

安徽天禾律师事务所

关于合肥汇通控股股份有限公司

首次公开发行股票并在主板上市

之

补充法律意见书（四）



---

地址：中国合肥市濉溪路 278 号财富广场 B 座 16 层

电话：(0551) 62642792      传真：(0551) 62620450

## 目 录

<b>第一部分 补充事项期间相关情况更新</b> .....	2
一、本次发行上市的批准和授权.....	2
二、发行人本次发行上市的主体资格.....	2
三、本次发行上市的实质条件.....	2
四、发行人的设立.....	5
五、发行人的独立性.....	5
六、发起人和股东（实际控制人）.....	5
七、发行人的股本及演变.....	6
八、发行人的业务.....	6
九、关联交易及同业竞争.....	6
十、发行人的主要财产.....	10
十一、发行人的重大债权债务.....	15
十二、发行人重大资产变化及收购兼并.....	21
十三、发行人章程的制定与修改.....	21
十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作.....	21
十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化.....	22
十六、发行人的税务.....	22
十七、发行人环境保护和产品质量技术等标准、社会保险.....	27
十八、诉讼、仲裁和行政处罚.....	28
<b>第二部分 首次反馈内容的更新</b> .....	29
一、问题 1. 关于客户集中和业绩增长持续性.....	29
二、问题 6. 关于实际控制人.....	62
三、问题 7. 股东和股权变动.....	62
四、问题 8. 关于同业竞争.....	63
五、问题 9. 关于员工及用工情况.....	70
六、问题 10. 关于环保及行政处罚.....	80
七、问题 19.2 关于关联交易.....	85
八、问题 19.3 关于募投项目.....	93
<b>第三部分 第二轮反馈内容的更新</b> .....	108
一、问题 1. 关于客户集中.....	108
二、问题 5.6 关于募投用地情况.....	138

**安徽天禾律师事务所**  
**关于合肥汇通控股股份有限公司**  
**首次公开发行股票并在主板上市**  
**之补充法律意见书（四）**

天律意 2023 第 00318-4 号

致：合肥汇通控股股份有限公司

根据《公司法》《证券法》《管理办法》《编报规则第 12 号》《法律执业规则》《首发执业细则》等有关法律、法规及规范性文件的规定，合肥汇通控股股份有限公司与安徽天禾律师事务所签订了《聘请专项法律顾问合同》，委托本所律师洪雅娴、李莉、乔华姗律师（以下简称“本所律师”）以特聘专项法律顾问的身份，参加汇通控股本次首次公开发行股票并在主板上市工作。

就汇通控股本次发行上市事宜，本所律师已于 2023 年 2 月 28 日出具《法律意见书》（天律意 2023 第 00318 号）及《律师工作报告》（天律他 2023 第 00402 号），2023 年 3 月 9 日出具《安徽天禾律师事务所关于合肥汇通控股股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之补充法律意见书（一）》（天律意 2023 第 00318-1 号），2023 年 5 月 17 日出具《安徽天禾律师事务所关于合肥汇通控股股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之补充法律意见书（二）》（天律意 2023 第 00318-2 号），2023 年 7 月 4 日出具《安徽天禾律师事务所关于合肥汇通控股股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之补充法律意见书（三）》（天律意 2023 第 00318-3 号）（以下本所出具的前述文书统称为“《原法律意见书》和《律师工作报告》”）。现因容诚会计师事务所出具的《审计报告》（容诚审字[2023]230Z3878 号）及相关专项报告，同时本所律师结合汇通控股 2023 年 1 月至本补充法律意见书出具之日（以下简称“补充事项期间”）经营情况进行补充核查并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书系对《原法律意见书》和《律师工作报告》的补充、修正，《原法律意见书》和《律师工作报告》与本补充法律意见书不一致的部分以本补充法律意见书为准。除本补充法律意见书所作的补充或修改外，本所律师此前已出具的《原法律意见书》和《律师工作报告》的内容仍然有效。凡经核查，发行人的相关情况与《原法律意见书》和《律师工作报告》披露的情况相同且本所律师的核查意见无补充或修改的，本补充法律意见书不再重复发表意见。

本所律师在《原法律意见书》和《律师工作报告》中的释义和声明事项亦继续适用于本补充法律意见书。

本所律师根据《证券法》相关要求，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对汇通控股提供的有关文件和事实进行了核查和验证，现出具法律意见如下：

## 第一部分 补充事项期间相关情况更新

### 一、本次发行上市的批准和授权

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人本次发行上市有关事项已经过发行人 2021 年年度股东大会及 2022 年第二次临时股东大会审议通过，上述股东大会对本次发行上市的批准和授权尚在有效期内。

### 二、发行人本次发行上市的主体资格

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人系依法设立的股份有限公司，依法有效存续，持续经营时间在三年以上，不存在根据法律、法规、规范性文件和发行人《公司章程》规定需要终止的情形，仍具备《公司法》《证券法》《管理办法》以及其他法律、法规及规范性文件规定的本次发行上市的主体资格。

### 三、本次发行上市的实质条件

根据容诚会计师事务所就发行人 2020 年度、2021 年度、2022 年度、2023 年 1-6 月的财务报表进行审计并出具的《审计报告》（容诚审字[2023]230Z3878

号)及《内部控制鉴证报告》(容诚专字[2023]230Z2804号)等专项报告及本所律师核查,对照《公司法》《证券法》《管理办法》《上市规则》规定,截至本补充法律意见书出具之日,汇通控股仍具备本次发行上市的实质条件。对发行人本次发行上市实质条件所涉及的相关内容更新如下:

(一) 汇通控股本次发行上市符合《公司法》《证券法》规定的实质条件

1、根据《招股说明书》及《公司章程(草案)》,汇通控股本次发行的股票为境内人民币普通股,每股面值为人民币1元,同股同权,同次发行的同种类股票的发行条件和价格相同,符合《公司法》第一百二十六条之规定。

2、根据《招股说明书》,汇通控股本次公开发行股票定价方式为通过向询价对象询价的方式,并根据询价结果和市场情况,由公司与主承销商协商确定发行价格,或采用中国证监会认可的其他定价方式。发行价格不低于票面金额,符合《公司法》第一百二十七条之规定。

3、根据汇通控股提供的材料和本所律师核查,汇通控股具备健全且运行良好的组织机构,符合《证券法》第十二条第一款第(一)项之规定。

4、根据容诚事务所出具的《审计报告》以及本所律师核查,汇通控股具有持续经营能力,符合《证券法》第十二条第一款第(二)项之规定。

5、根据容诚事务所出具的《审计报告》,并经本所律师核查,容诚事务所对汇通控股最近三年财务会计报告出具了无保留意见的审计报告,符合《证券法》第十二条第一款第(三)项之规定。

6、根据汇通控股及其控股股东声明,并经本所律师核查,发行人及其控股股东最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪,符合《证券法》第十二条第一款第(四)项之规定。

(二) 汇通控股本次发行上市符合《管理办法》规定的实质条件

1、经核查,发行人是依法设立且持续经营3年以上的股份有限公司,具备健全且运行良好的组织机构,相关机构和人员能够依法履行职责,符合《管理办法》第十条之规定。

2、根据容诚事务所出具的《内部控制鉴证报告》及《审计报告》，发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，最近三年财务会计报告由注册会计师出具无保留意见的审计报告；发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告，符合《管理办法》第十一条之规定。

3、经核查，发行人业务完整，具有直接面向市场独立持续经营的能力，符合《管理办法》第十二条之规定。

4、经核查，发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。最近三年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，符合《管理办法》第十三条第一款之规定。

5、根据发行人董事、监事和高级管理人员出具声明，并经本所律师核查，发行人董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形，符合《管理办法》第十三条第二款之规定。

### （三）汇通控股本次发行上市符合《上市规则》规定的实质条件

1、如前文分析，汇通控股本次发行上市符合《证券法》及中国证监会规定的发行条件，符合《上市规则》第 3.1.1 条第（一）项之规定。

2、根据《招股说明书》，汇通控股发行前注册资本为 9,452.2296 万元，本次发行不超过 3,150.7704 万股，因此本次发行后的股本总额不低于 5000 万元，公开发行业股份比例不低于发行后公司总股本的 25%，符合《上市规则》第 3.1.1 条第（二）、第（三）项之规定。

3、根据《审计报告》，汇通控股 2020 年度、2021 年度、2022 年度扣除非经常性损益前后较低的净利润分别为人民币 3,557.25 万元、5,614.02 万元、15,678.40 万元，即汇通控股最近 3 年净利润均为正，且最近 3 年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6000 万元；汇通控股 2020 年度、2021 年度、2022 年经营活动产生的现金流量净额分别为 3,955.09 万元、3,416.77 万元、13,569.89 万元，汇通控股 2020 年度、2021 年度、2022 年度的营业收入分别为 29,296.18 万元、41,719.73 万元、62,831.93 万元，即汇通控股最近 3 年经营活动产生的现金流量累计不低于 1 亿元，营业收入累计不低于 10 亿元，符合《上市规则》第 3.1.2 条第（一）项之规定。

基于以上事实，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，汇通控股仍具备本次发行时上市的实质条件。

#### 四、发行人的设立

经核查，补充事项期间，发行人的设立情况未发生变化，符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

#### 五、发行人的独立性

经核查，补充事项期间，发行人具有独立的法人资格，发行人的资产完整，在业务、资产、人员、机构、财务等方面具备充分的独立性，具有独立完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

#### 六、发起人和股东（实际控制人）

经核查，补充事项期间，发行人股东及持股情况未发生变化，控股股东和实际控制人未发生变更。汇通控股现有股东 60 名，其中自然人股东 47 名，非自然人股东 13 名。公司实际控制人仍为陈王保先生。

王永秀为陈王保配偶，通过汇通集团间接持有公司股份 5.7764% 股份；陈方明为陈王保弟弟，在公司担任董事，直接持有公司 2.7158% 股权，通过保泰利及合肥持盈分别间接持有汇通控股 0.3477% 股份和 3.5806% 股份。2023 年 5 月 29

日，陈王保与王永秀、陈方明签署了《一致行动协议》，协议自发行人首次公开发行股票并上市之日起三年内有效。签署各方约定在协议有效期内，行使表决权时保持一致，一致行动人内部先对相关议案或表决事项进行协调，出现意见不一致时，以一致行动人中所持股份最多的股东意见为准。

## 七、发行人的股本及演变

经本所律师核查，补充事项期间，发行人的股本及其股权结构未发生变化。控股股东、实际控制人持有的发行人股份不存在质押、冻结的情况。

## 八、发行人的业务

（一）经核查，补充事项期间，汇通控股的经营范围和经营方式符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

（二）经核查，补充事项期间，汇通控股及其子公司取得了经营所需的资质证书。

（三）经核查，汇通控股未在中国大陆之外开展经营活动。

（四）经核查，补充事项期间，汇通控股经营范围未发生变更。

（五）依据《审计报告》及财务报表，汇通控股 2023 年 6 月末的主营业务收入为 31,261.70 万元，占当期营业收入的 98.96%，本所律师认为，汇通控股主营业务突出。

（六）经核查，汇通控股具备自主经营的能力，不存在重大诉讼、仲裁或行政处罚案件，审计报告为标准无保留意见的审计报告，主营业务突出，现有的商务合同均能够自主履行。因此，发行人不存在持续经营的法律障碍。

## 九、关联交易及同业竞争

（一）汇通控股的关联方

补充事项期间，汇通控股的关联方如下：



### 1、控股股东、实际控制人

公司控股股东仍为汇通集团；公司的实际控制人为陈王保。

### 2、控股股东、实际控制人控制的除发行人及其子公司外的其他企业

补充事项期间，公司控股股东、实际控制人控制的除发行人及其子公司外的其他企业未发生变化。

### 3、其他持股 5%以上股份的股东

补充事项期间，公司其他持股 5%以上股份的股东未发生变化。

### 4、发行人实际控制人、持股 5%以上自然人股东、发行人的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员和控股股东的董事、监事和高级管理人员

补充事项期间，发行人实际控制人、持股 5%以上自然人股东未发生变化。

截至本补充法律意见书出具之日，发行人董事、监事及高级管理人员和控股股东的董事、监事和高级管理人情况如下：

关联方名称	与公司关联关系
陈王保	发行人董事长、控股股东董事长
陈方明	发行人董事
张丽	发行人董事、副总经理
王巧生	发行人董事、财务总监
黄华	发行人董事、副总经理
丁绍成	发行人董事
戴欣苗	发行人独立董事
张圣亮	发行人独立董事
颜苏	发行人独立董事
周文竹	发行人董事会秘书
蔡卫民	发行人副总经理
王永秀	发行人实际控制人配偶，发行人控股股东的经理
吴朝文	发行人控股股东的监事

5、上述第 4 项关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员除发行人、控股子公司及其控制的其他主体以外的法人（或者其他组织）

除发行人及其控制的企业、汇通集团、保泰利、合肥持盈外，关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的情况如下：

关联方名称	与公司的关联关系
汇众物流	董事陈方明控制的企业，实际控制人陈王保参股企业

#### 6、报告期内曾经关联方

关联方名称	与公司的关联关系
合肥车之宝	安徽车之宝曾经控制的企业，于 2020 年 6 月注销
金美电子	发行人曾持股 100%，于 2022 年 6 月注销
廖如海	报告期内曾担任发行人董事、副总经理
舒松祥	报告期内曾担任发行人董事、副总经理
张邦龙	报告期内曾担任发行人独立董事
王玉霞	报告期内曾担任发行人董事会秘书
王蔚松	报告期内曾担任发行人独立董事
郭平	报告期内曾担任发行人独立董事
安徽尚欣晶工新材料科技有限公司	郭平担任董事的企业
上海迪华文化传媒有限公司	郭平担任董事的企业

#### （二）汇通控股的关联交易

根据《审计报告》并经本所律师核查，2023 年 1-6 月，公司的关联交易情况如下：

##### 1、关联租赁情况

##### （1）本公司作为出租方

关联方	租赁资产种类	租赁收入（元）
汇众物流	房屋建筑物	587,155.96
合 计		587,155.96

(2) 本公司作为承租方

关联方	租赁资产种类	租赁费用（元）
汇通集团	房屋建筑物	968,678.86
合 计		968,678.86

2、关联担保情况

(1) 本公司作为被担保方

担保方	担保事由	担保金额（元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
陈王保、王永秀	短期借款	8,000,000.00	2023/3/13	2024/3/13	否
陈王保、王永秀	短期借款	8,000,000.00	2023/3/3	2024/3/3	否
陈王保、王永秀、汇通集团、海川部件	短期借款	10,000,000.00	2023/1/28	2023/10/7	否
陈王保、王永秀	短期借款	8,000,000.00	2022/4/12	2023/4/12	是
陈王保、王永秀	短期借款	5,000,000.00	2022/3/22	2023/3/22	是
陈王保、王永秀	短期借款	5,000,000.00	2022/3/8	2023/3/8	是

(2) 其他担保情况

2022年3月3日，陈王保、王永秀与合肥市兴泰科技融资担保有限公司签订编号为2022年合科保字第0078号的反担保（保证）合同，为合肥市兴泰科技融资担保有限公司为本公司向中国银行合肥分行借款融资提供的保证担保提供反担保，被担保债权余额为500.00万元，担保期间为2022年3月22日至2023年3月22日，截止2023年6月30日，该笔担保对应的短期借款余额500.00万元已归还。

2022年4月7日，陈王保、汇通集团与合肥海恒融资担保有限公司分别签订编号为2022年海反保证法字001号、2022年海反保证个字002号的反担保保

证合同，为合肥海恒融资担保有限公司为本公司向徽商银行合肥市南七支行借款融资提供的保证担保提供反担保，被担保债权余额为 800.00 万元，担保期间为 2022 年 4 月 12 日至 2023 年 4 月 12 日，截止 2023 年 6 月 30 日，该笔担保对应的短期借款余额 800.00 万元已归还。

### 3、关键管理人员报酬

项目名称	2023 年 1-6 月（万元）
关键管理人员报酬	122.68

## 十、发行人的主要财产

### （一）不动产

根据汇通控股提供的产权证书，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，汇通控股及其控股子公司拥有不动产如下表，该等财产均领取了权属证书。具体如下：

#### 1、国有土地使用权证

序号	权证号	权利人	座落	面积（m <sup>2</sup> ）	权利性质	用途	使用期限	他项权利
1	合经开国用（2015）第 040 号	汇通控股	汤口路南、百丈路东	27,408.01	出让	工业	至 2060.7.2	抵押

#### 2、房屋产权证

序号	权证号	所有权人	登记日期	座落	规划用途	建筑面积（m <sup>2</sup> ）	取得方式	他项权利
1	房地权证合产字第 8110205400 号	汇通控股	2015.03.17	合经区百丈路 192 号附房	工业用房	766.79	自建	抵押
2	房地权证合产字第 8110205401 号	汇通控股	2015.03.17	合经区百丈路 192 号 1#厂房	工业用房	2,577.13	自建	抵押
3	房地权证合产字第 8110205402 号	汇通控股	2015.03.17	合经区百丈路 192 号配电房	工业用房	171.36	自建	抵押
4	房地权证合产字第 8110205403 号	汇通控股	2015.03.17	合经区百丈路 192 号 2#厂房	工业用房	10,473.77	自建	抵押
5	房地权证合产字第 8110205404 号	汇通控股	2015.03.17	合经区百丈路 192 号技术研发楼	工业用房	3,319.02	自建	抵押

### 3、不动产权证

序号	权证号	权利人	座落	使用期限	用途	宗地面积 (m <sup>2</sup> )	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	权利性质	他项权利
1	皖 2018 合肥市不动产权第 10058947 号	海川部件	经开区始信路 3092 号 1 幢 101/102/201	2060.4.27 止	工业用地/工业	23333.33	5,849.06	出让	抵押
2	皖 2018 合肥市不动产权第 10037198 号	海川部件	经开区始信路 3092 号 1 幢 101/202/301	2060.4.27 止	工业用地/工业		8,127.78	出让	抵押
3	皖 2018 合肥市不动产权第 10037199 号	海川部件	经开区始信路 3092 号 1 幢 101/101 夹 1/101 夹 2/201	2060.4.27 止	工业用地/工业		7,729.84	出让	抵押
4	皖 (2022) 合肥市不动产权第 1270029 号	汇通控股	经开区方兴大道 10789 号汇通控股汽车高端饰件建设项目配电房	2068.9.24 止	工业用地/工业	39516.4	132.84	出让	—
5	皖 (2022) 合肥市不动产权第 1270522 号	汇通控股	经开区方兴大道 10789 号汇通控股汽车高端饰件建设项目 1 幢厂房	2068.9.24 止	工业用地/工业		24660.84	出让	—
6	皖 (2023) 芜湖市不动产权第 1467232 号	芜湖金美汽车零部件有限公司	经开区北区红光路东侧、富春色纺项目地块南侧、消防支路西侧、九华北路北侧	2073.3.26 止	工业用地/工业	45398.0	—	出让	抵押
7	皖 (2023) 合肥市不动产权第 1101414 号	汇通控股	经开区方兴大道南、蓬莱路东	2073.5.19 止	工业用地	416.08	—	出让	—
8	皖 (2023) 合肥市不动产权第 1101419 号	汇通控股	经开区方兴大道南、蓬莱路东	2073.5.19 止	工业用地	1,506.11	—	出让	—

注：截至本补充法律意见书出具之日，海川部件不动产用以担保的主债权已履行完毕；芜湖金美土地用以担保主债权履行期间为 2023 年 9 月 4 日至 2029 年 9 月 4 日。

#### (二) 商标

截至本补充法律意见书出具之日，汇通控股拥有 8 项注册商标，获得了完备的权属证书，该等财产不存在产权纠纷或潜在纠纷。

#### (三) 专利

根据汇通控股提供的专利证书并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，汇通控股公司及其子公司拥有专利 53 项，其中 9 项发明专利，44 项实用新型专利，该等财产不存在产权纠纷或潜在纠纷。

#### （四）机械设备

经核查，发行人主要生产设备系汇通控股自购取得，截至本补充法律意见书出具之日，该等设备均正常使用。

#### （五）股权

补充事项期间，汇通控股新增子公司福州金美汽车部件有限公司（以下简称“福州金美”）、安庆金美汽车零部件有限公司（以下简称“安庆金美”）。

##### 1、福州金美

公司名称	福州金美汽车部件有限公司
统一社会信用代码	91350121MACHPQRM3L
注册资本	500 万元
成立日期	2023.5.11
营业期限	长期
法定代表人	陈方明
注册地址	福建省闽侯县青口镇东南大道 2 号
经营范围	一般项目：汽车零部件及配件制造；汽车装饰用品制造；汽车装饰用品销售；汽车零部件研发；机械零件、零部件加工；机械零件、零部件销售；电子专用设备制造；新材料技术研发；电子专用材料研发；电子专用材料销售；电子元器件与机电组件设备制造；电子产品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

##### 2、安庆金美

公司名称	安庆金美汽车零部件有限公司
统一社会信用代码	91340800MA8QUWKN15
注册资本	3,000 万元
成立日期	2023.8.17
营业期限	长期

法定代表人	陈方明
注册地址	安徽省安庆市经开区皖江高科孵化园 C1 栋 8018 室
经营范围	一般项目：汽车零部件及配件制造；汽车装饰用品制造；汽车零部件研发；汽车零配件零售；汽车零配件批发；机械零件、零部件加工；机械零件、零部件销售；新材料技术研发；电子专用设备制造；电子专用材料研发；电子专用设备销售；电子元器件与机电组件设备制造；电子产品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

截至本补充法律意见书出具之日，发行人共有一级全资子公司海川部件、合肥正芯、合肥金美、大连金美、芜湖金美、安徽金美、安徽金合新材料科技有限公司（以下简称“合金新材”，曾用名：安徽金美新材料科技有限公司）、福州金美、安庆金美等 9 家，控股子公司库尔特。其中海川部件下设二级全资子公司合肥金兑、安庆海川两家子公司。该等子公司股权权属清晰。

#### （六）在建工程

根据《审计报告》及汇通控股提供的材料，截至 2023 年 6 月末，汇通控股的在建工程余额为 532.08 万元。

#### （七）财产受限情况

截至 2023 年 6 月末，发行人的主要财产受限情况如下：

项 目	2023 年 6 月 30 日账面价值(元)	受限原因
货币资金-其他货币资金	13,833,864.50	开具银行承兑汇票保证金
固定资产-房屋建筑物	18,935,565.60	抵押用于银行借款
无形资产-土地使用权	7,516,066.06	抵押用于银行借款
应收款项融资-应收票据	11,763,229.20	质押用于开具银行承兑汇票
合 计	52,048,725.36	

#### （八）租赁

序号	承租方	出租方	租赁用途	房屋坐落	租赁费	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限
1	汇通控股	汇通集团 注 1	厂房	百丈路东汇通集团 1 号、3 号	20 元/月/m <sup>2</sup>	7,705.40	2022.1.1-2031.12.31

序号	承租方	出租方	租赁用途	房屋坐落	租赁费	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限
				厂房及综合楼			
2		西安大勤医药塑料制造有限公司	厂房	西安市鄠邑区草堂镇黄堆村工业园	第 1-2 年, 30 元/月/m <sup>2</sup> ; 第 3-4 年, 32 元/月/m <sup>2</sup> ; 第 5 年, 33 元/月/m <sup>2</sup>	3,360.00	2022.10.1-2027.9.30 <sup>注 2</sup>
3	海川部件	蒙城县宏铭汽车零部件制造有限公司	厂房	蒙城县永兴路与王冠路交口处	10 元/月/m <sup>2</sup>	2,839.00	2023.8.1-2024.7.31
4		扬州骏瑾合成革有限公司	厂房	扬州市江都区仙女镇正谊村	12 元/月/m <sup>2</sup>	2,100.00	2023.1.1-2023.12.31
5	安庆海川	安庆市兴得利经贸有限责任公司	厂房	安庆市菱北新一代信息技术产业园 6# 厂房	12 元/月/m <sup>2</sup>	2,752.77	2022.9.1-2028.8.31
6	汇通控股	芜湖通全科技有限公司	厂房	芜湖市经济技术开发区银湖北路 50 号通全科技园	20.97 元/月/m <sup>2</sup>	298.00	2022.10.18-2024.4.17
7	汇通控股	福州协人工业有限公司	厂房	福州市闽侯县青口投资区	厂房及办公 23.85 元/月/m <sup>2</sup> ; 空地 11.93 元/月/m <sup>2</sup>	5,449.00	2023.5.1-2026.4.30 <sup>注 2</sup>
8	福州金美	福州协人工业有限公司	厂房	福州市闽侯县青口投资区	厂房及办公 23.85 元/月/m <sup>2</sup> ; 空地 11.93 元/月/m <sup>2</sup>	5762.00	2023.10.1-2026.9.30
8	汇通控股	大连华录国正产业有限公司	库房	大连市经济技术开发区双 D 港淮河东路 22 号	12 元/月/m <sup>2</sup>	1,000.00	2023.5.1-2023.12.31

注 1: 双方在租赁合同中约定, 2022 年的月租金为 20 元/m<sup>2</sup>, 往后每年的月租金单价等额增长 2 元/m<sup>2</sup>。

注 2: 经双方友好协商, 合同租赁期限调整为至 2023.9.30 履行完毕。

汇通控股及其子公司的正在履行的房产租赁关系合法、有效。



## 十一、发行人的重大债权债务

### (一) 重大合同

截至 2023 年 6 月末，汇通控股正在履行的重大合同情况如下：

#### 1、重大采购合同

截至 2023 年 6 月末，发行人及其子公司正在履行的重大采购合同如下：

供方	需方	主要 采购产品类别	采购金额(元)	合同覆盖期间
第八元素环境技术 有限公司	汇通控股	注塑原料	420,000.00	2023.1.4-2023.12.31
		注塑原料	456,100.00	2023.1.11-2023.12.31
		注塑原料	453,000.00	2023.1.4-2023.12.31
		注塑原料	88,200.00	2023.1.6-2023.12.31
		注塑原料	145,800.00	2023.2.3-2023.12.31
		注塑原料	24,150.00	2023.2.3-2023.12.31
		注塑原料	443,440.00	2023.2.23-2023.12.31
		注塑原料	4,695.00	2023.2.1-2023.12.31
		注塑原料	363,000.00	2023.3.14-2023.12.31
		注塑原料	467,650.00	2023.3.7-2023.12.31
		注塑原料	443,500.00	2023.2.7-2023.12.31
		注塑原料	316,500.00	2023.3.29-2023.12.31
		注塑原料	234,475.00	2023.4.13-2023.12.31
		注塑原料	399,800.00	2023.4.13-2023.12.31
		注塑原料	365,920.00	2023.4.27-2023.12.31
		注塑原料	213,350.00	2023.4.27-2023.12.31
		注塑原料	120,000.00	2023.5.18-2023.12.31
		注塑原料	33,420.00	2023.5.22-2023.12.31
		注塑原料	83,300.00	2023.5.23-2023.12.31
		注塑原料	216,800.00	2023.5.29-2023.12.31
		注塑原料	472,100.00	2023.6.3-2023.12.31
		注塑原料	82,750.00	2023.5.31-2023.12.31
注塑原料	368,900.00	2023.6.6-2023.12.31		
注塑原料	156,588.00	2023.6.8-2023.12.31		

供方	需方	主要采购产品类别	采购金额(元)	合同覆盖期间
		注塑原料	380,800.00	2023.6.13-2023.12.31
		注塑原料	254,700.00	2023.6.13-2023.12.31
		注塑原料	61,750.00	2023.6.14-2023.12.31
		注塑原料	389,000.00	2023.6.25-2023.12.31
江苏高鹏实业投资有限公司	汇通控股	电镀原料	33,120.00	2023.1.7-2023.12.31
		电镀原料	35,600.00	2023.1.5-2023.12.31
		电镀原料	971,200.00	2023.1.4-2023.12.31
		电镀原料	427,800.00	2023.2.8-2023.12.31
		电镀原料	66,105.00	2023.2.8-2023.12.31
		电镀原料	449,200.00	2023.2.6-2023.12.31
		电镀原料	488,600.00	2023.3.2-2023.12.31
		电镀原料	260,900.00	2023.3.15-2023.12.31
		电镀原料	440,200.00	2023.2.8-2023.12.31
		电镀原料	182,000.00	2023.3.20-2023.12.31
		电镀原料	677,400.00	2023.3.22-2023.12.31
		电镀原料	11,270.00	2023.4.24-2023.12.31
		电镀原料	36,600.00	2023.5.8-2023.12.31
		电镀原料	745,600.00	2023.5.8-2023.12.31
		电镀原料	35,600.00	2023.5.23-2023.12.31
		电镀原料	46,400.00	2023.5.29-2023.12.31
		电镀原料	445,900.00	2023.6.7-2023.12.31
		电镀原料	96,250.00	2023.6.7-2023.12.31
		电镀原料	464,750.00	2023.6.14-2023.12.31
		电镀原料	11,025.00	2023.6.14-2023.12.31
		电镀原料	453,350.00	2023.6.24-2023.12.31
电镀原料	438,650.00	2023.6.28-2023.12.31		
电镀原料	488,250.00	2023.6.24-2023.12.31		
江苏高鹏实业投资有限公司、湖北振华化学股份有限公司	汇通控股	电镀原料	具体以订单金额为准	2023.1.1-2023.12.31
广东华创化工有限公司华东分公司	汇通控股	电镀原料	360,595.00	2023.5.23至双方就本合同约定的权力与义

供方	需方	主要 采购产品类别	采购金额(元)	合同覆盖期间
				务履行完毕为止
		电镀原料	475,800.00	2023.5.31至双方就本 合同约定的权力与义 务履行完毕为止
合肥晟景塑业有限 公司	汇通控股	注塑件	具体以订单金 额为准	2023.6.21-2023.12.31
上海锦湖日丽塑料 有限公司	汇通控股	注塑原料	具体以订单金 额为准	2023.1.1-2023.6.30
		注塑原料	50,850.00	2023.2.6-2023.12.31
苏州达库优科压烫 科技有限公司	汇通控股	烫印原料	具体以订单金 额为准	2023.1.1-2023.12.31
		烫印原料	具体以订单金 额为准	2023.1.1-2023.12.31
苏州禾润昌新材料 有限公司	汇通控股	注塑原料	具体以订单金 额为准	2023.1.1-2023.12.31
		注塑原料	具体以订单金 额为准	2023.5.21-2023.12.31
库尔兹压烫科技 (合肥)有限公司	汇通控股	烫印原料	105,462.90	2023.2.27-2023.12.31
		烫印原料	426,418.21	2023.4.10-2023.12.31
		烫印原料	25,331.78	2023.4.20-2023.12.31
		烫印原料	232,328.57	2023.5.8-2023.12.31
		烫印原料	382,651.11	2023.4.24-2023.12.31
		烫印原料	409,920.00	2023.5.22-2023.12.31
		烫印原料	1,998,266.91	2023.6.25-2023.12.31
上海普利特复合材 料股份 有限公司	汇通控股	注塑原料	457,650.00	2023.2.10-2023.12.31
		注塑原料	305,100.00	2023.2.24-2023.12.31
		注塑原料	3,491.70	2023.2.30-2023.12.31
		注塑原料	235,040.00	2023.5.9-2023.12.31
		注塑原料	293,800.00	2023.5.13-2023.12.31
		注塑原料	381,940.00	2023.5.29-2023.12.31
		注塑原料	3,491.70	2023.5.23-2023.12.31
		注塑原料	293,800.00	2023.6.1-2023.12.31
		注塑原料	293,800.00	2023.6.8-2023.12.31
		注塑原料	293,800.00	2023.6.16-2023.12.31
		注塑原料	293,800.00	2023.6.20-2023.12.31

供方	需方	主要采购产品类别	采购金额(元)	合同覆盖期间
		注塑原料	293,800.00	2023.6.25-2023.12.31
		注塑原料	440,700.00	2023.6.27-2023.12.31
安美特(中国)化学有限公司	汇通控股	电镀原料	362,730.00	2023.6.1 至需方付清货款及交付货物后终止
		电镀原料	342,796.80	2023.6.30 至需方付清货款及交付货物后终止

## 2、重大销售合同

截至 2023 年 6 月末，发行人与主要客户签订的正在履行的销售合同如下：

合同主体	合同对方	主要销售产品	合同金额	签订时间	期限	备注
汇通控股	奇瑞汽车股份有限公司	汽车造型部件, 汽车声学产品	具体以订单金额为准	2018.1.1	2018.1.1-2020.12.31	有效期三年, 如无异议, 除了价格条款外, 合同到期后自动延长 1 年, 延长不受次数限制。
	奇瑞商用车(安徽)有限公司、奇瑞汽车河南有限公司、奇瑞商用车(安徽)有限公司河南分公司	汽车造型部件, 汽车声学产品	具体以订单金额为准	2023.4.21	除另行签订的合同货物价格条款以外, 原协议期限自动延长一年, 期限延长不受次数限制	-
	奇瑞捷豹路虎汽车有限公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	2023.3.14	2023.1.1-2023.12.31	协议约定期限届满, 双方不再履行的, 协议终止-
	奇瑞新能源汽车技术有限公司	汽车声学产品	具体以订单金额为准	2018.5.2	-	合同期限为 3 年, 如无异议, 合同期限自动延长
	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	20203.4.3 12	自 2023.4.12 起有效期三年	协议期满, 双方均未提出异议的, 协议自动续约三年, 以次类推。
	安徽江淮安驰汽车有限公司	汽车造型部件, 汽车	具体以订单金额为准	2021.11.2	除非另行签署协议, 自签订之	-

合同主体	合同对方	主要销售产品	合同金额	签订时间	期限	备注
		声学产品			日起在供货关系存续期间有效	
	安徽江淮汽车集团股份有限公司轻型商用车分公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	2023.4.20	2023.1.1-2023.12.31	-
	安徽江淮汽车集团股份有限公司重型车分公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	2023.4.10	2023.1.1-2023.12.31	-
	扬州江淮轻型汽车有限公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	-	2022.1.1 至新合同生效日	-
	四川江淮汽车有限公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	-	2023.1.1-2023.12.31	-
	安徽江淮汽车集团股份有限公司商务车分公司、安徽江淮汽车集团股份有限公司轿车分公司、安徽江淮汽车集团股份有限公司多功能商用车分公司、安徽江淮汽车集团股份有限公司安庆分公司	汽车造型部件,汽车声学产品	具体以订单金额为准	2019.7.31	供货关系内持续有效	-
	宜宾凯翼汽车有限公司	汽车声学产品	具体以订单金额为准	2021.2.1	2021.2.1-2024.1.31	到期后除另行签订价格条款外,合同期限自动延长1年,延长不受次数限制
	长城汽车股份有限公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	2019.1.31	2019.1.1-2023.12.31	以一年为单位自动延长
	长城汽车股份有限公司重庆采购分公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	2023.1.1	2023.1.1-2032.12.31	-
	长城汽车股份有限公司徐水	汽车造型部件	具体以订单金额为准	2022.3.11	2022.1.1-2026.12.31	-

