

**关于合肥汇通控股股份有限公司
首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件
的审核问询函中有关财务会计问题的专项
说明**

容诚专字[2023]230Z2910 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国·北京

**关于合肥汇通控股股份有限公司
首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件的审核问询函中
有关财务会计问题的专项说明**

容诚专字[2023]230Z2910 号

上海证券交易所：

贵所于 2023 年 3 月 30 日出具的审核函《关于合肥汇通控股股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件的审核问询函》（上证上审[2023]298 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”、“申报会计师”）对审核问询函所列财务会计问题进行了核查，现回复如下（以下简称“本问询回复”），请予审核。

本次问询回复中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
招股说明书、本次更新内容	楷体（加粗）

说明：

1. 除另有说明外，本问询回复中的简称或名词的释义与《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招股说明书（注册稿）》（以下简称“招股说明书”）中的含义相同。涉及招股说明书补充披露或修改的内容已在招股说明书中以楷体加粗方式列示。

2. 本问询回复中部分合计数与各分项数值之和尾数上存在差异，均为四舍五入原因所致。

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。

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

(一) 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。

(二) 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%
合计	31,261.70	100.00%	62,324.99	100.00%

(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%
合计	41,298.40	100.00%	28,917.98	100.00%

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 汽车声学产品	汽车造型部件 汽车声学产品	汽车造型部件 汽车声学产品	汽车造型部件 汽车声学产品
江淮汽车	汽车造型部件 汽车声学产品 车轮总成分装	汽车造型部件 汽车声学产品 车轮总成分装	汽车造型部件 汽车声学产品 车轮总成分装	汽车造型部件 汽车声学产品 车轮总成分装
长城汽车	汽车造型部件 汽车声学产品	汽车造型部件	汽车造型部件	汽车造型部件
振宜汽车	汽车造型部件 汽车声学产品	汽车造型部件 汽车声学产品	汽车造型部件 汽车声学产品	-

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
	车轮总成分装	车轮总成分装		
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。

（三）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	比亚迪	14,039.50	44.91%
	2	奇瑞汽车	7,870.51	25.18%

1-6月	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		29,428.41	94.14%
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	93.79%
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	89.51%

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。

（四）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

(一) 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。

(二) 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。

(三) 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、成本管理能力和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，截至本回复出具日，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

(一) 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	13	30,872.28	98.75%
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	16	61,961.34	99.42%
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	15	40,850.09	98.91%
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	12	28,472.01	98.46%

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（万元）	492.60	160.41	441.35	1,264.62
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。

（二）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。

（三）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

（一）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	-	-	-	-	690.14
	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
	合计	20	299	-	1,161.89	10,417.46	33,309.97	14,039.50
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
	合计	32	171	-	4,382.49	10,433.41	8,602.22	5,486.94

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
	合计	13	19	630.38	473.63	436.70	519.59	384.23
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
	合计	12	25	106.70	209.97	2,379.90	1,638.35	1,244.29
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
	合计	5	12	-	-	264.63	2,722.53	2,065.60

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 年进入量产阶段并已形成销售收入。

（二）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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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； 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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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

(一) 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。

(二) 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

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
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：

（1）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。

（2）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。

（三）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

截至本回复出具日，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

客户	车型	新项目定点
	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
	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
	哈弗神兽	PHC 备胎盖板、行李箱地毯
欧拉 EC31 电动车	地毯总成	
长城皮卡 K-722	车厢后装饰件总成、后背门下饰板总成、车三角警示牌盖板	
格栅总成		
江淮汽车	皮卡 2131	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	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

(一) 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公司	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。	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。
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		2023.4.21 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			

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
			次数限制。			
	奇瑞捷豹路虎汽车有限公司	主要约定了采购产品名称、价格等	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	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。
江淮汽车	安徽江淮安驰汽车有限公司	主要约定了供货、包装与物流，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。	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	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。	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。
	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	有效期为2019.1.1-2023.12.31，期限届满前90天内未书面通知	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	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

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
		同附件。	不延长的，除价格条款外，以一年为单位自动延长	量问题的等原因，合同终止。		议，合同正常履行中。
	诺博汽车系统有限公司		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。

（二）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

（一）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。	

(二) 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、中介机构核查意见

（一）对上述事项的核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 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；向销售人员了解确认客户认证过程、向客户销售产品的具体情况、了解报告期销售变动的的原因；向财务人员了解销售金额及变动的的原因、回款金额、回款方式等。

2. 对主要客户相关人员进行访谈，了解主要零部件向发行人采购的占比情况，了解其自产零部件的产能情况，根据获取的信息分析对发行人的影响；了解

主要客户与发行人的关联关系。

3. 获取发行人客户销售清单，对客户变动加以甄别汇总，通过企业信用信息公示系统查询客户成立时间，通过网络等渠道查询客户规模等信息，分析发行人业务量与客户规模的匹配性。

4. 获取发行人与常春内饰等客户的业务协议，向销售人员了解与常春内饰业务合作的情况和终止的原因。

5. 获取发行人主要客户项目定点情况，访谈发行人管理层，了解发行人主要业务环节内部控制流程，评价发行人与主要客户下单、采购、生产、发货、收款、记账等全流程内控设计是否完善。

6. 检查发行人主要业务环节的内部控制制度，并对发行人销售与收款、采购与付款、生产与仓储业务流程执行内控测试，评价发行人内部控制是否有效运行。

7. 对发行人管理层进行访谈，了解发行人与主要客户的合作历史及背景；获取在手订单数量，了解其获取方式，进一步了解订单获取的合规性、公允性，并分析业绩成长的可持续性；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。

8. 获取比亚迪等主要客户的业务合同，了解合作期限以及相关合作终止的情形，对发行人管理层进行访谈，分析续约风险。

9. 获取主要客户合同了解其协议年降条款；对发行人管理层进行访谈，了解年降的执行情况；对报告期产品价格进行分析，分析对发行人财务状况的影响。

（二）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的依据和过程

申报会计师的核查依据和过程：

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。

(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
汽车造型部件：	
格栅	燃油车、混合动力汽车
饰条、字标车标	全部车型
汽车声学产品：	
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
车轮总成分装	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 自主品牌品牌的政策影响

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。

(三) 对上述事项的核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人与主要客户合作稳定，报告期销售变动及回款具备合理性。
2. 发行人主要产品在主要客户处采购比例相对较高，具备较好的市场地位。部分客户具备部分与发行人类似产能，会对发行人在特定领域的业务拓展存在不利影响，发行人在该特定领域存在被替代的客户流失风险，已在招股书新增风险提示。
3. 报告期各期新增客户与退出客户对应的销售收入较小，对发行人当期业务影响较小，不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、供应商不存在关联关系或其他利益关系。
4. 发行人通过其他一级供应商向主机厂供货具备合理性，向常春内饰销售的产品后续仅需直接装配，相关产品已在客户处得到使用并已形成销售。双方已于 2021 年结束合作关系，相关产品、货款已结清。
5. 发行人报告期对客户的收入主要来自于定点项目的转化，发行人已建立

与销售、采购和生产业务相关的内部控制流程，相关下单、采购、生产、发货、收款、记账等环节内控流程完善。

6. 发行人客户集中度较高主要原因在于发行人作为一级配套供应商，下游主机厂普遍规模较大，且集中度较高；同时，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。发行人同行业可比公司客户集中度普遍较高，发行人客户集中度高符合行业特性。发行人主要客户发展前景较好，行业地位较高，在手订单数量合理，业务获取方式合法合规且定价公允，相关业务及业绩增长具有可持续性。

7. 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，在合作期间内以订单进行结算。报告期内，除与常春内饰协商一致停止合作外，发行人与报告期内前五大客户均保持持续合作，协议约定期限届满的，发行人主要客户均未提出书面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。报告期内，未发生违约等发行人原因导致合同解除或终止合作的情况，且发行人与客户合作开发的产品生产周期仍在存续中，不存在合作终止或到期无法续约的风险。

8. 发行人与主要客户存在价格年降的情形，年降因素对发行人财务状况未造成重大不利影响。已在招股说明书新增年降风险提示。

（四）按照《监管规则适用指引——发行类第5号》的核查意见

经核查，申报会计师认为：

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。

问题 3.1 关于原材料采购

根据招股说明书：（1）公司原材料按对应产品划分包括注塑原料、电镀原料、烫印原料、汽车声学原料和其他原料；其中注塑原料、电镀原料、烫印原料报告期内采购金额大幅上涨；（2）公司主要能源为电力和蒸汽。

请发行人说明：（1）发行人不同产品中使用各类原材料的具体情况，报告期内采购金额变动的原因，不同原材料采购量、消耗量与产品产量的匹配关系，主要原材料中“其他”的具体构成；（2）报告期内主要原材料采购价格与市场价格变动趋势是否一致；（3）电力和蒸汽采购量与发行人产品产量之间的匹配关系。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人不同产品中使用各类原材料的具体情况，报告期内采购金额变动的原因，不同原材料采购量、消耗量与产品产量的匹配关系，主要原材料中“其他”的具体构成

（一）发行人不同产品中使用各类原材料的具体情况

公司不同产品中使用原材料的具体情况如下：

产品分类	生产工艺	原材料构成	
汽车造型部件	注塑工艺	注塑原料	注塑工艺是将塑料粒子熔融后注入模具并注塑成型的过程，该过程中使用的原材料为不同品类的注塑原料，如 ABS、ASA、ASA+PMMA、PC/ABS。
	电镀工艺	电镀原料	电镀工艺是通过前处理将塑料件变成导体，然后利用电化学原理在导体表面镀上金属，该过程中使用的主要原材料包括镍角、磷铜球、钯水等。
	烫印工艺	烫印原料	烫印工艺是将不同颜色烫印膜压烫到注塑件表面，起到表面装饰的效果，该过程中使用的原材料为烫印膜。
	喷涂工艺	喷涂原料	喷涂工艺是将半成品工件表面去除油污和灰尘，将油漆通过喷涂的方式均匀附着在产品表面。该过程中使用的原材料包括油漆、固化剂和稀释剂。
汽车声学产品	挤出、模压、发泡混合工艺	汽车声学原料	汽车声学产品包括地毯、隔音隔热垫、行李箱系列产品、顶棚，使用的原材料主要包括地毯面料、行李箱盖板、AB 料、挤出材料等。

(二) 报告期内采购金额变动的原因

报告期内，公司主要原材料采购金额及占营业成本比例如下：

单位：万元

材料分类	2023年1-6月		2022年度	
	金额	占比	金额	占比
注塑原料	2,221.00	11.43%	5,117.96	13.33%
电镀原料	2,055.81	10.58%	4,176.25	10.88%
烫印原料	794.98	4.09%	2,290.01	5.96%
汽车声学原料	2,608.64	13.43%	4,179.84	10.89%
喷涂原料	265.15	1.36%	270.85	0.71%

(续)

材料分类	2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比
注塑原料	4,650.49	15.66%	2,191.26	10.49%
电镀原料	2,696.99	9.08%	1,513.61	7.25%
烫印原料	686.14	2.31%	44.87	0.21%
汽车声学原料	4,248.81	14.31%	3,507.95	16.80%
喷涂原料	246.98	0.83%	215.99	1.03%

报告期内，公司主要原材料采购金额变动情况如下：

单位：万元

原材料分类	2023年1-6月	2022年度		2021年度		2020年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
注塑原料	2,221.00	5,117.96	10.05%	4,650.49	112.23%	2,191.26
电镀原料	2,055.81	4,176.25	54.85%	2,696.99	78.18%	1,513.61
烫印原料	794.98	2,290.01	233.75%	686.14	1429.14%	44.87
汽车声学原料	2,608.64	4,179.84	-1.62%	4,248.81	21.12%	3,507.95
喷涂原料	265.15	270.85	9.66%	246.98	14.35%	215.99

由上表可知，2020-2023年1-6月，公司主要原材料采购结构未发生较大变化。2020-2022年除汽车声学原料，公司主要原材料采购金额逐年增加，主要系公司业务规模扩大，产品结构变化，扩充产能将部分外协转为自制所致。具体分析如下：

1. 注塑原料

公司汽车造型部件产品不同程度地均使用注塑原料。2020-2022年，随着汽车造型部件收入金额和占比逐年上升，公司注塑原料采购金额逐年增加。2022年

注塑原料采购金额的增幅低于 2021 年，一方面 2022 年注塑原料采购均价较 2021 年有所下降；另一方面公司外协模式转变，自 2022 年起公司取消双进销模式，由外协厂商自行采购注塑原料。

测算外协厂商自行采购注塑原料的金额，结果如下：

项目	2022 年度
外协厂商自行采购注塑原料的约当用量①（吨）	1,271.69
2022 年注塑原料采购均价②（元/千克）	15.78
外协厂商自行采购注塑原料的金额③=①*②÷10（万元）	2,006.83
公司采购注塑原料的金额④（万元）	5,117.96
小计⑤=③+④	7,124.78
2022 年相较于 2021 年注塑原料采购金额的增幅	53.21%

注：外协厂商自行采购注塑原料的约当用量=∑具体规格外协产品采购数量*对应物料清单注塑原料标准耗用量；2022 年注塑原料采购均价=2022 年注塑原料总采购额÷总采购数量

由上表可知，公司采购的注塑原料加上经测算的外协厂商自行采购注塑原料的影响金额后，2022 年注塑原料采购金额较上年增加 53.21%，与公司业务规模相匹配。

2023 年 1-6 月注塑原料的采购占比较 2022 年略有下降主要系注塑原料的采购单价进一步下降所致。

2. 电镀原料

报告期内，公司电镀原料采购金额分别为 1,513.61 万元、2,696.99 万元、4,176.25 万元和 2,055.81 万元，2020-2022 年逐年大幅增长，主要系采用电镀工艺的产品销量大幅增长，同时公司 2021 年电镀东线技改后投产，将部分电镀外协业务转为自制，增加对电镀原料的采购量。

3. 烫印原料

报告期内，公司烫印原料采购金额分别为 44.87 万元、686.14 万元、2,290.01 万元和 794.98 万元，主要系自 2021 年起公司承接比亚迪秦、宋和汉等饰条、格栅项目，其产品采用烫印工艺。随着项目量产并实现收入大幅增长，公司相应增加对烫印原料的采购量。

4. 喷涂原料

2020-2022 年，公司喷涂原料采购金额分别为 215.99 万元、246.98 万元和

270.85 万元，保持小幅增长趋势，与汽车造型部件收入变动趋势一致。2023 年 1-6 月，公司喷涂原料采购金额为 265.15 万元，公司新量产项目汽车保险杠采用喷涂工艺，因此喷涂原材的采购额增长较快。

5. 汽车声学原料

报告期内，汽车声学原料采购金额和汽车声学产品收入情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
汽车声学原料采购金额	2,608.64	4,179.84	-1.62%	4,248.81	21.12%	3,507.95
汽车声学产品收入	5,174.30	8,435.71	-3.89%	8,777.20	18.64%	7,398.34

由上表可知，2020-2022 年，公司汽车声学原料采购金额与汽车声学产品收入变动趋势和变动率基本一致。2023 年 1-6 月，由于奇瑞、长城等多个汽车声学产品新项目陆续量产，汽车声学原料采购占比有所上升。

综上所述，2020-2022 年除汽车声学原料，公司主要原材料采购金额逐年增加，主要系公司业务规模扩大，产品结构变化，扩充产能将部分外协转为自制所致。汽车声学原料采购金额与对应的汽车声学产品收入变动趋势和变动率基本一致，具备业务合理性。2023 年 1-6 月公司主要原材料采购结构未发生较大变化。

(三) 不同原材料采购量、消耗量与产品产量的匹配关系

1. 不同原材料采购量和消耗量的匹配关系

报告期内，公司不同原材料采购量与消耗量的具体情况如下：

原材料类别	单位	2023 年 1-6 月			2022 年度		
		采购量	耗用量	采购耗用比	采购量	耗用量	采购耗用比
注塑原料	吨	1,636.43	1,589.11	97.11%	3,243.15	3,241.18	99.94%
电镀原料	化工原料	14.97	14.70	98.21%	31.06	31.04	99.96%
	金属原料	444.63	439.70	98.89%	957.57	959.59	100.21%
烫印原料	万平方米	9.84	9.54	96.97%	26.91	25.82	95.98%
喷涂原料	吨	64.65	61.38	94.95%	79.18	77.89	98.36%

汽车声学原料	万件	409.43	444.47	108.56%	677.74	635.78	93.81%
--------	----	--------	--------	---------	--------	--------	--------

(续)

原材料类别		单位	2021 年度			2020 年度		
			采购量	耗用量	采购耗用比	采购量	耗用量	采购耗用比
注塑原料		吨	2,848.72	2,787.78	97.86%	1,650.08	1,675.61	101.55%
电镀原料	化工原料	万升	26.03	26.09	100.20%	16.74	16.64	99.38%
	金属原料	吨	706.74	705.10	99.77%	429.86	431.51	100.39%
烫印原料		万平方米	116.00	121.58	104.81%	81.10	77.33	95.35%
喷涂原料		吨	7.90	6.66	84.35%	0.60	0.60	100.00%
汽车声学原料		吨	63.35	64.25	101.43%	62.42	61.02	97.77%
汽车声学原料		万件	661.51	687.39	103.91%	568.14	584.59	102.90%

注 1：耗用量包括生产耗用、外协耗用和研发领用；

注 2：化工原料包括钨水等；金属原料包括镍角、磷铜球；

注 3：汽车声学原料下的原材料种类众多，计量单位不一，以“件”作为统一的计量单位进行统计；

注 4：采购耗用比=耗用量/采购量。

由上表可知，2021 年公司烫印原料的采购耗用比相对较低，主要系自 2021 年起采用烫印工艺的产品产量大幅增加，而公司采购的烫印原料需从海外进口，运输周期较长。2021 年受疫情影响，公司为了保证生产的稳定性和交付的及时性，相应增加烫印原料采购量以避免出现原料短缺的情况。

报告期各期，公司主要原材料的采购量与耗用量基本一致，与公司“以销定产、以产定采”、“合理备货”的业务模式相吻合。

2. 不同原材料消耗量与产品产量的匹配关系

公司产品种类较多，同一种类下产品的工艺、规格、型号等不同，每种产品耗用的原材料种类、数量亦存在差异。（1）对于注塑原料和烫印原料，将产品按照物料清单中的注塑原料、烫印原料的标准耗用量折算成注塑原料、烫印原料约当用量进行比较。（2）对于电镀原料和喷涂原料，由于受其工艺特殊性的影响，不适用标准耗用量折算成约当用量的方法；对于汽车声学原料，由于汽车声学产品的种类、规格、型号不一，生产过程中耗用的汽车声学原料的种类、数量亦不同。因此对于电镀原料、喷涂原料和汽车声学原料，通过比较其耗用量与产品产量的变动趋势来确认是否匹配。

（1）注塑原料

单位：吨

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
注塑原料生产及外协耗用量①	1,538.86	3,185.38	2,725.28	1,625.75
注塑原料标准产量②	1,521.24	3,131.73	2,732.33	1,600.07
注塑原料单位耗用量③=①/②	1.01	1.02	1.00	1.02

注1：注塑原料标准产量系根据注塑产品的产量和注塑原料标准耗用量计算得出；

注2：注塑原料生产及外协耗用量与注塑原料总耗用量之间的差额为研发领用量。

由上表可知，报告期内，折合成标准注塑原料用量后，平均每千克产成品的注塑原料耗用量为1.02千克、1.00千克、1.02千克和**1.01千克**。注塑原料单位耗用量总体在合理范围内，符合公司的生产经营情况。

(2) 烫印原料

单位：万平方米

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
烫印原料生产耗用量①	9.91	25.76	6.52	0.59
烫印原料标准产量②	8.67	23.68	5.84	0.53
烫印原料单位耗用量③=①/②	1.14	1.09	1.12	1.11

注1：烫印原料标准产量系根据烫印产品的产量和烫印膜标准耗用量计算得出；

注2：烫印原料生产耗用量与烫印原料总耗用量之间的差额为研发领用量。

由上表可知，报告期内，折合成标准烫印原料用量后，平均每平方米产成品的烫印原料耗用量为1.11 m²、1.12 m²、1.09 m²和**1.14 m²**，整体波动较小。

(3) 电镀原料、喷涂原料

项目		2022年度较2021年度		2021年度较2020年度	
		变动额	变动率	变动额	变动率
电镀原料	化工原料（万升）	4.96	19.01%	9.45	56.77%
	化工原料（吨）	254.49	36.09%	273.59	63.40%
	金属原料（吨）	59.93	49.29%	44.25	57.23%
喷涂原料（吨）		13.63	21.22%	3.23	5.29%
汽车造型部件产量（万件）		649.90	64.18%	415.19	69.49%

由上表可知，公司电镀原料、喷涂原料耗用量与汽车造型部件产量的变动趋势一致，符合公司实际经营情况。

(4) 汽车声学原料

项目	2022年度较2021年度		2021年度较2020年度	
	变动额	变动率	变动额	变动率
汽车声学原料耗用量（万件）	-51.61	-7.51%	102.80	17.59%

汽车声学产品产量（万件）	8.80	4.40%	44.34	28.51%
--------------	------	-------	-------	--------

2021 年汽车声学原料耗用量与汽车声学产品产量变动趋势一致。

2022 年公司汽车声学原料耗用量较上年下降 7.51%，汽车声学产品产量较上年增加 4.40%，两者变动方向不一致，主要系两年间的汽车声学产品结构变动，而不同汽车声学产品由于配套相关车型，其规格型号各有差异导致单位产品耗用的原材料数量不同。

综上所述，报告期内公司主要原材料采购量与耗用量相匹配，耗用量和产品产量的整体变动趋势基本一致，与公司“以销定产、以产定采”、“合理备货”的业务模式相符。因此，公司主要原材料采购量、耗用量与产品产量相匹配。

（四）主要原材料中“其他”的具体构成

主要原材料中“其他”为喷涂原料，包括不同种类油漆、固化剂和稀释剂，具体构成如下：

单位：吨、万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度	
	数量	采购金额	数量	采购金额
油漆	32.87	180.95	30.98	157.73
固化剂	7.71	46.85	8.87	56.43
稀释剂	24.08	37.35	39.33	56.69
合计	64.65	265.15	79.18	270.85

（续）

项目	2021 年度		2020 年度	
	数量	采购金额	数量	采购金额
油漆	30.36	166.79	29.84	133.27
固化剂	6.21	39.34	7.07	43.68
稀释剂	26.78	40.85	25.51	39.04
合计	63.35	246.98	62.42	215.99

注塑原料采购金额变动的原因详见本题回复之“一、发行人不同产品中使用各类原材料的具体情况，报告期内采购金额变动的原因，不同原材料采购量、消耗量与产品产量的匹配关系，主要原材料中“其他”的具体构成”之“（二）报告期内采购金额变动的原因”之“4. 喷涂原料”。

二、报告期内主要原材料采购价格与市场价格变动趋势是否一致

报告期内，公司采购的主要原材料中：（1）注塑原料中的 ABS 采购价格有

相关市场公开价格可供参考；其他的注塑原料由于定制化程度较高，不同型号之间的单价差异较大，采购价格受市场波动影响较小。（2）通过公开渠道查询，电镀原料中的镍角和磷铜球的采购价格有相关市场公开价格可供参考；其余电镀原料如各类电镀添加剂不存在公开市场报价。（3）烫印原料系根据客户产品需求进行定制化开发，非大宗物料，因此没有可参考的公开市场价格。（4）汽车声学原料由于大部分为定制件，配套相关车型，公司参考上游原材料价格变动情况、加工成本、采购量、年降幅度、定制化质量和功能要求等因素，选择多家供应商进行比较从而确定最终的采购价格，因此亦不存在公开市场报价。

报告期内，公司采购 ABS、镍角和磷铜球的均价（含税）列示如下：

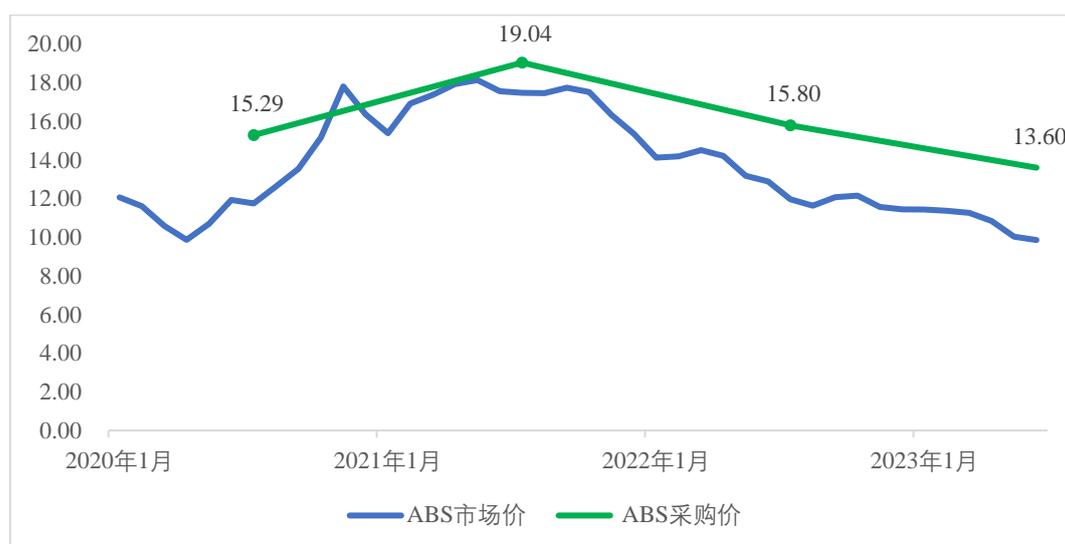
单位：元/千克

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
ABS	13.60	15.80	19.04	15.29
镍角	201.57	201.94	146.69	116.10
磷铜球	70.95	70.03	72.44	52.00

