

目 录

一、关于募投项目·····	第 1—21 页
二、关于募投项目效益测算·····	第 21—41 页
三、关于经营业绩·····	第 41—69 页
四、关于应收账款及存货·····	第 69—86 页
五、关于偿债能力·····	第 86—92 页
六、关于商誉·····	第 92—96 页
七、关于其他·····	第 96—107 页

关于江苏日盈电子股份有限公司 向特定对象发行股票申请文件的审核问询函中 有关财务事项的说明

天健函〔2023〕634号

上海证券交易所:

由中信建投证券股份有限公司转来的《关于江苏日盈电子股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函》(上证上审(再融资)(2023)100号,以下简称审核问询函)奉悉。我们已对审核问询函所提及的江苏日盈电子股份有限公司(以下简称日盈电子公司或公司)财务事项进行了审慎核查,现汇报如下。

一、关于募投项目

根据申报材料,1)公司前次募集资金净额为14,153.32万元,募投项目为精密注塑件、汽车小线束、长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目、前挡清洗系统、大灯清洗系统、雨量传感器、阳光传感器、天窗控制及研发中心等,项目最终投资额度低于预期,效益实现低于预期;2)本次募投项目为汽车智能座舱电子产品产能建设项目、补充流动资金,拟使用募集资金39,814.0万元;3)报告期内公司摩托车主线、汽车小线束的产能存在下降的情形,各主要产品的产能利用率相对较低且波动较大。

请发行人说明:(1)前次募投项目是否均已建设完成,是否需要继续投入募集资金;前次募集资金用途发生变更的原因,是否及时履行决策程序和信息披露义务;(2)前次各募投项目投资金额具体构成,各投资构成科目中使用募集资金投入情况,是否为非资本性支出,结合各项目投资金额中的基本预备费、铺底流动资金等非资本性支出情况、结余资金用于补充流动资金等情况说明前次

募投项目中实际补充流动资金的具体数额及其占募集资金总额的比例，是否超过 30%，是否涉及需要在本次募集资金中扣减的情况；(3) 前次募投项目效益未达预期的原因，前次募集资金投资项目毛利率及效益与同行业可比公司的比较情况；本次募投项目产品与发行人主营产品和前次募投产品的区别与联系，是否存在重复建设情况，实施本次募投项目的必要性、合理性；(4) 报告期内部分产品产能存在下降的原因、公司各产品产能规模、产能利用率与同行业可比公司的对比情况、产能利用率相对较低且波动较大的原因，结合前述情形及公司总体产能规划、市场空间、竞争优势、客户开拓情况、在手订单及意向性合同等说明募投项目新增产能规模的合理性及具体产能消化措施。请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

(一) 前次募投项目是否均已建设完成，是否需要继续投入募集资金；前次募集资金用途发生变更的原因，是否及时履行决策程序和信息披露义务

1. 前次募投项目是否均已建设完成，是否需要继续投入募集资金

公司前次募集资金投资项目为“前挡清洗系统、大灯清洗系统项目”“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”“雨量传感器、阳光传感器、天窗控制项目”“精密注塑件、汽车小线束项目”及“研发中心项目”。截至 2022 年 12 月 31 日，公司累计投入募集资金总额 14,543.70 万元，包括永久补充公司流动资金 3,430.88 万元。公司前次募集资金使用情况具体如下：

单位：万元

项目名称	募集资金拟投资金额	累计投入募集资金	项目达到预定可使用状态日期	备注
精密注塑件、汽车小线束	4,500.00	4,715.97	2019 年 2 月	结项
长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目	3,000.00	600.16	2019 年 12 月	终止
前挡清洗系统、大灯清洗系统	1,500.00	1,508.45	2019 年 6 月	结项
雨量传感器、阳光传感器、天窗控制	4,263.46	3,443.01	2019 年 6 月	结项
研发中心	889.86	845.23	2018 年 6 月	结项
永久补充流动资金	-	3,430.88	-	-
合计	14,153.32	14,543.70	-	-

注：累计投入募集资金与募集资金拟投资金额之间差额 390.38 万元，系募集资金专户累计

收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额

由上表可知，除“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”外，公司其余前次募投项目均已建设完成且结项，公司已将“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”终止并将剩余未使用募集资金用于永久补充流动资金。因此，公司就前次募集项目无需继续投入募集资金。

2. 前次募集资金用途发生变更的原因，是否及时履行决策程序和信息披露义务

(1) 前次募集资金用途发生变更的原因

经 2019 年 8 月 30 日第三届董事会第五次会议和 2019 年 9 月 18 日 2019 年第三次临时股东大会审议通过，公司将“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”终止，并将剩余未使用募集资金 2,473.40 万元用于永久补充流动资金。

公司原计划该项目是对公司主要产品进行扩产并丰富产品类型，该项目与“精密注塑件、汽车小线束项目”实质上仅有实施地点的差别。自 2018 年以来，汽车行业经历了下行周期，产销量整体呈下降趋势，对零部件的需求量亦随之减少，公司在前次募集资金投资的“精密注塑件、汽车小线束项目”已有生产设备的基础上，通过技术改进，提升工艺流程，进一步提高了设备的利用率，使得现有设备的产能能够满足母公司及子公司长春日盈对应客户的需求。因此，公司出于更好维护全体股东利益以及基于整体经营实际需要的考虑，将“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”终止并将结余募集资金用于永久补充流动资金。

(2) 是否及时履行决策程序和信息披露义务

2019 年 8 月 30 日公司召开第三届董事会第五次会议，审议通过了《关于募集资金投资项目结项或终止并将结余募集资金永久补充流动资金的议案》，结项“前挡清洗系统、大灯清洗系统项目”“雨量传感器、阳光传感器、天窗控制项目”“精密注塑件、汽车小线束项目”以及“研发中心项目”，终止“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”。2019 年 9 月 18 日，上述议案经公司 2019 年第三次临时股东大会审议通过。公司已就上述事项进行了披露，具体如下：

审议会议情	临时公告名称	公告编号	披露日期
-------	--------	------	------

况			
第三届董事会第五次会议	《第三届董事会第五次会议决议公告》	2019-042	2019年8月31日
	《独立董事关于第三届董事会第五次会议相关事项的独立意见》	-	2019年8月31日
	《关于募集资金投资项目结项或终止并将结余募集资金永久补充流动资金的公告》	2019-039	2019年8月31日
	《中信证券股份有限公司关于江苏日盈电子股份有限公司募集资金投资项目结项或终止并将结余募集资金永久补充流动资金的核查意见》	-	2019年8月31日
	《关于召开2019年第三次临时股东大会的通知》	2019-044	2019年8月31日
第三届监事会第四次会议决议	《第三届监事会第四次会议决议公告》	2019-043	2019年8月31日
2019年第三次临时股东大会	《2019年第三次临时股东大会决议公告》	2019-047	2019年9月19日
	《北京市中伦律师事务所关于江苏日盈电子股份有限公司2019年第三次临时股东大会的法律意见书》	-	2019年9月19日

由上表可知，公司针对变更前次募集资金用途事项已按照《公司法》《上市公司监管指引第2号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等法律法规及《公司章程》等公司内部规范性文件的规定要求及时履行了董事会及股东大会等决策程序，并及时履行了信息披露义务。

(二) 前次各募投项目投资金额具体构成，各投资构成科目中使用募集资金投入情况，是否为非资本性支出，结合各项目投资金额中的基本预备费、铺底流动资金等非资本性支出情况、结余资金用于补充流动资金等情况说明前次募投项目中实际补充流动资金的具体数额及其占募集资金总额的比例，是否超过30%，是否涉及需要在本次募集资金中扣减的情况

1. 前次各募投项目投资金额具体构成，各投资构成科目中使用募集资金投入情况，是否为非资本性支出

公司前次各募投项目使用募集资金的投入情况如下所示：

(1) 精密注塑件、汽车小线束项目

精密注塑件、汽车小线束项目总投资额为 5,909.96 万元，其中实际使用募集资金 4,715.97 万元，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目构成	计划投资金额	占比	实际使用募集资金金额	是否非资本性支出
1	一般建设工程（装修）	960.00	16.24%	960.00	否
2	设备购置及安装	3,400.00	57.53%	3,400.00	否
3	基本预备费	218.00	3.69%	174.50	是
4	铺底流动资金	1,331.96	22.54%	181.47	是
合计		5,909.96	100.00%	4,715.97	-

(2) 长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目

长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目总投资额为 12,148.92 万元，其中实际使用募集资金 600.16 万元，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目构成	计划投资金额	占比	实际使用募集资金金额	是否非资本性支出
1	一般建设工程	2,320.00	19.10%	-	否
2	设备购置及安装	6,760.00	55.64%	600.16	否
3	基本预备费	454.00	3.74%	-	是
4	铺底流动资金	2,614.92	21.52%	-	是
合计		12,148.92	100.00%	600.16	-

(3) 前挡清洗系统、大灯清洗系统项目

前挡清洗系统、大灯清洗系统项目总投资额为 6,312.14 万元，其中实际使用募集资金 1,508.45 万元，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目构成	计划投资金额	占比	实际使用募集资金金额	是否非资本性支出
1	一般建设工程（装修）	480.00	7.60%	12.95	否
2	设备购置及安装	4,150.00	65.75%	1,495.50	否
3	基本预备费	231.50	3.67%	-	是

4	铺底流动资金	1,450.64	22.98%	-	是
合 计		6,312.14	100.00%	1,508.45	-

(4) 雨量传感器、阳光传感器、天窗控制项目

雨量传感器、阳光传感器、天窗控制项目总投资额为 4,263.46 万元，其中实际使用募集资金 3,443.01 万元，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目构成	计划投资金额	占比	实际使用募集资金金额	是否非资本性支出
1	一般建设工程	240.00	5.63%	240.00	否
2	设备购置及安装	2,954.00	69.29%	2,954.00	否
3	基本预备费	159.70	3.75%	88.87	是
4	铺底流动资金	909.76	21.34%	160.14	是
合 计		4,263.46	100.00%	3,443.01	-

(5) 研发中心项目

研发中心项目总投资额为 3,379.00 万元，其中实际使用募集资金 845.23 万元，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目构成	计划投资金额	占比	实际使用募集资金金额	是否非资本性支出
1	研发中心装修升级	320.00	9.47%	3.53	否
2	设备购置及安装	3,059.00	90.53%	841.69	否
合 计		3,379.00	100.00%	845.23	-

2. 结合各项目投资金额中的基本预备费、铺底流动资金等非资本性支出情况、结余资金用于补充流动资金等情况说明前次募投项目中实际补充流动资金的具体数额及其占募集资金总额的比例，是否超过 30%，是否涉及需要在本次募集资金中扣减的情况

经中国证券监督管理委员会证监许可〔2017〕694 号文核准，2017 年 6 月，公司向社会公众公开发行人民币普通股（A 股）股票 2,201.90 万股，募集资金

总额 17,461.07 万元、净额 14,153.32 万元。上述募集资金到位情况经本所验证，并出具《验资报告》（天健验〔2017〕220 号）。

截至 2022 年 12 月 31 日，公司累计投入募集资金总额 14,543.70 万元，包括永久补充公司流动资金 3,430.88 万元。具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	总投资规模	拟使用募集资金金额	实际使用募集资金金额	非资本性支出金额
1	精密注塑件、汽车小线束	5,909.96	4,500.00	4,715.97	355.97
2	长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目	12,148.92	3,000.00	600.16	-
3	前挡清洗系统、大灯清洗系统	6,312.14	1,500.00	1,508.45	-
4	雨量传感器、阳光传感器、天窗控制	4,263.46	4,263.46	3,443.01	249.02
5	研发中心	3,379.00	889.86	845.23	-
6	永久补充流动资金	-	-	3,430.88	3,430.88
合计		32,013.48	14,153.32	14,543.70	4,035.87
募集资金总额					17,461.07
非资本性支出占募集资金总额的比例					23.11%

由上表可知，前次募集资金使用情况中涉及非资本性支出总额为 4,035.87 万元，占募集资金总额的比例为 23.11%，未超过 30%，故无需在本次募集资金中扣减。

（三）前次募投项目效益未达预期的原因，前次募集资金投资项目毛利率及效益与同行业可比公司的比较情况；本次募投项目产品与发行人主营产品和前次募投产品的区别与联系，是否存在重复建设情况，实施本次募投项目的必要性、合理性

1. 前次募投项目效益未达预期的原因

2019 年以来，公司前次募集资金项目的效益测算如下表所示：

单位：万元

实际投资项目	承诺效益	实际效益	截止日累计实现效益
--------	------	------	-----------

序号	项目名称		2019年	2020年	2021年	2022年	
1	精密注塑件、汽车小线束	1,581.37	94.09	-99.65	152.10	-23.52	123.02
2	长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目	3,430.38	76.36	260.61	229.53	96.57	663.07
3	前挡清洗系统、大灯清洗系统	2,052.24	361.55	216.78	178.23	273.20	1,029.76
4	雨量传感器、阳光传感器、天窗控制	1,095.52	10.66	-79.83	-40.10	-21.21	-130.48

注：“研发中心”不适用具体的效益测算

自公司首次公开发行股票并上市以来，汽车行业整体经历了下滑周期，公司整体利润水平呈波动下降趋势。

截至2022年12月31日，公司募集资金投资项目“精密注塑件、汽车小线束项目”累计实现收益123.02万元，原承诺效益每年1,581.37万元；“前挡清洗系统、大灯清洗系统项目”累计实现收益1,029.76万元，原承诺效益每年2,052.24万元；“雨量传感器、阳光传感器、天窗控制项目”累计实现收益-130.48万元，原承诺效益每年1,095.52万元。上述三个募集资金投资项目未达到预期收益，主要原因如下：（1）上述募集资金投资项目自2019年逐步建成并投产以来，受宏观经济波动影响以及汽车行业下降周期，乘用车产销量有所回落，在相对疲软的行业下行周期下，汽车行业产品价格年降、市场竞争的影响更为突出，公司部分产品订单未达预期；（2）由于原材料价格、人工成本等出现不同程度的上涨，导致公司用工成本、管理成本、生产成本上升；（3）受“芯片荒”等因素影响，主机厂出现不同程度减产、停产等情形，从而影响对公司等零部件供应商的产品需求。

截至2022年12月31日，公司募集资金投资项目“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”累计实现收益663.07万元，原承诺效益每年3,430.38万元，未达到预期收益，主要原因系公司“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”与“精密注塑件、汽车小线束项目”所投内容一致，仅是实施地点不同，公司基于整体经营的实际需要以及出于更好维护全体股东利益的考虑，公司投资金额由3,000.00万元调整为600.16万元。同时由于行业、市场竞争环境急剧变动导致市场需求、产品价格未及预期，综合导致该募投项目实际效益未达预期。

2. 前次募集资金投资项目毛利率及效益与同行业可比公司的比较情况

公司前次募投资金投资项目实现效益及毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	截止日累计实现效益	毛利率		
		2022年度	2021年度	2020年度
精密注塑件、汽车小线束	123.02	17.26%	21.97%	15.32%
长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目	663.07	22.02%	28.06%	26.44%
前挡清洗系统、大灯清洗系统	1,029.76	28.82%	28.72%	29.19%
雨量传感器、阳光传感器、天窗控制	-130.48	16.86%	17.26%	11.76%
合计	1,685.37	19.59%	22.77%	20.31%

截至 2022 年 12 月 31 日，公司前次募集资金投资项目累计实现效益共 1,685.37 万元。报告期内，公司前次募集资金投资项目“前挡清洗系统、大灯清洗系统”毛利率较为稳定，其余项目毛利率均呈先上升后下降的趋势。

同行业上市公司中与公司前次募投项目相类似的募投项目，其效益及毛利率如下：

单位：万元

上市公司	募投项目	效益	毛利率
德赛西威 (002920.SZ)	汽车电子智能工厂建设项目	28,015.74	23.02%
恒帅股份 (300969.SZ)	年产 1,954 万件汽车微电机、清洗冷却系统 零部件改扩建及研发中心扩建项目	1,857.98	24.94%
保隆科技 (603197.SH)	年产 2680 万支车用传感器项目	-	23.48%
泉峰汽车 (603982.SH)	年产 150 万套汽车零部件项目	20,546.90	13.44%
广东鸿图 (002101.SZ)	年产 500 万套汽车饰件项目	8,204.95	18.29%
岱美股份 (603730.SH)	墨西哥汽车内饰件产业基地建设项目	-	27.96%
银轮股份 (002126.SZ)	新能源乘用车热泵空调系统项目	-	23.00%
平均数			22.02%

注：数据来源于同行业上市公司《前次募集资金使用情况报告》《招股说明书》《募集说明书》等公开披露文件；同行业公司中沪光股份和肇民科技未披露相关数据

由上表可见，公司前次募投项目的毛利率与同行业上市公司披露的募投项目毛利率水平不存在重大差异。

3. 本次募投项目产品与公司主营产品和前次募投产品的区别与联系，是否存在重复建设情况

本次募投项目为汽车智能座舱电子产品产能建设项目及补充流动资金项目，其中汽车智能座舱电子产品产能建设项目主要对智能座舱配套的传感器总成、控制器总成和高速数据传输线束等产品进行产能建设，具体包含 PM2.5 传感器、主动温度传感器、温湿度传感器、压力温度传感器、天窗控制器和高速传输线束等产品。本次募投项目中除天窗控制器之外，其余产品与前次募投项目均不同。公司本次募投项目主要产品与现有产品直接的关联总结如下：

本次募投项目主要产品	相似的现有产品	联系与区别	是否涉及新产品或新技术
天窗控制器	天窗控制器	虽然都是天窗控制器，但是本次募投项目主要针对“一拖二”方案的开发，“一拖二”产品用于全景天窗+卷帘的控制，因此在外形尺寸、负载大小、参数要求等方面存在差异	是，“一拖二”方案以单个控制器控制双电机，和现有单个控制器控制单个电机相比，具有明显的成本优势
PM2.5 传感器	PM2.5 传感器	本次募投项目的 PM2.5 传感器应用于不同整车，其生产工艺、参数要求、通讯协议等与现有产品差异较大	是，相关工艺和参数要求不同
空气质量管理体系	-	本次募投项目的空气质量管理体系主要通过集成 PM2.5 传感器、二氧化碳传感器、温度传感器及香氛发生器等多种功能模块的传感器	是，创新产品，能够满足多场景的使用需求
主动温度传感器	温度传感器	各类温度传感器产线基本能够互通，本次募投项目可用于公司现有温度传感器，主要针对自动线的加大投入，以降低人工成本以及提升生产效率	否，主要系自动化程度的提升
温湿度传感器	温湿度传感器	通讯协议、产品外形、安装位置均不同，因此在生产工艺（注塑、密封）、参数要求（精度、电流）等方面存在差异	是，相关工艺和参数要求不同
压力温度传感器	-	仅在温度模块和现有产品在核心技术上重合，涉及压力模块属于全新的领域（技术参数、生产工艺等），在生产方面差异较大	是，创新产品
高速传输线束	高速传输线束	高速传输线束是公司的新产品，目前供货量较小，主要应用于车内 AM/FM、GPS、CELLPHONE、WIFI、360 全景影像等数据高速传输，是汽车智能化和网联化不可或缺的零部件；其中以太网高速线束具有轻质、统一、低成本等优势，传输速率最高可达 PAM2 28Gbit/s, PAM4 56Gbit/s	是，新产品的持续推进

由上表可知，公司本次募投项目的产品系在现有相关产品的基础上存在一定的延续和创新，非完全引入新产品或新技术，也并非仅仅增加原有产品的产能，且与前次募投项目产品存在较大区别，因此不存在重复建设的情况。

4. 实施本次募投项目的必要性、合理性

(1) 本次募投项目建设符合自身业务扩张需要

随着公司对既有客户需求的深入挖掘以及新客户的持续拓展，下游客户对于本次募投产品需求不断增加，与公司本次募投产品相关的现有产品保持了较高的产能利用水平，若未来产能无法得到有效扩张，产能不足将成为制约未来公司发展的瓶颈。与此同时，公司现有部分产线由于生产设备购置时间较早、使用时间较长，专用设备成新率不高，设备功能及生产效率与新购置的先进设备相比具有一定的差距。报告期内，与本次募投项目相关产品的产能利用率如下表所示：

产品	2022年度	2021年度	2020年度
PM2.5传感器	109.81%	33.37%	24.96%
温度传感器	93.29%	43.16%	28.48%
天窗控制器	70.73%	79.77%	48.50%
高速传输线束	52.09%	-	-

由上表可知，除高速传输线束以外的本次募投项目相关产品产能利用率均于2022年位于较高水平。其中，2022年因客户对PM2.5传感器订单增加，公司增加产线运行班次以应对下游客户增长的需求；高速传输线束系公司2022年8月新量产的产品，产能利用率已达52.09%。

本次募投项目“汽车智能座舱电子产品产能建设项目”能够进一步增加具有高技术含量、高附加值智能座舱配套产品的生产能力，打造“环境感知-数据传输-控制执行”的智能化汽车电子产品体系，有利于公司突破产能瓶颈为既有客户提供更加充裕的产品供给，同时也有利于公司加速开发其他潜在客户，推动公司业务规模的持续稳定增长，从而应对汽车行业激烈的智能化趋势。

(2) 本次募投项目建设符合提升产品自主可控的需要

由于受厂区面积、生产能力等因素限制，公司部分产品的SMT贴片等加工环节存在委托外部单位实施的情况。虽然委外加工可以暂时缓解公司现有产能不足的问题，公司内部也制定严格的质量控制程序定期对外协生产厂商进行考核，并与外协生产厂商形成了多年合作经验，但仍无法对产品加工过程、加工周期、交

货周期进行全面控制；委外加工一定程度增加公司产品生产成本，不利于公司盈利能力的持续优化。

本次募投项目“汽车智能座舱电子产品产能建设项目”将引进自动贴片机、SPI 锡膏检测机、AOI 光学自动检测设备等各类先进设备，并配备相关技术生产人员，搭建 SMT 自动化生产线，以强化公司在 SMT 贴片等工艺方面的自主加工能力，提升产品自主可控水平，促使产品质量得到进一步保障，并有效控制产品成本，持续提升公司产品在市场中的竞争力。

(3) 本次募投项目建设顺应了乘用车特别是新能源汽车的行业发展趋势

近年来，乘用车产业发展逐步加快。根据中国汽车工业协会数据，2022 年我国乘用车产销量分别为 2,386.6 万辆和 2,356.3 万辆，同比分别增长 11.2%和 9.5%。2022 年，我国新能源汽车持续爆发式增长，产销量分别为 705.8 万辆和 688.7 万辆，同比增长 96.9%和 93.4%。根据中国汽车工业协会预计，中国汽车市场 2023 年总销量达 2760 万辆，2025 年中国汽车总销量有望达到 3,000 万辆，其中新能源车销量有望达到 900 万辆。

新能源汽车的加速渗透，进一步带动汽车智能化的发展，智能座舱的科技配置新车渗透率也逐年提升。根据 IHS Markit，全球智能座舱渗透率约 50%，未来市场空间巨大。新能源汽车销量的增长将为智能座舱带来显著的需求增长。

综上所述，公司有必要在现有生产能力的基础上，引进先进的生产制造设备以增加高技术含量、高附加值智能座舱配套产品的生产能力，有必要在场地、设备及人员充足的情况下，持续提升自身产品制造能力与水平，不断完善工艺自制配套能力，以强化公司自主加工能力，提升产品自主可控水平，促使产品质量得到进一步保障，并有效控制产品成本，持续提升公司产品在市场中的竞争力。本次募投项目的实施符合以新能源汽车为代表的汽车行业蓬勃发展的大趋势，有利于公司突破产能瓶颈为既有客户提供更加充裕的产品供给，同时也有利于公司加速开发其他潜在客户，推动公司业务规模的持续稳定增长，从而满足汽车行业日益普及的智能化需求。因此，本次募投项目具有合理性和必要性。

(四) 报告期内部分产品产能存在下降的原因、公司各产品产能规模、产能利用率与同行业可比公司的对比情况、产能利用率相对较低且波动较大的原因，结合前述情形及公司总体产能规划、市场空间、竞争优劣势、客户开拓情况、

在手订单及意向性合同等说明募投项目新增产能规模的合理性及具体产能消化措施

1. 报告期内部分产品产能存在下降的原因

报告期内公司主要销售产品的产能情况如下表所示：

单位：万件

产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	产能	变动率	产能	变动率	产能
摩托车主线	196.00	0.00%	196.00	40.00%	140.00
汽车小线束	567.00	0.00%	567.00	0.00%	567.00
车用传感器总成	215.00	0.80%	213.30	1.23%	210.70
清洗系统	2,304.50	7.14%	2,150.90	2.07%	2,107.20
天窗控制器总成	105.00	33.33%	78.75	31.25%	60.00

报告期内，公司主要产品产能不存在下降情形。2020 年公司摩托车主线、汽车小线束的产能较 2019 年存在下降的情形，具体原因如下：

(1) 摩托车主线 2020 年度产能较 2019 年度下降 28.57%，原因系摩托车线束为人力密集型产线，其规模产能主要受后道装配影响，公司可在年初根据年度排产计划及时调整产能。2020 年度公司承接客户订单量较上一年有所降低，公司随即调整了该年摩托车线束的排产计划并缩减了当年产线，导致该年产能下降。

(2) 汽车小线束 2020 年度产量较 2019 年度下降 40.00%，主要原因系汽车线束的原主要客户浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司及其子公司回款较差，且客户维护成本较高，公司自 2020 年开始逐渐停止与其之间的合作，公司为使产能和产量需求更为匹配，进而相应削减了汽车线束的产能规模；与摩托车主线相似，汽车小线束的产能主要按后道装配进行统计，其主要依靠人力对线束做插壳、包绕和测试，不涉及固定资产的增减，产能的变化主要通过人力资源进行调配。

2. 公司各产品产能规模、产能利用率与同行业可比公司的对比情况、产能利用率相对较低且波动较大的原因

(1) 公司各产品产能规模、产能利用率与同行业可比公司的对比情况

报告期内，公司各主要产品产能规模、产能利用率情况如下表所示：

单位：万件

产品	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
摩托车主线	产能	196.00	196.00	140.00
	产能利用率	91.77%	66.88%	101.50%
汽车小线束	产能	567.00	567.00	567.00
	产能利用率	78.27%	72.94%	66.10%
车用传感器总成	产能	215.00	213.30	210.70
	产能利用率	70.03%	58.49%	42.36%
清洗系统	产能	2,304.50	2,150.90	2,107.20
	产能利用率	98.57%	75.72%	78.35%
天窗控制器总成	产能	105.00	78.75	60.00
	产能利用率	70.73%	79.77%	48.50%