合同主体	合同对方	主要销售产品	合同金额	签订时间	期限	备注
	售后有限公司					
	振宜汽车有限公司	汽车造型部件, 汽车声学产品	具体以订单金额为准	2021.1.1.	2021.1.1-2023.12.31	合同期限自动延长
	诺博汽车系统有限公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	2019.1.31	2019.1.1-2023.12.31	以一年为单位自动延长
	合肥悠遥科技有限公司	汽车造型部件	具体以订单金额为准	2022.3.21	签字盖章日起, 供货关系存续期间有效	合约期限自动延长
	零跑汽车有限公司	汽车声学产品	具体以订单金额为准	2022.12.16	2022.1.1-2023.12.31	-
海川部件	中策橡胶集团有限公司	仓储服务	具体以订单金额为准	2023.1.1	2023.1.1-2023.12.31	-
	佳通轮胎(中国)投资有限公司	仓储服务	具体以订单金额为准	2021.9.17	2021.8.1-2023.7.31	-
	上海蔚来汽车有限公司	车轮总成分装	具体以订单金额为准	2019.7.29	-	长期合作, 另行签订价格协议

### 3、重大借款合同

截至 2023 年 6 月末, 发行人正在履行借款合同主要情况如下:

序号	签署日期	贷款方	合同编号	合同金额 (万元)	期限	利率 (%)
1	2023.1.16	交通银行股份有限公司安徽省分行	230029	1,000	2023.1.28-2023.10.7	3.35%
2	2023.3.1	徽商银行股份有限公司合肥南七支行	流借字第南七 2023007 号	800	2023.3.3-2024.3.3	3.35%
3	2023.3.13		流借字第南七 2023009 号	800	2023.3.13-2024.3.13	
4	2023.3.16	招商银行股份有限公司合肥分行	IR2303150000131	900	2023.3.16-2024.3.16	3.25%
5	2023.3.31		IR2303310000037	950	2023.3.31-2024.3.31	

(二) 经核查, 汇通控股及其子公司没有尚未履行完毕的因环境保护、安全

生产、知识产权、产品质量、劳动用工、人身权等原因产生的侵权之债。

(三) 根据《审计报告》及本所律师核查, 补充事项期间, 除本补充法律意见书已披露的关联交易的情形外, 汇通控股与关联方无其他重大债权债务关系, 没有为关联方提供担保。

(四) 根据《审计报告》, 截至 2023 年 6 月末, 汇通控股其他应收款 270.42 万元, 主要为保证金、押金及备用金; 其他应付款 70.01 万元, 主要为保证金等。经核查, 汇通控股金额较大的其他应收、其他应付款均因正常生产经营活动而发生, 合法有效。

## 十二、发行人重大资产变化及收购兼并

(一) 经核查, 补充事项期间发行人不存在合并、分立、增资扩股或减少注册资本的情形。

(二) 经核查, 补充事项期间发行人不存在重大资产变化、收购或出售资产行为。

(三) 经核查, 汇通控股没有拟进行的资产置换、资产剥离、资产出售或收购行为。

## 十三、发行人章程的制定与修改

补充事项期间, 发行人根据《中国共产党章程》规定等于 2023 年 3 月 27 日召开 2022 年年度股东大会, 对现行《公司章程》进行修订。

## 十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

(一) 经核查, 补充事项期间, 发行人组织架构未发生变动。

(二) 经本核查, 补充事项期间, 发行人未对股东大会、董事会、监事会议事规则及其他公司治理制度进行修订。

(三) 经核查, 补充事项期间, 发行人新增召开股东大会 2 次, 董事会 5 次, 监事会 3 次, 发行人经营期间内的董事会、监事会的召开程序、决议内容等

符合《公司法》《公司章程》的有关规定，通过的决议真实、有效。

（四）经核查，补充事项期间，汇通控股股东大会未新增对董事会的授权。

## 十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化

### 1、董事

经核查，2023年4月21日，因第三届董事任期届满，发行人召开2023年第一次临时股东大会，审议通过了《关于董事会换届暨提名第四届董事会董事的议案》，选举陈王保、陈方明、张丽、王巧生、黄华、丁绍成、戴欣苗、张圣亮、颜苏为公司第四届董事会成员，其中戴欣苗、张圣亮、颜苏为独立董事。同日，发行人召开第四届董事会第一次会议，选举陈王保为公司第四届董事会董事长。

### 2、监事

2023年4月6日，发行人召开2023年第一次职工代表大会，会议选举王丽芬担任第四届监事会职工代表监事，任期自决议通过之日起至第四届监事会任期届满日止。2023年4月21日，发行人召开2023年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司监事会换届暨提名第四届监事会非职工监事的议案》，选举张斌、程辉艳为第三届监事会非职工监事。2023年4月21日，公司召开第四届监事会第一次会议，选举张斌为公司监事会主席。

### 2、高级管理人员

2023年4月21日，因董事会换届，发行人召开第四届董事会第一次会议，选举陈王保为公司董事长，并聘任其为公司总经理；聘任张丽、黄华、蔡卫民成为公司副总经理；聘任王巧生为公司财务总监；聘任周文竹为董事会秘书。

## 十六、发行人的税务

根据《审计报告》，2023年1-6月，发行人及其控股子公司执行税种、税率及享有税收优惠政策情况如下：

（一）公司及其控股子公司目前执行的税种及税率



## 1、发行人主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	13%
城市维护建设税	流转税额	7%
教育费附加	流转税额	3%
地方教育费附加	流转税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%

## 2、子公司存在不同企业所得税税率的情况

纳税主体名称	实际执行所得税税率
汇通控股	15%
海川部件	15%
库尔特	25%
安庆海川	25%
正芯电子	25%
合肥金美	25%
合肥金兑	25%
大连金美	25%
芜湖金美	25%
安徽金美	25%
金合新材	25%
福州金美	25%

综上，本所律师认为，公司及其子公司目前执行的税种及税率符合现行法律、法规和规范性文件的要求。

### (二) 公司及其控股子公司享受的税收优惠、财政补贴等政策

#### 1、税收优惠

汇通控股于 2020 年 8 月取得由安徽省科技厅、安徽省财政厅、安徽省税务局颁发的《高新技术企业证书》，证书编号：GR202034000895，有效期三年。公

司高新技术企业的评定正在申请中，预计于 2023 年内能够获得新的高新技术企业证书，继续享受国家高新技术企业 15%的所得税税率优惠政策。

海川部件于 2022 年 10 月取得由安徽省科技厅、安徽省财政厅、国家税务总局安徽省税务局颁发的《高新技术企业证书》，证书编号：GR202234006369，有效期三年。依据《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国企业所得税法实施条例》相关规定，海川部件于 2022 年至 2024 年享受国家高新技术企业 15%的所得税税率。

## 2、政府补贴

2023 年 1-6 月，公司及其子公司享受的主要财政补贴如下：

### (1) 与资产相关的政府补助

项 目	计入当期损益或冲减相关成本费用损失的金额（元）	文件依据
年新增电镀面积 5 万平方米电镀生产线技术改造项目	67,948.02	《合肥市人民政府关于印发推进新一轮技术改造加快工业转型升级三年行动计划的通知》（合政[2016]39 号）
汽车高分子材料生产二期工程项目“借转补”专项财政扶持资金	37,514.79	《合肥市财政资金“借转补”管理办法》（合政[2015]36 号）
技术改造事后奖补项目	191,470.42	《2017 年合肥经济技术开发区促进科技创新政策》
工业发展政策补助项目	67,646.70	《合肥市培育新动能促进产业转型升级推动经济高质量发展若干政策实施细则》
工业强基技术改造设备补助项目	47,737.16	《安徽省人民政府关于印发支持制造强省建设若干政策的通知》（皖政[2017]53 号）《2019 年支持制造强省建设若干政策实施细则》（皖经信财务[2019]135 号）
研发仪器设备补助项目	18,711.29	《支持科技创新若干政策》（皖政[2017]52 号）《2018 年合肥经济技术开发区促进科

		技创新政策》《合肥市人民政府关于印发<合肥市培育新动能促进产业转型升级推动经济高质量发展若干政策实施细则>的通知》（合政办[2020]6号）
智能化改造升级补助项目	24,924.00	《2019年合肥经济技术开发区促进新型工业化发展政策》
固定资产技术改造补助项目	11,775.00	《合肥市培育新动能促进产业转型升级推动经济高质量发展若干政策》
2019年先进制造业发展政策-推动企业技术改造补助	36,104.61	关于印发《2019年合肥市支持先进制造业发展政策操作规程》的通知（合经信综合[2019]185号）
工业机器人补贴款	14,992.32	《支持机器人产业发展若干政策》（皖政[2018]55号）《2019年支持机器人产业发展若干政策拟支持项目公示》
合肥市财政局工业机器人政策奖励补助	13,676.52	
技术改造补助款	38,400.00	《2020年合肥市培育新动能促进产业转型升级推动经济高质量发展若干政策实施细则》（合政办[2020]6号）
新型工业化发展专项资金	24,709.45	《2020年合肥经济技术开发区先进制造业及建筑业发展政策实施细则》的通知（合经区经[2020]54号）
污水顶管接引工程款补贴	3,569.46	
工业互联网“三化”改造设备补助	321,091.52	《支持工业互联网发展若干政策和安徽省工业互联网创新发展行动计划（2021-2023年）的通知》（皖政办秘[2021]82号）
新引进工业项目补贴	35,491.92	《2021年合肥市推动经济高质量发展若干政策实施细则（先进制造业）》（合经信法规[2021]125号）
2020年下半年先进制造业资金	16,992.18	《2020年合肥市培育新动能促进产业转型升级推动经济高质量发展若干政策实施细则》（合政办[2020]6号）

2021 年制造强省政策补助	51,944.94	《安徽省人民政府关于印发支持制造强省建设若干政策的通知》（皖政[2017]53 号）
先进制造业政策技改项目补助	206,518.04	2020 年合肥市培育新动能促进产业转型升级推动经济高质量发展若干政策实施细则》（合政办[2020]6 号）
工业互联网项目补助	3,876.00	《合肥经济技术开发区推动经济高质量发展若干政策实施细则》
<b>合 计</b>	<b>1,235,094.34</b>	—

(2) 与收益相关的政府补助

项 目	计入当期损益或冲减相关成本费用损失的金额（元）	主要批准文件依据
<b>一、与日常经营活动相关的政府补助</b>		
稳岗补贴	141,691.67	《关于开展 2023 年失业保险稳岗返还工作的通告》
2023 年制造强省政策资金	1,000,000.00	《工业和信息化部办公厅关于开展第四批专精特新“小巨人”企业培育和第一批专精特新“小巨人企业复核工作的通知》（工信厅企业函[2022]133 号）
其他	6,000.00	—
<b>二、与日常经营活动无关的政府补助</b>		
安徽省企业上市奖补	1,600,000.00	《安徽省人民政府办公厅关于印发发展多层次资本市场服务“三地一区”建设行动方案的通知》（皖政办[2021]10 号）《安徽省财政厅关于组织申报 2021 年度企业直接融资奖励的通知》（皖财金[2021]1235 号） 《省级财政支持多层次资本市场发展奖补办法的通知》（皖财金[2022]1192 号）《安徽省推进企业上市“迎客松行动”计划的通知》（皖政办[2022]8 号）
<b>合 计</b>	<b>2,747,691.67</b>	-

综上，本所律师认为，汇通控股及其子公司享受的财政补贴政策，合法、合

规、真实、有效。

(三) 经核查，公司及其子公司补充事项期间未受到税务部门行政处罚。

## 十七、发行人环境保护和产品质量技术等标准、社会保险

### (一) 发行人的环境保护

经核查，补充事项期间，发行人生产经营正常，不存在因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而被处罚的情形。

### (二) 发行人的产品质量、技术标准

经核查，补充事项期间，发行人的产品符合有关产品质量和技术监督标准，没有因违反有关产品质量和技术监督方面的法律法规而受到处罚的情形。

### (三) 劳动用工、社会保险和住房公积金

1、经核查，公司实行劳动合同制，按照《劳动合同法》等有关规定与员工签订劳动合同、劳务合同，截至 2023 年 6 月 30 日，发行人拥有员工 830 人。

#### 2、汇通控股及其子公司的社保、公积金情况

##### (1) 社保、公积金执行情况

2023 年 6 月末，公司员工、缴纳社会保险及住房公积金情况如下：

员工人数 (人)	社保缴纳情况		公积金缴纳情况	
	缴纳人数(人)	未缴纳人数 (人)	缴纳人数(人)	未缴纳人数(人)
830	639	191	634	196

##### (2) 社保、公积金未缴纳原因

2023 年 6 月末，公司部分员工未缴纳社会保险及住房公积金情的原因如下：

社会保险		
未缴纳原因	人数(人)	占员工总数
参加城乡居民基本医疗保险、城乡居民基本养老保险	71	8.55%

达到退休年龄/退休	44	5.30%
当月入职/离职	68	8.19%
因个人其他原因未缴纳情形	8	0.96%
<b>合计</b>	<b>191</b>	<b>23.01%</b>
<b>住房公积金</b>		
未缴纳原因	人数（人）	占员工总数
达到退休年龄/退休	48	5.78%
当月入职/离职	68	8.19%
因个人其他原因未缴纳	80	9.64%
<b>合计</b>	<b>196</b>	<b>23.61%</b>

根据《公共信用信息报告（无违法违规证明版）》汇通控股及子公司在人力资源和社会保障领域，无行政处罚、严重失信主体名单等违法违规信息。

根据上述事实，本所律师认为，汇通控股社会保险、住房公积金的实际缴纳人数与公司应缴纳人数之间虽存在差异，但该等差异系由公司行业特点、员工个人意愿等综合因素导致，且该等差异在逐年下降。同时政府主管部门已经出具相关合法合规证明，汇通控股及其子公司未因劳动用工问题受到相关政府主管部门的行政处罚；汇通控股实际控制人也承诺承担如因劳动用工问题给发行人造成直接和间接损失，故汇通控股社会保险和住房公积金的执行情形不构成重大违法行为，不会对汇通控股本次发行上市构成实质性法律障碍。

## （2）劳务外包

补充事项期间，发行人继续采用将部分辅助工序外包给劳务外包公司。

## 十八、诉讼、仲裁和行政处罚

（一）经核查，补充事项期间，公司新增一项行政处罚，具体如下：

合肥经济技术开发区消防救援大队于2023年7月11日作出合经消行罚决字[2023]第0226号《行政处罚决定书》，因公司抛光间的消防栓设置不规范，根据《中华人民共和国消防法》第十六条第一款第（二）项，对发行人处以罚款4.1万元。

本次处罚做出后，发行人根据要求及时加设一处消火栓，并对相关人员进行

问责，加强安环部门及人员的培训，同时加大对公司安防设施的自查力度，杜绝此类情况发生。截至本补充法律意见书出具之日，公司已采取积极措施，本次处罚涉及事项整改完毕，相关罚款也缴纳完毕。

经核查，本次行政处罚相关行为未造成严重环境污染、重大人员伤亡或者社会影响恶劣等危害后果，且本次处罚涉及问题已整改完毕。

根据《中华人民共和国消防法》“第六章 法律责任”，针对不同违规情形，处罚金额上限为 30 万元，情节严重的可责令停止施工、停止使用或者停产停业。消防大队在本次检查中发现问题为公司消防设施设置不规范，并做出 4.1 万元罚款，因此，本次处罚相关行为性质不属于情节严重情形。

2023 年 8 月 30 日，合肥经济技术开发区消防救援大队出具《情况说明》，认为本次处罚相关行为不构成情节严重，未造成危害后果，公司已及时整改完毕，不属于重大违法行为。

综上，本所律师认为，本次行政处罚相关行为未造成危害后果，并已经整改完毕，业经主管部门认定不属于重大违法行为。因此，本次行政处罚不属于重大违法违规行为，对本次发行上市不构成实质性障碍；对公司持续经营不产生实质性影响。

（二）经核查，补充事项期间，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员没有尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。

## 第二部分 首次反馈内容的更新

### 一、问题 1. 关于客户集中和业绩增长持续性

根据申报文件：（1）报告期内，公司向前五大客户（合并口径）销售占比分别为 89.51%、93.79%和 96.35%，客户集中度较高，主要原因是公司为一级配套供应商，下游整车行业集中度较高；（2）主机厂为保障供货，均需经过严格及长期的考核和认证，并通常会对同一类零部件保留 3-5 家供应商；（3）2019 年、2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月公司获得主要客户的项目定点分别为 41、258、40、

50; (4) 主要客户常春内饰经营范围为汽车零部件及配件制造; (5) 报告期内比亚迪占发行人主营业务收入比例从 4.02% 增长至 53.45%, 并成为 2022 年第一大客户。

请发行人说明:

(1) 发行人与主要客户的合作情况, 包括客户认证的过程、发行人进入供应商名录的时间、开始销售的时间、报告期各期的销售产品、销售金额及变动原因、回款金额、回款方式; (2) 选取报告期内销售的主零部件, 分析主要客户向发行人采购与其他供应商采购的占比情况、是否存在自产零部件的能力及对发行人持续销售的影响, 发行人是否存在被替代等客户流失风险; (3) 报告期各期客户数量、新增客户与退出客户数量及对应的销售收入, 是否存在刚成立即成为发行人客户、客户规模与其采购规模不匹配的情形, 相关客户、前五大客户与发行人、实控人及其关联方、董监高、供应商是否存在关联关系或其他利益关系; (4) 发行人向常春内饰等汽车零部件及配件制造商销售的合理性, 后续是否再加工, 相关产品是否在客户处得到使用、形成产品并销售、期末库存情况; (5) 报告期不同客户的项目定点变动情况及对应实现的收入; 公司与主要客户下单、采购、生产、发货、收款、记账等全流程内控是否完善; (6) 客户集中度较高的原因及是否符合行业特性, 并结合发行人与主要客户的合作历史及背景、业务稳定性、在手订单数量及订单获取方式等, 说明业务获取方式的合法合规性及定价公允性, 相关业务及业绩增长是否具有可持续性; (7) 结合发行人与比亚迪等主要客户的主要合同约定情况, 合作期限以及相关合作终止的情形等, 说明是否存在到期无法续约的风险; (8) 与主要客户之间年降条款的具体约定、实际执行情况以及对发行人财务状况的量化影响, 相关风险揭示是否充分。

请保荐机构、申报会计师和发行人律师对上述事项进行核查, 另按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》要求对客户集中进行核查, 说明核查依据、过程, 并发表明确核查意见。

#### 【更新回复】

(一) 发行人与主要客户的合作情况, 包括客户认证的过程、发行人进入供应商名录的时间、开始销售的时间、报告期各期的销售产品、销售金额及变动原



因、回款金额、回款方式

### 1、主要客户认证的过程、发行人进入供应商名录的时间、开始销售的时间

在汽车零部件行业，主机厂对零部件供应商的选择较为严格，供应商需要经过复杂的认证才能进入主机厂的配套体系。一般需要通过主机厂关于人员能力、设备投入情况、内部及外部管控能力、安全环境等各方面的综合评审后，才能成为主机厂的一级供应商。一旦成为主机厂的合格供应商，双方会保持相对稳固的长期合作关系。

报告期主要客户对发行人的认证情况如下：

主要客户名称	进入供应商名录的时间	开始销售的时间	获客过程
比亚迪	2019年	2020年1月	比亚迪因业务发展需要，需扩大对电镀工艺部件的采购，同时选取合作方提供烫印工艺的汽车造型部件。发行人基于自身在烫印和电镀领域的长期工艺积淀，与比亚迪形成合作从而进入其供应链体系。
奇瑞汽车	2007年前	2007年9月	基于自身在汽车内外饰材料领域的技术积累，从而进入奇瑞汽车供应链体系。
江淮汽车	2007年前	2007年3月	基于自身在汽车内外饰材料领域的技术积累，从而进入江淮汽车供应链体系。
长城汽车	2011年	2013年12月	基于自身在汽车造型部件领域的制造经验，进入长城汽车供应链体系。
振宜汽车	2021年	2021年1月	作为安徽地区领先的零部件企业，与本地车企合作，进入振宜汽车供应链体系。
常春内饰	2017年	2017年9月	常春内饰向奇瑞汽车供应部分总成等产品，发行人属于奇瑞汽车认证的饰条生产商，故双方形成业务合作。

发行人的主要客户主要为自主品牌主机厂，其中发行人与奇瑞汽车、江淮汽车、长城汽车的合作期间较长，合作时间都在10年以上；比亚迪为发行人近年来成功拓展的重要客户之一；振宜汽车是位于安庆的出口型汽车企业，发行人在2021年进入其供应商名单并开始销售。

### 2、报告期各期的销售产品

报告期内，公司销售收入整体情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月		2022年度	
	金额	占比	金额	占比
汽车造型部件	22,927.63	73.34%	49,752.20	79.83%
其中：格栅	13,109.71	41.94%	30,475.24	48.90%
其中：饰条	8,774.45	28.07%	17,367.22	27.87%
汽车声学产品	5,174.30	16.55%	8,435.71	13.54%
车轮总成分装	1,271.70	4.07%	2,237.10	3.59%
模具	715.08	2.29%	959.71	1.54%
其他	1,172.99	3.75%	940.27	1.51%
<b>合计</b>	<b>31,261.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>62,324.99</b>	<b>100.00%</b>

(续)

项目	2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	金额
汽车造型部件	29,084.58	70.43%	17,410.32	60.21%
其中：格栅	15,493.65	37.52%	8,736.91	30.21%
其中：饰条	12,659.62	30.65%	8,036.59	27.79%
汽车声学产品	8,777.20	21.25%	7,398.34	25.58%
车轮总成分装	2,045.51	4.95%	1,571.53	5.43%
模具	346.05	0.84%	1,953.39	6.75%
其他	1,045.05	2.53%	584.40	2.02%
<b>合计</b>	<b>41,298.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>28,917.98</b>	<b>100.00%</b>

汽车造型部件、汽车声学产品和车轮总成分装是发行人的主营业务，报告期内，发行人对主要客户销售产品类别如下：

主要客户名称	报告期销售的具体产品			
	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
比亚迪	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件
奇瑞汽车	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件
	汽车声学产品	汽车声学产品	汽车声学产品	汽车声学产品
江淮汽车	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件
	汽车声学产品	汽车声学产品	汽车声学产品	汽车声学产品
	车轮总成分装	车轮总成分装	车轮总成分装	车轮总成分装
长城汽车	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件
	汽车声学产品			
振宜汽车	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件	-
	汽车声学产品	汽车声学产品	汽车声学产品	
	车轮总成分装	车轮总成分装	汽车声学产品	
常春内饰	-	-	汽车造型部件	汽车造型部件

报告期内，发行人产品线基本稳定并有所拓展。汽车造型部件和声学产品的

细分类别收入情况如下。

报告期内，汽车造型部件销售收入情况构成如下：

单位：万元

产品类别	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
格栅	13,109.71	57.18%	30,475.24	61.25%	15,493.65	53.27%	8,736.91	50.18%
饰条	8,774.45	38.27%	17,367.22	34.91%	12,659.62	43.53%	8,036.59	46.16%
其他*	1,043.46	4.55%	1,909.74	3.84%	931.31	3.20%	636.82	3.66%
汽车造型部件合计	22,927.63	100.00%	49,752.20	100.00%	29,084.58	100.00%	17,410.32	100.00%

注：其他主要为字标车标。

报告期内，汽车声学产品销售收入情况构成如下：

单位：万元

产品类别	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
地毯	1,493.14	28.86%	2,774.00	32.88%	2,626.52	29.92%	2,264.20	30.60%
隔音隔热垫	1,466.42	28.34%	2,622.16	31.08%	3,459.56	39.42%	2,632.91	35.59%
行李箱系列产品	1,338.23	25.86%	2,031.90	24.09%	1,748.98	19.93%	1,473.32	19.91%
顶棚	876.50	16.94%	1,007.65	11.95%	942.13	10.73%	1,027.91	13.89%
汽车声学产品合计	5,174.30	100.00%	8,435.71	100.00%	8,777.20	100.00%	7,398.34	100.00%

综上所述可以看出，报告期内，汽车造型部件是公司收入的主要部分，其主要产品为格栅。

### 3、报告期各期的销售金额及变动原因

报告期内，公司主要客户销售情况如下：

期间	序号	客户名称	销售金额（万元）	主营业务收入占比
2023年1-6月	1	比亚迪	14,039.50	44.91%
	2	奇瑞汽车	7,870.51	25.18%
	3	江淮汽车	3,949.74	12.63%
	4	振宜汽车	2,252.88	7.21%

	5	长城汽车	1,315.78	4.21%
	合计		<b>29,428.41</b>	<b>94.14%</b>
2022年度	1	比亚迪	33,309.97	53.45%
	2	奇瑞汽车	15,057.36	24.16%
	3	江淮汽车	7,110.53	11.41%
	4	振宜汽车	2,796.94	4.49%
	5	长城汽车	1,772.36	2.84%
	合计		<b>60,047.16</b>	<b>96.35%</b>
2021年度	1	奇瑞汽车	17,351.70	42.02%
	2	比亚迪	10,417.46	25.22%
	3	江淮汽车	6,795.46	16.45%
	4	长城汽车	3,372.56	8.17%
	5	常春内饰	794.66	1.92%
	合计		<b>38,731.84</b>	<b>93.79%</b>
2020年度	1	奇瑞汽车	12,330.68	42.64%
	2	江淮汽车	7,160.65	24.76%
	3	长城汽车	3,903.12	13.50%
	4	常春内饰	1,325.62	4.58%
	5	比亚迪	1,163.27	4.02%
	合计		<b>25,883.34</b>	<b>89.51%</b>

比亚迪：报告期内，发行人对比亚迪销售收入分别为 1,163.27 万元、10,417.46 万元、33,309.97 万元和 14,039.50 万元，呈现快速增长，主要原因系：（1）发行人 2019 年进入比亚迪供应链并正式供货，2020 年量产的产品较少，销售收入较低；（2）2021 年以来，受益于新能源汽车普及率快速提升，比亚迪销量呈爆发式增长态势，根据比亚迪发布的产销月报，2020-2022 年比亚迪新能源乘用车销量分别为 17.91 万台、59.37 万台和 185.74 万台，对相关零部件的需求迅速扩大，拉动发行人销售收入快速增长。

奇瑞汽车：报告期内，发行人对奇瑞汽车的销售收入分别为 12,330.68 万元、17,351.70 万元、15,057.36 万元和 7,870.51 万元，呈现稳定增长态势，主要原因系奇瑞汽车是我国自主汽车品牌代表企业之一，多年来市场规模稳步提升，根据中国政府网新闻，奇瑞集团 2020-2022 年汽车销量分别为 73 万台、96 万台和 123 万台，其中出口对增长贡献较大，同期出口分别为 11 万台、27 万台和 45 万台，分别占同期我国汽车出口总量的 10.17%、13.40% 和 14.46%，长期位于全国前列。

奇瑞汽车总部位于安徽芜湖，发行人已持续多年为奇瑞汽车供货，奇瑞汽车的稳健发展带动发行人销售相应上升。

江淮汽车：报告期内，发行人对江淮汽车的销售收入分别为 7,160.65 万元、6,795.46 万元、7,110.53 万元和 3,949.74 万元，收入较为稳定。江淮汽车总部位于合肥，是发行人合作历史最久的主机厂之一，双方在多个产品领域存在合作，江淮汽车报告期汽车销量较为稳定，分别为 45 万台、52 万台和 50 万台。

长城汽车：报告期内，发行人对长城汽车的销售收入分别为 3,903.12 万元、3,372.56 万元、1,772.36 万元和 1,315.78 万元。长城汽车是我国自主汽车品牌的领军企业之一，报告期汽车销量分别为 111 万台、128 万台和 107 万台，稳定在百万台规模以上。2022 年发行人对长城汽车销售有所下降，主要系公司供货长城汽车的部分新产品尚未量产，故销售有所下降。

振宜汽车：2021-2023 年 1-6 月，发行人对振宜汽车销售收入分别为 276.79 万元、2,796.94 万元和 2,252.88 万元。公司对其销售大幅增加主要得益于振宜汽车出口的快速提升。振宜汽车是位于安庆的出口型汽车企业，已具备一定生产规模。根据人民网金台资讯新闻报道，2022 年上半年安徽省汽车出口再创历史新高，其中振宜汽车作为出口型汽车企业，累计生产 5.1 万台套。

常春内饰：常春内饰系江苏常熟汽饰集团股份有限公司（603035.SH）的全资子公司。常熟汽饰主营汽车内饰件总成产品，主要产品包括门内护板总成、仪表板总成、副仪表板总成、立柱总成等。由于常春内饰向奇瑞汽车供应模块化供货门板总成、仪表板总成等产品，其相应的饰条向发行人采购，故报告期内公司存在对其供货。报告期内，公司重点开拓并服务主机厂客户，对一级供应商客户业务量逐渐减少，2022 年度双方不再合作。

#### 4、回款金额、回款方式

报告期内，主要客户的回款金额和回款方式如下：

单位：万元

主要客户名称	回款金额				主要回款方式
	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	

比亚迪	18,648.22	29,704.38	4,419.36	873.18	现汇/银票/数字化 应收账款债权凭证
奇瑞汽车	6,722.24	19,754.12	20,241.54	11,694.05	现汇/银票/数字化 应收账款债权凭证
江淮汽车	3,844.02	7,788.20	8,047.94	8,936.54	现汇/银票
长城汽车	533.87	3,121.30	4,111.96	4,361.92	现汇/银票
振宜汽车	2,788.27	2,393.47	-	-	现汇/银票/数字化 应收账款债权凭证
常春内饰	-	-	1,647.95	1,358.08	现汇/银票

报告期内，公司主要客户的回款方式为银行汇款+银行承兑汇票的方式。近年来迪链等数字化应收账款债权凭证回款方式占比提升。

(二) 选取报告期内销售的主零部件，分析主要客户向发行人采购与其他供应商采购的占比情况、是否存在自产零部件的能力及对发行人持续销售的影响，发行人是否存在被替代等客户流失风险

1、选取报告期内销售的主零部件，分析主要客户向发行人采购与其他供应商采购的占比情况

报告期内，发行人主要产品为汽车造型部件，汽车造型部件种类较多，不同车型的配置不同，难以准确计算主要客户向发行人与其他供应商采购的占比情况。

发行人汽车造型部件以格栅为主，格栅是发行人的优势产品，主要客户向发行人采购的比例较高。根据主要客户汽车销量及发行人格栅销量的估算，规模采购发行人格栅的主要客户中，向发行人采购占比均在 30% 左右或以上。

经查阅车企公开销量信息验证，发行人主要客户向发行人采购的格栅占其同类采购需求的比例情况如下：

单位：万辆/万套

主机厂*	项目	2023年1-6月	2022年 1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
比亚迪	混合动力汽车+燃油车销量	63.14	31.97	95.89	41.04	28.54
	发行人乘用车格栅销量	18.73	17.25	53.40	8.58	0.71
	发行人占比	29.66%	53.96%	55.69%	20.90%	2.48%

奇瑞汽车	总汽车销量减去新能源汽车销量	70.14	37.41	99.99	85.29	68.70
	发行人乘用车格栅销量	12.55	15.00	28.61	35.98	25.21
	发行人占比	17.89%	40.10%	28.61%	42.19%	36.70%
江淮汽车	乘用车销量减去纯电动乘用车销量	9.57	4.58	10.57	11.83	10.89
	发行人乘用车格栅销量	4.59	3.42	5.92	6.73	5.79
	发行人占比	47.96%	74.67%	56.00%	56.88%	53.17%
振宜汽车	乘用车销量	-	-	-	-	-
	发行人乘用车格栅销量	6.39	2.71	8.26	0.65	-
	发行人占比	-	-	-	-	-

注 1: 按照中国汽车工业协会的统计数据, 国内新能源汽车中混合动力汽车基本为插电式混合动力, 因此混合动力汽车数量按插电式混合动力计算; 因发行人格栅应用于燃油车和混合动力汽车, 客户格栅需求按照燃油车+混合动力汽车销量计算, 或按乘用车销量剔除纯电动汽车销量计算;

注 2: 报告期内长城汽车向发行人采购格栅较少, 未做计算; 振宜汽车缺乏年度销量数据, 无法计算采购比例, 仅列示向发行人采购量;

注 3: 比亚迪格栅需求量按公布的燃油车+混合动力汽车销量计算; 江淮汽车公开信息披露其新能源车型均为纯电动车, 因此直接将其进行扣除;

注 4: 因无法获得奇瑞汽车明细车型数据, 此处按总销量减新能源汽车销量估算格栅需求量。

2023 年上半年, 公司在比亚迪、奇瑞汽车等客户的销量仍同比上升, 但市场占有率有所下降, 主要原因在于随着比亚迪、奇瑞汽车的销售规模快速扩大, 其市场地位显著提升, 加大了对供应商的引进力度, 同时, 结合公司产能限制及客户产品结构变化等, 导致公司客户的占有率有所下降。

## 2、是否存在自产零部件的能力及对发行人持续销售的影响

汽车主机厂传统的生产工艺为冲压、焊装、涂装和总装, 主机厂及其控股股东出于战略布局等方面的考虑, 会自建部分零部件产能。其自建零部件产能与发行人重合情况如下:

主要客户	是否自建适用于汽车造型部件的注塑、电镀、烫印、喷涂等工艺的产能	是否自建汽车声学产品的模压、发泡等工艺的产能	是否自建车轮总成分装产能
比亚迪	无	顶棚、地毯等	无
奇瑞汽车	无	无	有
江淮汽车	无	无	无
长城汽车	无	顶棚、地毯等	无
振宜汽车	无	无	无

上述客户中, 除比亚迪、长城汽车存在顶棚、地毯产能, 奇瑞汽车存在车轮

总成分装产能外，客户自建产能与发行人业务无重大重合。

主机厂自建零部件产能与供应链关系如下：

#### （1）开放式竞争

主机厂自建零部件产能，也会同时开放对外部供应链的采购，不会完全禁止外部采购。同时，大部分主机厂或其所在的汽车集团在建设零部件产能时，会采取设立独立法人的形式，如上汽集团控股华域汽车、奇瑞汽车设立奇瑞科技、长城汽车设立诺博汽车系统、江淮汽车设立江淮有限等，主机厂下属的零部件企业在向主机厂供货时，也同样需要走招投标流程获取定点，外部零部件企业不会因此失去商业机会。

#### （2）产品有侧重

主机厂下属的零部件产能，所涵盖的产品领域一般为尺寸较大、对系统安全、成本考量较为重要的零部件，如主机厂的喷涂产能首先用于车身喷涂，技术上属于金属的表面处理，与汽车造型部件领域的塑料表面处理存在差异；即使部分主机厂存在塑料表面喷涂工艺的，也会侧重于保障尺寸较大、对行车安全起重要作用的保险杠系列产品，而尺寸相对较小的格栅、饰条产品，会更多由外部采购完成。

#### （3）产能有限制

主机厂自产部分零部件，主要出发点在于产能保障，杜绝断供风险，同时，主机厂投资较大，对零部件产能的投资也需要考虑资源配置的效率和成本，因此，主机厂投资的部分零部件产能规模相对有限。而由于汽车需求受市场影响较大，具有一定波动性，终端需求量较大时自有零部件产能不足，主机厂也需要外部产能来满足生产需求。

综上所述，客户存在自建产能对发行人持续销售无重大不利影响。

### 3、发行人是否存在被替代等客户流失风险

#### （1）发行人存在被替代等客户流失及项目拓展受限风险



发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“(一)与发行人客户相关的风险”之“3. 客户流失及项目拓展受限风险”中补充披露如下：

汽车零部件企业一级配套商通过获得主机厂的供应商认证和产品定点形成销售，其综合运营能力、技术开发能力、生产供货能力、质量保证能力、物流配送能力、成本管理能力等对维系合作和保障持续的定点项目较为重要。如公司相关能力下降，无法满足客户需求，则会出现自身被替代等客户流失风险。