注：为与市场公开数据比较，上表中的采购均价为含税金额。

（一）ABS

报告期内，公司采购 ABS 的均价（含税）分别为 15.29 元/千克、19.04 元/千克、15.80 元/千克和 13.60 元/千克，呈现先上升后下降的趋势，与 ABS 市场价格波动趋势对比情况如下：



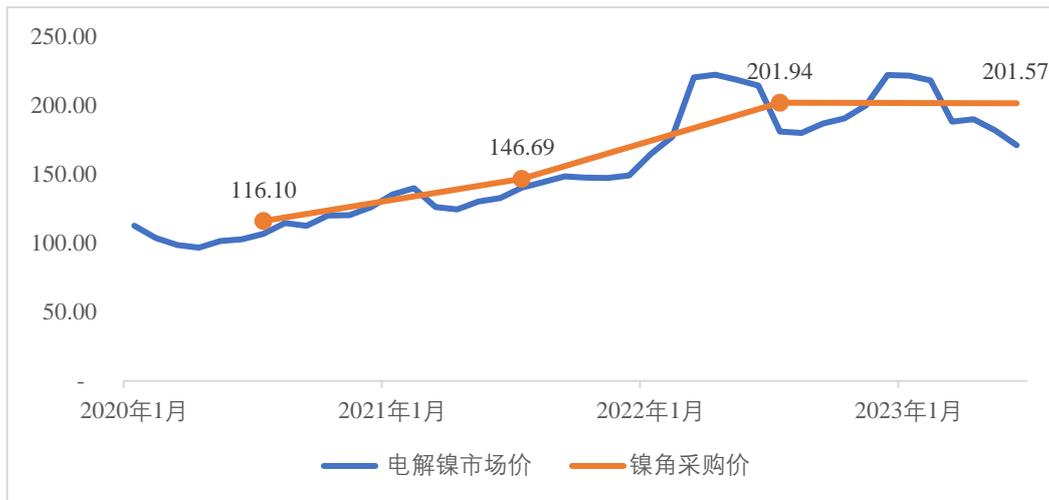
注：数据来源于 Wind。

由于 ABS 具体品种较多，不同品种的 ABS 性能要求不同，价格也相应存在一定的差异。公司采购的改性 ABS 与通过公开渠道取得相关报价信息的 ABS 具

体品种不相同，因此其价格并不完全一致，但变动趋势基本一致，公司采购 ABS 的价格公允。

（二）镍角

公司采购镍角的价格主要参考市场上电解镍的价格。报告期内，公司采购镍角的均价(含税)分别为 116.10 元/千克、146.69 元/千克、201.94 元/千克和 **201.57 元/千克**，**2020-2022 年**呈现持续上涨趋势，**2023 年上半年**略有下降，与电解镍市场价格波动趋势对比情况如下：

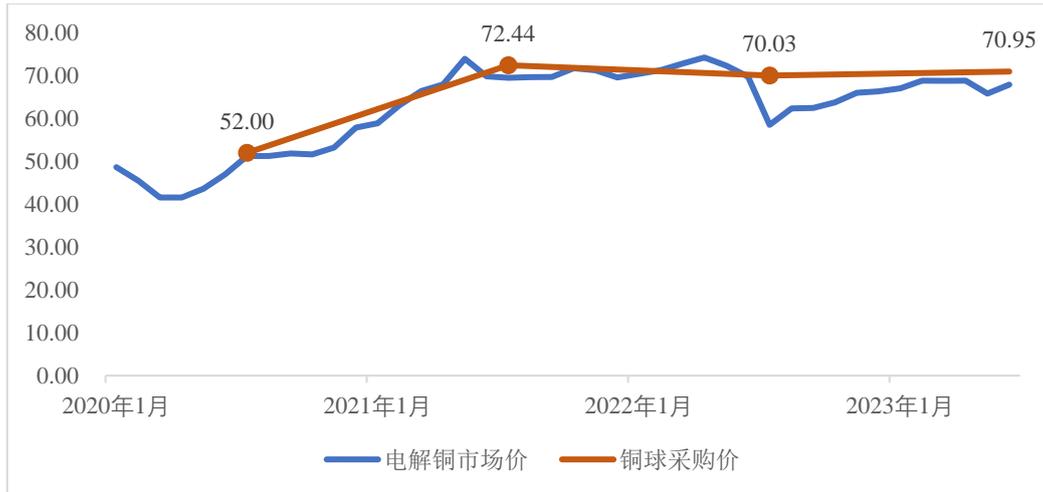


注：数据来源于 Wind。

报告期内，公司采购镍角的平均单价变动趋势与电解镍市场价格变动趋势基本一致，公司采购镍角的价格公允。

（三）磷铜球

公司采购磷铜球的价格主要参考市场上电解铜的价格。报告期内，公司采购磷铜球的均价(含税)分别为 52.00 元/千克、72.44 元/千克、70.03 元/千克和 **70.95 元/千克**，**2020-2022 年**呈现先上升后下降的趋势，**2023 年上半年**略有上升，与电解铜市场价格波动趋势对比情况如下：



注：数据来源于 Wind。

报告期内，公司采购磷铜球的平均单价变动趋势与电解铜市场价格变动趋势基本一致，公司采购磷铜球的价格公允。

综上所述，报告期内，公司主要原材料中的 ABS、镍角和磷铜球的采购价格与市场价格变动趋势一致，采购价格公允。公司其他主要原材料采购价格的公允性分析详见本问询函回复之“问题 3.2 关于主要供应商”之“二、不同供应商供应同类原材料单价差异情况、是否存在较大差异及合理性、采购定价是否公允，报告期内是否存在单一原材料向单个或少数供应商采购的情况”之“（一）不同供应商供应同类原材料单价差异情况、是否存在较大差异及合理性、采购定价是否公允”。

三、电力和蒸汽采购量与发行人产品产量之间的匹配关系

公司主要能源为电力和蒸汽，报告期内，公司主要能源的采购量及采购金额分别列示如下：

单位：万千瓦时/万吨、元、万元

项目	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	数量	单价	金额	数量	单价	金额
电	963.26	0.69	669.32	1,679.16	0.74	1,234.45
蒸汽	0.51	243.12	124.33	0.81	240.98	194.47

(续)

项目	2021 年度			2020 年度		
	数量	单价	金额	数量	单价	金额
电	1,372.08	0.63	864.39	989.41	0.66	650.57
蒸汽	0.67	238.53	158.86	0.51	238.53	121.53

2020-2022 年，公司电力、蒸汽采购数量和金额逐年增加，主要系公司生产

经营规模扩大，能源消耗随之增加。

报告期内，公司能源耗用量与当期产品产量之间的匹配关系如下：

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
产品产量（件）①	11,746,428.00	20,806,334.00	14,247,043.00	9,194,216.00
其中：出风口扇叶②	3,772,293.00	6,291,621.00	2,885,574.00	-
字标③	1,036,988.00	1,725,234.00	779,277.00	517,540.00
堵盖④	269,520.00	580,050.00	390,500.00	230,000.00
剔除上述三个产品后产量（件）⑤=①-②-③-④	6,667,627.00	12,209,429.00	10,191,692.00	8,446,676.00
电力耗用量（千瓦时）⑥	9,632,601.58	16,791,575.90	13,720,789.30	9,894,072.00
用电单耗（千瓦时/件）⑦=⑥/⑤	1.44	1.38	1.35	1.17
蒸汽耗用量（千克）⑧	5,114,000.00	8,070,000.00	6,660,000.00	5,095,000.00
蒸汽单耗（千克/件）⑨=⑧/⑤	0.77	0.66	0.65	0.60

由于出风口扇叶、字标和堵盖产量较大但产品较小，单位产品能耗极低，因此剔除这三种产品的产量后进行分析。

报告期内，公司单位产品电力耗用量（千瓦时）分别为 1.17、1.35、1.38 和 **1.44**，单位产品蒸汽耗用量（千克）分别为 0.60、0.65、0.66 和 **0.77**，呈现逐年上升的趋势。2022 年和 2021 年单位产品电力耗用量、单位产品蒸汽耗用量较为接近，2021 年较 2020 年的单位产品电力耗用量、单位产品蒸汽耗用量增长较快的原因：

（1）随着 2021 年客户订单增加，公司为释放更多产能，2021 年上半年开始对原先因设备老化而导致故障频发的电镀东线进行技改，更新、改造相关设备，新增水和重金属回收设备、挂具自动存储分拣线等，优化产线整体布局，提升生产效率，为公司收回部分电镀外协工序转为自行生产打下基础。2021 年下半年公司电镀东线投产，电镀产线的能耗相较于注塑、烫印、喷涂产线的能耗更大，因此 2021 年公司电力和蒸汽耗用量较上年增幅较大，超过产品产量的增幅速度，单位产品能耗上升。

（2）2021 年起公司逐步收回部分外协工序转为自行生产，由外协供应商耗用的电力、蒸汽转为由公司采购并耗用，从而拉升整体的单位产品能耗。

2023年1-6月单位产品电力耗用量与2022年较为接近，单位产品蒸汽耗用量较2022年增长较快主要系2023年上半年耗用蒸汽能耗较多的喷涂产品占比有所上升所致。

综上所述，报告期内，公司电力和蒸汽耗用量与产品产量相匹配。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 访谈发行人采购部门、生产部门和技术部门主要负责人，了解发行人不同产品中使用各类原材料的具体情况，报告期内主要原材料采购金额变动的的原因，主要原材料中“其他”的具体构成。

2. 获取发行人报告期各期原材料收发存报表、能源采购明细表，访谈发行人采购部门、生产部门主要负责人和相关财务人员，对报告期内发行人主要原材料的采购量、耗用量及能源采购量与当期产品产量的匹配性进行分析。其中对于注塑原料和烫印原料，获取发行人注塑产品和烫印产品的物料清单，将产品按照物料清单中注塑原料、烫印原料的标准耗用量折算成注塑原料、烫印原料约当用量进行比较，进而判断注塑原料和烫印原料耗用量与产品产量是否匹配。

3. 通过 Wind 数据库查询发行人主要原材料是否存在公开的可比市场价格；对于可比的主要原材料，分析报告期各期发行人采购均价与相关公开市场价格的变动趋势是否一致。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 报告期内，发行人主要原材料采购金额变化主要系发行人业务规模扩大，产品结构变化，扩充产能将部分外协转为自制所致，具有合理性。报告期内发行人主要原材料采购量与耗用量相匹配，耗用量和产品产量的整体变动趋势基本一致，与发行人“以销定产、以产定采”、“合理备货”的业务模式相吻合。

2. 发行人主要原材料中的 ABS、镍角和磷铜球的采购价格与市场价格变动趋势一致。

3. 报告期内，发行人电力和蒸汽耗用量与产品产量相匹配。

问题 3.2 关于主要供应商

根据招股说明书：报告期内，公司向前五大供应商（合并口径）采购占比分别为 23.48%、24.86%和 28.67%，与主要供应商签订的重大供应合同均已到期。

请发行人说明：（1）报告期各期不同原材料的前五大供应商，包括供应商名称、具体采购内容、采购金额及占比，供应商的基本情况、与发行人的合作历史、与发行人及其关联方是否存在关联关系，与控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在资金往来；（2）不同供应商供应同类原材料单价差异情况、是否存在较大差异及合理性、采购定价是否公允，报告期内是否存在单一原材料向单个或少数供应商采购的情况；（3）报告期各期前五大供应商的变动原因；供应商较为分散的原因，是否符合行业惯例；（4）与相关供应商的供应合同续签情况。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、报告期前五大原材料供应商情况

（一）供应商名称、具体采购内容、采购金额及占比

发行人采购的原材料主要分为注塑原料、电镀原料、烫印原料、汽车声学原料、喷涂原料等。报告期各期，发行人向各类原材料的前五大供应商采购对应原料金额及占比如下：

1. 注塑原料

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占注塑原料采购总额比例
2023年1-6月	1	第八元素环境技术有限公司	ABS、其他注塑原料	630.88	28.41%
	2	上海锦湖日丽塑料有限公司	ABS、其他注塑原料	467.65	21.06%
	3	苏州禾润昌新材料有限公司	ABS、其他注塑原料	446.96	20.12%
	4	上海普利特复合材料股份有限公司	其他注塑原料	328.99	14.81%
	5	武汉永佳和新材料有限公司	ABS、其他注塑原料	116.96	5.27%
	合计			1,991.45	89.66%
2022年度	1	上海锦湖日丽塑料有限公司	ABS、其他注塑原料	1,194.43	23.34%
	2	第八元素环境技术有限公司	ABS、其他注塑原料	1,192.79	23.31%
	3	上海普利特复合材料股份有限公司	其他注塑原料	955.04	18.66%
	4	武汉永佳和新材料有限公司	ABS	763.72	14.92%
	5	苏州禾润昌新材料有限公司	ABS、其他注塑原料	643.44	12.57%
	合计			4,749.41	92.80%
2021年度	1	武汉永佳和新材料有限公司	ABS、其他注塑原料	1,141.06	24.54%
	2	第八元素环境技术有限公司	ABS、其他注塑原料	1,075.70	23.13%
	3	上海锦湖日丽塑料有限公司	ABS、其他注塑原料	805.83	17.33%
	4	苏州禾润昌新材料有限公司	ABS、其他注塑原料	592.21	12.73%
	5	芜湖宇塑商贸有限公司	ABS、其他注塑原料	318.45	6.85%
	合计			3,933.25	84.58%
2020年度	1	苏州禾润昌新材料有限公司	ABS、其他注塑原料	562.21	25.66%
	2	武汉永佳和新材料有限公司	ABS、其他注塑原料	435.65	19.88%
	3	合肥圆融供应链管理有限公司	ABS、其他注塑原料	354.53	16.18%
	4	第八元素环境技术有限公司	ABS、其他注塑原料	258.71	11.81%
	5	上海锦湖日丽塑料有限公司	ABS、其他注塑原料	229.37	10.47%
	合计			1,840.48	83.99%

注：发行人各类原材料前五大供应商按同一控制下合并口径统计，下同。

2. 电镀原料

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占电镀原料采购总额比例
2023年1-6月	1	江苏高鹏实业投资有限公司	镍角、磷铜球等	643.79	31.32%
	2	广东华创化工有限公司华东分公司	镍角、磷铜球等	500.83	24.36%
	3	安美特（中国）化学有限公司	钯水等	281.74	13.70%
	4	合肥三井化工有限公司	硫酸、盐酸等	241.61	11.75%
	5	广东光华科技股份有限公司	六水合硫酸镍	85.88	4.18%
	合计				1,753.85
2022年度	1	江苏高鹏实业投资有限公司	镍角、磷铜球等	1,595.42	38.20%
	2	安美特（中国）化学有限公司	钯水等	724.75	17.35%
	3	广东华创化工有限公司华东分公司	镍角、磷铜球等	571.18	13.68%
	4	合肥三井化工有限公司	硫酸、盐酸等	325.21	7.79%
	5	广东光华科技股份有限公司	六水合硫酸镍	214.89	5.15%
	合计				3,431.45
2021年度	1	江苏高鹏实业投资有限公司	镍角、磷铜球等	931.47	34.54%
	2	安美特（中国）化学有限公司	钯水等	487.99	18.09%
	3	合肥三井化工有限公司	硫酸、盐酸等	286.70	10.63%
	4	广东华创化工有限公司华东分公司	镍角、磷铜球等	265.32	9.84%
	5	深圳市奥特佳科技有限公司	砂剂等	215.75	8.00%
	合计				2,187.23
2020年度	1	江苏高鹏实业投资有限公司	镍角、磷铜球等	527.50	34.85%
	2	合肥三井化工有限公司	硫酸、盐酸等	240.74	15.90%
	3	杰熹有（上海）贸易有限公司	钯水	207.33	13.70%
	4	广东华创化工有限公司华东分公司	镍角、磷铜球等	145.76	9.63%
	5	安美特（中国）化学有限公司	钯水等	114.54	7.57%
	合计				1,235.87

3. 烫印原料

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占烫印原料采购总额比例
2023年1-6月	1	苏州达库优科压烫科技有限公司	烫印膜	406.27	51.10%
	2	库尔兹压烫科技（合肥）有限公司	烫印膜	388.71	48.90%
	合计			794.78	100.00%
2022	1	苏州达库优科压烫科技有限公司	烫印膜	1,599.00	69.82%

年度	2	库尔兹压烫科技（合肥）有限公司	烫印膜	692.89	30.26%
	合计			2,291.88	100.08%
2021年度	1	库尔兹压烫科技（合肥）有限公司	烫印膜	382.20	55.70%
	2	苏州达库优科压烫科技有限公司	烫印膜	295.18	43.02%
	合计			686.14	98.72%
2020年度	1	苏州达库优科压烫科技有限公司	烫印膜	44.87	100.00%
	合计			44.87	100.00%

注：2022年度主要烫印原料供应商占烫印原料采购总额百分比大于100%，是由于当年向供应商退货所致。

4. 汽车声学原料

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占汽车声学原料采购总额比例
2023年1-6月	1	武汉华聚新材料科技有限公司	AB料	234.17	8.98%
	2	江苏森远汽车部件有限公司	行李箱盖板等	230.78	8.85%
	3	浙江华江科技股份有限公司	顶棚PU玻纤板	180.26	6.91%
	4	山东佳泰汽车内饰有限公司	地毯面料	158.94	6.09%
	5	安徽新南港汽车纺织品有限公司	顶棚材料	141.43	5.42%
	合计			945.58	36.25%
2022年度	1	江苏森远汽车部件有限公司	行李箱盖板等	537.01	12.85%
	2	武汉华聚新材料科技有限公司	AB料	474.60	11.35%
	3	威海聚力轿车内饰股份有限公司	地毯面料	260.47	6.23%
	4	常熟市路安达机械技术有限公司	行李箱盖板	239.93	5.74%
	5	扬州益邦毯业有限公司	地毯面料	211.33	5.06%
	合计			1,723.34	41.23%
2021年度	1	武汉静达丽新材料科技有限公司	挤出材料	443.26	10.43%
	2	江苏森远汽车部件有限公司	行李箱盖板	419.63	9.88%
	3	威海市佳泰汽车内饰材料厂	地毯面料	414.68	9.76%
	4	常熟市路安达机械技术有限公司	行李箱盖板	270.00	6.35%
	5	扬州益邦毯业有限公司	地毯面料	244.25	5.75%
	合计			1,791.83	42.17%
2020年度	1	扬州益邦毯业有限公司	地毯面料	307.94	8.78%
	2	浙江华江科技股份有限公司	顶棚PU玻纤板	289.90	8.26%
	3	江苏森远汽车部件有限公司	行李箱盖板	277.16	7.90%
	4	武汉静达丽新材料科技有限公司	挤出材料	256.96	7.33%

	5	常熟市路安达机械技术有限公司	行李箱盖板	211.13	6.02%
	合计			1,343.09	38.29%

5. 喷涂原料

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占喷涂原料采购总额比例
2023年1-6月	1	清远市实创涂料科技有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	90.64	34.19%
	2	合肥盛源汽车涂装技术服务有限责任公司	油漆、固化剂、稀释剂	68.61	25.87%
	3	上海蝶翌实业有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	30.15	11.37%
	4	安徽康瑞高科新材料技术工程有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	22.34	8.43%
	5	合肥市兴帆贸易有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	21.95	8.28%
	合计			233.70	88.14%
2022年度	1	清远市实创涂料科技有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	212.36	78.41%
	2	合肥盛源汽车涂装技术服务有限责任公司	油漆、固化剂、稀释剂	17.48	6.45%
	3	滁州金桥德克新材料有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	14.45	5.34%
	4	上海蝶翌实业有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	10.19	3.76%
	5	千浪化研新材料(上海)有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	8.70	3.21%
	合计			263.19	97.17%
2021年度	1	清远市实创涂料科技有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	117.04	47.39%
	2	上海蝶翌实业有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	53.58	21.69%
	3	上海鲸涂科技发展有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	31.75	12.85%
	4	芜湖春风新材料有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	23.42	9.48%
	5	江阴市荣新塑化有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	7.25	2.94%
	合计			233.04	94.36%
2020年度	1	清远市实创涂料科技有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	118.20	54.72%
	2	江阴市荣新塑化有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	44.00	20.37%
	3	芜湖春风新材料有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	34.69	16.06%

	4	合肥陈氏利群汽车用品有限责任公司	油漆、固化剂、稀释剂	9.23	4.27%
	5	上海欧利生东邦涂料有限公司	油漆、固化剂、稀释剂	5.88	2.72%
	合计			211.99	98.15%

(二) 供应商的基本情况、与发行人的合作历史

类别	公司名称	成立时间	注册资本	合作开始时间	股权结构
注塑原料	上海锦湖日丽塑料有限公司	2000/10/1	544.5 万美元	2017 年 5 月	上海日之升新技术发展有限公司持股 50%，锦湖石油化学株式会社持股 50%
	第八元素环境技术有限公司	2016/9/30	20,000 万元	2020 年 5 月	深圳前海徽音商业管理有限公司持股 99%，合肥朗润资产管理有限公司持股 1%
	上海普利特复合材料股份有限公司	1999/10/28	101,743.1917 万元	2017 年 11 月	股票代码 002324，控股股东、实际控制人周文持股 43.93%
	武汉永佳和新材料有限公司	2011/10/26	1,000 万元	2017 年 5 月	厦门永佳和塑胶有限公司持股 90%，卢金萍持股 6%，洪昊持股 4%
	芜湖宇塑商贸有限公司	2015/6/2	200 万元	2018 年 1 月	张应山持股 40%，梁静持股 30%，杨建强持股 30%
	苏州禾润昌新材料有限公司	2016/6/23	10,000 万元	2020 年 4 月	苏州禾昌聚合材料股份有限公司持股 100%
	合肥圆融供应链管理有限公司	2010/11/11	10,000 万元	2017 年 12 月	周玲玲持股 99%，干娜持股 1%
电镀原料	江苏高鹏实业投资有限公司	2006/12/31	1,000 万元	2018 年 2 月	刘国川持股 35.5%，常州墨燃企业管理有限公司持股 34.5%，上海易芃供应链管理合伙企业（有限合伙）持股 30%
	安美特（中国）化学有限公司	1997/8/20	5,025 万美元	2010 年 11 月	ATOTECH B.V.（安美特荷兰公司）持股 100%
	广东华创化工有限公司华东分公司	2006/12/26	—	2017 年 6 月	梁永林持股 90%，林少冰持股 10%
	合肥三井化工有限公司	2009/11/4	200 万元	2017 年 5 月	程艳阳持股 75%，金问朝持股 13.3%，金玲持股 11.7%
	广东光华科技股份有限公司	1980/8/30	39832.1893 万元	2017 年 8 月	股票代码 002741，控股股东、实际控制人郑创发持股 25.78%
	深圳市奥特佳科技有限公司	2004/6/23	500 万元	2017 年 5 月	何萍持股 29%，巩兴铭持股 26%，邢仕宇持股 25%，何滨持股 20%
	杰熹有（上海）贸易有限公司	2003/7/9	590 万美元	2020 年 3 月	株式会社持股 100%
烫印原料	苏州达库优科压烫科技有限公司	2016/12/19	200 万元	2018 年 11 月	沈厚云持股 100%
	库尔兹压烫科技（合肥）有限公司	2001/9/11	4,732 万美元	2021 年 1 月	库尔兹国际控股公司持股 100%

类别	公司名称	成立时间	注册资本	合作开始时间	股权结构
汽车声学原料	江苏森远汽车部件有限公司	2010/11/24	1,000 万元	2018 年 6 月	宜兴市四海汽车内饰件有限公司持股 34%，张华持股 33%，胡雷鸣持股 33%
	武汉华聚新材料科技有限公司	2013/1/4	100 万元	2017 年 5 月	李波持股 80%，易双蕊持股 20%
	威海聚力轿车内饰股份有限公司	2015/4/22	1,200 万元	2019 年 1 月	蒋进生持股 45%，高新潮持股 25%，王芳生持股 15%，胡世彬持股 15%
	常熟市路安达机械技术有限公司	2013/11/18	100 万元	2019 年 7 月	陈建良持股 64%，戴亚萍持股 13%，王雪中持股 13%，戴伟才持股 10%
	扬州益邦毯业有限公司	2007/12/10	1,000 万元	2019 年 1 月	王传喜持股 61%，张士好持股 13%，王传贵持股 13%，李兵持股 13%
	武汉静达丽新材料科技有限公司	2014/6/26	100 万元	2019 年 4 月	余训光持股 51%，朱汉珍持股 49%
	威海市佳泰汽车内饰材料厂	2016/6/2	10 万元	2020 年 8 月	邢玉持股 100%
	浙江华江科技股份有限公司	2003/12/1	6,700 万元	2022 年 12 月	巨化集团有限公司持股 56.12%，浙江省二轻集团有限责任公司持股 25.88%，周明海持股 5.07%，马国维持股 3.97%，黄锦伟持股 2.24%，方建祥持股 1.34%，何斐鲁持股 0.94%，张明军持股 0.89%，赵涛持股 0.74%，楼向阳持股 0.37%
	山东佳泰汽车内饰有限公司(注)	2022/8/19	500 万元	2022 年 3 月	邢玉持股 99%，邢艺持股 1%
	安徽新南港汽车纺织品有限公司	2014/11/7	5,000 万元	2017 年 1 月	童庆宣持股 100%
喷涂原料	清远市实创涂料科技有限公司	2009/5/19	10,000 万元	2018 年 8 月	王俊鸿持股 34%，林伟文持股 22%，王侃锋持股 16.5%，尧俊持股 16.5%，王海鸿持股 11%
	合肥盛源汽车涂装技术服务有限责任公司	2004/3/23	1,600 万元	2022 年 10 月	张建国持股 50%，周萍萍持股 50%
	滁州金桥德克新材料有限公司	2014/4/23	12,226.4151 万元	2022 年 8 月	马晓东持股 51.78%，无锡金桥德克投资合伙企业(有限合伙)持股 13.09%，王景泉持股 13.01%，华闯海持股 6.89%，王天慧持股 5.61%，王强持股 2.38%，安徽国全产业投资基金合伙企业(有限合伙)持股 2.22%，滁州德克金桥企业管理合伙企业(有限合伙)持股 2.17%，