从总体来看，公司目前各主要产品均达到 70%以上的产能利用率，公司现有业务均维持较高的产能利用水平。

下表选取了与公司业务相类似的近期披露产能、产能利用率数据的同行业上市公司，具体情况如下：

神通科技（单位：天）				
项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
注塑机	理论运行时间	55,099	46,043	41,802
	实际运行时间	40,500	35,231	32,217
	产能利用率	73.50%	76.52%	77.07%

新泉股份（单位：模次）				
项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
大型产品	产能	4,303,738	3,961,440	4,009,824
	产能利用率	93.56%	82.88%	84.48%
中型产品	产能	18,245,211	20,238,583	14,448,549
	产能利用率	95.96%	93.27%	83.45%
其他产品	产能	794,880	1,290,816	1,435,104
	产能利用率	87.22%	40.63%	73.15%

纽泰格（单位：天）

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
注（吹）塑设备	理论工作天数	20,740	19,234	19,148
	实际工作天数	18,873	16,036	14,242
	产能利用率	91.00%	83.37%	74.38%

博俊科技（单位：小时）

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
注塑机	理论工时	89,232.00	89,232.00	68,640.00
	实际工时	77,125.00	75,367.00	58,397.00
	产能利用率	86.43%	84.46%	85.08%

拓普集团（单位：万套）

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
内饰功能件	产能	700.00	450.00	300.00
	产能利用率	97.27%	96.70%	90.47%
汽车电子	产能	80.00	75.00	70.00
	产能利用率	92.79%	92.85%	96.00%

岱美股份（单位：万件）

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
顶棚中央控制器	产能	226.00	452.00	420.00	392.00
	产能利用率	50.00%	52.74%	19.12%	90.00%

数据来源：同行业上市公司披露的募集说明书等公开资料

根据上表数据，公司目前的整体产能利用率水平与同行业其他上市公司相比并不存在明显偏低的情况，整体与行业水平相近。

(2) 产能利用率相对较低且波动较大的原因

报告期内，公司摩托车线束的产能按照摩托车主线进行统计，其产能利用率整体较高，但 2021 年相对较低，主要原因系 2021 年订单量较客户原计划有所下降，在原计划增加了产能的前提下，产量略有下降，导致产能利用率有所降低。

报告期内，公司汽车小线束、车用传感器总成的产能利用率整体较高，且均呈现上升的趋势。主要原因系：1) 汽车小线束：由于公司与原主要客户浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司及其子公司停止合作，公司相应调整了汽车线束的

产能，导致整体产能利用率提升；2）车用传感器总成：主要系国内经济形势持续稳中向好，汽车产业生产能力逐步恢复，客户上汽大众和一汽大众的阳光传感器项目、一汽大众的 PM2.5 传感器项目、北汽的雨量传感器项目订单需求较大，产能利用率有所上升。

报告期内，公司清洗系统总成的产能利用率较高且相对稳定，2022 年进一步上升，主要系上汽大众前后档喷嘴订单需求增加所致。

报告期内，天窗控制器总成的产能利用率整体呈先上升后下降趋势，但 2020 年较低，主要原因如下：1）公司部分天窗控制器为非总成类产品，统计产能利用时未将该等产品纳入计算；2）公司因下游整车制造商北汽银翔、众泰汽车发生经营困境，导致对应上述客户应大规模量产的天窗控制器项目无法实施；3）公司积极开拓其他天窗控制器项目，应对上述经营不善客户带来的负面影响，2021 年天窗控制器产能利用率有所上升；4）2022 年，因芯片短缺，毓恬冠佳等客户向公司下达天窗控制器的订单需求有所减少，同时因市场装车计划降低导致客户向公司下达的订单波动较大，影响公司排产的稳定性，因此产能利用率较 2021 年度有所下降。

(3) 结合前述情形及公司总体产能规划、市场空间、竞争优势、客户开拓情况、在手订单及意向性合同等说明募投项目新增产能规模的合理性及具体产能消化措施

1) 公司总体产能规划

报告期内，公司主要产品的产能利用率存在一定波动，但与本次募投项目相关的传感器总成、控制器总成及高速传输线束产品均在 2022 年保持了较高的产能利用水平。

未来传统汽车零部件增速放缓、汽车“新四化”的不断渗透，为把握智能网联汽车和智能座舱发展机遇，公司拟大力开拓并发展在智能座舱领域的业务布局，不断向高价值、高技术产品转型，构建涵盖“环境感知-数据传输-控制执行”的智能化汽车电子产品体系，创造公司未来新的业务增长点，巩固公司在汽车零部件行业中的市场地位。

本次募投项目预计将在募集资金到位的三年内分批有序使用，资金预计使用进度为：第一年完成厂房的装修及配套工程的建设，第二年和第三年陆续购置各

类生产设备构建生产线，并于第二年进行产品生产，并逐步进行产能爬坡，于第五年实现满产，产能爬坡如下表所示：

T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
0%	30%	60%	85%	100%

注：T 表示募集资金到位年度

本次募投项目最终实现的产能为传感器总成 550 万件、控制器总成 200 万件、高速传输线束 2,000 万件。

2) 市场空间

智能座舱领域市场空间广阔，为本次募投项目产品带来较大需求，具体分析如下：

① 国内汽车销量维持在较高水平

国内汽车产销量在 2021 年恢复增长，并始终保持在 2,500 万辆以上的较高规模。具体情况详见本反馈意见回复二（四）2 之说明。

② 新能源汽车加速发展带动智能座舱需求旺盛

新能源汽车的加速渗透，进一步带动汽车智能化的发展，将对智能座舱相关感知、传输、执行配套部件形成更大需求。具体情况详见本反馈意见回复二（四）2 之说明。

3) 公司竞争优势

公司具备较强的技术研发优势。公司目前已经具备汽车电子产品同步开发能力，并已实现批量供货，为客户提供整体的汽车电子产品的解决方案。具体情况详见本反馈意见回复二（四）2 之说明。

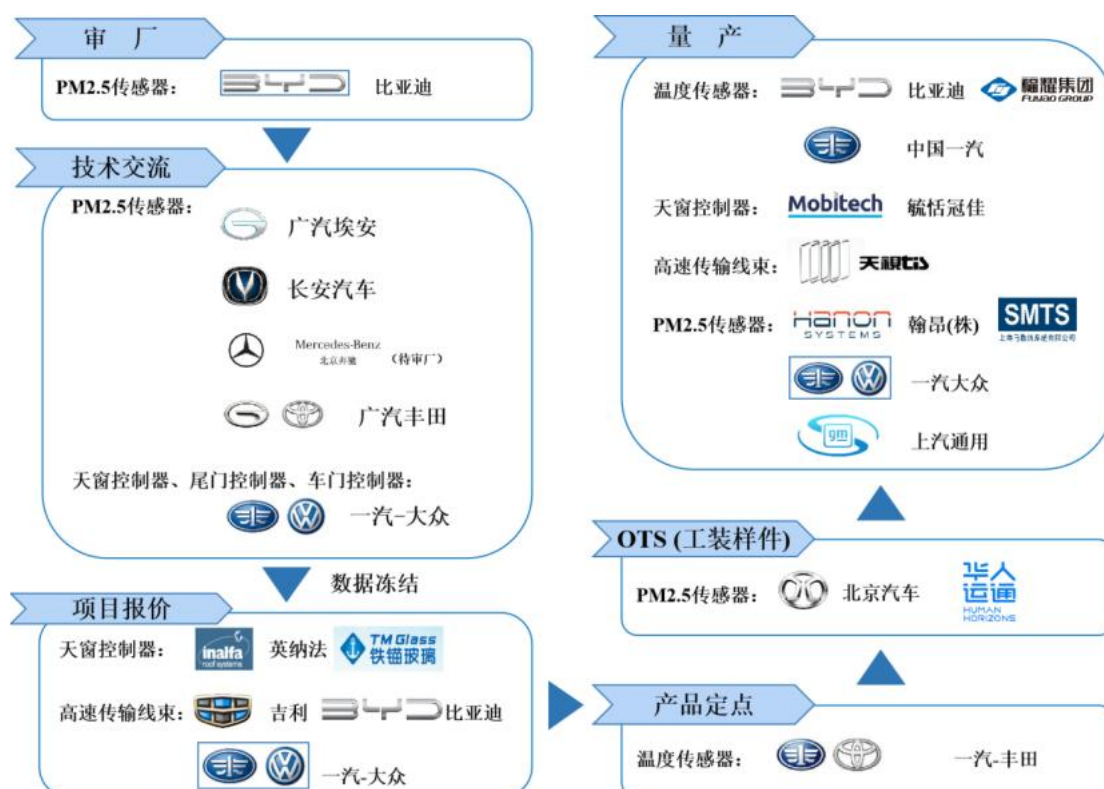
公司一直致力于模具的自主设计开发，同时具备冲压模具及注塑模具开发能力，对于连接器及端子、车用注塑结构件等具备丰富开发经验。公司采用精益生产模式（TPS）进行生产管理，并持续提高生产自动化和智能化水平。具体情况详见本反馈意见回复二（四）2 之说明。

公司目前已形成多部门联动的快速响应机制，对客户需求作出快速反应，从而节省产品设计和生产时间。同时，公司具有合理的生产基地战略布局，并积极开展海外营销网络建设，具体情况详见本反馈意见回复二（四）2 之说明。

公司在汽车洗涤系统产品领域已经取得了较为领先的市场地位，并拥有较高的市场占有率。同时，公司增强与汽车整车厂的合作紧密度，具有优秀的客户资源。具体情况详见本反馈意见回复二（四）2之说明。

4) 客户开拓、在手订单及意向性合同等情况

凭借众多优质稳定的客户资源，公司本次募投资项目涉及的主要产品均已实现量产，并且仍有一些项目正在开发之中。公司本次募投产品与重点客户推进所处阶段如下所示：



公司本次募投资项目客户开拓、在手订单及意向性合同具体情况详见本反馈意见回复二（四）之说明。上述项目的定点和量产将进一步为本次募投资项目产能的消化提供业务来源。

5) 公司的具体产能消化措施

公司现已针对公司产能扩张计划制定了清晰的产能消化措施，包括对营销渠道的布局、既有客户的挖掘、潜在客户的拓展、品牌形象的提升等方面的举措，持续提升公司订单获取能力，具体措施如下：

渠道布局方面，公司将继续完善并拓展营销体系网络建设，依托江苏常州总部及吉林长春、广东江门生产基地，不断扩大公司网点辐射范围，加强销售和服务能力，从而提升公司市场占有率，提升消化本次新增产能的能力；同时，公司

将积极开展海外布局，一方面依托重要联营公司 EMS GmbH 和 MST GmbH 在欧洲市场的业务，为公司持续开拓欧洲市场提供资源导流；另一方面公司已于 2022 年 12 月在美国设立孙公司，积极开展在北美的研发、生产和销售，进一步扩大海外业务布局，提升公司综合实力。

既有客户挖掘方面，公司将继续通过良好的产品工艺品质，强化与现有客户合作粘性。目前，公司与国内一汽大众、上汽大众、上汽通用、北京奔驰、沃尔沃、一汽集团、上汽集团、广州汽车、吉利汽车、北京汽车、北京长安等知名企业等形成稳定的合作关系，具有较强的客户资源基础；同时，公司将继续挖掘既有客户在智能座舱领域的各类需求，不断拓宽产品在客户更多项目中的应用；此外，公司也将积极顺应行业技术发展趋势，持续优化和丰富产品结构，与客户的技术需求发展方向实现同步。

潜在客户拓展方面，公司经过多年的研发投入，掌握了多项与传感器总成、控制器总成、高速传输线束等产品相关的核心技术，并拥有多项技术专利，具有一定的技术优势。未来公司将主动拓展新客户群体，通过先进技术方案及成熟应用案例的广泛推广宣传，持续扩大公司客户范围。此外，公司将积极开展行业前沿技术与具有需求的潜在客户形成技术接洽，进而进一步带动公司全产品系列向新客户的推广应用，加大既有产品的销售需求，从而对本项目新增产能形成消化基础。

品牌形象提升方面，公司将基于现有产品系列，继续完善产品组合，并继续严把产品质量关口，将质量管控措施贯穿于材料采购至产品出库的全过程，继续坚持以严苛的检测标准检测产品，确保向客户提供质量过硬的产品。同时，公司将依托现有客户的高度认可，加强品牌形象的维护和管理，积极参与行业协会活动、行业展会，通过专业平台向国内外客户展现公司品牌，提升品牌和产品在汽车零部件领域的知名度和美誉度，进一步提升公司市场份额，助推新增产能消化。

综上所述，根据公司总体产能规划、市场空间、竞争优势、客户开拓情况、在手订单及意向性合同等，本次募投项目新增产能规模具有合理性；公司亦与一些重点客户持续开展项目开发，并制定了多种市场营销措施，为消化未来产能做准备，本次募投项目的新增产能消化存在良好基础，能够保障投产产品的顺利销售。

（五）核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 查阅公司《前次募集资金使用情况报告》，了解公司前次募投项目进展情况、前次募集资金用途发生变更的原因以及前次募投项目效益未达预期的原因；

(2) 查阅公司关于调整前次募投项目相关审批及披露文件；

(3) 查阅公司前次募投项目的可行性研究报告及《江苏日盈电子股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》，了解募投项目的具体投入情况，并计算非资本性支出比例，判断是否符合相关规定；

(4) 查阅同行业上市公司公开披露的资料，了解行业内公司募集资金投资项目毛利率及效益情况以及各产品产能规模、产能利用率情况；

(5) 访谈公司研发部门负责人，了解本次募投项目产品与公司主营产品和前次募投产品的区别与联系；

(6) 访谈公司总经理，了解本次募投项目的必要性、合理性，了解公司报告期内部分产品产能存在下降的原因，了解产能利用率相对较低且波动较大的原因，了解公司竞争优势和总体产能规划；

(7) 访谈公司销售部门负责人，了解公司目前客户开拓情况及在手订单情况；

(8) 获取并查阅中国汽车工业协会、IHS 等机构统计数据，了解公司所在行业及主营产品细分市场未来市场空间预测情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司前次募投项目均已建设完成，无需继续投入募集资金；前次募集资金用途发生变更的原因系公司出于更好维护全体股东利益以及基于整体经营实际需要的考虑，公司已按照相关法律法规以及内部规范性文件的规定及时履行了决策程序及信息披露义务；

(2) 公司前次募投项目中“精密注塑件、汽车小线束项目”“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”“前挡清洗系统、大灯清洗系统项目”“雨量传感器、阳光传感器、天窗控制项目”的投资金额包括一般建设工程、设备购置及安装、基本预备费、铺底流动资金；“研发中心项目”的投资金额包括研发

中心装修升级、设备购置及安装；公司前次募投项目的实际补充流动资金数额占募集资金总额的比例未超过 30%，不涉及需要在本次募集资金中扣减的情况；

(3) 公司前次募投项目“精密注塑件、汽车小线束项目”“前挡清洗系统、大灯清洗系统项目”“雨量传感器、阳光传感器、天窗控制项目”未达到预期收益，主要系受宏观经济波动，乘用车市场需求有所回落叠加原材料、芯片成本上升等综合因素的影响；“长春日盈精密注塑件及汽车小线束生产建设项目”被终止，叠加行业、市场竞争环境急剧变动导致市场需求、产品价格未及预期，综合导致该募投项目实际效益未达预期；公司前次募投项目的毛利率与同行业上市公司披露的募投项目毛利率水平不存在重大差异；公司本次募投项目的产品在现有相关产品的基础上存在一定的延续和创新，非完全引入新产品或新技术，也并非仅仅增加原有产品的产能，且与前次募投项目存在很大区别，不存在重复建设的情况；公司本次募投项目的实施具有必要性和合理性，对公司提高生产能力、自主可控水平、降本增效具有积极的支持作用；

(4) 公司报告期内部分产品产能下降主要受到下游客户订单规模、与客户合作关系终止等因素的影响；公司目前的整体产能利用率水平与同行业其他上市公司相比并不存在明显偏低的情况，整体与行业水平相近；根据公司总体产能规划、市场空间、竞争优势、客户开拓情况、在手订单及意向性合同等，本次募投项目新增产能规模具有合理性；公司亦与一些重点客户持续开展项目开发，并制定了多种市场营销措施，为消化未来产能做准备，本次募投项目的新增产能消化存在良好基础，能够保障投产产品的顺利销售。

二、关于募投项目效益测算

根据申报材料，1) 本次向特定对象发行股票拟募集资金总额不超过 39,814 万，其中 5,800.00 万元用于补充流动资金；2) 对本次募投项目的效益测算，公司在营业收入测算时预估了产品未来的销售价格，营业成本的测算中直接人工成本预计占预测收入的比例为 3.19%，较 2022 年 1-9 月的直接人工成本占主营业务收入的比例 11.95%大幅下降；3) 截至目前，本次募投项目主要产品的在手预测订单为 2,775.42 万元。

请发行人说明：(1) 2022 年的营业收入实现数与预测数的差异情况，分析

2022年-2024年的营运资金需求测算是否准确；结合期末公司货币资金余额及使用安排等分析募集资金补流的必要性与规模的合理性；(2)结合同类产品的市场价格、报告期内公司产品价格变化、年降政策等说明募投项目产品未来销售价格预测的合理性；(3)结合募投项目产品自动化对效率的具体影响等，量化分析直接人工成本预计占预测收入的比例大幅下降的原因及合理性；(4)截至目前本次募投项目主要产品的在手预测订单各类产品的数量、金额，结合项目效益测算过程、在手订单规模、募投产品预计市场消化情况等说明效益测算的谨慎性，以及效益测算决策程序及信息披露情况。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

(一) 2022年的营业收入实现数与预测数的差异情况，分析2022年-2024年的营运资金需求测算是否准确；结合期末公司货币资金余额及使用安排等分析募集资金补流的必要性与规模的合理性

1. 2022年的营业收入实现数与预测数的差异情况，分析2022年-2024年的营运资金需求测算是否准确

公司2021年度营业收入58,165.36万元，相较2019年复合增长率为8.00%；2022年前三季度，营业收入52,896.17万元，相较2021年前三季度增长率为26.57%。基于2019年至2022年前三季度收入增长情况以及汽车零部件行业长期向好的发展趋势判断，谨慎假设公司2021-2024年营业收入增长率为8.00%，则2022年营业收入预测数为62,818.58万元。公司2022年度营业收入为71,143.54万元，较预测的2022年营业收入62,818.58万元提升13.25%。

公司未来三年营运资金缺口测算过程如下：

(1) 最低现金保有量

单位：万元

项目	计算方式	金额
最低现金保有量	①=②÷③	14,532.13
2022年度付现成本总额	②=④+⑤-⑥	69,185.06
2022年度营业成本	④	60,641.94
2022年度期间费用总额	⑤	11,919.02
2022年度非付现成本总额	⑥	3,375.91
货币资金周转次数（现金周转率）	③=360/⑦	4.76

现金周转期（天）	⑦=⑧+⑨-⑩	75.62
存货周转期（天）	⑧	93.00
应收款项周转期（天）	⑨	104.96
应付款项周转期（天）	⑩	122.34

(2) 未来三年营运资金需求

单位：万元

项目	2022年	2023年E	2024年E	2025年E
营业收入	71,143.54	84,576.94	100,546.85	119,532.22
收入增长率（预计）	-	18.88%	18.88%	18.88%
经营性资产	41,456.85	49,284.78	58,590.78	69,653.96
应收票据	-	-	-	-
应收账款	20,900.26	24,846.67	29,538.25	35,115.69
应收款项融资	3,242.66	3,854.94	4,582.83	5,448.17
预付账款	235.56	280.04	332.92	395.78
存货	17,078.37	20,303.12	24,136.78	28,694.32
经营性负债	25,153.76	29,903.32	35,549.70	42,262.24
应付票据	5,673.44	6,744.70	8,018.24	9,532.25
应付账款	19,076.32	22,678.33	26,960.48	32,051.18
合同负债	404.01	480.29	570.98	678.80
营运资金	16,303.09	19,381.45	23,041.08	27,391.72
营运资金需求	-	3,078.37	3,659.63	4,350.64
未来三年资金总需求		11,088.64		

注1：公司2018年至2022年营业收入复合增长率为18.88%，因此假设公司2023年至2025年的收入增长率仍为18.88%

注2：假设公司2023年至2025年经营性资产、经营性负债占营业收入的比例与2022年保持不变

(3) 未来三年营运资金缺口

项目	计算公式	金额
截至2022年12月31日货币资金及交易性金融资产余额	①	9,943.25
截至2022年12月31日前次募集资金余额（含利息）及受限货币资金余额	②	1,320.54
可自由支配资金余额	③=①-②	8,622.71

未来三年自身经营利润积累	④	9,622.59
最低现金保有量	⑤	14,532.13
未来三年营运资金需求	⑥	11,088.64
未来三年预计现金分红支出	⑦	1,924.52
已审议的投资项目资金需求	⑧	17,218.83
资金需求合计	⑨=⑤+⑥+⑦+⑧	44,764.11
资金缺口	⑩=⑨-③-④	26,518.81

注1：公司2018年至2022年平均净利率为3.16%，因此计算公司“未来三年自身经营利润积累”时按照3.16%测算

注2：根据《公司章程》规定，“在当年实现的净利润为正数且当年未分配利润为正数的情况下，公司应当进行分红，且以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%”，基于谨慎性考虑，计算“未来三年预计现金分红支出”时假设按照20%分红

注3：“已审议的投资项目资金需求”为17,218.83万元，主要考虑以下2方面：①2021年2月，公司第三届董事会第十三次会议以及2021年第一次临时股东大会审议通过，公司拟投资建设“5G智能化汽车零部件制造项目”，总投资为100,521.95万元，其中固定资产投资66,502.72万元，截至2022年12月31日，公司已投入18,719.89万元，该项目的子项目即本次募投“汽车智能座舱电子产品产能建设项目”拟投入34,014.00万元，据此计算公司需自有资金投入13,768.83；②2022年8月，公司第四届董事会第三次会议审议通过，基于长期发展战略和业务拓展需要拟在美国投资设立孙公司，投资金额500.00万美元

由上表可知，公司未来三年资金缺口为26,518.81万元，高于补充流动资金5,800.00万元，整体测算较为谨慎。

2. 结合期末公司货币资金余额及使用安排等分析募集资金补流的必要性与规模的合理性

报告期末，公司货币资金余额为9,943.25万元，主要为满足公司日常经营需要。报告期内，随着公司业务规模不断扩大，公司日常经营付现支出快速增长，2022年经营活动及投资建设等重要现金月均支出已达6,331.51万元，具体情况详见本反馈意见回复五（一）1之说明。同时考虑到公司未来业务拓展需要等因素，公司未来1-2个月的资金支出预计在1亿元左右，主要用于购买原材料、支付员工工资、缴纳税费、在建工程“5G智能化汽车零部件制造项目”的持续投入等。

2022年末，公司主要流动资产包括货币资金、交易性金融资产、应收账款、应收款项融资，主要流动负债包括短期借款、应付票据、应付账款，具体分布如下：

单位：万元

资产/负债类别	项目	账面价值
流动资产	货币资金	9,943.25
	交易性金融资产	-
	应收账款	20,900.26
	应收款项融资	3,242.66
流动负债	短期借款	29,456.39
	应付票据	5,673.44
	应付账款	19,076.32
短期资金缺口		20,119.98

由上表可知，公司短期内存在资金缺口 20,119.98 万元，本次募集资金中用于补充流动资金数额为 5,800.00 万元，未超过公司短期的资金缺口，募集资金规模合理。

综上所述，公司 2022 年度营业收入大于预测数，2022 年至 2024 年的营运资金需求测算金额偏谨慎，低于实际资金需求；本次补充流动资金主要用于维持公司日常业务发展及费用支出，可以有效改善公司流动资金状况，提高公司经营效益，具有较强的必要性与规模合理性。

（二）结合同类产品的市场价格、报告期内公司产品价格变化、年降政策等说明募投项目产品未来销售价格预测的合理性

1. 同类产品市场价格

目前，国内上市公司中从事智能座舱配套产品类似业务的上市公司主要为德赛西威、均胜电子、保隆科技，其智能座舱产品涵盖范围具体如下：

公司名称	智能座舱产品涵盖范围
德赛西威	车载信息娱乐系统、驾驶信息显示系统、显示终端、车身信息与控制系统
均胜电子	仪表盘、车载信息娱乐系统、人机交互系统，软件系统和数据服务
保隆科技	车用传感器（压力、光雨量、速度、位置、加速度和电流类）、ADAS（高级辅助驾驶系统）
日盈电子	传感器、控制器、高速传输线束

由于以上同行业上市公司未公开具体产品的市场价格或无法通过已公开披露的信息合理计算，以下将重点从报告期内公司产品价格变化、年降政策等方面进行分析。

2. 公司产品价格变化及年降政策

本次募投项目拟生产传感器、控制器、高速传输线束三类产品，其中，传感器、控制器已稳定生产多年，历史数据可参考性较强；高速传输线束是 2022 年 8 月开始批量生产的新产品，历史数据不足，报告期内不适用于价格变动对比。

报告期内，公司募投项目涉及主要产品平均单价具体如下：

单价：元/件

产品	2022年度	2021年度	2020年度
PM2.5传感器	108.04	110.24	97.84
温度传感器	20.45	21.33	16.25
天窗控制器	41.08	40.05	38.64
高速传输线束	20.32	-	-

根据上表可知，公司募投项目涉及的传感器、控制器产品价格整体波动较小，主要系产品型号的变动所致。

(1) PM2.5 和温度传感器

2021 年和 2022 年，PM2.5 传感器总成的单价分别为 110.24 元/件、108.04 元/件，最近两年的加权平均单价为 108.43 元/件；2021 年和 2022 年，温度传感器总成的单价分别为 21.33 元/件、20.45 元/件，最近两年的加权平均单价为 20.74 元/件。公司当时测算本次募投项目的传感器总成的价格时，综合考虑传感器的销售单价以及量产比例，按照 PM2.5 传感器、温度传感器各产 30%、70% 的产品结构权重进行预测，测算加权平均单价为 47.05 元/件（ $108.43 \times 30\% + 20.74 \times 70\% = 47.05$ ），谨慎起见本次募投中传感器总成的销售单价取值 45 元/件，根据目前在手订单和意向客户开拓情况，PM2.5 传感器的订单规模较温度传感器更高，因此公司本次募投中传感器总成单价的取值谨慎。

公司报告期内销售的 PM2.5 传感器主要为单通道产品，即主要功能体现为车内或车外 PM2.5 的监测。本次募投项目中，因汽车电子产品的技术更新较快，各类产品不断推陈出新，公司预计将推出包含多模块功能的多合一传感器——空气质量管理系统，即单个产品可实现搭建以车内/车外双通道 PM2.5 监测为主，二氧化碳、温湿度监测以及香氛发生器等为辅的汽车智能座舱空气净化系统，其预