公司主要产品在主要客户处采购占比相对较高，具备较好的市场地位；部分客户具备部分与公司类似产能，比亚迪和长城汽车具备顶棚、地毯等汽车声学产品产能，可能会对公司在特定领域的业务拓展存在不利影响。

(2) 发行人的应对措施：

①配合现有客户，积极合作开发适用于新车型的产品

报告期内发行人定点项目持续增加，为后续业务打好基础，如公司持续加大对比亚迪的新品开发，截至本补充法律意见书出具之日，已获得新一代比亚迪秦 PLUS DM-i 的格栅总成定点，并新拓展了比亚迪唐 DM-i 的格栅饰条、高端车型仰望 U8 的格栅产品等。

②针对现有客户，积极开拓新的产品线

汽车零部件企业一旦成为主机厂的合格供应商后，与主机厂会保持稳固的长期合作关系；同时，主机厂的业务规模普遍较大，零部件企业拓展产品线存在较大的发展空间。发行人一直重视新产品的研发，在现有的产品线外，截至目前已成功实现了多项新业务模块的拓展，包括奇瑞汽车 QQ 冰淇淋的后保险杠总成等，此外，针对新能源汽车，新取得了奇瑞汽车的电动车电机包和车顶激光雷达饰板总成、集度汽车的底护板等定点等。

③积极开拓新客户

除现有客户外，发行人近年来均大力拓展新客户，报告期内，发行人实现了向比亚迪和振宜汽车供货。此外，2022 年发行人获取了新客户大众安徽、集度

汽车、零跑汽车的产品定点，成功获取了蔚来汽车萤火虫项目汽车声学产品的项目定点。

(三) 报告期各期客户数量、新增客户与退出客户数量及对应的销售收入，是否存在刚成立即成为发行人客户、客户规模与其采购规模不匹配的情形，相关客户、前五大客户与发行人、实控人及其关联方、董监高、供应商是否存在关联关系或其他利益关系

### 1、报告期各期客户数量、新增客户与退出客户数量及对应的销售收入

报告期各期客户数量如下：

单位：万元

期间	交易区间	客户数量	销售金额	占主营业务比例
2023年1-6月	5000万以上	2	21,910.01	70.09%
	1000-5000万	3	7,518.40	24.05%
	50-1000万	8	1,443.87	4.62%
	合计	<b>13</b>	<b>30,872.28</b>	<b>98.75%</b>
2022年度	5000万以上	3	55,477.86	89.01%
	1000-5000万	2	4,569.30	7.33%
	50-1000万	11	1,914.18	3.07%
	合计	<b>16</b>	<b>61,961.34</b>	<b>99.42%</b>
2021年度	5000万以上	3	34,564.62	83.69%
	1000-5000万	1	3,372.56	8.17%
	50-1000万	11	2,912.91	7.05%
	合计	<b>15</b>	<b>40,850.09</b>	<b>98.91%</b>
2020年度	5000万以上	2	19,491.33	67.40%
	1000-5000万	3	6,392.01	22.10%
	50-1000万	7	2,588.66	8.95%
	合计	<b>12</b>	<b>28,472.01</b>	<b>98.46%</b>

报告期内，发行人年销售额 1,000 万以上的客户占业务收入的比例分别为 89.50%、91.86%、96.34% 和 98.75%，占比较高。

报告期内，新增客户与退出客户数量及对应的销售收入情况如下：

单位：万元

客户变动	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
当期新增客户数量（家）	2	2	2	2
新增客户当期销售金额（万）	492.60	160.41	441.35	1,264.62

客户变动	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
元)				
新增客户销售金额占比	1.58%	0.26%	1.07%	4.37%
当期减少客户数量(家)	-	2	1	2
减少客户前一年销售金额(万元)	-	1,090.96	725.20	426.30
减少客户占前一年销售金额比例	-	2.64%	2.51%	1.63%

注：上述客户标准为年销售 50 万元以上。

报告期内，当期新增及减少客户对应销售金额及占比均较小，公司主要客户较为稳定。

2、是否存在刚成立即成为发行人客户、客户规模与其采购规模不匹配的情形

报告期内，新增客户不存在成立当年和成立后第一年即成为发行人客户的情形。

成立后第二年成为发行人客户的包括：

(1) 振宜汽车有限公司

振宜汽车由国有企业安庆新能源投资发展有限公司（持股 100%）于 2019 年 10 月出资设立，注册资本为 20 亿元人民币。振宜汽车 2021 年成为发行人客户，2021 年和 2022 年发行人对其销售金额分别为 276.79 万元和 2,796.94 万元，其中 2022 年为发行人第 4 大客户，占当年主营业务收入的 4.49%。

振宜汽车为出口型汽车企业，已具备一定生产规模。根据人民网金台资讯新闻报道，2022 年上半年安徽省汽车出口再创历史新高。振宜汽车作为出口型汽车企业，累计生产 5.1 万台套。

(2) 合肥悠遥科技有限公司

合肥悠遥科技有限公司是上海悠遥科技有限公司（持股 75%）与合肥鑫城国有资产经营有限公司（持股 25%）于 2020 年 11 月成立的合资公司，注册资本 6 亿元人民币。2022 年成为发行人新客户，当年销售 91.78 万元。

上海悠遥科技有限公司成立于 2018 年，同年设计研发出首款城市出行纯电

车型 YOYO，该车型已于 2021 年在欧洲上市。

综上所述，报告期内，新增客户不存在客户规模与其采购规模不匹配的情形。

3、相关客户、前五大客户与发行人、实控人及其关联方、董监高、供应商是否存在关联关系或其他利益关系

报告期内，公司各领域主要客户为上市公司、大型国企或混合所有制企业等知名品牌企业，其自身管理规范，对合格供应商的审查机制严格，对供应商日常管理要求高。报告期内，相关客户、前五大客户与发行人、实控人及其关联方、董监高、供应商不存在关联关系或其他利益关系。

（四）发行人向常春内饰等汽车零部件及配件制造商销售的合理性，后续是否再加工，相关产品是否在客户处得到使用、形成产品并销售、期末库存情况

芜湖市常春汽车内饰件有限公司系由江苏常熟汽饰集团股份有限公司（603035.SH）的全资子公司。常熟汽饰主营汽车内饰件总成产品，主要产品包括门内护板总成、仪表板总成、副仪表板总成、立柱总成等。

常春内饰向发行人采购的产品主要为汽车门板饰条和仪表板饰条，饰条产品作为汽车装饰部件，主机厂可以直接向饰条生产厂商采购，也可以将相关部件一并打包给一级供应商，再由一级供应商向主机厂认证的饰条生产商采购。常春内饰向发行人采购相关饰条后，无需再对饰条本身继续加工，但需将饰条装配至相关总成部件上再向主机厂供货。

由于常春内饰向奇瑞汽车供应部分总成等产品，其相应的饰条向发行人采购，故双方形成业务合作。

报告期内，公司向常春内饰销售的相关饰条已在客户处得到使用、形成产品并最终销售至主机厂。由于公司重点开拓并服务主机厂客户，对一级供应商客户业务量逐渐减少，2021 年双方合作终止，相关产品及模具等均已移交至客户，截至 2021 年末不存在与常春内饰相关的存货。

（五）报告期不同客户的项目定点变动情况及对应实现的收入；公司与主要客户下单、采购、生产、发货、收款、记账等全流程内控是否完善

## 1、报告期内，不同客户的项目定点变动情况及对应实现的收入

报告期内，不同客户的项目定点变动情况及对应实现的收入如下：

单位：万元

客户	获得定点时间	项目数量	产品数量	2019年销售收入	2020年销售收入	2021年销售收入	2022年销售收入	2023年1-6月销售收入
比亚迪	2023年1-6月	3	28	-	-	-	-	-
	2022年度	8	46	-	-	-	-	<b>690.14</b>
	2021年度	3	4	-	-	132.16	9,217.31	3,325.26
	2020年度	7	234	-	738.18	10,100.01	23,726.07	9,769.25
	2019年度	2	15	-	423.71	185.29	366.58	254.25
	<b>合计</b>	<b>20</b>	<b>299</b>	<b>-</b>	<b>1,161.89</b>	<b>10,417.46</b>	<b>33,309.97</b>	<b>14,039.50</b>
奇瑞汽车	2023年1-6月	6	19	-	-	-	-	-
	2022年度	17	111	-	-	-	50.57	386.74
	2021年度	5	24	-	-	21.30	517.08	1,418.83
	2020年度	5	20	-	2,951.12	7,352.00	6,038.57	2,837.13
	2019年度	5	16	-	1,431.37	3,060.12	1,996.00	844.24
	<b>合计</b>	<b>32</b>	<b>171</b>	<b>-</b>	<b>4,382.49</b>	<b>10,433.41</b>	<b>8,602.22</b>	<b>5,486.94</b>
江淮汽车	2023年1-6月	-	-	-	-	-	-	-
	2022年度	2	5	-	-	-	-	38.84
	2021年度	5	8	-	-	35.18	241.33	271.57
	2020年度	0	0	-	-	-	-	0.19
	2019年度	6	6	630.38	473.63	401.53	278.26	73.63
	<b>合计</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>630.38</b>	<b>473.63</b>	<b>436.70</b>	<b>519.59</b>	<b>384.23</b>
长城汽车	2023年1-6月	-	-	-	-	-	-	-
	2022年度	3	13	-	-	-	-	582.71
	2021年度	1	4	-	-	-	-	270.64
	2020年度	4	4	-	5.52	2,328.48	1,600.43	384.81
	2019年度	4	4	106.70	204.45	51.42	37.92	6.13
	<b>合计</b>	<b>12</b>	<b>25</b>	<b>106.70</b>	<b>209.97</b>	<b>2,379.90</b>	<b>1,638.35</b>	<b>1,244.29</b>
振宜汽车	2023年1-6月	-	-	-	-	-	-	-
	2022年度	1	2	-	-	-	216.45	492.81
	2021年度	1	2	-	-	10.19	-	-
	2020年度	2	7	-	-	254.44	2,505.49	1,571.88
	2019年度	1	1	-	-	-	0.58	0.91

	<b>合计</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>264.63</b>	<b>2,722.53</b>	<b>2,065.60</b>
--	-----------	----------	-----------	----------	----------	---------------	-----------------	-----------------

注：比亚迪 2020 年产品数量较多，主要系包含了 165 个售后件。

发行人定点项目一般在获得定点的第二年形成收入。

发行人定点项目一般在获得定点的第二年形成收入。

发行人自 2019 年向比亚迪供货以来，获得比亚迪定点数量增加较快，有助于发行人对比亚迪的销售快速增长，其中，比亚迪秦、元、唐等 2022 年定点项目已于 2023 年形成销售。

2022 年，发行人加大了对奇瑞汽车的营销力度，定点数量大幅增加，预计 2023 年将会实现量产。

长城汽车 2021-2022 年定点未形成收入，主要系相关车型推向市场有所延迟，目前，长城汽车相关定点已于 2023 年进入量产阶段并形成销售收入。

2、公司与主要客户下单、采购、生产、发货、收款、记账等全流程内控是否完善

报告期内，公司已建立与销售业务、采购业务和生产业务相关的内部控制流程和制度，并对下单、采购、生产、发货、收款、记账等环节实施相应内部控制措施，具体情况如下：

业务环节	相关内部控制措施
客户下单	营销中心与主要客户签订年度供货合同和价格协议，主要客户通过系统下单，零星客户通过公司公共邮箱等下单。公司计划物流部人员定期查看订单情况，并核对交期、货物名称、数量等信息，核对无误经部门领导审批后移交公司采购及生产部门制定采购计划并安排生产。
采购	1. 公司计划物流部门根据客户订单拟定月度生产计划，采购部根据计划物流部下发的月度生产计划编制采购计划。采购部负责供应商的遴选、询价、议价，根据质量管理体系制定供方控制程序，并根据采购计划向选定的合格供应商下达采购订单； 2. 原材料送达后，品质管理部根据供方的送货单进行抽检，品质管理部将在一个工作日内完成检验工作。检验合格后登记入库单，仓管员核对和检查名称、数量、外包装完整性等，点检入库，并在系统中确认，若检验不合格品质管理部根据不合格情况选择退货、挑选、返工返修等方式进行处理； 3. 采购人员根据合同签订的付款方式，提交《付款申请单》，报领导批准后，财务部执行付款。
生产	1. 物流部计划员集中收集客户订单，汇总成册，物流部生产计划员在每月月底根据下月客户订单编制下月生产计划，并报分管领导审核。同时，将每月的生产计划细分成每日的生产计划，提交给生产车间组织生产； 2. 领料员依据审批后的领料单向仓库领料，并开始生产；

业务环节	相关内部控制措施
	3. 成品或者半成品加工生产完成后，车间负责人及品质人员审核成品数量及质量确定最终入库数量； 4. 仓库根据审批后的入库单进行收货并检核数量，办理入库。
发货	1. 计划物流部计划员根据客户订单的具体型号、数量创建送货单传递至仓库组织发货，同时打单员根据送货单创建调拨单进行ERP系统调拨出库； 2. 仓管员根据送货单，按实际型号、数量组织出库。调拨单用于系统出库，由仓管员与物流部配送人员签字并备存；送货单随货送至客户处，注明送达地点、收货人等信息后备存。
收款	1. 客户按约定回款后，销售人员反馈客户已回款并告知财务部及时进行账务处理； 2. 对于超期未回款的，财务部按月编制应收账款拖欠期限明细表，对超过结算期限的应收款，按照拖欠日期长短分为一个月、三个月、半年、一年及一年以上几个阶段列表反映。根据应收账款拖欠明细表，销售部门责任到人实行“谁经手谁负责”的原则，最大限度减少催款费用和坏账损失。
记账	1. 营销中心核实客户领用清单或经对账确认后的销售明细并确定双方约定的价格。财务根据销售明细及价格确认收入； 2. 营销中心根据客户提交的开票信息，在核对无误后，填写开票结算通知单，财务部据此进行开票，并提醒销售人员及时收回货款。

综上所述，公司已建立与销售、采购和生产业务相关的内部控制流程，下单、采购、生产、发货、收款、记账等环节内控流程完善。

（六）客户集中度较高的原因及是否符合行业特性，并结合发行人与主要客户的合作历史及背景、业务稳定性、在手订单数量及订单获取方式等，说明业务获取方式的合法合规性及定价公允性，相关业务及业绩增长是否具有可持续性

#### 1、客户集中度较高的原因及是否符合行业特性

报告期内，发行人向前五大客户（合并口径）销售占比分别为 89.51%、93.79%、96.35%和 94.14%。

发行人客户集中度较高，主要原因在于：（A）发行人作为一级配套供应商，主要向主机厂供货，整车行业由于规模效应的要求，主机厂普遍规模较大，且集中度较高，单个主机厂的采购业务量较大；（B）汽车零部件行业一般存在较高的供应链准入门槛，零部件企业在获取主机厂认证后，与主机厂普遍具有较高的合作黏性。

因为上述原因，发行人同行业可比公司客户集中度也普遍较高。报告期内，同行业公司前五大客户销售占比如下：

可比公司	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
------	--------------	---------	---------	---------

金钟股份	未披露	71.02%	77.76%	82.54%
拓普集团	未披露	63.45%	62.82%	62.18%
福赛科技	未披露	87.18%	87.93%	86.85%
可比公司平均值	不适用	73.88%	76.17%	77.19%
发行人	94.14%	96.35%	93.79%	89.51%

因此，发行人客户集中度较高符合行业特性。

2、发行人与主要客户的合作历史及背景、业务稳定性、在手订单数量及订单获取方式，说明业务获取方式的合法合规性及定价公允性

(1) 发行人与主要客户的合作历史及客户背景

发行人与主要客户合作历史较长，业务合作较为稳定，具体如下：

序号	客户名称	客户背景	是否在安徽建立生产基地	合作历史及业务持续性
1	比亚迪	自主汽车品牌、内资民营企业、上市公司	是，在安徽合肥有生产基地	发行人参与客户报价并取得定点后展开合作，2019年合作至今
2	奇瑞汽车	自主汽车品牌、混合所有制	是，总部在安徽芜湖	发行人参与客户报价并取得定点后展开合作，2007年合作至今
3	长城汽车	自主汽车品牌、内资民营企业、上市公司	否	发行人参与客户报价并取得定点后展开合作，2011年合作至今
4	江淮汽车	自主汽车品牌 国有控股、上市公司	是，总部在安徽合肥	发行人参与客户报价并取得定点后展开合作，2007年合作至今
5	振宜汽车	国有企业	是，在安徽安庆有生产基地	发行人参与客户报价并取得定点后展开合作，2021年合作至今
6	常春内饰	零部件企业 内资民营企业、上市公司	上市公司常熟汽饰(603035.SH)在安徽芜湖设立的全资子公司	自2017年开始合作，2021年7月终止合作。

(2) 订单获取及价格确定方式，业务获取方式的合法合规性及定价公允性

发行人取得客户订单主要包括两个步骤：

**A：取得项目定点：**主机厂对于零部件项目通常采用招标的方式进行采购。主机厂选择定点的标准包括评估技术和质量水平达到要求，且价格达到主机厂的目标价或最低价。具体形式为邀请其供应商名录中的多家一级供应商进行投标报价，最终中标的供应商即取得该项目定点。发行人的项目定点均通过投标取得，



不存在通过投标以外方式取得定点的情形。

**B: 订单的下达:** 获取定点后, 主机厂根据自身生产计划向发行人下达订单, 该阶段发行人主要为接单生产。

在实际订单生产过程中, 初期价格为发行人根据投标方式在取得定点时确定, 由于主机厂对采购价格存在定期协商机制, 即对部分零部件采购价格存在年降政策, 通常约定在产品批量生产后次年开始执行。实际交易中, 年降的执行采用“一事一议”原则, 公司可以基于产品的实际销售情况、双方合作情况、市场波动等因素与客户就价格重新协商。

综上所述, 发行人业务主要通过招标取得, 同时通过招标确定初始价格, 在产品生命周期中, 后续价格会根据市场情况定期协商确定, 发行人业务获取及定价均为市场化行为, 符合法律法规的相关要求, 且定价具有公允性。

### 3、相关业务及业绩增长是否具有可持续性

#### (1) 业务稳定性

发行人的主要客户主要为主机厂, 主机厂与供应商合作存在较高的业务粘性。发行人与主要客户奇瑞汽车、江淮汽车、长城汽车的合作时间都在 10 年以上; 比亚迪为发行人近年来成功拓展的新能源汽车重要客户, 2019 年发行人进入比亚迪供应链后销量迅速提升, 报告期销售一直呈增长趋势; 振宜汽车是总部位于安庆的出口型汽车企业, 发行人在 2021 年进入其供应商名单并开始销售, 我国汽车出口量近年来逐年提升, 汽车出口市场潜力较大, 是发行人业务增量的重点培育方向。从历史数据看, 发行人具备对上述客户持续销售的条件, 具有业务稳定性。

#### (2) 在手订单数量

主机厂对发行人的订单形式包括年度订单和月度订单, 两者皆为意向订单。年度订单一般提前一年下达, 为主机厂根据自身年度计划向供应商提出年度采购意向, 作为供应商制订年度生产计划的参考; 月度订单一般提前 1-2 月下达, 作为供应商制订短期生产计划、备料生产的参考。

发行人已获取的 2023 年客户在手订单合计约为 8.5 亿元，其中，2023 年 1-6 月的月度订单合计约 3.18 亿元，2022 年末获取的 2023 年年度订单中对下半年的计划约为 5.32 亿元。

### (3) 新产品量产计划

截至本补充法律意见书出具之日，发行人已获取项目定点并计划量产的部分新车型如下：

客户	车型	新项目定点
比亚迪	仰望 U8	格栅总成、LOGO 底座
	宋 PLUS DM-i	第三代格栅总成、左右扬声器罩
	秦 PLUS DM-i	冠军版格栅总成
	秦 PLUS DM-i	第三代格栅总成
	元 PLUS DM-i	饰条、LOGO
	元 PLUS	前保险杠饰条
	唐 DM-i	前格栅电镀亮条、前保险杠亮饰条、侧裙电镀饰条、风口外扇叶
	驱逐舰 05	格栅饰条
	宋 EV 纯电动车	前保险杠饰条
	海狮 EV 纯电动车	门饰条、侧围饰条
	海豚 EV 纯电动车	LOGO
奇瑞汽车	瑞虎 8	格栅、顶棚、地毯、减震垫、底护板、轮罩护板等
	瑞虎 7-PHEV 混合动力	格栅总成
	瑞虎 7-新款	格栅总成
	瑞虎 8PLUS-新款	格栅总成
	瑞虎 8 系列通用	顶棚总成
	瑞虎 8 PLUS 系列通用	顶棚总成
	艾瑞泽系列通用	顶棚总成
	瑞虎 5X 年型车	地毯总成
	探索 06-大连出口基地	格栅总成、顶棚总成、行李箱地毯及前后地毯总成、行李箱储物盒、前机盖隔音垫、内前挡板减震垫、前挡板外减震垫、中通道减震垫、后轮罩隔音垫等
	旅行者-福州生产基地	前后地毯总成、后轮罩隔音垫、发动机盖吸音垫、司机侧脚踏板、左右侧翼子板海绵、前挡板内外侧隔音垫、行李箱储物盒盖板总成、低音炮盖板、蓄电池盖板、轮罩护板总成等

客户	车型	新项目定点
	星途品牌第一款电动 SUV	四门防擦条总成、地毯总成、顶棚总成、歇脚踏板总成
	星途品牌第一款电动轿车	隔音减震垫、激光雷达护板总成、车顶护板总成
	奇瑞 EH3 电动车	前舱盖装饰件总成、隔音减震垫
	奇瑞新能源 2023 款 QQ 冰淇淋	后保险杠总成
	小蚂蚁年型车	顶棚总成、前地毯总成
长城汽车	哈弗枭龙	混合动力汽车格栅
		燃油汽车格栅
		副仪表板前部下饰板总成
		PHC 备胎盖板、行李箱地毯
	哈弗神兽	地毯总成
	欧拉 EC31 电动车	车厢后装饰件总成、后背门下饰板总成、车三角警示牌盖板
长城皮卡 K-722	格栅总成	
江淮汽车	皮卡 2131	格栅总成
	钇为 3 乘用车电动车	地毯总成、行李箱地毯、行李箱前饰板总成
大众安徽	Tavascan	行李箱备胎盒、轮罩
蔚来汽车	EC7	车轮轮罩
	萤火虫	声学产品总成及内饰件
集度汽车	金星	底护板总成
	火星	轮罩挡泥板总成、前围外隔音隔热垫

(1) 比亚迪：发行人对比亚迪的后续配套新产品包括主打车型秦 PLUS DM-i 的第三代格栅总成，秦系列作为混合动力经济型轿车，消费者群体最为广泛；除混合动力汽车外，发行人对比亚迪的纯电动汽车配套范围进一步扩大，取得了宋、海豚、海狮等系列的纯电动汽车饰条定点；此外，发行人进一步开拓了比亚迪的高端车型系列，包括唐和仰望系列，其中仰望 U8 为比亚迪开发的最高端车型，发行人为其配套格栅总成。2023 年 8 月，发行人通过竞标成功获取比亚迪重量级车型第三代宋 PLUS DM-i 格栅总成。

(2) 奇瑞汽车：报告期内发行人将对奇瑞汽车配套涵盖从微型车到轿车、SUV 的多款新车型，产品线也拓展至保险杠总成、电机包、底护板等；同时，新配套奇瑞大连出口基地和福州新生产基地，除汽车造型部件外，汽车声学产品配套量有望大幅增加。

(3) 长城汽车：发行人报告期对长城汽车的配套以小型饰条为主，故销售

金额较低。2023 年量产的范围包含了重要产品格栅、副仪表板饰条、汽车声学产品行李箱盖板等，配套车型包括长城汽车的新车型哈弗枭龙，且包含混动版和燃油版。

(4) 江淮汽车：发行人对江淮汽车的新定点项目主要包括皮卡和电动车，其中，皮卡作为兼具乘用车和商用车特色的车型，是江淮汽车的优势产品，2022 年江淮汽车皮卡销量 4.94 万辆，其中近 8 成用于出口。

(5) 蔚来汽车：发行人对蔚来汽车的新定点项目包括高端车型 EC7 和经济车型萤火虫，主要配套汽车声学产品。

综上所述，综合合作历史、在手订单和量产计划来看，发行人对主要客户的业务量将继续增长，业务和业绩增长具有可持续性。

(七) 结合发行人与比亚迪等主要客户的主要合同约定情况，合作期限以及相关合作终止的情形等，说明是否存在到期无法续约的风险

1、发行人与比亚迪等主要客户的主要合同约定情况，合作期限以及相关合作终止的情形

公司与比亚迪等主要客户签署的合同均未存在最低或最高销售额约定。实际执行中，公司主要客户未对公司的采购金额有明确限制，每个供应商在主机厂的采购份额主要根据各供应商的产能配套能力、报价、产品质量等综合能力确定。发行人报告期内各年度前五大客户的主要合同约定情况、合作期限及相关终止的约定具体情况如下：

客户	合同主体	合同主要条款	合同期限	合同关于终止合作的主要约定	是否存在合作终止	合同履行情况
比亚迪	深圳市比亚迪供应链管理有限司	主要约定产品 开发、质量及售 后保证、信息保 密等条款及相 关合同附件。	自 2023.4.12 起 有效期三年，协 议期满，双方均 未提出异议的， 协议自动续约 三年，以次类 推。	1. 供方提供虚假试验报告的，终止双方签署的开发合同； 2. 如供方不能在新项目启动前承诺资源配备，在产品的试制阶段和量产阶段未按照承诺的资源配备履行，需方有权解除合同，取消供方的开发/供货资格以及终止业务合作 3. 当供方对质量问题不能有效解决，或发生多次质量事故的，必要时有权	否	合同期满后，双方对合同履行无异议，续签了合同，正常履行中。

客户	合同主体	合同主要条款	合同期限	合同关于终止合作的主要约定	是否存在合作终止	合同履行情况
				终止业务合作并取消供货资格。 4. 违反合同约定，导致产品出现质量问题或给需方的开发、生产、售后带来本不必要的工作及损失的，按照将供方降级或列入不合作供应商名单。 5. 供方不得将产品的主要制造过程全部委托或承包给第三方，否则需方有权解除合同并取消供方的供货资格。		
奇瑞汽车	奇瑞汽车股份有限公司	主要约定了双方的采购形式等采购条款及保密、产品责任、合同期限与终止等一般条款及相关合同附件。	2018.1.1 签订，有效期三年。除了价格条款外，合同到期后自动延长一年，延长不受次数限制。	1. 当出现无故单方终止合同、多次供应有缺陷的合同货物，守约方有权解除合同。 2. 当供方违反保密义务、广告与宣传条款等，需方有权暂停和/或取消新项目开发，单方终止合同。 3. 当供方不能满足需方的质量和成本持续改进要求，需方有权终止合同。	否	双方对合同履行无异议，至今，另行签订协议或每年自动续期，合同正常履行中。
	奇瑞商用车（安徽）有限公司、奇瑞汽车河南有限公司、奇瑞商用车（安徽）有限公司河南分公司		2023.4.2 签订，除另行签订的合同货物价格条款以外，原协议期限自动延长一年，期限延长不受次数限制			
	奇瑞新能源汽车技术有限公司		2018.5.2 签订，有效期三年，如无异议，除了价格条款外，合同期限自动延长一年，延长不受次数限制。			
	奇瑞捷豹路虎汽车有限公司		2023.1.1-2023.12.31			
江淮汽车	安徽江淮安驰汽车	主要约定了供货、包装与物	除非另行签署协议，自签订之	1. 当供方出现多次质量问题、因“偷工减料”“等诚信问题，需方有权将供	否	自合作以来每年均签订采购合同，本期合同期限尚未届满，正常履行中。

客户	合同主体	合同主要条款	合同期限	合同关于终止合作的主要约定	是否存在合作终止	合同履行情况
	有限公司	流, 商务条款、质量保证、知识产权与保密义务等条款及相关合同附件。	日起, 在双方供货关系存续期间有效	方纳入受限清单, 纳入受限清单后未整改或经考核不通过的, 取消资格。 2. 双方供货关系终止, 协议自动终止。		作, 合同仍在有效期内, 正常履行中。
	江淮商务车分公司、江淮轿车分公司、江淮商用车分公司、江淮安庆分公司		除非另行签署协议, 自签订之日起, 在双方供货关系存续期间有效		否	双方无另行签订协议, 持续合作, 合同仍在有效期内, 正常履行中。
	安徽江淮汽车集团股份有限公司轻型商用车分公司	主要约定了技术保证、质量要求等条款及相关合同附件。	2023.1.1-2023.12.31	1. 当供方提供产品出现功能、性能类故障造成车辆、人员事故和媒介舆论的, 需方有权取消供方资格。 2. 当供方提供产品未施加相应的产品标识等不符合国家法规标准要求或违反合同约定, 需方有权要求停止供货。	否	自合作以来每年均签订配套合同, 本期合同期限尚未届满, 正常履行中。
	安徽江淮汽车集团股份有限公司重型车分公司	主要约定产品名称、价格等	2023.1.1-2023.12.31	1. 供方应按照国家法律法规要求提供相应产品检测报告, 且保证报告真实性, 否则需方有权取消供方配套资格。 2. 当供方擅自改变合同约定标准或多次出现质量问题不整改的, 需方有权终止合同, 甚至取消资格。	否	自合作以来每年均签订订货合同, 本期合同期限尚未届满, 合同正在履行中。
	扬州江淮轻型汽车有限公司	主要约定了技术保证、质量要求等条款及相关合同附件。	2022.1.1 至新合同生效日		否	双方无另行签订协议, 合同仍在有效期内, 正常履行中。
	四川江淮汽车有限公司	主要约定了技术保证、质量要求等条款及相关合同附件。	2023.1.1-2023.12.31		否	自合作以来每年均签订配套合同, 本期合同期限尚未届满, 正常履行中。
长城汽车	长城汽车股份有限公司	主要规定了产品质量、供货时效、违约责任等主要合同条款及相关合同附件。	有效期为2019.1.1-2023.12.31, 期限届满前90天内未书面通知不延长的, 除价格条款外, 以一年为	1. 当协议任何一方受到停业或撤销营业许可、解散或丧失支付能力, 或者被申请公司改组或破产的等, 合同终止。 2. 当供方提供产品出现重大产品质量问题的等原因, 合同终止。	否	合作期满后双方续签合同, 本期合同期限尚未届满, 双方对合同履行无异议, 合同正常履行中。

客户	合同主体	合同主要条款	合同期限	合同关于终止合作的主要约定	是否存在合作终止	合同履行情况
	诺博汽车系统有限公司		单位自动延长 有效期限为2019.1.1-2023.12.31, 期限届满前90天内未书面通知不延长的, 除价格条款外, 以一年为单位自动延长		否	合作期满后双方续签合同, 本期合同期限尚未届满, 双方对合同履行无异议, 合同正常履行中。
	长城汽车股份有限公司重庆采购分公司	主要约定了产品开发、采购及保密等条款及相关合同附件。	有效期限为2023.1.1-2023.12.31, 期限届满前90天内未书面通知不延长的, 除价格及质量目标条款外, 以一年为单位自动延长		否	自合作以来双方对合同履行无异议, 协议有效期自动延长, 合同正常履行。
	长城汽车股份有限公司徐水售后有限公司	主要约定了合作内容、技术支持等条款及相关合同附件。	2022.1.1-2026.12.31	1. 出现任何一方受到停业或撤销营业许可、解散或丧失支付能力, 或者被申请公司改组或破产的等, 合同终止。 2. 出现重大产品质量问题的等, 合同终止。	否	合同仍在有效期内, 正常履行。
振宜汽车	振宜汽车有限公司	主要约定了采购条款、保密等一般条款等及相关合同附件。	有效期三年, 2021.1.1-2023.12.31。如无书面异议, 除了价格条款外, 合同到期后自动延长一年, 延长不受次数限制。	1. 当一方出现无故单方终止合同、多次供应有缺陷的合同货物, 守约方有权解除合同。 2. 供方违反保密义务、广告与宣传条款等, 需方有权暂停和/或取消新项目开发, 单方终止合同。 3. 供方不能满足需方的质量和成本持续改进要求, 需方有权终止合同	否	首次期限尚未届满, 双方对合同履行无异议, 合同正常履行中。
常春内饰	芜湖市常春汽车内饰有限公司	主要约定技术要求、质量要求、订货方式、包装与运输等条款。	有效期一年, 期限届满前无提出异议的, 自动延长一年, 延长期限不受限制	1. 需方依法享有的合同解除权。 2. 需方可在适当的时间以合法理由以书面方式解除合同。	是	2021年7月, 双方书面协商一致终止合作。

发行人与客户的合作模式主要为双方就合作事宜签订框架协议，合作期间据实进行结算。报告期内，除与常春内饰协商一致停止合作外，发行人与报告期各期前五大客户均保持持续合作；协议约定期限届满的，公司主要客户均未提出异议，合同自动展期或者续签订框架协议，不存在合作终止情况。

## 2、是否存在到期无法续约的风险

虽然发行人与主要客户的合同存在合同期满后双方不再合作的可能，但发行人与主要客户合作时间较长，汽车零部件企业与主机厂存在合作粘性较高的行业特点，发行人与奇瑞汽车、江淮汽车、长城汽车等客户的合作已超过 10 年，结合发行人与报告期内主要客户的合作未出现客户单方提出异议终止合作的情形，发行人业务合同到期无法续约的风险相对较小。

(八) 与主要客户之间年降条款的具体约定、实际执行情况及对发行人财务状况的量化影响，相关风险揭示是否充分

### 1、与主要客户之间年降条款的具体约定

年降政策在汽车零部件行业内较为普遍。在获取项目定点时，公司与主机厂确认产品供货价格，年降政策通常约定在产品批量生产后次年开始执行，双方会定期对价格进行协商。实际交易中，年降的执行采用“一事一议”原则，公司可以基于产品的实际销售情况、双方合作情况、市场波动等因素与客户就每期年降具体协商，包括确定是否执行年降、年降比例及年降时间等。

发行人与主要客户合作协议中对年降条款的约定如下：

主要客户	年降的确定方式	年降周期
奇瑞汽车	项目定点是确定 SOP 当年价格或者 SOP 往后 2-3 的年降的幅度。具体执行中，双方每年根据实际情况协商确定当年价格。	由双方根据产品的周期、市场价格等因素协商确定。
比亚迪	在项目定点时确定定点价格。此后，根据实际情况协商确定价格。	
江淮汽车	在项目定点时确定定点价格。此后，根据实际情况协商确定价格。	
长城汽车	在项目定点时确定定点价格。此后，根据实际情况协商确定价格。	
振宜汽车	项目定点是确定 SOP 当年价格或者 SOP 往后 2-3 的年降的幅度。具体执行中，双方每年根据实际	



	情况协商确定当年价格。	
--	-------------	--

2、年降的实际执行情况及对发行人财务状况的量化影响，相关风险揭示是否充分

报告期内，发行人年降实际执行情况对发行人财务状况影响如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
年降影响额①	660.89	1,882.03	433.14	188.60
涉及年降收入②	20,803.55	34,710.75	6,224.05	4,234.64
年降比例③=①/②	3.18%	5.42%	6.96%	4.45%
利润总额④	8,559.16	17,772.46	6,702.89	5,143.24
年降对利润总额影响⑤=①/④	7.72%	10.59%	6.46%	3.67%

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（一）与发行人客户相关的风险”之“4. 年降风险”中补充披露如下：