类别	公司名称	成立时间	注册资本	合作开始时间	股权结构
					全椒县嘉辰新材料产业投资基金管理中心（有限合伙）持股 1.41%，滁州德克企业管理合伙企业（有限合伙）持股 0.77%
	上海蝶翌实业有限公司	2017/2/28	2,000 万元	2020 年 6 月	郝于乐持股 80%，夏宏持股 20%
	千浪化研新材料（上海）有限公司	2010/8/25	1,000 万元	2018 年 9 月	胡芳持股 67%，胡锋持股 33%
	上海鲸涂科技发展有限公司	2020/7/2	3,000 万元	2021 年 6 月	金禹东持股 75%，黄珍娣持股 25%
	芜湖春风新材料有限公司	2008/9/24	50 万元	2017 年 5 月	金正北持股 73.13%，芜湖源泉投资管理中心（有限合伙）持股 14.42%，芜湖火车头投资管理中心（有限合伙）持股 12.45%
	江阴市荣新塑化有限公司	1996/6/13	1,200 万元	2017 年 5 月	金禹东持股 51%，金惠荣持股 49%
	合肥陈氏利群汽车用品有限责任公司	2015/10/12	100 万元	2017 年 5 月	陈红斌持股 51%，张立群持股 49%
	上海欧利生东邦涂料有限公司	2001/11/8	602 万美元	2017 年 5 月	株式会社持股 60%，台湾东邦涂料工业股份有限公司持股 40%
	安徽康瑞高科新材料技术工程有限公司	2003/2/24	3,200 万元	2017 年 9 月	王良玉持股 68%，魏道胜持股 32%
	合肥市兴帆贸易有限公司	2012/10/17	200 万元	2017 年 5 月	李鑫焕持股 100%

注：山东佳泰汽车内饰有限公司与威海市佳泰汽车内饰材料厂的控股股东和实际控制人均为邢玉，两家供应商与发行人系业务承接关系。

上述主要供应商与发行人及关联方不存在关联关系，与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方不存在资金往来。

二、不同供应商供应同类原材料单价差异情况、是否存在较大差异及合理性、采购定价是否公允，报告期内是否存在单一原材料向单个或少数供应商采购的情况

（一）不同供应商供应同类原材料单价差异情况、是否存在较大差异及合理性、采购定价是否公允

报告期内，公司主要原材料包括注塑原料、电镀原料、烫印原料、汽车声学原料和喷涂原料，对主要原材料进一步分类情况如下：

主要原材料	进一步分类的原材料
注塑原料	ABS
	ASA
	ASA+PMMA
	PC/ABS
电镀原料	镍角
	磷铜球
	钯水
烫印原料	烫印膜
汽车声学原料	地毯面料
	行李箱盖板
	AB料
	挤出材料
喷涂原料	油漆

报告期内，上述原材料采购金额占主要原材料的比例分别为 67.95%、74.89%、77.77%和 72.15%。对不同供应商采购上述原材料的价格进行分析，具体结果如下。

1. 注塑原料

报告期内，公司注塑原料包括 ABS、ASA、ASA+PMMA 和 PC/ABS。公司向主要供应商采购均价情况如下：

单位：元/千克

原材料	供应商名称	2023年 1-6月	2022年 度	2021年 度	2020年 度
ABS	第八元素环境技术有限公司	***	***	***	***
	武汉永佳和新材料有限公司	***	***	***	***
	苏州禾润昌新材料有限公司	***	***	***	***
	上海锦湖日丽塑料有限公司	***	***	***	***
ASA	上海锦湖日丽塑料有限公司	***	***	***	***
	芜湖宇塑商贸有限公司	***	***	***	***
ASA+PMMA	上海普利特复合材料股份有限公司	***	***	***	***
	芜湖宇塑商贸有限公司	***	***	***	***
	上海锦湖日丽塑料有限公司	***	***	***	***
PC/ABS	上海锦湖日丽塑料有限公司	***	***	***	***

	武汉永佳和新材料有限公司	***	***	***	***
	苏州禾润昌新材料有限公司	***	***	***	***
	第八元素环境技术有限公司	***	***	***	***
	上海普利特复合材料股份有限公司	***	***	***	***

注：注塑原料采购价格信息已按要求申请豁免披露。

报告期内，公司采购的注塑原料为改性注塑原料，具备一定的定制性。由于向不同供应商采购的具体型号、性能有所不同，导致采购均价存在一定差异。同时，采购规模的大小、是否为进口材料也是影响不同供应商之间价格差异的因素。

（1）ABS

报告期内，ABS 主要供应商的采购均价先上升后下降，变动趋势保持一致。上海锦湖日丽塑料有限公司（以下简称“锦湖日丽”）的采购均价高于其他供应商，主要系公司向锦湖日丽采购的 ABS 型号和性能不同。

公司向苏州禾润昌新材料有限公司（以下简称“禾润昌”）购入的 ABS 与第八元素环境技术有限公司（以下简称“第八元素”）和武汉永佳和新材料有限公司（以下简称“永佳和”）的 ABS 型号和性能不同，因此其采购均价存在差异。

第八元素和永佳和的采购均价最为接近，主要系公司向这两家供应商采购的 ABS 型号相同。公司每次采购前执行比价程序，并综合考虑备货策略、付款方式等因素从上述两家供应商中选择该批次的供应商。从第八元素和永佳和采购同型号 ABS 的均价略有差异主要系一年内不同时间点购入 ABS 的采购单价和数量有所差异所致。

（2）ASA

2020 年公司仅从芜湖宇塑商贸有限公司（以下简称“宇塑商贸”）采购 ASA，采购金额较小，用于生产和新项目试制。2021-2023 年 1-6 月宇塑商贸的采购均价高于锦湖日丽，一方面系公司对宇塑商贸的 ASA 采购量较小，议价能力相对较弱；另一方面宇塑商贸代理韩国三星的 ASA 材料，部分为进口材料，采购价格相对较高。

（3）ASA+PMMA

2020 年宇塑商贸的采购均价高于锦湖日丽，主要系其代理韩国三星的 ASA+PMMA 材料，部分为进口材料所致。

2021-2022 年，上海普利特复合材料股份有限公司（以下简称“普利特”）采购均价低于锦湖日丽，2023 年 1-6 月其采购均价略高于锦湖日丽，主要因向其采购的具体产品型号和性能不同。

（4）PC/ABS

报告期内，PC/ABS 主要供应商的采购均价均呈现先上升后下降的趋势。其中锦湖日丽和普利特的 PC/ABS 采购均价高于第八元素和永佳和，主要系其提供的 PC/ABS 型号和性能不同所致。

公司向第八元素和永佳和采购两种相同型号的 PC/ABS 但采购均价略有差异主要系一年内不同时间点购入 PC/ABS 的采购单价和数量有所差异所致。

2. 电镀原料

报告期内，公司电镀原料主要包括镍角、磷铜球和钯水。公司向主要供应商采购均价情况如下：

单位：元/千克、元/升

原材料	供应商名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
镍角	江苏高鹏实业投资有限公司	***	***	***	***
	广东华创化工有限公司华东分公司	***	***	***	***
磷铜球	江苏高鹏实业投资有限公司	***	***	***	***
	广东华创化工有限公司华东分公司	***	***	***	***
钯水	安美特（中国）化学有限公司	***	***	***	***
	杰熹有（上海）贸易有限公司	***	***	***	***
	上海域元化工有限公司	***	***	***	***

注 1：镍角和磷铜球的计量单位为元/千克，向安美特（中国）化学有限公司采购的钯水计量单位为元/千克，向杰熹有（上海）贸易有限公司、上海域元化工有限公司采购的钯水计量单位为元/升；

注 2：电镀原料采购价格信息已按要求申请豁免披露。

（1）镍角、磷铜球

报告期内，公司镍角和磷铜球的供应商为江苏高鹏实业投资有限公司（以下简称“高鹏实业”）和广东华创化工有限公司华东分公司（以下简称“华创化工”）。2020-2023年1-6月，公司向两家供应商采购磷铜球的均价较为接近，不存在明显差异，采购价格公允。

2020-2021年公司向两家供应商采购镍角的均价较为接近，2022年高鹏实业镍角的采购均价高于华创化工，主要系2022年3-6月镍金属的市场价格处于高位，而该时间段公司均从高鹏实业采购镍角从而拉高全年的采购均价，符合实际情况。2023年1-6月公司向两家供应商采购镍角的均价较为接近，不存在明显差异。

（2）钯水

钯水为电镀活化剂的一种，其生产过程中需要耗用金属钯。2020年公司向安美特（中国）化学有限公司（以下简称“安美特”）、杰熹有（上海）贸易有限公司（以下简称“杰熹有”）和上海域元化工有限公司（以下简称“域元化工”）三家供应商采购钯水。其中安美特的采购均价较低，主要系其钯水中的金属钯浓度较低所致。

3. 烫印原料

报告期内，公司烫印原料包括烫印膜，公司向主要供应商采购均价情况如下：

单位：元/平方米

原材料	供应商名称	2023年 1-6月	2022年 度	2021年 度	2020年 度
烫印膜	苏州达库优科压烫科技有限公司	***	***	***	***
	库尔兹压烫科技（合肥）有限公司	***	***	***	***

注：烫印原料采购价格信息已按要求申请豁免披露，下同。

报告期内，公司烫印膜的主要供应商为苏州达库优科压烫科技有限公司（以下简称“达库优科”）和库尔兹压烫科技（合肥）有限公司（以下简称“库尔兹”）。由于两家供应商提供的烫印膜的生产厂商不同，其中达库优科的烫印膜由日本生产厂商生产，库尔兹的烫印膜由德国生产厂商生产，导致两者的采购均价有差异。此外公司向两家供应商采购烫印膜的规格型号、采购结构亦存在差异。

报告期内，公司向两家供应商采购两种相同规格型号的烫印膜，采购均价如下：

单位：元/平方米

存货编码	供应商名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度
10800004	库尔兹压烫科技（合肥）有限公司	***	***	***
	苏州达库优科压烫科技有限公司	***	***	***
10800005	库尔兹压烫科技（合肥）有限公司	***	***	***
	苏州达库优科压烫科技有限公司	***	***	***

由上表可知，公司向不同供应商采购相同规格型号烫印原料的均价不存在差异，同一供应商不同期间的采购均价较稳定。

2023年1-6月，公司向达库优科采购烫印膜的均价较2022年下降主要系供应商年度降价影响所致。公司向库尔兹采购烫印膜的均价较2022年略有上升主要受供应商年度降价和采购结构变动的综合影响所致。

4. 喷涂原料

报告期内，公司喷涂原料主要为油漆。公司向主要供应商采购均价情况如下：

单位：元/千克

原材料	供应商名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
油漆	清远市实创涂料科技有限公司	***	***	***	***
	上海蝶翌实业有限公司	***	***	***	***
	芜湖春风新材料有限公司	***	***	***	***
	江阴市荣新塑化有限公司	***	***	***	***
	合肥盛源汽车涂装技术服务有限责任公司	***	***	***	***

注：喷涂原料采购价格信息已按要求申请豁免披露。

报告期内，公司向不同供应商采购油漆的均价有所差异，主要系向不同供应商采购的油漆品牌、颜色等不同。2020-2022年，公司向上海蝶翌实业有限公司（以下简称“蝶翌实业”）采购油漆的均价较高，主要系蝶翌实业代理立邦品牌油漆，公司向其采购的车身同色油漆，颜色种类丰富，对油漆品质要求较高，故而采购均价较高。2023年1-6月蝶翌实业的油漆采购均价较上年下降49.98%，主要系采购结构变化所致。2023年1-6月，公司向蝶翌实业采购的油漆以单价相对较低的清漆、白面漆为主，车身同色油漆的采购占比下降，因而采购均价较上年有所下降。

2023年1-6月，公司向合肥盛源汽车涂装技术服务有限责任公司（以下简

称“盛源涂装”)的油漆采购金额有所增加,盛源涂装为PPG工业公司安徽地区总代理,公司向其采购车身同色油漆为主,采购均价相对较高。

5. 汽车声学原料

报告期内,公司汽车声学原料包括地毯面料、行李箱盖板、AB料、挤出材料。公司向主要供应商采购均价情况如下:

单位:元/平方米、元/千克、元/件

原材料	供应商名称	2023年 1-6月	2022年 度	2021年 度	2020年 度
地毯面料	扬州益邦毯业有限公司	***	***	***	***
	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
	威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	***	***	***
	山东佳泰汽车内饰有限公司	***	***	***	***
行李箱盖板	江苏森远汽车部件有限公司	***	***	***	***
	常熟市路安达机械技术有限公司	***	***	***	***
	浙江慧凯模塑科技有限公司	***	***	***	***
AB料	武汉华聚新材料科技有限公司	***	***	***	***
	张家港保税区黎亚商贸有限公司	***	***	***	***
	南京旭扬材料科技有限公司	***	***	***	***
	江阴中益化工有限公司	***	***	***	***
	徐州金海威新材料有限公司	***	***	***	***
挤出材料	武汉静达丽新材料科技有限公司	***	***	***	***
	杭州宏煜实业有限公司	***	***	***	***
	武汉永佳和新材料有限公司	***	***	***	***
	第八元素环境技术有限公司	***	***	***	***
	南京双杰化工有限公司	***	***	***	***

注1:地毯面料的计量单位为元/平方米;AB料、挤出材料的计量单位为元/千克;行李箱盖板的计量单位为元/件;

注2:汽车声学原料采购价格信息已按要求申请豁免披露,下同。

报告期内,公司采购的地毯面料、行李箱盖板属于定制件,均配套相关车型。公司采购的AB料包括组合聚醚(A料)和异氰酸酯(B料),用于发泡工艺,生成的材料用于地毯面料和前围隔音垫。公司采购的挤出材料包括POE、LLDPE、

石粉等，用于挤出工艺，按照一定配方生成的 EVA 片材可广泛应用于汽车声学产品。

公司参考上游原材料价格变动情况、加工成本、采购量、年降幅度、定制化质量和功能要求等因素，选择多家供应商进行比较确定最终的供应商和采购价格。因各供应商提供的产品种类较多、差异较大，且各年的产品结构、单价有所变动，因此均价同其他供应商以及自身不同期间的均价相比，会存在一定的差异。

(1) 地毯面料

报告期内，公司向不同供应商采购地毯面料的均价存在一定差异，主要系报告期内，公司向四家主要供应商采购共计 50 种地毯面料，不同地毯面料的配方、规格型号不同导致采购均价存在一定差异。同时不同供应商的采购结构亦存在差异，导致均价有所差异。

因此选取同一物料号的地毯面料向主要供应商采购均价进行比较，共有 10 种地毯面料具有可比性，列示如下：

单位：元/平方米

序号	存货编码	供应商名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
1	11000327	扬州益邦毯业有限公司	***	***	***	***
		威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	***	***	***
		威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
		山东佳泰汽车内饰有限公司	***	***	***	***
2	11000328	扬州益邦毯业有限公司	***	***	***	***
		威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
		威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	***	***	***
		山东佳泰汽车内饰有限公司	***	***	***	***
3	11000391	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
		威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	***	***	***
4	11000427	扬州益邦毯业有限公司	***	***	***	***
		威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
5	11000457	扬州益邦毯业有限公司	***	***	***	***
		威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
6	11000499	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
		威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	***	***	***
7	11000505	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
		威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	***	***	***

		司				
		扬州益邦毯业有限公司	***	***	***	***
		山东佳泰汽车内饰有限公司	***	***	***	***
8	1101060104	扬州益邦毯业有限公司	***	***	***	***
		威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	***	***	***
9	1101110202	扬州益邦毯业有限公司	***	***	***	***
		威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	***	***	***
10	11000488	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	***	***	***
		山东佳泰汽车内饰有限公司	***	***	***	***

2023年1-6月地毯面料供应商中新增山东佳泰汽车内饰有限公司（以下简称“山东佳泰”），山东佳泰与威海市佳泰汽车内饰材料厂（以下简称“威海佳泰”）的实际控制人均为邢玉，2023年下半年起山东佳泰将承接威海佳泰对汇通的业务。

2023年1-6月部分地毯面料向不同供应商采购的单价相同，主要原因如下：

存货编码	供应商名称	2023年1-6月	说明
11000327	扬州益邦毯业有限公司	***	① 两款地毯面料的颜色、材质相同，仅规格不同，因此每平方米地毯面料的单价相同；
	威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	
	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	
	山东佳泰汽车内饰有限公司	***	
11000328	扬州益邦毯业有限公司	***	② 2023年上半年公司对这两款地毯面料采购价格进行统一谈判、统一定价
	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	
	威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	
	山东佳泰汽车内饰有限公司	***	
11000505	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	2023年上半年公司对该款地毯面料采购价格进行统一谈判、统一定价
	威海聚力轿车内饰股份有限公司	***	
	扬州益邦毯业有限公司	***	
	山东佳泰汽车内饰有限公司	***	
11000488	威海市佳泰汽车内饰材料厂	***	两家供应商实际控制人均为邢玉，山东佳泰承接威海佳泰对公司的业务
	山东佳泰汽车内饰有限公司	***	

报告期内，公司向不同供应商采购同一物料号地毯面料的均价较为接近，不存在明显差异，向同一供应商不同期间的采购均价不存在大幅异常波动。

（2）行李箱盖板

报告期内，公司向不同供应商采购的行李箱盖板产品之间差异较大，因此采购均价不具有可比性。

公司向江苏森远汽车部件有限公司（以下简称“江苏森远”）采购的产品主要为行李箱后储物盒盖板，向常熟市路安达机械技术有限公司（以下简称“路安达”）采购的产品主要为行李箱前储物盒盖板。江苏森远的采购均价低于路安达，主要系产品的规格型号不同，江苏森远的行李箱后储物盒盖板的面积、重量约为路安达行李箱前储物盒盖板的一半，故而材料成本较低，采购均价较低。

公司向浙江慧凯模塑科技有限公司（以下简称“慧凯模塑”）采购的产品主要为行李箱盖板和工具箱盖板，与江苏森远和路安达的产品所配套车型不同，应用场景也不同，因此采购均价存在差异。

（3）AB 料

2020 年，张家港保税区黎亚商贸有限公司（以下简称“黎亚商贸”）的采购均价高于南京旭扬材料科技有限公司（以下简称“旭扬材料”），主要系受原材料市场价格上涨的影响，2020 年 10 月起旭扬材料要求对 AB 料提价，公司通过询比价方式开始选择与黎亚商贸合作，以***元/千克的价格采购 AB 料。2021 年 AB 料的主要供应商武汉华聚新材料科技有限公司（以下简称“华聚新材料”）和黎亚商贸的采购均价相同。

2023 年 1-6 月，为满足新项目新工艺的需要，公司向江阴中益化工有限公司（以下简称“中益化工”）采购开模发泡料，向徐州金海威新材料有限公司（以下简称“金海威”）采购 PHC 发泡料，两者的采购均价相同。

（4）挤出材料

公司采购的挤出材料主要包括 POE、LLDPE、石粉等，其中 POE 的采购价格较高，石粉的采购价格最低。由于公司向不同供应商采购挤出材料的种类不同，采购结构亦存在差异，导致不同供应商之间的采购均价存在差异。

报告期内，公司向杭州宏煜实业有限公司（以下简称“宏煜实业”）的采购均价最低，主要系公司仅向其采购单价较低的石粉。公司向其余四家供应商采购的挤出材料主要为 POE 和 LLDPE，因采购的具体型号、采购结构存在差异，导致其不同供应商之间采购均价略有差异。

选取报告期内同一物料号的 POE 和 LLDPE 向主要供应商采购均价进行比较，共有 4 种具有可比性的挤出材料，列示如下：

序号	存货编码	存货名称	供应商名称	2023年 1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
1	11000078	LLDPE	武汉静达丽新材料科技有限公司	***	***	***	***
			武汉永佳和新材料有限公司	***	***	***	***
			第八元素环境技术有限公司	***	***	***	***
			南京双杰化工有限公司	***	***	***	***
2	11000226	POE3000	武汉静达丽新材料科技有限公司	***	***	***	***
			武汉永佳和新材料有限公司	***	***	***	***
			第八元素环境技术有限公司	***	***	***	***
			南京双杰化工有限公司	***	***	***	***
3	11000459	POE3980	武汉静达丽新材料科技有限公司	***	***	***	***
			武汉永佳和新材料有限公司	***	***	***	***
			第八元素环境技术有限公司	***	***	***	***
4	11000380	POE6202	武汉静达丽新材料科技有限公司	***	***	***	***
			武汉永佳和新材料有限公司	***	***	***	***
			第八元素环境技术有限公司	***	***	***	***
			南京双杰化工有限公司	***	***	***	***

由上表可知，2020-2022 年，公司向主要供应商采购 POE 和 LLDPE 的均价呈现逐年上升的趋势，2023 年 1-6 月的采购均价有所下降主要系原材料的市场价格下降所致。公司向不同供应商采购同一物料号的 POE、LLDPE 均价略有差异，主要系一年内不同时间点购入的采购单价和数量存在差异所致。

报告期内，公司向不同供应商采购同规格型号汽车声学原料的均价较为接近，不存在明显差异。

（二）报告期内是否存在单一原材料向单个或少数供应商采购的情况

报告期内，公司主要原材料的主要供应商数量如下：

单位：个

主要原材料	进一步分类的原材料	主要供应商数量				是否向单一或少数供应商采购
		2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	
注塑原料	ABS	4	4	4	4	否
	ASA	2	2	2	1	是
	ASA+PMMA	2	2	2	2	是
	PC/ABS	3	4	5	4	否
电镀原料	镍角	2	2	2	2	是
	磷铜球	2	2	2	2	是
	钯水	1	1	1	3	是
烫印原料	烫印膜	2	2	2	1	是
汽车声学原料	地毯面料	4	3	3	3	否
	行李箱盖板	3	3	3	3	否
	AB料	3	1	3	2	是
	挤出材料	3	4	3	3	否
喷涂原料	油漆	3	2	4	4	否

由上表可知,报告期内公司存在部分原材料向单一或少数供应商采购的情况,具体原因如下:

1. 公司的产品对 ASA、ASA+PMMA 性能要求较高,对材料质量的稳定性和供应的及时性要求亦较高,因此公司选择向少数行业内知名供应商采购。

2. 对于电镀原料中的镍角、磷铜球、钯水,公司选择与行业内少数供应商建立稳定的合作关系,一方面是为控制电镀工艺中产品质量的稳定性,另一方面是为了发挥集中采购的成本优势。

3. 对于烫印原料,因烫印工艺对材料的性能、质量的稳定性要求较高,同时目前国内尚无自主研发、生产烫印膜的本土企业,公司通过国外知名生产厂商在国内的代理商或设立的子公司采购烫印原料,可供选择的供应商数量较少。

4. 对于 AB 料,主要系报告期内公司 AB 料的整体采购量较小;又因不同厂家之间材料配比存在差异,无法混用,为保证生产质量的稳定性,公司选择向单一或少数供应商采购。

除此之外,公司其他的主要原材料均向多家供应商采购。

综上所述,报告期内公司存在单一原材料向单个或少数供应商采购的情况,符合公司实际生产经营情况,具备业务合理性和定价公允性,不存在对单一或少

数供应商形成依赖的情况。

三、报告期各期前五大供应商的变动原因；供应商较为分散的原因，是否符合行业惯例

(一) 报告期各期前五大供应商的变动原因

报告期内，发行人前五大供应商采购金额及占比情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	占采购 总额百 分比
2023 年 1-6 月	1	第八元素环境技术有限公司	注塑原料	733.42	6.76%
	2	江苏高鹏实业投资有限公司	电镀原料	643.79	5.93%
	3	广东华创化工有限公司华东分公司	电镀原料	500.83	4.61%
	4	安徽蔚众汽车零部件有限公司	外协	476.12	4.39%
	5	上海锦湖日丽塑料有限公司	注塑原料	467.65	4.31%
			合计		2,821.82
2022 年度	1	苏州达库优科压烫科技有限公司	烫印原料	1,666.83	6.89%
	2	江苏高鹏实业投资有限公司	电镀原料	1,595.42	6.59%
	3	第八元素环境技术有限公司	注塑原料	1,311.70	5.42%
	4	上海锦湖日丽塑料有限公司	注塑原料	1,194.43	4.94%
	5	合肥晟景塑业有限公司	外协	1,161.15	4.80%
			合计		6,929.53
2021 年度	1	武汉永佳和新材料有限公司	注塑原料	1,192.15	5.87%
	2	第八元素环境技术有限公司	注塑原料	1,075.70	5.30%
	3	合肥晟景塑业有限公司	外协	990.33	4.88%
	4	江苏高鹏实业投资有限公司	电镀原料	931.47	4.59%
	5	安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	外协	856.05	4.22%
			合计		5,045.70
2020 年度	1	安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	外协	821.07	6.54%
	2	合肥晟景塑业有限公司	外协	599.88	4.78%
	3	苏州禾润昌新材料有限公司	注塑原料	562.40	4.48%
	4	江苏高鹏实业投资有限公司	电镀原料	527.50	4.20%
	5	武汉永佳和新材料有限公司	注塑原料	435.65	3.47%
			合计		2,946.51

注：2023年7月合肥晟景塑业有限公司更名为安徽蔚众汽车零部件有限公司。

报告期内，发行人前五大供应商总体较为稳定，报告期内发行人均对其有采购，不属于报告期内新增或退出的供应商。

1. 报告期内，发行人前五大供应商新增情况及原因

期间	新增前五大供应商	采购内容
2023年1-6月	广东华创化工有限公司华东分公司	电镀原料
2022年度	苏州达库优科压烫科技有限公司	烫印原料
	上海锦湖日丽塑料有限公司	注塑原料
2021年度	第八元素环境技术有限公司	注塑原料