计单价将显著高于报告期内销售的单通道 PM2.5 传感器，该多合一 PM2.5 传感器已实现工装样件，并在 2023 年 4 月开幕的上海国际车展上展示。

因此，尽管汽车零部件行业通常存在年降政策，但基于本次募投产品中传感器产品将实现更高技术升级和功能融合，预计产品售价将高于现有同类产品，本次募投产品在预测传感器单价时系综合考虑历史价格、产品结构比例做出，谨慎起见确定为 45 元/件；此外，结合目前的在手订单和意向客户开拓情况、新产品功能升级情况，预计未来的产品单价将高于现有产品单价，较为谨慎。

(2) 天窗控制器

2021 年和 2022 年，公司天窗控制器均价分别为 40.05 元/件和 41.08 元/件，考虑未来控制器叠加功能，如目前单个控制器控制双电机型的天窗控制器销售价格为 56 元/件，即使按照汽车行业较为严格的每年年降 3%-5%，连降 3 年计算，该产品年降后的稳定价格为 48.01-51.11 元/件；此外，公司正在开发的车门/尾门控制器单价预计可达 100 元以上。因此考虑年降政策及产品迭代等因素后，综合确定销售价格为 40 元/件。

(3) 高速传输线束

高速传输线束由于量产时间较短，主要根据当前订单单价并保守估算确定为 15 元/件。2022 年度，高速传输线束均价为 20.32 元/件，公司未来拟生产的高速传输线束较目前的产品尺寸略有缩短，且将推出传输速度和精度更高且应用场景更广的以太网线束，以太网线束的售价将高于现有高速传输线束。因此，在综合考虑了未来产品的尺寸、潜在的年降因素以及新产品更高售价的情况下，本次募投产品高速传输线束的均价预测为 15 元/件，较为谨慎。

(4) 同行业上市公司募投项目的测算情况

汽车零部件行业上市公司普遍存在募投项目测算单价时未考虑年降的影响，部分案例如下：

序号	上市公司	再融资	募投项目	募投产品单价预测情况
1	文灿股份	2022 年度向特定对象发行股票	汽车零部件智能制造项目	“车身结构件及一体化大铸件”、“新能源汽车三电系统核心零部件”均各保持 1,673.24 元/套、1,062.50 元/套不变
2	岱美股份	2022 年度向不特定对象发行可转债	墨西哥汽车内饰件产业基地建设项目；年产 70 万套顶棚产品建设项目	“汽车顶棚系统集成产品”“汽车顶棚产品”均各保持 4,000.00 元/套、700.00 元/套不变

3	新泉股份	2022 年度向不特定对象发行可转债	上海智能制造基地升级扩建项目（一期）；汽车饰件智能制造合肥基地建设项目	上海智能制造基地“仪表板总成”、汽车饰件智能制造合肥基地“仪表板总成”、“门内护板总成”均各保持 2,000.00 元/套、1,200.00 元/套、1,200.00 元/套不变
4	拓普集团	2021 年度公开发行人可转债	年产 150 万套轻量化底盘系统建设项目；年产 330 万套轻量化底盘系统建设项目	“轻量化副车架”“轻量化悬挂系统”“轻合金转向节”均各保持 815.00 元/套、847.50 元/套、675.00 元/套不变
5	旭升集团	2021 年度公开发行人可转债	高性能铝合金汽车零部件项目；汽车轻量化铝型材精密加工项目	“新能源汽车车身部件”保持 608.00 元/件，两种“新能源汽车传动系统壳体”均各保持 460.26 元/件、506.13 元/件，两种“新能源汽车电池系统部件”均各保持 150.00 元/件、258.95 元/件

由于公司募投项目产品属于定制化产品，不同客户对产品的功能、设计等要求存在一定的差异，且随着不同功能模块的集成和公司技术水平的提升，募投产品将适时进行迭代升级，高报价的新产品可缓解年降的影响。虽然公司部分产品存在年降，但不同客户及产品年降政策存在差异，是否执行年降条款及年降幅度将每年由公司与客户进行商业谈判而定。综上所述，在综合考虑报告期内公司产品价格变化、年降政策、技术改进、产品迭代等情况后，募投项目产品未来销售价格预测存在合理性。

（三）结合募投项目产品自动化对效率的具体影响等，量化分析直接人工成本预计占预测收入的比例大幅下降的原因及合理性

本次募投项目直接人工成本根据项目配置的一线生产工人数量参考公司当前实际薪资水平，并基于谨慎性原则进行适度调整后确定，占收入比例为 3.19%，相较于 2022 年度人工成本占主营业务的收入比例 12.01%而言下降较为明显，主要原因如下：

1. 公司不同产品之间人工成本占收入比例差异较大

2022 年度，公司整体业务的直接人工成本占主营业务收入的比例为 12.01%，募投产品占比相对较低，如下表所示：

项目	直接人工成本占收入的比例
公司整体业务	12.01%
其中：PM2.5 传感器	3.29%
温度传感器	2.62%

控制器	4.04%
-----	-------

本次募投产品 PM2.5 传感器、温度传感器、控制器人工成本占收入比例分别为 3.29%、2.62%、4.04%，而公司其他主要产品如精密注塑件、清洗系统、摩托车线束等直接人工占收入的比例均在 10.00%以上，主要系传感器、控制器是属于汽车电子类产品，设备自动化程度高，岗位一般包括软件烧录、芯片老化测试、组装及测试，同时辅以检具、夹具等提高工作效率，所耗用的人力成本较少。因此，本次募投项目中传感器总成、控制器总成的直接人工成本预计占预测收入的比例为 3.19%，并未大幅下降，人工成本预计占预测收入的比例较为合理、谨慎。

2. 高速传输线束生产线自动化程度有所提升

本项目生产线自动化程度有所提升，对人员数量需求明显降低，在工人薪资与历史水平大致相当的基础上，直接人工成本占预测收入的比例将大幅下降。以高速传输线束为例，每条自动化生产线直接人工仅需 3 人左右即可完成生产，涉及人力操作的岗位为放线、装塑壳、测试，而每条普通汽车线束生产线一般需要 5 人。

综上所述，直接人工成本预计占预测收入的比例大幅下降的原因主要为历史数据中传感器总成和控制器总成的人工成本占比显著低于公司整体人工成本占比，且高速传输线束产品自动化程度有所提升导致直接人工降幅较大所致，募投产品直接人工成本预计占预测收入的比例大幅下降具有合理性。

（四）截至目前本次募投项目主要产品的在手预测订单各类产品的数量、金额，结合项目效益测算过程、在手订单规模、募投产品预计市场消化情况等说明效益测算的谨慎性，以及效益测算决策程序及信息披露情况

1. 截至目前本次募投项目主要产品的在手预测订单各类产品的数量、金额

本次募投项目生产的产品主要为传感器总成、天窗控制器和高速传输线束。截至目前，公司与本次募投项目相关产品的已量产项目，正在开拓中或已定点未量产的项目情况良好，上述主要产品在 2023 年和 2024 年预测订单数量、金额如下表所示：

单位：万件、万元

主要产品	2023 年 E		2024 年 E	
	数量	金额	数量	金额
已量产				

传感器	92.10	7,607.45	108.08	8,859.99
控制器	48.15	1,845.77	48.37	1,869.87
高速线束	17.80	352.46	21.60	432.08
小计	158.05	9,805.68	178.05	11,161.94
开拓中或已定点未量产				
传感器	4.70	455.90	89.48	9,751.85
控制器	0.10	7.40	27.25	2,009.25
高速线束	0.60	10.40	33.50	869.44
小计	5.40	473.70	150.23	12,630.54
总计	163.45	10,279.38	328.28	23,792.47

注1：上述在手预测订单系根据行业发展趋势和客户沟通情况作出的合理预测，未来最终销售情况将受到实际订单的影响

注2：为确保预测订单数量、金额的谨慎性，仅预测2023年、2024年

由上表可知，公司传感器和控制器两大类产品在2023年和2024年的在手预测订单金额合计分别为9,916.52万元和22,490.95万元。为满足汽车智能化趋势下单车感知、控制元件数量快速增加带来的大量数据高速、低延时等传输需求，公司于2022年8月量产了新产品高速传输线束，目前尚未全面向客户推广该产品，因此在手预测订单相对较少。

此外，根据本次募投项目的预计投产情况，2024年投产时预计达到设计生产能力的30%，其对应当年预测收入的金额分别为18,825.00万元。上述在手预测订单金额在2023年和2024年预计分别实现10,279.38万元和23,792.47万元。因此公司上述在手预测订单的金额可覆盖预计2024年产能爬坡时的水平。

2. 结合项目效益测算过程、在手订单规模、募投产品预计市场消化情况等说明效益测算的谨慎性

(1) 项目效益测算过程

1) 项目营业收入测算

本次募投项目预计建设期为3年，第二年投产，预计达到设计生产能力的30%，第三年达到设计生产能力的60%，第四年达到设计生产能力的85%，第五年达到满产水平，项目达产进度稳步提升，较为合理谨慎。

① 销售单价预测的合理性

销售单价预测的合理性详见本反馈意见回复二（二）2之说明。

② 产品销量预测的合理性

本次募投产品综合考虑汽车行业整体发展情况，结合公司当前自身业务发展情况、现场产品市场占有率确定募投项目销售数量。以公司现有产品前挡喷嘴总成为例，2022年公司前挡喷嘴总成销量958.27万件，单车配备2件，可配套479.14万辆汽车使用，2022年我国汽车销量为2,686万辆，可合理计算公司2022年前挡喷嘴总成产品市场占有率为17.84%。

根据本次募投项目规划情况以及实际建设进度，2023年完成厂房的装修及配套工程的建设，2024年和2025年陆续购置各类生产设备构建生产线，并于2024年、2025年、2026年分别按照设计生产能力的30%、60%、85%进行产能爬坡，并于2027年达到满产水平。结合汽车销量预测，本次募投项目产品对应的汽车销量占当年我国汽车销量的比例情况如下：

单位：万个、万辆

主要产品	单车平均配置数量	2024年E		2025年E		2026年E		2027年E	
		对应汽车销量	占有率	对应汽车销量	占有率	对应汽车销量	占有率	对应汽车销量	占有率
传感器	2.00	82.50	3.07%	165.00	6.14%	233.75	8.70%	275.00	10.24%
控制器	1.50	40.00	1.49%	80.00	2.98%	113.33	4.22%	133.33	4.96%
高速线束	20.00	30.00	1.09%	60.00	2.23%	85.00	3.16%	100.00	3.72%

注1：简单控制器单车配1个，复杂控制器单车配2个，上表按照平均单车配1.5个测算

注2：中国未来汽车销量或产量暂无权威机构合理预测，基于谨慎性考虑，计算“占有率”时假设中国2024年-2027年的汽车销量维持2022年即2,686万辆不变

随着汽车电动化、网联化、智能化及共享化“新四化”的不断渗透，公司大力开拓并发展在智能座舱领域的业务布局，构建涵盖“环境感知-数据传输-控制执行”的智能化汽车电子产品体系，创造公司未来新的业务增长点。本次募投产品传感器、控制器和高速传输线束是公司重点打造智能座舱的重要组成部分。

由上表可知，即使假设我国2023年-2027年汽车销量保持与2022年相同，本次募投项目产品对应的汽车数量占我国汽车整体销量的比例均大幅低于公司2022年前挡喷嘴总成的市场占有率，募投项目设计产品销量预测较为谨慎、合理。

2) 成本费用测算

本次募投项目的成本费用主要包括直接材料、直接人工、折旧摊销、其他制造费用、管理费用、销售费用、研发费用等。

① 营业成本的测算

原材料成本和其他制造费用主要根据募投项目各产品材料成本及其他制造费用占单价的比例确定。A. 2021 年度，公司的传感器总成和控制器总成的平均材料成本占其销售收入的比例分别为 58.42%和 59.49%，本次募投项目在预测传感器总成、控制器总成的材料成本占其对应收入时，分别按照 59.00%和 59.50%的比例进行测算；B. 高速传输线束系公司 2022 年 8 月开始量产的产品，参考其 BOM 成本表中的材料成本占其单价的比例为 64.96%，本次募投项目在预测高速传输线束的材料成本占其对应收入时，按照 65%进行测算。

直接人工成本根据项目配置的一线生产工人数量参考公司当前实际薪资水平，考虑到本次募投项目的生产线自动化程度较高，各生产线均将引入机器人或自动设备，对人力的需求降低明显，基于谨慎性原则进行适度调整后确定，占预测收入的比例为 3.19%。

折旧摊销采用平均年限折旧法，折旧年限和净残值等指标参考公司现有折旧政策确定，与本项目中其他制造费用合计占预测收入的比例为 11.08%，相较于 2022 年度制造费用占主营业务收入的比例 11.38%差异较小。

② 期间费用的测算

管理费用、销售费用、研发费用项目主要参考公司最近三年的平均水平，并扣除部分非经常性费用、折旧摊销、人员薪酬等进行估算，三项费用合计占预测收入的比例为 11.50%，相较于 2022 年度三项费用占主营业务收入的比例 16.76%而言略有下降，但差异较小，主要系因为项目达产后的规模效应带来三项费用的占比有所下降。

3) 项目净利润测算

本次募投项目拟生产的汽车智能座舱电子产品将由公司母公司进行销售，该主体的企业所得税税率为 15%，因此本项目所得税税率按 15%测算，产品销售税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加，根据国家法定税率结合相关经营数据进行测算。本项目达产后年平均净利润为 6,560.03 万元，达产后年均毛利率为 23.81%，净利润率为 10.45%。

本次募投项目相关财务指标预测明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5 至 T+11
1	营业收入	-	18,825.00	37,650.00	53,337.50	62,750.00
2	营业成本	-	15,109.21	29,464.06	41,297.26	47,812.17
3	税金及附加	-	5.65	11.30	330.72	391.47
4	销售费用	-	470.63	941.25	1,333.44	1,568.75
5	管理费用	-	1,035.38	2,070.75	2,933.56	3,451.25
6	研发费用	-	658.88	1,317.75	1,866.81	2,196.25
7	利润总额	-	1,545.27	3,844.90	5,575.71	7,330.11
8	应纳税所得额	-	886.40	2,527.15	3,708.89	5,133.86
9	所得税	-	132.96	379.07	556.33	770.08
10	净利润	-	1,412.31	3,465.83	5,019.37	6,560.03
11	毛利率	-	19.74%	21.74%	22.57%	23.81%
12	净利润率	-	7.50%	9.21%	9.41%	10.45%

根据以上测算数据采用现金流量折现法对回收期、净现值等指标测算，经测算，税后财务内部收益率 12.76%，税后投资回收期 8.35 年（含建设期），税后财务净现值（折现率为 12%）为 1,622.89 万元，整体经济效益前景良好。

(2) 在手订单规模

在手订单规模情况详见本反馈意见回复二（四）1之说明。

(3) 募投产品预计市场消化情况

本次募投项目传感器、控制器和高速传输线束是智能座舱的重要组成部分，尤其是伴随着汽车电动化、网联化、智能化及共享化“新四化”的不断渗透，公司有必要积极把握智能网联汽车和智能座舱发展机遇，大力开拓并发展在智能座舱领域的业务布局，不断向高价值、高技术产品转型，构建涵盖“环境感知-数据传输-控制执行”的智能化汽车电子产品体系，创造公司未来新的业务增长点，巩固公司在汽车零部件行业中的市场地位。

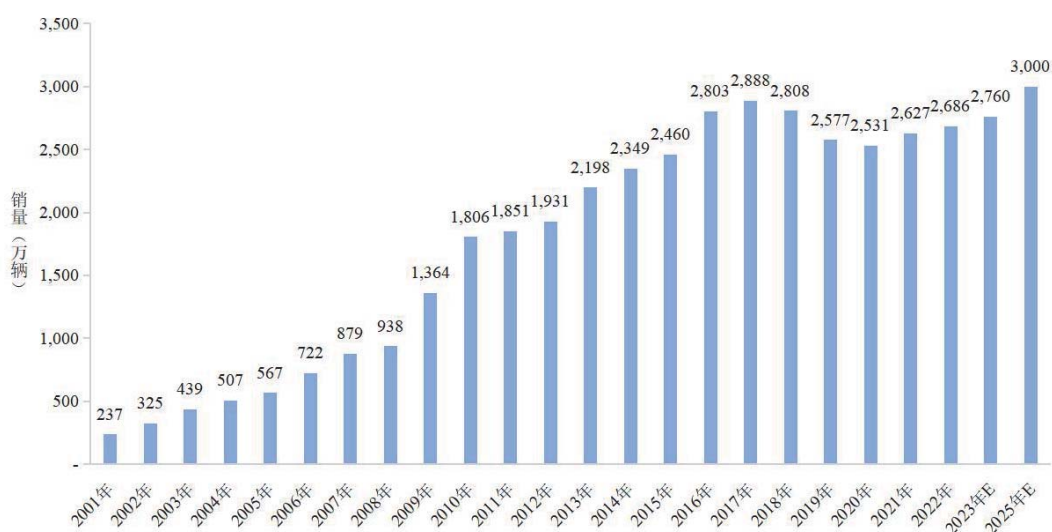
募投产品预计市场消化情况良好，具体分析如下：

1) 下游汽车市场对本次募投项目产品带来较大需求

① 国内汽车销量维持在较高水平

根据中国汽车工业协会数据，2009 年我国汽车销量突破 1,000 万辆，2013 年销量突破 2,000 万辆，2017 年国内汽车销量达到峰值为 2,888 万辆。近年来，受消费需求端影响，国内汽车产销量有所调整，但在 2021 年已恢复增长，并始终保持在 2,500 万辆以上的较高规模。

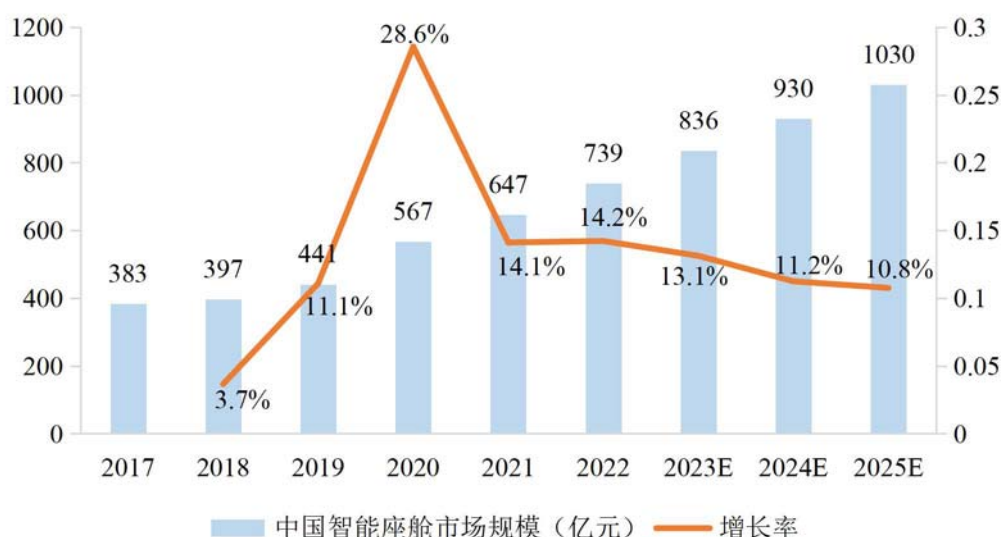
根据中国汽车工业协会预计，中国汽车市场 2023 年总销量为 2,760 万辆，2025 年中国汽车总销量有望达到 3,000 万辆，其中新能源车销量有望达到 900 万辆。



数据来源：中国汽车工业协会

② 新能源汽车加速发展带动智能座舱需求旺盛

受新能源汽车智能化体验良好、电池续航能力提升、充电设施不断完善等因素影响，新能源汽车已经成为汽车行业最大的发展亮点，从政策驱动逐步转向市场拉动的新发展阶段，呈现市场规模和发展质量双提升的良好发展局面。2022 年，我国新能源汽车产销分别为 705.8 万辆和 688.7 万辆，同比分别增长 96.9% 和 93.4%，市场占有率达到 25.6%。新能源汽车的加速渗透，进一步带动汽车智能化的发展，智能座舱的科技配置新车渗透率也逐年提升。根据 IHS 数据，2020 年我国智能座舱渗透率水平已超过全球水平，达到 48.8%，预计到 2025 年渗透率将超过 75%。根据 ICVTank 数据，2022 年我国智能座舱市场规模已经达到 739 亿元，预计到 2025 年市场规模将达到 1,030 亿元，从而将对智能座舱相关感知、传输、执行配套部件形成更大需求。



数据来源：ICVTank，华安证券研究所

2) 公司在本次募投项目产品方面具有竞争优势

① 公司已掌握募投产品相关核心技术可为产能消化提供技术支持

公司历来重视技术研发，公司已建立一支优秀的研发技术团队。在与客户的长期合作中，公司进一步加深了对汽车智能座舱行业和市场需求的理解；经过多年的研发投入，公司在本次募投项目相关的核心技术方面具有过硬的技术基础，得到客户的技术认可，为本次募投项目的顺利实施提供保障。

公司目前已经具备汽车电子产品同步开发能力，研发诸如PM2.5传感器、温度传感器、天窗控制器等汽车电子产品，并已实现批量供货，同时积极开展满足新能源汽车和智能驾驶需求的汽车电子产品。研发团队具备从客户需求分析、架构设计、模块开发、系统集成、测试和整车标定的系统开发能力，为客户提供整体的汽车电子产品的解决方案。

公司经过多年的研发投入，截至2022年12月31日，共拥有已授权专利142项，掌握了多个产品相关的核心技术，其中与智能座舱配套的传感器、控制器、线束产品相关专利70项，具有一定的技术优势。与智能座舱配套产品有关的具有代表性的主要发明专利如下：

序号	专利名称	专利号	状态
1	多旋翼无人机和车辆的交互方法、交互系统	2021112513126	专利权维持
2	基于车载摄像头的动物保护方法和动物保护系统	2021111557593	专利权维持
3	能排出余液的车用清洗系统及其应用	2018114317072	专利权维持

4	循环清洗系统以及智能车及其应用	2018114254730	专利权维持
5	基于速度检测的电动天窗自适应防夹方法	2016101511592	专利权维持
6	阳光传感器	201710673773X	专利权维持
7	光线传感器	2017106737848	专利权维持
8	用于车辆喷雾系统的雾化喷头	2012100005824	专利权维持
9	汽车用雨量光线传感器的平滑控制方法	2014100457943	专利权维持
10	用于线束保险丝盒装配的专用工装	2011104377785	专利权维持
11	车用雨量阳光感应控制系统	2010105540313	专利权维持
12	一种车用雨量阳光感应控制系统	2012104513318	专利权维持
13	车用雨量阳光感应控制系统	201210464102X	专利权维持

公司将密切关注汽车行业智能座舱配套产品的发展趋势，主动适应市场需求的变化，与客户的技术需求发展方向实现同步，持续加大对新产品、新技术的研发力度，做好产品结构调整与迭代升级，从而对本项目新增产能的消化提供技术支持。

② 公司模具注塑一体化生产管理和生产成本优势可为产能消化提供制造基础

公司一直致力于模具的自主设计开发，拥有全自动模具加工生产线、加工中心等领先的加工设备及国际领先的检测设备，同时具备冲压模具及注塑模具开发能力，培育了一支掌握核心模具开发能力的工程团队，对于连接器及端子、车用注塑结构件等具备丰富开发经验。公司具备模具及零部件一体化生产能力，完善的产业链条有利于保证产品质量、生产的连贯性和控制产品成本。

公司采用精益生产模式（TPS）进行生产管理，从品质管理、工时管理、进度管理、库存管理和 5S 管理五个方面，不断研究生产自动化方法、提高生产自动化水平，通过降低场地使用面积、不良品率、提高人均生产效率和缩短生产周期，提升公司产品良率，降低产品成本。公司不断提升生产技术能力，并持续提高生产自动化和智能化水平。通过公司的精益生产管理模式提高公司的柔性生产能力、小批量和多批次产品的生产能力，可满足不同客户对于募投产品同步开发、批量化生产、柔性制造的要求。

③ 公司快速响应、高效服务优势可为产能消化提供更及时和广阔的营销环境与渠道

公司目前已形成多部门联动的快速响应机制。营销部门在及时获取市场需求信息后，研发人员即开始与客户进行技术沟通，或深入作业现场进行技术分析；在确定最终技术方案时，采购部门、生产部门和质检部门也提前介入，以保证在产品的设计开发、采购、生产、物流和售后服务等各环节都对客户需求作出快速反应，从而节省产品设计和生产时间。

公司具有合理的生产基地战略布局。公司将依托江苏常州总部及吉林长春、广东江门生产基地，不断扩大公司网点辐射范围，加强销售和服务能力，从而提升公司市场占有率，提升消化本次新增产能的能力。

公司积极开展海外营销网络建设。一方面，公司依托重要联营公司 EMS GmbH 和 MST GmbH 在欧洲市场的业务，为公司持续开拓欧洲市场提供资源导流；另一方面公司于 2022 年 12 月在美国设立孙公司，积极开展在北美的研发、生产和销售，进一步扩大海外业务布局，提升公司综合实力。

④ 公司积累丰富优质的整车客户资源可为产能消化提供客户资源保障

公司是国内首批研发汽车洗涤系统产品并批量供货的本土企业之一，经过多年的发展，公司在该领域已经取得了较为领先的市场地位，并拥有较高的市场占有率，产品已经覆盖一汽大众和上汽大众的主要车型。同时，公司已经掌握了基础数模搭建、新产品同步开发和同平台多车型技术共享等能力，大大增强了与汽车整车厂的合作紧密度。

在汽车清洗系统、汽车电子和精密注塑领域，公司已成为奔驰、奥迪、沃尔沃、大众、丰田、通用、一汽、上汽、广汽、北汽、长安、吉利等国内外知名汽车品牌的一级供应商。同时，公司也在积极开拓国内外新能源汽车头部企业，例如已通过比亚迪、一汽丰田、华人运通等客户的项目定点。优秀的客户资源有力推动了业务的持续增长，不断提升公司的品牌影响力和知名度，有助于本次募投项目产品的产能消化。

因此，公司在现有客户中的口碑和不断开拓的新客户、新项目资源，可为未来产能的消化提供有利的客户资源保障。

3) 公司已取得丰富的意向客户储备

公司凭借卓越的产品质量和优质的服务，已经与众多知名整车制造商、零部件供应商，建立了良好的合作关系，降低了公司开拓新客户、新产品的难度，支撑了业务的快速发展，为本项目新增的产能提供了有利的市场消化保障。

截至目前，公司与一些重点客户正在持续开发有关项目，与一汽大众、上汽通用、翰昂系统株式会社等客户的 PM2.5 传感器已量产；与中国一汽、比亚迪、福耀集团等客户的温度传感器已量产；与毓恬冠佳的天窗控制器已量产；与天视车镜的高速传输线束项目已量产；同时，本次募投产品主要其他意向客户合作进度具体如下：