年降政策在汽车零部件行业内较为普遍。在获取项目定点时，公司与主机厂确认产品供货价格，年降政策通常约定在产品批量生产后次年开始执行，双方会定期对价格进行协商。

报告期内，年降影响占公司利润总额的比例分别为 3.67%、6.46%、10.59% 和 7.72%，2020-2022 年度比例逐年增高，主要原因系公司报告期内量产新产品配套较多畅销车型，其在第二年进入年降期后销售继续大幅增加所致。如后续因客户规模扩大、市场竞争加剧等因素造成公司议价能力下降，可能导致年降幅度增大，对公司业绩会造成不利影响。

（九）按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》要求对客户集中进行核查

#### 1、客户集中情形核查要求

##### （1）发行人客户集中的原因及合理性

对同行业可比公司的客户集中度进行比较，分析发行人客户集中度的合理性；对发行人管理层进行访谈，了解客户集中度高的原因及合理性。

发行人客户集中度较高，主要原因在于：① 发行人作为一级配套供应商，

主要向主机厂供货，整车行业由于规模效应的要求，主机厂普遍规模较大，且集中度较高，单个主机厂的采购业务量较大；② 汽车零部件行业一般存在较高的供应链准入门槛，零部件企业在获取主机厂认证后，与主机厂普遍具有较高的合作黏性。此外，发行人同行业可比公司客户集中度均较高。故发行人客户集中具备合理性。

(2) 发行人客户在行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险

获取发行人主要客户清单，通过企业信用信息公示系统、客户官网、上市公司公开信息披露、网络新闻查询等资料查询主要客户基本情况，对行业地位、企业透明度和经营情况进行分析。

发行人主要客户主要为大型汽车主机厂，涵盖上市公司、大型国企或混合所有制企业，行业地位和经营透明度相对较高，经营状况相对较好。

(3) 发行人与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易的定价原则及公允性

对主要客户和发行人相关人员进行访谈，了解与主要客户合作的历史，了解产品的定价原则，查阅报告期对客户销售情况，对业务稳定性和可持续性进行判断。

报告期内，发行人与主要客户的合作均呈现稳定性，未出现重要客户流失的情形。发行人与客户的定价原则为市场化定价且会定期协商，定价具备公允性。

(4) 发行人与重大客户是否存在关联关系，发行人的业务获取方式是否影响独立性，发行人是否具备独立面向市场获取业务的能力

对主要客户和发行人相关人员进行访谈，了解客户是否与发行人存在关联关系；对发行人、控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员的流水进行查阅，判断是否存在与重要客户的往来；对销售部门进行访谈，了解业务获取方式，分析其独立获取市场业务的能力。

发行人与重大客户不存在关联关系；业务获取方式为市场化行为，不存在影

响独立性的情形；发行人建立了独立的销售团队，销售部门正常运转，与主要客户均建立正常业务合作，发行人具备了客户认证、质量体系、环保等方面的准入条件，具备独立获取市场业务的能力。

## 2、单一客户重大依赖情形核查

(1) 对于因行业因素导致发行人客户集中度高的，保荐机构通常还应关注发行人客户集中与行业经营特点是否一致，是否存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情形。对于非因行业因素导致发行人客户集中度偏高的，保荐机构通常还应关注该客户是否为异常新增客户，客户集中是否可能导致发行人未来持续经营能力存在重大不确定性

### ① 发行人客户集中与行业经营特点一致

发行人同行业可比公司客户集中度也普遍较高。报告期内，同行业公司前五大客户销售占比范围均在 70% 以上。因此，发行人客户集中度较高符合行业特性。

### ② 是否存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情形

根据中汽协发布的数据，2022 年汽车销量排名前十位的企业（集团）共销售 2,314.8 万辆，占汽车销售总量的 86.2%，具体如下：

单位：万辆

厂商	销量	市场份额
上汽	519.2	19.3%
一汽	320.4	11.9%
东风	291.9	10.9%
广汽	243.5	9.1%
长安	234.6	8.7%
比亚迪	186.9	7.0%
北汽	145.3	5.4%
吉利	143.3	5.3%
奇瑞	123.0	4.6%
长城	106.8	4.0%

由上表可知，汽车集团前五位合计销量占汽车总销量的 59.90%，集中度相对较高。

由上表可知，汽车集团前五位合计销量占汽车总销量的 59.90%，集中度相对较高。

(2) 发行人主要产品或服务应用领域和下游需求情况，市场空间是否较大；发行人技术路线与行业技术迭代的匹配情况，是否具备开拓其他客户的技术能力以及市场拓展的进展情况，包括与客户的接触洽谈、产品试用与认证、订单情况等

① 发行人主要产品或服务应用领域和下游需求情况如下：

产品	应用领域和下游需求
<b>汽车造型部件：</b>	
格栅	燃油车、混合动力汽车
饰条、字标车标	全部车型
<b>汽车声学产品：</b>	
地毯	全部车型
隔音隔热垫	全部车型
顶棚	全部车型
行李箱系列产品	全部车型
<b>车轮总成分装</b>	全部车型

根据中国汽车工业协会发布数据显示，2022 年，中国汽车产销分别完成 2,702.10 万辆和 2,686.4 万辆，同比增长 3.4% 和 2.1%。我国汽车产销总量已经连续 14 年稳居全球第一。发行人主要产品和服务存在较大的市场空间。

② 发行人技术路线与行业技术迭代的匹配情况

对发行人技术人员进行了访谈，查阅同行业上市公司相关的信息披露，了解发行人现有技术路线的基本情况。

发行人的技术路线，包括汽车造型部件所采用的注塑技术，表面处理涵盖的电镀、烫印、喷涂等技术，汽车声学产品涉及的模压、发泡等技术，以及车轮总成分装相关技术。这些技术本身属于成熟的技术，彼此之间不存在迭代关系。行业内的技术升级方向主要为：通过长期的工艺积累，以提升效率和质量。

③ 是否具备开拓其他客户的技术能力以及市场拓展的进展情况,包括与客户的接触洽谈、产品试用与认证、订单情况等

报告期发行人具备持续开拓其他客户的能力。报告期内，发行人成功实现了向新客户比亚迪、捷豹路虎、零跑汽车等的产品开发和销售。发行人已实现的新客户定点包括大众安徽、集度汽车、蔚来汽车等，其中，大众安徽的新定点产品包括行李箱备胎盒和轮罩；集度汽车的新定点产品包括底护板总成、轮罩挡泥板总成和前围外隔音隔热垫；蔚来汽车的新定点产品包括汽车声学产品总成及内饰件、车轮轮罩等。

(3) 发行人及其下游客户所在行业是否属于国家产业政策明确支持的领域，相关政策及其影响下的市场需求是否具有阶段性特征，产业政策变化是否会对发行人的客户稳定性、业务持续性产生重大不利影响

查阅《产业结构调整指导目录》等国家产业政策的相关规定，查阅国家政策、研究报告、网络信息等关于国家汽车产业政策及其影响的相关内容并做分析。对发行人管理层进行访谈，了解其发展战略，以及国家产业政策变动对发行人业务的影响。

① 发行人及其下游客户所在行业是否属于国家产业政策明确支持的领域

发行人：属于《产业结构调整指导目录》允许类。

下游客户：以比亚迪为代表的新能源汽车行业属于国家战略鼓励的方向，属于《产业结构调整指导目录》鼓励类方向。普通汽车属于《产业结构调整指导目录》允许类。

② 相关政策及其影响下的市场需求是否具有阶段性特征，产业政策变化是否会对发行人的客户稳定性、业务持续性产生重大不利影响

报告期内，发行人的发展战略主要依托于自主汽车品牌客户和新能源汽车客户。上述两大领域的产业政策和国家支持基本稳定，相应市场需求不具有阶段性特征。

③ 自主汽车品牌的政策影响

汽车产业是推动新一轮科技革命和产业变革的重要力量，是建设制造强国的重要支撑，是国民经济的重要支柱。做大做强中国品牌汽车，一直是汽车产业中

长期发展规划的核心要义。从 2009-2022 年，我国国内汽车消费市场的中国品牌乘用车销量逐年提升，从 263.2 万辆增长至 1,176.6 万辆，占国内汽车消费比重从 31.4% 增长至 49.9%，增长趋势明显。

#### ④ 新能源汽车的政策影响

发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措，是实现汽车产业转型升级的突破口。近年来，新能源汽车销量快速提升，已连续多年高速增长，根据中汽协发布数据，2022 年我国新能源汽车产销量继续高速增长，2022 年中国新能源汽车产销累计分别完成 705.8 万辆和 688.7 万辆，分别同比增长 96.9% 和 93.4%，市场占有率达 25.6%。其中，纯电动汽车销量 536.5 万辆，同比增长 81.6%；PHEV 混合动力汽车销量 151.8 万辆，同比增长 1.5 倍。

上述市场数据表明，自主品牌汽车和新能源汽车的占有率提升是国家战略支持、产业实力提高的必然结果，不属于短期阶段性特征，其发展趋势不会改变，产业政策变化不会对发行人的客户稳定性、业务持续性产生重大不利影响。

(4) 对于存在重大依赖的单一客户属于非终端客户的情况，应当穿透核查终端客户的有关情况、交易背景，分析说明相关交易是否具有合理性，交易模式是否符合行业惯例，销售是否真实

发行人为汽车零部件一级供应商，主要客户为各大主机厂，属于终端客户，不存在依赖单一客户属于非终端客户的情形。

3、发行人已在招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、公司销售情况和主要客户”之“(三) 公司报告期内销售收入及主要客户情况”之“4. 关于公司客户集中度较高的说明”中补充披露如下：

(1) 公司客户集中度高符合行业特性，主要原因在于：① 公司作为一级配套供应商，主要向主机厂供货，整车行业由于规模效应的要求，主机厂普遍规模较大，且集中度较高，单个主机厂的采购业务量较大；② 汽车零部件行业一般存在较高的供应链准入门槛，零部件企业在获取主机厂认证后，与主机厂普遍具有较高的合作黏性。此外，公司同行业可比公司客户集中度均较高。故公司客户

集中具备合理性。

(2) 公司主要客户主要为大型汽车主机厂，涵盖上市公司、大型国企或混合所有制企业，行业地位和经营透明度相对较高，经营状况相对较好，不存在重大不确定性风险。

(3) 公司与主要客户的合作均呈现稳定性，报告期未出现重要客户流失的情形；公司与客户的定价原则为市场化定价且会定期协商，定价具备公允性。

(4) 公司与重大客户不存在关联关系，业务获取方式为市场化行为，不存在影响独立性的情形；公司具备独立获取市场业务的能力，公司客户集中与行业经营特点一致，下游整车行业市场集中度较高，与公司行业特点匹配。

(5) 公司主要产品或服务应用领域和下游需求空间广阔，市场空间较大；公司技术属于成熟技术，主要通过长期的工艺积累，以提升效率和质量；公司具备开拓新客户的能力。

(6) 公司及其下游客户所在行业属于国家产业政策鼓励类和允许类，市场需求具有稳定性特征，产业政策变化不会对公司的客户稳定性、业务持续性产生重大不利影响。

(7) 公司不存在依赖单一客户属于非终端客户的情形。

(8) 2023 年，公司对比亚迪的配套新产品包括主力车型秦 PLUS DM-i 第三代格栅总成和元 PLUS 系列饰条，通过竞标成功获取比亚迪重量级车型第三代宋 PLUS DM-i 格栅总成，并取得了海豚、海豹、海狮等海洋系列的饰条类产品定点，此外，公司进一步拓展了比亚迪唐和仰望系列的高端车型，公司对比亚迪的业务具有稳定性和持续性。

(9) 除比亚迪外，公司持续拓展新客户和新产品，报告期已实现的新客户定点包括大众安徽、集度汽车、蔚来汽车等，产品线也拓展至保险杠总成、电机包、底护板等；对现有客户，2023 年新配套奇瑞大连出口基地和福州新生产基地，除汽车造型部件外，汽车声学产品配套量有望大幅增加，2023 年新配套长城汽车的重要战略新车型枭龙 MAX，量产的产品包含了格栅、副仪表板饰条、

汽车声学产品行李箱盖板等。

(10) 2023年1-6月，公司主营业务收入同比增长23.57%，其中对比亚迪同比增长19.93%，第一大客户比亚迪占主营业务收入比重已由2022年的53.45%下降至44.91%。

综上，公司对比亚迪不存在重大依赖。

## 二、问题 6. 关于实际控制人

根据申报材料：陈王保合计控制发行人92.3576表决权，系公司实际控制人。陈方明系陈王保弟弟，直接持有发行人2.7158%的股权、通过保泰利及合肥持盈分别间接持有发行人0.3477%股份和3.5806%股份，并担任发行人董事职务。王永秀系陈王保配偶，通过发行人之控股股东汇通集团间接持有发行人5.7764%股份。

请发行人说明：（1）结合陈方明、王永秀的持股情况及入股资金来源，在发行人处任职情况、董事会与股东大会投票情况和在公司经营管理活动中发挥的作用，以及实际控制人认定相关规定等，说明二人是否为陈王保的一致行动人，未将其认定为共同实际控制人的原因及是否符合公司实际；（2）陈方明、王永秀是否存在重大违法情况，是否存在通过未认定为共同实际控制人进而规避实际控制人变动、同业竞争、股份锁定等相关发行条件及监管要求的情形。

请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

### 【更新回复】

本所律师已在《补充法律意见书（二）》中就上述问题进行回复，截至本补充法律意见书出具之日，本所律师关于该问题的回复意见未发生变化。

## 三、问题 7. 股东和股权变动

根据申报材料：（1）2017年11月，汇通控股发布《股票发行认购公告》，宁波磐磐认购公司450万股股份。2022年12月，宁波磐磐将其持有公司300万股股份转让给海恒投资；将其持有公司150万股股份转让给国元创投，转让价格



均为每股 11 元/股；（2）发行人于 2014 年 10 月在全国股转系统挂牌，并于 2022 年 3 月摘牌。现有股东 60 名，其中自然人股东 47 名，非自然人股东 13 名；（3）持股平台保泰利股东中，陈文慧、陈文娟系陈王保兄长的女儿，其他均为汇通控股及子公司董监高和骨干员工。

请发行人说明：（1）宁波磐磐、海恒投资和国元创投的基本情况（包括股权结构、实际控制人、是否关联方等），入股发行人及上市前股权转让的背景、原因及过程，入股价格、定价依据及公允性、资金来源及价款支付情况，是否存在股份代持，是否需履行相应的评估、备案、审批程序，是否符合相关法律法规规定，相关股权变动及转让是否存在纠纷及潜在纠纷；（2）股转系统挂牌期间与本次发行上市申请文件是否存在重大差异；发行人在挂牌期间的交易情况和运作情况是否符合相关法律法规的规定，是否受到行政处罚或被采取监管措施，以及对本次发行上市的影响；（3）结合存在较多机构股东的情况说明是否存在对赌协议等类似安排，若存在，请说明具体内容、履行/解除情况，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-3 的规定；（4）陈文慧、陈文娟入股保泰利的原因及过程，相关入股价格的确定依据及合理性，是否符合相关规定。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，另按照《监管规则适用指引——发行类第 4 号》要求对申报前引入新股东进行核查及信息披露，说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

#### 【更新回复】

本所律师已在《补充法律意见书（二）》中就上述问题进行回复，截至本补充法律意见书出具之日，本所律师关于该问题的回复意见未发生变化。

#### 四、问题 8. 关于同业竞争

根据申报材料：公司实际控制人近亲属陈方明控制的企业为汇众物流，同时实际控制人持有汇众物流 42% 的股权。汇众物流的主营业务是作为中转库，对客户委托的产品提供仓储管理及配送服务。其业务范围与汇通控股子公司海川部件“汽车零部件总成装配、加工；仓储配送”相似。

请发行人结合控股股东、实际控制人及其亲属所控制的公司的业务情况及《证券期货法律适用意见第 17 号》关于同业竞争的相关规定，说明相同或者相似业务情况，相关业务是否具有替代性、竞争性、是否有利益冲突、是否在同一市场范围内销售等，并客观、充分论证是否与发行人构成同业竞争，是否存在利益输送的情形。

请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

### 【更新回复】

(一) 控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与汇通控股经营相同或类似业务的情况

公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业包括了汇通集团、保泰利、合肥持盈、车之宝和汇众物流五家公司，与汇通控股的关联关系如下：

序号	公司名称	关联情况
1	汇通集团	控股股东
2	保泰利	持股 5% 以上股东
3	合肥持盈	持股 5% 以上股东
4	车之宝	实际控制人控制的其他企业
5	汇众物流	董事陈方明控制的企业

上述关联方的经营范围和实际经营情况如下：

公司名称	经营范围	实际经营
汇通集团	汽车（不含小轿车）、橡胶轮胎销售、配送、代理及咨询服务；股权投资（除专项）；房屋租赁服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	除股权投资外，无其他实际经营
合肥持盈	企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	除股权投资外，无其他实际经营
保泰利	企业管理咨询；工业项目投资；人力资源开发。	除股权投资外，无其他实际经营
车之宝	汽车销售、维修及相关配件的销售；二手车交易；汽车事务代理；汽车租赁及改装服务；房屋租赁；物流配送；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（但国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	汽车销售、维修及相关配件的销售
汇众物流	货物配送、仓储（除危险品）服务、货物装卸；汽车（不含小轿车）销售；劳务咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仓储管理及配送服务

上述公司中，汇通集团、保泰利和合肥持盈除了股权投资外无其他实际经营，与汇通控股及其子公司不存在经营相同或类似业务的情况。

车之宝主营业务为作为汽车代理销售及服务。报告期内，2022年12月31日和2023年6月30日的总资产分别为268.59万元和236.20万元，净资产分别为62.81万元和30.93万元；车之宝2022年度和2023年1-6月的营业收入为33.86万元和0万元，净利润为-43.33万元和-31.89万元。因此车之宝与汇通控股及其子公司不存在经营相同或类似业务的情况。

汇众物流主营业务为仓储管理及配送服务，与汇通控股子公司海川部件“汽车零部件总成装配、加工；仓储配送”相似，但其与海川部件的历史沿革、主要资产合同人员独立清晰；产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户及供应商等方面存在较大差异，不存在竞争情形。详见本题回复之“二、参照《证券期货法律适用意见第17号》第一条，发行人子公司海川部件与汇众物流主营业务是否同业竞争情况的理解与适用”。

(二) 参照《证券期货法律适用意见第17号》第一条，发行人子公司海川部件与汇众物流主营业务是否同业竞争情况的理解与适用

根据《证券期货法律适用意见第17号》第一条的理解和适用，公司判断是否存在同业竞争应当本着事实重于形式的判断原则，并结合汇众物流的历史沿革、资产、人员、主营业务等方面与海川部件的关系，论证双方业务是否存在替代性、竞争性及利益冲突等情形。

### 1、汇众物流与海川部件的历史沿革、资产、人员、主营业务的关系

#### (1) 历史沿革独立

海川部件	汇众物流
<p><b>1. 2007年5月，海川部件设立</b> 设立时汇通集团持股60%、合肥桃花工业园经济发展有限公司40%；</p> <p><b>2. 2009年8月，海川部件股权转让</b> 合肥桃花工业园经济发展有限公司将持有股权转让给汇通集团，转让后，汇通集团持股100%；</p> <p><b>3. 2010年7月，海川部件增资至600万元</b></p>	<p><b>1. 2004年6月，汇众物流成立</b> 设立时陈王保持股70%、姚根姐持股15%、韩雪莲持股15%；</p> <p><b>2. 2008年9月，汇众物流增资</b> 增资后，陈王保持股42%、汇通集团持股40%、姚根姐持股9%、韩雪莲持股9%；</p> <p><b>3. 2015年1月，汇众物流股权转让</b> 股东姚根姐、韩雪莲分别将其持有汇众物流</p>

海川部件	汇众物流
增资后，汇通集团持股 83.33%，陈方明持股 16.67%； <b>4. 2013 年 3 月，海川部件增资至 1,000 万元</b> 增资后，汇通集团持股 90.00%，陈方明持股 10.00%； <b>5. 2015 年 1 月，海川部件股权转让</b> 陈方明将持有股权转让给汇通集团，转让后，汇通集团持股 100%； <b>6. 2015 年 4 月，海川部件股权转让</b> 汇通集团将持有股权转让给汇通控股，转让后，汇通控股持股 100%； <b>7. 2016 年 5 月，海川部件增资至 2,000 万元</b> 汇通控股持股 100%； <b>8. 2017 年 6 月，海川部件增资至 2,400 万元</b> 汇通控股持股 100%	的 9%股权转让给陈方明。转让后，陈王保持股 42%、汇通集团持股 40%、陈方明持股 18%； <b>4. 2017 年 4 月，汇众物流股权转让</b> 汇通集团将其持有汇众物流 40%股权转让给陈方明，转让后，陈方明持股 58%、陈王保持股 42%

注：2013 年 11 月，汇通经贸更名为汇通集团，上表统称为“汇通集团”。

截至本补充法律意见书出具之日，汇通控股持有海川部件 100% 股权，海川部件为发行人全资子公司；陈方明、陈王保分别持有汇众物流 58% 和 42% 股权，汇众物流为发行人董事陈方明控制的关联企业。

根据海川部件与汇众物流的历史沿革，海川部件及汇众物流股权清晰，不存在汇众物流直接持有汇通控股及其子公司股权的情况，汇通控股及其子公司也未曾持有汇众物流股权。

## (2) 主要资产独立

报告期内，汇众物流租赁海川部件的厂房用于生产经营，详见本补充法律意见书第二部分之“问题 9.12 关于关联交易”之“一、出租厂房与租赁厂房的所在地，同时出租和租赁的合理性，关联交易价格的公允性”之“(一) 出租厂房与租赁厂房基本情况”之“2. 海川部件向汇众物流出租厂房”。

海川部件与汇众物流之间资产独立，拥有完整的采购、生产和销售体系和相应的配套设施。除上述租赁事项外，海川部件与汇众物流之间不存在其他使用对方土地、房产、生产设备及商标、专利等资产情况。

报告期内，汇众物流租赁海川部件的厂房用于生产经营，详见本补充法律意见书第二部分之“问题 9.12 关于关联交易”之“一、出租厂房与租赁厂房的所在地，同时出租和租赁的合理性，关联交易价格的公允性”之“(一) 出租厂房

与租赁厂房基本情况”之“2. 海川部件向汇众物流出租厂房”。

海川部件与汇众物流之间资产独立，拥有完整的采购、生产和销售体系和相应的配套设施。除上述租赁事项外，海川部件与汇众物流之间不存在其他使用对方土地、房产、生产设备及商标、专利等资产情况。

### （3）人员独立

海川部件与汇众物流的人员独立，各自聘用员工，独立发放薪酬，不存在共用员工的情况。

### （4）主营业务独立

海川部件和汇众物流的主营业务相互独立，两家公司主营业务如下：

#### ①海川部件主营业务

海川部件车轮总成分装业务是按照主机厂的要求，将轮胎、轮毂、胎压传感器等进行组装，通过对轮胎平衡性、胎压等模块的检测和调试，在合成层面提升车轮的静平衡、动平衡和偶力测量，从而有效控制整车噪音和颠簸、并提升车辆的稳定性和安全性。

海川部件仓储业务仅是车轮总成分装业务的配套增值服务，是由于轮胎、轮辋厂商集中供货的原因，向海川部件支付装卸、存储和质检等费用。海川部件不存在为除轮胎、轮辋厂以外的其他第三方企业提供仓储服务的情况。

海川部件截至 2022 年 12 月 31 日和 2023 年 6 月 30 日的总资产分别为 8,916.45 万元和 9,042.16 万元，净资产分别为 6,986.93 万元和 7,602.35 万元；海川部件 2022 年度和 2023 年 1-6 月的营业收入分别为 3,235.07 万元和 2,123.49 万元，净利润分别为 1,077.17 万元和 615.42 万元。

#### ②汇众物流主营业务

汇众物流是专业第三方物流企业，主要从事为主机厂的汽车零部件供应商提供日常仓储配送服务。

截至 2022 年 12 月 31 日和 2023 年 6 月 30 日，汇众物流的总资产分别为

1,305.87 万元和 1,351.65 万元，净资产为 1,201.32 万元和 1,222.69 万元；汇众物流 2022 年度的营业收入为 737.37 万元和 517.50 万元，净利润为-50.80 万元和 21.37 万元。

2、汇众物流与海川部件的相关业务不具有替代性、竞争性、利益冲突，未在同一市场范围内销售的分析

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》要求，结合产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户及供应商等方面判断，海川部件和汇众物流的仓储服务业务不具有替代性、竞争性，不存在共享客户及供应商等利益冲突的情形，也未在同一市场范围内销售。因此，不存在同业竞争的情形。

(1) 相关业务具有显著差异，不具有替代性和竞争性

海川部件主营业务为车轮总成分装，仓储仅为车轮总成分装业务的配套服务，服务内容仅限于为轮胎、轮辋厂商提供车轮总成前的仓储、质检、存货录入等增值服务。汇众物流因其毗邻江淮汽车、蔚来汽车合肥总装工厂的地缘性优势，为汽车零部件企业提供独立的第三方仓储及物流服务。

海川部件和汇众物流的主营业务在业务模式、内容及特点、主要技术、商标商号、客户及供应商范围等方面均具有较大差异。因此，两家公司的主营业务不具有替代性和竞争性，不构成同业竞争。

因素	海川部件	汇众物流
业务模式	车轮总成分装业务配套	独立第三方仓储及运输
仓储服务内容 及具体特点	(1) 轮胎到货装卸； (2) 仓储； (3) 录入客户存货系统； (4) 其他增值服务	主要提供仓储和运输服务，但直接客户与产品均和海川部件不同
技术特点	为后续车轮总成分装业务提供前置检验服务，包括但不限于：胎码扫描、轮胎质量异常反馈和处理等	无特定技术要求
商标商号	不涉及	不涉及
客户范围	不存在为除轮胎、轮辋厂以外的其他第三方企业提供仓储服务的情况	向汽车零部件企业提供第三方仓储和运输服务
供应商范围	仓储仅为配套服务，不存在供应商	房屋出租方及物流服务公司

(2) 不存在共享供应商及客户渠道的利益冲突情形

客户销售情况		海川部件	汇众物流
客户	销售渠道	不存在为除轮胎、轮辋厂以外的第三方企业提供仓储服务的情况，销售渠道为向主机厂直销模式	向汽车零部件企业提供第三方仓储和运输服务，不适用销售渠道
	客户名称	(1) 车轮总成分装：江淮汽车、蔚来汽车； (2) 仓储服务：中策橡胶集团有限公司、佳通轮胎（中国）投资有限公司、大陆马牌轮胎（中国）有限公司等	汉拿万都（苏州）汽车部件有限公司、合肥马瑞利排气系统有限公司、江苏塑光汽车部件有限公司、合肥马瑞利排气系统有限公司、江苏海德莱特汽车部件有限公司等
	客户性质	(1) 车轮总成分装：主机厂； (2) 仓储服务：轮胎、轮辋厂商	客户均为江淮汽车、蔚来汽车的零部件供应厂商

(续)

供应商采购情况		海川部件	汇众物流
供应商	采购内容	钢轮平衡块、铝轮平衡块、粘贴平衡块等，用于车轮总成分装的零部件	主要采购为厂房租赁，物流运输服务，及少量包装材料、办公用品等
	供应商名称	上海保隆工贸有限公司、沧州三泰汽车附件有限公司等	海川部件、合肥顺瑞物流有限公司、合肥腾轩物流有限公司等
	供应商性质	汽车五金零部件供应商	海川部件：房屋出租方； 其他主要供应商：运输服务

注：汇众物流向海川部件租赁房屋详见本补充法律意见书回复之“问题 19.2 关于关联交易”

### (3) 海川部件和汇众物流未在同一市场范围内销售

海川部件主要产品为汽车车轮总成分装，公司作为主机厂的一级供应商和战略合作伙伴，向其直接提供车轮总成分装服务，因此海川部件主要面向的市场范围为江淮汽车、蔚来汽车等国内自主品牌的主机厂。

汇众物流主要为主机厂的零部件供应商提供仓储和物流服务，因此汇众物流主要面向的市场范围为在合肥地区主机厂的零部件厂商。

因此，海川部件与汇众物流面向的市场范围有较大差异，相关业务未在同一市场范围内销售，不构成同业竞争。

综上，本所律师认为发行人子公司海川部件与关联方汇众物流均存在仓储服务业务，但两家公司的历史沿革、资产、人员、主营业务等方面相互独立，相关业务不具有替代性、竞争性、利益冲突，且未在同一市场范围内销售。汇众物流

与发行人不构成同业竞争。因此，发行人与控股股东、实际控制人及其亲属所控制的其他企业的主营业务不存在同业竞争及利益输送情况。

## 五、问题 9. 关于员工及用工情况

根据申报材料：2019 年，发行人子公司库尔特劳务派遣员工人数占公司用工总数比例超过 10%。2020 年至今，汇通控股在包装、打包、装卸等岗位采用劳务外包的用工形式。报告期末，发行人及子公司未缴纳社会保险和住房公积金比例为 20%左右。

请发行人说明：（1）劳务派遣用工的具体情况，是否符合劳动法、劳务派遣暂行规定等法律法规，是否存在重大违法行为；（2）劳务采购的金额、占比以及变动情况、定价依据及公允性，劳务外包商的基本情况以及与发行人及其关联方是否具有关联关系，是否具备相应业务资质，是否存在以劳务外包形式规避劳务派遣相关法律法规限制的情形；（3）报告期各期末未缴纳社保和公积金的原因、人数、金额，如足额缴纳对经营业绩的影响，是否符合相关法律法规规定以及是否构成发行上市障碍。

请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

### 【更新回复】

（一）劳务派遣用工的具体情况，是否符合劳动法、劳务派遣暂行规定等法律法规，是否存在重大违法行为

报告期内，发行人及其子公司海川部件、库尔特因部分时期业务量增加，用工需求扩大，在打磨、包装、装卸等临时性、辅助性、可替代性较强的岗位采用劳务派遣用工形式，并于 2020 年停止该用工形式。

#### 1、劳务派遣基本情况

2019 年 12 月，发行人及其子公司劳务派遣用工情况如下：

时间	公司	劳务派遣人数(人)	占用工总数比例	合作劳务派遣公司	劳务派遣资质编号	费用(元)
2019.12.31	汇通控股	3	0.93%	安徽特慧人力资源	34010020180370	8,019.00



时间	公司	劳务派遣人数(人)	占用工总数比例	合作劳务派遣公司	劳务派遣资质编号	费用(元)
				有限公司		
	海川部件	6	6.32%	合肥宣携人力资源有限公司	34010020190405	19,800.00
	库尔特	14	29.14%	合肥宣携人力资源有限公司	34010020190405	7,820.00 注

注：金额较小原因系月末才使用劳务派遣工，因此金额较小。

2、是否符合劳动法、劳务派遣暂行规定等法律法规，是否存在重大违法行为

公司劳务派遣用工岗位为临时性、辅助性、可替代性较强的岗位，被派遣劳动者与公司同期同岗位职工薪酬待遇基本一致，符合《劳动合同法》相关规定。但是2019年12月末，发行人子公司库尔特劳务派遣用工的比例超过其员工总人数10%，不符合《劳务派遣暂行规定》第四条相关规定。

根据《劳务派遣暂行规定》第二十条及《劳动合同法》第九十二条规定，用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款。用工单位给被派遣劳动者造成损害的，劳务派遣单位与用工单位承担连带赔偿责任。

根据《公共信用信息报告（无违法违规证明版）》，发行人及其子公司无人力资源和社会保障领域的行政处罚、严重失信主体名单等违法违规信息。

因此，发行人子公司就劳务派遣用工已规范整改，被有关部门处罚的风险较小，不构成重大违法行为，对本次发行上市不构成实质性障碍。

（二）劳务采购的金额、占比以及变动情况、定价依据及公允性，劳务外包商的基本情况以及与发行人及其关联方是否具有关联关系，是否具备相应业务资质，是否存在以劳务外包形式规避劳务派遣相关法律法规限制的情形

1、劳务采购的金额、占比以及变动情况、定价依据及公允性

（1）劳务采购的金额、占比以及变动情况

时间	采购金额（万元）	占当期营业成本比例
----	----------	-----------

2020 年度	152.32	0.73%
2021 年度	484.85	1.63%
2022 年度	780.24	2.19%
2023 年 1-6 月	680.58	2.93%

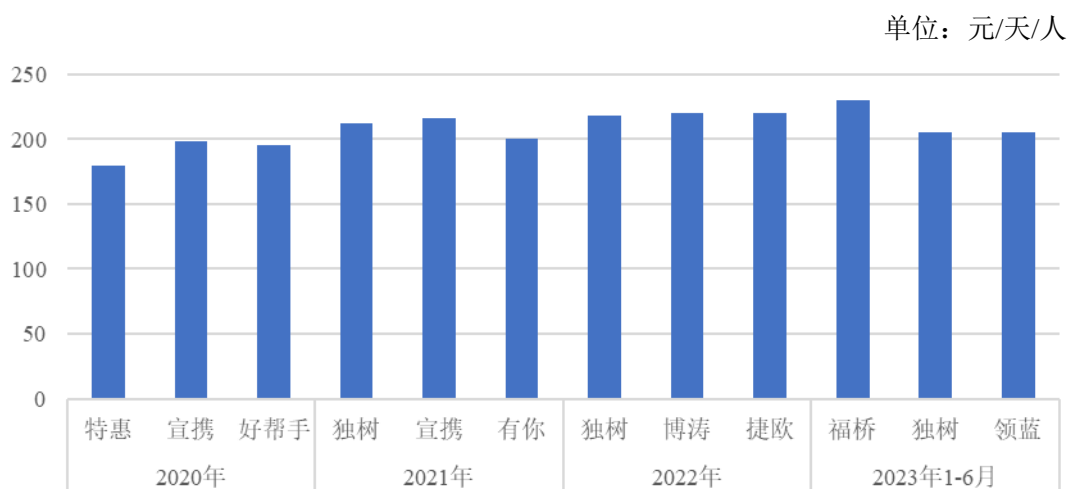
公司劳务采购逐年上升的原因系公司的产量增加及劳务外包价格上涨导致。

## (2) 定价依据及公允性

### ①不同劳务外包公司采购价格对比

发行人劳务用工所在地劳务外包市场较为成熟，价格相对透明。发行人结合周边用工成本、外包工作量及工序内容、市场报价、外包公司服务水平等综合因素，与外包公司协商确定了外包的采购价格，并结合市场行情协商调整。报告期内，为了保证外包服务的稳定性及公允性，公司一般会同时与 2 家以上劳务外包公司合作。公司报告期内公司向主要劳务公司采购的平均单价比较情况如下：

#### A.汽车造型部件和汽车声学产品业务外包采购单价对比



注：上表选取报告期内公司每年度公司采购金额前三的外包公司的平均报价进行对比。采购单价以天测算。

报告期内公司每年度主要外包公司的平均单价略有差异，主要原因系各家外包公司合作的时间段不尽相同，导致用工成本差异。

#### B.汽车车轮总成分装业务汽车车轮总成分装业务外包采购单价对比

公司的汽车车轮总成分装业务的经营主体为公司子公司海川部件及其子公司。报告期内，海川部件及其子公司于 2020 年及 2022 年起有劳务外包采购。

2020年，海川部件分别向合肥宣携人力资源有限公司及合肥速诚人力资源管理有限公司采购劳务。其中合肥宣携人力资源有限公司单价为215元/人天，合肥速诚人力资源管理有限公司的单价约为170元/人天，后者价格略低，因为合肥速诚人力资源管理有限公司与公司首次合作，对方为扩展业务首次报价较低，后该公司因报价较低承接一个月工作量后即终止合作。