2021年发行人前五大供应商中新增第八元素，发行人主要向其采购注塑原料。第八元素成立于2016年9月，该公司实际控制人为周玲玲，其承接合肥圆融供应链管理有限公司（以下简称“合肥圆融”）与发行人的业务关系。合肥圆融为发行人2019年的前五大供应商，该公司于2021年3月注销，其实际控制人亦为周玲玲。

2022年发行人前五大供应商中新增两家供应商，分别为达库优科和锦湖日丽。（1）发行人向达库优科采购烫印原料，2022年采用烫印工艺的格栅、饰条产量大幅增长，导致对其烫印膜的采购量增加。（2）发行人向锦湖日丽采购注塑原料，2022年对其采购额增加主要系生产使用其提供的注塑原料的汽车造型部件项目产量大幅增长所致。

2023年1-6月发行人前五大供应商中新增华创化工，发行人向其采购电镀原料。2022年发行人对其电镀原料的采购金额为571.18万元，2023年上半年起华创化工为在发行人电镀原料采购中争取更大份额，报价较低，因此发行人增加对其电镀原料的采购。

2. 报告期内，发行人前五大供应商退出情况及原因

期间	退出前五大供应商	采购内容
2023年1-6月	苏州达库优科压烫科技有限公司	烫印原料
2022年度	武汉永佳和新材料有限公司	注塑原料
	安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	外协
2021年度	苏州禾润昌新材料有限公司	注塑原料

2021年发行人前五大供应商中减少禾润昌，主要向其采购注塑原料。2021年发行人主要增量项目所使用的注塑原料并非由禾润昌提供，发行人向禾润昌采购额较上年略有增加，但由于对第八元素的注塑原料采购量大幅增加，导致禾润昌退出前五大供应商。

2022年发行人前五大供应商中减少永佳和及安徽恒茂宜高电镀科技有限公司（以下简称“恒茂宜高”）。（1）永佳和与第八元素提供同品类注塑原料，

双方存在竞争关系。发行人每次采购注塑原料前均会执行比价程序，并综合考虑备货策略、付款方式等决定该批次供应商。2022 年发行人对第八元素采购额有所增加，对永佳和采购额有所减少，导致其不再是前五大供应商。（2）发行人向恒茂宜高采购外协电镀件。2022 年采购额减少主要系发行人 2021 年电镀东线技改后投产，将部分电镀外协业务转为自制。

2023 年 1-6 月发行人前五大供应商中减少达库优科，下降至第六名。一方面系 2023 年 1-6 月烫印原料总体的采购占比有所下降，另一方面发行人另一家烫印原料供应商库尔兹的采购份额有所上升。

（二）供应商较为分散的原因，是否符合行业惯例

1. 供应商较为分散的原因

发行人从事汽车造型部件、汽车声学产品的研发、生产和销售，以及汽车车轮总成分装业务，其产品具有非标准、定制化的特征，均对应了客户整车车型。同时发行人汽车造型部件产品采用注塑、电镀、烫印、喷涂等多种工艺；汽车声学产品采用挤出、模压、发泡工艺。由于不同产品的原料、工艺、结构等要素均存在差异，所需原材料种类较多且同种类下原材料的型号、性能、形状、大小、材质不一，因此发行人根据具体的采购需求，通过比价并结合供应商资质、产品质量、历史响应能力等综合因素确定不同原材料供应商。因此发行人供应商数量较多，集中度较低，符合实际经营特点。

2. 是否符合行业惯例

报告期内，发行人前五大供应商集中度与同行业可比公司的比较情况如下：

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
金钟股份	未披露	46.54%	43.58%	45.97%
拓普集团	未披露	22.04%	18.16%	9.24%
福赛科技	未披露	27.01%	26.07%	28.62%
可比公司平均值	不适用	31.86%	29.27%	27.94%
发行人	26.00%	28.67%	24.86%	23.48%

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书。

报告期内，发行人前五大供应商集中度与同行业可比公司平均值较为接近，不存在显著差异。

金钟股份主营业务产品为汽车轮毂装饰件、汽车标识装饰件和汽车车身装饰件，其中 2022 年汽车轮毂装饰件收入占比为 82.44%。金钟股份采购的主要原材料为塑胶粒子、电镀金属材料、电镀添加剂，以及涂料、钢、铝等化工材料和五金材料，其前五大供应商集中度高于发行人。

拓普集团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。其中内饰功能件的主要原材料为无纺布、木粉板等外购件和涤纶短纤维、塑料粒子等石化原料；底盘系统的主要原材料为钢材、铝棒和外协件；减震器产品的主要原材料为天然橡胶（含复合胶）、铝锭和钢铁冲压件、铝压铸件等外协件；汽车电子、热管理系统的主要原材料为外购件和外协件，其前五大供应商集中度相对较低。

福赛科技主要产品分为汽车内饰功能件和装饰件两大类，2022 年汽车内饰功能件的收入占比为 70.41%。福赛科技采购的主要原材料包括塑料粒子（主要包括 PP、PC/ABS、ABS、HDPE）、电器元件、零配件（主要包括金属配件、非金属配件）、面料件（主要包括表皮、海绵、毛毡）、化工材料（主要包括油漆、化工耗材、稀释剂、固化剂）和外协件，其前五大供应商集中度与发行人最为接近。

综上所述，发行人的供应商较为分散符合行业惯例及发行人实际经营的特点，与同行业可比公司相比不存在重大差异。

四、与相关供应商的供应合同续签情况

发行人根据各类原材料的需求量和耗用量，按批次或时间周期签订具体采购合同。截至本回复出具日，发行人与主要供应商的供应合同续签情况良好。

单位：元

供方	需方	主要采购产品	采购金额	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

供方	需方	主要采购产品	采购金额	合同覆盖期间
		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
		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	汇通控股	电镀原料	33,120.00	2023.1.7-2023.12.31

供方	需方	主要采购产品	采购金额	合同覆盖期间
投资有限公司		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

供方	需方	主要采购产品	采购金额	合同覆盖期间
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

供方	需方	主要采购产品	采购金额	合同覆盖期间
		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
		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

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 获取发行人报告期内向不同原材料供应商的采购明细情况，通过公开渠道获取发行人报告期内主要供应商的工商信息。

2. 访谈了主要供应商的高级管理人员或采购业务对接人，获取主要供应商与发行人的合作历史。

3. 访谈采购部门主要负责人，了解主要供应商的选择过程和定价方式。获取采购明细表，对比分析向不同供应商采购同类原材料的均价差异情况。对采购均价存在较大差异的情况进行进一步了解和分析是否具备合理性和定价公允性。对单一原材料向单个或少数供应商采购的情况进行统计，了解单一原材料向单个或少数供应商采购的背景、原因及合理性。

4. 访谈采购部门主要负责人和相关财务人员，了解报告期内发行人向前五大供应商采购的主要内容和双方合作情况，了解报告期内新增及退出前五大供应商的原因，分析是否符合发行人实际经营情况。

5. 查询同行业可比公司的供应商集中度，结合发行人和可比公司的产品类型、原材料采购种类、经营规模等方面进行对比分析。

6. 申报会计师对报告期各期的应付账款余额及采购发生额进行函证，确认报告期内各期交易的真实性、完整性及款项的结算情况。函证情况如下：

(1) 应付账款余额

单位：万元

项目	2023. 6. 30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应付账款余额①	9,776.80	11,483.56	11,263.40	7,937.76
发函金额②	8,387.15	10,211.19	9,818.16	6,334.07
发函比例③=②/①	85.79%	88.92%	87.17%	79.80%
回函确认金额④	8,371.95	10,198.07	9,652.53	5,963.14
回函确认金额占应付账款余额的比例⑤=④/①	85.63%	88.81%	85.70%	75.12%
替代测试金额=⑥	15.20	13.12	165.63	370.93
回函及执行替代测试合计金额占应付账款余额的比例⑦=(④+⑥)/①	85.79%	88.92%	87.17%	79.80%

注：应付账款余额为应付货款余额。

(2) 采购发生额

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
采购总额①	10,852.43	24,200.62	20,295.42	12,548.99
发函金额②	9,463.62	21,315.47	18,386.06	11,249.83
发函比例③=②/①	87.20%	88.08%	90.59%	89.65%
回函确认金额④	9,448.42	21,250.74	17,835.86	10,651.97
回函确认金额占采购总额的比例⑤=④/①	87.06%	87.81%	87.88%	84.88%
替代测试金额=⑥	15.20	64.73	550.20	597.85
回函及执行替代测试合计金额占采购总额的比例⑦=(④+⑥)/①	87.20%	88.08%	90.59%	89.65%

7. 申报会计师对报告期内主要供应商进行访谈，了解供应商的业务范围、经营规模、与发行人的合作历史、主要采购内容、定价方式、交易加工公允性，采购真实性，确认主要供应商与发行人是否存在关联关系。具体访谈情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
访谈供应商家数	22	23	42	42
访谈供应商的采购金额	7,022.24	16,905.60	15,109.71	7,667.96
当期采购总额	10,852.43	24,200.62	20,295.42	12,548.99
占当期采购总额比例	64.71%	69.86%	74.45%	61.10%

8. 访谈发行人采购部门负责人，了解发行人与主要供应商采购合同的续签情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 不同供应商提供的同类原材料在具体品类、规格型号、性能等方面存在差异，因此发行人向不同供应商采购同类原材料的价格存在一定差异且具有合理性，采购定价公允。

2. 报告期内发行人存在单一原材料向单个或少数供应商采购的情况，符合发行人实际生产经营情况，具备业务合理性和定价公允性，不存在对单一或少数供应商形成依赖的情况。

3. 发行人的供应商较为分散符合行业惯例及发行人实际经营的特点，与同行业可比公司相比不存在重大差异。

4. 发行人与主要供应商的供应合同续签情况良好。

问题 3.3 关于外协加工

根据招股说明书，报告期内外协采购金额分别为 4,224.11 万元、6,725.28 万元、7,030.50 万元，2022 年度发行人外购半成品取消双进销模式，由外协厂商自行采购原材料。

请发行人说明：（1）主要外协加工商的基本情况、与发行人的合作历史、与发行人及其关联方是否存在关联关系，是否主要或专门为发行人提供服务，报告期内发行人向主要外协加工商的采购金额及占比；（2）外协加工的定价依据及公允性，不同外协加工商之间的定价是否存在显著差异，是否存在以不公允价格向发行人提供经济资源或为发行人代垫成本费用的情形；（3）公司与外协厂商的合作模式及会计处理，由外协厂商自行采购原材料是否符合客户要求，报告期各期外协加工数量和采购金额与营业成本的匹配性。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、主要外协加工商的基本情况、与发行人的合作历史、与发行人及其关联方是否存在关联关系，是否主要或专门为发行人提供服务，报告期内发行人向主要外协加工商的采购金额及占比

（一）主要外协加工商的基本情况，与发行人的合作历史、采购金额及占比，与发行人及其关联方是否存在关联关系

报告期各期，发行人向主要外协供应商的采购金额及占比如下（注 1）：

期间	序号	外协供应商名称	外协采购额 (万元)	占外协采购总额 百分比
2023 年 1- 6 月	1	安徽蔚众汽车零部件有限公司（注 2）	466.23	20.33%
	2	安徽苏壹电器有限责任公司	233.80	10.19%
	3	合肥瑞雅精密塑胶科技有限公司	226.48	9.88%
	4	安徽宏景电镀有限公司	171.03	7.46%
	5	合肥鑫飞亚模塑有限公司	160.19	6.98%
			合计	1,256.50
2022 年度	1	合肥晟景塑业有限公司	1,141.55	16.24%
	2	合肥瑞雅精密塑胶科技有限公司	814.53	11.59%
	3	安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	764.56	10.87%
	4	合肥正杰模塑有限公司	661.17	9.40%

	5	安徽宏景电镀有限公司	371.82	5.29%
	合计		3,753.63	53.39%
2021年度	1	合肥晟景塑业有限公司	971.09	14.44%
	2	安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	856.05	12.73%
	3	合肥正杰模塑有限公司	451.46	6.71%
	4	安徽泽昌烫印科技有限公司	426.88	6.35%
	5	合肥瑞雅精密塑胶科技有限公司	425.49	6.33%
	合计		3,130.97	46.56%
2020年度	1	安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	821.07	19.44%
	2	合肥晟景塑业有限公司	582.87	13.80%
	3	安徽鸿泽道表面处理有限公司	415.16	9.83%
	4	廊坊三田电器有限公司	365.27	8.65%
	5	合肥瑞雅精密塑胶科技有限公司	228.83	5.42%
	合计		2,413.21	57.13%

注 1：表格中外协采购额为发行人以外协模式向各家供应商采购的金额。

注 2：安徽蔚众汽车零部件有限公司系合肥晟景塑业有限公司于 2023 年 7 月进行工商变更后的公司名称。

上述主要外协供应商的基本情况与合作历史如下：

公司名称	成立时间	注册资本	股权结构	合作开始时间	与发行人及其关联方是否存在关联关系	是否主要为发行人提供服务
安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	2017/7/17	1,068 万元	李兴安持股 60%，方继刚持股 40%	2018 年 9 月	否	否
安徽宏景电镀有限公司	2018/4/26	500 万元	张登松持股 40%，周淑军持股 25%，黄尚成持股 20%，陈燕持股 15%	2021 年 4 月	否	否
安徽蔚众汽车零部件有限公司	2017/5/23	2,000 万元	余丽持股 60%，赵扬持股 40%	2017 年 7 月	否	是
合肥瑞雅精密塑胶科技有限公司	2018/7/4	500 万元	张显玲持股 60%，刘之国持股 40%	2019 年 12 月	否	是
合肥正杰模塑有限公司	2014/3/20	560 万元	沈白玉持股 46%，汪超持股 34%，方姗持股 10%，王伟持股 10%	2017 年 5 月	否	否
安徽泽昌烫印科技有限公司	2007/11/1	1,000 万元	路遥持股 60%，张倩持股 40%	2020 年 11 月	否	否

公司名称	成立时间	注册资本	股权结构	合作开始时间	与发行人及其关联方是否存在关联关系	是否主要为发行人提供服务
廊坊三田电器有限公司	2012/11/2	3,052.5 万元	刘兴俊持股 60%， 刘启发持股 20%， 刘相池持股 20%	2018 年 9 月	否	否
安徽苏壹电器有限责任公司	2020/6/3	5,000 万元	李浆浆持股 90%， 曹伟持股 10%		否	否
合肥鑫飞亚模塑有限公司	2015/9/9	400 万元	任克峰持股 40%， 陈进强持股 35%， 斯春林持股 25%		否	否

发行人及其关联方与主要外协供应商均不存在关联关系。

（二）是否主要或专门为发行人提供服务

报告期内，外协供应商合肥晟景塑业有限公司（以下简称“晟景塑业”）和合肥瑞雅精密塑胶科技有限公司（以下简称“瑞雅精密”）存在承担发行人采购金额占其营业收入的比重超过 50%的情况，构成主要为发行人提供服务的情形。

由于发行人报告期内业务增长较快，注塑件的需求也随发行人的业务增长而同步增长。晟景塑业投产的注塑机吨位较大，与其他同行业供应商相比格栅产品的生产能力较强；瑞雅精密的主营产品为饰条注塑件，专业性较强，其实控人在多地开设公司生产饰条注塑件，生产经验丰富，技术积累较其他供应商具有优势。综合因素使得发行人对二者的外协采购在报告期内持续稳步增长，从而导致了发行人采购占比的不断提升，导致晟景塑业和瑞雅精密为发行人提供服务的占比不断提升。

报告期各期内，发行人向晟景塑业的采购金额占发行人采购总额的比例分别为 4.64%、4.78%、4.72%和 **4.39%**；向瑞雅精密的采购金额占采购总额的比例分别为 1.82%、2.10%、3.37%和 **2.09%**，占比均较低，发行人对二者的采购不具有依赖性。

综上所述，发行人从晟景塑业和瑞雅精密处的采购具有合理性，二者之间不存在利益输送，这种情况对发行人的正常经营没有影响。

二、外协加工的定价依据及公允性，不同外协加工商之间的定价是否存在显著差异，是否存在以不公允价格向发行人提供经济资源或为发行人代垫成本费用情形

(一) 外协加工的定价依据及公允性

由于发行人外协采购的产品在原材料、生产工艺、产品尺寸等存在差异，因此单价的可比性较为有限。

发行人每一年度为外协采购选择供应商时，均履行了比价程序：同时接受 2-3 家供应商对目标产品的报价，包括匹配机台、穴位、生产周期、用料、克重和未税单价等信息，并与供应商进行进一步谈价，综合考量后选择合作的外协供应商并签订采购合同。发行人与外协供应商不存在关联关系及其他利益安排，相关交易真实，交易价格公允。

(二) 不同外协加工商之间的定价是否存在显著差异

由于不同型号产品之间单价的可比性不强，因此选取发行人向不同外协供应商采购金额较大的同型号产品的单价进行比较，情况如下：

单位：元/件

序号	存货编码	供应商名称	2023 年 1-6 月	2022 年 度	2021 年度	2020 年 度	备注
1	20280127	A 公司	-	-	99.90	-	采购单价无明显差异
		B 公司	-	-	99.90	-	
2	20230082	C 公司	-	12.51	14.25	18.41	该产品于 2020 年末与 D 公司结束合作关系，为保证交货及时性，该年度接受了 C 公司较高的采购单价
		D 公司	-	-	-	13.32	
3	20210882	C 公司	-	-	15.59	18.43	采购单价无明显差异
		D 公司	-	13.14	13.13	-	
4	20230096	C 公司	-	-	11.69	14.48	采购单价无明显差异
		D 公司	7.81	8.44	9.91	12.28	
5	20210585	E 公司	-	-	-	5.33	由于该产品工艺难度较高，E 公司产品到货合格率较低，同时采购
		F 公司	-	-	6.93	8.06	

序号	存货编码	供应商名称	2023年 1-6月	2022年 年度	2021 年度	2020年 年度	备注
							价格偏低, 主动退出合作
6	20310278	G公司	-	-	22.70	24.09	采购单价无明显差异
		H公司	-	-	-	23.89	
		I公司	-	-	-	26.55	
7	20310481	G公司	-	14.11	14.19	15.10	采购单价无明显差异
		I公司	-	-	-	16.64	
8	20310482	G公司	-	6.00	14.19	15.11	采购单价无明显差异
		I公司	-	-	-	16.64	
9	20330065	G公司	0.61	-	0.64	-	采购单价无明显差异
		J公司	0.60	0.60	0.64	-	
10	40790027	G公司	-	1.03	-	-	采购单价无明显差异
		J公司	1.03	1.00	1.10	-	
11	20130007	K公司	-	37.84	39.93	41.03	采购单价无明显差异
		L公司	-	-	41.66	41.66	
12	20130011	K公司	-	36.71	38.80	39.90	采购单价无明显差异
		L公司	-	-	40.26	40.26	
13	41110118	M公司	-	23.99	23.99	-	采购单价无明显差异
		N公司	23.58	23.99	23.99	-	
		O公司	-	-	23.99	23.86	
		Y公司	19.66				
14	41120046	P公司	-	-	-	7.15	采购单价无明显差异
		Q公司	-	-	7.00	-	
		R公司	-	-	6.91	7.11	
15	41010209	S公司	48.03	50.50	51.70	53.76	采购单价无明显差异
		T公司	-	-	48.74	48.23	
		U公司	-	46.64	50.25	-	
16	41010267	V公司	5.10	5.13	-	-	V公司价格较低, 作为新供应商替代原有供应商
		U公司	-	6.58	7.00	-	
17	41040008	W公司	-	-	-	3.89	根据客户要求, 为满足最终产品的交付质量, X公司生产的产品密度增加, 导致材料成本较高, 产品采购单价较高
		X公司	5.68	5.81	5.87	6.28	
18	20330078	J公司	30.85	-	-	-	采购单价无

序号	存货编码	供应商名称	2023年 1-6月	2022年 年度	2021 年度	2020年 年度	备注
		Z公司	29.52	33.02	-	-	明显差异
		AB公司	-	34.70	35.45	-	
19	20130026	N公司	35.87	38.63	-	-	采购单价无 明显差异
		M公司	-	46.28	46.28	-	
		Y公司	34.63	-	-	-	

注：对特定外协供应商名称已按要求申请豁免披露。

由上表可知，针对同一型号产品，报告期内发行人向不同外协供应商采购的单价差异较小，仅部分型号存在一定差异，造成差异的原因合理、充分，外协采购单价制定具备合理性。

（三）不存在以不公允价格向发行人提供经济资源等情形

根据发行人员工花名册、发行人报告期的银行流水及支付凭证、发行人及主要外协供应商访谈的确认，报告期内，发行人主要外协供应商不存在以不公允价格向发行人提供经济资源或为发行人代垫成本费用的情形。

综上所述，发行人外协采购的定价程序执行完整，价格制定合理、比价充分，具有公允性，外协供应商之间的定价差异具有合理性，不存在以不公允价格向发行人提供经济资源或为发行人代垫成本费用的情形。

三、公司与外协厂商的合作模式及会计处理，由外协厂商自行采购原材料是否符合客户要求，报告期各期外协加工数量和采购金额与营业成本的匹配性

（一）公司与外协厂商的合作模式及会计处理

报告期内，公司与外协厂商的合作模式包括双进销模式、委托加工模式、外协厂商自行采购原材料三种方式。

1. 双进销模式

双进销模式下，公司与外协厂商分别签订原材料销售合同、外协件采购合同，开具销售及采购发票，结算时依据应收、应付款项对抵后的净额进行结算，具体如下：

委托加工物资发出时：公司按照合同约定将原材料或半成品等发至外协厂商，但不确认销售收入，将发出的存货成本计入应收账款。

委托加工物资加工完成收回时：外协厂商按照合同约定将加工完成的半成品或产成品等送至公司，公司验收入库后，按照合同约定的采购价格计入存货，并确认应付账款。

于资产负债表日，公司将已收回的委托加工物资对应的应收账款和应付账款进行抵销，并将未收回的委托加工物资由应收账款转入委托加工物资进行列报。

2. 委托加工模式

委托加工模式下，公司与外协厂商签订委托加工合同，并仅结算加工费，具体如下：

委托加工物资发出时：公司按照合同约定将原材料或半成品等发至外协厂商，将发出的材料成本计入委托加工物资；

委托加工物资加工完成收回时：外协厂商按照合同约定将加工完成的半成品/产成品等送至公司，公司验收入库后，按照合同约定的外协加工费计入委托加工物资（加工费），并确认应付账款（加工费），同时，将委托加工物资转入半成品或产成品等。

3. 外协厂商自行采购原材料模式

外协厂商自行采购原材料模式下，外协厂家负责原材料采购及产品生产，公司直接采购外协产品。外协产品入库时，公司按照合同约定的采购价格计入存货，并确认应付账款。

(二) 由外协厂商自行采购原材料是否符合客户要求，报告期各期外协加工数量和采购金额与营业成本的匹配性

1. 由外协厂商自行采购原材料是否符合客户要求

发行人外协供应商自行采购原材料进行生产的过程受到发行人监管，符合发行人及客户要求，具体情况如下：

(1) 发行人与客户签署业务合同主要约定产品、规格、价格、结算等条款，不存在约束发行人进行委外加工的条款。

(2) 发行人会在合同签订时向供应商指明具体产品所需使用的原材料型号，外协厂须按照发行人的要求进行材料采购；同时，发行人产品的工艺环节较多，

上一道材料的差异会对下一道工序产生影响，发行人可对外协材料的质量差异进行鉴别和把控；最后，发行人采购人员定期前往外协厂商查看生产情况，对外协厂从材料、加工、发货等多方面进行监督，确保产品质量。

(3) 发行人产品交付后，主机厂会对产品质量进行验收，报告期内，发行人客户未因外协厂商采购材料事项对发行人提出异议。

综上所述，发行人对外协厂商自行采购原材料的规格、价格、后续生产环节及产品均进行了有效管控，确保最终产品符合客户要求。

2. 报告期各期外协加工数量和采购金额与营业成本的匹配性

报告期各期，发行人外协加工数量和采购金额与营业成本如下：

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	数值	变动率	数值	变动率	数值	变动率	数值
外协数量 (万件)	1,891.82	/	3,875.23	25.40%	3,090.19	139.56%	1,289.92
外协金额 (万元)	2,293.45	/	7,030.50	4.54%	6,725.28	59.21%	4,224.11
营业成本 (万元)	19,428.42	/	38,397.97	29.34%	29,687.78	42.15%	20,884.25

报告期内，发行人外协加工数量和采购金额与营业成本逐渐增加，变动趋势基本匹配。发行人报告期内逐步扩大产能，将部分外协生产的产品转为自制，导致外协采购的数量和金额增速放缓。此外，发行人外协采购中有一部分为价值量小的产品，由此导致外协数量增速高于外采购协金额。

四、中介机构核查意见

(一) 核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1. 取得发行人报告期内向不同外协供应商的采购明细情况，通过公开渠道获取发行人报告期内主要供应商的工商信息。

2. 撰写访谈提纲，对报告期内主要外协供应商进行访谈，了解供应商的业务范围、经营规模、与发行人的合作历史及合作背景、主要采购内容、定价方式、采购真实性，主要外协供应商与发行人不存在关联关系。具体访谈情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
访谈外协供应商家数	6	9	16	16
访谈外协供应商的采购金额	1,447.00	4,918.98	5,533.71	2,500.56
当期外协采购总额	2,293.45	7,030.50	6,725.28	4,224.11
占当期外协采购总额比例	63.09%	69.97%	82.28%	59.20%