募投产品	主要意向客户	合作进度
PM2.5 传感器	华人运通	已定点，即将量产
	北京汽车	已定点
	比亚迪	现场审核通过
	北京奔驰	技术交流结束，即将现场审核
	广汽埃安	技术交流阶段
	广汽丰田	技术交流阶段
	长安汽车	技术交流阶段
天窗控制器	一汽大众	技术交流阶段
	英纳法	现场审核通过，报价阶段
	铁锚	现场审核通过，报价阶段
尾门控制器	一汽大众	技术交流阶段
车门控制器	一汽大众	技术交流阶段
温度传感器	一汽丰田	已定点
高速传输线束	吉利汽车	报价阶段
	一汽大众	现场审核通过，报价阶段
	比亚迪	技术交流结束，已报价，暂未定点

由上表可知，公司募投产品的主要意向客户为知名整车制造商、零部件一级供应商，整体规模较大，在行业内具有一定地位，对公司产品有比较稳定、长期的需求。

由于汽车制造产业链和生产过程的复杂性，各整车厂商为了保障汽车性能和质量的稳定性，都会对配套供应商进行认证，建立自身的供应商体系。一般情况

下,当整车厂商有新的配套需求时,会在供应商体系内发布竞标通知及项目要求,公司接到通知之后参与项目竞标,竞标成功之后即获得该项目下零部件的供货资格,整车厂商会以定点通知的形式进行确认。项目定点后,客户会根据约定以采购订单或者需求预测等方式通知公司,公司确认后根据客户要求安排生产和交付。整车厂商对供应商的认证过程较为严格,已形成一定的准入门槛,因此双方的合作关系一旦建立则较为稳固,订单确定性和延续性较高。

4) 公司将稳步推动募投项目实施,合理释放产能

本次募投项目预计将在募集资金到位的三年内分批有序使用,资金预计使用进度为:第一年完成厂房的装修及配套工程的建设,第二年和第三年陆续购置各类生产设备构建生产线,并于第二年进行产品生产,并逐步进行产能爬坡,于第五年实现满产。本次募投项目产能爬坡进度如下表所示:

T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
0%	30%	60%	85%	100%

注: T表示募集资金到位年度

公司将稳步推进本次募投项目的实施,在确保项目按进度有序推进的同时,逐步实施其他在建项目、分期达产,产能逐渐释放,确保产能增长合理,避免固定资产投资过快,带来折旧费用对利润的侵蚀和新增产能集中释放带来的产能消化压力。随着公司业务快速发展,产量、客户逐年增长,产品结构不断优化,新增产能预计能够被消化。

综上所述,我国汽车行业整体态势良好,新能源汽车快速发展带动智能座舱需求旺盛,募投项目生产的产品前景广阔;同时,公司经过多年发展,已积累了丰富的技术储备和产品开发经验,具备快速响应客户需求的能力,进而积累了大量丰富且优质的整车客户资源;此外,公司积极开发潜在意向客户,当前已取得丰富的意向客户储备,有助于本次募投项目产品产能的持续消化;同时,公司通过合理安排逐步释放产能,整体而言,募投产品预计市场消化情况良好,新增产能无法消化的风险较小,效益测算具有谨慎性。

3. 效益测算决策程序和信息披露情况

本次募投项目“汽车智能座舱电子产品产能建设项目”效益测算是公司假设本募投项目实施对未来的利润影响进行的模拟估计,不构成盈利预测,亦不构成业绩承诺。“补充流动资金项目”不直接产生经济效益,未进行效益测算。

公司第四届董事会第五次、第七次会议及 2022 年第三次临时股东大会、2023 年第一次临时股东大会已审议通过，同意使用募集资金投资于“汽车智能座舱电子产品产能建设项目”“补充流动资金项目”。

对于上述效益测算的决策程序和信息披露情况，公司均已披露，并于 2023 年 3 月 1 日披露的《江苏日盈电子股份有限公司向特定对象发行股票募集说明书（申报稿）》“第三节董事会关于本次募集资金使用的可行性分析”之“五、募投项目效益预测的假设条件及主要计算过程”中披露了效益测算。

（五）核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 查阅公司2019年-2022年的审计报告，结合本次“补充流动资金项目”需求测算过程，分析2022年-2024年的营运资金需求测算准确性；

(2) 结合报告期末公司主要流动资产和主要流动负债数据，分析本次募集资金补流的必要性和规模合理性；

(3) 查阅同行业可比公司披露的公开信息，分析同行业公司产品情况；

(4) 统计报告期内公司产品价格，了解价格变化情况及年降、返利情况，分析募投项目产品未来销售价格预测的合理性；

(5) 访谈公司管理层，了解募投产品自动化效率情况，分析募投产品直接人工成本占预测收入的比例与公司整体数据差异的原因及合理性；

(6) 查阅公司统计的与本次募投产品有关的在手订单情况；

(7) 查阅行业研究报告，并对公司管理层进行访谈，了解公司本次募投项目产品行业市场前景、下游领域发展情况；

(8) 查阅公司本次募集资金投资项目可行性研究报告，了解本次募投项目可行性研究报告效益测算过程，分析效益测算的谨慎性；

(9) 访谈公司管理层，了解公司是否具备生产募投产品的技术储备和量产能力、主要意向客户及合作进度情况以及募投产品最新开发情况，核对公司与募投产品相关的专利技术，并分析公司拟采取的产能消化措施并分析其有效性、可行性；

(10) 查阅公司关于本次发行的相关决策文件、信息披露文件。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司 2022 年营业收入高于分析 2022 年-2024 年营运资金需求测算时的预测数，补流测算的结果低于实际资金缺口，整体测算较为谨慎；结合报告期末公司的货币资金余额，本次补充流动资金主要用于维持公司日常业务发展及费用支出，可以有效改善公司流动资金状况，提高公司经营效益，具有较强的必要性与规模合理性；

(2) 因同行业上市公司未公开具体产品的市场价格，无法通过公开数据进行对比；在综合考虑报告期内公司产品价格变化、年降政策、技术改进、产品迭代等情况后，募投项目产品未来销售价格预测存在合理性；

(3) 直接人工成本预计占预测收入的比例大幅下降的原因主要为历史数据中传感器总成和控制器总成的人工成本占比显著低于公司整体人工成本占比，且高速传输线束产品自动化程度有所提升导致直接人工降幅较大所致，直接人工成本预计占预测收入的比例大幅下降存在合理性；

(4) 在手预测订单金额在 2023 年和 2024 年预计分别实现 10,279.38 万元和 23,792.47 万元；通过对项目效益测算过程、在手订单规模、募投产品预计市场消化情况等了解和分析，本次募投项目效益测算具有谨慎性；公司已履行了与效益测算决策的相关程序及信息披露。

三、关于经营业绩

根据申报材料，1) 报告期各期，公司主营业务收入分别为 48,648.14 万元、48,628.20 万元、57,328.87 万元及 52,326.77 万元，呈上升趋势；归属于母公司的净利润分别为 2,679.89 万元、1,475.71 万元、1,082.45 万元、-356.32 万元，下滑严重；2) 少数股东损益分别为 128.76 万元、233.36 万元、333.31 万元、339.59 万元，与归母净利润变动趋势差异较大；3) 报告期各期发行人净利润变动趋势与同行业可比公司情况差异较大；4) 报告期内，公司主营业务毛利率分别为 23.61%、22.95%、22.23%及 15.28%，2022 年 1-9 月毛利率大幅下降；各产品毛利率变动的影响因素包括年降、不同客户的毛利率差异等，报告期内公司毛利率下降幅度远大于可比公司平均值；5) 报告期内公司存在销售返利、

策略性报价情况。

请发行人说明：(1)结合行业发展情况、同行业可比公司情况、公司生产经营状况、净利润与经营活动现金净流量匹配情况，说明报告期内收入持续增长，归母净利润持续下降的原因及合理性，净利润变动趋势与同行业可比公司差异较大的原因；分析2022年公司的营业收入、净利润、归母净利润的变动原因，公司是否存在利润持续大幅下降的风险；(2)归母净利润与少数股东损益变动趋势差异较大的原因；(3)各产品的主要客户收入金额、单价、毛利率、年降情况，同种产品不同客户的毛利率差异原因，分析年降对毛利率的具体影响，公司毛利率下降幅度远大于可比公司平均值的原因及合理性；(4)报告期内销售返利的具体客户、返利方式、金额，相应的会计处理情况；各期策略性报价的具体客户、单价、收入、毛利率情况，与公司类似产品普通报价、毛利率的差异及合理性，策略性报价客户的销售增长情况。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

(一)结合行业发展情况、同行业可比公司情况、公司生产经营状况、净利润与经营活动现金净流量匹配情况，说明报告期内收入持续增长，归母净利润持续下降的原因及合理性，净利润变动趋势与同行业可比公司差异较大的原因；分析2022年公司的营业收入、净利润、归母净利润的变动原因，公司是否存在利润持续大幅下降的风险

1.结合行业发展情况、同行业可比公司情况、公司生产经营状况、净利润与经营活动现金净流量匹配情况，说明报告期内收入持续增长，归母净利润持续下降的原因及合理性，净利润变动趋势与同行业可比公司差异较大的原因

(1)行业发展情况

1)汽车行业发展现状

汽车工业现已成为美国、日本、德国、法国等西方工业发达国家的国民经济支柱产业，经过100多年的发展和演变，现已步入产业成熟期。汽车工业具有产业关联度高、规模效益明显、资金和技术密集等特点。

进入21世纪，伴随着以我国为代表的新兴市场的快速发展，进一步带动了全球汽车产业的发展。自2009年始，我国已连续十四年成为全球第一大汽车产销国，成为全球汽车产业发展的最重要引擎，也因此，全球汽车产销量于近年来

保持了快速增长，在 2017 年达到历史峰值。2017 年，我国汽车产量和销量亦达到历史峰值，分别为 2,902 万辆和 2,888 万辆。近十年以来，全球和我国汽车产销量情况分别如下图所示：

2012-2022 年全球汽车产销量

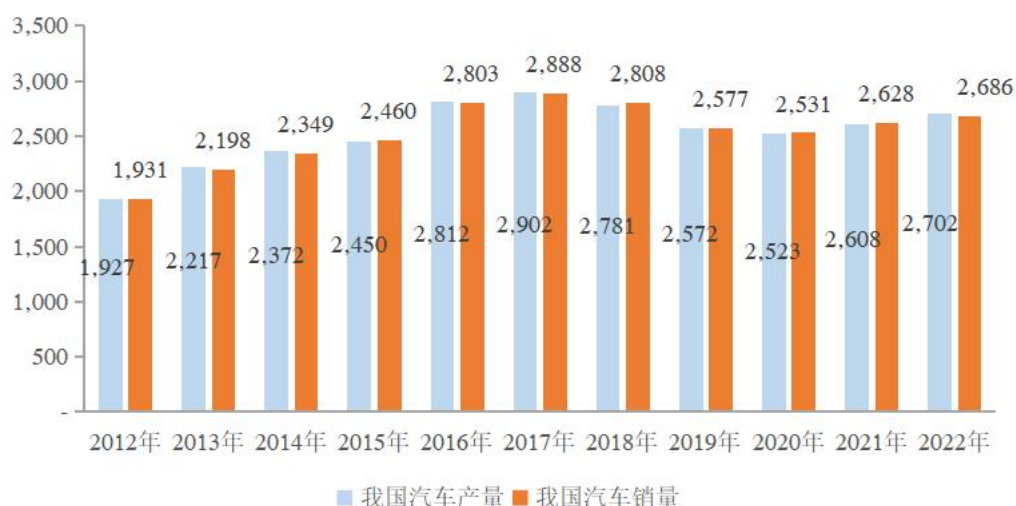
单位：万辆



数据来源：OICA，中国汽车工业协会

2012-2022 年我国汽车产销量

单位：万辆



数据来源：中国汽车工业协会

由上图可知，自 2018 年开始，全球和我国的汽车产销量均出现了一定程度的放缓，尤其是受 2020 年全球各行业供给面预期转弱的影响，汽车产销量进一步下降。然而，随着我国在政策扶持、社会治理等方面的不断完善，汽车产业生

产能力得到逐步恢复。2022 年度，我国汽车产销分别达到 2,702 万辆和 2,686 万辆，同比增长 3.4%和 2.1%；其中，乘用车产销分别完成 2,383.6 万辆和 2,356.3 万辆，同比增长 11.2%和 9.5%。

1) 汽车零部件行业发展现状

汽车零部件行业是汽车工业发展的基础，是支撑汽车工业持续稳步发展的前提条件，在经济全球化和市场一体化进程不断推进下，汽车零部件产业在汽车工业体系中的市场地位进一步提升。伴随着汽车电动化、网联化、智能化和共享化“新四化”的发展转型，尤其是新能源汽车普及率的持续提升，汽车电子化程度亦持续提升。根据中商产业研究院的统计数据，近年来我国汽车电子市场规模一直保持稳定增长，2021 年市场规模达 1,104 亿美元，同比增长 7.29%，预计 2022 年市场规模将进一步增长至 1,181 亿美元。

2017-2023 年我国汽车电子行业市场规模

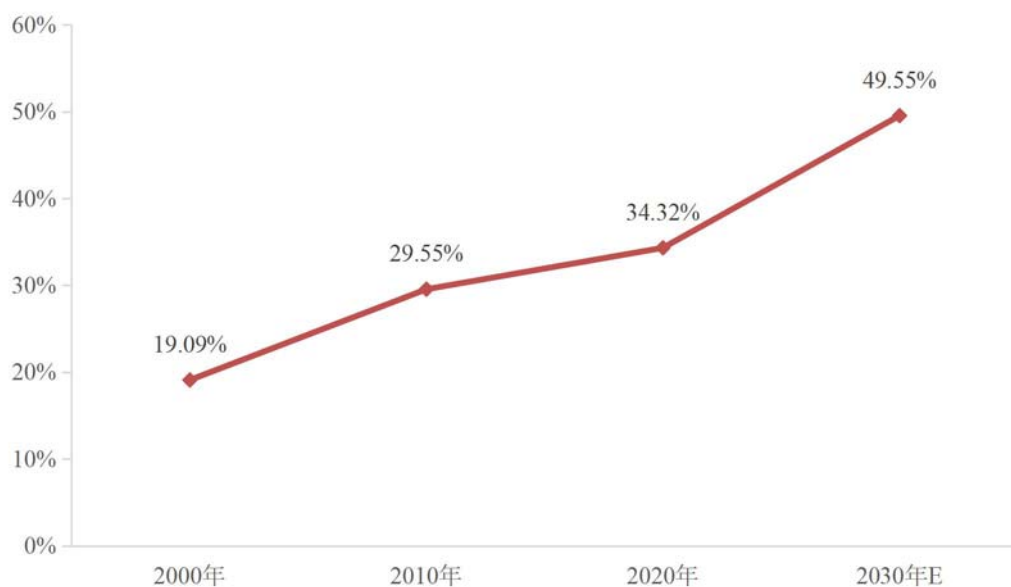
单位：亿元



数据来源：中商产业研究院

随着电子信息技术的快速发展和汽车制造业的不断成熟，汽车电子占整车制造成本的比重快速增长，2020年占比已近35%，预计2030年占比可达约50%。

2000-2030 年汽车电子占整车制造成本比重趋势图



数据来源：中商产业研究院

(2) 同行业可比公司情况

公司以汽车零部件业务为主，与同行业公司的净利润变动如下表所示：

单位：万元

证券代码	公司名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
		净利润	变动率	净利润	变动率	净利润
300969	恒帅股份	14,553.07	25.90%	11,559.66	74.21%	6,635.52
301000	肇民科技	9,391.88	-19.32%	11,641.50	11.05%	10,483.22
003021	兆威机电	15,049.62	2.00%	14,754.60	-39.71%	24,474.48
603266	天龙股份	12,283.64	25.40%	9,795.81	5.47%	9,287.82
002920	德赛西威	117,136.62	40.82%	83,184.19	60.53%	51,819.31
600699	均胜电子	23,326.14	105.14%	-453,546.22	-2,325.11%	20,383.11
603197	保隆科技	22,725.54	-22.07%	29,160.97	120.66%	13,215.07
平均值		30,638.07	14.82%	26,682.79	37.04%	19,471.22
公司		-1,374.17	-197.06%	1,415.76	-17.16%	1,709.07

数据来源：可比公司招股说明书、定期报告

注：均胜电子 2021 年度净利润大幅度下降的原因主要系对汽车安全事业部相关资产组的计提商誉减值 20.2 亿元，因此上表计算平均值时将均胜电子 2021 年度数据剔除计算

由上表可知，同行业公司之间的净利润变动率亦存在差异，主要系各公司之间的具体产品、业务结构、客户结构、产品生命周期、终端应用车型及开拓客户策略等存在差异，导致净利润变动方向并不完全相同。

(3) 公司生产经营状况

报告期内，公司营业收入分别为 49,440.63 万元、58,165.36 万元及 71,143.54 万元，净利润分别为 1,709.07 万元、1,415.76 万元及-1,374.17 万元，营业收入整体保持上升趋势，但公司综合毛利率分别为 23.08%、22.28%及 14.76%，呈逐年下降趋势且 2022 年度降幅较大，导致净利润逐年下滑，2023 年一季度毛利率为 16.68%，有所上升。2022 年度毛利率降幅较大主要系主要产品清洗系统、精密注塑件毛利率下降较多以及为进一步开发优质客户实行策略性报价的低毛利率客户 U 客户、I 客户上量较快等因素综合所致，具体分析详见本反馈意见回复三（三）1 之说明。

(4) 净利润与经营活动现金净流量匹配情况

报告期内公司净利润与经营活动现金流量净额情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	合计
净利润	-1,374.17	1,415.76	1,709.07	1,750.66
经营活动现金流量净额	-5,812.81	-903.26	7,784.25	1,068.18
差异	4,438.64	2,319.02	-6,075.18	682.48

报告期内，公司净利润合计 1,750.66 万元，经营活动产生的现金流量净额合计 1,068.18 万元，经营活动现金流量净额与净利润基本匹配。报告期各期净利润与经营活动现金流量净额差异主要系长期资产类折旧及摊销非付现项目影响、存货余额的增加以及经营性应收项目、经营性应付项目的增加所致。

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异情况量化说明如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
净利润	-1,374.17	1,415.76	1,709.07
加：资产减值准备	482.31	250.94	341.98

固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	2,570.82	2,295.84	2,160.43
使用权资产折旧	63.06	41.07	-
无形资产摊销	814.92	683.69	707.35
长期待摊费用摊销	1,274.03	1,371.45	1,769.04
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“-”号填列)	169.34	-6.45	-12.05
固定资产报废损失(收益以“-”号填列)	0.86	13.36	5.45
财务费用(收益以“-”号填列)	575.16	783.51	673.82
投资损失(收益以“-”号填列)	-271.27	310.35	30.49
递延所得税资产减少(增加以“-”号填列)	-1,160.96	-485.33	-137.91
递延所得税负债增加(减少以“-”号填列)	-54.38	-62.96	-57.77
存货的减少(增加以“-”号填列)	-4,460.49	-5,167.62	222.36
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	-14,800.24	-4,856.32	1,116.70
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	10,462.67	2,404.98	-744.71
其他	-104.47	104.47	-
经营活动产生的现金流量净额	-5,812.81	-903.26	7,784.25

由上表可知，2020年度经营活动产生的现金流量净额7,784.25万元，净利润1,709.07万元，经营性活动产生的现金流量净额高于净利润6,075.18万元，主要系：1)长期资产类折旧及摊销非付现项目影响4,636.82万元；2)2020年末经营性应收项目减少1,116.70万元，经营性应付项目减少744.71万元，主要系2020年度公司营业收入较2019年度略有下降，销售产生的应收账款及采购产生的应付账款减少。

2021年度经营活动产生的现金流量净额-903.26万元，净利润1,415.76万元，经营性活动产生的现金流量净额低于净利润2,319.02万元，主要系：1)长期资产类折旧及摊销非付现项目影响4,392.04万元；2)2021年末存货余额较年初增加5,167.62万元，存货余额变动原因详见本反馈意见回复四（三）1之说明；3)2021年末经营性应收项目增加4,856.32万元，经营性应付项目增加2,404.98万元，主要系2021年度公司销售规模大幅增加，对应2021年末信用期内应收账款、应付账款增加所致。

2022 年度经营活动产生的现金流量净额-5,812.81 万元，净利润-1,374.17 万元，经营性活动产生的现金流量净额低于净利润 4,438.64 万元，主要系：1) 长期资产类折旧及摊销非付现项目影响 4,722.83 万元；2) 2022 年末存货余额较年初增加 4,460.49 万元，存货余额变动原因详见本反馈意见回复四（三）1 之说明；3) 2022 年末经营性应收项目增加 14,800.24 万元，经营性应付项目增加 10,462.67 万元，主要系 2022 年度公司销售规模仍保持快速增长，对应 2022 年末信用期内应收账款、应付账款同比增加。

综上所述，报告期内，汽车行业产销曾出现下滑态势，于 2021 年结束“三连降”，汽车产业逐步复苏，汽车电子市场规模不断提升；因具体产品、业务结构、客户结构、产品生命周期、终端应用车型及开拓客户策略等存在差异，同行业各公司与公司之间的净利润变动趋势并不完全相同；2022 年度较 2021 年度公司综合毛利率降幅较大，主要系主要产品清洗系统、精密注塑件毛利率下降较多以及为进一步开发优质客户实行策略性报价的低毛利率客户 U 客户、I 客户上量较快等因素综合所致，带动净利润下滑，具有合理性。

2. 2022 年公司的营业收入、净利润、归母净利润的变动原因，公司是否存在利润持续大幅下降的风险

(1) 2022 年公司的营业收入、净利润、归母净利润的变动原因

公司 2022 年度的营业收入、净利润、归属于母公司股东的净利润及主要财务数据与上期对比情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动幅度
营业收入	71,143.54	58,165.36	22.31%
营业成本	60,641.94	45,203.21	34.15%
营业毛利	10,501.60	12,962.14	-18.98%
期间费用	12,406.15	10,537.58	17.73%
期间费用率	17.44%	18.12%	-0.68%
净利润	-1,374.17	1,415.76	-197.06%
归属于母公司股东的净利润	-1,730.79	1,082.45	-259.90%
少数股东损益	356.62	333.31	6.99%

(1) 营业收入变动

2022 年度公司营业收入较 2021 年度增长 12,978.18 万元，增幅为 22.31%，主要原因如下：1) 随着供给侧冲击有所缓解，我国汽车产业生产能力得到逐步恢复，宏观环境好转导致公司订单增多；2) 为顺应当前消费者对汽车的电子化需求，满足自动辅助驾驶、科技舒适驾乘等体验，公司及时进行产品结构调整，大力发展与智能座舱配套的传感器、控制器等产品，同时平衡车注塑件、时钟弹簧等新产品上量较快；3) 子公司惠昌传感器技术优势明显，客户整体较为优质，经营管理效率、市场开拓力度不断提高，智能家居 NTC 温度传感器收入增幅较大。

2021 年度及 2022 年度分产品主营业务收入变动幅度如下表所示：

单位：万元

产 品		2022 年度	2021 年度	变动幅度
汽车零部件	清洗系统	11,927.71	10,928.22	9.15%
	精密注塑件	10,382.24	11,072.68	-6.24%
	智能座舱配套产品	9,008.87	5,901.54	52.65%
	时钟弹簧	3,854.26	-	100.00%
短交通零部件	摩托车线束	12,035.05	13,850.14	-13.11%
	电动平衡车注塑件	6,407.35	1,457.68	339.56%
智能家居传感器	NTC 温度传感器	10,577.42	9,493.15	11.42%
其他		5,619.67	4,625.44	21.49%
主营业务收入合计		69,812.57	57,328.87	21.78%

注：其他类别主要以散件为主，产品种类较多，主要包括各类接插件、电线、护套、端子、塑件等产品

由上表可知，2022 年收入上涨主要系智能座舱配套产品、时钟弹簧、电动平衡车注塑件以及 NTC 温度传感器。智能座舱配套产品主要包括传感器总成、天窗控制器总成以及汽车线束，业务增长顺应了当前消费者对汽车的电子化需求。

(2) 净利润变动

2022 年度公司净利润较上年减少至-1,374.17 万元，降幅较大主要原因系公司 2022 年度收入增幅小于成本增幅，毛利率下降导致，期间费用率较上期基本保持稳定。毛利率下降原因详见本反馈意见回复三（三）2 之说明。

(3) 归属于母公司股东的净利润变动

归属于母公司股东的净利润与公司净利润变动较一致，且归属于母公司股东的净利润均低于公司净利润，主要系非全资子公司惠昌传感器各年净利润较为稳定，少数股东损益也相对较为稳定，而母公司净利润下降较大，故导致归属于母公司股东净利润低于公司净利润。

2. 公司是否存在利润持续大幅下降的风险

随着公司在洗涤系统、清洗系统等传统汽车零部件市场的布局逐步加深，未来在现有传统汽车零部件领域进一步发展空间也将有所放缓，随着汽车电动化、网联化、智能化及共享化“新四化”的不断渗透，公司积极把握智能网联汽车和智能座舱发展机遇，大力开拓并发展在智能座舱领域的业务布局，并且拟对于部分生产工序自主完成，不断向高价值、高技术产品转型，构建涵盖“环境感知-数据传输-控制执行”的智能化汽车电子产品体系，创造公司未来新的业务增长点，巩固公司在汽车零部件行业中的市场地位。

同时，为进一步开发重点的优质客户，进入其供应商体系，公司根据市场情况有针对性地对于优质客户采取策略性报价。后期随着销售量逐渐增长，生产效率、产品合格率亦会有所提高，进而带动毛利率上升。此外，对于优质客户的其他新产品，因公司已与之建立了良好的合作关系，公司开拓的压力会有一定程度降低。

因此，公司已多方面采取有效的应对措施，2023年一季度归母净利润293.77万元、综合毛利率16.68%，较2022年综合毛利率14.76%已有所上升，利润持续大幅下降的风险较小。

(二) 归母净利润与少数股东损益变动趋势差异较大的原因

报告期各期，公司归母净利润、少数股东损益及其计算过程如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
惠昌传感器净利润	1,783.09	1,666.56	1,575.72
少数股东持股比例	20%	20%	20%、10%
少数股东损益	356.62	333.31	233.36
合并净利润	-1,374.17	1,415.76	1,709.07
归母净利润	-1,730.79	1,082.45	1,475.71

注 1：少数股东损益=惠昌传感器净利润*少数股东持股比例

注2:根据公司2019年第二次临时股东大会决议,公司于2020年将持有的惠昌传感器10.00%股权转让给惠昌传感器员工持股平台常州盈升实业投资合伙企业(有限合伙),少数股东持股比例自2020年6月起由10%增加至20%