2022年起，海川部件及其子公司根据实际情况调整与劳务外包公司的合作模式，结算方式由工时计算改为以产品数量计算。2022年，海川部件及其子公司分别向安徽华企人力资源服务有限公司及常州昌海人力资源有限公司采购劳务。其中就安庆工厂向安徽华企人力资源服务有限公司采购单价的为2.3元/件，略高于公司其他产线的采购价格2.1元/件。主要原因是安庆厂区的生产线为手动设备，用工成本较高。

因此，公司同期向不同劳务外包公司采购价格不存在重大差异，发行人劳务采购的定价具有公允性。

②公司劳务外包公司采购价格与安徽省地区平均工资对比

单位：元/天/人

时间	公司	劳务外包平均价格	安徽省城镇私营单位平均工资
2020年	汽车造型部件和汽车声学产品业务	191.11	168.53
	汽车车轮总成分装业务	192.5	
2021年	汽车造型部件和汽车声学产品业务	210.15	179.98
	汽车车轮总成分装业务	/	
2022年	汽车造型部件和汽车声学产品业务	218.25	183.00
	汽车车轮总成分装业务	201.49	
2023年 1-6月	汽车造型部件和汽车声学产品业务	214.17	186.11
	汽车车轮总成分装业务	267.88	

注 1: 安徽省城镇私营单位就业人员年平均工资数据来源于安徽省统计局网站公布数据, 上表按每月 26 天工作时间进行计算。其中 2023 年因安徽省尚未公布相关数据, 暂以 2022 年的年平均工资乘以 2022 年的增速进行测算。

注 2: 2022 年起汽车车轮总成分装业务以公司实际支付费用及劳务外包公司派驻现场的人数进行测算。每月按 26 天工作日计算。

公司外包的工种主要为车间一线操作工, 因存在工厂车间的工作缺乏吸引力、车间一线普遍面临招工难的情况, 因此公司报告期内劳务外包采购价格在安徽省城镇私营单位平均工资之上。公司劳务外包采购价格具有合理性、公允性。

2、劳务外包商的基本情况与发行人及其关联方是否具有关联关系, 是否具备相应业务资质

经核查, 发行人及其子公司报告期内单年度合作金额超过 50 万的劳务外包公司占当年劳务外包采购金额比例均超过 80%, 其他采购金额较小供应商包括安徽优奇人力资源管理有限公司等, 均具备相应业务资质, 与发行人及关联方不存在关联关系。

报告期内年度合作金额超过 50 万的劳务外包公司具体包括合肥独树企业服务外包有限公司、安徽福桥人力资源管理有限公司、安徽华企人力资源服务有限公司、合肥宣携人力资源有限公司、陕西众才汇人力资源有限公司、安徽有你人力资源管理有限公司、陕西博涛人力资源服务有限公司、西安捷欧汽车技术服务有限责任公司、领蓝直聘(合肥)网络科技有限公司等 9 家公司。基本情况如下:

公司名称	统一社会信用代码	成立时间	法定代表人	注册资本(万元)	注册地址	股东	董事、监事、高级管理人员	是否存在关联关系
合肥独树企业服务外包有限公司	91340111MA2WKQ78XD	2021.01.06	许卫	200	安徽省合肥市经济技术开发区蓬莱路西、方兴大道北安徽万燕电器有限公司 305 室	许卫、刘佳琪	执行董事兼总经理许卫; 监事刘佳琪	否
安徽福桥人力资源管理有限公司	913401003227473937	2014.12.04	曹创创	500	安徽省合肥市经济技术开发区青龙潭路 222 号多层厂房 6 楼	位峰、曹创创	监事位峰; 执行董事兼总经理曹创创	否
安徽华企人力资源服务有限公司	91340100087581521W	2013.12.31	陈娟	500	合肥市庐阳区四里河路 88 号明发商业广场 A1 区 1 幢、2 幢 1-1221、1222	姚新吉、张恒、陈娟	执行董事兼陈娟; 总经理姚新吉; 监事张恒	否

公司名称	统一社会信用代码	成立时间	法定代表人	注册资本(万元)	注册地址	股东	董事、监事、高级管理人员	是否存在关联关系
合肥宣携人力资源有限公司	91340111MA2U22AM8M	2019.08.26	任自强	200	安徽省合肥市经济技术开发区天门路80号中国合肥人力资源服务产业园2号楼2201-44室	任自强、刘琼	执行董事兼总经理任自强；监事刘琼	否
陕西众才汇人力资源有限公司	91610135MA6X5PB89E	2019.09.30	马震	200	陕西省西安市雁塔区长安南路86A号长丰国际广场A座902室	马震、张晗笑	执行董事兼总经理马震；监事张晗笑	否
安徽有你人力资源管理咨询有限公司	91340111MA2RLLDF26	2018.04.10	祝仁祥	500	安徽省合肥市经济技术开发区莲花路西，石门路北尚泽时代广场A7幢办公楼办1208室	祝仁祥、吕东东	执行董事兼总经理祝仁祥；监事吕冬冬	否
陕西博涛人力资源服务有限公司	91610403MA6TJMXB87	2017.12.27	张涛	200	西安市高新区创汇路32号井上科技北楼305室	张涛	执行董事兼总经理张涛；监事薛海峰	否
西安捷欧汽车技术服务有限责任公司	9161011331104422XD	2014.11.19	苗杰	500	陕西省西安市高新区丈八一路三号旺都4幢9层01室	苗杰、刘小娟	执行董事兼总经理苗杰；监事刘小娟	否
领蓝直聘(合肥)网络科技有限公司	91340111MA8P2XJT3N	2022.05.25	王秋香	200	安徽省合肥市经济技术开发区青龙潭路西,肥光路东,滨河小区北出口加工区公租房1栋云邦创新空间一楼1116室	王秋香	执行董事兼总经理王秋香；监事王冬琳	否

发行人的劳务外包业务内容无需取得特定的业务资质，公司合作的劳务外包商经营范围均含有人力资源服务相关经营范围。

因此，发行人及其关联方与劳务外包商不具有关联关系；劳务外包无需取得特殊业务资质劳务，其从事劳务外包业务符合其经营范围约定。

### 3、是否存在以劳务外包形式规避劳务派遣相关法律法规限制的情形

劳务外包与劳务派遣在合同主要内容、人员管理、用工风险承担、费用结算和支付方式等方面存在差异，具体如下：

主要差异	劳务派遣	劳务外包	公司实际情况
合同主要内容	主要约定：派遣岗位、人员数量、派遣期限、劳务派遣员工薪酬、劳务派遣员工社	主要约定：对外包服务内容、服务定价、费用结算等进行约	主要约定：在服务期限内，劳务外包公司根据公司预计的工作量，向公司派驻劳

主要差异	劳务派遣	劳务外包	公司实际情况
	保缴费基数等事宜进行明确约定	定，未强调约定派驻人员的条件、人员数量及社保缴纳基数。	动者并完成公司指定的任务，经公司认可后，定期进行结算。
人员管理	用工单位直接对被派遣劳动者日常劳动进行指挥管理，被派遣劳动者受用工单位的规章制度管理	发包单位不参与对劳动者指挥管理，由承包单位直接对劳动者进行指挥管理	与劳务外包公司派驻人员不存在劳动人事关系，不进行直接管理，该等人员的管理职责由劳务外包公司承担并派驻专门管理人员负责执行。公司仅对派驻人员完成的工作成果进行检验，且仅在该等人员无法满足工作要求时向劳务外包公司提出更换人员。
费用结算和支付	用工单位直接向被派遣劳动者支付报酬（部分情况存在由劳务公司代收代付），且应实行同工同酬	由承包单位与发包单位自主协商确定外包费用标准，并由承包单位自行决定向劳动者支付报酬的金额及方式。	发行人不承担劳务外包公司派驻人员的薪酬、社会保险、公积金等费用，其仅根据双方认可的工作总量与劳务外包公司进行费用结算，且在公司对工作成果认可后，直接向劳务外包公司支付。 公司不参与决定劳务外包公司向劳动者支付报酬的金额及方式。
用工风险承担	被派遣劳动者因用工单位的工作任务发生损害的，劳务派遣公司与用工单位承担连带赔偿责任	由承包单位承担用工风险，发包单位不对劳动者承担连带赔偿责任。	明确约定劳务外包派驻人员的用工作业现场安全及班后安全均由劳务外包公司承担。

因此，结合发行人的业务实质，发行人及其子公司在合同主要内容、人员管理、用工风险承担、费用结算和支付方式等方面符合劳务外包的条件，不属于劳务派遣，不存在以劳务外包形式规避劳务派遣相关法律法规限制的情形。

综上所述，公司同期向不同劳务外包公司采购价格不存在重大差异，发行人劳务采购的定价具有公允性；发行人及其关联方与劳务外包商不具有关联关系；劳务外包无需取得特殊业务资质劳务，其从事劳务外包业务符合其经营范围约定；发行人不存在以劳务外包形式规避劳务派遣相关法律法规限制的情形。

（三）报告期各期末未缴纳社保和公积金的原因、人数、金额，如足额缴纳对经营业绩的影响，是否符合相关法律法规规定以及是否构成发行上市障碍

#### 1、报告期各期末发行人未缴纳社保人原因及人数

经核查，公司部分员工未参加公司统一办理的社会保险缴费或住房公积金的主要原因系未缴纳人员主要为生产车间操作工，大多来自公司周边农村，同时已在户籍所在地参加城乡居民基本养老保险、城乡居民基本医疗保险，无缴纳公积金或社保诉求。

发行人报告期各期末未缴纳社保和公积金的原因、人数如下：

(1) 2020 年末未缴纳原因及人数

社会保险		
未缴纳原因	人数（人）	占员工总数比
参加城乡居民基本医疗保险、城乡居民基本养老保险	95	20.83%
达到退休年龄/退休	16	3.51%
当月入职/离职	15	3.29%
因个人原因其他未缴纳情形 <sup>注</sup>	23	5.04%
<b>合计</b>	<b>149</b>	<b>32.68%</b>
住房公积金		
未缴纳原因	人数（人）	占员工总数比
达到退休年龄/退休	16	3.51%
当月入职/离职	16	3.51%
因个人其他原因未缴纳	116	25.44%
<b>合计</b>	<b>148</b>	<b>32.46%</b>

注：个人原因包括自行缴纳、自愿放弃等。下同。

(2) 2021 年末未缴纳原因及人数

社会保险		
未缴纳原因	人数（人）	占员工总数比
参加城乡居民基本医疗保险、城乡居民基本养老保险	117	20.03%
达到退休年龄/退休	35	5.99%
当月入职/离职	12	2.05%
因个人原因其他未缴纳情形	16	2.74%
<b>合计</b>	<b>180</b>	<b>30.82%</b>
住房公积金		
未缴纳原因	人数（人）	占员工总数比
达到退休年龄/退休	35	5.99%
当月入职/离职	12	2.05%
因个人其他原因未缴纳	133	22.77%
<b>合计</b>	<b>180</b>	<b>30.82%</b>

## (3) 2022 年末未缴纳原因及人数

社会保险		
未缴纳原因	人数 (人)	占员工总数
参加城乡居民基本医疗保险、城乡居民基本养老保险	87	11.71%
达到退休年龄/退休	43	5.79%
当月入职/离职	14	1.88%
因个人其他原因未缴纳情形	10	1.35%
<b>合计</b>	<b>154</b>	<b>20.73%</b>
住房公积金		
未缴纳原因	人数 (人)	占员工总数
达到退休年龄/退休	47	6.33%
当月入职/离职	16	2.15%
因个人其他原因未缴纳	98	13.19%
<b>合计</b>	<b>161</b>	<b>21.67</b>

## (4) 2023 年 6 月末未缴纳原因及人数

社会保险		
未缴纳原因	人数 (人)	占员工总数
参加城乡居民基本医疗保险、城乡居民基本养老保险	71	8.55%
达到退休年龄/退休	44	5.30%
当月入职/离职	68	8.19%
因个人其他原因未缴纳情形	8	0.96%
<b>合计</b>	<b>191</b>	<b>23.01%</b>
住房公积金		
未缴纳原因	人数 (人)	占员工总数
达到退休年龄/退休	48	5.78%
当月入职/离职	68	8.19%
因个人其他原因未缴纳	80	9.64%
<b>合计</b>	<b>196</b>	<b>23.61%</b>

2、报告期各期末未缴纳社保和公积金的金额及如足额缴纳对经营业绩的影响，是否符合相关法律法规规定以及是否构成发行上市障碍

 (1) 报告期各期末未缴纳社保和公积金的金额测算及对经营业绩的影响<sup>注1</sup>

时间	应缴未缴社会保险金额 (万元)	应缴未缴公积金金额 (万元)	合计 (万元)	利润总额 (万元)	合计金额占当期利润总额比例
----	-----------------	----------------	---------	-----------	---------------



2020 年度 <sup>注 2</sup>	5.33	10.58	15.91	5,143.24	0.31%
2021 年度	84.71	10.64	95.35	6,702.89	1.42%
2022 年度	96.22	10.99	107.21	17,772.46	0.60%
2023 年 1-6 月	42.23	5.91	48.14	8,559.16	0.56%
<b>合计</b>	<b>228.49</b>	<b>38.12</b>	<b>266.61</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

注 1：根据各期末应缴未缴纳人数测算其全年应补交金额；

注 2：根据《关于印发〈合肥市阶段性减免企业社会保险费实施细则〉的通知》（合人社秘〔2020〕42 号）及《关于阶段性减免社会保险费有关问题的补充通知》（合人社秘〔2020〕116 号），公司 2020 年 2-12 月免缴社保。

因此，经测算，发行人补缴应缴未缴社会保险、住房公积金金额对经营业绩影响较小，对本次发行不存在实质性影响。

## （2）是否符合相关法律法规规定

《中华人民共和国社会保险法》第八十六条、《住房公积金管理条例》第三十八条规定，社会保险费征收机构或住房公积金管理中心对未足额缴纳社会保险和住房公积金的用人单位会责令限期缴纳、缴存或补足，逾期不缴纳的，有关部门有权按照上述规定对用人单位处以罚款或者强制执行。

根据《公共信用信息报告（无违法违规证明版）》，发行人及其子公司无人力资源和社会保障领域的行政处罚、严重失信主体名单等违法违规信息。

实际控制人陈王保就发行人及其子公司缴纳社会保险、住房公积金事宜承诺，若发行人因社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵问题，而给发行人造成直接和间接损失及/或因此产生相关费用（包括但不限于被有权部门要求补缴、被处罚）被有关政府部门要求为其员工补缴社会保险和住房公积金的，将全额承担经有关政府部门认定的需由发行人补缴的全部社会保险、住房公积金等费用，以及因上述事项给发行人造成的相关损失。

因此，本所律师认为发行人社会保险、住房公积金的实际缴纳人数与公司应缴纳人数之间虽存在差异，但该等差异系由公司行业特点、员工个人意愿等综合因素导致，且该等差异在逐年下降。同时政府主管部门已经出具相关合法合规证明，发行人及子公司未因劳动用工问题受到相关政府主管部门的行政处罚；发行人实际控制人也承诺承担如因劳动用工问题给发行人造成直接和间接损失，故发行人社会保险和住房公积金的执行情况不构成重大违法行为，不会对发行人本次

发行上市构成实质性障碍。

## 六、问题 10. 关于环保及行政处罚

根据申报材料：公司电镀生产环节会产生部分废水、废气及危废品。报告期内因公司处理后污水检测未达标涉及环保行政强制措施，同时，公司存在安全生产处罚和车辆及设备登记检测相关处罚。

请发行人说明：（1）生产经营涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施实际运行情况，报告期内发行人环保投资和相关费用成本支出情况，环保设施运行情况；报告期内环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求；（2）结合上述被采取措施或处罚的背景、内容、整改情况以及《证券期货法律适用意见第 17 号》等相关规定，说明是否构成重大违法行为及对本次发行上市影响。

请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

### 【更新回复】

（一）生产经营涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施实际运行情况，报告期内发行人环保投资和相关费用成本支出情况，环保设施运行情况；报告期内环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求

1、生产经营涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施实际运行情况

本所律师已在《补充法律意见书（二）》中就本问题进行回复，截至本补充法律意见书出具之日，本所律师关于该问题的回复意见未发生变化。

2、报告期内发行人环保投资和相关费用成本支出情况，环保设施运行情况；报告期内环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配

发行人根据环保设施的实际运行情况及环保主管部门的相关管理要求对环保投入进行规划和实施，确保各项环保处理设施正常运行。报告期内，发行人的环保投入及环保相关成本费用如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
环保设备投入	35.22	96.22	59.12	435.52
环保相关费用	366.64	708.91	496.69	374.41
其中：废水处理费 <sup>注1</sup>	143.40	293.69	215.56	162.62
固废处理费	152.14	274.11	170.20	125.55
其他环保相关费用 <sup>注2</sup>	71.10	141.11	110.93	86.24
<b>合计</b>	<b>401.86</b>	<b>805.13</b>	<b>555.81</b>	<b>809.93</b>

注1：废水处理费主要污水处理设施的主要添加药剂支出等处理费用；

注2：主要包括检测费用、环保设施运行人工费用、污染物处理耗材的零星采购等。

报告期内，公司的环保设备投入主要包括电镀废水处理系统升级改造，污水及废气处理系统、检测仪等环保设备购置，主要用于处理公司生产过程中产生的废水、废气等相关污染物，与公司的生产经营相匹配，能够满足相关污染物的处理需要。其中，公司2020年度环保设备投入较高的原因系公司2020年对电镀废水处理系统进行升级改造所致。

报告期内，公司的环保费用支出主要包括污水处理费、固废处置费、环境检测及环保设施运行人工费用等，主要用于处理公司生产过程中产生的废水、废气及固废。其中2022年起的环保费用支出明显增加的原因系公司产量增加导致需处理废水及固废相应增加。

综上所述，报告期内，公司环保设施运行正常，环保投入、环保相关成本费用与处理公司生产经营所产生的污染物相匹配。

### 3、公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求

本所律师已在《补充法律意见书（二）》中就本问题进行回复，截至本补充法律意见书出具之日，本所律师关于该问题的回复意见未发生变化。

#### （2）募集资金投资项目符合国家和地方环保要求

本所律师已在《补充法律意见书（二）》中就本问题进行回复，截至本补充

法律意见书出具之日，本所律师关于该问题的回复意见未发生变化。

(二) 结合上述被采取措施或处罚的背景、内容、整改情况以及《证券期货法律适用意见第 17 号》等相关规定，说明是否构成重大违法行为及对本次发行上市影响

### 1、被采取措施或处罚的背景、内容、整改情况

经核查，2019 年以来，发行人受到的行政强制措施或行政处罚情况如下：

序号	时间	文书号	处罚部门	具体原因	处罚措施	处罚依据	是否属于重大违法行为 <sup>注</sup>	主要整改措施
1	2019.12.6	合环查[扣]经字[2019]22号	合肥市生态环境局	因加料泵损坏，导致污水总排口排放的废水重金属浓度超标	对公司造成污染排放的设施、设备予以查封，期限为2019年12月6日至2020年1月4日	《中华人民共和国水污染防治法》第十条、《环境保护主管部门实施查封、扣押办法》第四条第一款第（一）项的规定	否	(1)对污水处理系统全面升级，实现污水全线自动化运行和自动检测报警，减少人为操作失误；(2)总排口增加自动检测设备，且在主要区域安装视频监控，并与环保部门联网运行；(3)对相关人员进行问责，加强了对车间人员的操作培训；(4)梳理并完善水处理设备管理制度等相关制度，对所有加料泵采用“一用一备”措施；(5)加大对环保研发的投入，积极推动实施水处理新技术、新工艺。
2	2020.11.27	(合经锦)市监罚字[2020]11	合肥市市场监督管理局	1台叉车、1台行车超期未检，	罚款45,000元	《中华人民共和国特种设备安全法》	否	发行人积极补办注册登记、补检手续且叉车检查合格，同时拆除、

序号	时间	文书号	处罚部门	具体原因	处罚措施	处罚依据	是否属于重大违法行为 <sup>注</sup>	主要整改措施
		号		1台叉车未办理注册登记, 1台储气罐及相关压力管道未及时检测		第三十三、四十四条、八十三条、八十四条第(一)项、《中华人民共和国行政处罚法》第五条, 同时参照《关于规范市场监督管理行政处罚裁量权的指导意见》第三条第三项		注销不再使用设备。
3	2021.4.19	(合经开)应急罚[2021]3号	合肥市应急管理局	未将油漆储存在危化品专用仓库内	罚款50,000元	《危险化学品安全管理条例》第八十四条第(四)项	否	按照主管部门要求将油漆等危化品存放于危险化学品仓库内, 并指派专员管理。
4	2023.7.11	合经消行罚决字[2023]第0226号	合肥经济技术开发区消防救援大队	公司抛光间的消防栓设置不规范	罚款41,000万元	《中华人民共和国消防法》第十六条第一款第(二)项	否	(1)按照主管部门要求及时加设一处消火栓;(2)对相关人员进行问责, 加强安环部门及人员的培训;(3)加大对公司安防设施的自查力度, 杜绝此类情况发生。

注: 不属于重大违法违规分析详见下文

## 2、是否构成重大违法行为及对本次发行上市影响

### (1) 合环查[扣]经字[2019] 22 号行政强制措施决定书

发行人在合环查[扣]经字[2019]22号所述事项发生后，及时整改并于查封期限届满后解封，未被主管部门处以行政处罚。经登录合肥市生态环境局及“百度”搜索引擎检索，无发行人造成严重环境污染事故相关信息。

根据合肥市经济技术开发区生态环境分局出具《情况说明》，合环查[扣]经字[2019]22号所述事项已整改完毕，不属于重大违法行为。

因此，该行政强制措施所涉行为未造成严重环境污染，且查封期限届满后解封，未被主管部门处以行政处罚，不属于情节严重的行政处罚行为。发行人及时整改完毕，并经主管部门予以确认不属于重大违法行为。故，本次行政强制措施不属于重大违法行为，对本次发行不构成实质性障碍。

### (2) (合经锦) 市监罚字[2020]11号行政处罚决定书

(合经锦) 市监罚字[2020]11号《行政处罚决定书》记载：依据《中华人民共和国特种设备安全法》第八十四条第(一)项，对(合经锦) 市监罚字[2020]11号所述事项应处三万元以上三十万元以下罚款，同时鉴于发行人积极补办注册登记、补检及注销等手续，且叉车检查合格，根据《中华人民共和国行政处罚法》第五条“处罚与教育相结合”并参照《关于规范市场监督管理行政处罚裁量权的指导意见》第三条第三项“从轻或减轻处罚”的情形，给与罚款45,000元。

根据合肥市经开区市场监督管理局出具《证明》，确认前述行政处罚符合信用修复条件，已予以修复。

因此，该行政处罚的罚款金额接近处罚幅度的最低数额，属于从轻处罚，同时未造成严重后果，不属于情节严重的行政处罚。发行人已整改完毕，并已经主管部门同意进行信用修复。故，本次行政处罚不属于重大违法行为，对本次发行上市不构成实质性障碍。

### (3) (合经开) 应急罚[2021]3号行政处罚决定书

根据(合经开) 应急罚[2021]3号行政处罚决定书记载，本次处罚依据为《危险化学品安全管理条例》第八十四条第(四)项，罚款金额为50,000元。

根据《危险化学品安全管理条例》第八十四条规定，未将危险化学品储存在

专用仓库内，由安全生产监督管理部门责令改正，处 5 万元以上 10 万元以下的罚款。因此，本次处罚属于从轻处罚。

2022 年 9 月，合肥市经开区应急中心作出《证明》，本次处罚不属于重大违法违规行为。

#### (4) 合经消行罚决字[2023]第 0226 号行政处罚决定书

经核查，本次行政处罚相关行为未造成严重环境污染、重大人员伤亡或者社会影响恶劣等危害后果，且发行人已积极整改措施，本次处罚涉及事项整改完毕。

根据《中华人民共和国消防法》“第六章 法律责任”，针对不同违规情形，处罚金额上限为 30 万元，情节严重的可责令停止施工、停止使用或者停产停业。消防大队在本次检查中发现问题为公司消防设施设置不规范，并做出 4.1 万元罚款，因此，本次处罚相关行为性质不属于情节严重情形。

2023 年 8 月 30 日，合肥经济技术开发区消防救援大队出具《情况说明》，认为本次处罚相关行为不构成情节严重，未造成危害后果，公司已及时整改完毕，不属于重大违法行为。

因此，该行政处罚属于从轻处罚并已经整改完毕，业经主管部门证明不属于重大违法行为。故，本次行政处罚不属于重大违法违规行为，对本次发行上市不构成实质性障碍。

## 七、问题 19.2 关于关联交易

根据招股说明书，发行人存在向不同关联方出租厂房和租赁厂房的情况。

请发行人说明：（1）出租厂房与租赁厂房的所在地，同时出租和租赁的合理性，关联交易价格的公允性；（2）向汇通集团租赁厂房的具体用途、对发行人的重要程度、未投入发行人的原因、是否能确保发行人长期使用、今后的处置方案等，是否对发行人资产完整和独立性构成重大不利影响。

请保荐机构、申报会计师和发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

## 【更新回复】

(一) 出租厂房与租赁厂房的所在地，同时出租和租赁的合理性，关联交易价格的公允性

### 1、出租厂房与租赁厂房基本情况

报告期内，汇通控股关联租赁主要包括向汇众物流租出房屋建筑物和向汇通集团租入房屋建筑物。

#### (1) 汇通控股租赁汇通集团厂房

汇通控股租赁汇通集团的厂房位于合肥市经开区汤口路南百丈路东汤口路99号。报告期内，汇通控股与汇通集团的租赁厂房所在地没有发生变化，租赁面积根据生产经营的实际需求，2020年-2021年1-6月为3,622.43 m<sup>2</sup>，2022年度和2023年1-6月为7,705.40m m<sup>2</sup>。

2020-2021年上半年租赁房屋主要用于汽车声学产品的生产和仓储；2021年下半年由于汇通控股方兴大道厂区建成，公司汽车声学产品生产迁移至新厂区，因此公司向汇通集团的房屋租赁暂停半年；2022年以来，汇通控股对喷涂产线进行了技术改造，为满足产线技术升级和公司产能扩充的需求，汇通控股重新向汇通集团租赁厂房用于汽车造型部件产品的喷涂生产和仓储，并将租赁面积由原本的3号厂房扩充至1号、3号厂房和综合楼。

#### (2) 海川部件向汇众物流出租厂房

汇众物流租赁海川部件的厂房及办公场所位于合肥市经开区始信路南端3092号，租赁协议期间为1年，协议每年一签。报告期内，海川部件与汇众物流的租赁厂房所在地没有发生变化，租赁面积根据生产经营的实际需求，2020年-2022年1-4月为7,000.00 m<sup>2</sup>，2022年5月至2023年4月为6,600.00 m<sup>2</sup>，2023年5月至今为5,200.00m m<sup>2</sup>。

汇众物流租赁海川部件房屋的用途均为仓储及办公，主要用于为主机厂的零部件供应商提供第三方仓库及货物的整理、拆装、运输服务。2019-2021年度及2022年1-4月，汇众物流的房屋租赁面积均为7,000平方米，除2号厂房三层200



平方米的办公区间外，其余 6,800 平方米均用做仓库；2022 年 5 月至今，由于业务需求的增加，汇众物流在合肥市经开区佛掌路新租赁了非关联第三方仓库，始信路厂区保留了部分仓储业务，总租赁面积由 7,000 平方米减少至 5,200 平方米。

## 2、汇通控股及其子公司同时出租和租赁的合理性

### (1) 汇通控股同时出租和租赁厂房具有合理的背景及商业逻辑

汇通控股在租赁汇通集团厂房的同时，子公司海川部件将厂房出租给汇众物流。因为两项关联租赁的厂房用途、厂房生产所需许可资质、可使用面积及便利性、与生产线或主要客户的直线距离等因素均存在差异，因此为方便生产并降低成本，汇通控股及其子公司同时出租和租赁厂房的合理性分析如下：

考虑因素	汇通控股租赁厂房	海川部件出租厂房
用途	汇通控股租赁厂房用于： (1) 2020-2021 年，汽车声学产品生产； (2) 2022 年，汽车造型部件喷涂产线； (3) 仓储； (4) 汇通控股后勤办公	汇众物流租赁厂房用于： (1) 仓储； (2) 少量员工办公室
许可资质	汇通控股租赁厂房先后取得了汽车声学产品和喷涂产线生产环评批复： (1) 汽车声学产品生产：2011 年 7 月汇通集团前身汇通经贸取得环评批复（合环经开分局验[2011]46 号），验收通过汇通集团 3 号厂房用于生产汽车隔音隔热垫； (2) 喷涂产线：汇通控股取得环评批复（环建审[2023]5 号），验收通过汇通控股在 1 号厂房技改扩建的自动喷涂生产线	无生产资质，仅可用于仓储及员工办公室
面积及使用性	(1) 总体面积较大：汇通集团可租赁厂房及综合楼共计 7,705.40m <sup>2</sup> ； (2) 综合租赁用途，考虑可使用面积：汇通集团可租赁的 1 号、3 号厂房均为一层，便于生产和仓储使用	海川部件可租赁厂房面积共计 7,000m <sup>2</sup> 左右，但位于一层方便用于生产线建设的厂房面积仅 2,600m <sup>2</sup> 左右，难以满足汇通控股需求
距离	汇通集团出租厂房与汇通控股在同一厂区，海川部件厂房距离汇通控股生产车间直线距离约 3.5 公里，因此该项租赁具有距离优势，可节省运输和管理成本： (1) 仓储：方便生产后直接入库； (2) 汽车声学产品及喷涂厂房：便于喷涂原材料及生产人员的集中统一协调管理调配； (3) 综合楼：在同厂区设立后勤办公室和	海川部件厂区距离主要客户江淮汽车、蔚来汽车较近； 汇众物流的客户主要为江淮汽车、蔚来汽车的零部件供应商，其产品配送也需要租用位于上述主机厂附近的厂房

考虑因素	汇通控股租赁厂房	海川部件出租厂房
	员工食堂	

综上所述，发行人租赁房屋同时，子公司将房屋对外出租系基于生产经营及资产配置综合考虑作出的决定，具有合理性。

## （2）汇通控股关联租赁均履行了必要的内部审议程序

报告期内，公司关联交易的决策遵循了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》相关规定；董事会和股东大会审议关联交易事项时，关联董事和关联股东均回避表决。

因此，报告期内，公司与关联方之间所发生的关联交易定价公允，遵循了公开、公平、公正的原则，不存在损害公司及股东合法利益的情形，公司上述关联交易均按照相关制度履行了相应决策程序，合法合规。

## 3、关联租赁价格公允性分析

### （1）汇通控股关联租赁的价格条款及变动情况

汇通控股及子公司海川部件与关联方均签署了《租赁协议》，租赁双方基于良好信任及长远合作发展考虑，就出租方标的厂房租赁合作事宜达成共识，租金按照市场公允价格确定。

#### ①汇通控股租赁汇通集团厂房的价格条款及变动

报告期内，汇通控股向汇通集团租赁房屋的租赁面积及价格相关的核心协议条款如下：

租赁厂房及面积	租赁期限	价格（月度）	其他重要条款
租赁厂房及面积： 3号厂房：3,622.43 m <sup>2</sup>	2020.1.1- 2020.12.31	16元/平方米	（1）双方约定每月开票，分季度付款； （2）租赁期间水电气及通讯等费用由乙方自行承担； （3）租赁期间厂房及附属设施损坏（非不当使用）维修由甲方承担； （4）甲方提前终止合同需赔付3个月租金
	2021.1.1- 2021.6.30	20元/平方米	
租赁厂房及面积： 1号厂房：3,222.95 m <sup>2</sup>	2022.1.1-2031. 12.31	20元/平方米 (2022年)	除上述条款外，租金约定往后每年月租金单价等额增长2元/

租赁厂房及面积	租赁期限	价格（月度）	其他重要条款
3号厂房：3,622.43 m <sup>2</sup> 综合楼：860.023 m <sup>2</sup> 共计：7,705.40 m <sup>2</sup>			平方

报告期内，汇通控股向汇通集团租赁厂房的租金费用分别为 65.02 万元、27.60 万元、176.12 万元和 96.87 万元。

汇通控股和汇通集团的租赁价格采取市场公允定价，2020-2021 年度，汇通控股与汇通集团租赁协议期限均为 1 年；由于喷涂产线技改的前期投入金额较大，汇通控股为保证生产经营的稳定性，2022 年以来与汇通集团签订了长期租赁协议，租赁期为 10 年，根据市场价格确定了租赁价格并合理预计未来涨幅。

### ②海川部件向汇众物流出租厂房的价格条款及变动

报告期内，海川部件向汇众物流出租房屋的出租面积及价格相关的核心协议条款如下：

租赁厂房及面积	租赁期限	价格（月度）	协议其他重要条款
租赁厂房及面积： 2号厂房及3号厂房二层： 2号厂房三层办公室： 7,000.00m <sup>2</sup>	2019.5.1-2020.4.30	16 元/m <sup>2</sup>	(1) 双方约定租赁费按月结算； (2) 租赁期间的水电气等费用由甲方承担； (3) 乙方不得擅自改变房屋结构、设计及功能，不得改造公用设施
	2020.5.1-2021.4.30	16 元/m <sup>2</sup>	
	2021.5.1-2022.4.30	16 元/m <sup>2</sup>	
租赁厂房及面积： 2号厂房1层：2,600 m <sup>2</sup> 2号厂房2层：2,600 m <sup>2</sup> 2号厂房3层：1,400 m <sup>2</sup> 合计 6,600 m <sup>2</sup>	2022.5.1-2023.4.30	1层：21 元/m <sup>2</sup> 2层：15 元/m <sup>2</sup> 3层：14 元/m <sup>2</sup>	
租赁厂房及面积： 2号厂房1层：2,600 m <sup>2</sup> 2号厂房2层：2,600 m <sup>2</sup>	2023.5.1- 2024.4.30	1层：21 元/m <sup>2</sup> 2层：15 元/m <sup>2</sup>	

报告期内，海川部件向汇众物流出租厂房的租金收入分别为 123.30 万元、123.30 万元、124.18 万元和 58.72 万元。

海川部件和汇众物流房屋租赁价格采取市场公允定价，2019-2021 年度及 2022 年 1-4 月，采用综合报价方式，2022 年 5 月后，随着入住的主机厂供应商家数的增加以及仓储运输业务的不断拓展，海川部件和汇众物流优化了房屋租赁价格的核算，按照物流行业对于仓库的市场定价，厂房一层使用性优于高楼层，

因此对每层仓库租金进行了分别定价。

## (2) 汇通控股关联租赁的公允性分析

综合考虑上述两起关联方房屋租赁的地域、面积、用途等，以及对周边房屋租赁市场进行比对，经开区及蜀山区租赁面积在 2,000-15,000 平方米的标准厂房，租赁价格在 12.0-27.9 元/m<sup>2</sup>/月。上述关联租赁均按照市场公允价格进行。