3. 对主要为发行人提供服务的供应商和发行人采购部负责人进行专项提问，对发行人报告期内向其采购的主要产品价格进行跨期和供应商之间的比较。

4. 获取发行人采购过程中生成的报价单，对发行人采购过程中发生的供应商询价、比价程序进行核查，访谈发行人采购业务负责人，核查发行人外协采购定价的依据及公允性。

5. 获取发行人员工花名册、发行人报告期的银行流水及支付凭证、供应商访谈提纲及声明，核查发行人向供应商提供经济资源的合理性。

6. 访谈发行人营销中心和财务部负责人及相关人员，确认外协合作模式，复核外协会计处理流程。

7. 获取发行人外协采购产品的金额和数量，与发行人报告期内营业成本变动趋势进行分析比较。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人及其关联方与主要外协供应商之间不存在关联关系。
2. 发行人外协供应商晟景塑业和瑞雅精密存在主要为发行人提供服务的情形，发行人对二者的采购价格具有公允性，采购流程履行完整，该情形发生具有合理性。
3. 发行人外协加工产品的特异性较强，主要采用多家供应商询价比价的方式，定期、按批次独立选择对应产品的供应商，外协定价具有公允性，不存在外协供应商以不公允价格向发行人提供经济资源或为发行人代垫成本费用情形。
4. 发行人与外协供应商的合作模式稳定，会计处理符合准则要求，能够保证经由外协加工生产的产成品符合客户要求；报告期各期外协加工数量和采购金额与营业成本具有匹配性。

问题 4.1 关于会计政策

根据申报文件：（1）公司汽车零部件产品销售模式主要包括寄售模式和非寄售模式，寄售模式下，客户根据其生产需求领用产品并提供结算清单，公司根据结算清单确认收入；非寄售模式下，公司将产品交付至客户仓库，经客户验收后入库，公司根据核对一致后的收货明细确认收入；（2）报告期各期，实现模具销售收入 2,052.25 万元、1,953.39 万元、346.05 万元和 348.97 万元，公司 2021 年度及 2022 年 1-6 月模具销售收入下降，主要受客户结构和合作模式影响；（3）存在合同条款规定，公司在向客户提供货物三个月内，如提供货物不符合合同规定，客户可提出零公里索赔。

请发行人说明：（1）不同收入确认方法对应的收入金额，主要客户的收入确认方法以及对应销售合同中关于运输、签收、验收、对账、退货等相关约定，收入确认时点、依据是否与合同约定一致，报告期内发生退换货与索赔的金额情况；（2）寄售模式下的结算清单的出具方式和出具时点，是否存在收入跨期，实际领用数量和结算单是否存在差异及差异处理方式；非寄售模式下的验收方式和验收流程；（3）汽车零部件产品量产前公司进行工艺设计、模具开发、样品试制的会计核算方法，样品是否用于销售及相关会计处理；（4）模具的开发、设计成本如何核算，报告期各期发行人设计生产的模具用于自用、对外销售的具体情况，客户结构和合作模式对模具收入的具体影响情况；在发行人处用于生产汽车零部件的模具的所有权归属及管理机制；（5）模具的折旧年限、确定依据及与同行业可比公司的比较情况，鉴于汽车零部件产品快速更新换代的特征，模具折旧年限是否存在显著长于客户产品生产年限的情况，是否存在减值风险。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、不同收入确认方法对应的收入金额，主要客户的收入确认方法以及对应销售合同中关于运输、签收、验收、对账、退货等相关约定，收入确认时点、依据是否与合同约定一致，报告期内发生退换货与索赔的金额情况

（一）不同收入确认方法对应的收入金额

报告期内，公司销售模式主要包括寄售模式和非寄售模式。寄售模式下，客

户根据其生产需求领用产品并提供结算清单，公司根据结算清单确认收入；非寄售模式下，公司将产品交付至客户仓库，经客户验收后入库，公司根据核对一致后的收货明细确认收入。

报告期各期，公司主营业务收入按照不同收入确认方法对应的收入金额如下：

单位：万元

收入确认方法	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
寄售模式	25,722.89	82.28%	54,140.95	86.87%	33,250.79	80.51%	18,377.31	63.55%
非寄售模式	5,538.80	17.72%	8,184.04	13.13%	8,047.61	19.49%	10,540.67	36.45%
总计	31,261.70	100.00%	62,324.99	100.00%	41,298.40	100.00%	28,917.98	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司主营业务收入中寄售模式确认收入占比分别为63.55%、80.51%、86.87%和**82.28%**，为公司主要的收入确认方法。

(二)主要客户的收入确认方法以及对应销售合同中关于运输、签收、验收、对账、退货等相关约定，收入确认时点、依据是否与合同约定一致

1. 主要客户的收入确认方法

报告期各期，公司前五大客户的收入确认方法情况如下：

单位：万元

客户名称	收入确认方法	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
比亚迪	寄售模式确认收入	14,039.50	44.91%	33,309.97	53.45%	10,417.46	25.22%	1,163.27	4.02%
奇瑞汽车	寄售模式确认收入	7,414.06	23.72%	14,842.47	23.81%	17,298.10	41.89%	11,854.95	41.00%
	非寄售模式确认收入	456.45	1.46%	214.89	0.34%	53.60	0.13%	475.73	1.65%
江淮汽车	寄售模式确认收入	722.95	2.31%	1,330.43	2.13%	1,687.03	4.08%	995.19	3.44%
	非寄售模式确认收入	3,226.79	10.32%	5,780.10	9.27%	5,108.43	12.37%	6,165.46	21.32%
振宜汽车	寄售模式确认收入	2,066.68	6.61%	2,734.14	4.39%	276.79	0.67%	-	-
	非寄售模式确认收入	186.21	0.60%	62.80	0.10%	-	-	-	-
长城汽车	寄售模式确认收入	1,315.78	4.21%	1,772.36	2.84%	3,372.56	8.17%	3,903.12	13.50%
常春内饰	非寄售模式确认收入	-	-	-	-	794.66	1.92%	1,325.62	4.58%
合计		29,428.41	94.14%	60,047.16	96.35%	39,008.62	94.46%	25,883.34	89.51%

注：上表中占比为占主营业务收入比例。

由上表可知，报告期内，公司主要客户中比亚迪、长城汽车均为寄售模式销售；奇瑞汽车主要为寄售模式，非寄售模式为模具产品的销售；由于销售给江淮汽车不同的下属公司，不同公司间的销售方式不同，因此存在寄售模式、非寄售模式两种模式；振宜汽车主要为寄售模式，非寄售模式为车轮总成分装业务；常春内饰为主机厂一级供应商，公司对其销售均为非寄售模式。

2. 主要客户销售合同中关于运输、签收、验收、对账、退货等相关约定，收入确认时点、依据是否与合同约定一致

报告期内，公司向主要客户的销售收入主要由汽车造型部件、汽车声学产品构成，对应销售合同中关于运输、签收、验收、对账、退货等各个业务环节具体情况如下：

客户名称	销售模式	业务环节描述					收入确认时点、依据	与合同约定是否一致
		运输	签收	验收	对账	退货		
比亚迪	寄售模式	***	***	***	***	***	收入确认时点为客户领用，依据为供应链系统领用清单	一致
奇瑞汽车	寄售模式	***	***	***	***	***	收入确认时点为客户领用，依据为供应链系统领用清单	一致
江淮汽车	非寄售模式/寄售模式	***	***	***	***	***	收入确认时点为客户签收，依据为供应链系统签收明细	一致
振宜汽车	寄售模式	***	***	***	***	***	收入确认时点为客户领用，依据为供应链系统领用清单	一致
长城汽车	寄售模式	***	***	***	***	***	收入确认时点为客户领用，依据为供应链系统平台领用清单	一致
常春内饰	非寄售模式	***	***	***	***	***	收入确认时点为客户签收，依据为送货单	一致

注：对主要客户销售合同中关于运输、签收、验收、对账、退货等各个环节约定已按要求申请豁免披露。

由上表可知，报告期内，公司主要客户中比亚迪、奇瑞汽车、振宜汽车、长城汽车、常春内饰收入确认时点和依据与合同约定一致，江淮汽车寄售模式、非寄售模式为统一的制式合同，合同中未明确约定结算数据的内容，公司根据与江淮汽车不同主体之间的交易习惯、结算内容确定销售模式。

综上所述，公司收入确认时点及依据与合同约定一致。

（三）报告期内发生退换货与索赔的金额情况

1. 报告期内退换货的金额情况

报告期各期，公司发生的退换货情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
退换货	1.67	7.38	6.35	8.35
营业收入	31,591.07	62,831.93	41,719.73	29,296.18
占营业收入比例	0.01%	0.01%	0.02%	0.03%

由上表可知，报告期内公司发生的退换货金额较小，占营业收入的比例较低。

2. 报告期内索赔的金额情况

公司销售的产品在后续客户生产使用过程中如果出现产品瑕疵，客户质量部门向公司出具质量索赔通知单，列示产品瑕疵原因及应由公司承担的金额。公司收到通知后，对索赔原因进行分析，与客户进行沟通反馈后确认索赔金额。报告期各期，公司发生的客户索赔金额具体如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
实际发生的客户索赔费用	29.60	97.00	143.01	56.02
营业收入	31,591.07	62,831.93	41,719.73	29,296.18
占营业收入比例	0.09%	0.15%	0.34%	0.19%

由上表可知，报告期各期，公司发生的索赔金额较小，占营业收入的比例较低。

二、寄售模式下的结算清单的出具方式和出具时点，是否存在收入跨期，实际领用数量和结算单是否存在差异及差异处理方式；非寄售模式下的验收方式和验收流程

(一) 寄售模式下的结算清单的出具方式和出具时点，是否存在收入跨期，实际领用数量和结算单是否存在差异及差异处理方式

报告期内，公司前五大客户寄售模式下的结算清单出具方式和出具时点如下：

客户名称	结算清单出具方式	结算清单的出具时点	收入确认的时点	是否存在收入跨期
比亚迪	根据当月整月领用数量，次月在供应链系统公示。	次月15日左右	当月末根据次月客户出具的结算清单确认收入	否
奇瑞汽车	根据当月领用数量次月在供应链系统公示。	次月5日左右	当月末根据次月客户出具的结算清单确认收入	否
江淮汽车	1.根据当月20日至次月19日领用数量，次月20日左右在供应链系统公示。 2.每年12月根据当月20日至月底的领用数量，次月20日左右在供应链系统公示。	次月20日左右	当月末根据次月客户出具的结算清单确认收入	否
振宜汽车	根据当月领用数量在供应链系统公示。	次月5日左右	当月末根据次月客户出具的结算清单确认收入	否
长城汽车	根据当月领用数量在供应链系统公示。	次月16日左右	当月末根据次月客户出具的结算清单确认收入	否

由上表可知，寄售模式下客户根据其当月生产需求领用产品并于次月提供结算清单，公司根据结算清单确认当月收入，公司确认收入期间与客户领用期间一致，领用数量与结算清单一致，不存在收入跨期情形。

(二) 非寄售模式下的验收方式和验收流程

非寄售模式下，公司根据合同约定运送至客户指定地点后，通常情况下由客户安排收货人员依据双方合同约定检查货物的名称、品牌、数量、包装等，检查无误后办理验收手续。

三、汽车零部件产品量产前公司进行工艺设计、模具开发、样品试制的会计核算方法，样品是否用于销售及相关会计处理

工艺设计：公司工艺设计主要包括产品及模具参数和性能设计、故障影响分析、产品评审、产品验证等环节，属于产品开发活动，产品开发活动是公司主要的研发活动，相关费用计入研发费用。

模具开发：公司负责模具参数和性能设计。模具制造委托外部模具供应商进行，相应制造成本计入模具成本，其中生产性模具完工后计入长期待摊费用，摊销时计入制造费用；商品性模具在存货科目核算，模具销售时结转营业成本。

样品试制：公司完成产品参数、性能设计后，安排制作零星样件，用于验证产品是否符合设计要求，相关费用计入研发费用。模具开发完成后，进入量产前，公司安排进行小批量试制，验证产品性能，形成的样件少部分用于销售。样件用于销售的，相关收入计入营业收入，同时结转营业成本。

报告期内，公司样件销售金额较小，具体如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
样件销售	11.03	3.24	6.30	1.63
营业收入	31,591.07	62,831.93	41,719.73	29,296.18
占营业收入比例	0.03%	0.01%	0.02%	0.01%

由上表可知，报告期各期，公司样件销售金额较小，占营业收入比例较低。

四、模具的开发、设计成本如何核算，报告期各期发行人设计生产的模具用于自用、对外销售的具体情况，客户结构和合作模式对模具收入的具体影响情况；在发行人处用于生产汽车零部件的模具的所有权归属及管理机制

（一）模具的开发、设计成本如何核算，报告期各期发行人设计生产的模具用于自用、对外销售的具体情况，客户结构和合作模式对模具收入的具体影响情况

1. 模具的开发、设计成本如何核算

报告期内，在模具的设计、开发环节，由公司负责模具的技术参数等设计、研发工作，相应产生的人工费用等计入研发费用。将模具的生产制造交由外部模具供应商进行，相应成本计入模具成本，其中生产性模具完工后，计入长期待摊

费用，摊销时计入制造费用；商品性模具在存货科目核算，模具销售时结转营业成本。

2. 报告期各期发行人设计生产的模具用于自用、对外销售的具体情况，客户结构和合作模式对模具收入的具体影响情况

(1) 报告期各期发行人设计生产的模具用于自用、对外销售的具体情况

报告期各期，公司设计生产的模具用于自用、对外销售情况如下：

单位：万元

类别	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
当期自用模具	金额	2,173.16	3,013.67	1,257.86	1,677.43
	占比	77.93%	77.63%	89.31%	71.79%
对外销售模具	金额	615.53	868.27	150.58	653.37
	占比	22.07%	22.37%	10.69%	28.03%
合计		2,788.69	3,881.94	1,408.44	2,330.80

由上表可知，报告期各期，公司设计生产的模具主要为自用，对外销售的模具较少，符合公司实际经营情况。

(2) 客户结构和合作模式对模具收入的具体影响情况

报告期内，按照合作模式可以将公司模具分为生产性模具和商品性模具，具体如下：

分类	具体说明	是否形成模具收入
生产性模具	公司先行承担模具制造成本，客户不再单独支付模具费用，模具成本在未来产品中分摊	否
商品性模具	客户承担模具成本，单独支付模具费用，公司确认模具收入	是

由上表可知，在生产性模具合作模式下，公司不产生模具收入；在商品性模具合作模式下，公司产生模具收入。报告期内，公司主要客户合作模式如下：

客户名称	合作模式
比亚迪	生产性模具
奇瑞汽车	生产性模具为主
江淮汽车	商品性模具为主
长城汽车	生产性模具为主
振宜汽车	生产性模具
常春内饰	生产性模具

由上表可知，报告期内，公司与不同客户合作模式有所不同。报告期各期，

公司模具收入分别为 1,953.39 万元、346.05 万元、959.71 万元和 715.08 万元，占营业收入的比例分别为 6.67%、0.83%、1.53%和 2.26%，模具收入及占比总体较小，各期模具收入的变动主要是由于公司根据产品对应车型的预计销售情况、模具开发成本等多种因素与客户协商具体的合作模式，降低公司经营风险所致。

(二) 在发行人处用于生产汽车零部件的模具的所有权归属及管理机制

1. 在公司处用于生产汽车零部件的模具的所有权情况

报告期内，公司用于生产的模具所有权分为客户单独所有、公司与客户共有两种情况，具体如下：

(1) 客户单独所有

公司按照客户要求完成模具开发，模具开发完成并经验收后，客户按照双方约定的模具价格付款，模具所有权归客户单独所有。

(2) 公司与客户共有

公司按照客户要求完成模具开发，模具开发完成并经验收后，计入长期待摊费用。约定期限内，模具所有权为公司与客户共有，约定期限结束后，所有权归客户所有。

2. 模具管理机制

对于公司与客户共有的模具，公司从模具验收入库、维护及盘点等方面参照固定资产管理方式，制定相应制度进行日常管理，主要流程如下：

管理机制	具体描述
模具验收	分为预验收、初验收、终验收。 ① 预验收：新产品开发阶段，由产品开发项目小组在模具交付时组织与验收。 ② 初验收：小批量试生产产品符合规定要求后，由技术中心产品工程师、项目经理、品质、制造工厂使用车间、采购、模具科进行初验收。 ③ 终验收：生产持续6个月或生产5000套合格产品后。量产阶段添置的模具，由制造工厂组织相关部门共同参加对新模具的验收，由制造工厂使用车间填写《模具验收记录》并由参加人员会签，经总经理批准后方能交付使用。 验收合格后，所有《模具验收记录》均交技术中心文控存档。
模具维护	技术中心模具科负责保养、维护模具；模具使用过程中发生问题，由车间报修，模具科人员对损坏模具进行修理。
模具盘点	① 盘点频率：每半年一次。

	② 盘点内容：模具科、采购部负责对公司的模具进行盘点，财务部负责监盘。
--	-------------------------------------

对于客户单独所有的模具，其管理机制与共有模式下的模具管理机制不存在显著差异。公司对客户单独所有的模具建立管理台账，客户有权了解模具的存放地点、使用状态等信息，并有权对模具进行盘点。

五、模具的折旧年限、确定依据及与同行业可比公司的比较情况，鉴于汽车零部件产品快速更新换代的特征，模具折旧年限是否存在显著长于客户产品生产年限的情况，是否存在减值风险

（一）模具的折旧年限、确定依据及与同行业可比公司的比较情况

1. 模具的折旧年限、确定依据

报告期内，公司模具摊销年限参考车型的生命周期，并结合同行业可比公司摊销方式，在 3 年内平均摊销。

根据汽车行业惯例，一款全新车型从设计到上市，主机厂通常需要耗费巨大的成本，为了保持单款车型更持久的产品生命力，在产品上市后会对其进行持续研发，存在年度改款、中期改款情形，一般周期在 3 年左右，车型改款期间，该款车型对应的配套零部件一般不会发生较大变动，公司作为汽车零部件的生产厂商，所生产功能件和装饰件的换代周期基本与对应车型保持一致。同时，模具的使用寿命主要取决于配套产品的生产数量和配套产品的生产周期。

综上所述，考虑模具的预期经济利益流入方式、规模量产阶段、车型生命周期等因素，同时结合公司业务实际和同行业可比公司的会计处理方式，基于谨慎性原则，公司模具统一按照年限平均法在 3 年内摊销。

2. 模具摊销与同行业可比公司对比情况

经查询，同行业可比公司的模具摊销期限如下：

公司名称	模具摊销期限
金钟股份	2年
拓普集团	3-5年
福赛科技	3年
汇通控股	3年

注：可比公司资料来源于定期报告、招股说明书等。

由上表知，公司摊销期限与同行业可比公司不存在显著差异。

(二) 鉴于汽车零部件产品快速更新换代的特征, 模具折旧年限是否存在显著长于客户产品生产年限的情况, 是否存在减值风险

截至 2023 年 6 月末, 公司主要模具对应的车型如下:

单位: 万元

客户	车型	模具内容	2023年6月末账面价值	账面价值占比	报告期末销售状态
长城汽车	枭龙	副仪表板前部下饰板、左/右上挡板、中央风道前部装饰件等	641.49	20.29%	在售
比亚迪	唐 DM-i	前格栅左右饰条、前格栅面罩、前格栅上横幅上下饰条等	322.94	10.21%	在售
比亚迪	秦 PLUS DM-i	前格栅本体、前格栅亮饰条、前保险杠 LOGO 饰条等	317.77	10.05%	在售
奇瑞汽车	瑞虎3x	散热器格栅本体、背门饰条、前 LOGO 等	242.66	7.68%	在售
奇瑞汽车	瑞虎7PLUS	散热器格栅本体、格栅装饰框、格栅封堵板等	231.87	7.33%	在售
奇瑞汽车	探索06	顶棚总成模压、顶棚总成水切、前地板地毯总成模压等	227.23	7.19%	在售
奇瑞汽车	捷途 T-1	前/后地毯总成、发动机盖隔音垫、左/右后轮罩隔音垫等	112.11	3.55%	在售
比亚迪	宋 PLUS DM-i	前格栅面罩	111.51	3.53%	在售
比亚迪	宋 PRO DM-i	前后门斜拉手装饰圈	107.02	3.39%	在售
长城汽车	风骏	格栅本体、格栅左右饰条	88.42	2.80%	在售
奇瑞汽车	瑞虎8PLUS	格栅本体、三角装饰板等	79.82	2.52%	在售
江淮汽车	思皓 X8	格栅总成	66.58	2.11%	在售
比亚迪	唐 EV	左前/右前门饰条、左后/后门饰条模具	61.31	1.94%	在售
合计			2,610.73	82.59%	

注: 账面价值占比=单项模具账面价值/在用模具合计账面价值。

公司作为具备同步开发能力的供应商, 通常能配合客户进行具体车型的改款升级, 且根据行业特点, 汽车零部件产品在定点后一般不会轻易更换供应商。

公司综合考虑车型生命周期及模具磨损程度, 确定公司模具的摊销年限为 3 年。由上表知, 公司主要模具对应的车型均在售, 其公司后续将持续为主机厂供

应售后备件产品，短期内，产品供货不会终止。

报告期内，公司于年度、半年度对公司模具进行盘点，盘点过程中，未发现模具存在减值风险迹象。

综上所述，模具摊销年限与产品生产周期匹配，不存在显著长于客户产品生产年限的情况，公司模具不存在减值风险。

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 对发行人收入确认相关的内部控制流程执行控制测试，评价发行人与销售相关内部控制运行是否有效。

2. 访谈发行人管理层，了解发行人主要客户的销售模式，了解发行人主要客户寄售模式下结算清单的出具方式和出具时点，非寄售模式下的验收方式和验收流程，了解发行人收入确认的依据和时间。

3. 获取发行人统计的不同收入确认方法对应的收入金额、报告期内发生退换货与索赔的金额，复核发行人的统计口径及分类是否准确，分析发行人不同收入确认方法对应的收入金额变动的合理性，报告期退换货与索赔金额变动的合理性。

4. 检查发行人主要的销售合同及年度价格协议等，复核发行人对应销售合同中关于运输、签收、验收、对账、退货等相关约定，评价发行人收入确认时点、主要销售流程是否与合同约定一致。

5. 检查寄售模式下的主要客户的结算清单、非寄售模式下的客户签收单，核查发行人报告期内收入确认原始单据等，核实发行人收入确认是否存在跨期。

6. 访谈发行人主要产品开发人员及财务人员，了解发行人汽车零部件产品量产前进行工艺设计、模具开发、样品试制主要业务流程，了解发行人样品产生的主要环节及样品是否用于销售，了解发行人销售样品相关的会计处理，评价发行人样品销售会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

7. 获取发行人模具管理内部控制制度，访谈发行人研发及财务人员，了解模

具开发制造流程、具体财务核算方式；访谈发行人模具管理人员，了解模具验收、日常维护、盘点等流程的相关控制。

8. 获取发行人模具台账，复核台账记录与账面记录是否一致，并对模具进行监盘，查看模具使用状态。

9. 访谈发行人管理人员，获取发行人模具销售台账和销售合同，了解并分析客户结构和合作模式对模具收入的影响。

10. 查询发行人同行业可比公司年度报告及其他公开资料，了解同行业可比公司模具摊销政策，评价发行人模具摊销政策是否符合行业惯例。

11. 结合发行人产品对应车型的上市时间和销售情况，查询并了解车型更新换代周期情况，并了解汽车更新换代周期与汽车零部件生产的关系，评价发行人模具摊销期限的合理性，模具是否存在减值风险。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人不同收入确认方法对应的收入金额分类准确，收入确认时点、依据与合同约定一致；报告期内发生退换货与索赔金额较小。

2. 发行人实际领用数量和结算单数量不存在差异，收入确认不存在跨期现象。

3. 发行人汽车零部件产品量产前进行工艺设计、模具开发、样品试制的会计核算方法准确，样品销售相关会计处理符合《企业会计准则》规定。

4. 发行人模具的开发、设计成本核算准确，已设计生产的模具主要为自用，对外销售的模具较少，符合实际经营情况；发行人模具收入受客户结构和合作模式的影响具有合理性；发行人已制定模具管理内部控制制度，对模具验收、日常维护、盘点等环节做出明确规定，管理机制得到有效执行。

5. 发行人模具摊销期限、确定依据合理，与同行业可比公司不存在显著差异；发行人不存在模具折旧年限显著长于客户产品生产年限的情况，不存在减值风险。

问题 4.2 关于收入增长

根据招股说明书：（1）报告期各期，发行人营业收入分别为 29,296.18 万元、41,719.73 万元、62,831.93 万元，其中汽车造型部件销售收入大幅上涨，汽车声学产品和车轮总成分装总体稳定，其他业务收入主要为废品和租赁收入，占比较低；（2）高收入增长率、高毛利率系受公司下游新能源汽车销量快速增长推动；（3）报告期内汽车造型部件、车轮总成分装单价逐年上升，汽车声学产品平均单价下降；（4）华北区域、西南区域收入整体呈下降趋势；（5）公司四季度收入占比较高，主要受春节前汽车消费旺盛等因素影响。

请发行人说明：（1）报告期内汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装的细分品类平均单价的变动情况和变动原因；（2）区分不同产品应用与新能源汽车与其他汽车的销售情况，分析对新能源销售的增长是否具备可持续性；（3）华北区域、西南区域收入整体呈下降趋势，公司客户的主要生产经营地与发行人主要销售区域是否匹配；（4）报告期各期第四季度不同月份收入情况，并分析变动原因，相关订单执行周期、回款周期与其他期间是否存在重大差异；结合下游客户生产与销售周期分析四季度收入占比较高的合理性；（5）公司生产过程中产生废料的的比例是否与同行业可比公司一致；如何准确核算产品成本和废料成本，是否存在将产品成本计入废料成本的情况。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，说明对报告期收入采取的核查方法、核查比例、核查证据和核查结论。