报告期各期,公司少数股东损益均来源于控股子公司惠昌传感器。报告期内惠昌传感器各期净利润逐年上升,分别为1,575.72万元、1,666.56万元及1,783.09万元。公司归母净利润与少数股东损益变动趋势差异较大系控股子公司惠昌传感器各年净利润较为稳定,少数股东损益也相对较为稳定,而母公司净利润下降较大,导致归母净利润大幅下降。

(三) 各产品的主要客户收入金额、单价、毛利率、年降情况,同种产品不同客户的毛利率差异原因,分析年降对毛利率的具体影响,公司毛利率下降幅度远大于可比公司平均值的原因及合理性

1. 各产品的主要客户收入金额、单价、毛利率、年降情况,同种产品不同客户的毛利率差异原因,分析年降对毛利率的具体影响

报告期内,公司产品种类众多,即使是同一类产品,因适配不同车型项目,在产品开发设计、产品形态、成本构成、工艺流程层面均存在差异,故其毛利率也存在显著差异。此外,客户市场地位、客户开发策略、年降谈判情况、产品报价时竞争程度等均会对产品的毛利率产生影响。

报告期内,公司主要产品包括清洗系统、精密注塑件、智能座舱配套产品、摩托车线束以及NTC温度传感器,同种产品在不同客户之间的毛利率对比情况如下:

(1) 清洗系统

报告期内,清洗系统产品的主要客户为A客户、B客户、C客户、D客户、E客户等,对上述客户的销售收入占清洗系统产品销售收入的比例分别为81.84%、74.60%及70.71%。

报告期内,公司向上述主要客户销售清洗系统的收入、占比、单价、毛利率情况如下:

单位:万元、元/件

客户名称	2022年度				2021年度			
	收入	占比	单价	毛利率	收入	占比	单价	毛利率
A客户	6,236.55	52.29%	11.49	28.85%	5,383.44	49.26%	12.14	26.06%

B 客户	983.09	8.24%	3.99	41.40%	867.03	7.93%	3.42	39.00%
C 客户	579.11	4.86%	7.84	-15.50%	789.02	7.22%	8.43	-30.66%
D 客户	533.36	4.47%	8.08	28.95%	533.08	4.88%	15.30	20.81%
E 客户	102.22	0.86%	13.12	38.41%	579.46	5.30%	21.22	43.03%
合 计	8,434.33	70.71%	-	16.04%	8,152.04	74.60%	-	22.82%

(续上表)

客户名称	2020 年度			
	收入	占比	单价	毛利率
A 客户	5,352.67	44.38%	10.73	24.34%
B 客户	1,040.11	8.62%	3.39	54.84%
C 客户	1,281.76	10.63%	7.28	-36.52%
D 客户	236.22	1.96%	15.69	19.12%
E 客户	1,960.00	16.25%	31.92	49.73%
合 计	9,870.76	81.84%	-	30.89%

注 1: 上表中的前五大客户为报告期内分产品合并收入金额的前五客户, 下同

注 2: 上表中的毛利率为该产品总体毛利率, 下同

1) 清洗系统不同客户毛利率差异的原因

报告期内, 公司对 A 客户、B 客户、E 客户的毛利率相对较高, 对 C 客户的毛利率相对较低; 此外, 对 E 客户在 2021 年、2022 年度的毛利率同比降幅较大, 具体分析如下:

报告期内, 公司对 A 客户、B 客户、E 客户的毛利率相对较高, 主要原因系: 公司对其销售的清洗系统以喷嘴总成为主, 该类产品结构较为精密、工艺较为复杂, 因此报价较高, 带动毛利率相对较高。

报告期内, 公司对 C 客户的毛利率相对较低, 主要原因系: 公司为了进入其供应商体系, 因竞争激烈, 产品定价较低, 利润空间较小, 后续公司与客户商业谈判时, 未能对销售价格进行优化调整, 导致公司持续亏损, 故公司逐步降低与其合作规模, 主要消化存量项目订单为主, 2022 年度的销售金额较 2021 年下滑 26.60%。

公司对 E 客户 2021 年度、2022 年度的毛利率同比降幅较大, 主要原因系: 公司 2020 年对 E 客户销售大灯喷嘴总成为主, 该产品技术壁垒较高且市场竞争

较小，报价较高，故毛利率较高；2021年至2022年度向其销售的后挡喷嘴总成项目占比增多，后挡喷嘴总成结构相对简单，市场竞争较大，报价较低，拉低了整体毛利率。

公司不同客户间单价差异较大，主要原因系销售产品结构差异导致。公司向A客户、B客户、E客户销售的清洗系统以喷嘴总成为主，其中A客户、E客户销售单价较高，B客户单价较低，主要系公司向A客户及E客户销售大灯喷嘴总成占比较高，向B客户销售前挡喷嘴总成占比较高。喷嘴总成原材料主要为塑料粒子，其销售定价主要受产品体积、产品工艺复杂程度、销售数量等影响；大灯喷嘴总成相较于前挡喷嘴总成而言产品体积较大，相应的耗用原材料较多，故单价较高；前挡喷嘴总成体积较小，单个产品原材料用料较少，故单价较低，但前挡喷嘴总成更为精密，产品的单位附加值较高，其毛利率亦相应较高。公司向C客户及D客户销售的清洗系统以水壶总成为主，水壶总成体积较大，故单价也较高。

2) 清洗系统主要客户年降对毛利率的具体影响

报告期内，清洗系统主要客户D客户未发生年降，其余主要客户年降金额及对毛利率的影响如下表所示：

单位：万元

客户	项目	2022年度	2021年度	2020年度
A客户	年降金额	445.05	24.27	294.44
	主营业务毛利率①	28.85%	26.06%	24.34%
	还原年降毛利率②	33.59%	26.39%	28.28%
	年降对毛利率影响③=①-②	-4.74%	-0.33%	-3.95%
B客户	年降金额	7.27	5.94	74.74
	主营业务毛利率①	41.40%	39.00%	54.84%
	还原年降毛利率②	41.83%	39.41%	57.87%
	年降对毛利率影响③=①-②	-0.43%	-0.41%	-3.03%
C客户	年降金额	-	16.54	58.12
	主营业务毛利率①	-	-30.66%	-36.52%
	还原年降毛利率②	-	-27.98%	-30.60%

	年降对毛利率影响③=①-②	-	-2.68%	-5.92%
E 客户	年降金额	-	69.29	16.36
	主营业务毛利率①	-	43.03%	49.73%
	还原年降毛利率②	-	49.11%	50.15%
	年降对毛利率影响③=①-②	-	-6.09%	-0.42%

注 1：年降金额=（年降产品上年平均单价-年降产品本年平均单价）*本年销售数量，系年降影响测算金额，下同

注 2：还原年降毛利率=（年降金额+主营业务收入-主营业务成本）/（年降金额+主营业务收入），下同

（2）精密注塑件

报告期内，清洗系统产品的主要客户为 F 客户、G 客户、H 客户、I 客户、A 客户等，对上述客户的销售收入占精密注塑件产品销售收入的比例分别为 59.87%、64.62%及 58.30%。

报告期内，精密注塑件的主要客户主营业务收入、占比、单价、毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

客户名称	2022 年度				2021 年度			
	收入	占比	单价	毛利率	收入	占比	单价	毛利率
F 客户	1,900.31	18.30%	3.53	48.07%	2,937.40	26.53%	3.18	45.51%
G 客户	1,471.71	14.18%	1.75	21.74%	1,621.32	14.64%	1.89	21.41%
H 客户	1,494.59	14.40%	2.84	16.30%	1,386.15	12.52%	2.92	19.12%
I 客户	503.02	4.85%	0.46	3.23%	602.09	5.44%	0.66	4.78%
A 客户	682.88	6.58%	0.64	-6.23%	607.75	5.49%	1.62	9.62%
合计	6,052.51	58.30%	-	19.22%	7,154.69	64.62%	-	24.74%

（续上表）

客户名称	2020 年度			
	收入	占比	单价	毛利率
F 客户	1,891.98	17.36%	2.83	50.36%
G 客户	1,966.72	18.05%	1.79	20.36%
H 客户	1,138.88	10.45%	2.76	16.88%
I 客户	544.26	4.99%	0.45	-1.61%

A 客户	982.45	9.02%	2.07	12.43%
合 计	6,524.29	59.87%	-	20.20%

1) 精密注塑件不同客户毛利率差异的原因

报告期内，公司对 F 客户的毛利率相对较高，对 A 客户、I 客户的毛利率相对较低，具体原因如下：

报告期内，公司对 F 客户的毛利率相对较高，主要系：① 公司提供给 F 客户的产品系定制化产品，主要为置于发动机舱内的点火线圈基座，产品技术含量高，运行环境恶劣，有一定的技术壁垒；② F 客户是北美领先的独立更换零件制造商和分销商之一，专注于汽车售后市场，与整车配套市场相比无年降的约定；③ 一般情况下，若将汽车拆成若干个零部件，全部零部件价格之和高于整车价格，即“零整比”系数大于 1，因此汽车售后市场零部件产品毛利率会高于整车配套市场毛利率；根据中保研汽车技术研究院有限公司于 2023 年 3 月发布的《第 15 期汽车零整比体系数据》，100 款车型的“零整比”指数为 365.38%；公司精密注塑件内销主要供给各大主机厂，属于整车配套市场，而 F 客户是专注于汽车售后市场，因汽车售后市场高“零整比”行业惯例的存在，F 客户能够承担较高的采购价。

报告期内，公司对 A 客户的毛利率相对较低，主要系该客户市场地位较高，精密注塑件竞争激烈，公司的定价话语权较低，同时对该客户部分产品单价执行年降，且部分产品还存在返利政策，2022 年度因执行较多返利进一步拉低毛利率；公司对 I 客户的毛利率相对较低，主要系为战略性进入该客户供应商体系，报价较低所致。

公司不同客户间单价差异较大，主要原因系精密注塑件均为定制化生产的非标产品，不同产品在产品结构复杂程度、生产工艺流程、市场供需情况、客户构成及应用场景等方面不完全一致。公司对 F 客户主要销售体积较大的置于发动机舱内的点火线圈基座，技术含量较高，运行环境恶劣，故单价较高；公司对 I 客户主要销售壳体、底座、滑块等产品，对 A 客户主要销售支架等产品，上述产品均系整车配套产品，体积较小，故销售单价较低。

2) 精密注塑件主要客户年降对毛利率的具体影响

报告期内，精密注塑件主要客户 F 客户是北美领先的独立更换零件制造商和分销商之一，专注于汽车售后市场，与整车配套市场相比无年降的约定，其余主要客户的年降对毛利率影响如下表所示：

单位：万元

客户	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
G 客户	年降金额	-	46.00	40.97
	主营业务毛利率①	-	21.41%	20.36%
	还原年降毛利率②	-	23.58%	21.99%
	年降对毛利率影响③=①-②	-	-2.17%	-1.63%
H 客户	年降金额	-	44.67	35.50
	主营业务毛利率①	-	19.12%	16.88%
	还原年降毛利率②	-	21.64%	19.39%
	年降对毛利率影响③=①-②	-	-2.53%	-2.51%
I 客户	年降金额	-	-	4.29
	主营业务毛利率①	-	-	-1.61%
	还原年降毛利率②	-	-	-0.81%
	年降对毛利率影响③=①-②	-	-	-0.79%
A 客户	年降金额	-	20.32	45.18
	主营业务毛利率①	-	9.62%	12.43%
	还原年降毛利率②	-	12.54%	16.28%
	年降对毛利率影响③=①-②	-	-2.92%	-3.85%

(3) 智能座舱配套产品

报告期内，公司智能座舱配套产品主要为传感器、控制器以及汽车线束，其中，PM2.5 传感器、天窗控制器及汽车线束为主要产品，其合计占智能座舱配套产品收入的比例分别为 66.55%、74.75%及 79.54%。

1) PM2.5 传感器

报告期内，PM2.5 传感器的主要客户为 A 客户，对该客户的销售收入占 PM2.5 传感器产品销售收入的比例分别为 100.00%、100.00%及 99.76%。

报告期内，公司对 A 客户销售 PM2.5 传感器的收入、占比、单价、毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

客户名称	2022 年度				2021 年度			
	收入	占比	单价	毛利率	收入	占比	单价	毛利率
A 客户	3,561.38	99.76%	108.10	14.04%	789.71	100.00%	110.24	8.50%

(续上表)

客户名称	2020 年度			
	收入	占比	单价	毛利率
A 客户	507.70	100.00%	97.84	-2.92%

报告期内，公司对 A 客户销售的 PM2.5 传感器毛利率分别为-2.92%、8.50% 及 14.04%，整体呈逐年上升趋势。

2020 年度，PM2.5 传感器总成的毛利率较低，主要系 2020 年 5 月 A 客户执行销售返利 110.00 万元，导致该年度 PM2.5 传感器总成的收入仅为 507.70 万元，销售返利大幅度拉低了毛利率。若剔除销售返利因素的影响，毛利率应为 15.40%。

2021 年度，PM2.5 传感器总成毛利率较 2020 年度剔除销售返利因素影响后的毛利率仍下降 6.90 个百分点，亦主要系年降政策导致平均售价降低为 110.24 元/个，带动毛利率有所下降。

2022 年度，PM2.5 传感器总成毛利率较 2021 年度上升 5.54 个百分点，主要系 2022 年该产品收入较 2021 年增长 352.24%，收入规模的迅速增长带来的规模效应明显，毛利率有所提高。

2) 天窗控制器总成

报告期内，天窗控制器的主要客户为 J 客户，对该客户的销售收入占天窗控制器总成产品销售收入的比例分别为 100.00%、100.00%及 99.22%。

报告期内，公司对 J 客户销售天窗控制器总成的收入、占比、单价、毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

客户名称	2022 年度				2021 年度			
	收入	占比	单价	毛利率	收入	占比	单价	毛利率
J 客户	2,038.69	99.22%	40.85	19.11%	2,466.31	100.00%	40.05	16.58%

(续上表)

客户名称	2020 年度			
	收入	占比	单价	毛利率
J 客户	1,106.18	100.00%	38.64	11.54%

报告期内，天窗控制器总成的毛利率分别为 11.54%、16.58%及 19.11%，最近三年毛利率逐年上升。

2021 年度、2022 年度毛利率分别较上年度上升 5.04 个百分点、2.53 个百分点，主要原因系公司调整既有产品销售策略，降低了毛利率较低的控制器的型号销售，同时公司紧跟市场趋势，对天窗控制器不断进行产品改型及工艺升级，新产品的毛利率相对较高，产品型号结构持续优化导致毛利率有所上升。

2020 年度、2021 年度、2022 年度，公司对 J 客户销售天窗控制器总成的测算年降影响金额为 17.03 万元、0.52 万元、23.47 万元，对毛利率影响较小。

3) 汽车线束

报告期内，汽车线束的主要客户为 K 客户、L 客户、M 客户，对上述客户的销售收入占汽车线束产品销售收入的比例分别为 71.60%、90.35%及 78.99%。

报告期内，公司向上述主要客户销售汽车线束的收入、占比、单价、毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

客户名称	2022 年度				2021 年度			
	收入	占比	单价	毛利率	收入	占比	单价	毛利率
K 客户	987.15	64.07%	8.77	11.91%	755.71	65.41%	11.71	9.66%
L 客户	224.75	14.59%	1.46	22.44%	277.08	23.98%	1.48	36.65%
M 客户	5.20	0.34%	14.51	-1.15%	11.11	0.96%	20.05	23.25%
合计	1,217.10	78.99%	-	15.29%	1,043.91	90.35%	-	30.58%

(续上表)

客户名称	2020 年度			
	收入	占比	单价	毛利率
K 客户	419.90	30.83%	12.25	7.58%
L 客户	322.54	23.68%	1.52	38.16%
M 客户	232.67	17.08%	4.63	0.47%

合 计	975.12	71.60%	-	34.09%
-----	--------	--------	---	--------

报告期内，公司对 L 客户的毛利率相对较高，主要系公司对其销售的型号以装配至 EMS 传感器上的专用线束为主，毛利率较高。2022 年度，公司对 L 客户的毛利率较 2021 年度有所下降，主要系产品型号结构发生了变化，毛利率较低的产品销售占比有所上升所致。

由于 M 客户回款较差，且客户维护成本较高，公司自 2020 年开始逐渐停止与其之间的合作，自 2021 年开始销售金额较小，导致其毛利率自 2021 年开始波动较大。

报告期内，公司对 M 客户及 K 客户销售单价较高，对 L 客户销售单价较低，主要原因系公司对 M 客户主要销售车灯线束、对 K 客户主要销售外镜线束，其单个产品所耗原材料较多，单根铜线长度较长，故单价较高；公司对 L 客户销售传感器线束，其生产所耗原材料较少，单个产品所需铜线长度较短，故单价较低。

报告期内，汽车线束主要客户 L 客户未发生年降，其余主要客户的年降对毛利率影响如下表所示：

单位：万元

客户	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
K 客户	年降金额	15.11	4.82	22.14
	主营业务毛利率①	11.91%	9.66%	7.58%
	还原年降毛利率②	13.23%	10.23%	12.20%
	年降对毛利率影响③=①-②	-1.33%	-0.57%	-4.62%
M 客户	年降金额	-	-	27.81
	主营业务毛利率①	-	-	0.47%
	还原年降毛利率②	-	--	11.09%
	年降对毛利率影响③=①-②	-	-	-10.62%

(4) 摩托车线束

报告期内，摩托车线束的主要客户为 N 客户，对其销售收入占摩托车线束产品销售收入的比例均在 80%以上。

报告期内，公司对 N 客户销售摩托车线束的收入、占比、单价、毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

客户名称	2022 年度				2021 年度			
	收入	占比	单价	毛利率	金额	占比	单价	毛利率
N 客户	10,920.30	90.74%	53.57	10.42%	12,445.00	89.85%	49.93	10.74%

(续上表)

客户名称	2020 年度			
	收入	占比	单价	毛利率
N 客户	9,105.17	89.90%	42.87	8.82%

N 客户系中国最大的摩托车制造企业，旗下主要品牌有“豪爵”、“铃木”，公司与之已形成了多年稳定的合作关系，各期销售均占摩托车线束销售总额的 80.00%以上。

随着摩托车整车行业的产品升级，更为节能、更符合环保排放要求的电喷摩托车比重越来越大。2019 年 7 月，我国摩托车排放标准由国三开始切换为国四，摩托车发动机供油方式由化油器变更为电喷，电喷线束工艺复杂，毛利率相较传统的摩托车线束较高；同时在原材料价格发生较大变化时，公司能够与 N 客户协商作出价格调整，将部分原材料价格上涨压力一定程度向 N 客户传导，综合导致报告期内毛利率整体呈上升趋势。

摩托车线束主要系参考铜价进行定价，不存在年降的情况。

(5) NTC 温度传感器

报告期内，NTC 温度传感器的主要客户主营业务收入金额、单价、毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

客户名称	2022 年度				2021 年度			
	收入	占比	单价	毛利率	收入	占比	单价	毛利率
O 客户	3,004.13	28.40%	2.56	43.39%	2,670.47	28.13%	2.36	49.04%
P 客户	1,254.28	11.86%	1.54	33.97%	936.03	9.86%	1.47	39.98%
Q 客户	769.95	7.28%	10.29	37.05%	626.09	6.60%	12.84	51.43%
R 客户	581.43	5.50%	4.11	38.23%	725.05	7.64%	4.08	39.69%

S 客户	414.22	3.92%	2.66	38.97%	758.59	7.99%	2.65	25.26%
合计	6,024.01	56.95%	-	38.76%	5,716.23	60.21%	-	42.42%

(续上表)

客户名称	2020 年度			
	收入	占比	单价	毛利率
O 客户	2,373.99	29.62%	2.45	50.85%
P 客户	770.51	9.61%	1.09	27.75%
Q 客户	547.47	6.83%	13.99	58.07%
R 客户	647.91	8.08%	3.98	35.78%
S 客户	637.02	7.95%	2.81	20.41%
合计	4,976.91	62.10%	-	45.78%

1) NTC 温度传感器不同客户的毛利率差异原因

报告期内，O 客户、P 客户、Q 客户及 R 客户毛利率较高，S 客户毛利率较低。毛利率差异主要系受市场竞争关系及产品种类影响，公司 NTC 温度传感器大部分为智能家居领域的定制化产品，技术壁垒较高的产品型号定价及毛利率较高。报告期内向 Q 客户销售单价较高，向 P 客户销售单价较低，主要系销售产品型号及产品结构存在差异。公司向 Q 客户销售的 NTC 温度传感器主要用于咖啡机、烤箱等电子产品，技术壁垒较高，所需的进口元件电线、塑体、端子、管子、铜壳等原材料成本较高，故销售单价较高；向 P 客户销售的 NTC 温度传感器主要用于空调等家电产品，相较于前者技术壁垒较低，所需原材料成本较低，故销售单价较低。

O 客户 2020 年及 2021 年毛利率较高，2022 年略有下降，主要系公司在 2020 年开始与 O 客户在 NTC 温度传感器的交易量快速增加，经业务洽谈将 2020 年销售单价略微下调，后续年度保持稳定，同时产品结构有所调整，导致毛利率略有降低；Q 客户 2022 年度毛利率较上期降低较多主要系主要产品单价下降较多；P 客户 2020 年毛利率较低，主要系 P 客户引进其他供应商，公司对其定价有所下调所致，2021 年和 2022 年毛利率较高主要系公司调整产品结构，部分传感器存在技术壁垒，产品定价较高所致；S 客户 2022 年毛利率上升较多，主要系公司改进对应型号产品工艺，单位成本有所降低所致。

2) 年降对毛利率的具体影响

报告期内，NTC 温度传感器主要客户存在年降情况为 S 客户，其对毛利率影响如下表所示：

单位：万元

客户	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
S 客户	年降金额	-	45.84	-
	主营业务毛利率①	-	25.26%	-
	还原年降毛利率②	-	29.52%	-
	年降对毛利率影响③=①-②	-	-4.26%	-

2. 公司毛利率下降幅度远大于可比公司平均值的原因及合理性

公司以清洗系统、精密注塑件以及智能座舱配套产品等汽车零部件业务为主，以下上市公司的业务板块之一与公司产品相同或类似，主营业务毛利率对比如下：

证券代码	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
300969	恒帅股份	32.76%	33.97%	38.39%	38.83%
301000	肇民科技	31.81%	34.93%	37.07%	40.62%
003021	兆威机电	29.77%	29.29%	33.90%	32.47%
603266	天龙股份	21.37%	20.68%	26.35%	25.24%
002920	德赛西威	21.39%	24.05%	22.57%	22.53%
600699	均胜电子	12.00%	11.46%	13.39%	16.12%
603197	保隆科技	25.80%	26.55%	31.40%	30.47%
	平均值	24.98%	25.85%	29.01%	29.47%
	公司	15.33%	22.23%	22.95%	23.61%

数据来源：可比公司招股说明书、定期报告

由上表可知，报告期内公司主营业务毛利率分别为 22.95%、22.23%及 15.33%，前两年度毛利率整体保持平稳，2022 年度的主营业务毛利率较 2021 年度下降 6.90 个百分点，较可比公司的平均值下降幅度较大，主要系主要产品清洗系统、精密注塑件毛利率下降较多以及策略性报价的客户上量较快，原因分析如下：

(1) 主要产品清洗系统、精密注塑件毛利率下降较多

2021 年度、2022 年度，公司主要产品清洗系统、精密注塑件毛利率贡献变动如下表所示：

产品	毛利率		占主营业务收入比重		毛利率贡献度		毛利率 贡献变动
	2022年度	2021年度	2022年度	2021年度	2022年度	2021年度	
	A	B	C	D	E=A*C	F=B*D	
清洗系统	16.04%	22.82%	17.09%	19.06%	2.74%	4.35%	-1.61%
精密注塑件	19.22%	24.74%	14.87%	19.31%	2.86%	4.78%	-1.92%
合计	17.52%	23.79%	31.96%	38.38%	5.60%	9.13%	-3.53%

由上表可知，清洗系统、精密注塑件毛利率贡献变动分别为-1.61个百分点、-1.92个百分点，合计影响主营业务毛利率 3.53 个百分点。清洗系统、精密注塑件毛利率降低原因如下：

1) 产品销售结构发生变化

2021 年度、2022 年度，公司汽车清洗系统毛利率分别为 22.82%、16.04%，下降幅度较大，主要系清洗系统中毛利率较高的前挡喷嘴总成、大灯喷嘴总成、大灯水管总成销售金额占清洗系统的销售占比由 61.39%下降至 39.36%；同时水壶总成销售占比提高，因水壶总成体积较大，结构及工艺相对简单、精度要求较低，导致水壶总成毛利率低于清洗系统其他主要产品；此外 2022 年度清洗系统第一大客户 A 客户年降金额较高，进一步带动清洗系统毛利率下降。

2) 客户结构发生变化

2021 年度、2022 年度，公司精密注塑件毛利率分别为 24.74%、19.22%，毛利率有所下降，主要原因系：精密注塑件第一大客户 F 客户毛利率较高，2021 年度、2022 年度分别为 45.51%、48.07%，但销售占比由 26.53%降低为 18.30%，带动精密注塑件毛利率有所下降。F 客户作为境外客户其毛利率整体高于境内客户，F 客户毛利率较高的原因详见本反馈意见回复三（三）1 之说明。

(2) 策略性报价的客户上量较快

为进一步开发优质客户，进入其供应商体系，公司有针对性地对优质客户采取策略性报价。2022 年度，毛利率较低的客户 U 客户、I 客户销售的新产品上量较快，已分别成为公司当期第四大、第三大客户，对公司主营业务毛利率影响较大，若剔除对上述客户的销售收入，公司主营业务毛利率将由 15.33%上升至 17.01%。具体情况详见反馈意见回复三（四）2 之说明。

综上所述，公司 2022 年度的主营业务毛利率较 2021 年度下降 6.90 个百分点，较可比公司的平均值下降幅度较大，主要系产品销售结构、客户结构、实行策略性报价的客户上量较快等因素综合所致。

(四) 报告期内销售返利的具体客户、返利方式、金额，相应的会计处理情况；各期策略性报价的具体客户、单价、收入、毛利率情况，与公司类似产品普通报价、毛利率的差异及合理性，策略性报价客户的销售增长情况

1. 报告期内销售返利的具体客户、返利方式、金额，相应的会计处理情况

报告期各期，公司与部分客户签订返利协议，存在销售返利行为。报告期内公司销售返利的具体客户及返利金额情况列式如下：

单位：万元

客户名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
A 客户	398.73	521.64	227.99
J 客户	200.00	-	-
B 客户	25.29	36.76	64.03
U 客户	11.23		
K 客户	5.00		
C 客户	-	-	20.00
T 客户	-	0.56	-
合计	640.25	558.96	312.02