租房平台	查询条件	租赁面积	租赁价格	公允性说明
58 同城	经开区，标准厂房 (与安居客房屋同源同价)	3,200 m <sup>2</sup>	0.43 元/m <sup>2</sup> /天	折合 12.9-23.1 元 /m <sup>2</sup> /月，汇通控股和海川部件的关联租赁均在租房平台公允价格范围内
		4,900 m <sup>2</sup>	0.77 元/m <sup>2</sup> /天	
		5,000 m <sup>2</sup>	0.77 元/m <sup>2</sup> /天	
	蜀山区，标准厂房 (部分与安居客房屋同源同价)	2,050 m <sup>2</sup>	0.57 元/m <sup>2</sup> /天	折合 12.0-27.9 元 /m <sup>2</sup> /月，汇通控股和海川部件的关联租赁均在租房平台公允价格范围内
		3,800m <sup>2</sup>	0.5 元/m <sup>2</sup> /天	
		15,000 m <sup>2</sup>	0.4 元/m <sup>2</sup> /天	
		2,000 m <sup>2</sup>	0.87 元/m <sup>2</sup> /天	
		2,000 m <sup>2</sup>	0.93 元/m <sup>2</sup> /天	
3,000 m <sup>2</sup>	0.87 元/m <sup>2</sup> /天			
安居客	经开区，标准厂房 (58 同城重复房源未列明)	5,000 m <sup>2</sup>	0.7 元/m <sup>2</sup> /天	折合 12.9-23.1 元 /m <sup>2</sup> /月，汇通控股和海川部件的关联租赁均在租房平台公允价格范围内
		3,000 m <sup>2</sup>	0.6 元/m <sup>2</sup> /天	
		5,000 m <sup>2</sup>	0.6 元/m <sup>2</sup> /天	
	蜀山区，标准厂房 (58 同城重复房源未列明)	10,000 m <sup>2</sup>	0.46 元/m <sup>2</sup> /天	折合 13.8-24.0 元 /m <sup>2</sup> /月，汇通控股和海川部件的关联租赁均在租房平台公允价格范围内
		3,000 m <sup>2</sup>	15.0 元/m <sup>2</sup> /天	
		5,000 m <sup>2</sup>	0.8 元/m <sup>2</sup> /天	
		8,000 m <sup>2</sup>	0.8 元/m <sup>2</sup> /天	

(二) 向汇通集团租赁厂房的具体用途及对发行人的重要程度、未投入发行人的原因、是否能确保发行人长期使用、今后的处置方案等，是否对发行人资产完整和独立性构成重大不利影响

### 1、向汇通集团租赁厂房的具体用途及对发行人的重要程度

报告期内，汇通控股向控股股东汇通集团租赁厂房的用途包括了仓储、汽车声学产品及汽车造型部件喷涂产线的生产车间、员工食堂三类。

#### (1) 用作生产经营的租赁房屋

汇通控股 2020 年及 2021 年 1-6 月租赁汇通集团 3 号厂房用于汽车声学产品的生产，目前已搬迁至汇通控股在合肥市经开区方兴大道的自有厂区，目前租赁的 3 号厂房用于仓储，对公司的重要程度较低。

汇通控股 2022 年以来租赁汇通集团 1 号厂房用于喷涂生产线的建设，该等租赁厂房对公司后续生产经营具有一定的重要性，因此为保证租赁的稳定性，汇通控股与汇通集团签订租赁期为 10 年，且汇通集团、陈王保分别出具了专项承诺，确保汇通控股优先承租权和未来优先购买权。

## (2) 用作仓储及员工食堂的租赁房屋

汇通控股租赁 3 号厂房、综合楼由于仓储、公司后勤部门日常办公和员工食堂，由于该等租赁房屋不涉及生产，且对房屋结构、布局和使用性没有特殊要求，公司周边可替代的经营场所较多，因此该租赁房产对公司的重要程度较低，不属于公司生产经营所必需的主要厂房。

## 2、汇通集团持有厂房未投入发行人的原因

### (1) 汇通控股对承租房产不存在依赖

汇通控股在位于合肥市经开区百丈路、方兴大道的自有厂房共 7 宗，面积共计 4.21 万 $m^2$ ；汇通控股子公司海川部件在位于合肥市经开区始信路的自有厂房共 3 宗，面积共计 2.17 万 $m^2$ ；同时，本次募投项目拟在合肥市经开区方兴大道厂区建设“汽车饰件扩产建设项目”，规划建造研发综合楼和 2 号、3 号、4 号厂房，建成后预计新增房屋面积 4.79 万 $m^2$ 。

因此，汇通控股现有及拟建房屋能够基本满足公司总部日常办公和合肥市内的生产经营需求。汇通控股向汇通集团租赁的两间厂房和用于员工食堂的综合楼仅作为目前生产经营和仓储需求的补充，租赁使用的方式不会对公司的生产经营造成影响。

### (2) 符合汇通控股的资金使用规划

随着汇通控股业务规模的拓展和客户资源的开发，公司本着积极参与主机厂的产业生态建设、提升客户黏性的目标，已经分别在合肥市长丰县、安庆市、大

连市、芜湖市等多地紧邻主机厂总装产线新建或规划建设厂区，从而发挥客户协同和产业集群的优势。公司未来将根据业务发展和主机厂定点情况，持续增加生产投入，新建生产基地、购置生产设备、进行市场开拓及研发创新，因此需要将更多资金投入生产经营中。

同时，由于汇通集团成立时间早于汇通控股，公司发展初期是由汇通集团取得了合肥市经开区百丈路土地使用权及综合楼、1号及3号厂房的资产权属。如汇通集团将上述土地使用权及房屋评估作价并转让给汇通控股，预计将缴纳较高的税费，增加用地成本。

因此，向汇通集团租赁的房产未投入公司符合公司的资金使用规划，具有合理性。

### 3、是否能确保发行人长期使用及今后的处置方案

根据当前汇通控股与汇通集团签署的租赁协议，公司承租汇通集团房产的期限为10年，租赁期限截至2031年12月31日止，因此能够确保汇通控股长期使用。

租赁期间内，汇通控股按期缴纳租金并按约定用途使用房屋，租赁双方无任何违约行为，也未产生争议纠纷。根据公司实际控制人陈王保确认，汇通集团目前仅持有汇通控股、车之宝股权，无其他实际生产经营活动，且未来规划将一直作为控股集团职能不实际开展生产经营，因此汇通集团现有房产具有充裕的可供出租空间。

汇通集团及陈王保均出具专项承诺：“保证将遵守租赁合同之约定继续履行出租方义务，不提前解除租赁合同，不提前收回出租房屋；租赁期满后若汇通控股需要续租，同等条件下将享有优先承租权。如合同到期后汇通集团不与汇通控股续租的，汇通控股可按照自身发展规划和资金使用安排，向其他第三方租用房屋或购买汇通集团持有房屋。”

因此，汇通控股租赁汇通集团厂房不会对其资产完整和独立性构成重大不利影响。

综上，本所律师认为，发行人子公司海川部件对外出租房产原因合理、定价公允；发行人承租汇通集团房产的定价公允，相关房产具有房屋产权证书或其他权属证明文件，不存在权属瑕疵或纠纷。发行人同时存在租赁与出租房屋具有商业合理性；经汇通集团及陈王保出具的承诺，汇通控股租赁汇通集团房屋具有稳定性，且未来可按照自身发展规划和资金使用安排，向其他第三方租用房屋或购买汇通集团持有房屋，不会对发行人生产经营造成不利影响；汇通集团持有厂房未投入发行人具有合理的背景和商业逻辑。

## 八、问题 19.3 关于募投项目

根据招股说明书，发行人拟募集资金 81,025.98 万元，用于汽车饰件扩产建设项目、汽车车轮总成分装项目、数字化及研发中心建设项目、补充流动资金。其中，部分募投建设项目尚未取得土地使用权。

请发行人披露募投项目用地的计划、取得土地的具体安排、进度等，相关募投项目用地的合法合规性，土地取得是否存在重大不确定性。

请发行人说明：（1）结合报告期内发行人车轮总成分装的销售情况，不同产品的产能利用情况，论证汽车饰件扩产建设项目、汽车车轮总成分装项目投资金额的合理性；（2）结合报告期内公司研发投入金额、研发人员数量等情况，论证数字化及研发中心建设项目的必要性、合理性，与公司研发能力是否匹配；（3）相关募投项目投资与现有资产结构、资产规模的匹配性，发行人的经营模式是否将发生变更，对公司未来经营、财务的影响。

请保荐机构、申报会计师和发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

### 【更新回复】

（一）募投项目用地的计划、取得土地的具体安排、进度等，相关募投项目用地的合法合规性，土地取得是否存在重大不确定性

#### 1、发行人本次募投项目用地规划

发行人已在本次招股说明书之“第七节 募集资金运用与未来发展规划”之

“一、本次发行募集资金运用概况”之“（三）募集资金投资项目的土地取得情况”中补充披露如下：

“1. 发行人本次募投项目用地规划

发行人本次发行的募集资金拟投资项目之一“汽车饰件扩产建设项目”和“数字化及研发中心建设项目”。为了扩充发行人现有汽车造型部件的产能、提升产品研发能力，该项目建设内容为拟新建厂房、研发中心及相应配套设施，项目用地约 33,330 平方米（约 50 亩）。本项目拟选址地位于安徽省合肥市经开区方兴大道以南、蓬莱路以东地块，面积约 50 亩。

除上述土地使用计划外，公司其他募投项目均租用厂房建设，不涉及取得土地使用权。

2. 发行人取得土地的具体安排、进度和合规性情况

本次募投项目用地位于肥西县与合肥经开区交界处，国有土地属于合肥经开区管理区域，集体土地属于合肥经开区与肥西县合作区域（肥西县辖区）。截至本招股说明书出具之日，土地取得进展情况如下：

（1）经开区管理区域内的土地

合肥市自然资源和规划局与汇通控股于 2023 年 4 月 22 日签署了《国有建设用地使用权出让合同》，约定将出让宗地共计 1,922.19 平方米交付汇通控股使用，汇通控股于 2023 年 5 月 4 日支付了土地出让款项共计 738,120.96 元。2023 年 5 月 20 日，公司已取得了上述土地的使用权证书：

序号	权证号	权利人	座落	面积（m <sup>2</sup> ）	权利性质	用途	使用期限
1	皖（2023）合肥市不动产权第 1101414 号	汇通控股	经开区方兴大道南、蓬莱路东	416.08	出让	工业	2023.5.20-2073.5.19
2	皖（2023）合肥市不动产权第 1101419 号	汇通控股	经开区方兴大道南、蓬莱路东	1,506.11	出让	工业	2023.5.20-2073.5.19

（2）合肥经开区与肥西县合作区域内的土地

合肥经开区与肥西县合作区域内的约 47 亩土地已取得用地指标并完成招拍



挂流程。

2023年7月5日，肥西县自然资源和规划局出具了《肥西县自然资源和规划局国有土地使用权挂牌出让公告》（肥自然资规公告[2023]44号），经肥西县人民政府批准，肥西县自然资源和规划局决定以挂牌方式出让新港工业园31436.72平方米地块的国有土地使用权。

2023年8月3日，肥西县自然资源和规划局向发行人出具了《肥西县国有建设用地使用权挂牌出让成交确认书》，确定发行人为本次国有建设用地使用权挂牌出让地块（FX202344号）的受让人。2023年8月10日，肥西县自然资源和规划局与发行人签署了《国有建设用地使用权出让合同》（肥土合同出字[2023]38号），同意在2023年9月5日前将出让的共计31,436.72平方米宗地交付给发行人，国有建设用地使用权出让年期为工业用地50年，土地出让价款为12,071,701.00元。发行人已全额缴纳土地出让金。

### 3. 发行人取得土地不存在重大不确定性

汇通控股汽车饰件扩产、数字化及研发中心项目符合国家产业政策和合肥经开区的土地政策和城市规划要求。本次募投项目位于经开区管理区域内的土地已经取得土地使用权证书，位于合肥经开区与肥西县合作区域内的土地已完成招拍挂流程并签署土地出让合同。因此，发行人取得募投项目用地不存在不确定性。”

（二）结合报告期内发行人车轮总成分装的销售情况，不同产品的产能利用情况

#### 1、发行人车轮总成分装的销售情况及不同产品的产能利用情况

报告期内，公司主要产品及服务的产能利用率情况如下：

单位：小时

造型部件产能	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
理论工作时长	89,880	171,915	98,343	78,351
实际工作时长	77,972	155,880	79,137	58,631
产能利用率	86.75%	90.67%	80.47%	74.83%
声学产品产能	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度

理论工作时长	2,044	4,228	4,228	4,228
实际工作时长	1,769	3,620	3,731	3,253
产能利用率	86.57%	85.62%	88.25%	76.94%
<b>车轮分装产能</b>	<b>2023年1-6月</b>	<b>2022年度</b>	<b>2021年度</b>	<b>2020年度</b>
产能（万套）	170.22	271.03	244.36	217.47
产量（万套）	130.72	209.42	212.18	166.43
产能利用率	76.80%	77.27%	86.83%	76.53%

报告期内，公司主要产品和服务的产量、销量及产销率情况如下：

单位：万套/万件

产品	指标	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
汽车造型部件	产量	925.57	1,662.58	1,012.68	597.49
	销量	884.31	1,543.82	921.40	580.41
	产销率	95.54%	92.86%	90.99%	97.14%
汽车声学产品	产量	118.35	208.64	199.85	155.51
	销量	112.16	192.70	185.09	147.31
	产销率	94.77%	92.36%	92.62%	94.73%
车轮总成分装	产量	130.72	209.42	212.18	166.43
	销量	123.88	205.34	211.39	179.00
	产销率	94.77%	98.05%	99.63%	107.56%

报告期内，由于公司的产品为非标准化定制产品，规格型号众多，生产不同规格型号具体产品需要使用不同吨位的机器设备，且所耗用的设备工时也存在较大差异，因此公司实际生产的产能存在一定缺口，订单密集期需要将部分生产工序交付外协完成的情形。

随着公司业务规模的不断发展，目前汽车饰件产品的生产能力已无法满足市场和公司发展的需求，产能的瓶颈已经成为制约公司该业务发展的主要因素之一。

## 2、论证汽车饰件扩产建设项目、汽车车轮总成分装项目投资金额的合理性分析

公司聘请深圳大象投资顾问有限公司为本次汽车饰件扩产建设项目、汽车车

轮总成分装项目建设出具了可行性研究报告，经论证，公司已具备与上述项目建设、运营相关的生产、技术、管理、市场方面的成熟经验积累，并有稳定的业务积累和企业运作管理经验，以保证项目建设顺利实施。

上述项目投资规模的必要性和合理性如下：

**(1) 汽车零部件行业发展前景良好，有利于发行人消化新增产能**

汽车行业产业链长、覆盖面广、上下游关联产业众多，在国民经济发展中起到十分重要的作用。经过百余年的发展和演变，凭借跨度较长的产业链以及对上下游较强的带动效应，已经成为当今世界支柱产业之一。

目前，国家和地方出台了一系列支持汽车零部件行业做大做强的政策。通过宏观、财税、研发支持、关键技术引导等多层次支持汽车零部件企业发展及转型升级。从近几年政策分布看，国家对汽车零部件领域的产业发展引导方向主要有如下几类：鼓励新能源汽车关键部件的技术研发；鼓励绿色制造、清洁技术在零部件制造领域的应用；重推汽车安全技术、自动驾驶汽车零部件、智能网联技术的发展；调整进口关税刺激市场，提高企业核心竞争力、技术创新升级能力。

总体来看，随着国内汽车行业的不断成熟，政府将更加侧重行业中长期良性发展，不断巩固行业整体景气度，并逐渐加大对外开放，鼓励优秀的头部企业走出去。随着利好政策的落地实施，公司本次募投项目的实施将会享受政策红利，市场前景广阔。

**(2) 公司在手订单充足，与本次募投项目规模相匹配**

本次募投新增产能情况如下：

序号	项目名称	新增产能情况
1	汽车饰件扩产建设项目	预计新增格栅注塑产能 100 万个，饰条注塑产能 1200 万个，格栅烫印产能 50 万个
2	汽车车轮总成分装项目	
2-1	汽车车轮总成分装项目（安庆项目）	预计年新增产能 240 万套
2-2	汽车车轮总成分装项目（合肥新桥项目）	预计年新增产能 240 万套
2-3	汽车车轮总成分装项目（长丰项目）	预计年新增产能 400 万套

公司通过本次募投项目将不断扩大“主机厂同步设计开发”和“汽车外观造型类产品制造工艺”两大核心技术优势，实现技术创新及产能升级，进一步发挥规模经济效益，巩固公司行业地位、提升公司盈利能力。

#### 1) 汽车造型部件的已获取定点项目情况及与本次募投规模的匹配性

截至本补充法律意见书出具之日，公司汽车造型部件除已经量产项目，已获得比亚迪秦、奇瑞汽车、江淮汽车、长城汽车、集度汽车等多个车型的项目定点，汽车造型部件的主要定点项目进展及预计产量情况详见本补充法律意见书第二部分之“问题 1. 关于客户集中和业绩增长持续性”之“六、客户集中度较高的原因及是否符合行业特性……”之“（三）相关业务及业绩增长是否具有可持续性”。

本次募投项目预计将在未来 2-3 年后逐步投入运营，可较好地满足公司在手订单和定点意向业务需求。随着公司客户及项目的持续开发，未来有望获得更多客户的定点合作意向，可进一步夯实本次募投项目的产能消化。

因此，公司本次募投项目规模能够匹配汽车造型部件生产及销售的业务发展。

#### 2) 车轮总成分装业务与本次募投规模的匹配性

车轮总成分装业务模式是紧邻主机厂客户总装产线建立了轮胎分装配套产线，与整车厂商建立了紧密的合作关系，依据整车厂商的“长期合作协议”或“定点通知函”等战略合作文件，在主机厂厂区的规划之初就形成了较为稳定的客户互相依存关系。

截至本补充法律意见书出具之日，募投项目的进展情况如下：

项目	主机厂	项目进展	匹配整车厂建设项目
合肥新桥项目	蔚来汽车	1 期已开始运行	蔚来 F2 工厂 1 期已基本建成投产，规划整车年产约 40 万辆/年，对应车轮总成分装产能需求约为 160 万套/年
安庆项目	振宜汽车	1 期已开始运行	振宜汽车 1 期，规划整车年产约 15 万辆/年，对应车轮总成分装产能需求约为 75 万套/年； 振宜汽车 2 期正在建设，规划产能为 40 万辆/年，对应车轮总成分装产能需求约为 200 万套/年

长丰项目	比亚迪	1 期已开始运行	长丰比亚迪总规划产能约 132 万辆/年，对应车轮总成分装产能需求约为 528 万套/年。其中 1 期和 2 期已建成；3 期正在规划建设中
------	-----	----------	--

注：新能源汽车按照每台车对应 4 套车轮总成需求计算，燃油车按照每台车对应 5 套车轮总成需求计算

车轮总成分装业务与汽车造型部件生产销售的业务模式不同，车轮总成分装业务具有长期性、稳定性和较高的客户黏性，在主机厂建成并取得项目定点函和合作协议后，可以形成与主机厂长期的车轮总成分装业务合作。

因此，公司本次募投资项目规模能够基本匹配主机厂规划产能对应的车轮总成分装业务需求。

### （3）公司行业竞争优势为募投资项目顺利实施提供保障

#### 1) 公司拥有优质的客户资源和良好的市场前景

经过多年的快速发展与积累，公司已进入国内主流自主品牌主机厂的供应商配套体系，与各大整车制造企业建立了长期稳定的配套合作关系，主要包括比亚迪、奇瑞汽车、长城汽车、江淮汽车、捷豹路虎汽车及蔚来汽车等整车生产制造企业，优质的客户资源丰富了公司的内饰系统配套经验，是公司的核心竞争优势之一。

从行业来看，我国汽车产业变革加快，但我国仍然是最大的汽车消费市场，2021 年度，我国汽车产销量分别为 2,608.2 万辆和 2,628.5 万辆，同比增长 3.4% 和 3.8%，连续十三年蝉联全球第一。此外，2021 年度，我国新能源汽车销量 352.1 万辆，同比增长 157.5%，渗透率由 2020 年度的 5.4% 提高至 13.4%，呈持续高速增长态势，连续七年位居全球第一。在外部市场环境良好的背景下，汽车饰件产品市场前景广阔。

优质的客户资源和广阔的市场空间为新增产能消化提供了保障，为本次募投资项目成功实施提供坚实的市场基础。

#### 2) 公司拥有精湛的工艺积累和质量控制体系

多年来，公司在生产过程中一直追求完备的精益化生产模式，尤其在烫印、喷涂等方面积累了一套成熟可靠的生产工艺流程，制造的饰件产品获得下游客户

的高度认可，并进入主机厂的供应链体系。

同时，公司的主要生产制造和测试设备较为先进，并积极采用新工艺和定制化设备，以不断提升产品质量。公司始终以客户需求为原则，在生产过程中推行精益质量管理，按质量手册和程序文件等对产品形成的全过程进行控制，已通过 IATF16949 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系和 ISO45001 职业健康安全管理体系认证。公司出厂产品符合相关技术标准要求，建立了质量损失、过程控制、内外部使用表现、过程控制等系列质量绩效指标并按月度实施考核，形成了完整的质量管理体系，产品质量具备优势。

公司精湛的生产工艺和严格的质量控制体系能够为公司产品质量提供强有力的保障，为本次募投项目的顺利实施提供了坚实的基础。

### 3) 出色的产品协同开发能力为项目实施提供保障

随着汽车消费需求向多元化、个性化、时尚化的演变，每一新车型的市场生命周期正呈现出快速缩短的发展趋势，这就对主机厂新车型的设计研发时效性提出更高要求。为应对消费市场快速多变的需求，基于系统设计与整体解决方案的同步开发模式应运而生，并迅速成为全球汽车工业的主流发展方向。

近年来，公司继续加大科技创新力度，通过生产研发队伍的培育，汽车造型部件产品线多元化，不断融入整车配套体系，透彻理解整车设计的理念和需求，且能够根据主机厂的时间计划节点配合整车开发进度，在第一时间同步推出相应的设计方案和最终产品，从而在产业链的核心环节占据牢固的地位。

出色的产品设计能力和同步开发能力为公司赢得了优质的客户资源，夯实了市场基础，为本次募投项目产能的消化提供了良好保障。

(三) 结合报告期内公司研发投入金额、研发人员数量等情况，论证数字化及研发中心建设项目的必要性、合理性，与公司研发能力是否匹配

#### 1、报告期内公司研发投入金额、研发人员数量等情况

截至本补充法律意见书出具之日，公司的核心技术及其生产工艺共拥有 53 项专利，其中发明专利 9 项。

公司是国家高新技术企业、国家级专精特新“小巨人”企业、安徽省“专精特新”冠军企业、安徽省创新型试点企业，组建了安徽省汽车通用饰件工程技术研究中心、安徽省认定企业技术中心。公司是中国表面工程协会常务理事单位，与安徽工业大学合作制定表面处理专利技术和相关国际标准，与上海市科委、上海交通大学合作建设“上海市长三角科技创新项目示范工程——电镀重金属在线分离原位回用技术”项目。

### （1）研发投入情况

报告期内，公司的研发费用情况如下：

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
研发费用	1,510.77	2,307.26	1,519.87	1,140.06
营业收入	31,591.07	62,831.93	41,719.73	29,296.18
占比	4.78%	3.67%	3.64%	3.89%

报告期内，随着公司业务规模增长，研发投入逐年上升、研发投入占营业收入的比重保持稳定。

公司的研发费用主要包括了研发人员薪酬、研发材料费、研发设备折旧摊销、研发相关的加工和检测费用等。公司主要为针对客户产品需求的定制化研发和工艺革新，公司以客户和市场需求为导向，集中研发优势力量，以满足不同客户对产品的特定需求，研发投入针对性强、产品转化率较高。

### （2）研发人员情况

公司始终重视研发人才、技术人员的培养与储备工作，通过公司管理体制建设和员工激励计划，不断完善包括人才引进机制、员工培训与约束机制在内的人才选拔和培养体系，建立了技术中心作为独立的研发部门，其下设汽车装饰件工程技术部、汽车声学工程技术部、智能座舱工程技术部、工艺工程部和研发实验室5个部门，为公司研发创新提供保障。

报告期内，公司研发人员数量及占员工总数的比例如下：

岗位类别	2023.6.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
研发人员	112	13.49%	98	13.19%	50	8.56%	47	10.31%

员工总数	830	-	743	-	584	-	456	-
------	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---

公司研发人员人数及占比均逐年提升，截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有研发人员 112 名，占员工人数的 13.49%，在报告期内持续保持较高的研发投入水平，累计实现研发投入 6,477.96 万元。

## 2、数字化及研发中心建设项目的必要性、合理性，及与公司研发能力的匹配性分析

公司聘请大象咨询为本次数字化及研发中心项目建设出具了可行性研究报告，经论证，公司建设数字化及研发中心符合产业发展政策，设备供应、设备方案等均可满足项目建设所需。

项目建设的必要性和合理性如下：

### （1）研发设计是高端内外饰件行业的重要环节

汽车零部件行业对产品可靠性等性能指标要求严格且产品种类繁多。从产业的严格要求角度，汽车造型部件及汽车声学产品因与驾乘人员直接接触，对可靠性、安全性、无毒性、气味性都有严格的要求，产品制造包含注塑、喷涂、烫印、电镀、模压、发泡、水切割、干湿法顶棚生产等流程，由于参数设定等问题影响产品品质的可靠性与稳定性，研发设计产品时必须进行相应的试验检测。因此，为了进一步提高公司在汽车造型部件及汽车声学产品领域内的自主创新能力，提高公司产品的市场占有率，公司需加大研发投入。

本项目通过引进先进的实验设备和技术人员，扩大实验中心的检测范围及检测能力，满足公司主营产品实验需求；同时提高行业竞争能力，提升公司的材料研发水平和工艺改进能力，保证产品质量的可靠性和稳定性，进而提高公司的行业竞争能力。

### （2）研发中心的建设是加强公司技术研发实力的需要

公司作为高科技企业，持续发展的关键因素之一就是公司始终将新产品、新技术研发作为推动公司发展的原动力，并重视研发人员和工艺技术骨干的培养。长期不间断的技术研发和创新是公司在技术更新换代迅速、用户需求不断提高的



市场竞争中保持持续核心竞争能力的关键。鉴于“汽车颜值”已成为整车产品的重要竞争力，公司生产的神品不仅具有较高的定制化技术门槛，又有产品更新迭代较快的特征，需要不断进行技术积累。

本项目的实施，将通过新建研发中心、配备专门的人员和高端设备，利用公司长期以来在汽车造型部件及汽车声学产品制造方面积累的优秀技术成果，对相关技术进行系统性研究，提出更高的要求，应用于公司相关产品技术及工艺成果的再创新，形成公司技术体系上的良性循环，从而提高公司的整体研发水平，提高公司的核心竞争力，巩固和提高企业在行业中的优势地位。

### （3）数字化建设是提升产业链管理和服务水平的需要

信息技术是现代化企业管理和生产经营所必需的商业基础设施，随着公司业务规模的不断扩大、产品线的日益丰富，公司内部规范化管理运作的要求不断增强、外部与客户及供应商的产业链管理和服务水平也要不断提升。

本项目的实施，将为公司建立数字化管理平台，提升订单响应速度，实现各类信息数据在公司、客户和供应商之间的高效传递，增强公司全过程服务能力，进而有效提升企业经营效益及客户满意度，增强企业在汽车零部件行业的数字化核心竞争力。

综上所述，公司数字化及研发中心建设项目具有必要性和合理性，且与公司近年来快速增长的营业收入水平和研发投入相匹配。

（四）相关募投项目投资与现有资产结构、资产规模的匹配性，发行人的经营模式是否将发生变更，对公司未来经营、财务的影响

#### 1、相关募投项目投资与现有资产结构、资产规模的匹配性

本次募投项目实施前，发行人的固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备和办公设备及其他，目前使用状况良好。截至 2022 年 12 月 31 日，公司固定资产账面价值合计 20,358.91 万元，成新率 71.68%。

本次募投项目实施前，发行人的无形资产主要包括土地使用权、专利权、商标等，目前使用状况良好。截至 2022 年 12 月 31 日，公司主要无形资产的账面

价值合计 1,595.01 万元。

1) 发行人本次募投项目实施后，与现有资产结构及规模的差异分析

发行人本次募投项目总金额为 81,025.98 万元，其中用于项目建设的总投入金额为 49,025.98 万元。考虑“数字及研发中心建设项目”项目的研发人员费用、其他研发费和数据中心人员投入金额不予资本化，因此本次项目建成后拟资本化金额为 46,148.11 万元，形成新增固定资产 44,668.11 万元、新增无形资产 1,480.00 万元。

报告期各期及募集资金投资项目实施后，固定资产与无形资产的金额及占总资产比例比较分析如下：

单位：万元

项目	募投项目实施后		2023.6.30	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
固定资产	64,823.99	50.85%	20,155.88	24.34%
无形资产	5,873.51	6.97%	4,393.51	5.31%
合计	<b>70,697.50</b>	<b>54.83%</b>	<b>24,549.40</b>	<b>29.65%</b>

(续)

项目	2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
固定资产	20,358.91	24.75%	13,643.44	23.18%	11,829.17	25.69%
无形资产	1,595.01	1.94%	1,504.91	2.56%	1,530.81	3.32%
合计	<b>21,953.92</b>	<b>26.69%</b>	<b>15,148.35</b>	<b>25.74%</b>	<b>13,359.98</b>	<b>29.01%</b>

注 1: 假设募投项目的固定资产及无形资产为一次性投入，不考虑折旧摊销对账面金额影响；  
 注 2: 假设发行人“募投项目实施后”的固定资产及无形资产总额 46,148.11 万元，除募投项目投入外，不存在其他非流动资产新增投入；假设发行人“募投项目实施后”的补充流动资金 32,000 万元与研发费用支出 2,877.87 万元计入流动资产，除募投项目投入流动资产外，不存在其他新增流动资金投入。

本次募投项目实施后，非流动资产占比将有较大幅度提升。其中，公司因厂房建设、设备购置将导致固定资产金额和占比上升；公司研发费用金额不予资本化，因此无形资产金额有所增加，占比较募投项目实施前保持稳定。

(2) 发行人使用募集资金用作固定资产投资合理性

公司本次募投项目新增固定资产投资金额 44,668.11 万元，主要用于建造厂

房、购置设备和与固定资产建造相关的铺底资金，导致公司募投项目实施后固定资产金额上升。

### 1) 生产相关募投项目建设的固定资产投入情况

分募投项目投资情况来看，公司“汽车饰件扩产建设项目”主要针对汽车造型部件、汽车声学产品的产能扩充；“车轮总成分装项目”主要针对安庆、合肥、长丰三地车轮总成分装产线建设。上述募投项目中，固定资产投资共计 39,048.01 万元，具体结构如下：

建设投资类型	汽车饰件扩产建设项目		车轮总成分装（安庆项目）	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
<b>建设投资</b>	<b>23,717.51</b>	<b>82.6%</b>	<b>2,360.14</b>	<b>92.2%</b>
建筑工程费	15,647.30	54.5%	430.00	16.8%
设备购置费	6,598.00	23.0%	1,730.00	67.6%
安装工程费	329.90	1.1%	86.50	3.4%
工程建设其他费用	451.50	1.6%	44.93	1.8%
预备费	690.80	2.4%	68.71	2.7%
<b>铺底流动资金</b>	<b>5,000.00</b>	<b>17.4%</b>	<b>200.00</b>	<b>7.8%</b>
<b>项目总投资</b>	<b>28,717.51</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,560.14</b>	<b>100.0%</b>

（续）

建设投资类型	车轮总成分装（合肥新桥项目）		车轮总成分装（长丰项目）	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
<b>建设投资</b>	<b>4,012.98</b>	<b>95.3%</b>	<b>3,357.38</b>	<b>94.4%</b>
建筑工程费	800.00	19.0%	1,080.00	30.4%
设备购置费	2,876.00	68.3%	2,015.00	56.6%
安装工程费	143.80	3.4%	100.75	2.8%
工程建设其他费用	76.40	1.8%	63.92	1.8%
预备费	116.78	2.8%	97.71	2.7%
<b>铺底流动资金</b>	<b>200.00</b>	<b>4.7%</b>	<b>200.00</b>	<b>5.6%</b>
<b>项目总投资</b>	<b>4,212.98</b>	<b>100.0%</b>	<b>3,557.38</b>	<b>100.0%</b>

汽车饰件扩产建设项目购置设备包括了注塑线、烫印线和相关环保设备。其中，购置较大吨位的注塑机能够更好的适应汽车格栅等大体积汽车造型部件的生产，有效提升生产效率、降低注塑工艺的外协比例；购置烫印产线有利于稳定公司烫印在行业内的先发性技术优势，补充目前烫印产能紧张的现状。

车轮总成分装项目购置的设备主要为自动化汽车车轮装配产线，能够将轮

胎、轮毂、胎压传感器等自动化进行组装，并通过对轮胎平衡性、胎压等模块的检测和调试，在合成层面提升车轮的静平衡、动平衡和偶力测量，有效控制整车噪音和颠簸、并提升车辆的稳定性和安全性。

因此，公司本次生产相关募投项目投入的固定资产均考虑了公司实际需求，并与主营业务高度相关，具有合理性。

## 2) 研发相关募投项目建设的固定资产投入情况

公司数字化及研发中心建设的募投项目中，固定资产投资金额共计 5,620.10 万元，主要为研发中心、技术中心房屋建造、相关硬件设施购置及安装费用。

数字化及研发中心建设项目购置的研发相关的硬件设备类型及用途如下：

项目	设备类型	主要设备用途及效果
研发中心	环境可靠性测试设备	包括凝露测试、温度冲击测试、烟雾测试、耐气体腐蚀、碰撞测试、跌落测试等，能够提升产品材料及结构在使用环境中的稳定性和安全性
	物理性能测试	包括拉伸性能、密度测量、附着力测试、耐刮擦测试等，能够提升产品的物理性能
	理化试验设备	包括防水等级试验、电机综合测试、紫外及氙灯老化试验、机械式加速度冲击试验、弹簧疲劳试验等，能够提升产品质量和安全性能，并有效延长使用寿命
	NVH 检测设备	包括汽车内饰材料的燃烧性能测试，NVH 混响、消音等声学测试，有效提升汽车声学产品的隔音降噪功效，确保驾乘舒适度
数字中心	公司数字化管理设备	通过购置服务器、系统容灾服务器及存储设备、交换机、上网行为管理、WAF 防火墙、安全网关、监控系统等设备，提升公司数字化运行和管理水平

上述研发中心和数字中心设备均围绕主要产品开发和公司管理提升，本次研发相关募投项目投入的固定资产均考虑了公司实际需求，并与主营业务和公司管理高度相关，具有合理性。

### (3) 发行人使用募集资金用作无形资产购置的合理性

公司本次募投项目新增无形资产投资金额 1,480.00 万元，主要用于购置数字化研发中心的研发软件设备和数字中心软件设备，导致公司募投项目实施后无形资产金额上升。

公司购置的汽车零部件专用研发软件，能够有效提高产品研发效率和试验检测能力，促进公司汽车造型部件的外观设计、材料研发和工艺改进，有助于提高

公司的自主研发能力、加快和整车厂同步研发速度、缩短产品研发周期，从而促进公司技术研究和产品设计向更高更深层次发展。

公司购置的数字中心软件，能够加强数字化管理平台的建设。从外部产业链协同建设方面，能够有效提升订单响应速度，实现各类信息数据在公司、客户和供应商之间的高效传递，从数据管理的角度加强业务部门对产业链的控制能力，增强公司全过程服务能力，进而有效提升企业经营效益及客户满意度；从内部数字化管理建设方面，能够为公司搭建协同办公系统，降低内部各部门信息沟通成本，进一步规范公司内部控制水平、提高运作效率。