回复：

一、报告期内汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装的细分品类平均单价的变动情况和变动原因

报告期内，公司汽车造型部件、汽车声学产品和车轮总成分装的细分品类的销售单价变化情况如下：

单位：元/件

二级产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
汽车造型部件	25.93	-19.55%	32.23	2.09%	31.57	5.23%	30.00
其中：格栅	300.18	-2.93%	309.25	13.48%	272.51	15.23%	236.48

单位：元/件

二级产品分类	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
饰条	12.77	-13.72%	14.80	-15.01%	17.41	-1.44%	17.66
其他	6.81	-3.23%	7.03	3.77%	6.78	-5.80%	7.19
汽车声学产品	46.13	5.38%	43.78	-7.68%	47.42	-5.58%	50.22
其中：地毯	88.63	1.70%	87.15	-4.76%	91.51	-12.06%	104.05
隔音隔热垫	23.27	1.49%	22.93	-21.74%	29.29	7.46%	27.26
行李箱系列产品	49.41	-3.72%	51.32	-5.85%	54.51	-14.63%	63.85
顶棚	168.33	15.28%	146.01	-3.84%	151.85	-13.02%	174.58
车轮总成分装	10.27	-5.77%	10.89	12.59%	9.68	10.22%	8.78

（一）汽车造型部件产品销售价格变动分析

1. 格栅

报告期各期，公司格栅产品的销售单价分别为 236.48 元/件、272.51 元/件、309.25 元/件和 300.18 元/件。2020-2022 年度单价上升幅度较大，2023 年 1-6 月较 2022 年度单价变动幅度较小。

公司格栅产品属于定制件，主机厂对配套具体车型的规格尺寸和生产工艺提出其个性化需求，导致格栅单价存在一定差异。报告期内不同型号的格栅产品超过 100 种，通过销售降价和销售结构两个因素进行定量分析：

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
销售金额（万元）	13,109.71	30,475.24	15,493.65	8,736.91
占主营业务收入比例	41.94%	48.90%	37.52%	30.21%
销量（万件）	43.67	98.55	56.86	36.94
单价（元/件）	300.18	309.25	272.51	236.48
单价波动率	-2.93%	13.48%	15.23%	/
其中：销售降价影响	-4.79%	-6.06%	-4.84%	/
销售结构影响	1.95%	20.80%	21.10%	/

注 1：销售降价影响= $\frac{\sum(\text{上期各规格销量} \times \text{本期对应销售单价})}{\sum(\text{上期各规格销量} \times \text{上期对应销售单价})} - 1$ ，销售降价影响仅统计两年均有销售的产品；

注 2：销售结构影响= $\frac{\text{本期单价}}{\text{上期单价}} / (1 + \text{销售降价影响}) - 1$ ；

注 3：计算公式同时适用于其他细分产品。

（1）销售降价影响

2021 至 2023 年 1-6 月，销售降价因素对格栅产品销售单价的影响比例分别为 -4.84%、-6.06% 和 -4.79%。同一规格产品在报告期的销售单价总体呈下降趋势，

具体分析如下：

① 公司营销中心与主机厂签订年度供货合同并定期更新价格协议，按照汽车零部件行业惯例，基于年降政策，主机厂要求与该车型配套的零部件价格随着该车型销售规模的扩大而逐年下降，从而一定程度上会拉低公司产品的销售单价。

② 公司在年度价格协议中会对模具费、开发费和物流费做出明确约定，以模具费为例，在生产性模具合作方式下约定有单只模具费用及分摊台数，在销售台数覆盖模具费后将单只模具费用在产品售价中剔除，一定程度上进一步降低产品销售单价。2021 年公司为奇瑞汽车瑞虎 7、瑞虎 8、瑞虎 8 PLUS，江淮汽车瑞风 S2 等车型配套的部分格栅产品年度单价中包含模具费用，在 2021 年销售量达到约定数量后，销售单价中将此部分模具费用剔除，故 2022 年销售降价影响的比例高于 2021 年。

（2）销售结构影响

2021 至 2023 年 1-6 月，销售结构因素对销售单价的影响比例分别为 21.10%、20.80%和 1.95%，具体分析如下：

① 不同规格产品间销售占比影响

公司不同规格型号产品销售占比的变动会导致平均单价发生变化，报告期内，单价高于 300 元/件的产品占比分别为 16.16%、47.86%、62.52%和 45.25%。

2021 和 2022 年度，高单价规格产品销售占比呈现大幅上升趋势；2023 年 1-6 月，由于年降等原因 2022 年落于 300 元/件至 310 元/件的产品价格下降至 290 元/件至 300 元/件，使得 2023 年 1-6 月单价区间在 290 元/件至 300 元/件的销售占比由 2022 年度的 2.87%上升至 19.17%。2023 年 1-6 月单价高于 290 元/件的产品占比为 64.42%。叠加 350 元/件产品销量占比提升的影响，综合来看，2023 年 1-6 月销售结构为正向影响。

综上所述，报告期内高单价规格产品销售占比的提升拉高了报告期内格栅产品的整体单价：

单位：万件、元/件

单价区间	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
350 及以上	7.45	17.05%	13.73	13.94%	13.17	23.16%	5.93	16.04%

单价区间	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
[300,350)	12.32	28.20%	47.88	48.58%	14.04	24.70%	0.04	0.12%
[250,300)	13.62	31.18%	15.91	16.15%	4.26	7.48%	8.68	23.49%
[200,250)	4.84	11.09%	9.41	9.55%	9.73	17.12%	7.68	20.80%
[0,200)	5.45	12.47%	11.61	11.78%	15.65	27.53%	14.61	39.56%
合计	43.67	100.00%	98.55	100.00%	56.86	100.00%	36.94	100.00%

② 新产品规格尺寸和工艺影响

对于新车型产品，公司采用“成本加成”的定价方式，综合考虑产品规格尺寸、工艺复杂程度影响、后续订单情况进行报价。2021年公司承接多项新款格栅订单，规格尺寸和生产工艺的提升会拉高产品单价，2021年高单价产品占比显著提升。以某新款前格栅为例，该产品工艺为注塑后烫印，产品尺寸大烫印单元多，对注塑原材料消耗较大，成型注塑工艺难度大；同时，该产品分五道工序烫印，烫印膜纸损耗量大，对烫印工装和工艺要求高。

综上所述，公司格栅产品销售单价受年降、模具费分摊、产品规格型号和生产工艺、不同规格产品间销售占比等因素的综合影响。其中，由于新款格栅规格尺寸大，工艺难度复杂，新产品定价一般较高；同时，高单价产品销售占比的提升进一步拉高格栅产品的整体单价；上述因素对单价起正向影响，并在一定程度上抵消年降和取消模具费分摊对产品单价的负向影响。

2. 饰条

报告期各期，公司饰条产品的销售单价分别为 17.66 元/件、17.41 元/件、14.80 元/件和 12.77 元/件，2020 年和 2021 年单价持平，2022 年和 2023 年 1-6 月销售单价降幅较大。饰条产品规格型号较多，报告期内不同型号的饰条产品超过 700 种，通过销售单价和销售结构两个因素进行定量分析：

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
销售金额（万元）	8,774.45	17,367.22	12,659.62	8,036.59
占主营业务收入比例	28.07%	27.79%	30.65%	27.87%
销量（万件）	687.32	1,173.72	727.13	454.95
平均售价（元/件）	12.77	14.80	17.41	17.66
单价波动率	-13.72%	-15.01%	-1.44%	/
其中：销售降价影响	-6.98%	-1.74%	-5.38%	/
销售结构影响	-7.25%	-13.51%	4.16%	/

(1) 销售降价影响分析

2021 至 2023 年 1-6 月，销售降价因素对饰条产品销售单价的影响比例分别为-5.38%、-1.74%和-6.98%。与格栅产品相同，公司饰条产品同时受年降政策和模具费分摊的影响。

(2) 销售结构影响分析

2021 年度销售结构因素对销售单价的影响为 4.16%，为正向关系；2022 年和 2023 年 1-6 月影响分别为-13.51%和-7.25%，为负向关系。具体分析如下：

① 新产品规格尺寸和工艺难度的提升拉高 2021 年饰条产品的销售单价

新款饰条规格尺寸和工艺难度提升，销售单价较老款产品更高，2021 年新款饰条¹实现销售收入占 2021 年度饰条总收入的 58.59%，一定程度上拉高 2021 年饰条产品的销售单价。以某新款饰条为例，为与大尺寸的进气格栅配合，该款饰条尺寸更大，表面处理采用哑光电镀。同时，前标志表面做亮光电镀处理，再采用焊接工艺将亮光标志与哑光龙须亮饰条做成整体，工艺较为复杂。

② 低单价规格产品销售占比的提升降低 2022 年和 2023 年 1-6 月饰条产品的销售单价

公司不同规格型号产品销售占比的变动会导致平均单价发生变化，2021 至 2023 年 1-6 月，价格区间在 0-10 元饰条比重分别为 49.12%、64.30%和 68.12%。低单价规格产品销售占比的提升一定程度上降低了 2022 年和 2023 年 1-6 月饰条产品的整体单价。

单位：万件、元/件

单价区间	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
50 及以上	41.61	6.05%	83.01	7.07%	53.53	7.36%	7.72	1.70%
[40,50)	11.51	1.67%	32.29	2.75%	16.14	2.22%	18.17	3.99%
[30,40)	5.18	0.75%	17.14	1.46%	43.33	5.96%	65.08	14.30%
[20,30)	52.18	7.59%	80.97	6.90%	49.43	6.80%	24.62	5.41%
[10,20)	108.64	15.81%	205.63	17.52%	207.50	28.54%	181.24	39.84%
[0,10)	468.19	68.12%	754.67	64.30%	357.18	49.12%	158.12	34.76%
合计	687.32	100.00	1,173.72	100.00%	727.12	100.00%	454.95	100.00%

¹ 2021 年新款饰条为 2021 年起形成销售收入的产品

单价区间	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
		%						

综上所述，通过销售降价和销售结构两个因素进行定量分析可知，2021年度公司饰条产品的平均销售单价和2020年度持平，主要系2021年为新车型配套的饰条单价提高，抵消年降和取消模具摊销分摊带来的负向影响；2022年和2023年1-6月由于销售结构的变化，低单价饰条销售数量的增加拉低当年饰条产品的销售单价。

（二）汽车声学产品销售价格变动分析

报告期各期，公司汽车声学产品的销售收入分别为7,398.34万元、8,777.20万元和8,435.71万元，销售单价的具体分析如下：

1. 地毯

报告期各期，公司地毯产品的销售单价分别为104.05元/件、91.51元/件、87.15元/件和88.63元/件。

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
销售金额（万元）	1,493.14	2,774.00	2,626.52	2,264.20
占主营业务收入比例	4.78%	4.45%	6.36%	7.83%
销量（万件）	16.85	31.83	28.70	21.76
平均售价（元/件）	88.63	87.15	91.51	104.05
单价波动率	1.70%	-4.76%	-12.06%	/
剔除补偿后平均售价（元/件）	88.63	87.15	91.51	97.70
剔除补偿后单价波动率	1.70%	-4.76%	-6.34%	/

报告期内，公司地毯产品销售单价逐年下降，2021年较2020年销售单价下降12.06%，降幅较大，主要系公司于2020年收到江淮汽车对于瑞风S7车型给予的采购量未达约定的价格补偿138.16万元，剔除该影响因素后，2020年销售单价为97.70元/件。

剔除补偿后，公司地毯产品的销售单价分别为97.70元/件、91.51元/件、87.15元/件和88.63元/件，2021年的单价波动率为-6.34%，与2022年降幅-4.76%差异不大，系地毯产品的正常年降。2023年1-6月地毯销售单价较2022年度波动较小。

2. 隔音隔热垫

报告期各期，公司隔音隔热垫产品的销售单价分别为 27.26 元/件、29.29 元/件、22.93 元/件和 23.27 元/件。

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售金额（万元）	1,466.42	2,622.16	3,459.56	2,632.91
占主营业务收入比例	4.69%	4.21%	8.38%	9.10%
销量（万件）	63.02	114.38	118.10	96.59
平均售价（元/件）	23.27	22.93	29.29	27.26
单价波动率	1.49%	-21.74%	7.46%	/
剔除补偿后平均售价（元/件）	23.27	22.93	27.64	26.59
剔除补偿后单价波动率	1.49%	-17.05%	3.94%	

2020-2022 年，公司隔音隔热垫产品销售单价呈现先上升后下降趋势，主要原因如下：（1）2020 和 2021 年度，公司收到江淮汽车对部分车型给予的采购量未达约定的价格补偿 64.68 万元和 195.59 万元。剔除该影响因素后，2020 和 2021 年单价分别为 26.59 元/件和 27.64 元/件，销售单价差异较小（2）剔除补偿影响后，2022 年公司隔音隔热垫销售单价较 2021 年下降 17.05%，主要系奇瑞汽车相关车型订单下滑，高单价隔音隔热垫产品的收入比重下降，导致销售单价下降较大。2023 年 1-6 月隔音隔热垫销售单价较 2022 年度波动较小。

3. 行李箱系列产品

报告期各期，公司行李箱系列产品的销售单价分别为 63.85 元/件、54.51 元/件、51.32 元/件和 49.41 元/件，销售单价呈现逐年下降趋势。

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售金额（万元）	1,338.23	2,031.90	1,748.98	1,473.32
占主营业务收入比例	4.28%	3.26%	4.23%	5.09%
销量（万件）	27.08	39.59	32.08	23.07
平均售价（元/件）	49.41	51.32	54.51	63.85
单价波动率	-3.72%	-5.85%	-14.63%	/
剔除补偿后平均售价（元/件）	49.41	51.32	54.51	58.34
剔除补偿后单价波动率	-3.72%	-5.85%	-6.57%	

报告期内，公司行李箱系列产品单价逐年下降，2021 年较 2020 年单价下降 14.63%，降幅较大，主要系公司于 2020 年收到江淮汽车对于瑞风 S7 车型给予的采购量未达约定的价格补偿 120.71 万元，剔除该影响因素后，2020 年单价为

58.34 元/件。

剔除补偿后，公司行李箱系列产品的销售单价分别为 58.34 元/件、54.51 元/件、51.32 元/件和 **49.41 元/件**，2021 年单价波动率为-6.57%，与 2022 年降幅-5.85%差异不大，系行李箱系列产品的正常年降。**2023 年 1-6 月行李箱系列产品销售单价较 2022 年度波动较小。**

4. 顶棚

报告期各期，公司顶棚产品的销售单价分别为 174.58 元/件、151.85 元/件、146.01 元/件和 **168.33 元/件**。

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售金额（万元）	876.50	1,007.65	942.13	1,027.91
占主营业务收入比例	2.80%	1.62%	2.28%	3.55%
销量（万件）	5.21	6.90	6.20	5.89
平均售价（元/件）	168.33	146.01	151.85	174.58
单价波动率	15.28%	-3.84%	-13.02%	/
剔除补偿后平均售价（元/件）	168.33	146.01	151.85	158.59
剔除补偿后单价波动率	15.28%	-3.84%	-4.25%	/

报告期内，公司顶棚产品单价逐年下降，2021 年较 2020 年单价下降 13.02%，降幅较大，主要系 2020 年公司收到江淮汽车瑞风给予的产品采购量未达约定的价格补偿 94.14 万元，剔除该因素影响后，2020 年销售单价为 158.59 元/件。

剔除补偿后，公司顶棚产品的销售单价分别为 158.59 元/件、151.85 元/件、146.01 元/件和 **168.33 元/件**，2021 年单价波动率为-4.25%，与 2022 年降幅-3.84%差异不大，系顶棚产品的正常年降。**2023 年 1-6 月销售单价大幅上升，主要系产品销售结构变化；2023 年 1-6 月单价高于 150 元/件的产品销售占比由 2022 年度的 52.45%上升至 58.33%。**

（三）车轮总成分装销售价格变动分析

报告期各期，公司车轮总成分装业务的销售单价分别为 8.78 元/件、9.68 元/件、10.89 元/件和 **10.27 元/件**，2020-2022 年销售单价呈现逐年上升趋势，**2023 年 1-6 月销售单价与 2022 年度波动较小。**

在轮胎宽度不变的情况下，扁平率较高的轮胎耐冲击性和减震效果更佳，装

配工艺上更为复杂，该类乘用车的装配单价较高。公司乘用车车轮总成分装业务主要配套蔚来汽车，报告期内公司蔚来汽车的轮胎装配业务占比逐步提升，由2020年的24.72%上升至2022年的43.74%，**2023年1-6月的占比为35.48%**。蔚来汽车轮胎价值较高，产品服务定价较高，单价较高的乘用车分装业务比重提升拉高车轮总成分装业务的销售单价。

二、区分不同产品应用于新能源汽车与其他汽车的销售情况，分析对新能源销售的增长是否具备可持续性

（一）区分不同产品应用于新能源汽车与其他汽车的销售情况

报告期各期，不同产品应用于新能源汽车与其他汽车的销售收入及占主营业务收入收入的比重如下：

单位：万元

产品类别	车型分类	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
汽车造型部件	新能源车型	14,874.44	47.58%	33,063.58	53.05%	8,778.65	21.26%	402.72	1.39%
	其他车型	8,053.18	25.76%	16,688.62	26.78%	20,305.93	49.17%	17,007.60	58.81%
汽车声学产品	新能源车型	255.24	0.82%	127.70	0.20%	58.41	0.14%	119.65	0.41%
	其他车型	4,919.06	15.74%	8,308.00	13.33%	8,718.79	21.11%	7,278.68	25.17%
车轮总成分装	新能源车型	502.48	1.61%	1,005.97	1.61%	724.88	1.76%	333.01	1.15%
	其他车型	769.22	2.46%	1,231.13	1.98%	1,320.63	3.20%	1,238.52	4.28%
模具	新能源车型	-	0.00%	-	-	-	-	-	-
	其他车型	715.08	2.29%	959.71	1.54%	346.05	0.84%	1,953.39	6.75%
其他	新能源车型	-	0.00%	-	-	-	-	-	-
	其他车型	1,172.99	3.75%	940.27	1.51%	1,045.05	2.53%	584.40	2.02%
合计	新能源车型	15,632.16	50.00%	34,197.25	54.87%	9,561.94	23.15%	855.39	2.96%
	其他车型	15,629.54	50.00%	28,127.74	45.13%	31,736.46	76.85%	28,062.60	97.04%

由上表可知，配套新能源车型的收入由2020年的855.39万元上升至2022年的34,197.25万元，**2023年1-6月实现配套新能源汽车收入15,632.16万元**。**2023年1-6月**，公司产品主要适配的新能源汽车品牌及相关车型情况如下：

单位：万元

序号	品牌	供应级别	主要产品	主要适配的新能源车型	相关产品收入	占新能源销售收入比例
1	比亚迪	一级供应商	格栅、饰条和其他产品	秦 PLUS-DMi、秦 PLUS-EV、汉-DMi、宋 PLUS-DMi、宋 PRO-	13,935.02	89.14%

				DMi 等		
2	蔚来汽车	一级供应商	车轮总成分装	ES6、ES7、ES8、ET5、ET7	482.83	3.09%
3	江淮汽车	一级供应商	车轮总成分装、行李箱系列产品、地毯、隔音隔热垫	IEV5、IEV6、A50、瑞风 S2、瑞风 S3	104.80	0.67%
	合计				14,522.65	92.90%

公司长期扎根自主品牌汽车零部件市场，紧跟自主品牌汽车市场快速发展的需求，不断扩大产品系列。近年来，新能源汽车呈现快速增长趋势，公司积极抓住机遇，利用自身技术积累，有效布局拓展了多家新能源汽车主机厂和新能源车型。**2020-2022 年度**，公司新能源汽车配套产品业务服务销售收入从 855.39 万元增加至 34,197.25 万元，占主营业务收入比重由 2.96%增加至 54.87%，占比逐年提高，较快实现了公司产品中新能源汽车相关业务的市场布局和盈利提升。**2023 年 1-6 月**公司新能源汽车配套产品业务服务销售收入为 15,632.16 万元，占主营业务收入比重为 50.00%。

（二）对新能源销售的增长是否具备可持续性

1. 从新能源市场前景来看，发行人产品市场不断扩大

公司所属行业为汽车零部件及配件制造业，业务收入主要来源于为下游主机厂提供汽车造型部件和汽车声学产品，公司的生产经营状况与汽车行业及新能源汽车细分行业的发展和波动紧密相关。

根据汽车工业协会的统计数据，**2023 年 1-6 月**我国汽车产销分别完成**1,324.8 万辆和 1,323.9 万辆**，其中新能源汽车产销分别完成**378.8 万辆和 374.7 万辆**，新能源汽车销量占全年汽车总销量的**28.3%**。虽然新能源汽车销量持续增长，但占全年汽车总销售比重仍低于 30%。同时，根据《新能源汽车产业发展规划（2021-2035 年）》，至 2035 年我国新能源汽车将成为主流，销量占比达到 50% 以上。根据产业规划，我国新能源汽车市场将进一步扩大。

从发行人产品应用上来看，在上述汽车发展趋势的需求下，新能源汽车中的插电混动、增程式混动等混动类新能源汽车仍然需要有格栅产品，所有类型的新能源汽车均需配备饰条和汽车声学产品。同时，就汽车造型部件和汽车声学产品而言，应用于新能源汽车和传统燃油车在生产工艺流程具有高度一致性，汽车造

型部件分为注塑、电镀、烫印、喷涂、焊接、组装等。与传统燃油车有所区别，新能源的相关车型对汽车造型部件会在规格尺寸、材料轻量化等方面提出定制化要求。随着新能源汽车市场的发展，公司造型部件和声学产品的市场规模也将不断扩大。

2. 从新能源汽车品牌来看，自主品牌汽车主机厂竞争力提升

根据汽车工业协会的统计数据，2023年1-6月我国新能源汽车销售排名前三的企业集团分别为比亚迪、特斯拉和上汽集团，占新能源汽车销售总量的55.9%，新能源汽车销售集中度较高。同时，自主品牌主机厂竞争力不断提升。

单位：万辆、%

市场集中度	汽车名称	排名	销量	市场份额
	比亚迪	1	125.5	33.5
	特斯拉	2	47.7	12.7
前三 55.9%	上汽	3	36.3	9.7
	广汽	4	23.8	6.4
前五 67%	长安	5	17.7	4.7
	东风	6	17.4	4.6
	吉利	7	15.8	4.2
	理想	8	13.9	3.7
	一汽	9	11	2.9
前十 85%	长城	10	9.3	2.5
	合计		318.4	84.9

注：数据来源为汽车工业协会。

在排名前三的新能源厂商中，公司与比亚迪进行了深度合作，报告期内对比亚迪的新能源销售收入由2020年的326.99万元上升至2022年的32,933.73万元，年均复合增长率达903.59%。2023年1-6月对比亚迪的新能源销售收入为13,935.02万元。公司凭借在汽车造型部件领域的技术积累和市场拓展，成功进入比亚迪供应链且销量迅速提升。

排名前十的新能源厂商，除比亚迪外，公司还与奇瑞汽车和江淮汽车保持长期合作关系，报告期内公司对奇瑞汽车和江淮汽车的新能源销售收入合计为143.20万元、86.87万元、329.77万元和288.40万元，销售收入较低。根据公开数据显示，奇瑞集团2022年累计销售123.27万辆，新能源汽车销售占比约20.04%。公司向奇瑞汽车配套的主要车型为瑞虎7、瑞虎8、捷途X70等传统燃油车型，与奇瑞汽车新能源销售占比较低相吻合。2023年4月奇瑞汽车发布了其新能源

战略，推出首个新能源电动品牌 iCAR 和新能源产品系列星纪元 STERRA，星途星纪元 STERRA 将覆盖 B 到 C 级，轿车、SUV、MPV 等多种车身形式，纯电和增程的全赛道。报告期内公司主要为江淮汽车瑞风和思皓系列传统燃油车型配套产品，根据江淮汽车 2023 年 4 月发布的品牌战略，江汽汽车将有江淮钇为 3、江淮瑞风 RF8、江淮 QX 混动等多款新产品陆续推出市场。公司经过多年在汽车造型部件领域的技术积累和市场拓展，与奇瑞汽车和江淮汽车建立长期合作关系，随着奇瑞汽车和江淮汽车新能源赛道的拓展，公司顺利切入奇瑞汽车和江淮汽车的新能源产品供应链。

随着我国汽车工业逐步走向成熟，国内汽车产业链技术水平与国际先进水平的差距不断缩小，自主品牌汽车在新能源领域的竞争力不断提升。公司长期扎根自主品牌汽车市场，将紧跟自主品牌汽车市场快速发展的需求，不断扩大在新能源领域的销售。

3. 从在手订单来看，公司在手订单充足

截至目前，公司已获取项目定点并已进入量产计划的部分新能源车型如下：

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 7-PHEV 混合动力	格栅总成
	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

客户	车型	新项目定点
长城汽车	哈弗枭龙	混合动力汽车格栅
		副仪表板前部下饰板总成
	欧拉 EC31 电动车	PHC 备胎盖板、行李箱地毯 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	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	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

公司已获取项目定点并已进入量产计划的产品覆盖比亚迪、奇瑞汽车、长城汽车、大众安徽、蔚来汽车、集度汽车等新能源主要客户，共计 25 款车型，配套车型生命周期覆盖未来 2-5 年，新能源业务订单充足。

其中，公司为比亚迪主打车型秦 PLUS DM-i 配套第三代格栅总成，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，公司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，公司进一步开拓了比亚迪高端车型系列，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。

除比亚迪外，2023 年公司顺利切入奇瑞汽车新能源产品供应链，为奇瑞汽车新能源星途品牌车型配套汽车声学产品；报告期公司对长城汽车的配套以小型饰条为主，2023 年量产的范围包含了重要产品格栅，配套车型包括长城汽车新款车型哈弗枭龙混动版；公司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。公司已获取项目定点并已进入量产计划的产品储备充足，收入贡献占比将逐渐提高。