注：返利金额均为不含税金额

报告期内，公司销售返利金额分别为 312.02 万元、558.96 万元及 640.25 万元。公司根据与客户达成的销售返利条款，对该客户的销售完成情况进行核对，按协议约定计算返利金额，其中各年度主要系向 A 客户进行销售返利，其返利金额分别为 227.99 万元、521.64 万元及 398.73 万元。

公司销售返利方式系在返利发生当年开具增值税红字发票冲抵货款；公司对于销售返利的会计处理系根据返利协议及结算情况在返利发生当年冲减销售收入和应收账款，具体会计分录如下：

借：主营业务收入

借：应交税费-增值税（销项税额）

贷：应收账款

上述公司销售折扣的会计处理符合《企业会计准则》的要求。

2. 各期策略性报价的具体客户、单价、收入、毛利率情况，与公司类似产品普通报价、毛利率的差异及合理性，策略性报价客户的销售增长情况

为进一步开发重点的优质客户，进入其供应商体系，公司根据市场情况有针对性地对于优质客户采取策略性报价。后期随着销售量逐渐增长，生产效率、产品合格率亦会有所提高，进而带动毛利率上升。此外，对于优质客户的其他新产品，因公司已与之建立了良好的合作关系，公司开拓的压力会有一定程度降低。

报告期内，公司主要针对 U 客户、I 客户采取了策略性报价。

(1) U 客户

公司 2021 年新开拓了 U 客户。U 客户系科创板上市公司，是一家专注于智能短交通和服务类机器人领域的创新企业，在智能短交通领域具有较高的知名度。

报告期内，公司主要为 U 客户的平衡车产品提供踏板、轮毂盖、左右前叉罩、挡泥板、仪表盖等注塑件产品，平均单价、收入、毛利率情况如下表所示：

单位：万元、元/个

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售收入	3,794.00	869.09	-
平均单价	2.91	2.49	-
毛利率	2.00%	-13.47%	-

报告期内，公司对 U 客户增长迅速，2022 年较 2021 年增长 336.55%，已成为公司 2022 年度第四大客户，平均单价整体保持稳定。因初期生产处于磨合状态，随着规模逐渐增大，良品率不断改善、规模效应逐步体现，毛利率有所提升。

公司平衡车注塑件产品系基于传统汽车精密注塑件业务的拓展，是在短交通领域进行业务布局的重要举措。平衡车注塑件系公司新产品，与公司的传统汽车精密注塑件在产品形态、终端客户、应用领域、精度要求、报价及毛利率上不具有可比性，两者的区别如下表所示：

项目	平衡车注塑件	汽车精密注塑件
客户构成	U 客户	以 SMP、科世得润、一汽富晟李尔等客户为主的汽车零部件企业
运用领域	平衡车	汽车



(2) I 客户

I 客户是一家总部位于德国的汽车零部件制造商，在 2022 年度全球汽车零部件配套供应商百强榜中居第 61 位，已成为奔驰、大众、福特、长城、上汽、一汽、北汽、通用等整车厂的重要供应商。

报告期内，公司主要为 I 客户供应精密注塑件、时钟弹簧，其销售收入、平均单价、毛利率情况如下表所示：

单位：万元、元/个

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
精密注塑件	销售收入	503.02	602.09	544.26
	平均单价	0.46	0.66	0.45
时钟弹簧	销售收入	3,845.46	-	-
	平均单价	41.65	-	-
毛利率		9.56%	4.78%	-1.61%

2020 年至 2021 年，公司向 I 客户销售精密注塑件，毛利率分别为-1.61%和 4.78%，销售金额分别为 544.26 万元和 602.09 万元，主要为进入该客户供应商体系，报价较低，导致毛利率较低。精密注塑件单价有所波动主要系产品销售结构发生了变化，单价较高的壳体产品销售占比逐渐提高所致。

2022 年度，I 客户毛利率整体较 2021 年度上升 4.78 个百分点，主要系随着双方合作深入，公司开始向 I 客户供应新产品时钟弹簧，时钟弹簧毛利率整体高于向其供应的传统产品精密注塑件，随着时钟弹簧快速上量，实现收入 3,845.46 万元，带动 I 客户成为公司 2022 年度第三大客户。

报告期内，公司向 I 客户销售的精密注塑件主要是汽车转向开关以及时钟弹簧，精密注塑件包括壳体、底座、滑块、基座等，产品特异性高，单价不具有可

比性，毛利率总体低于公司同期精密注塑件毛利率；公司未向除 I 客户之外的其他客户销售时钟弹簧或类似产品。

（五）核查程序及核查意见

1. 核查程序

（1）查阅汽车行业、汽车电子行业的公开资料和数据，分析行业发展情况对公司未来经营的影响；

（2）查阅同行业上市公司公开披露的招股说明书和定期报告，了解其净利润、毛利率变动情况，并结合公司实际情形进行差异原因和合理性分析；

（3）访谈公司财务负责人，了解公司经营业绩变动原因，并与经营性现金流的变动进行匹配分析；

（4）查阅公司 2022 年度及 2021 年度的合并利润表，比较公司营业收入、净利润、归属于母公司所有者的净利润等指标的变动情况，结合相关人员访谈及主营业务收入明细表等资料，分析公司业绩变动的原因；

（5）访谈公司管理层、销售部经理，了解公司业绩增长及净利润变化的原因、未来发展战略，并查阅 2023 年一季度财务报表，分析是否存在利润持续下降的风险；

（6）核查控股子公司惠昌传感器报告期内的财务报表，取得报告期各期公司少数股东损益的编制基础和编制过程，复核其计算准确性；

（7）获取公司报告期的收入成本明细表，按客户和产品统计毛利率，对比分析各产品主要客户的毛利率差异及报告期内毛利率变动趋势，并向公司总经理和财务负责人访谈，了解毛利率差异及变动的具体原因；

（8）结合公司收入明细表，分析主要客户不同产品的收入、单价、毛利率等情况；

（9）查阅公司与主要客户签订的合同及价格协议，并与公司总经理访谈确认，了解公司报价所考虑的因素及年降情况；

（10）访谈公司总经理、财务负责人、销售部经理，了解公司对客户的返利政策和执行情况，复核公司对于销售返利的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

(11) 取得并查阅公司与客户签订的返利协议等支持性文件，复核公司各年度返利金额的计算过程；

(12) 访谈公司总经理、销售部经理，了解策略性报价的原因、对应客户、相关产品销售情况等；

(13) 通过公开渠道查找策略性报价对应客户的基本情况，了解其行业地位，进一步确认公司采取策略性报价的合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，汽车行业产销曾出现下滑态势，于 2021 年结束“三连降”，汽车产业逐步复苏，汽车电子市场规模不断提升；因具体产品、业务结构、客户结构、产品生命周期、终端应用车型及开拓客户策略等存在差异，同行业各公司与公司之间的净利润变动趋势并不完全相同；公司综合毛利率分别为 23.08%、22.28%及 14.76%，呈逐年下降趋势且 2022 年度降幅较大，导致净利润逐年下滑，2022 年度毛利率降幅较大主要系主要产品清洗系统、精密注塑件毛利率下降较多以及为进一步开发优质客户实行策略性报价的低毛利率客户 U 客户、I 客户上量较快等因素综合所致。公司 2022 年营业收入增长主要受宏观环境好转汽车产业生产力恢复、公司及时进行产品结构调整大力发展智能座舱配套产品、惠昌传感器经营业绩持续向好所致；公司 2022 年净利润和归母净利润下降主要系收入增幅小于成本增幅，毛利率下降所致；公司已多方面采取有效的应对措施，2023 年一季度归母净利润 293.77 万元、综合毛利率 16.68%，较 2022 年综合毛利率 14.76%已有所上升，利润持续大幅下降的风险较小；

(2) 公司归母净利润与少数股东损益变动趋势差异较大系控股子公司惠昌传感器各年净利润较为稳定，少数股东损益也相对较为稳定，而母公司净利润下降较大，导致归母净利润大幅下降；

(3) 公司产品种类众多，不同产品类别之间毛利率差异较大；公司对主要客户销售同类产品的毛利率存在一定差异具有合理性，与公司实际业务情况相匹配；公司 2022 年度的主营业务毛利率较 2021 年度毛利率下降幅度大于同行业可比公司的平均值，主要系公司的产品销售结构、客户结构、实行策略性报价的客户上量较快等因素综合所致；

(4) 报告期各期，公司销售返利金额分别为 312.02 万元、558.96 万元及 640.25 万元，公司根据与客户达成的销售返利条款，对该客户的销售完成情况进行核对，按协议约定计算返利金额，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；为进一步开发重点的优质客户，进入其供应商体系，公司根据市场情况有针对性地对于优质客户采取策略性报价，公司采取策略性报价销售的平衡车注塑件与传统汽车精密注塑件在报价、毛利率上不具有可比性；公司采取策略性报价销售的精密注塑件产品特异性高，单价不具有可比性，毛利率总体低于公司同期精密注塑件毛利率，且公司未向其他客户销售时钟弹簧或类似产品。

四、关于应收账款及存货

根据申报材料，1) 报告期各期末发行人应收账款账面价值分别为 17,078.89 万元、15,117.33 万元、18,392.94 万元、20,625.80 万元；按组合计提坏账准备的应收账款 2021 年末 3-4 年账龄的余额大于 2020 年末 2-3 年的余额；2) 各期末存货账面价值分别为 8,572.71 万元、7,898.14 万元、12,964.31 万元、17,163.15 万元，其中库存商品余额逐期大幅增加，2021 年末和 2022 年 9 月末公司在产品分别较上期增加较多主要系对于新增自费模具核算科目由在建工程变更为存货-在产品所致；3) 存货占流动资产比例较高，存货周转率逐期下降。

请发行人说明：(1) 结合业务模式、信用政策、同行业上市公司情况对比等分析最近一年一期末应收账款金额较高且大幅增长的原因及合理性，报告期内账龄、应收账款周转率、期后回款情况与同行业可比公司的对比情况，公司坏账准备计提是否充分；(2) 按组合计提坏账准备的应收账款 2021 年末 3-4 年账龄的余额大于 2020 年末 2-3 年的余额的原因，公司应收账款的账龄统计是否准确；(3) 报告期内存货各类别余额变化的原因，与公司的采购周期、生产周期、销售周期是否匹配，量化分析存货周转率逐期下降的原因；各期末各类存货的订单覆盖率、是否存在存货积压、呆滞等情况，公司存货周转率、库龄分布及占比、各期末存货期后转销情况与同行业可比公司是否存在较大差异及原因，公司存货跌价准备计提是否充分；(4) 2021 年末公司将新增自费模具核算科目由在建工程变更为存货-在产品的原因及依据，是否符合企业会计准则的要求。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

(一) 结合业务模式、信用政策、同行业上市公司情况对比等分析最近一年一期末应收账款金额较高且大幅增长的原因及合理性，报告期内账龄、应收账款周转率、期后回款情况与同行业可比公司的对比情况，公司坏账准备计提是否充分

1. 结合业务模式、信用政策、同行业上市公司情况对比等分析最近一年一期末应收账款金额较高且大幅增长的原因及合理性

报告期各期末，公司应收账款及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2022. 12. 31/ 2022 年度		2021. 12. 31/ 2021 年度		2020. 12. 31/ 2020 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收账款账面价值	20,900.26	13.63%	18,392.94	21.67%	15,117.33
营业收入	71,143.54	22.31%	58,165.36	17.65%	49,440.63
占比	29.38%	-2.24%	31.62%	1.04%	30.58%

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 15,117.33 万元、18,392.94 万元和 20,900.26 万元，其中 2021 年末和 2022 年末的应收账款账面价值分别较上期末增长 21.67%和 13.63%，增幅较大。公司应收账款账面价值占营业收入比例在报告期各期较为稳定，分别为 30.58%、31.62%及 29.38%。公司应收账款变动趋势与营业收入变动趋势基本一致，应收账款大幅增长的原因主要系受营业收入增长影响。

公司销售区域以内销为主，销售模式为直销。公司主要客户包括中国一汽、上汽集团等知名汽车整车制造商，科世达、毓恬冠佳、SMP、一汽富维、一汽富晟李尔等国内外知名汽车零部件供应商，松下电器等家电企业以及大长江集团、九号公司等短交通设备公司。公司执行严格的应收账款管理制度，建立完善的信用管理体系，综合客户财务状况、采购规模、历史回款情况等因素与客户约定信用期。

报告期内，公司对主要客户信用政策情况如下：

集团客户	主要客户	主要信用政策
中国一汽	一汽-大众汽车有限公司	月结 30 天
	一汽丰田汽车有限公司	

集团客户	主要客户	主要信用政策
	中国第一汽车股份有限公司	月结 60/90 天
九号公司	纳恩博（常州）科技有限公司	月结 30/105 天
科世达	上海科世达-华阳汽车电器有限公司	月结 90 天
毓恬冠佳	上海毓恬冠佳科技股份有限公司	月结 90 天
	吉林毓恬冠佳汽车零部件有限公司	月结 90 天
大长江集团	江门市大长江集团有限公司	月结 30 天
	江门市豪爵物资有限公司	
	常州豪爵铃木摩托车有限公司	
SMP	Standard Motor Products Inc.	月结 60 天
	SMP Poland SP. Z. O. O.	
松下电器	广州松下空调器有限公司	月结 30 天
一汽富维	长春一汽富维东阳汽车塑料零部件有限公司	月结 60 天
一汽富晟李尔	一汽富晟李尔	月结 60 天
上汽集团	上汽大众汽车有限公司	月结 30 天

由上表可见，公司对主要客户信用政策一般为 1-3 个月，报告期内公司对主要客户的信用期未发生重大变化，双方均一贯履行信用政策。

报告期各期末，公司应收账款占营业收入的比例与同行业公司对比如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
德赛西威	29.89%	27.05%	28.34%
恒帅股份	25.78%	25.56%	25.10%
沪光股份	37.12%	45.29%	40.06%
保隆科技	25.40%	21.09%	22.29%
肇民科技	29.52%	27.57%	36.37%
平均值	29.54%	29.31%	30.43%
日盈电子	29.38%	31.62%	30.58%

由上表可知，公司应收账款占营业收入的比例与同行业可比公司平均值不存在重大差异。

综上所述，最近一年末，公司应收账款金额较高且大幅增长主要系公司销售收入增长，与公司业务规模、信用政策相匹配；公司应收账款占营业收入的比例与同行业可比公司平均值不存在重大差异，具备合理性。

2. 报告期内账龄、应收账款周转率、期后回款情况与同行业可比公司的对比情况，公司坏账准备计提是否充分

(1) 报告期内账龄与同行业可比公司的对比情况

报告期各期末，公司应收账款账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	2022. 12. 31		2021. 12. 31		2020. 12. 31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	21,735.38	98.51%	19,293.31	99.32%	15,916.39	99.44%
1-2年	269.45	1.22%	63.90	0.33%	14.86	0.09%
2-3年	8.37	0.04%	13.32	0.07%	26.34	0.16%
3-4年	13.32	0.06%	20.69	0.11%	25.18	0.16%
4-5年	11.92	0.05%	10.76	0.06%	2.49	0.02%
5年以上	25.65	0.12%	23.75	0.12%	21.25	0.13%
应收账款余额	22,064.09	100.00%	19,425.73	100.00%	16,006.51	100.00%
减：坏账准备	1,163.83		1,032.79		889.18	
应收账款账面价值	20,900.26		18,392.94		15,117.33	

由上表可知，公司应收账款账龄主要系1年以内，占比分别为99.44%、99.32%和98.51%，应收账款质量较好，发生坏账的风险较小。

报告期各期末，公司应收账款账龄与同行业公司对比如下：

公司名称	2022. 12. 31			2021. 12. 31		
	1年以内	1-2年	2年以上	1年以内	1-2年	2年以上
德赛西威	99.09%	0.03%	0.88%	97.79%	0.56%	1.66%
恒帅股份	99.90%	0.03%	0.07%	99.86%	0.03%	0.10%
沪光股份	98.99%	0.23%	0.78%	98.95%	1.04%	0.01%
保隆科技	97.16%	1.27%	1.57%	97.02%	0.74%	2.24%
肇民科技	96.81%	0.13%	3.06%	96.35%	1.20%	2.45%

平均值	98.39%	0.34%	1.27%	97.99%	0.71%	1.29%
日盈电子	98.51%	1.22%	0.27%	99.32%	0.33%	0.35%

(续上表)

公司名称	2020.12.31		
	1年以内	1-2年	2年以上
德赛西威	97.14%	1.02%	1.84%
恒帅股份	98.91%	1.00%	0.09%
沪光股份	99.94%	0.06%	0.01%
保隆科技	97.00%	0.55%	2.45%
肇民科技	97.69%	0.24%	2.07%
平均值	98.14%	0.57%	1.29%
日盈电子	99.44%	0.09%	0.47%

由上表可知，报告期各期，公司应收账款账龄结构与同行业可比公司基本一致，整体不存在重大差异。

(2) 报告期内应收账款周转率与同行业可比公司的对比情况

报告期内，公司应收账款周转率如下：

单位：万元、次/年

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应收账款期末账面余额	22,064.09	19,425.73	16,006.51
应收账款期初账面余额	19,425.73	16,006.51	18,146.74
营业收入	71,143.54	58,165.36	49,440.63
应收账款周转率	3.43	3.28	2.90

报告期内，公司应收账款周转率分别为 2.90 次/年、3.28 次/年和 3.43 次/年，应收账款周转较快，平均收账期较短，资产流动快。

报告期内，公司应收账款周转率与同行业公司的对比情况具体如下：

单位：次/年

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
德赛西威	3.97	3.93	3.69
恒帅股份	4.13	4.71	4.30

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
沪光股份	2.76	2.79	2.83
保隆科技	4.59	4.85	4.52
肇民科技	3.10	3.18	3.05
平均值	3.71	3.89	3.68
日盈电子	3.43	3.28	2.90

报告期内，公司应收账款周转率与同行业公司平均值整体不存在重大差异。公司的应收账款周转率略低于同行业公司的平均值，主要系公司与同行业可比公司的主营业务及主要产品并不完全一致，销售规模不同及对不同客户的应收账款政策不同，因此在应收账款周转率指标上存在一定差异。

(3) 报告期内期后回款与同行业可比公司的对比情况

截至 2023 年 4 月 30 日，报告期各期末应收账款期后回款情况具体如下：

单位：万元

项目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
应收账款余额	22,064.09	19,425.73	16,006.51
截至 2023 年 4 月 30 日回款金额	17,727.22	19,299.75	15,947.24
期后回款比例	80.34%	99.35%	99.63%

由上表可知，截至 2023 年 4 月 30 日，公司应收账款期后回款比例分别为 99.63%、99.35%和 80.34%。报告期内，公司主要客户均已按照信用期的约定正常支付货款，应收账款回款情况良好；2022 年末公司部分应收账款尚未回款，主要原因系部分期末暂估收入于期后开票、货款未到账期所致。

由于同行业公司未公开披露报告期各期末的期后回款数据，考虑到同行业公司较大比例的应收账款账龄均在一年以内，因此下表选取了同行业公司各期期末应收账款在第二年的回款情况进行对比，具体情况如下：

公司名称	2021. 12. 31	2020. 12. 31	2019. 12. 31
德赛西威	97.22%	95.82%	95.73%
恒帅股份	99.82%	99.68%	98.42%
沪光股份	98.88%	98.08%	99.92%
保隆科技	95.84%	96.70%	96.78%

公司名称	2021. 12. 31	2020. 12. 31	2019. 12. 31
肇民科技	94.42%	94.65%	96.60%
平均值	97.24%	96.99%	97.49%
日盈电子	99.35%	99.63%	99.47%

注：同行业上市公司期后回款比例数据系以当年年末应收账款余额减去下一年度一年以上应收账款余额的差额除以当年年末应收账款余额

由上表可知，公司期后回款情况良好，与同行业公司相比不存在重大差异，公司不存在大额应收账款无法回收的风险。

(4) 公司坏账准备计提充分

报告期各期末，公司应收账款坏账准备的计提比例与同行业公司对比情况如下：

公司名称	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
德赛西威	5.84%	6.86%	7.84%
恒帅股份	5.05%	5.08%	5.94%
沪光股份	2.12%	1.95%	1.31%
保隆科技	1.81%	2.73%	2.72%
肇民科技	7.64%	7.43%	7.00%
平均值	4.49%	4.81%	4.96%
日盈电子	5.27%	5.32%	5.56%

由上表可知，公司应收账款坏账准备计提比例与同行业公司平均值整体不存在重大差异，且略高于同行业可比公司平均值，应收账款坏账准备计提更谨慎，坏账准备计提合理。

(二) 按组合计提坏账准备的应收账款 2021 年末 3-4 年账龄的余额大于 2020 年末 2-3 年的余额的原因，公司应收账款的账龄统计是否准确

报告期内，公司按组合计提坏账准备的应收账款情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2022. 12. 31		2021. 12. 31		2020. 12. 31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	21,735.38	98.57%	19,293.31	99.47%	15,908.01	99.81%
1-2 年	269.45	1.22%	63.71	0.33%	1.68	0.01%

账龄	2022. 12. 31		2021. 12. 31		2020. 12. 31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2-3 年	8.37	0.04%	0.14	0.00%	2.15	0.01%
3-4 年	0.14	0.00%	12.94	0.07%	1.97	0.01%
4-5 年	11.92	0.05%	1.91	0.01%	2.49	0.02%
5 年以上	25.65	0.12%	23.75	0.12%	21.25	0.13%
合计	22,050.91	100.00%	19,395.75	100.00%	15,937.56	100.00%

报告期各期末，公司应收账款账龄集中在 1 年以内。按组合计提坏账准备的应收账款 2021 年末 3-4 年账龄余额大于 2020 年末 2-3 年余额，主要系 2020 年末公司客户北汽银翔汽车有限公司存在大量拖欠供应商欠款诉讼，被法院列为失信执行人，公司在 2020 年末结合客户资信情况、财务状况对北汽银翔汽车有限公司应收账款采取 100% 单项计提坏账。2020 年末，公司应收北汽银翔汽车有限公司款项 38.97 万元，账龄分别为 1 年以内 8.18 万元、2-3 年 16.44 万元、3-4 年 14.35 万元。2021 年，北汽银翔汽车有限公司达成重整计划，并与公司签订债务清偿协议，于 2021 年支付公司货款 20.00 万元，剩余未清偿部分于 2022 年至 2026 年分期支付。基于上述情形，公司于 2021 年末对北汽银翔汽车有限公司未清偿应收款项由单项计提改用按账龄组合计提坏账。因此，公司按组合计提坏账准备的应收账款 2021 年末 3-4 年账龄的余额大于 2020 年末 2-3 年的余额具有合理性，公司应收账款的账龄统计准确。

(三) 报告期末存货各类别余额变化的原因，与公司的采购周期、生产周期、销售周期是否匹配，量化分析存货周转率逐期下降的原因；各期末各类存货的订单覆盖率、是否存在存货积压、呆滞等情况，公司存货周转率、库龄分布及占比、各期末存货期后转销情况与同行业可比公司是否存在较大差异及原因，公司存货跌价准备计提是否充分

1. 报告期末存货各类别余额变化的原因，与公司的采购周期、生产周期、销售周期是否匹配，量化分析存货周转率逐期下降的原因

(1) 报告期末存货各类别余额变化的原因

报告期各期末，公司存货情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022. 12. 31		2021. 12. 31		2020. 12. 31
	金额	变动	金额	变动	金额
原材料	5,800.30	15.86%	5,006.19	44.42%	3,466.51
在产品	3,498.40	51.43%	2,310.22	92.00%	1,203.24
库存商品	7,059.46	37.94%	5,117.96	88.83%	2,710.42
发出商品	1,233.73	41.31%	873.09	-19.24%	1,081.03
账面余额	17,591.89	32.20%	13,307.46	57.28%	8,461.20

报告期各期末，公司存货余额分别为 8,461.20 万元、13,307.46 万元和 17,591.89 万元。各类别存货余额变动原因分析如下：

1) 原材料、库存商品

公司原材料、库存商品余额变动主要受产销变动情况影响。为保证供货及时性和生产的稳定性，公司一般会根据产销变动情况进行生产备货，同时设置一定规模的安全库存。

报告期各期末，公司原材料余额分别为 3,466.51 万元、5,006.19 万元和 5,800.30 万元，同比变动分别为 44.42%和 15.86%。其中 2021 年末原材料余额增幅较大，主要系公司 2021 年末线束订单预期规模较大，且受部分材料紧缺及价格上涨影响，公司备货量增加。

报告期各期末，公司库存商品余额分别为 2,710.42 万元、5,117.96 万元和 7,059.46 万元，同比变动 88.83%和 37.94%。2021 年末、2022 年末库存商品余额增幅较大，主要系在销售规模大幅增加的情况下，为避免运输、供给侧冲击等因素影响稳定供货，公司增加了库存商品备货量；同时受传感器、控制器、时钟弹簧等业务规模增长，公司库存商品余额大幅增加。

2) 在产品

报告期各期末，公司在产品余额分别为 1,203.24 万元、2,310.22 万元和 3,498.40 万元，同比增长 92.00%和 51.43%。2021 年末及 2022 年末在产品余额增幅较大，主要原因如下：一方面公司根据产销变动情况组织生产、备货，随着销售规模扩大，相应在产品增加；另一方面随着下游客户新车型的不断推出，公司新产品增加，对模具开发需求不断增加，为建立起有效的模具成本核算及管理体系，公司将模具成本核算纳入存货成本核算体系，新增自费模具核算科目由在建工程变更为存货-在产品。

3) 发出商品

报告期各期末，公司发出商品余额分别为 1,081.03 万元、873.09 万元和 1,233.73 万元，同比变动-19.24%和 41.31%。其中 2021 年末发出商品金额较小，主要系 2021 年 12 月下游汽车主机市场产销需求增加，2021 年末公司发出商品较多地被客户签收或领用所致。

(2) 与公司的采购周期、生产周期、销售周期是否匹配，量化分析存货周转率逐期下降的原因

报告期内，公司存货的流转过程如下图所示：



通常情况下，公司在接到客户的采购计划后，综合考虑在手订单及预测订单，根据交货量、交货时间等制定生产计划；公司采购部根据生产计划、库存情况编制采购计划，从供应商名单里选定供应商，下达采购订单并完成采购；从下达采购计划至采购到货约为 30 天左右。采购到货后，生产部门根据生产计划从仓库领料并组织生产，各产品因工艺不同，生产周期存在一定的差异，综合来看，从配送领料到产成品入库平均需要 15-20 天左右的时间。产品完工入库后，销售部门根据客户交货时间组织发货，从产品完工入库至发运至客户指定地点、完成验收或经客户领用时间约 25-30 天左右。同时考虑到供给侧冲击对公司生产、物流运输等带来的不确定性影响，自 2021 年起公司适度调整成品备货时间，一般较正常生产提前 1 周左右，产品完工入库后在库时间有所延长。