## 2、本次募投项目实施后，公司经营模式不会发生变更

本次募投项目实施后，如不考虑生产经营因素、也不考虑资产的折旧摊销，仅计算本次募集资金投入对资产结构变动的的影响，公司固定资产、无形资产合计占总资产比重将从 2022 年 12 月 31 日的 26.78%增加至 54.51%。

通过本次募投项目的实施，公司不仅能够提升主营业务的承接能力、生产效率及装备水平等综合实力，还可以有效提高研发创新能力和信息化管理水平。因此，公司募投项目是对现有经营模式的扩充和优化，募投项目实施后，业务模式不会发生改变。

## 3、本次募投项目实施对公司未来经营、财务的影响

本所律师已在《补充法律意见书（二）》中就本问题进行回复，截至本补充法律意见书出具之日，本所律师关于该问题的回复意见未发生变化。

## 九、问题 19.4 关于技术开发合同

根据申报材料：2019 年 10 月 31 日，汇通控股与安徽工业大学签订《技术开发（合作）合同》，约定双方共同研究开发汽车装饰镀工艺开发和电镀国际标准研究项目。

请发行人说明：技术开发合同的相关情况，签订背景及知识产权约定及归属情况，在发行人生产经营中所起的作用。

请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

### 【更新回复】

本所律师已在《补充法律意见书（二）》中就本问题进行回复，截至本补充法律意见书出具之日，本所律师关于该问题的回复意见未发生变化。

## 第三部分 第二轮反馈内容的更新

### 一、问题 1. 关于客户集中

根据问询回复：（1）一旦成为主机厂的合格供应商，双方会保持相对稳固的长期合作关系，报告期各期公司减少客户数量分别为 2、1、2；（2）规模采购发行人格栅的主要客户，向发行人采购占比均在 30%左右或以上；（3）除比亚迪、长城汽车存在顶棚、地毯产能，奇瑞汽车存在车轮总成分装产能外，客户自建产能与发行人业务无重大重合；（4）2022 年发行人获取了新客户大众安徽、集度汽车、零跑汽车的产品定点，成功获取了蔚来汽车萤火虫项目汽车声学产品的项目定点；（5）发行人前五大客户销售占比为 89.51%、93.79%、96.35%，高于行业可比公司；（6）发行人于 2019 年进入比亚迪供应商名录，报告期内比亚迪占发行人主营业务收入比例从 4.02%增长至 53.45%，并成为其 2022 年第一大客户。

请发行人说明：（1）报告期内减少客户的名称、合作年限、不再合作的原因，报告期各期对减少客户的销售产品和销售收入，客户集中度高于行业可比公司的原因，是否存在大客户依赖及对持续经营是否存在不利影响；（2）发行人主要客户向发行人采购的格栅、饰条、声学产品、车轮总成分装等占其同类采购需求的比例，相关产品的主要竞争对手情况，结合上述比例分析发行人产品的竞争优势；（3）主要客户是否存在格栅、饰条等与发行人业务重合的在建项目或自产计划，对其持续销售是否存在重大不利影响；（4）报告期内已形成收入的项目定点、产品是否存在收入增速放缓、收入下滑等情形，对应的模具是否充分计提减值；新获取的项目定点、产品的进展情况；（5）结合发行人对比亚迪等主要客户的具体获客过程、报告期内发行人对主要客户的收入增长比较情况等，说明发行人相较于其他零部件供应商的比较优势，进入比亚迪供应商名录后短期内销售收入大幅

增长的合理性及未来持续性，是否存在潜在利益安排；同时结合客户获取过程、相应准入程序及认证时间、量产周期等情况，说明发行人新客户拓展是否存在难度及障碍，相关风险揭示是否充分。

请保荐机构、申报会计师和发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

**【更新回复】**

（一）报告期内减少客户的名称、合作年限、不再合作的原因，报告期各期对减少客户的销售产品和销售收入，客户集中度高于行业可比公司的原因，是否存在大客户依赖及对持续经营是否存在不利影响

1、报告期内减少客户的名称、合作年限、不再合作的原因，报告期各期对减少客户的销售产品和销售收入

报告期内，销售金额 50 万以上退出客户数量及对应的销售收入情况如下：

单位：万元

客户变动	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期减少客户数量（家）	-	2	1	2
减少客户前一年销售金额	-	1,090.96	725.20	426.30
减少客户占前一年销售金额比例	-	2.64%	2.51%	1.63%

上述退出客户报告期内销售收入情况如下：

单位：万元

客户名称	主要销售产品种类	报告期销售收入			合作年限	不再合作原因
		2022 年	2021 年	2020 年		
<b>2020 年较 2019 年减少客户</b>						
浙江德浩实业有限公司	汽车造型部件	-	-	-	2017-2019	通过该客户向众泰汽车配套，因众泰汽车停产，故不再合作。
江苏金坛汽车工业有限公司	汽车造型部件	-	-	-	2017-2019	通过该客户向众泰汽车配套，因众泰汽车停产，故不再合作。
<b>2021 年较 2020 年减少客户</b>						

客户名称	主要销售产品种类	报告期销售收入			合作年限	不再合作原因
		2022年	2021年	2020年		
湖北大冶汉龙汽车有限公司	汽车造型部件、模具	-	-	725.20	2019-2020	一级配套，因汉龙汽车停产，故不再合作。
<b>2022年较2021年减少客户</b>						
常春饰件	汽车造型部件	-	794.66	1,325.62	2017-2021	公司重点开拓并服务主机厂客户，对一级供应商客户业务量逐渐减少，2021年双方合作终止。
常州市佳乐车辆配件制造有限公司	汽车造型部件	-	296.30	606.57	2019-2021	通过该客户向长城汽车配套，因配套车型停产，故不再合作。

综合来看，报告期内退出客户对应的销售收入较小，减少客户前一年销售金额占减少当年收入比例分别为 1.63%、2.51%和 2.64%，对发行人经营无重大不利影响。

## 2、客户集中度高于行业可比公司的原因

报告期内，同行业公司前五大客户销售占比如下：

可比公司	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
金钟股份	未披露	71.02%	77.76%	82.54%
拓普集团	未披露	63.45%	62.82%	62.18%
福赛科技	未披露	87.18%	87.93%	86.85%
可比公司平均值	不适用	73.88%	76.17%	77.19%
发行人	94.14%	96.35%	93.79%	89.51%

同行业可比公司的客户集中度高较为普遍，发行人 2020 年客户集中度与金钟股份、福赛科技较为接近，2021 年开始相对高于同行业可比公司，主要原因在于对比亚迪销售收入快速增加。除此以外，其他影响发行人客户集中度较高的因素如下：

发行人高于金钟股份和福赛科技，主要原因在于发行人属于一级供应商，客户主要为各主机厂，而根据公开信息披露，金钟股份、福赛科技前五大客户主要为一级供应商。



发行人高于拓普集团，主要原因在于拓普集团是汽车零部件头部企业，业务较广，客户多，规模大，其主要产品包括内饰功能件、底盘系统、减震器、热管理系统和汽车电子等。

### 3、是否存在大客户依赖及对持续经营是否存在不利影响

报告期内，发行人存在客户集中度较高的情形，但对持续经营不存在重大不利影响。具体如下：

#### (1) 发行人的主要客户优势显著，具有较强的竞争实力

报告期内，发行人对主要客户比亚迪和奇瑞汽车的销售占比较高。其中，比亚迪为我国新能源汽车的龙头企业，2022年已超越特斯拉成为全球新能源汽车销量冠军；奇瑞汽车是我国汽车出口的代表性企业，已连续20年位居中国自主品牌汽车出口第一名。

根据中汽协发布的数据，在2022年及2023年1-6月汽车销量排名前十位的企业（集团）中，比亚迪和奇瑞汽车分居增长率前两位，具体分析如下：

单位：万辆

厂商	2022年销量	同比增长	厂商	2023年1-6月销量	同比增长
上汽	519.2	-3.2%	上汽	202.1	-7.4%
一汽	320.4	-8.5%	一汽	154.0	2.0%
东风	291.9	-10.9%	<b>比亚迪</b>	<b>125.6</b>	<b>94.2%</b>
广汽	243.5	13.6%	长安	121.6	8.0%
长安	234.6	2.0%	广汽	116.6	1.4%
<b>比亚迪</b>	<b>186.9</b>	<b>150.9%</b>	东风	107.3	-26.1%
北汽	145.3	-15.7%	北汽	81.9	22.2%
吉利	143.3	7.9%	<b>奇瑞</b>	<b>74.1</b>	<b>56.3%</b>
<b>奇瑞</b>	<b>123.0</b>	<b>28.2%</b>	吉利	69.4	13.1%
长城	106.8	-16.7%	长城	51.9	0.1%

可以看出，比亚迪和奇瑞汽车均为兼具业务规模和高成长性的汽车企业，从零部件供应商角度来看，与之合作的前景较好，风险较低，对发行人的持续经营不存在重大不利影响。

#### (2) 发行人选择实施大客户战略有利于公司业务发展和风险管控

汽车产业具有车型开发周期长、前期投入大的特征，零部件供应商需要持续投入，而其收入、利润则要等到车型量产之后才可实现。因此，选择优质客户进行合作，集中资源对合适的项目进行投入，才能取得收益最大化，并能有效控制风险。

中国汽车工业主机厂数量较多，不同主机厂对供应商的要求存在差异，供应商需要经过严格的认证才能进入其配套体系；在日常合作中，供应商也需要在项目开发、质量控制、成本管控、供货响应速度、企业文化等多方面投入人力物力，方能维系与主机厂的有效对接。因此，大客户战略在汽车零部件行业较为普遍，对于合适的客户，尽量提高对其配套比例，是提升效率的优先选择。

### （3）发行人与现有主要客户的业务合作具有广阔的市场前景

发行人报告期内对比亚迪车型的配套相对集中于王朝系列的宋和汉，随着双方合作的逐步深入，发行人对比亚迪的配套新产品包括主力车型秦 PLUS DM-i 冠军版和元 PLUS 冠军版，并取得了海豚、海豹、海狮等海洋系列的饰条类产品定点；此外，发行人进一步拓展了比亚迪唐和仰望系列的高端车型。

发行人对奇瑞汽车配套涵盖从燃油车到新能源车的多款主力车型，产品线也从格栅和汽车声学产品拓展至保险杠总成、四门护板总成、顶饰板总成、电机包、底护板等；同时，发行人在奇瑞汽车总部芜湖、大连出口基地和福州生产基地就近建设配套项目，除汽车造型部件外，汽车声学产品配套量将大幅增加。

除比亚迪和奇瑞汽车外，发行人对长城汽车的配套业务同样具有广阔的市场前景。2023 年量产的产品包含了格栅、副仪表板饰条、汽车声学产品行李箱盖板等，配套车型包括长城汽车的重要战略新车型枭龙 MAX。

### （4）除现有客户外，发行人正在逐步拓展新客户

报告期内，发行人成功实现了向新客户捷豹路虎、零跑汽车等的产品开发和销售。发行人已实现的新客户定点包括大众安徽、集度汽车、蔚来汽车等，其中，大众安徽的新定点产品包括行李箱备胎盒和轮罩；集度汽车的新定点产品包括底护板总成、轮罩总成和前围外隔音隔热垫；蔚来汽车的新定点产品包括汽车声学

产品系列及车轮轮罩等。

(5) 发行人汽车造型部件的制造能力保证了对主要客户的稳定供应

发行人主要产品汽车造型部件的工艺路线较长,生产环节较多,除注塑成型、焊接、覆胶、装配等工艺外,还需要专业的表面处理技术,包括烫印、电镀、喷涂等;同时,由于汽车造型部件外形结构的复杂性,以及需满足耐高低温、耐酸性盐雾、耐溶剂、耐冲击、耐光老化等多项性能要求,汽车造型部件的材料具备多样性,生产工艺受材料、湿度、温度等方面因素影响较大。因此,汽车造型部件的制造工艺积累较为缓慢。

发行人通过长期积累形成的工艺沉淀,保证了大规模的汽车造型部件生产能力,在主要客户需求大幅增加的情况下确保了稳定的零部件供应。

综上所述,发行人现有客户集中度较高,是实施大客户战略的体现,这在汽车零部件行业较为普遍;发行人主要客户比亚迪、奇瑞汽车等均为兼具业务规模和高成长性的汽车企业,发行人与其合作存在较大的发展空间;发行人具备新客户拓展能力,报告期内正持续形成新客户的项目定点;同时,发行人长期的工艺积淀保证了对客户的稳定供应。因此,发行人对大客户不存在依赖,客户集中度较高对发行人持续经营不存在重大不利影响。

(二) 发行人主要客户向发行人采购的格栅、饰条、声学产品、车轮总成分装等占其同类采购需求的比例,相关产品的主要竞争对手情况,结合上述比例分析发行人产品的竞争优劣势

1、格栅

(1) 格栅占主要客户需求比重

报告期内,经向客户访谈,并经查询相关数据验证,发行人主要客户向发行人采购的主要零部件及服务占其同类采购需求的比例情况如下:

单位:万辆/万套

主机厂*	项目	2023年 1-6月	2022年 1-6月	2022年 度	2021年 度	2020年 度
比亚迪	混合动力汽车+燃油	63.14	31.97	95.89	41.04	28.54

	车销量					
	发行人乘用车格栅销量	18.73	17.25	53.40	8.58	0.71
	发行人占比	29.66%	53.96%	55.69%	20.90%	2.48%
奇瑞汽车	总汽车销量减去新能源汽车销量	70.14	37.41	99.99	85.29	68.70
	发行人乘用车格栅销量	12.55	15.00	28.61	35.98	25.21
	发行人占比	17.89%	40.10%	28.61%	42.19%	36.70%
江淮汽车	乘用车销量减去纯电动乘用车销量	9.57	4.58	10.57	11.83	10.89
	发行人乘用车格栅销量	4.59	3.42	5.92	6.73	5.79
	发行人占比	47.96%	74.67%	56.00%	56.88%	53.17%
振宜汽车	乘用车销量	-	-	-	-	-
	发行人乘用车格栅销量	6.39	2.71	8.26	0.65	-
	发行人占比	-	-	-	-	-

注 1：按照中国汽车工业协会的统计数据，国内新能源汽车中混合动力汽车基本为插电式混合动力，因此混合动力汽车数量按插电式混合动力计算；因发行人格栅应用于燃油车和混合动力汽车，客户格栅需求按照燃油车+混合动力汽车销量计算，或按乘用车销量剔除纯电动汽车销量计算；

注 2：报告期内长城汽车向发行人采购格栅较少，未做计算；振宜汽车缺乏年度销量数据，无法计算采购比例，仅列示向发行人采购量；

注 3：比亚迪格栅需求量按公布的燃油车+混合动力汽车销量计算；江淮汽车公开信息披露其新能源车型均为纯电动车，因此直接将其进行扣除；

注 4：因无法获得奇瑞汽车明细车型数据，此处按总销量减新能源汽车销量估算格栅需求量。

2023 年上半年，公司在比亚迪、奇瑞汽车等客户的销量仍同比上升，但市场占有率有所下降，主要原因在于随着比亚迪、奇瑞汽车的销售规模快速扩大，其市场地位显著提升，加大了对供应商的引进力度，同时，结合公司产能限制及客户产品结构的变化等，导致公司的占有率有所下降。

## （2）格栅产品的主要竞争对手情况

主机厂对汽车造型部件供应商一般按电镀和烫印工艺进行分类，报告期内，发行人主要客户的主要零部件供应商名单如下：

客户名称	工艺	客户对应的主要供应商
比亚迪	电镀	广东中骏森驰汽车零部件有限公司、深圳市金源康实业有限公司、深圳市民达科技有限公司、深圳市港鸿信电子有限公

		司、江阴市羽项汽车饰件有限公司等。
	烫印	湖南浩润汽车零部件有限公司、武汉名杰模塑有限公司、江阴市羽项汽车饰件有限公司。
奇瑞汽车	电镀	宁波四维尔工业有限责任公司、台州美辰汽车零部件有限公司、浙江祥盛汽车科技有限公司
	烫印	宁波四维尔工业有限责任公司、浙江祥盛汽车科技有限公司
江淮汽车	电镀	宁波恒运汽车零部件有限公司
	烫印	宁波恒运汽车零部件有限公司
长城汽车	电镀	宁波四维尔工业有限责任公司、沈阳道达汽车饰件有限公司、宁波华德汽车零部件有限公司、上海瑞尔实业有限公司、天津市福奇特汽车零部件有限公司、天津市精美特表面技术有限公司、天津敏信汽车零部件有限公司
	烫印	宁波四维尔工业有限责任公司

查询上述主要供应商的信息等主要情况如下：

序号	公司名称	注册资本	主要产品	财务数据
1	广东中骏森驰汽车零部件有限公司	5,000 万元	汽车内外饰表面处理件	无公开信息
2	深圳市金源康实业有限公司	1,000 万元	塑胶水电镀、真空电镀、五金电镀、五金钝化处理、化学镀、纳米电镀等配套服务	无公开信息
3	深圳市民达科技有限公司	1,300 万元	注塑件，电镀件	无公开信息
4	深圳市港鸿信电子有限公司	1,000 万元	汽车内、外饰件哑铬、光铬等高品质水电镀加工以及汽车总成装配等	无公开信息
5	江阴市羽项汽车饰件有限公司	5,000 万元	塑胶注塑、电镀装饰件	无公开信息
6	湖南浩润汽车零部件有限公司	2,600 万元	高光免喷涂格栅，高光 ABC 外装饰板，格栅烫印，双色成型，车门内扣手，外饰板等	无公开信息
7	武汉名杰模塑有限公司	6,600 万元	汽车保险杠，防擦条，门槛条，骨架，外饰件等	母公司模塑科技（000700）2022 年总资产 93.24 亿元，实现营业收入 76.64 亿元
8	宁波四维尔工业	12,100 万元	汽车内外饰件系列（标牌，	母公司广东鸿

序号	公司名称	注册资本	主要产品	财务数据
	有限责任公司		格栅, 车轮盖, 装饰条、出风口, 除霜器, 门扣手, 挡板, 仪表板等), 其他汽塑件系列(发动机罩, 导流板, 其他塑料件等)等	图(002101) 2022年总资产91.47亿元, 实现营业收入66.72亿元
9	台州美辰汽车零部件有限公司	5,000 万元	扰流板等	无公开信息
10	浙江祥盛汽车科技有限公司	3,080 万元	汽车标牌、散热格栅、车身装饰板、车身标识薄膜、车身装饰彩条等	无公开信息
11	宁波恒运汽车零部件有限公司	150 万元	汽车格栅, 标牌, 装饰条及其他塑料内饰件等	无公开信息
12	沈阳道达汽车饰件有限公司	6,500 万元	汽车外饰件、塑料产品电镀(标牌、格栅、前保饰条、夜视摄像头支架、装饰条、装饰框、装饰罩等)	母公司模塑科技(000700) 2022年总资产93.24亿元, 实现营业收入76.64亿元
13	宁波华德汽车零部件有限公司	9,586.1064 万元	汽车电器开关、保险丝盒、法兰组件、电机以及电机组件、汽车内外饰、隐藏式门把手等	无公开信息
14	上海瑞尔实业有限公司	5,000 万元	前空气弹簧及电控减震器总成、车身高度传感器、发动机罩盖、格栅、标牌、门把手、阀体、涡轮增压机壳/叶轮、控制臂、铰链支架、轴承座等	无公开信息
15	天津市福奇特汽车零部件有限公司	2,000 万元	外门把手	无公开信息
16	天津市精美特表面技术有限公司	4,886.19 万元	汽车类、电子类、生活用品类产品的表面处理及配套的注塑与表面涂装件	无公开信息
17	天津敏信汽车零部件有限公司	1,321 万美元	格栅, B柱C柱盖板, 内饰扶手, 中控, 音箱配件, 电动尾门支架, 门把手等	无公开信息

注 1: 数据来源于盖世汽车研究院、同花顺 iFIND。由于发行人主要竞争对手大都为非上市企业, 未查询到资产、收入、人员数据和服务的整车厂;

注 2: 广东鸿图的业务包括铸件制造、注塑制造、汽车改装等, 其中以铸件制造业务为主。资料来源于广东鸿图 2022 年报;

注 3: 模塑科技是一家专业从事轿车保险杠汽车装饰件生产与经营的企业, 主要产品是轿车

的保险杠、门槛等汽车外饰件。资料来源于模塑科技 2022 年报。

### (3) 发行人格栅产品的竞争劣势

格栅产品结构和制造工艺较为复杂，涉及到注塑成型、烫印、电镀、喷涂、焊接、覆胶、装配等工艺，一般由多个部件组合而成。

#### 第一、发行人格栅业务的竞争优势

##### ① 长期从事格栅业务积累的成功案例和市场声誉

时尚美观的外形是畅销车型不可或缺的元素，而格栅是汽车颜值的重要体现。在主机厂对供应商的选择过程中，历史上的成功案例是重要的考虑因素。发行人长期从事格栅业务，为主要客户打造了多款引领中国汽车市场的畅销车型格栅，发行人为奇瑞汽车配套的瑞虎 8 PLUS 在由中央广播电视总台主办的“2020 中国汽车风云盛典”上荣获“评委会年度创新大奖”；发行人为奇瑞汽车配套的瑞虎 7 荣获 2022 年中国品牌 A 级 SUV 出口冠军；2022 年发行人为比亚迪配套的比亚迪宋 PLUS DM-i 获得当年中国 SUV 车型销量冠军，比亚迪汉荣获自主品牌中高级轿车销量第一名。

##### ② 拥有完善精湛的表面处理技术

在市场竞争压力下，主机厂对供应商技术的全面性要求越来越高。发行人拥有完善精湛的汽车饰件表面处理工艺技术，是集烫印、喷涂、电镀、PVD、丝网印刷、转印、滴注等表面处理工艺为一体的综合技术方案提供商，是中国表面工程协会常务理事单位，与安徽工业大学合作制定表面处理技术的国际标准，长期以来形成的深厚工艺技术积淀，获得客户的认可并形成较深护城河。

##### ③ 烫印工艺具有先发优势

发行人开发汽车零部件烫印工艺超过 10 年，先后与江淮汽车、奇瑞汽车、长城汽车、比亚迪等自主品牌合作，积累了丰富的烫印产品开发经验。通过多年技术工艺积累，发行人现已建立完备的烫印产品开发流程，拥有自主的烫印产品设计标准和生产质量控制标准，在烫印面夹角、阶梯状复杂结构等方面具备独特技术优势，在烫印工装设计开发上拥有自主专利技术。2022 年，发行人烫印类

汽车造型部件产品已形成较大业务规模，占据发行人汽车造型部件业务量的 30% 左右。考虑到烫印工艺节能环保是未来的发展趋势，发行人的竞争优势将更加明显。

#### ④ 快速响应协同能力

自主品牌汽车多年来处于市场追赶地位，随着近年来自主品牌的市场竞争力提升，新车型推出较多，其主机厂对上游供应商的响应速度提出了较高要求。发行人自成立之日起，便扎根自主品牌汽车市场，在长期合作中全方位打造了以客户需求为核心的企业文化，建立了从产品开发到供货的快速响应。以奇瑞汽车瑞虎 8 项目为例，发行人协同奇瑞项目组在短时间内完成了从模具开发、工艺开发到产品制造的全流程快速响应，该项目被奇瑞汽车誉为“格栅精神”。此外，在 2021 年至今比亚迪汽车销售快速增长的过程中，发行人克服交付量大、品类多、质量要求高等挑战，高效完成了向比亚迪的供货任务，为客户创造了价值，赢得了信誉。

#### ⑤ 质量和成本管控能力

发行人对汽车造型部件各工艺环节全面坚持自主建设，并形成了深厚的工艺技术积淀，因此，发行人对各工艺环节的质量和成本管控水平逐渐得到提升。以烫印工艺为例，通过多年技术工艺积累，发行人现已建立完备的烫印产品开发流程，拥有自主的烫印产品设计标准和生产质量控制标准，在烫印面夹角、阶梯状复杂结构等工艺难点方面做到有效确保产品质量。稳定的生产质量促进了成本降低，提升了发行人的竞争优势。

### 第二、发行人格栅业务的竞争劣势

#### ① 业务布局具有区域性

发行人目前的生产基地主要分布在合肥市。截至本补充法律意见书出具之日，发行人在大连、福州、芜湖等地正在建设新的生产基地，用以配套服务周边的主机厂，进一步提升公司快速响应能力和覆盖范围。随着以上生产基地陆续建成投产，公司汽车造型部件业务规模将有较大提升。



## ② 尚未大规模进入合资、外资品牌的供应链

发行人目前的客户以自主品牌为主。考虑到合资及外资品牌仍占据我国汽车市场较大的份额，发行人汽车造型部件业务仍有较大的拓展空间。

### (4) 发行人格栅产品在相关供应商体系内的地位

①比亚迪：发行人报告期在比亚迪格栅采购中的占比分别为 2.48%、20.90%、55.69%和 29.66%，特别是 2022 年在比亚迪销量快速增长的情况下保障了供货，占比亚迪格栅采购超过一半，代表该客户对发行人格栅品质和供应能力的认可。

②奇瑞汽车：发行人报告期在奇瑞汽车格栅采购中的占比分别为 36.70%、42.19%、28.61%和 17.89%，维持在 30%左右的水平，发行人是奇瑞汽车格栅重要的供应商。

③江淮汽车：发行人报告期在江淮汽车乘用车格栅采购中的占比分别为 53.17%、56.88%、56.00%和 47.96%，采购占比均占半数左右，发行人在江淮汽车格栅供应商中地位较高。

④振宜汽车：发行人 2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月对振宜汽车乘用车格栅销售分别为 0.65 万套、8.26 万套和 6.39 万套，发行人目前为振宜汽车格栅独家供应商。

### (5) 发行人格栅产品的市场发展空间

发行人格栅产品在主要客户采购占比较高，其市场发展空间主要包括：

#### ① 现有客户的高成长性

发行人格栅的主要客户比亚迪和奇瑞汽车，根据中汽协发布的数据，在 2022 年及 2023 年 1-6 月汽车销量排名前十位的企业(集团)中，比亚迪增长率为 150.9% 和 94.2%，奇瑞汽车增长率为 28.2%和 56.3%，居增长率前两位。随着客户汽车销量的持续增长，发行人的格栅会面临较快的市场需求空间。

#### ② 新客户的拓展

发行人具备通过主机厂认证的能力，同时，发行人已为客户多款主力畅销车

型配套格栅，具备一定市场影响力。报告期内，发行人已成功开拓比亚迪、大众安徽、集度汽车、零跑汽车等客户，随着新客户的不断开拓，发行人格栅会面临更广阔的市场空间。

## 2、饰条

### (1) 饰条占主要客户需求比重

由于饰条种类较多，且不同车型的饰条布局相差较大，以不同客户选取不同饰条来计算发行人饰条占客户需求的比重，具体如下：

单位：万辆/万套

主机厂	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
比亚迪	整车销量	125.56	186.85	74.01	42.70
	发行人前保险杠饰条销量	35.45	70.72	31.02	-
	发行人占比	28.23%	37.85%	41.91%	-
奇瑞汽车	整车销量	74.14	123.27	96.19	73.00
	发行人尾门饰条销量	5.69	16.98	17.56	10.62
	发行人占比	7.67%	13.77%	18.26%	14.55%
江淮汽车	整车销量	27.88	50.04	52.42	45.34
	发行人尾门饰条销量	1.22	2.38	2.59	2.13
	发行人占比	4.38%	4.76%	4.94%	4.70%
长城汽车	整车销量	51.92	106.75	128.10	111.16
	发行人仪表罩饰条销量	4.73	14.94	20.08	20.60
	发行人占比	9.11%	14.00%	15.68%	18.53%

### (2) 饰条产品的主要竞争对手情况

由于饰条与格栅产品的制造工艺基本相同，主要竞争对手基本相同，详见本题回复之“1、格栅”之“(2) 格栅产品的主要竞争对手情况”。

### (3) 发行人饰条产品的优劣势

格栅与饰条均属于汽车造型部件，但整体来看，饰条的生产工艺相对简单。发行人饰条产品的优劣势与格栅产品的优劣势基本相同。

### (4) 发行人饰条产品在相关供应商体系内的地位

①比亚迪：比亚迪：发行人报告期在比亚迪前保险杠饰条采购中的占比分别为 0.00%、41.91%、37.85%和 28.23%，2021-2022 年整体占有率较高，特别是 2022 年在比亚迪销量快速增长的情况下保障了供货。

②奇瑞汽车：发行人报告期在奇瑞汽车尾门饰条采购中的占比分别为 14.55%、18.26%、13.77%和 7.67%，维持在 15%左右的水平，发行人是奇瑞汽车饰条重要的供应商。

③江淮汽车：发行人报告期在江淮汽车尾门饰条采购中的占比分别为 4.70%、4.94%、4.76%和 4.38%，发行人在江淮汽车饰条占比较低。

④长城汽车：发行人报告期在长城汽车仪表罩饰条采购中的占比分别为 18.53%、15.68%、14.00%和 9.11%，发行人是长城汽车饰条重要的供应商。

#### (5) 发行人饰条产品的市场发展空间

发行人饰条产品在比亚迪采购占比较高，但在其他客户采购占比相对较低，其市场发展空间主要包括：

##### ①现有客户的高成长性

发行人格栅的主要客户比亚迪和奇瑞汽车，根据中汽协发布的数据，在 2022 年及 2023 年 1-6 月汽车销量排名前十位的企业(集团)中，比亚迪增长率为 150.9% 和 94.2%，奇瑞汽车增长率为 28.2%和 56.3%，居增长率前两位。随着客户汽车销售量的持续增长，发行人的饰条会面临较快的市场需求空间。

##### ②大力开拓现有客户的新产品

发行人饰条产品在奇瑞汽车等客户的采购占比相对较低，发行人正积极拓展现有客户的新产品，报告期内，发行人新取得定点的饰条项目包括奇瑞星途品牌第一款电动 SUV 四门防擦条总成、奇瑞 EH3 电动车前舱盖装饰件总成、奇瑞新能源 2023 款 QQ 冰淇淋保险杠总成、长城枭龙副仪表板前部下饰板总成、长城欧拉 EC31 电动车车厢后装饰件总成、蔚来汽车萤火虫系列内饰件等。随着发行人新产品的开拓，对部分现有客户饰条产品的销售将得到提升。

### ③新客户的拓展

发行人具备通过主机厂认证的能力，同时，发行人已为客户多款主力畅销车型配套格栅，具备一定市场影响力。报告期内，发行人已成功开拓比亚迪、大众安徽、集度汽车、零跑汽车等客户，随着新客户的不断开拓，发行人饰条产品会面临更广阔的市场空间。

### 3、汽车声学产品

#### (1) 汽车声学产品占主要客户需求比重

由于汽车声学产品种类众多，且不同客户、不同车型的汽车声学产品差异较大，故对不同客户选取不同汽车声学产品来计算发行人汽车声学产品占客户需求的比重，具体如下：

单位：万辆/万件

汽车声学产品	项目	2023年 1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
奇瑞汽车	整车销量	74.14	123.27	96.19	73.00
	发行人地毯销量	15.37	16.31	13.81	8.50
	发行人占比	20.73%	13.23%	14.36%	11.64%
江淮汽车	整车销量	27.88	50.04	52.42	45.34
	发行人前挡板减震垫销量	3.14	4.76	5.46	4.32
	发行人占比	11.26%	9.51%	10.42%	9.53%

注：振宜汽车的汽车声学产品报告期采购量较少，故未计算。

#### (2) 汽车声学产品的主要竞争对手

发行人汽车声学产品的主要竞争对手如下：

客户	供应商
奇瑞汽车	芜湖正海汽车内饰件有限公司、无锡吉兴汽车部件有限公司、芜湖长鹏汽车零部件有限公司、芜湖高普化学品有限公司、芜湖尚唯汽车饰件有限公司等
江淮汽车	合肥泰宇汽车零部件有限公司、安徽京通汽车附件制造有限公司

查询上述主要供应商的信息等主要情况如下：

序号	公司名称	注册资本	主要产品	财务数据
1	芜湖正海汽车内饰	2,600万元	汽车顶棚、玻纤布、免玻	无公开信息

序号	公司名称	注册资本	主要产品	财务数据
	件有限公司		纤 DVD、座椅后护板等汽车内饰件	
2	无锡吉兴汽车部件有限公司	5,200 万美元	遮阳板、顶衬、后搁板、备胎盖板、行李箱地毯、中央地毯、前舱隔热垫、防撞杆、隔热垫、引擎盖、车顶外板、外轮弧罩、防撞杆、发动机底部护板	无公开信息
3	芜湖长鹏汽车零部件有限公司	4,350 万元	地毯，衣帽架，顶棚，隔音垫，行李箱地毯，底护板	无公开信息
4	芜湖高普化学品有限公司	1,000 万元	隔音降噪件	无公开信息
5	芜湖尚唯汽车饰件有限公司	1,000 万元	顶棚、地毯、轮罩、减震垫、衣帽架	无公开信息
6	合肥泰宇汽车零部件有限公司	500 万元	汽车顶棚、地毯、后隔板、隔音隔热垫、行李箱内饰件、整车 NVH 系统部件	无公开信息
7	安徽京通汽车附件制造有限公司	1,000 万元	汽车顶棚总成、门护板、成型地毯、衣帽架、侧围板、吸塑件、隔音发泡垫，软内饰	无公开信息

注：数据来源于盖世汽车研究院、同花顺 iFIND。由于发行人主要竞争对手大都为非上市企业，未查询到资产、收入、人员数据和服务的整车厂。

### (3) 发行人汽车声学产品的竞争优势

#### 第一、发行人汽车声学产品的竞争优势

##### ① 汽车声学产品的整体技术优势

发行人自 2006 年开始汽车声学产品的研发和制造，发行人与主机厂合资合作的子公司库尔特吸收国外先进的技术，并建立了声学材料测试的数据库以及声学包产品设计标准，具备与主机厂同步设计开发汽车声学包的能力。截至本补充法律意见书出具之日，发行人已经承接奇瑞汽车、长城汽车、蔚来汽车、集度汽车、零跑汽车、大众安徽等主机厂的多个主力车型的汽车声学产品设计开发项目。

##### ② 汽车声学产品的制造工艺和材料开发优势

汽车声学产品品质和竞争力的核心是有效降低汽车行驶过程中的噪音和震

动的传递。目前，行业内采用的主流技术是使用吸音和隔音性能优越的材料，并且通过设计合理的声学包结构，填充车身内部空腔，降低行驶过程中产生的噪声和震动的传递。未来，汽车声学产品会朝着轻量化、功能化的方向发展，发行人应用的模压、发泡、PHC、水切割、焊接和组装等工艺先进，汽车声学产品核心材料 EVA 片材由公司自主研发生产。

