实现更高容量提出较高要求。发行人工业类 MLCC 的高容量优势与上述需求契合，持续批量供应多家头部服务器厂商。	（1）代表性型号突破：发行人工业类 MLCC 在 0805 与 1206 尺寸下可分别实现 100 μ F 与 220 μ F 的最高容量，已追平村田、三星电机在该尺寸下最高容量，达目前行业最高容量水平，并已批量供应头部服务器厂商。根据弗若斯特沙利文数据，发行人该等型号率先填补了中国大陆厂商的量产供应空白。 （2）众多知名客户认可：发行人工业类 MLCC 已向 A 公司、中兴通讯、摩尔线程、鸿海精密、超聚变、记忆科技等知名客户批量供货。 （3）部分型号在知名客户处取得全球前三供应位次，实现国产替代。
车载类 MLCC	高可靠。发行人通过长期持续投入建立起涵盖材料体系、产品设计、制造工艺、检测筛选等全流程的系统能力，从而满足车规级高可靠要求。	随着汽车电动化、智能化持续深化，汽车电子系统集成度和复杂度不断提升，同时车载应用环境复杂、产品生命周期长，对 MLCC 耐温、耐压、稳定性及长期可靠性提出更高要求。发行人依托完整的车规级研发、制造及质量管控体系形成高可靠性优势，与上述需求高度契合，并已实现 0201-1210 全尺寸系列车载 MLCC 开发和规模化供货，持续进入整车厂及 Tier1/Tier2 供应体系。	（1）行业地位：根据弗若斯特沙利文数据，发行人是目前国内少数通过 IATF16949 体系认证且全尺寸系列车载 MLCC 产品满足 AEC-Q200 标准的 MLCC 制造企业。 （2）众多知名客户认可：发行人车载类 MLCC 已向 A 公司、比亚迪、零跑汽车等知名客户规模化供货，并在报告期内进一步拓展吉利、蔚来等主机厂及多家 Tier1/Tier2 车载客户。 （3）部分型号在知名客户处取得全球前三供应位次，实现国产替代。

注：上述供应位次情况主要来源于客户告知的招标结果。

除上表列示的各细分产品代表性技术优势外，发行人 MLCC 产品在高精度、高频率、耐高温、耐高压等方面亦具备较强技术能力。上述各项技术优势均依托发行人覆盖材料配方、产品设计及生产工艺的全流程核心技术体系形成，并持续匹配下游应用对 MLCC 性能升级的需求，共同支撑发行人产品实现客户导入、规模化量产及持续供货，对发行人市场地位的形成具有重要作用。

总体来看，发行人自成立以来坚持高端化产品战略，契合消费类、工业类和车载类 MLCC 不同应用场景的需求特点，持续形成并强化超微型、高容量、高可靠性等代表性技术优势，并依托规模化生产能力、完善的质量管控体系、丰富

的头部客户资源及国产替代能力，推动相关技术优势持续转化为规模化量产、客户导入及批量供货，进而在各细分产品领域形成相应市场地位，并共同支撑发行人在中国 MLCC 行业中的整体市场地位。根据弗若斯特沙利文数据，按 2025 年 MLCC 营业收入计，发行人位列中国大陆 MLCC 厂商第 3 位，是中国大陆 MLCC 产业中具备代表性的核心厂商，且发行人高端产品收入占比较高，报告期各期高端 MLCC 产品收入占比分别为 74.31%、79.51%、83.21%和 84.14%，持续提升，是国内高端 MLCC 领域的代表性品牌。

发行人上述市场地位具有充分、客观的依据支撑，具体体现于前述行业排名、代表性高端产品型号的技术及产业化突破、头部客户覆盖及持续批量供货、部分型号在知名客户处取得全球前三供应位次等多个方面，相关依据主要包括弗若斯特沙利文研究报告、主要客户确认、客户招标及供应位次确认资料、实际量产供货记录等，能够客观印证发行人相关市场地位。

二、中介机构核查

（一）核查依据和过程

保荐人、申报会计师执行了以下核查程序：

1、查阅发行人截至 2026 年 9 月末的在手订单情况，统计各领域细分行业的在手订单金额及占比情况，问询销售负责人并了解 2026 年末和 2027 年预计新增订单情况；