公司原材料采购量主要由库存量、未来预计销售量、采购及生产周期、安全库存等因素综合确定，原材料余额也系前述因素综合影响的结果。报告期内，公司存货周转率及存货周转天数情况如下：

单位：次/年、天

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
存货周转率	3.93	4.15	4.40
存货周转天数	93	88	83

从采购周期、生产周期和销售周期的综合情况看，公司生产经营周期平均为 80-90 天左右，报告期内存货周转天数分别为 83 天、88 天和 93 天，与公司生产经营周期基本匹配。

报告期内公司存货周转率分别为 4.40 次/年、4.15 次/年和 3.93 次/年。其中 2021 年末、2022 年末存货周转率下降幅度较大，主要系随着公司销售规模扩大，为保证供货及时性和生产的稳定性，避免供给侧冲击对公司生产、物流运输等影响，公司适度调整成品备货时间，较正常生产提前 1 周左右，产品完工入库后在库时间有所延长，期末存货结存增加，导致存货周转率有所下降。

综上所述，报告期内公司存货余额变动主要系受公司产销情况影响；存货周转率下降主要系受公司成品备货策略调整的影响；公司存货周转率变动与公司采购周期、生产周期及销售周期相匹配。

2. 各期末各类存货的订单覆盖率、是否存在存货积压、呆滞等情况，公司存货周转率、库龄分布及占比、各期末存货期后转销情况与同行业可比公司是否存在较大差异及原因，公司存货跌价准备计提是否充分

(1) 各期末各类存货的订单覆盖率、是否存在存货积压、呆滞等情况

公司报告期各期末各类存货及订单覆盖率情况如下表所示：

单位：万元

年份	存货类别	存货金额	订单金额	订单覆盖率
2022.12.31	原材料	5,800.30	3,554.05	61.27%
	在产品	3,498.40	3,138.95	89.73%
	库存商品	7,059.46	5,299.91	75.08%
	发出商品	1,233.73	1,233.73	100.00%
	合计	17,591.89	13,226.64	75.19%
2021.12.31	原材料	5,006.19	3,993.87	79.78%
	在产品	2,310.22	2,256.67	97.68%
	库存商品	5,117.96	4,530.48	88.52%

	发出商品	873.09	873.09	100.00%
	合计	13,307.46	11,654.10	87.58%
2020.12.31	原材料	3,466.51	3,031.31	87.45%
	在产品	1,203.24	1,158.32	96.27%
	库存商品	2,710.42	2,317.91	85.52%
	发出商品	1,081.03	1,081.03	100.00%
	合计	8,461.20	7,588.58	89.69%

注1：订单金额覆盖率包括已经确定的销售订单及合理预测订单

注2：公司原材料主要为塑料粒子、铜丝铜带及电子元器件，且型号规格分类较多，无法准确匹配具体产品订单，因此使用期后领用数量计算原材料订单覆盖率，期后领用金额统计截至2023年4月30日

报告期各期末，公司存货订单覆盖率分别为89.69%、87.58%及75.19%，订单覆盖率较高。2022年末订单覆盖率略低于其他报告期，主要系2022年末原材料期后领用统计时间较短，故比例较低。公司主要存货不存在积压、呆滞等情况。

(2) 公司存货周转率、库龄分布及占比、各期末存货期后转销情况与同行业可比公司是否存在较大差异及原因

1) 公司存货周转率及与同行业对比情况

报告期各期末，公司存货周转率及与同行业公司对比如下：

公司名称	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
德赛西威	4.11	4.46	4.88
恒帅股份	4.76	4.75	3.75
沪光股份	4.84	6.47	5.34
保隆科技	2.58	3.09	3.16
肇民科技	3.07	4.77	5.79
平均值	3.87	4.71	4.58
日盈电子	3.93	4.15	4.40

由上表可知，报告期内公司存货周转率与同行业公司较为接近，不存在重大差异，符合行业基本情况。其中，沪光股份存货周转率较高，主要系其采用“以销定产”销售模式，同时采用智能制造模式对库存及生产调配进行全自动化管理，极大的提升了库存及生产管理效率，可降低库存水平。保隆科技存货周转率较低主要受境外销售及仓储销售的特点影响，成品周转较长导致。

2) 公司库龄分布及占比与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司库龄分布及占比与同行业可比公司对比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	1年以内	1年以上	1年以内	1年以上	1年以内	1年以上
恒帅股份	-	-	-	-	93.98%	6.02%
沪光股份	-	-	92.61%	7.39%	87.85%	12.15%
保隆科技	-	-	-	-	95.43%	4.57%
肇民科技	-	-	-	-	92.34%	7.66%
平均值	-	-	92.61%	7.39%	92.40%	7.60%
日盈电子	92.94%	7.06%	90.44%	9.56%	84.40%	15.60%

注：由于已公开披露的文件中信息有限，表中恒帅股份、保隆科技 2020 年末数据以 2020 年 6 月末的数据列示、沪光股份 2021 年末数据以 2021 年 9 月末的数据列示

由上表可知，公司存货库龄集中在 1 年以内，公司存货整体不存在积压的情形。其中 2020 年末 1 年以上存货增加，主要系 2020 年因客户订单减少或终止，部分电子元器件原材料及产品形成呆滞，对应存货耗用较慢，形成长库龄存货。2021 年及 2022 年，随着该部分存货逐渐被耗用，长库龄存货逐渐减少。

3) 公司各期末存货期后转销及与同行业可比公司对比情况

公司各期存货期后转销如下表所示：

单位：万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
存货余额	17,591.88	13,307.46	8,461.20
期后转销成本	11,431.58	12,367.51	8,013.38
期后结转率	64.98%	92.94%	94.71%

注：期后结转情况统计至 2023 年 4 月 30 日

由上表可知，截至 2023 年 4 月 30 日，报告期内各期末存货期后转销率分别为 94.71%、92.94%和 64.98%。公司 2020 年、2021 年转销率均超过 90%，存货转销情况良好。2022 年末存货期后转销率较低，主要是因为存货中商品模具的存货周期较长，暂未确认销售所致。截至 2023 年 4 月 30 日，2022 年末存货中尚有 1,718.49 万元商品模具未实现销售，剔除后 2022 年末存货转销率将上升至 74.75%。

同行业公司均未披露各期末存货期后转销数据信息，故未作比较。

(3) 公司存货跌价准备计提是否充分

1) 公司存货跌价准备计提方法

报告期内，公司严格按照会计准则和公司内控制度规定，每季度进行存货减值测试。按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

2) 公司存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
原材料	195.56	235.89	326.87
在产品	35.67	19.11	53.83
库存商品	257.73	88.15	152.20
发出商品	24.56	-	30.16
小 计	513.52	343.15	563.06
账面余额	17,591.88	13,307.46	8,461.20
比 例	2.92%	2.58%	6.65%

报告期内，公司计提的存货跌价准备占存货账面余额的比例分别为 6.65%、2.58%和 2.92%，除 2020 年末存货跌价准备计提比例较高之外，其他年度占比较为稳定。2020 年末存货跌价准备计提比例较高主要系公司客户订单减少或终止，部分电子元器件原材料及产品形成呆滞，公司针对该部分存货相应计提了跌价准备。随着该部分存货逐渐被耗用、销售，存货跌价准备相应进行转销，占比有所下降。

3) 同行业公司存货跌价准备计提情况

报告期内，同行业公司的存货跌价准备计提情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	项目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
德赛西威	账面余额	350,911.78	208,041.34	115,365.17
	跌价准备	9,296.69	4,568.29	5,266.05
	比例	2.65%	2.20%	4.56%
恒帅股份	账面余额	11,030.85	9,724.07	6,348.31
	跌价准备	176.98	159.70	85.28
	比例	1.60%	1.64%	1.34%
沪光股份	账面余额	77,427.16	42,856.84	25,635.96
	跌价准备	2,495.19	1,834.59	1,255.27
	比例	3.22%	4.28%	4.90%
保隆科技	账面余额	157,433.71	108,828.82	74,061.14
	跌价准备	4,431.38	1,892.55	694.88
	比例	2.81%	1.74%	0.94%
肇民科技	账面余额	13,659.24	10,337.67	5,813.11
	跌价准备	221.36	177.04	158.77
	比例	1.62%	1.71%	2.73%
平均值		2.38%	2.31%	2.89%
日盈电子		2.92%	2.58%	6.65%

由上表可知，除 2020 年公司因客户订单减少或终止，部分电子元器件原材料及产品形成呆滞，计提存货跌价准备较高外，其他年度公司的存货跌价准备计提比例与同行业公司整体不存在重大差异。

（四）2021 年末公司将新增自费模具核算科目由在建工程变更为存货-在产品的原因及依据，是否符合企业会计准则的要求

报告期内公司对于完工模具的核算未发生变化，即公司在模具开发制作前，会根据模具用途将其划分为作为产品销售的商品模具和作为生产工具的生产模具（以下简称商品模和生产模）。对于商品模，公司模具制作完成后计入存货科目，在模具完成 PPAP 时确认收入、结转成本；对于生产模，公司模具制作完成后计入长期待摊费用科目，并计提摊销。

2021年年末公司仅对生产模的开发成本归集核算科目进行变更，由在建工程科目核算变更为存货-在产品科目核算，2021年末和2022年末存货-在产品中自费模具金额分别为66.96万元和402.33万元，占当期存货余额的比例分别为0.50%、2.29%，主要系公司模具开发成本核算方法与公司销售的产品成本核算方法无明显区别，随着公司下游客户新车型的不断推出，公司新产品增加，对模具开发需求不断增加，为建立起有效的模具成本核算及管理体系，公司将模具成本核算纳入存货成本核算体系，在生产成本科目进行模具材料成本、人工及相关费用的归集并在当期完工模具和在制模具中进行分摊。在生产模最终制作完成后由存货转入长期待摊费用科目核算。

根据《企业会计准则讲解》第二章存货中对在产品的定义为，企业正在制造尚未完工的产品，包括正在各个生产工序加工的产品，和已加工完毕但尚未检验或已检验但尚未办理入库手续的产品。同时规定需要将直接人工、制造费用以及直接材料等生产成本分配至在产品。

此外，经公开信息查询，汽车制造业中神通科技(605228)、津荣天宇(300988)、新泉股份(603179)、中航机电(002013)等亦存在将在制生产模纳入存货科目核算的情形。

因此，从成本核算角度来看，公司在生产成本科目进行模具材料成本、人工及相关费用的归集符合在产品的生产成本的计量原则。

综上所述，公司将生产模在制阶段的核算科目由在建工程变更为存货-在产品具有合理性，且符合企业会计准则相关要求。

(五) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 访谈公司管理层，了解公司的业务模式、信用政策等，计算应收账款周转率、应收账款占营业收入的比例，分析公司应收账款期末余额的合理性；

(2) 查阅同行业可比公司的招股说明书、定期报告，比较公司与可比上市公司在应收账款账龄结构、应收账款周转率及应收账款坏账准备计提比例等是否存在重大差异，分析公司相关指标的合理性；

(3) 获取公司财务报表及应收账款账龄明细表，复核账龄划分是否准确，获得应收账款期后回款情况，并分析发生坏账的可能性；

(4) 访谈公司相关财务人员，了解公司产品的生产周期和销售周期等信息，同时查阅公司采购管理制度、生产制度等与存货相关的制度文件，分析公司库存管理情况；

(5) 获取公司存货明细表和存货库龄计算表，检查主要材料的出/入库单、送货单等原始资料，分析复核公司存货期末余额变动情况及期末存货的库龄分布情况；

(6) 复核公司存货跌价准备计提方法，对公司存货进行跌价测试，同时查阅同行业可比公司存货跌价准备计提比例、存货周转率等情况，分析公司与同行业可比公司相比是否存在重大差异；

(7) 对存货执行实质性分析程序，包括期末存货余额与上期末进行对比，判断期末余额及其构成的总体合理性；计算存货周转率、存货周转天数等指标，并与其他同行业可比公司进行比较，分析波动原因及合理性；

(8) 检查公司期末在产品、库存商品及发出商品等存货的期后结转、销售情况；

(9) 访谈公司财务负责人，了解公司模具成本核算方法、公司模具成本核算科目调整原因并分析是否符合企业会计准则的要求。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司应收账款账龄主要系 1 年以内，账龄情况良好，应收账款周转较快，期后回款情况良好，坏账准备计提比例与可比公司不存在重大差异，公司坏账准备计提合理；

(2) 按组合计提坏账准备的应收账款 2021 年末 3-4 年账龄的余额大于 2020 年末 2-3 年的余额的原因系公司对北汽银翔汽车有限公司由 100% 单项计提坏账改为按账龄组合计提坏账所致；报告期各期末，公司应收账款账龄划分准确；

(3) 报告期内公司存货余额变动主要系受公司产销情况影响；公司存货周转率变动与公司采购周期、生产周期及销售周期相匹配，存货周转率下降主要系随着公司销售规模扩大，为保证供货及时性和生产的稳定性，避免供给侧冲击对公司生产、物流运输等影响，公司适度调整成品备货时间，产品完工入库后在库时间有所延长，期末存货结存增加，导致存货周转率有所下降；公司存货库龄集中

在 1 年以内，订单覆盖率较高，主要存货不存在积压、呆滞等情况；存货期后转销情况较好，存货周转率、库龄与同行业可比公司不存在重大差异；公司存货跌价准备计提充分；

(4) 2021 年末公司将模具材料成本、人工及相关费用的归集在存货-在产品中符合在产品的生产成本的计量原则，该调整符合企业会计准则的要求。

五、关于偿债能力

根据申报材料，1)截至 2022 年 9 月末，发行人速动比率为 0.69，报告期内利息保障倍数下滑较大，最近一期末业绩出现明显下滑；2)报告期内公司流动负债占总负债的比重分别为 71.39%、95.50%、74.09%和 81.48%，占比较高，新增短期借款规模较大；3)2021 年，为满足“5G 智能化汽车零部件制造项目”投资建设的资金需求，公司新增大额长期借款；4)报告期各期末，公司合并资产负债率分别为 41.88%、36.86%、46.95%及 54.67%，整体呈波动上升趋势。

请发行人说明：(1)2022 年 9 月末公司短期借款的主要情况、资金使用情况，结合期末持有的货币资金情况分析短期借款逐期增加的原因及合理性；2021 年新增大额长期借款的具体用途及资金流向；(2)结合目前公司负债规模及结构、货币资金、盈利能力、现金流状况及外部融资能力等，量化分析公司的长期、短期偿债压力，是否面临较大的债务偿付风险，并在申报文件中进行相关风险提示。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

(一) 2022 年 9 月末公司短期借款的主要情况、资金使用情况，结合期末持有的货币资金情况分析短期借款逐期增加的原因及合理性；2021 年新增大额长期借款的具体用途及资金流向

1. 2022 年 9 月末公司短期借款的主要情况、资金使用情况，结合期末持有的货币资金情况分析短期借款逐期增加的原因及合理性

2022 年 9 月末，公司短期借款余额 23,319.50 万元，短期借款的主要情况及资金使用情况如下：

单位：万元

银行	借款日	约定还款日	约定利率	币种	借款金额	资金用途
农业银行常州经济开发区支行	2021/11/24	2022/11/23	3.600%	CNY	4,000.00	支付货款

工商银行常州经济开发区支行	2021/12/9	2022/12/6	1.1678%	USD	70.00	支付货款
建设银行横山支行	2022/1/5	2023/1/5	3.600%	CNY	3,000.00	日常经营周转
工商银行常州经济开发区支行	2022/1/18	2023/1/18	3.600%	CNY	1,700.00	支付货款
工商银行常州经济开发区支行	2022/1/18	2023/1/18	3.600%	CNY	3,600.00	支付货款
工商银行常州经济开发区支行	2022/3/11	2023/3/8	3.600%	CNY	2,000.00	支付货款
工商银行常州经济开发区支行	2022/3/15	2023/3/14	3.600%	CNY	1,600.00	支付货款
南京银行常州分行	2022/5/24	2023/5/23	3.600%	CNY	1,900.00	日常经营周转
广发银行常州分行营业部	2022/6/30	2023/6/29	3.500%	CNY	3,000.00	支付货款
交通银行常州分行	2022/8/10	2023/8/9	3.200%	CNY	2,000.00	支付货款

注：上表借款金额加总与期末借款余额所有差异系由利息及汇率折算导致

报告期内，公司经营活动及投资建设支出情况如下所示：

单位：万元

项目	2022年度	2022年度	2022年度
购买商品、接受劳务支付的现金	40,449.12	33,629.38	22,395.64
支付给职工以及为职工支付的现金	17,584.07	12,932.55	10,330.29
支付的各项税费	1,431.19	2,391.19	3,028.38
支付其他与经营活动有关的现金	6,167.64	3,242.30	2,958.20
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	10,346.15	7,909.23	1,760.70
重要现金流出小计	75,978.16	60,104.65	40,473.21
月均付现支出	6,331.51	5,008.72	3,372.77

由上表可知，报告期内，随着公司业务规模不断扩大，公司日常经营付现支出快速增长，2022年经营活动及投资建设等重要现金月均支出已达6,331.51万元。为补充日常经营所需流动资金，同时考虑到公司未来业务拓展需要等因素，公司需至少保留一定的可动用货币资金余额，以满足未来1-2个月的资金支出。因此，公司向银行借入短期借款，公司向银行所借款项均用于支付货款及日常经营周转。

报告期各期末，公司货币资金及短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
货币资金余额	9,943.25	8,564.63	10,365.61
其中：不受限货币资金	8,622.71	8,396.53	10,285.91
短期借款余额	29,456.39	12,437.28	11,613.07

由上表可知，公司报告期各期末短期借款余额分别为：11,613.07万元、12,437.28万元及29,456.39万元，呈逐年上升的趋势。2022年末短期借款较2021年末增加17,019.11万元，增幅达1.37倍，主要系公司持续加大对“5G智能化汽车零部件制造项目”的投入，新增银行短期借款所致。报告期内公司经营现金流量净额分别为7,784.25万元、-903.26万元及-5,812.81万元，公司自有资金无法满足公司营运资金需求，故公司在和银行等金融机构保持良好的合作关系情况下，在授信额度内通过增加短期借款用于满足公司短期资金需求，具有合理性。

2. 2021年新增大额长期借款的具体用途及资金流向

2021年度公司新增长期借款10,000.00万元，具体用途及资金流向情况如下：

单位：万元

银行	借款金额	借款用途	资金流向	
			项目	金额
建设银行常州经济开发区支行	5,000.00	补充营运资金	支付供应商货款	2,194.53
			支付土地款等长期资产款	2,434.00
			支付其他零星经营活动	371.47
光大银行常州分行	5,000.00	补充营运资金	支付供应商货款	3,562.59
			支付土地款等长期资产款	644.00
			支付其他零星经营活动	793.41

由上表可知，2021年度公司新增的长期借款主要用于支付供应商货款、支付业务相关的土地款等长期资产款以及补充流动资金用于公司自身的日常经营周转。

经核查公司长期借款相关账户的对账单，分析交易对手方、款项性质及交易

内容等信息，公司 2021 年度新增的长期借款主要用于支付供应商货款、支付业务相关的土地款等长期资产款以及补充流动资金用于公司自身的日常经营周转；长期借款的用途明确、去向清晰，不存在长期借款流入关联方或实施资金体外循环的情形。

(二) 结合目前公司负债规模及结构、货币资金、盈利能力、现金流状况及外部融资能力等，量化分析公司的长期、短期偿债压力，是否面临较大的债务偿付风险，并在申报文件中进行相关风险提示

1. 结合目前公司负债规模及结构、货币资金、盈利能力、现金流状况及外部融资能力等，量化分析公司的长期、短期偿债压力，是否面临较大的债务偿付风险

报告期各期末，公司负债规模及结构和货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
货币资金	9,943.25	8,564.63	10,365.61
其中：不受限货币资金	8,622.71	8,396.53	10,285.91
负债总额	69,140.49	44,287.36	28,914.82
其中：短期借款	29,456.39	12,437.28	11,613.07
一年内到期的非流动负债	9,726.81	46.03	-
长期借款	-	10,010.91	-

2022 年末，公司货币资金合计 9,943.25 万元，其中不受限货币资金 8,622.71 万元；负债总额为 69,140.49 万元，其中短期借款合计 29,456.39 万元，占负债总额比例 42.60%，一年内到期的非流动负债合计 9,726.81 万元，占负债总额比例 14.07%。

随着公司业务规模持续扩大，公司需及时增加采购备货、加快生产基地建设，需维持充足的流动资金以满足公司现有业务经营及新产品、新技术的资金投入需求。

报告期内，公司盈利情况及现金流状况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

营业收入	71,143.54	58,165.36	49,440.63
归属于母公司所有者的净利润	-1,730.79	1,082.45	1,475.71
经营活动产生的现金流量净额	-5,812.81	-903.26	7,784.25
投资活动产生的现金流量净额	-8,699.14	-10,872.79	-8,533.73
筹资活动产生的现金流量净额	14,528.79	10,048.62	556.10

报告期各期，公司营业收入分别为 49,440.63 万元、58,165.36 万元及 71,143.54 万元，归属于母公司净利润分别为 1,475.71 万元、1,082.45 万元及 -1,730.79 万元，营业收入整体保持上升趋势，但汽车类业务市场竞争较为激烈，公司归属于母公司净利润逐年下滑。

报告期内，公司 2021 年和 2022 年经营活动现金流净额大幅下降主要系公司营业收入规模增加，公司存货及经营性应收账款随之增加；公司投资活动现金流净额大幅减少，主要系公司对“5G 智能化汽车零部件制造项目”等投入增加；公司筹资活动现金流净额大幅增加主要系公司销售规模增加，相应营运资金需求增加，进而长、短期借款增加。

报告期各期，公司主要偿债能力指标如下：

项目	2022 年度/ 2022.12.31	2021 年度/ 2021.12.31	2020 年度/ 2020.12.31
流动比率（倍）	0.76	1.37	1.35
速动比率（倍）	0.51	0.97	1.06
资产负债率	59.00%	46.95%	36.86%
利息保障倍数（倍）	2.91	10.91	12.20

报告期内，公司 2020 年末和 2021 年末的流动比率、速动比率较为稳定，2022 年末流动比率、速动比率有所下降，主要系公司“5G 智能化汽车零部件制造项目”建设投入增加，公司资金需求增加，相应短期借款大幅增加。报告期内，公司利息保障倍数分别为 12.20、10.91 及 2.91。

从融资渠道上看，公司与多家银行建立了长期、稳定的合作关系，并获得了较大力度的借款支持，公司获得的银行综合授信额度充足。截至 2023 年 4 月 30 日，公司及其子公司共获银行授信额度 7.62 亿元，仍有 2.47 亿元额度未使用，且仍可以向其他银行继续申请授信。公司信用良好，所有到期借款均已按照贷款

合同如期偿还。公司定期制定资金管理计划，并跟踪计划运行，在预计资金存在缺口时，综合考虑资金筹集能力、资金成本和资产管理能力等因素，通过短期借款、长期借款、银行票据融资以及自有资金满足资金需求。

同时，公司为 A 股上市企业，具有相对快捷的股权融资渠道，在完成本次向特定对象发行股票募集资金后，公司的资产负债率将大幅下降，偿债能力也将进一步提高。假设本次募集资金 39,814.00 万元到位时公司的资产负债金额与截至 2022 年 12 月 31 日的资产负债金额相同，则本次募集资金到位后，公司的预计流动比率、速动比率将分别由截至 2022 年 12 月 31 日的 0.76 倍、0.51 倍上升至 1.35 倍、1.10 倍，资产负债率将由截至 2022 年 12 月 31 日的 59.00% 下降至 44.04%，本次发行将有效改善公司的财务结构和偿债能力。未来随着本次募投项目的逐步达产，公司将进一步补充产能缺口，扩大经营规模，优化产品结构，稳步提升的经营业绩和盈利能力将产生持续稳定的现金流，能够提升公司偿债能力，控制偿债风险。

综上所述，公司具有良好的偿债能力，生产经营和财务稳健性较强，长、短期偿债压力较小，不存在重大债务偿付风险。

2. 债务偿付风险提示

为充分揭示可能存在的债务风险，公司在《募集说明书》“第五节 与本次发行相关的风险因素”之“三、财务风险”之“（四）债务偿付风险”补充披露如下：

“报告期各期末，公司的资产负债率(合并)分别为 36.86%、46.95%及 59.00%，资产负债率较高，主要系公司随着收入规模增长，相应的营运资金需求随之增加，同时“5G 智能化汽车零部件制造项目”建设亦在同步推进，申请的银行贷款规模相对较高。公司偿债能力、流动性的保持依赖于公司资金管理能力和经营活动产生现金流量的能力以及银行贷款到期后能否继续获得银行支持，如公司管理层不能有效管理资金支付、未来公司经营情况发生重大不利变化或相关银行贷款到期后不能获得续贷，公司将面临债务偿付风险。”

（三）核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 获取公司报告期内货币资金、短期借款及长期借款的明细，取得各期末

的借款合同，了解货币资金的持有和使用情况，了解长、短期借款增加的原因及合理性；

(2) 结合公司日常业务开展情况、经营模式及财务管理分析公司短期借款金额较高且持续增长的合理性；

(3) 访谈公司财务负责人，了解 2021 年末公司新增长期借款的原因、资金用途及资金流向，分析合理性及必要性，取得公司长期借款相关账户的对账单，分析交易对手方、款项性质及交易内容等信息，验证长期借款的资金用途及资金流向，关注是否存在将长期借款转入关联方或实施体外资金循环的情形；了解公司资金管理使用计划；

(4) 获取报告期内公司银行授信合同及协议，了解公司银行授信额度及其使用情况；

(5) 获取公司货币资金明细及负债明细，对公司主要偿债能力指标进行对比分析，分析偿债能力指标是否存在重大异常，是否存在重大债务偿付风险。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 2022 年 9 月末公司短期借款主要系用于支付货款及日常经营周转；报告期内公司短期借款逐年增加主要系公司销售规模增加，营运资金需求增加，相应短期借款增加；2021 年度公司新增的长期借款主要用于支付供应商货款、支付业务相关的土地款等长期资产款、以及补充流动资金用于公司自身的日常经营周转；长期借款的用途明确、去向清晰，不存在长期借款流入关联方或实施资金体外循环的情形；

(2) 公司具有良好的偿债能力，生产经营和财务稳健性较强，长、短期偿债压力较小，不存在重大债务偿付风险。公司已在《募集说明书》中就债务偿付进行了风险提示。

六、关于商誉

根据申报材料，1) 报告期各期末，公司商誉均为 5,024.13 万元，来自于 2019 年公司收购惠昌传感器资产组；2) 商誉减值测试时预测的未来毛利率波动较小，2020 年末商誉减值测试时预测的 2021 年毛利率与惠昌传感器 2021 年的实际毛