## 第二、发行人汽车声学产品的竞争劣势

### ① 业务量偏小、产品线数量分配不均匀

发行人目前汽车声学产品业务量整体偏小，产品线数量分配不均匀，目前公司汽车声学产品主要以衬垫为主，价值量较高的顶棚、地毯及行李箱模块数量较少。

### ② 客户面较为狭窄、业务布局具有区域性

发行人汽车声学产品目前的客户主要为奇瑞汽车和江淮汽车，客户数量较少，配套车型也偏少。发行人正在积极拓展汽车声学产品业务，截至本补充法律意见书出具之日，已积极拓展大众安徽、蔚来汽车、集度汽车、零跑汽车等新客户；同时，发行人在大连、福州、芜湖等地正在建设新的生产基地，用以配套服务周边的主机厂，进一步提升公司快速响应能力和覆盖范围。随着新客户新项目及新的生产基地陆续投产，公司汽车声学产品业务规模将有较大提升。

## (4) 发行人汽车声学产品在相关供应商体系内的地位

①奇瑞汽车：发行人报告期在奇瑞汽车地毯类汽车声学产品采购中的占比分别为 11.64%、14.36%、13.23%和 20.73%，但随着 2023 年发行人在奇瑞汽车声学产品定点较多，预计将于 2023-2024 年量产，发行人奇瑞汽车声学产品的采购份额将会有所提升。

②江淮汽车：发行人报告期在江淮汽车前挡板减震垫采购中的占比分别为 9.53%、10.42%、9.51%和 11.26%，发行人在江淮汽车声学产品供应商中占比较低。

## 4、车轮总成分装

(1) 车轮总成分装服务占主要客户需求比重

单位：万辆/万套

车轮总成分装	项目	2023年 1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
江淮汽车	整车销量	27.88	50.04	52.42	45.34
	发行人车轮总成分装销量/5	15.01	28.16	34.71	32.35
	发行人占比	53.84%	56.27%	66.22%	71.35%
蔚来汽车	整车销量	5.46	12.25	9.10	4.37
	发行人车轮总成分装销量/4	5.45	13.18	9.47	4.31
	发行人占比	99.82%	107.56%	104.02%	98.53%
振宜汽车	整车销量	-	-	-	-
	发行人车轮总成分装销量/5	5.41	2.37	-	-
	发行人占比	-	-	-	-

注：发行人车轮总成分装业务对应的车型，江淮汽车主要为燃油车，单车在四个车轮以外还需要备胎；蔚来汽车均为新能源汽车，未设置备胎；因振宜汽车无法取得销量数据，故仅列示发行人车轮总成分装销量，且因振宜汽车主要为燃油车，故按设置备胎计算。

(2) 车轮总成分装的主要竞争对手

车轮总成分装依托整车产线而建，与主机厂合作紧密，合同期限长，业务稳定性和客户黏性高。发行人独家承担江淮汽车轻卡和乘用车、蔚来汽车 F1 和 F2 工厂的车轮总成分装业务；承担振宜汽车的车轮总成分装业务。

(3) 车轮总成分装业务的竞争优势

第一、发行人车轮总成分装业务的竞争优势

① 先发优势和品牌效应

发行人从事车轮总成分装业务已超过十五年，形成了完善的管理制度和优秀的企业文化，培养了熟练的专业人员和稳定的一线员工队伍，以可靠的品质和年产 200 余万套车轮总成的规模形成了优良的品牌效应。

② 地域优势

车轮总成是汽车重要的安全件，同时，由于车轮总成分装依托整车产线而建，车轮分装生产线前期规划及生产过程控制必须经过主机厂严格的审核确认。因

此，车轮总成分装业务存在较高的进入门槛。

公司所处的合肥市位于国内最大的汽车工业集群“长三角产业集群”范围，凭借产业协同效应和显著的区位优势，以及安徽省在长三角区域人工和土地、能源、交通等方面的相对优势，合肥市发展汽车产业具有优越的条件。近年来，比亚迪汽车、大众安徽、蔚来汽车等为代表的多个主机厂在合肥建设新能源汽车基地，带动了合肥本地汽车零部件产业的发展。

### ③ 信息化和自动化优势

车轮总成分装对生产线硬件投入和专业化管理要求较高。车轮总成分装线的发展趋势是信息化、自动化，从分拣、装配、测试、检验、储存到排序上线等必须做到可识别和可追溯。

公司通过引进先进设备，建立了信息化、自动化的作业系统，涵盖了分拣、装配、排序供货等全流程，提高了平衡检测、气密性检测、胎压传感器安装检测、平衡块安装检测等环节的效率和一致性；同时，可实现对单个车轮自动识别，生产全程监控，自动排序供货，全面匹配主机厂总装需求。

## 第二、发行人车轮总成分装业务的竞争劣势

业务布局具有区域性：发行人车轮总成分装业务目前的客户主要为江淮汽车、振宜汽车和蔚来汽车，业务布局围绕上述客户以安徽地区为主。报告期内，发行人加大了对安徽以外业务的拓展，正在积极建设福州等地的车轮分装生产线。

### (4) 发行人车轮总成分装在相关供应商体系内的地位

①江淮汽车：发行人报告期在江淮汽车车轮总成分装采购中的占比分别为 71.35%、66.22%、56.27%和 53.84%，维持在 50%以上。

②蔚来汽车：发行人报告期独家承担蔚来汽车的车轮总成分装业务。

**(三) 主要客户是否存在格栅、饰条等与发行人业务重合的在建项目或自产计划，对其持续销售是否存在重大不利影响**



发行人的主要客户为主机厂，其存在格栅、饰条等与发行人业务重合的在建项目或自产计划的概率较小，具体如下：

### 1、汽车行业长期发展趋势是实行专业化分工

从欧美日等发达国家汽车工业的演变来看，汽车工业的一大发展趋势是走向专业化分工，主机厂自产零部件的比例趋势逐渐降低，集中精力专注于整车开发和核心零部件的自产研发，其他零部件外包专业供应商开发生产。

### 2、发行人从事相关业务需要长期工艺技术沉淀和积累

发行人从事的格栅和饰条业务具有技术密集型特征，生产制造涉及的工艺技术门类较多、工艺路径较长，需要长期工艺技术积淀；另一方面因为产品的定制化、多样化，对生产制造的柔性化、灵活性要求较高，需要不同专业的工艺工程技术人员。

发行人长期从事格栅和饰条的生产制造及服务，培养了具有丰富生产经验的一线员工队伍和精湛工艺的工程技术队伍，而行业内新进入者需要长时间积累，短期内难以形成竞争优势，因此，发行人长期积累的生产制造能力及工艺技术等形成了较深的护城河。

### 3、主要客户不存在格栅、饰条等与发行人业务重合的在建项目或自产计划

经向主要客户了解，发行人主要客户现不存在格栅、饰条等与发行人业务重合的在建项目或自产计划。

主要客户现有产能中，除比亚迪、长城汽车存在部分顶棚、地毯产能，奇瑞汽车存在车轮总成分装产能外，与发行人业务无重大重合。

**（四）报告期内已形成收入的项目定点、产品是否存在收入增速放缓、收入下滑等情形，对应的模具是否充分计提减值；新获取的项目定点、产品的进展情况**

1、报告期内已形成收入的项目定点、产品是否存在收入增速放缓、收入下滑等情形，对应的模具是否充分计提减值

报告期内，公司存在部分已形成收入的项目定点、产品的收入增速放缓、收入下滑情形，主要情况如下：

单位：万元

客户	定点项目	对应车型	产品分类	定点时间	2022年度	2021年度	2020年度	2023年6月末模具价值
奇瑞汽车	CX62B	捷途 X70 PLUS	汽车造型部件及声学产品	2020年	3,578.93	4,261.85	2,062.63	22.56
	T1AFL	瑞虎 8 鲲鹏版	汽车造型部件	2020年	998.62	1,504.27	-	10.02
长城汽车	CHB125	哈弗 H6 国潮版	汽车造型部件	2020年	866.75	1,254.36	0.18	16.42
	A02	哈弗赤兔	汽车造型部件	2020年	352.05	499.26	1.78	7.03
	V51	玛奇朵	汽车造型部件	2020年	36.1	236.48	3.56	已摊销完
合计					<b>5,832.45</b>	<b>7,756.22</b>	<b>2,068.15</b>	56.03

由上表可知，2022年，奇瑞汽车、长城汽车存在部分报告期内已形成收入的项目定点收入增速放缓、收入下滑情形，主要原因系该部分车型项目定点时间于2020年，2022年车型上市销售已近三年，市场销量有所下滑影响所致。

2023年6月末，以上定点项目对应模具账面价值合计为56.03万元，单项模具价值较低。虽然存在收入增速放缓、收入下滑情形，但对应的车型均在售，且公司未来继续供应售后备件产品，短期内，产品供货不会终止，仍产生销售收入，根据《企业会计准则第8号—资产减值》的相关规定，以上模具不存在“企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期”的减值迹象，公司模具资产均处于正常使用状态，均为生产产品所使用，不存在资产已过时或损坏的情况，因此公司未对该部分模具计提减值准备。

## 2、新获取的项目定点、产品的进展情况

(1) 已获取新定点于2023年上半年进入量产阶段的产品

发行人已获取新定点在2023年1-6月已进入量产阶段的项目如下：

客户	车型	新项目定点
----	----	-------

客户	车型	新项目定点
比亚迪	秦 PLUS DM-i	冠军版格栅
	唐 DM-i	前格栅电镀饰条、前保险杠电镀饰条、侧裙电镀饰条
	元 PLUS	饰条、LOGO
	海豚 EV 纯电动车	LOGO
奇瑞汽车	瑞虎 7-PHEV 混合动力	格栅总成
	瑞虎 7-新款	格栅总成
	瑞虎 5X 年型车	地毯总成
长城汽车	哈弗枭龙 MAX	混合动力汽车格栅、副仪表板前部下饰板总成、PHC 备胎盖板、行李箱地毯
	长城皮卡 K-722	格栅总成
蔚来汽车	EC7	车轮轮罩

(2) 已获取新定点于 2023 年下半年及以后进入量产阶段的产品

除上述定点项目外，发行人已获取的新定点预计在 2023 年下半年及以后量产的项目情况如下：

客户	车型	新项目定点
比亚迪	秦 PLUS DM-i	第三代格栅总成
	仰望 U8	格栅总成、LOGO 底座
	海狮 EV 纯电动车	门饰条、侧围饰条
	宋 EV 纯电动车	前保险杠饰条
	唐 DM-i 都市版	出风口叶片
	宋 PLUS DM-i	第三代格栅总成、左右扬声器罩
	驱逐舰 05	格栅饰条
	元 PLUS	前保险杠饰条
奇瑞汽车	瑞虎 8	格栅、顶棚、地毯、减震垫、底护板、轮罩护板等
	瑞虎 8 PLUS-新款	格栅总成
	瑞虎 8 系列通用	顶棚总成
	瑞虎 8 PLUS 系列通用	顶棚总成
	艾瑞泽系列通用	顶棚总成
	探索 06-大连出口基地	格栅总成、顶棚总成、行李箱地毯及前后地毯总成、行李箱储物盒、前机盖隔音垫、内前挡板减震垫、前挡板外减震垫、中通道减震垫、后轮罩隔音垫等
	旅行者-福州生产基地	前后地毯总成、后轮罩隔音垫、发动机盖吸音垫、司机侧脚踏板、左右侧翼子板海绵、前挡板内外侧隔音垫、行李箱储物盒盖板总成、低音炮盖板、蓄电池盖板、轮罩护板总成等
	星途品牌星纪元 ET 第一款电动 SUV	四门防擦条总成、地毯总成、顶棚总成、歇脚踏板总成

客户	车型	新项目定点
	星途品牌星纪元 ES 第一款电动轿车	隔音减震垫、激光雷达护板总成、车顶护板总成
	奇瑞 EH3 电动车	前舱盖装饰件总成、隔音减震垫
	奇瑞新能源 2023 款 QQ 冰淇淋	保险杠总成
	小蚂蚁车型车	顶棚总成、前地毯总成
	星途品牌星纪元平台	电驱三合一总成声学包
	星途揽月系列	格栅总成、上格栅亮条、左右翼子板装饰件总成
	瑞虎 7 南欧出口	格栅总成
	瑞虎 7 东欧出口	格栅总成
长城汽车	哈弗神兽	地毯总成
	哈弗枭龙	燃油汽车格栅
	欧拉 EC31 电动车	车厢后装饰件总成、后背门下饰板总成、车三角警示牌盖板
江淮汽车	皮卡 P2131	格栅总成
	钇为 3 乘用电动车	地毯总成、行李箱地毯、行李箱前饰板总成
大众安徽	Tavascan	行李箱备胎盒、轮罩
蔚来汽车	萤火虫	声学产品总成及内饰件
集度汽车	金星	底护板总成
	火星	轮罩挡泥板总成、前围外隔音隔热垫

上述定点项目均属于各主机厂的主力车型产品，预计其量产后具有较大的发展空间；同时，瑞虎 7 大连出口基地和旅行者福州生产基地的配套产品种类较多，单车价值量均在 1,000 元以上，对未来发行人收入提升具有较大的推动作用。

综上所述，发行人新获取的项目定点、产品的进展情况良好。

（五）结合发行人对比亚迪等主要客户的具体获客过程、报告期内发行人对主要客户的收入增长比较情况等，说明发行人相较其他零部件供应商的比较优势，进入比亚迪供应商名录后短期内销售收入大幅增长的合理性及未来持续性，是否存在潜在利益安排；同时结合客户获取过程、相应准入程序及认证时间、量产周期等情况，说明发行人新客户拓展是否存在难度及障碍，相关风险揭示是否充分

1、结合发行人对比亚迪等主要客户的具体获客过程、报告期内发行人对主要客户的收入增长比较情况等，说明发行人相较其他零部件供应商的比较优势，

进入比亚迪供应商名录后短期内销售收入大幅增长的合理性及未来持续性，是否存在潜在利益安排

(1) 发行人对主要客户的获客过程

发行人对主要客户的获客过程如下：

主要客户名称	进入供应商名录的时间	开始销售的时间	获客过程
比亚迪	2019年	2020年1月	比亚迪因业务发展需要，需扩大对电镀工艺部件的采购，同时选取合作方提供烫印工艺的汽车造型部件。发行人基于自身在烫印和电镀领域的长期工艺积淀，与比亚迪形成合作从而进入其供应链体系。
奇瑞汽车	2007年前	2007年9月	基于自身在汽车内外饰领域的技术积累，从而进入奇瑞汽车供应链体系。
江淮汽车	2007年前	2007年3月	基于自身在汽车内外饰领域的技术积累，从而进入江淮汽车供应链体系。
长城汽车	2011年	2013年12月	基于自身在汽车造型部件领域的技术积累，进入长城汽车供应链体系。
振宜汽车	2021年	2021年1月	作为安徽地区知名的零部件企业，与本地车企合作，进入振宜汽车供应链体系。
常春内饰	2017年	2017年9月	常春内饰向奇瑞汽车供应部分总成等产品，发行人属于奇瑞汽车认证的饰条生产商，故双方形成业务合作。

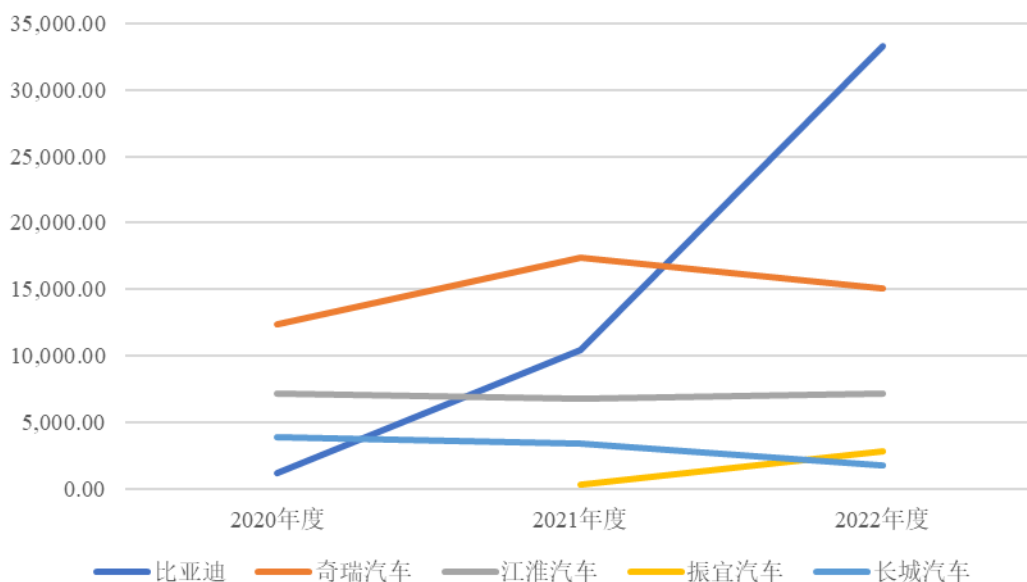
(2) 发行人对主要客户的收入增长比较情况

报告期内，公司主要客户销售情况如下：

期间	序号	客户名称	销售金额（万元）	主营业务收入占比
2023年 1-6月	1	比亚迪	14,039.50	44.91%
	2	奇瑞汽车	7,870.51	25.18%
	3	江淮汽车	3,949.74	12.63%
	4	振宜汽车	2,252.88	7.21%
	5	长城汽车	1,315.78	4.21%
			<b>合计</b>	<b>29,428.41</b>
2022年度	1	比亚迪	33,309.97	53.45%
	2	奇瑞汽车	15,057.36	24.16%
	3	江淮汽车	7,110.53	11.41%
	4	振宜汽车	2,796.94	4.49%
	5	长城汽车	1,772.36	2.84%

	合计		60,047.16	96.35%
2021年度	1	奇瑞汽车	17,351.70	42.02%
	2	比亚迪	10,417.46	25.22%
	3	江淮汽车	6,795.46	16.45%
	4	长城汽车	3,372.56	8.17%
	5	常春内饰	794.66	1.92%
		合计		38,731.84
2020年度	1	奇瑞汽车	12,330.68	42.64%
	2	江淮汽车	7,160.65	24.76%
	3	长城汽车	3,903.12	13.50%
	4	常春内饰	1,325.62	4.58%
	5	比亚迪	1,163.27	4.02%
		合计		25,883.34

发行人对上述客户的销售收入在 2020-2022 年度的变动情况如下：



可以看出，发行人报告期收入最大的变动在于对比亚迪的销售快速增长。

### (3) 发行人相较其他零部件供应商的比较优势

#### 第一、安徽省打造万亿级汽车产业集群，发行人处于重要战略机遇期

汽车产业是安徽优势产业、支柱产业，产业基础完备，产业能力强，是推动经济发展的重要因素。安徽“十四五”汽车产业规划中提到，到 2025 年，世界级汽车产业集群培育取得突破性进展，力争全省汽车产业产值超过 1 万亿元，省

内企业汽车生产规模超过 300 万辆。汽车制造集群的形成，将吸引更多整车企业落地，为安徽打造万亿级汽车产业的目标持续提供新动能。

在新能源汽车产业处于重要战略机遇期之际，安徽换道超车，奋力完善自身强化这一支柱产业。数据显示，近三年来，安徽汽车产量一直保持 20% 以上的增速，2022 年汽车及新能源汽车产量均居全国第 7 位。

目前，安徽拥有 7 家整车企业，已经建立起整车、发动机、车身、底盘、内外饰、动力电池、电机电控的全产业链体系，构架了乘用车、商用车、专用车三大主导方向的“一链三线”战略布局。

整车制造企业是汽车产业集群“链主”，紧随其后摆动着巨大的零部件上下游产业链条。随着车企不断入驻，安徽成为吸引汽车产业链企业投资布局的热土，加快聚集起一批细分领域企业。因此，发行人正处于重要战略机遇期。

## 第二、产品领先

汽车造型部件作为体现汽车颜值、时尚性的重要产品，一直以来受到主机厂的高度重视，也是消费者购买决策的重要参考。与汽车其他零部件相比，造型部件具有引领潮流、迭代速度快的特征。

发行人具有长期积累的工艺积淀，拥有全面的表面处理技术，以及在烫印技术上的先发优势，使发行人的汽车造型部件产品具有较高的行业地位，为客户的多款主力畅销车型配套格栅、饰条，拥有良好的行业声誉和市场影响力。

发行人汽车造型部件市场占有率较高，格栅占乘用车汽车市场约为 5%，公司前保险杠饰条占新能源汽车市场约为 10%。

## 第三、客户聚焦

发行人长期扎根自主品牌汽车市场，主要客户包括比亚迪、奇瑞汽车、长城汽车、江淮汽车、蔚来汽车等。根据中国汽车工业协会数据，2009-2022 年，我国国内汽车消费市场的自主品牌乘用车销量从 263.2 万辆增长至 1,176.6 万辆，占国内汽车消费比重从 31.4% 增长至 49.9%，增长趋势明显。其中，比亚迪 2022 年已超越特斯拉成为全球新能源汽车销量冠军；奇瑞汽车是我国汽车出口的代表

性企业，已连续 20 年位居中国自主品牌汽车出口第一名。比亚迪和奇瑞汽车分别为 2022 年以来我国汽车销量排名前十位的企业（集团）中销量增长最快的前两名。

#### 第四、运营效率高

发行人长期为自主品牌服务，自主品牌通过长期积累实现市场赶超，发行人通过和主机厂长期合作的经验积累，逐步提升了自身运营效率。发行人打造了以客户需求为核心的企业文化，建立了从产品开发到供货的快捷响应速度；通过实施精益管理，对供应链、生产制造、计划物流等环节持续改善，能够有效地控制生产成本并减少浪费；通过实施 PDM 产品数据管理系统对产品的全生命周期进行管理，加强对数据的高效利用。以存货管理为例，报告期内，发行人存货周转率分别为 6.47 次/年、8.42 次/年和 8.56 次/年，公司存货周转率逐年提升，远高于同行业可比公司平均值，运营效率高。

#### 第五、业务互补性强

从国际汽车零部件企业发展经验来看，汽车零部件企业的发展趋向规模化和产品服务多元化，从主机厂角度来看，供应商能够提供多种零部件服务，可以提高主机厂的采购效率和协同效应；同时，发行人三大业务具备不同特点，如汽车造型部件迭代快，毛利率高，而汽车声学产品生命周期较长，毛利率相对稳定；车轮总成装配业务客户粘性强，合作紧密度高，毛利率相对较高且稳定。不同业务形成互补，经营多种业务也会强化零部件企业的抗风险能力。

综上所述，产品领先对应的是高毛利，运营高效对应的是高周转，贴近客户对应的是高聚焦，发行人现有业务互相补充，在安徽省打造万亿级汽车产业集群的大好形势下，发行人处于重要战略机遇期。

（4）进入比亚迪供应商名录后短期内销售收入大幅增长的合理性及未来持续性，是否存在潜在利益安排

#### 第一、发行人进入比亚迪供应商名录后短期内销售收入大幅增长的合理性

① 比亚迪汽车销售在此期间内实现快速增长，零部件需求大幅增加



2021 年以来，受益于新能源汽车普及率快速提升，比亚迪销量呈快速增长态势，根据比亚迪发布的产销月报，2020-2022 年比亚迪新能源乘用车销量分别为 17.91 万台、59.37 万台和 185.74 万台，对相关零部件的需求迅速扩大，拉动发行人销售收入快速增长。

## ② 发行人具备向比亚迪快速大量供货的技术保障和生产交付能力

由于汽车造型部件和制造工艺的复杂性，供应商在短期内大规模提升产量方面存在较大挑战。

发行人长期从事汽车造型部件的生产，拥有涵盖烫印、电镀、喷涂等全面的表面处理生产工艺，并在烫印技术上具有先发优势。根据中国表面工程协会出具的证明，发行人现为安徽省塑胶电镀生产能力最大的企业。

汽车造型部件企业除前期产品开发和设备投入外，更需要专业技术工人长期在生产一线，通过大量的项目实践，才能形成工艺技术积淀。发行人专注相关业务已超过十年，通过自主学习和实践，培养了一支成熟高效的专业队伍，可以应对各类复杂造型和表面处理工艺要求。

因此，发行人具备向比亚迪快速大量供货的技术保障和生产交付能力。

## 第二、发行人在比亚迪未来业务的持续性

发行人在比亚迪未来业务的持续性主要体现在以下方面：

### ① 过往合作中已建立良好合作基础，获得客户认可

主机厂与零部件供应商之间一般采用供应商准入和车型定制化配套的合作模式，因此主机厂和零部件供应商之间具有较强的业务黏性，双方合作关系具有长期和稳定的特点。

同时，在 2021 年至今比亚迪汽车销售快速增长的过程中，发行人克服交付量大、品类多、质量要求高等挑战，克服多重困难，高效完成了向比亚迪的各生产基地供货任务，为客户创造了价值，以实力赢得了信誉。客户认可是后续持续扩大合作的基础。

② 持续获取新的产品定点，为后续业务收入奠定基础

比亚迪为我国近年来发展速度最快的车企，新产品不断推出且车型日趋完善。发行人对比亚迪车型的配套相对集中于王朝系列的宋和汉，随着双方合作的逐步深入，发行人对比亚迪的配套新产品包括主力畅销车型秦 PLUS DM-i 冠军版和元 PLUS 冠军版，并取得了海豚、海豹、海狮等海洋系列的纯电动汽车饰条和字牌车标定点；此外，发行人进一步开拓了比亚迪的高端车型系列，包括唐和仰望系列。

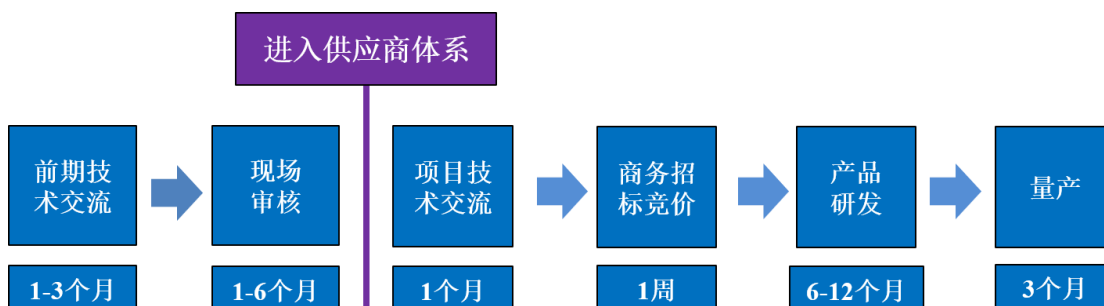
第三、发行人与比亚迪不存在潜在利益安排

主机厂对于零部件项目通常采用招标的方式进行采购。主机厂选择定点的标准包括评估技术和质量水平达到要求，且价格达到主机厂的目标价或最低价。具体形式为邀请其供应商名录中的多家一级供应商进行投标报价，最终中标的供应商即取得该项目定点。发行人的项目定点均通过投标取得，不存在通过投标以外方式取得定点的情形，发行人与比亚迪不存在潜在利益安排。

2、同时结合客户获取过程、相应准入程序及认证时间、量产周期等情况，说明发行人新客户拓展是否存在难度及障碍，相关风险揭示是否充分

(1) 客户获取过程、相应准入程序及认证时间、量产周期等情况

发行人所在汽车零部件行业从客户获取至产品量产的过程和周期大致如下图所示：



综合来看，发行人从与客户的最初接触，到实现产品量产供货，期间的周期最快约 12 个月，正常约 18 个月左右。

## (2) 发行人新客户拓展存在一定难度，但不存在实质性障碍

因新客户拓展存在认证周期长、审核严格等客观要求，发行人新客户拓展存在一定难度，但不存在实质性障碍，理由如下：

### 第一、发行人具备通过主机厂认证的能力

在汽车零部件行业，主机厂对零部件供应商的选择较为严格，供应商需要经过复杂的认证才能进入主机厂的配套体系。一般需要通过主机厂关于人员能力、设备投入情况、内部及外部管控能力、安全环境等各方面的综合评审后，才能成为主机厂的一级供应商。报告期内，发行人已成功开拓比亚迪、大众安徽、集度汽车、零跑汽车等客户，并成功获取了蔚来汽车萤火虫项目整车声学产品的项目定点。

### 第二、发行人具备一定市场影响力

格栅和饰条为代表的汽车造型部件是发行人的核心产品，发行人具有长期积累的工艺积淀，拥有全面的表面处理技术，以及在烫印技术上的先发优势，使发行人的汽车造型部件产品具有较高的行业地位，为客户多款主力畅销车型配套格栅和饰条，拥有良好的行业声誉和市场影响力。发行人汽车造型部件市场占有率较高，格栅占乘用车汽车市场约为 5%，公司前保险杠饰条占新能源汽车市场约为 10%。

### 第三、发行人现有优质客户群体对未来拓展新客户起到良性推动

发行人长期扎根自主品牌汽车市场，主要客户包括比亚迪、奇瑞汽车、长城汽车、江淮汽车、蔚来汽车等。自主品牌汽车正处于市场上升期，其中，比亚迪 2022 年已超越特斯拉成为全球新能源汽车销量冠军；奇瑞汽车是我国汽车出口的代表性企业，已连续 20 年位居全国自主品牌汽车出口第一。比亚迪和奇瑞汽车分别为 2022 年以来我国汽车销量排名前十位的企业（集团）中销量增长最快的前两名。

发行人与上述优质客户的配套关系稳固，业务收入逐年增加。上述合作本身已说明发行人具备较强的零部件综合配套能力，对其他主机厂来说是优秀的合作

伙伴和重要选择。

### (3) 补充风险提示

发行人已于招股书第三节“风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“(二)市场开拓风险”修改如下：

汽车零部件企业需要通过严格的主机厂认证审核，因此行业形成了较高的进入壁垒，已通过客户认证并进入供应商体系具有显著的先发优势，但开拓新市场和发展新客户仍然是汽车零部件企业发展壮大的重要途径。因新客户拓展存在认证周期长、审核严等客观要求，发行人新客户拓展存在相应的风险。

如果公司不能持续顺利开拓新客户、开发新产品，可能导致公司对现有客户和产品的依赖，对公司的持续经营造成不利影响。

## 二、问题 5.6 关于募投用地情况

请保荐机构和发行人律师按照《监管规则适用指引——发行类第 4 号》相关要求对募投用地是否符合土地政策、城市规划、募投用地落实的风险等进行核查并发表明确核查意见。

### 【更新回复】

本次募投项目之一“汇通控股汽车饰件扩产、数字化及研发中心建设项目”涉及建设用地使用权，除此之外，发行人其他募投项目均租用厂房建设，不涉及取得土地使用权。

发行人本次发行的募集资金拟投资项目之一“汽车饰件扩产建设项目”和“数字化及研发中心建设项目”。为了扩充发行人现有汽车造型部件的产能、提升产品研发能力，该项目建设内容为拟新建厂房、研发中心及相应配套设施，项目用地约 33,330 平方米（约 50 亩）。本项目拟选址地位于安徽省合肥市经开区方兴大道以南、蓬莱路以东地块，面积约 50 亩。

本所律师根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》之“4-13 土地使用权”的核查要求，对“汇通控股汽车饰件扩产、数字化及研发中心建设项目”用

地是否符合土地政策、城市规划、募投用地落实的风险等进行了核查。截至本补充法律意见书出具之日，本所律师对发行人项目用地的取得进展的核查如下：

(一) 募投项目用地取得的计划、安排及进展情况

1. 发行人本次募投项目用地规划

募投项目“汇通控股汽车饰件扩产、数字化及研发中心建设项目”的用地位于肥西县与合肥经开区交界处的合肥经开区方兴大道以南、蓬莱路以东，用地约 50 亩，该宗土地分别属于合肥经开区管理区域、合肥经开区与肥西县合作区域（肥西县辖区）。

2. 发行人取得土地的具体安排、进展情况

(1) 经开区管理区域内的土地

合肥市自然资源和规划局与汇通控股于 2023 年 4 月 22 日签署了《国有建设用地使用权出让合同》，约定将出让宗地共计 1,922.19 平方米交付汇通控股使用，汇通控股于 2023 年 5 月 4 日支付了土地出让款项共计 738,120.96 元。2023 年 5 月 20 日，发行人已取得了上述土地的使用权证书：

序号	权证号	权利人	座落	面积(m <sup>2</sup> )	权利性质	用途	使用期限
1	皖(2023)合肥市不动产权第 1101414 号	汇通控股	经开区方兴大道南、蓬莱路东	416.08	出让	工业	2023.5.20-2073.5.19
2	皖(2023)合肥市不动产权第 1101419 号	汇通控股	经开区方兴大道南、蓬莱路东	1,506.11	出让	工业	2023.5.20-2073.5.19

(2) 合肥经开区与肥西县合作区域内的土地

合肥经开区与肥西县合作区域内的约 47 亩土地已取得用地指标并完成招拍挂流程。

2023 年 7 月 5 日，肥西县自然资源和规划局出具了《肥西县自然资源和规划局国有土地使用权挂牌出让公告》（肥自然资规公告[2023]44 号），经肥西县人民政府批准，肥西县自然资源和规划局决定以挂牌方式出让新港工业园 31436.72

平方米地块的国有土地使用权。

2023年8月3日，肥西县自然资源和规划局向发行人出具了《肥西县国有建设用地使用权挂牌出让成交确认书》，确定发行人为本次国有建设用地使用权挂牌出让地块（FX202344号）的受让人。2023年8月10日，肥西县自然资源和规划局与发行人签署了《国有建设用地使用权出让合同》（肥土合同出字[2023]38号），同意在2023年9月5日前将出让的共计31,436.72平方米宗地交付给发行人，国有建设用地使用权出让年期为工业用地50年，土地出让价款为12,071,701.00元。截至本补充法律意见书出具之日，发行人已全额缴纳土地出让金。

### （二）募投项目用地符合土地政策和城市规划要求

汇通控股汽车饰件扩产、数字化及研发中心项目符合国家产业政策和合肥经开区的土地政策和城市规划要求。该项目拟取得的建设用地中，位于经开区管理区域内的土地已经取得土地使用权证书，土地用途为“工业用地”。

汇通控股汽车饰件扩产、数字化及研发中心项目符合国家产业政策和肥西县的土地政策和城市规划要求。本次募投用地已取得城镇建设用地批复，土地性质已由集体农用地转化为建设用地。同时根据合肥市肥西县自然资源规划局出具的《情况说明》，该项目用地符合国家产业政策和肥西县的土地政策和城市规划要求。

因此，本所律师认为，发行人本次募投项目用地符合国家及项目所在地的土地政策和城市规划要求。

### （三）募投用地落实的风险

汇通控股汽车饰件扩产、数字化及研发中心项目符合国家产业政策和合肥经开区的土地政策和城市规划要求。本次募投项目位于经开区管理区域内的土地已经取得土地使用权证书，位于合肥经开区与肥西县合作区域内的土地已完成招拍挂流程并签署土地出让合同。因此，发行人取得募投项目用地不存在不确定性。

因此，本所律师认为，上述项目用地取得不存在实质性法律障碍或重大不确

定性，预计发行人取得募投项目用地不存在不确定性，募投项目用地落实不存在重大风险。

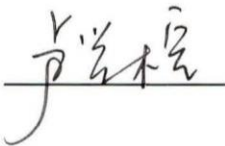
（本页无正文，为《安徽天禾律师事务所关于合肥汇通控股股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之补充法律意见书（四）》签署页）

本法律意见书于 2023 年 9 月 26 日在安徽省合肥市签署。

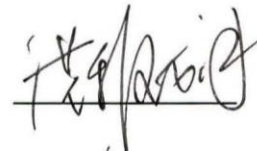
本法律意见书正本 2 份，无副本。



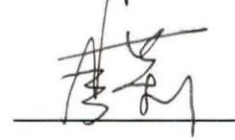
负责人：卢贤榕



经办律师：洪雅娴



李 莉



乔华姗