4. 公司新能源销售的增长具有可持续性

综上所述，公司新能源领域的销售在近几年实现了快速增长，主要得益于成功进入比亚迪供应链且销量迅速提升，与我国新能源汽车品牌集中度较高的现状相符合。随着自主品牌主机厂竞争力不断提升，凭借与奇瑞汽车和江淮汽车的长期合作关系，公司有望顺利切入奇瑞汽车和江淮汽车的新能源产品供应链。

从在手订单来看，截至目前，公司已获取项目定点并已进入量产计划产品还覆盖长城汽车、大众安徽、蔚来汽车、集度汽车等新能源主要客户。公司在手订单充足，新能源相关客户群体不断增长，预计未来新能源汽车领域的收入将持续提升，业务具有可持续性。

三、华北区域、西南区域收入整体呈下降趋势，公司客户的主要生产经营地与发行人主要销售区域是否匹配

（一）公司客户的主要生产经营地与发行人主要销售区域匹配情况

公司客户的主要生产经营地与发行人对此客户的主要销售区域对比明细如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户主要生产经营地	发行人对此客户的销售地区	2023年1-6月	2022年度收入	2021年度收入	2020年度收入
1	比亚迪	比亚迪新能源汽车生产基地包括深圳、西安、长沙、常州、抚州、济南、合肥、郑州等	华南地区	14,039.50	33,309.97	10,417.46	1,163.27
2	奇瑞汽车	奇瑞在总部安徽芜湖三大工厂，贵州贵阳、河南开封和内蒙古鄂尔多斯四地设立了生产基地	华东地区	4,915.48	10,004.12	13,116.13	8,946.15
			华中地区	2,334.43	4,455.96	3,533.53	2,810.44
			华北地区	466.69	538.75	702.04	566.27
			东北地区	153.91	58.52	-	7.82
3	江淮汽车	江淮集团在安徽省内拥有合肥、蒙城、阜阳、安庆四大基地，四川遂宁、山东青州、江苏扬州等异地工厂	华东地区	3,944.59	7,099.47	6,725.66	7,062.50
			西南地区	5.14	11.06	69.80	98.15
4	长城汽车	长城汽车在国内建立了10大全工艺整车生产基地，主要生产基地为天津、徐水、日照、永川、荆门、保定、泰州、张家港和平湖	华北地区	836.70	501.30	1,233.89	2,143.24
			西南地区	479.08	1,205.50	1,908.41	1,759.88
			华东地区	-	26.18	230.26	-
			华中地区	-	39.38	-	-

注：客户主要生产经营地数据来源于公司官网、公司公告、研究报告。

公司的客户主要生产经营地与发行人主要销售区域基本匹配。具体分析如下：

1. 比亚迪新能源汽车生产基地包括深圳、西安、长沙、常州、抚州、济南、合肥、郑州等，其中深圳坪山基地主力车型为唐、汉等旗舰车型及战略车型，西

安基地主力车型为秦、宋车系，合肥长丰生产基地主力车型为元、秦车系。公司向比亚迪西安、深圳、长沙、合肥等生产基地进行销售，由于比亚迪统一以深圳市比亚迪供应链管理有限公司进行对外结算，公司按照客户开票公司所在地统计销售区域，因此公司对比亚迪的销售区域集中于华南地区。

2. 基于地缘优势，公司向奇瑞汽车的主要销售区域集中于安徽省内，故奇瑞汽车细分销售区域中华东区域收入较高；奇瑞河南有限公司拥有捷途 SUV 汽车的生产线，公司向奇瑞汽车捷途系列车型配套格栅、饰条、隔音隔热垫等多款产品，华中区域销售收入仅次于华东区域；奇瑞汽车鄂尔多斯工厂是奇瑞汽车培育新动能、发展新能源技术的代表性基地之一，公司通过向鄂尔多斯生产基地配套瑞虎 3X 系列产品，由此产生华北地区销售收入。

3. 江淮汽车的主要生产基地集中于安徽省内，拥有合肥、蒙城、阜阳、安庆四大基地，因此公司对江淮汽车的销售集中于华东地区；同时，公司通过向遂宁生产基地向轻卡骏铃、重卡 N511 车型配套产品，由此产生西南地区销售收入。

4. 长城汽车在国内建立了 10 大全工艺整车生产基地，主要生产基地为天津、徐水、日照、永川、荆门、保定、泰州、张家港和平湖；公司华北地区销售收入主要产生于向长城汽车天津、徐水、保定的生产基地配套产品，2021 年起销售收入下降主要系主力配套车型哈弗 H6 终端销售下滑，主机厂减少该车型的订单量；长城汽车西南区域销售收入来源于长城重庆永川工厂，公司对哈弗 H6、H9 等车型的配套产品同时销往华北区域和西南区域生产基地，具体销售区域根据主机厂定期发布的生产计划而定，西南区域销售收入的下降与配套主力车型终端销售下滑相关。

（二）华北区域、西南区域收入整体呈下降趋势原因分析

单位：万元

区域	2022 年 1-6 月		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
华北地区	1,416.03	100.00%	1,144.88	100.00%
奇瑞汽车	466.69	32.96%	538.75	47.06%
长城汽车	836.70	59.09%	501.3	43.79%
其他	112.65	7.96%	104.83	9.16%
西南地区	495.73	100.00%	1,261.07	100.00%
长城汽车	479.08	96.64%	1,205.50	95.59%

其他	16.65	3.36%	55.57	4.41%
----	-------	-------	-------	-------

(续)

区域	2021 年度		2020 年度	
	占比	金额	占比	占比
华北地区	2,001.80	100.00%	2,842.50	100.00%
奇瑞汽车	702.04	35.07%	566.27	19.92%
长城汽车	1,233.89	61.64%	2,143.24	75.40%
其他	65.87	3.29%	132.99	4.68%
西南地区	2,003.01	100.00%	1,860.00	100.00%
长城汽车	1,908.41	95.28%	1,759.88	94.62%
其他	94.60	4.72%	100.12	5.38%

注：主营业务收入分地区系按实际开票地址进行归集。

由上表可知，报告期内华北区域和西南区域收入整体下降，主要系公司对长城汽车的销售收入下滑所致。报告期内公司配套长城汽车的主力车型为长城 H6 和 H9，根据长城汽车产销快报数据显示，**2020-2022 年度**，哈弗品牌的产量数据分别为 73.84 万辆、76.59 万辆、63.95 万辆，2022 年销售收入下滑主要系主机厂终端销售减少所致。

四、报告期各期第四季度不同月份收入情况，并分析变动原因，相关订单执行周期、回款周期与其他期间是否存在重大差异；结合下游客户生产与销售周期分析四季度收入占比较高的合理性

(一) 报告期各期第四季度不同月份收入情况，并分析变动原因

报告期各期，公司按季度的收入情况如下：

单位：万元

产品分类	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	11,927.06	19.14%	6,951.74	16.83%	2,409.82	8.33%
第二季度	13,371.19	21.45%	10,695.67	25.90%	8,597.91	29.73%
第三季度	17,979.86	28.85%	8,837.66	21.40%	5,334.57	18.45%
第四季度	19,046.88	30.56%	14,813.32	35.87%	12,575.68	43.49%
合计	62,324.99	100.00%	41,298.40	100.00%	28,917.98	100.00%

报告期各期，公司第四季度各月份销售收入金额及占比情况如下：

单位：万元

产品分类	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
十月	6,326.36	33.21%	4,208.72	28.41%	3,687.25	29.32%

十一月	6,037.00	31.70%	5,076.58	34.27%	3,548.55	28.22%
十二月	6,683.52	35.09%	5,528.02	37.32%	5,339.88	42.46%
合计	19,046.88	100.00%	14,813.32	100.00%	12,575.68	100.00%

汽车零部件企业根据下游汽车主机厂的需求安排生产和销售，公司按季度销售收入受到下游市场、主要客户终端销售波动的影响。公司四季度收入占比较高，主要受春节前汽车消费旺盛等因素影响。报告期内，第四季度销售收入占比分别为 43.49%、35.87%和 30.56%。

从第四季度分月数据来看，2021 和 2022 年第四季度各月销售收入占比较为平均，2020 年 12 月收入占比较高主要系模具销售收入及江淮汽车给予的采购量未达约定的价格补偿所致。

（二）相关订单执行周期、回款周期与其他期间是否存在重大差异

1. 相关订单执行周期与其他期间是否存在重大差异

公司汽车零部件产品均为境内销售，报告期内公司销售模式主要包括寄售模式和非寄售模式。寄售模式下，客户根据其生产需求领用产品并提供结算清单，公司根据结算清单确认收入；非寄售模式下，公司将产品交付至客户仓库，经客户验收后入库，公司根据核对一致后的收货明细确认收入。

因此，单一客户每月确认收入= Σ 收货结算客户签收数量*单价+ Σ 领用结算客户使用数量*单价。报告期内，公司第四季度的主要客户为比亚迪、奇瑞汽车、江淮汽车和长城汽车，公司与主要整车客户采取框架合同和年度价格协议的方式，主机厂每月在供应商系统中下达月度订单，物流部根据客户下达的月度订单进行排产，生产部门根据当月排产计划，安排相应的人员、设备、材料等。报告期内，公司前五大客户四季度订单下单、装车到领用的实际执行周期情况如下：

（1）2022 年度

客户	四季度下单、装车到领用的实际执行周期情况	与其他季度是否存在差异
比亚迪	主机厂通过邮件发布周计划，公司依据锁定的日需求发货至中转仓，中转仓依据应用云平台创建送货单配送。当月整月领用数量次月 15 日左右在比亚迪供应链系统公示。由于比亚迪的订单为滚动状态，无法统计从周计划到结算领用数量的周期。从装车到公布该月领用数量的周期约为 1 个月。	否
奇瑞汽车	主机厂每月 24-28 日在供应链系统发布月度车型总量计划，	否

	公司依据车型预测进行物料拆解和排产。主机厂发布锁定的12日需求，公司依据锁定的日需求发货至中转仓，中转仓依据供应链系统发布的日看板配送。当月领用数量次月5日左右在供应链系统公示。 从发布月度车型总量计划至公布该月领用数量的周期约为1个月。	
江淮汽车	主机厂每月23-25日在供应链系统发布月度要货订单，并通过系统下发锁定的周计划，公司依据日看板装车配送，上月未完成订单自动取消。当月20日至次月19日（12月为月底）领用数量，次月20日左右在供应链系统公示。 从发布月度采购订单至公布该月领用数量的周期约为1个月。	否
振宜汽车	主机厂每月24-28日在供应链系统发布月度车型总量计划，公司依据车型预测进行物料拆解和排产。主机厂发布锁定的12日需求，公司依据锁定的日需求发货至中转仓，中转仓依据供应链系统发布的日看板配送。当月领用数量次月5日左右在供应链系统公示。 从发布月度车型总量计划至公布该月领用数量的周期约为1个月。	否
长城汽车	主机厂每月25-28日在供应链系统发布月度采购订单，并通过邮件下发5日滚动计划，公司依据锁定的日需求发货到中转仓，中转库依据日看板装车配送，上月未完成订单自动取消。当月领用数量次月16日在供应链系统公示。 从发布月度采购订单至公布该月领用数量的周期约为1个月。	否

(2) 2021 年度

客户	四季度下单、装车到领用的实际执行周期情况	与其他季度是否存在差异
奇瑞汽车	主机厂每月24-28日在供应链系统发布月度车型总量计划，公司依据车型预测进行物料拆解和排产。主机厂发布锁定的12日需求，公司依据锁定的日需求发货至中转仓，中转仓依据供应链系统发布的日看板配送。当月领用数量次月5日左右在供应链系统公示。 从发布月度车型总量计划至公布该月领用数量的周期约为1个月。	否
比亚迪	主机厂通过邮件发布周计划，公司依据锁定的日需求发货至中转仓，中转仓依据应用云平台创建送货单配送。当月整月领用数量次月15日左右在比亚迪供应链系统公示。 由于比亚迪的订单为滚动状态，无法统计从周计划到结算领用数量的周期。从装车到公布该月领用数量的周期约为1个月。	否
江淮汽车	主机厂每月23-25日在供应链系统发布月度要货订单，并通过系统下发锁定的周计划，公司依据日看板装车配送，上月未完成订单自动取消。当月20日至次月19日（12月为月底）领用数量，次月20日左右在供应链系统公示。 从发布月度采购订单至公布该月领用数量的周期约为1个月。	否
长城汽车	主机厂每月25-28日在供应链系统发布月度采购订单，并通过邮件下发5日滚动计划，公司依据锁定的日需求发货到中	否

	转仓，中转库依据日看板装车配送，上月未完成订单自动取消。当月领用数量次月 16 日在供应链系统公示。 从发布月度采购订单至公布该月领用数量的周期约为 1 个月。	
常春内饰	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，2021 年四季度未形成收入。	-

(2) 2020 年度

客户	四季度下单、装车到领用的实际执行周期情况	与其他季度是否存在差异
奇瑞汽车	主机厂每月 24-28 日在供应链系统发布月度车型总量计划，公司依据车型预测进行物料拆解和排产。主机厂发布锁定的 12 日需求，公司依据锁定的日需求发货至中转仓，中转仓依据供应链系统发布的日看板配送。当月领用数量次月 5 日左右在供应链系统公示。 从发布月度车型总量计划至公布该月领用数量的周期约为 1 个月。	否
江淮汽车	主机厂每月 23-25 日在供应链系统发布月度要货订单，并通过系统下发锁定的周计划，公司依据日看板装车配送，上月未完成订单自动取消。当月 20 日至次月 19 日（12 月为月底）领用数量，次月 20 日左右在供应链系统公示。 从发布月度采购订单至公布该月领用数量的周期约为 1 个月。	否
长城汽车	主机厂每月 25-28 日在供应链系统发布月度采购订单，并通过邮件下发 5 日滚动计划，公司依据锁定的日需求发货到中转仓，中转库依据日看板装车配送，上月未完成订单自动取消。当月领用数量次月 16 日在供应链系统公示。 从发布月度采购订单至公布该月领用数量的周期约为 1 个月。	否
常春内饰	主机厂通过邮件下发月度订单，公司依据周计划发货，常春内饰为二级供应商无法获取装车情况。月度采购订单的执行周期约一个月。	否
比亚迪	主机厂通过邮件发布周计划，公司依据锁定的日需求发货至中转仓，中转仓依据应用云平台创建送货单配送。当月整月领用数量次月 15 日左右在比亚迪供应链系统公示。 由于比亚迪的订单为滚动状态，无法统计从周计划到结算领用数量的周期。从装车到公布该月领用数量的周期约为 1 个月。	否

由上表可知，报告期内公司第四季度相关订单执行周期系根据主机厂发布的生产计划进行排产和装车，执行周期与其他季度不存在差异。

2. 相关订单回款周期与其他期间是否存在重大差异

报告期内，公司前五大客户四季度回款周期情况如下：

(1) 2022 年前五大客户四季度回款情况

单位：万元

客户名称	四季度收入	主要销售内容	2022 年末 应收账款	信用政策	截至 2023 年 4 月 30 日回 款金额	截至 2023 年 4 月 30 日回 款比例	四季度实际 回款周期	其他季度回 款周期	四季度回款周期 与其他季度是否 存在差异
比亚迪	11,367.12	汽车造型部件	15,744.47	开具发票后一个月用 票据或者迪链方式予 以支付	14,798.54	93.99%	约 2 个月	约 2 个月	否
奇瑞汽车	3,593.71	汽车造型部 件、汽车声学 产品	5,731.88	奇瑞捷豹路虎汽车有 限公司：开具发票后 两个月用票据或现汇 予以支付 其他公司：用量挂网 后三个月用票据或现 汇予以支付	5,203.90	90.79%	约 4 个月	约 4 个月	否
江淮汽车	1,924.05	汽车造型部 件、汽车声学 产品、车轮总 成分装	1,103.67	开具发票后两个月用 票据予以支付	1,081.63	98.00%	约 3 个月	约 3 个月	否
振宜汽车	998.70	汽车造型部件	1,079.85	用量挂网后三个月用 票据或现汇予以支付	1,079.85	100.00%	约 4 个月	约 4 个月	否
长城汽车	367.91	汽车造型部 件、汽车声学 产品	422.20	开具发票后三个月用 票据予以支付	409.37	96.96%	约 4 个月	约 4 个月	否

(2) 2021 年前五大客户四季度回款情况

单位：万元

客户	四季度	主要销售	2021 年末	信用政策	期后一年结转	期后一年结转	四季度实际	其他季度	四季度回款周期与
----	-----	------	---------	------	--------	--------	-------	------	----------

名称	收入	内容	应收账款		金额	比例	回款周期	回款周期	其他季度是否存在差异
奇瑞汽车	5,564.88	汽车造型部件、汽车声学产品	9,471.98	奇瑞捷豹路虎汽车有限公司：开具发票后两个月用票据或现汇予以支付 其他公司：用量挂网后三个月用票据或现汇予以支付	9,471.98	100.00%	约 4 个月	约 4 个月	否
比亚迪	4,903.17	汽车造型部件	7,767.31	开具发票后两个月用票据或者迪链方式予以支付	7,767.31	100.00%	约 2 个月	约 2 个月	否
江淮汽车	2,040.69	汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装	765.38	开具发票后两个月用票据予以支付	757.66	98.99%	约 3 个月	约 3 个月	否
长城汽车	1,300.20	汽车造型部件、汽车声学产品	1,537.62	开具发票后三个月用票据予以支付	1,537.62	100.00%	约 4 个月	约 4 个月	否
常春内饰	-	汽车造型部件	10.00	开具发票后三个月用票据予以支付	-	-	-	-	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，2021 年四季度未形成收入

(3) 2020 年前五大客户四季度回款情况

单位：万元

客户名称	四季度收入	主要销售内容	2020年末应收账款	信用政策	期后一年结转金额	期后一年结转比例	四季度实际回款周期	其他季度回款周期	四季度回款周期与其他季度是否存在差异
奇瑞汽车	6,853.37	汽车造型部件、汽车声学产品	10,273.42	奇瑞捷豹路虎汽车有限公司：开具发票后两个月用票据或现汇予以支付 其他公司：用量挂网后三个月用票据或现汇予以支付	10,272.63	99.99%	约4个月	约4个月	否
江淮汽车	2,545.87	汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装	1,044.87	开具发票后两个月用票据予以支付	1,044.87	100.00%	约3个月	约3个月	否
长城汽车	1,622.75	汽车造型部件、汽车声学产品	1,850.26	开具发票后三个月用票据予以支付	1,845.96	99.77%	约4个月	约4个月	否
常春内饰	497.95	汽车造型部件	759.99	开具发票后三个月用票据予以支付	759.99	100.00%	约4个月	约4个月	否
比亚迪	390.57	汽车造型部件	441.35	开具发票后两个月用票据或者迪链方式予以支付	441.35	100.00%	约2个月	约2个月	否

由上表可知，报告期内公司前五大客户四季度回款周期均按照信用政策执行，与其他期间不存在重大差异。

综上所述，公司第四季度收入对应的年度协议和其他季度一致，不同季度间排产和装车计划未发生变化，收入确认方式未发生变化，相关订单执行周期各季度间未有重大差异；同时，通过统计报告期各期期后 4 个月的回款情况可知，报告期内公司前五大客户四季度回款周期均按照信用政策执行，与其他期间不存在重大差异。

（三）结合下游客户生产与销售周期分析四季度收入占比较高的合理性

公司所处汽车零部件行业，生产经营与行业通行惯例保持一致。销售模式上，公司采取直销的销售模式，主要客户包括主机厂及汽车零部件一级供应商；生产模式上，公司遵循“以销定产、合理备货”的原则。

同时，公司产品具有非标准、定制化的特征，对应客户整车车型，在生产过程和产品交付阶段，计划物流部根据主机厂发出的生产计划向各生产车间分配生产任务。因此公司的主要销售在各季节的波动与主机厂的生产计划相关。

报告期各季度，公司主要客户比亚迪、奇瑞汽车、江淮汽车和长城汽车的销售情况如下：

单位：万辆

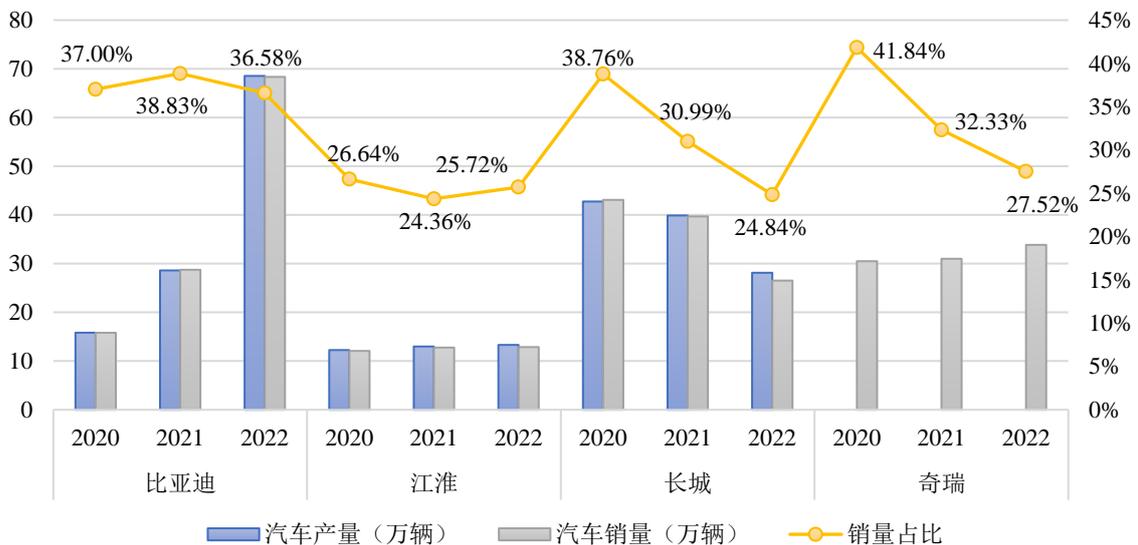
客户	季度	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
		产量	销量	占比	产量	销量	占比	产量	销量	占比
比亚迪	第一季度	29.22	29.14	15.59%	10.82	10.41	14.07%	6.16	6.13	14.35%
	第二季度	36.04	35.50	19.00%	14.57	14.25	19.26%	9.70	9.74	22.80%
	第三季度	54.37	53.87	28.83%	20.76	20.61	27.84%	11.09	11.03	25.84%
	第四季度	68.55	68.34	36.58%	28.61	28.74	38.83%	15.82	15.80	37.00%
	合计	188.17	186.85	100.00%	74.75	74.01	100.00%	42.77	42.70	100.00%
奇瑞汽车	第一季度	/	21.60	17.56%	/	20.60	21.48%	/	10.70	14.68%
	第二季度	/	25.93	21.08%	/	21.70	22.63%	/	12.70	17.42%
	第三季度	/	41.62	33.84%	/	22.60	23.57%	/	19.00	26.06%
	第四季度	/	33.85	27.52%	/	31.00	32.33%	/	30.50	41.84%

客户	季度	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
		产量	销量	占比	产量	销量	占比	产量	销量	占比
	合计	/	123.00	100.00%	/	95.90	100.00%	/	72.90	100.00%
江淮汽车	第一季度	13.13	12.94	25.85%	14.91	14.65	27.94%	8.41	8.34	18.39%
	第二季度	10.28	10.58	21.15%	13.98	13.85	26.43%	12.64	12.60	27.79%
	第三季度	13.94	13.65	27.28%	10.80	11.15	21.28%	12.31	12.32	27.18%
	第四季度	13.31	12.87	25.72%	12.99	12.77	24.36%	12.26	12.08	26.64%
	合计	50.66	50.04	100.00%	52.68	52.42	100.00%	45.61	45.34	100.00%
长城汽车	第一季度	28.59	28.35	26.56%	33.31	33.88	26.45%	14.58	15.03	13.52%
	第二季度	24.19	23.50	22.02%	27.16	27.94	21.81%	24.53	24.48	22.02%
	第三季度	29.33	28.38	26.58%	26.17	26.58	20.75%	28.06	28.56	25.69%
	第四季度	28.12	26.52	24.84%	39.89	39.69	30.99%	42.75	43.09	38.76%
	合计	110.23	106.75	100.00%	126.53	128.10	100.00%	109.91	111.16	100.00%

注 1：比亚迪、江淮和长城汽车的产销数据来源于公司公布的产销快报；奇瑞汽车销量数据来源于汽车工业协会；未查询到奇瑞汽车分季度产量数据；

注 2：表格中列示占比为各季度销量占全年总销量的比重。

2020-2022 第四季度主要客户汽车产销量及占比



如上图所示，报告期各期公司主要客户第四季度的销售占比平均值为 36.06%、31.63%和 28.67%，占比较高；发行人第四季度对应占比为 43.39%、35.87%和 30.56%，发行人按季度的销售收入与下游主要客户销量季节性对比，不存在

明显异常。2020年第四季度占比较高，主要系2020年上半年，受新冠疫情等因素影响，公司主要整车客户相继停工，相关订单执行延迟。2020年下半年，得益于下游市场的复苏，公司主要客户采购订单增加，发行人销售收入提升，第四季度销售占比较高。

从主机厂生产与销售周期来看，主机厂每月在供应商系统下达月度订单，公司根据客户下达的月度订单进行排产，生产部门根据当月排产计划，安排人员、设备、材料等。客户以周为单位，更新接下来一周的装车计划，从主机厂下达生产计划到装车周期较短。