利率差异较大。

请发行人说明：(1)商誉减值测试时预测未来毛利率的测算过程及依据，结合2020年末商誉减值测试时预测的2021年毛利率与惠昌传感器2021年的实际毛利率差异较大的原因分析毛利率的预测是否谨慎；2021年末未计提商誉减值的原因；(2)2022年商誉减值测试的情况，公司是否存在较大的商誉减值风险。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

(一)商誉减值测试时预测未来毛利率的测算过程及依据，结合2020年末商誉减值测试时预测的2021年毛利率与惠昌传感器2021年的实际毛利率差异较大的原因分析毛利率的预测是否谨慎；2021年末未计提商誉减值的原因

1.商誉减值测试时预测未来毛利率的测算过程及依据

截至2020年12月31日和2021年12月31日，惠昌传感器营业收入的预测系分别基于评估基准日前历史经营业绩和未来发展规划，并综合考虑市场发展趋势对公司未来销量与销售单价进行预测，其中销售数量综合考虑惠昌传感器的历史销量及产能规模、未来的发展规划以及行业未来发展趋势及市场需求，预计未来年度销量将保持小幅度增长直至稳定；销售单价综合考虑到产品更新换代、市场竞争等因素，预计未来年度内外销单价均呈现微降趋势。

营业成本的预测综合考虑未来物价上涨、材料损耗等因素对材料成本的影响、现有生产设备折旧摊销以及未来更新设备对折旧摊销的影响、结合未来业务增长情况、人力资源配置计划，未来用工人数及工资水平增长的影响以及随着收入增长对制造费用增长的影响进行预测。

综合上述考量，根据坤元资产评估有限公司对惠昌传感器商誉减值测试时出具的资产评估报告，截至2020年12月31日和2021年12月31日，商誉减值测试预测未来毛利率测算过程如下：

截至2020年末	2019年	2020年	2021年E	2022年E	2023年E	2024年E	2025年E	永续期
营业收入(万元)	8,117.28	8,017.68	8,218.19	8,328.63	8,365.64	8,402.62	8,458.21	8,458.21
营业成本(万元)	4,083.24	4,137.85	4,353.21	4,470.36	4,555.66	4,647.22	4,701.33	4,686.18
毛利率	49.70%	48.39%	47.03%	46.33%	45.54%	44.69%	44.42%	44.60%
截至2021年末	2020年	2021年	2022年E	2023年E	2024年E	2025年E	2026年E	永续期
营业收入(万元)	8,017.68	9,634.99	9,654.07	9,697.80	9,746.40	9,795.00	9,795.00	9,795.00
营业成本(万元)	4,261.72	5,563.06	5,627.98	5,723.54	5,775.29	5,873.13	5,898.69	5,872.89

毛利率	46.85%	42.26%	41.70%	40.98%	40.74%	40.04%	39.78%	40.04%
-----	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

注：2020年末商誉减值测试营业成本数据未包含作为合同履行成本的运输费用，2021年末商誉减值测试2021年数据及预测期数据包含了作为合同履行成本的运输费用，为保持口径一致，2021年末商誉减值测试历史期2020年营业成本考虑了运输费用123.87万元

2. 结合2020年末商誉减值测试时预测的2021年毛利率与惠昌传感器2021年的实际毛利率差异较大的原因分析毛利率的预测是否谨慎

根据坤元资产评估有限公司对惠昌传感器商誉减值测试时出具的资产评估报告，2020年末预测2021年毛利率47.03%，高出惠昌传感器2021年实际毛利率4.77个百分点，毛利率偏差主要系1)2020年末商誉减值测试预测2021年营业成本数据未包含作为合同履行成本的运输费用，若考虑运输费用的影响，则2020年末商誉减值测试时预测2021年的毛利率应为45.66%，高出惠昌传感器2021年实际毛利率3.4个百分点；2)根据国家外汇交易中心公开信息，2020年、2021年人民币对美元平均汇率中间价分别为6.8976、6.4515，经初步估算，受美元汇率下跌影响导致毛利率下降2.43个百分点。

上述因素中，剔除因运输费用列报的影响，坤元资产评估有限公司对惠昌传感器2020年末商誉减值测试时预测2021年的毛利率高出2021年实际毛利率主要系2021年发生的美元汇率下跌不利因素影响，2020年末商誉减值测试时较难合理预测2021年美元汇率变动的的影响，具有一定程度的谨慎性。

此外，惠昌传感器2021年实际的营业收入、营业利润均高于坤元资产评估有限公司在对惠昌传感器2020年末商誉减值测试时预测的2021年营业收入、营业利润，营业收入、净利润预测较为谨慎，如下表所示：

项目	2021年实际数	2021年预测数	变动率
营业收入	9,634.99	8,218.19	17.24%
营业利润	2,478.43	2,078.97	19.21%

注：惠昌传感器商誉减值测试时的评估报告未预测净利润，因此上表列示营业利润

3. 2021年末未计提商誉减值的原因

2021年度，惠昌传感器实现营业收入9,634.99万元，较2020年同比增长20.17%，实现净利润2,023.33万元，较2020年同比增长6.32%，经营情况良好。

2021年末，根据公司聘请的坤元资产评估有限公司出具的《评估报告》（坤元评报(2022)243号），包含商誉的资产组或资产组组合可收回金额为16,440.00万元，账面价值13,146.65万元，商誉并未出现减值损失情形，故而未计提商誉

减值。

(二) 2022 年商誉减值测试的情况，公司是否存在较大的商誉减值风险

根据惠昌传感器 2022 年财务报表，2022 年度实现营业收入 10,591.34 万元，较 2021 年同比增长 9.93%，实现净利润 2,091.26 万元，较 2021 年同比增长 3.36%。根据公司聘请的坤元资产评估有限公司出具的《评估报告》（坤元评报〔2022〕243 号），2021 年末商誉减值测试时预测的 2022 年惠昌传感器营业收入 9,654.07 万元、营业利润为 2,237.24 万元；2022 年惠昌传感器实际实现营业收入 10,591.34 万元、营业利润 2,558.67 万元，均高于预测值。

惠昌传感器公司整体经营情况良好，业绩较为稳定，根据公司聘请的北京国融兴华资产评估有限责任公司出具的《评估报告》（国融兴华评报字〔2023〕第 570005 号），包含商誉的资产组或资产组组合可收回金额为 14,800.00 万元，账面价值 13,121.05 万元，商誉并未出现减值损失情形，不存在商誉减值风险。

(三) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 了解公司商誉减值测试政策，获取公司商誉减值测试评估报告、评估说明，评价管理层在减值测试中采用的关键假设的合理性，复核相关假设是否与总体经济环境、行业状况、经营情况、管理层使用的与财务报表相关的其他假设等相符；

(2) 获取惠昌传感器的财务报表，分析其经营数据同商誉预测数据的差异原因；

(3) 访谈公司财务负责人，了解惠昌传感器 2022 年经营情况，分析是否存在商誉减值风险；

(4) 获取与惠昌传感器商誉减值测试有关的评估报告；查阅外管局美元兑人民币汇率中间价，了解评估机构在商誉减值测试时预测未来毛利率的考虑并评判其合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司商誉减值测试时预测未来毛利率的测算相关假设与公司经营情况、未来发展规划、市场发展趋势以及总体经济环境相符；2020 年末商誉减值测试

时预测的2021年毛利率与惠昌传感器2021年的实际毛利率差异较大的原因主要系运输费用和美元汇率下跌的影响，毛利率预测具有一定程度的谨慎性。2021年公司经营情况良好，营业收入、净利润均较2020年有所增长，商誉并未出现减值损失情形，无需计提商誉减值；

(2) 根据北京国融兴华资产评估有限责任公司出具对惠昌传感器2020年末商誉减值测试的《评估报告》（国融兴华评报字〔2023〕第570005号）以及经会计师审计的2022年惠昌传感器财务报表，惠昌传感器经营情况良好，业绩稳定，不存在商誉减值风险。

七、关于其他

根据申报材料,1)报告期各期末发行人应收票据为1,057.00万元、1,810.22万元、1,602.02万元、9,669.77万元,2022年9月末余额大幅增加;2)报告期各期投资活动现金流出各项目金额波动较大;3)报告期各期末公司在建工程为3,653.07万元、2,742.10万元、6,077.06万元、16,132.10万元;4)截至最近一期末,发行人未认定财务性投资。

请发行人说明:(1)2022年9月末应付票据大幅增加的原因,主要的供应商情况、金额;(2)各期购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关长期资产变动的勾稽关系,2022年1-9月大额投资支付的现金、各期支付其他与投资活动有关的现金的具体内容;(3)各期末在建工程的核算依据,是否存在延迟转固的情形;(4)公司最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资(包括类金融业务)情形,自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今,公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况,相关财务性投资是否已从本次募集资金总额中扣除。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

(一) 2022年9月末应付票据大幅增加的原因,主要的供应商情况、金额

2022年9月末,公司应付票据未到期兑付余额9,669.77万元,其中支付工程建筑款票据余额4,390.00万元,支付材料款票据余额5,279.77万元。2022年9月末应付票据主要供应商如下:

单位:万元

供应商	款项性质	应付票据余额	占期末应付票据余额比例
江苏雪湖建设工程有限公司	工程建设	4,390.00	45.40%
长春日盈	材料	2,579.11	26.67%
常州蓓斯特宝马电机有限公司	材料	176.73	1.83%
苏州旭光聚合物有限公司	材料	140.00	1.45%
上海金发科技发展有限公司	材料	166.73	1.72%
上海路悠电子科技有限公司	材料	134.27	1.39%
常州丽恩派塑料制品有限公司	外协加工	157.77	1.63%
苏州市彩衣真空科技有限公司	外协加工	168.84	1.75%
上海聚威新材料股份有限公司	材料	110.71	1.14%
小计		8,024.16	82.98%

注：公司开具给长春日盈的票据均已背书转让给上海继尔新材料科技有限公司、苏州旭光聚合物有限公司、南京聚隆科技股份有限公司、南通华谊汽车橡塑制品有限公司等供应商

由上表可知，2022年9月末，公司支付工程设备款票据余额4,390.00万元，主要系公司投资建设“5G智能化汽车零部件制造项目”导致2022年票据支付工程款增加；公司与江苏银行、南京银行、兴业银行、农业银行及招商银行等银行均保持良好稳定的合作关系，为了使资金流动性得到进一步优化，更加充分地利用银行授信额度，公司与更多的供应商协商采用票据付款结算材料款，采用票据付款结算方式的供应商数量由2021年的60家增加至2022年77家，且随着采购规模的增加，票据支付材料款增加。

综上所述，报告期内，公司开具银行承兑汇票主要用于支付工程设备款、材料款等，为保证公司资金流动性，公司从2021年起开始与更多的供应商协商采用票据结算，公司开具票据支付工程设备款、材料款均在采购结算范围内，与对应供应商采购额相匹配。

（二）各期购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关长期资产变动的勾稽关系，2022年1-9月大额投资支付的现金、各期支付其他与投资活动有关的现金的具体内容

1. 各期购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关长期资产变动的勾稽关系

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关

长期资产变动的勾稽关系如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
固定资产原值增加	4,012.29	3,110.61	1,627.75
加：在建工程增加	13,660.57	3,334.97	-845.82
减：计入在建工程、开发支出的存货、薪酬和无形资产摊销	111.30	960.20	642.26
加：无形资产增加	2,175.98	3,610.90	452.16
加：长期待摊费用增加	1,521.45	789.20	1,838.96
加：投资性房地产增加	-	288.35	-
加：开发支出增加	-509.89	509.89	-
加：长期资产进项税	2,454.13	1,183.83	316.62
加：其他非流动资产增加 (期末数-期初数)	-1,049.30	753.43	383.73
加：应付长期资产购置款 (期初数-期末数)	-1,165.42	-3,148.61	-445.26
减：票据背书转让支付设备款	10,642.36	1,563.14	924.58
减：抵债取得的固定资产增加	-	-	0.60
小 计	10,346.15	7,909.23	1,760.70
现金流量表-购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	10,346.15	7,909.23	1,760.70
差异	-	-	-

由上表可知，报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关长期资产变动相勾稽，不存在差异。

2. 2022 年 1-9 月大额投资支付的现金、各期支付其他与投资活动有关的现金的具体内容

2022 年 1-9 月公司大额投资支付的现金主要系子公司惠昌传感器购买结构性存款，具体内容如下：

单位：万元

序号	银行名称	产品类型	购买金额	购买日	到期日	风险情况
1	南京银行	结构性存款	1,000.00	2022/1/26	2022/4/26	保本浮动收益
2	工商银行	结构性存款	1,000.00	2022/1/28	2022/4/8	保本浮动收益
3	广发银行	结构性存款	800.00	2022/2/10	2022/8/9	保本浮动收益
4	招商银行	结构性存款	200.00	2022/4/6	2022/5/6	保本浮动收益
5	南京银行	结构性存款	1,000.00	2022/5/12	2022/8/10	保本浮动收益
6	南京银行	结构性存款	500.00	2022/9/2	2022/12/7	保本浮动收益
7	工商银行	结构性存款	1,000.00	2022/9/7	2022/12/9	保本浮动收益

公司各期支付其他与投资活动有关的现金主要用于购买理财产品等用途，为提高部分短期闲置资金的使用效率，公司资金在满足日常营运周转的情况下，将盈余资金投资于低风险、可在较短时间赎回理财产品。

（三）各期末在建工程的核算依据，是否存在延迟转固的情形

报告期各期末，公司在建工程情况如下：

单位：万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
5G智能化汽车零部件制造项目	18,719.89	3,717.33	-
其中：基建维修	18,655.49	3,707.07	
其他	64.40	10.25	
设备安装、设备制作工程	866.99	2,328.45	2,708.24
房屋装修、改造工程	45.51	31.29	33.86
合计	19,632.39	6,077.06	2,742.10

公司在建工程按项目进行归集核算，报告期内在建工程核算项目主要包含5G智能化汽车零部件制造项目，设备安装、设备制作工程，房屋装修、改造工程。其中，2021年和2022年“5G智能化汽车零部件制造项目”占在建工程比例最高，报告期内该项目发生的支出主要系建造新厂房发生的基建维修支出。截至本回复出具日，该项目主体建设工程已完工，但尚未通过竣工验收。该项目的基本情况如下：

项目名称	5G智能化汽车零部件制造项目
------	----------------

项目内容	项目新增用地6.69公顷，新增办公楼、车间、仓库及配套设施建筑面积约12.4万平方米，购置自动贴片机、波峰焊、回流焊、自动点胶机、自动流水线、全自动加工中心等主要生产及辅助设备466台（套）；项目投产后可实现年产1.52亿套（件）传感器、控制器、高速传输系统、5G智能网联辅助系统、精密注塑件等汽车零部件的生产能力。其中，年产传感器、控制器、高速传输线束等汽车智能座舱电子产品2750万套产能，该部分的建设投资额为34014.00万元
开始时间	2021年6月1日
预计建设时间	建设期拟为36个月
投资总额	100,521.95万元
与募投项目之间的关系	本次募投项目包含在5G智能化汽车零部件制造项目中。2022年11月14日，江苏省常州经济开发区管理委员会核发了《江苏省投资项目备案证》（常经审备[2022]号）中列明“其中，年产传感器、控制器、高速传输线束等汽车智能座舱电子产品2750万套产能，该部分的建设投资额为34014.00万元”即为本次募投项目

根据企业会计准则及相关规定，公司在建工程项目成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项工程支出、设备成本支出、工程达到预定可使用状态前的资本化的借款费用以及其他与工程相关费用等。其中在建期间发生的各项工程支出公司按照供应商发生的具体工作量，并与对方确认后计入在建工程成本；设备成本支出公司按照购买设备的实际成本计入在建工程；工程达到预定可使用状态前的资本化的借款费用，公司针对该项在建工程向银行进行专项借款，对在建工程的资本化期间利息支出予以资本化处理；其他间接费用支出，公司按照实际发生的费用计入在建工程成本。

公司在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。其中工程类在建工程，公司在工程竣工验收，达到预定可使用状态后依据工程竣工验收报告等文件进行转固；设备类在建工程，公司在设备到场安装调试达到可使用状态后依据设备验收单、设备验收报告等文件进行转固。公司不存在延迟转固情形。

（四）公司最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况，相关财务性投资是否已从本次募集资金总额中扣除

1. 公司最近一期末不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类

金融业务)

根据中国证监会 2023 年 2 月制定的《证券期货法律适用意见第 18 号》规定：财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。

截至 2022 年 12 月 31 日，公司交易性金融资产、其他应收款、其他流动资产、长期股权投资及其他非流动资产的详细情况如下所示：

序号	财务报表项目	金额（万元）	占最近一期末归母净资产比例	是否属于财务性投资	判断理由
1	交易性金融资产	-	-	否	
2	其他应收款	91.63	0.20%	否	主要为押金保证金、备用金等
3	其他流动资产	465.01	1.01%	否	主要为待摊费用、待抵扣增值税进项税及预缴所得税
4	长期股权投资	1,739.71	3.79%	否	围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向
5	其他非流动资产	216.44	0.47%	否	主要为购买设备、软件预付款项

(1) 交易性金融资产

截至 2022 年 12 月 31 日，公司未持有交易性金融资产。

(2) 其他应收款

截至 2022 年 12 月 31 日，公司其他应收款账面价值为 91.63 万元，占公司最近一期末归母净资产的比例为 0.20%，金额占比较小，为押金保证金、备用金，均为公司日常生产经营活动产生，不属于财务性投资。

(3) 其他流动资产

截至 2022 年 12 月 31 日，公司其他流动资产账面价值为 465.01 万元，占公司最近一期末归母净资产的比例为 1.01%，金额占比较小，主要为待摊费用、待

抵扣增值税进项税及预缴所得税，不属于财务性投资。

(4) 长期股权投资

公司于 2019 年 10 月召开第三届董事会第六次会议，审议通过《关于公司全资子公司拟以现金收购及增资方式取得 EMS GmbH 和 MST GmbH 各 49%股权的议案》，同意公司以收购及增资方式取得 2 家德国公司 EMS GmbH、MST GmbH 各 49%股权。公司于 2020 年 2 月召开总经理办公会议（本次投资事项在公司总经理办公会议审批权限范围内，无需提交公司董事会审议），审议通过《关于公司拟以现金收购及增资方式取得长春众鼎科技有限公司 27.27%股权的议案》，同意公司通过现金收购及增资方式共计取得长春众鼎 27.27%的股权。

截至 2022 年 12 月 31 日，公司长期股权投资账面价值为 1,739.71 万元，占公司最近一期末归母净资产的比例为 3.79%，金额占比较小，均系围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不属于“与公司主营业务无关的股权投资”的财务性投资范畴，不属于财务性投资。具体情况如下：

被投资单位	持股比例	账面价值 (万元)	主营业务
长春众鼎科技有限公司	27.27%	474.54	车载摄像头、智能网联及汽车零部件产品研发与生产
EMS GmbH	49.00%	729.57	微动开关、安全开关、传感器与总成的研发与生产
MST GmbH	49.00%	535.60	微动开关与总成的生产

公司进行以上长期股权投资的原因如下：

1) 主营业务层面

EMS GmbH 为德国大众集团一级供应商，主要供应微动开关转换器，具有行业先进的生产经验，在相关地区具有较多下游客户资源及稳定的销售渠道。MST GmbH 系 EMS GmbH 的代工厂。长春众鼎主要研发制造高品质汽车电子产品，拥有汽车行业领先的专利技术及专业的研发能力。

通过投资 EMS GmbH、MST GmbH 和长春众鼎，公司通过投资可保持对汽车行业发展方向的敏感性，提高行业前瞻性，并有利于公司拓展行业内潜在客户及销售渠道，具有产业协同性。

2) 下游客户层面

EMS GmbH 为德国大众集团一级供应商，通过对 EMS GmbH 的投资，公司可联合行业内资源，加强与下游客户的协同联动，推动自身业务的发展。

3) 业务发展层面

公司于 2020 年 3 月对长春众鼎进行增资，增资以来，公司与长春众鼎合作开发负离子发生器模块技术、深紫外消杀模块技术、G68 电源控制模块技术等，研发了多个汽车电子领域新产品。

综上所述，公司投资上述公司系出于保持行业敏感性，拓展客户及渠道，并加强与下游客户的协同联动，推动自身业务的发展，具有合理性。

报告期内，公司未与 EMS GmbH 和 MST GmbH 发生关联交易。公司在报告期内发生的关联交易主要系与 MST GmbH 下设全资子公司常州伊麦斯以及长春众鼎之间的交易，且相关交易占比较小，详细情况如下：

1) 关联销售

报告期内，公司向上述关联方销售及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
常州伊麦斯	汽车线束、注塑件	387.27	0.54%	415.74	0.71%	387.77	0.78%
常州伊麦斯	服务费	19.04	0.03%	12.04	0.02%	15.63	0.03%
常州伊麦斯	水电费	9.73	0.01%	6.50	0.01%	9.92	0.02%
长春众鼎	水电费	0.51	0.00%	1.02	0.00%	-	-
合计		416.55	0.58%	435.30	0.74%	413.32	0.83%

由上表可知，报告期内公司发生的关联销售金额分别为 413.32 万元、435.30 万元和 416.55 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.83%、0.74%和 0.58%。报告期内常州伊麦斯主要基于对产品质量、供货稳定性和及时性等因素考量向公司采购汽车线束、注塑件产品等产品。此外，关联销售中还包含诸如保洁费用、食堂支出等服务费用以及因租赁厂房所产生的水电费。

2) 关联采购

报告期内，公司向上述关联方采购及占营业成本的比例情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	2022年度	2021年度	2020年度
-----	------	--------	--------	--------

		金额	占比	金额	占比	金额	占比
长春众鼎	技术服务费	21.42	0.04%	76.46	0.17%	71.42	0.19%
常州伊麦斯	材料	4.71	0.01%	34.38	0.08%	7.60	0.02%
合计		26.13	0.05%	110.84	0.25%	79.02	0.21%

由上表可知，报告期内公司发生的关联采购金额分别为 79.02 万元、110.84 万元和 26.13 万元，占当期营业成本的比例分别为 0.21%、0.25%和 0.05%。报告期内公司根据项目实际需要向长春众鼎采购配套软件，以及基于生产需要向常州伊麦斯采购部分材料，以上采购均为零星采购。

3) 关联租赁

报告期内，公司向关联方出租房屋的情况如下：

单位：万元

承租方名称	租赁资产种类	2022年度	2021年度	2020年度
常州伊麦斯	厂房	13.57	9.05	9.05
长春众鼎	厂房	21.42	26.78	-

公司与关联方之间的上述关联租赁金额较低，对公司的经营业绩未产生重大影响。

(5) 其他非流动资产

截至 2022 年 12 月 31 日，公司其他非流动资产账面价值为 216.44 万元，占公司最近一期末归母净资产的比例为 0.47%，金额占比较小，主要为购买设备、软件预付款项，不属于财务性投资。

综上所述，截至 2022 年 12 月 31 日，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）。

2. 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况

公司于 2022 年 11 月 18 日召开的第四届董事会第五次会议，审议通过了本次向特定对象发行股票的议案。根据《证券期货法律适用意见第 18 号》中对财务性投资的界定，经逐项对比，公司自本次发行相关董事会前六个月至今不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形，具体分析如下：

(1) 投资类金融业务

本次发行的董事会决议日前六个月起至今，公司不存在融资租赁、商业保理

和小贷业务等类金融业务。

(2) 非金融企业投资金融业务

本次发行的董事会决议日前六个月起至今，公司不存在投资金融业务的情形。

(3) 与公司主营业务无关的股权投资

本次发行的董事会决议日前六个月起至今，公司持有的股权投资不属于“与公司主营业务无关的股权投资”，具体说明详见本反馈意见回复七(四)1之说明。

(4) 投资产业基金、并购基金

本次发行的董事会决议日前六个月起至今，公司不存在设立或投资产业基金、并购基金情况。

(5) 拆借资金

本次发行的董事会决议日前六个月起至今，公司不存在对外拆借资金的情形。

(6) 委托贷款

本次发行的董事会决议日前六个月起至今，公司不存在委托贷款的情形。

(7) 购买收益波动大且风险较高的金融产品

本次发行的董事会决议日前六个月起至今，公司持有的金融产品均不属于“收益波动大且风险较高的金融产品”，具体说明详见本反馈意见回复七(四)1之说明。

综上所述，自本次发行相关董事会前六个月至今，公司不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务情况。

(五) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 了解与采购、供应商结算政策、应付账款管理相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

(2) 获取公司应付票据台账及采购明细，分析主要供应商票据付款与其采购额的匹配性；

(3) 取得公司银行承兑协议及授信额度协议，检查公司票据开立及授信情况；

(4) 访谈公司管理层与相关岗位人员，了解报告期内应付票据余额变动的原因、报告期内供应商结算政策的变动情况等情况；

(5) 取得公司报告期各期现金流量表的编制基础和编制过程，复核其计算准

确性；

(6) 取得公司报告期各期现金流量表、现金流量表各项目明细账，分析现金流量表购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金项目与资产负债表相关长期资产项目的勾稽关系、2022年1-9月大额投资支付的现金及各期支付其他与投资活动有关的现金的具体内容；

(7) 查阅公司在建工程相关的账务处理及原始凭证记录，了解在建工程的核算核算依据与核算方法；

(8) 获取公司报告期内各期在建工程明细表，检查主要在建工程的采购合同/工程合同、采购发票、验收单/工程竣工报告等，核查是否存在长期未转固的情形；

(9) 对报告期末主要在建工程设备进行实地查看，了解安装验收进度或工程进度，分析是否存在延迟转固的情形；

(10) 查阅《上市公司证券发行注册管理办法》《证券期货法律适用意见第18号》中对财务性投资及类金融业务的相关规定；并结合公司定期报告、财务报告、公开披露信息、主要往来科目明细、理财合同、对外投资协议及财务资料等文件，分析公司业务性质、是否存在财务性投资的情况；

(11) 查阅公司的董事会、监事会和股东大会决议，了解是否存在已实施或拟实施财务性投资及类金融业务的计划。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 2022年9月末应付票据大幅增加主要系票据支付工程设备款增加以及公司充分地利用银行授信额度，更多的与供应商选择票据结算，随着采购规模增加，票据支付货款增加；公司开具票据支付工程设备款、材料款均在采购结算范围内，与对应供应商采购额相匹配。

(2) 公司各期购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金项目与资产负债表相关长期资产项目的勾稽相匹配；2022年1-9月支付投资支付的现金主要系惠昌传感器购买结构性存款支付的现金；报告期内，公司支付其他与投资活动有关的现金为购买理财产品；

(3) 公司在建工程按项目进行归集核算，报告期内，公司在建工程核算符合

企业会计准则的规定，不存在延迟转固的情形；

(4) 公司最近一期末不存在未持有金额较大的财务性投资；自本次发行董事会决议日前六个月至本反馈意见回复报告出具日，公司不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情形。

专此说明，请予审核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

胡友邻



中国注册会计师：

肖兰



二〇二三年六月五日