2、统计发行人 2023 年至 2026 年 1-9 月各期主要产品的销量、销量同比变动情况，分析与下游行业变动趋势的一致性，是否存在下降或放缓情况；

3、查阅行业报告及新闻，了解消费类、车载类下游需求变动情况；

4、查阅盈利预测审核报告（容诚专字[2026]518Z1256 号），了解发行人 2026 年全年收入情况，结合在手订单分析是否存在下滑风险；

5、查阅研究报告、行业报道、各厂商官网及业绩说明会材料等公开资料，了解其扩产计划及产能配置重点；查阅募投项目可行性研究报告及经济效益测算明细，了解本次募投项目支出的具体内容、新增产能情况、募投项目效益；结合前述信息，分析日韩厂商扩产计划、产能配置重点对 MLCC 行业产能供给情况和竞争格局、发行人相关产品的市场竞争格局和发行人市场竞争力、以及发行人成长性、业绩稳定性、产能消化的具体影响；

6、获取发行人核心技术清单及具体资料，分析发行人各细分产品的主要技术优势及其与发行人市场地位的关系；获取弗若斯特沙利文研究报告、主要客户确认、客户招标及供应位次确认资料、实际量产供货记录等，分析发行人市场地位的具体依据与体现。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、2023 年至 2026 年 1-9 月，公司各期消费类、工业类及车载类产品销量均持续增长，总体未出现因下游需求波动导致销量大幅下滑情形，消费类和车载类

终端行业出货量波动对公司的传导影响有限；随着在手订单逐步转化为销售收入，发行人 2026 年收入结构与 2025 年相比，预计表现为工业类收入占比快速上升，车载类收入稳定或微增，消费类收入占比下降；公司未来订单规模仍有望保持增长趋势，主要原因包括单一终端的波动不改变整体需求方向、公司产品具体应用领域广泛且部分应用领域保持增长性需求、高端应用 MLCC 仍有结构性供需缺口、公司持续抢占外溢订单并推动转化为长期稳定业务等；2026 年度及 2027 年度预计不存在收入下滑风险。

2、日韩厂商与国内龙头厂商扩产重点为 AI 服务器、数据中心、汽车电子等领域，短期内不会改变 MLCC 总体行业竞争格局，日韩厂商在规模上仍占据主导地位；同时，短期内消费类 MLCC 产能供给大幅增加的可能性较低，发行人在消费类领域的规模和份额、市场竞争力可能随下游具体细分应用需求增长、扩产后高容自产品逐步上量后而提升，同时发行人产能消化具备可实现性，发行人出现成长性不足、业绩大幅下滑和产能难以消化的风险较小。

3、发行人市场地位具有充分、客观的依据支撑，具体体现于行业排名、代表性高端产品型号的技术及产业化突破、头部客户覆盖及持续批量供货、部分型号在知名客户处取得全球前三供应位次等多个方面，相关依据主要包括弗若斯特沙利文研究报告、主要客户确认、客户招标及供应位次确认资料、实际量产供货记录等，能够客观印证发行人相关市场地位。

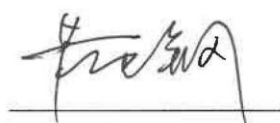
（本页无正文，为《关于广东微容电子科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）



发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于广东微容电子科技股份有限公司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的回复》的全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长：



黄卫钢

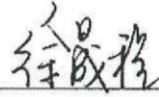
广东微容电子科技股份有限公司

2016年10月20日



（本页无正文，为华泰联合证券有限责任公司《关于广东微容电子科技股份有限公司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的回复》之签章页）

保荐代表人：



徐晟程



王泽川

华泰联合证券有限责任公司

2016年 10 月 20 日



保荐人法定代表人声明

本人已认真阅读广东微容电子科技股份有限公司本次落实函回复的全部内容，了解落实函回复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，落实函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、及时性承担相应法律责任。

保荐人法定代表人：


江禹

华泰联合证券有限责任公司

2016年10月20日

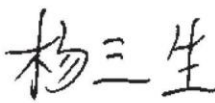


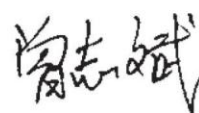
（此页无正文，为广东微容电子科技股份有限公司容诚专字[2026]518Z1444 号
之签字盖章页）



中国·北京

中国注册会计师：  
任晓英（项目合伙人）

中国注册会计师：  
杨三生

中国注册会计师：  
曾志斌

2026 年 10 月 20 日