综上所述，主要客户对外披露的产量情况和公司实际经营情况相符，公司第四季度销售收入占比较高具有合理性。

五、公司生产过程中产生废料的的比例是否与同行业可比公司一致；如何准确核算产品成本和废料成本，是否存在将产品成本计入废料成本的情况

（一）公司生产过程中产生废料的的比例是否与同行业可比公司一致

公司废料主要包括生产废料和报废产品，生产废料为产品加工过程中发生的边角料，报废产品为产品加工完成后损坏产生的产品。经查阅同行业可比公司公开披露信息，福赛科技不具备电镀相关的生产资质，其产品中的电镀组件均向外协供应商采购，与公司涵盖注塑、电镀、烫印、喷涂等生产线存在差异；拓普集团未披露废料收入；金钟股份主要产品的工艺流程涵盖注塑、电镀、喷涂、喷粉、丝印等，与发行人相似度较高，且其信息披露中提及“公司其他业务收入主要为废料收入”，故以金钟股份的其他业务收入作为参考，比较公司与同行业可比公司的废料比例情况。

报告期各期，公司废料的的比例情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
废料收入	262.13	368.22	257.10	220.53
营业收入	31,591.07	62,831.93	41,719.73	29,296.18
废料收入占营业收入比例	0.83%	0.59%	0.62%	0.73%

报告期各期，金钟股份其他业务收入占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
其他业务收入	271.85	494.24	516.76	277.77
营业收入	40,328.45	72,920.99	54,430.91	39,646.85
其他业务收入占营业收入比例	0.67%	0.68%	0.95%	0.70%

由上表可知，报告期内，公司废料收入比例与同行业可比公司金钟股份较为一致，均处于 0.50%-1.00% 的范围区间，各期之间比例略有差异，主要系公司产品种类较多、工艺环节较多且产品定制化特征明显，不同产品废品率存在差异所致。

（二）如何准确核算产品成本和废料成本，是否存在将产品成本计入废料成本的情况

报告期发行人的废品主要包括生产废料和报废产品，生产废料为产品加工过程中发生的边角料，报废产品为产品加工完成后损坏产生的产品。其中生产废料作为生产过程中的合理消耗，产出较少，已在产品中进行分摊，公司未单独核算废料成本，不存在将产品成本计入边角料成本的情况。报废产品作为加工完成后损坏的产品，已进行日常的成本核算。

六、请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，说明对报告期收入采取的核查方法、核查比例、核查证据和核查结论

（一）请申报会计师对上述事项进行核查

1. 核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

（1）获取发行人收入明细表，分析汽车造型部件、汽车声学产品和车轮总成分装细分产品的销售收入、销售数量和销售单价变动情况；访谈发行人主要销售负责人，了解细分产品的年降情况，各年销售结构变动情况，结合上述因素分析细分品类平均单价的变动原因。

（2）汇总发行人不同产品应用于新能源汽车与其他汽车的销售情况；访谈发行人核心技术人员，了解发行人应用于新能源汽车领域的产品的生产工艺与技术特点；获取发行人新能源的项目定点情况，分析对新能源销售的增长是否具备可持续性。

(3) 查询主要客户公司官网、公司公告及相关研究报告，分析发行人客户的主要生产经营地与对此客户的主要销售区域的匹配情况；访谈发行人财务总监，了解报告期内华北区域和西南区域销售收入整体下降的主要原因。

(4) 汇总发行人报告期各期第四季度不同月份收入情况，结合主机厂客户的销售情况分析 2020 年 12 月收入占比较高的原因。

(5) 访谈发行人生产部门负责人，了解报告期内公司前五大客户四季度订单下单、装车到领用的实际执行周期情况；获取发行人报告期各期末应收账款及期后四个月的回款情况表，对主要客户四季度回款周期与其他季度以及信用政策是否存在重大差异进行了分析。

(6) 查询主要客户比亚迪、奇瑞汽车、江淮汽车和长城汽车 2020-2022 年度产销快报和相关公告，结合相关数据分析发行人四季度收入占比较高的合理性。

(7) 获取发行人废料管理制度文件，访谈生产、仓储及财务部门人员，了解发行人废料相关内部控制、废料产出情况及废料成本核算方法，分析废料成本的财务核算是否合理。

(8) 获取报告期内发行人废料销售明细、生产成本明细表、产品收发存明细表等，检查产品产出情况，分析废料比例变化原因。

(9) 查询同行业可比公司、汽车零部件上市公司披露的废料相关信息，进行对比分析。

2. 核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期内，汽车造型部件、汽车声学产品和车轮总成分装的细分产品平均单价受年降因素、不同年份间销售结构变化等因素影响，价格变动具有合理性。

(2) 发行人业务发展方向符合新能源汽车行业的整体发展方向，从新能源市场前景来看，发行人产品市场不断扩大。就汽车造型部件和汽车声学产品而言，应用于新能源汽车和传统燃油车在生产工艺流程具有高度一致性，发行人长期积累了较为全面的生产工艺，具备全工序生产制造一体化供货能力，发行人可凭借

其技术和品牌优势，进一步拓展在新能源领域销售。从在手订单来看，发行人在手订单充足，新能源相关客户群体不断增长，预计未来新能源汽车领域的收入将持续提升，业务具有可持续性。

(3) 报告期内，发行人客户的主要生产经营地与发行人对此客户的主要销售区域基本匹配；华北区域和西南区域收入整体下降主要系发行人对长城汽车的销售收入下滑所致。

(4) 2021 和 2022 年第四季度各月销售收入占比较为平均，2020 年 12 月收入占比较高主要系模具销售收入及江淮汽车给予的采购量未达约定的价格补偿所致。

(5) 发行人第四季度相关订单执行周期系根据主机厂发布的生产计划进行排产和装车，执行周期与其他季度不存在差异；同时，报告期内发行人前五大客户四季度回款周期均按照信用政策执行，与其他期间不存在重大差异。

(6) 报告期内，发行人四季度收入占比较高，主要受春节前汽车消费旺盛等因素影响，与主要客户对外披露的产量情况趋势一致，发行人四季度收入占比较高具有合理性。

(7) 报告期内，发行人废料收入比例与同行业可比公司金钟股份较为一致，各期之间比例略有差异，主要系发行人产品种类较多、工艺环节较多且产品定制化特征明显，不同产品废品率存在差异。报告期发行人的废品主要包括生产废料和报废产品，其中生产废料作为生产过程中的合理消耗，产出较少，已在产品中进行分摊，发行人未单独核算废料成本，不存在将产品成本计入边角料成本的情况；报废产品作为加工完成后损坏的产品，已进行日常的成本核算。

(二) 对报告期收入采取的核查方法、核查比例、核查证据和核查结论

1. 核查程序

(1) 取得发行人销售与收款循环相关的内部控制制度，对关键控制点进行控制测试，评价与收入确认相关内部控制的设计和运行有效性。

(2) 对主营业务收入真实性进行抽样，检查与收入确认相关的支持性文件，包括框架合同及价格协议、挂网记录、销售发票和回款记录等，同时检查是否存

在收入跨期情形；报告期内，销售收入核查比例如下表所示：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
主营业务收入	31,261.70	62,324.99	41,298.40	28,917.98
检查可确认金额	28,603.71	56,184.75	34,351.81	23,564.57
检查可以确认金额占主营业务收入的比例	91.50%	90.15%	83.18%	81.49%

(3) 对主营业务收入的的发生额和应收账款余额进行函证程序，报告期内，收入函证情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
主营业务收入①	31,261.70	62,324.99	41,298.40	28,917.98
发函金额②	29,074.12	60,974.00	39,988.63	27,090.33
发函比例③=②/①	93.00%	97.83%	96.83%	93.68%
回函确认金额④	28,912.91	60,888.15	38,867.99	24,608.09
替代测试金额⑤	160.78	85.85	1,120.64	2,482.25
回函确认金额占主营业务收入的比例⑥=④/①	92.49%	97.69%	94.12%	85.10%
函证及替代可以确认的比例⑦=(④+⑤)/①	93.00%	97.83%	96.83%	93.68%

(4) 对主要客户进行实地走访或视频访谈，了解双方的合作年限和背景、交易模式及规模、付款与交货方式、订单签署情况和结算方式、识别与发行人是否存在关联关系；报告期内，访谈情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
主营业务收入①	31,261.70	62,324.99	41,298.40	28,917.98
访谈客户对应的收入金额②	28,990.62	57,752.11	36,659.78	22,777.61
其中：实地走访对应收入金额③	14,039.50	39,188.53	36,659.78	22,777.61
视频访谈对应收入金额④=②-③	14,951.12	18,563.58	-	-
访谈比例⑤=②/①	92.74%	92.66%	88.77%	78.77%
其中：实地走访比例⑥=③/①	44.91%	62.88%	88.77%	78.77%
视频访谈比例⑦=④/①	47.83%	29.79%	-	-

2. 核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人收入确认真实、准确、完整，按照《企业会计准则》有关规定确认收入，不存在收入跨期的情形。

问题 5. 关于成本和毛利率

根据招股说明书和保荐工作报告：（1）报告期内，公司营业成本金额分别为 20,884.25 万元、29,687.78 万元和 38,397.97 万元，主要为材料成本；（2）报告期内，发行人主营业务的毛利率由主营业务毛利率分别为 32.29%、33.86% 和 44.13%，毛利率呈逐年上升趋势，主要系受高毛利率新产品增量和年降老产品存量、单位成本下降的综合影响，汽车造型部件毛利率大幅上涨；（3）2020 年汽车声学产品毛利率较高，主要系收到客户采购量未达约定的价格补偿 424.06 万元，剔除价格补偿后毛利率基本持平；（4）报告期内发行人毛利率变动趋势与行业可比公司不一致，随着公司业务的增长，预计毛利率会有所下降。

请发行人说明：（1）直接人工与生产人员数量、生产工时、人均薪酬的匹配性；制造费用中折旧费用与生产设备增加的匹配性；不同产品单位成本构成及变动原因，材料成本与主要原材料价格变动之间的关系；（2）结合单位价格、单位成本定量分析分析不同产品毛利率波动的原因；结合汽车造型部件新老产品销售占比、毛利率分析汽车造型部件毛利率大幅上涨的原因和可持续性；（3）报告期内关于客户采购量未达约定的价格补偿机制与会计处理，2020 年汽车声学产品采购量未达约定的客户、原因；（4）汽车造型部件、车轮总成分装中毛利率较高的产品的具体情况、对应的主要客户及订单毛利率，毛利率较高的合理性；（5）结合产品结构、客户结构、业务规模等方面详细分析发行人产品毛利率与同行业可比公司的差异原因。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，并对上述事项以及生产成本归集及结转主营业务成本的完整性、准确性和及时性发表明确意见。

回复：

一、直接人工与生产人员数量、生产工时、人均薪酬的匹配性；制造费用中折旧费用与生产设备增加的匹配性；不同产品单位成本构成及变动原因，材料成本与主要原材料价格变动之间的关系

（一）直接人工与生产人员数量、生产工时、人均薪酬的匹配性

报告期内，公司直接人工与生产人员数量、生产工时、人均薪酬的匹配情况如下：

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	数值	变动率	数值	变动率	数值	变动率	数值
直接人工（万元）	1,675.84	2.43%	3,272.13	61.46%	2,026.64	40.30%	1,444.50
生产工时（万小时）	79.10	-2.03%	161.47	44.25%	111.94	32.00%	84.80
生产人员平均数量（人）	486	2.75%	473	44.21%	328	38.98%	236
生产人员平均薪酬（万元/人）	6.90	-0.31%	6.92	11.96%	6.18	0.95%	6.12

注1：生产人员平均数量=∑每月末相应人员人数/12；

注2：生产人员平均薪酬=直接人工/生产人员平均数量；

注3：2023年1-6月直接人工变动率、生产工时变动率、生产人员平均薪酬已年化处理。

由上表可知，2020年至2022年，公司直接人工、生产工时和生产人员数量均呈现增长趋势，增长比例较为一致，主要系随着客户对公司产品的需求增加，带动公司产量和营业收入的持续增长，生产人员持续增加，因此生产人员薪酬和生产工时相应增加。同时，公司生产人员工资以计件工资为主，产量增长带动了计件工资的增加，生产人员平均薪酬相应增加；2023年1-6月，生产工时和生产人员平均薪酬较2022年变动较小，直接人工变动率与生产人员平均数量变动率基本一致。因此，直接人工与生产人员数量、生产工时、人均薪酬具有匹配性。

（二）制造费用中折旧费用与生产设备增加的匹配性

报告期内，公司制造费用中折旧费与生产设备对比情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月 /2023.6.30	2022年度 /2022.12.31	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31
制造费用中折旧费用	969.77	1,345.67	1,083.88	1,019.55
其中：生产设备折旧费	894.23	1,168.38	958.38	938.79
制造费用中生产设备折旧费变动	/	210.00	19.59	/
期末生产设备原值	19,800.66	19,305.04	11,191.33	9,959.21
期末生产设备原值变动	495.62	8,113.71	1,232.12	/
制造费用中生产设备折旧费占比	9.03%	6.05%	8.56%	9.43%

注：制造费用中生产设备折旧费占比=当期制造费用中生产设备折旧费用/期末生产设备原值；2023年1-6月制造费用中生产设备折旧费占比已年化处理。

由上表可知，2020年至2022年，制造费用中生产设备折旧费占比呈逐年下降趋势，2022年占比下降较多，主要系2022年第四季度生产设备增加较多，导致当期折旧费增加幅度小于生产设备原值增加幅度。2022年，公司生产设备原值增加分季度情况如下：

单位：万元

项目	生产设备原值增加值
第一季度	103.93
第二季度	1,381.72
第三季度	369.21
第四季度	6,306.14
合计	8,160.99

由上表可知，2022 年公司生产设备增加主要在第四季度，计提折旧的月份较少，计提的折旧费相应较小，导致单位生产设备折旧费占比较小，具有匹配性。

2023 年 1-6 月制造费用中生产设备折旧费占比较 2020 年、2021 年变动较小，主要系 2023 年新增生产设备较少所致，具有匹配性。

（三）不同产品单位成本构成及变动原因，材料成本与主要原材料价格变动之间的关系

公司不同类型产品的单位成本受产品结构、材料材质、生产工艺等因素影响。报告期各期，公司汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装销售收入合计占主营业务收入的比例分别为 91.22%、96.63%、96.95%和 **93.96%**，为主营业务收入的主要组成部分，以下分析汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装产品。

1. 不同产品单位成本构成及变动原因

（1）汽车造型部件

报告期内，公司汽车造型部件单位成本构成如下：

单位：元/件

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位成本	***	100.00%	***	100.00%	***	100.00%	***	100.00%
其中：直接材料	***	63.17%	***	67.95%	***	72.72%	***	66.96%
直接人工	***	9.84%	***	9.15%	***	6.72%	***	6.80%
制造费用	***	26.99%	***	22.90%	***	20.56%	***	26.24%

注：汽车造型部件单位成本，单位成本按直接材料、直接人工、制造费用构成已按要求申请豁免披露。

报告期各期，公司汽车造型部件单位成本主要由直接材料构成，直接人工、制造费用占比较小。

2021 年直接材料占比较 2020 年增加，主要是由于：① 2020 年、2021 年公

司外协加工采购金额占营业成本比例分别为 20.23%、22.65%，外协加工比例上升，导致直接材料占比上升；② 2021 年主要材料采购价格较 2020 年上升。

2022 年直接材料占比较 2021 年下降，主要是由于：① 2022 年公司将部分产品的注塑、电镀环节的生产形式由外协加工转为自行生产，导致直接材料占比下降；② 2022 年主要材料采购价格较 2021 年下降。

直接人工占比 2020 年、2021 年保持稳定，2022 年占比上升，主要是由于 2022 年汽车造型部件产品产量增加，生产人员增加，直接人工增加所致。

2020 年至 2022 年，由于公司产品产量持续增加，规模效应提升，制造费用占比总体呈现下降趋势，同时，各期变动受直接材料及直接人工占比变动影响。

2023 年 1-6 月，直接材料占比较 2022 年下降，直接人工和制造费用占比较 2022 年上升，主要是由于：① 2022 年公司将部分产品的注塑、电镀环节的生产形式由外协加工转为自行生产，2023 年 1-6 月自产产量和占比进一步增加；② 2023 年 1-6 月主要材料采购价格较 2022 年下降。

(2) 汽车声学产品

报告期内，公司汽车声学产品单位成本构成如下：

单位：元/件

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位成本	***	100.00%	***	100.00%	***	100.00%	***	100.00%
其中：直接材料	***	79.16%	***	80.61%	***	82.55%	***	80.12%
直接人工	***	6.08%	***	5.07%	***	4.25%	***	4.54%
制造费用	***	14.76%	***	14.31%	***	13.20%	***	15.34%

注：汽车声学产品单位成本，单位成本按直接材料、直接人工、制造费用构成已按要求申请豁免披露。

报告期各期，公司汽车声学产品单位成本主要由直接材料构成，直接人工、制造费用占比较小，各期成本结构较为稳定，不存在较大波动。

(3) 车轮总成分装

报告期内，公司车轮总成分装产品单位成本构成如下：

单位：元/件

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
----	-----------	--------	--------	--------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位成本	***	100.00%	***	100.00%	***	100.00%	***	100.00%
其中：直接材料	***	10.85%	***	20.02%	***	12.25%	***	6.75%
直接人工	***	21.58%	***	39.33%	***	40.17%	***	41.36%
制造费用	***	67.57%	***	40.64%	***	47.58%	***	51.89%

注：车轮总成分装单位成本，单位成本按直接材料、直接人工、制造费用构成已按要求申请豁免披露。

报告期各期，公司车轮总成分装产品单位成本主要由直接人工和制造费用构成，直接材料占比较小。

2020年至2022年，公司直接材料占比持续上升，直接人工及制造费用占比持续下降，2023年1-6月，车轮总成分装产品直接材料和直接人工占比较2022年下降，制造费用占比上升，主要原因分析如下：

① 产品结构变化

报告期内，公司车轮总成分装耗用的原材料主要为气门嘴、平衡块，由于不同客户对产品的需求不同，气门嘴、平衡块并非所有产品均需使用。

报告期各期，公司车轮总成分装产品分类如下：

单位：件

类别	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
使用气门嘴或平衡块产品	67.11	54.18%	141.28	68.80%	117.16	55.42%	77.96	43.55%
未使用气门嘴或平衡块产品	56.77	45.82%	64.06	31.20%	94.24	44.58%	101.05	56.45%
合计	123.88	100.00%	205.34	100.00%	211.39	100.00%	179.00	100.00%

由上表可知，2020年至2022年，使用气门嘴或平衡块的车轮总成分装产品数量和占比逐年增加，导致2020年至2022年单位直接材料成本逐年上升；2023年1-6月，使用气门嘴或平衡块的车轮总成分装产品占比较2022年下降，导致2023年1-6月单位直接材料成本较2022年下降。

② 客户结构变化

报告期各期，公司车轮总成分装的主要客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
蔚来汽车	451.26	35.48%	978.49	43.74%	703.10	34.37%	320.49	20.39%
江淮汽车	634.24	49.87%	1,195.81	53.45%	1,339.72	65.50%	1,251.04	79.61%
其他客户	186.21	14.64%	62.80	2.81%	2.69	0.13%	-	0.00%
合计	1,271.70	100.00%	2,237.10	100.00%	2,045.51	100.00%	1,571.53	100.00%

由上表可知，2020年至2022年，蔚来汽车的车轮总成分装销售收入和占比逐年提升，由于蔚来汽车对分装轮胎使用的平衡块质量要求较高，其材料采购单价较高，导致车轮总成分装产品单位直接材料成本逐年增加。2023年1-6月，蔚来汽车的车轮总成分装销售收入占比较2022年下降，导致2023年1-6月单位直接材料成本较2022年下降。

2023年1-6月制造费用占比较2022年上升，直接人工占比较2022年下降，主要原因为：①合肥蔚来F2工厂装配线投入生产，制造费用中固定资产折旧费用增加；②采用劳务外包人员生产方式增加，制造费用中劳务费用增加。

2. 材料成本与主要原材料价格变动之间的关系

报告期内，公司单位材料成本受产品结构、材料采购价格、产品工艺等因素综合影响，存在波动情况，具体分析如下：

(1) 汽车造型部件

报告期各期，公司汽车造型部件产品单位直接材料成本情况如下：

单位：元/件

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
单位直接材料成本	***	***	***	***

注：汽车造型部件单位直接材料成本已按要求申请豁免披露。

由上表可知，报告期各期，公司汽车造型部件产品单位直接材料成本呈先上升后下降的趋势。公司汽车造型部件产品主要原材料包括注塑原料、电镀原料、烫印原料，具体情况如下：

① 注塑原料

公司注塑原料主要包括ABS、ASA、ASA+PMMA、PC/ABS。报告期各期，主要注塑原料采购单价情况如下：

单位：元/千克

主要材料	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
ABS	***	***	***	***
ASA	***	***	***	***
ASA+PMMA	***	***	***	***
PC/ABS	***	***	***	***

注：注塑原料采购价格信息已按要求申请豁免披露。

由上表可知，报告期内，公司主要注塑原料采购单价与汽车造型部件单位直接材料成本变动趋势一致。

② 电镀原料

公司电镀原料主要包括镍角、磷铜球、钯水等。报告期各期，主要电镀原料采购单价如下：

主要材料	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
镍角（元/千克）	***	***	***	***
磷铜球（元/千克）	***	***	***	***
钯水（元/千克）	***	***	***	***
钯水（元/升）	***	***	***	***

注1：公司采购钯水的单位不同，故分开列示；

注2：电镀原料采购价格信息已按要求申请豁免披露。

由上表可知，2020年至2022年，公司主要电镀原料中磷铜球采购单价与汽车造型部件产品单位直接材料成本变动趋势一致；镍角、钯水采购单价与汽车造型部件产品单位直接材料成本变动趋势不一致，采购金额占汽车造型部件产品原料采购金额比例较低，影响较小。2023年1-6月，镍角、钯水采购单价与汽车造型部件产品单位直接材料成本变动趋势一致，磷铜球采购单价与汽车造型部件产品单位直接材料成本变动趋势不一致，采购单价波动与汽车造型部件产品单位直接材料成本波动差异幅度较小。

③ 烫印原料

公司烫印原料主要为烫印膜，报告期各期，烫印膜采购单价如下：

单位：元/平方米

主要材料	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
烫印膜	***	***	***	***

注：烫印原料采购价格信息已按要求申请豁免披露。

由上表可知，报告期内，公司烫印原料采购单价与汽车造型部件单位直接材料成本变动趋势一致。

(2) 汽车声学产品

报告期内，公司汽车声学产品单位直接材料成本情况如下：

单位：元/件

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
单位直接材料成本	***	***	***	***

注：汽车声学产品单位直接材料成本已按要求申请豁免披露。

由上表可知，汽车声学产品单位直接材料成本 2020 年、2021 年保持稳定，2022 年较 2021 年略有下降，2023 年 1-6 月较 2022 年变动较小。公司汽车声学原料主要包括地毯面料、行李箱盖板、AB 料、挤出材料等。报告期各期，主要原材料采购单价如下：

主要材料	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
地毯面料（元/平方米）	***	***	***	***
行李箱盖板（元/件）	***	***	***	***
AB 料（元/千克）	***	***	***	***
挤出材料（元/千克）	***	***	***	***

注：汽车声学原料采购价格信息已按要求申请豁免披露。

由上表可知，公司主要汽车声学原料采购单价 2020 年、2021 年保持相对稳定，2022 年、2023 年 1-6 月略有下降，与 2020 年至 2022 年汽车声学产品单位直接材料变动趋势一致，与 2023 年 1-6 月汽车声学产品单位直接材料变动趋势存在差异，主要原因系汽车声学产品销售结构较 2022 年存在变动，顶棚占汽车声学产品收入比例由 11.95% 增加至 16.94%，顶棚单位成本相对较高，导致汽车声学产品单位直接材料成本小幅上升。

(3) 车轮总成分装

报告期内，公司车轮总成分装产品单位直接材料成本情况如下：

单位：元/件

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
单位直接材料	***	***	***	***

注：车轮总成分装单位直接材料成本已按要求申请豁免披露。

由上表可知，2020 年至 2022 年，公司车轮总成分装产品单位直接材料成本逐年上升，2023 年 1-6 月，公司车轮总成分装产品单位直接材料成本下降。公司车轮总成分装产品原料主要由平衡块、气门嘴构成。报告期各期，主要原材料采购单价如下：

主要材料	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
气门嘴（元/件）	***	***	***	***
平衡块（元/千克）	***	***	***	***

注：车轮总成分装产品原料采购价格信息已按要求申请豁免披露。

由上表可知，报告期内，公司车轮总成分装产品主要原材料采购单价与车轮总成分装产品单位直接材料成本变动趋势存在差异，主要产品结构、客户结构不同导致，具体分析详见本题回复之“一、……不同产品单位成本构成及变动原因，材料成本与主要原材料价格变动之间的关系”之“（三）不同产品单位成本构成及变动原因，材料成本与主要原材料价格变动之间的关系”之“1. 不同产品单位成本构成及变动原因”。

二、结合单位价格、单位成本定量分析不同产品毛利率波动的原因；结合汽车造型部件新老产品销售占比、毛利率分析汽车造型部件毛利率大幅上涨的原因和可持续性

（一）结合单位价格、单位成本定量分析不同产品毛利率波动的原因

报告期内，公司分产品主营业务收入及占比情况如下：

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
汽车造型部件	22,927.63	73.34%	49,752.20	79.83%	29,084.58	70.43%	17,410.32	60.21%
汽车声学产品	5,174.30	16.55%	8,435.71	13.54%	8,777.20	21.25%	7,398.34	25.58%
车轮总成分装	1,271.70	4.07%	2,237.10	3.59%	2,045.51	4.95%	1,571.53	5.43%
模具	715.08	2.29%	959.71	1.54%	346.05	0.84%	1,953.39	6.75%
其他	1,172.99	3.75%	940.27	1.51%	1,045.05	2.53%	584.40	2.02%
主营业务合计	31,261.70	100.00%	62,324.99	100.00%	41,298.40	100.00%	28,917.98	100.00%

报告期各期，公司汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装销售收入合计占主营业务收入的比例分别为 91.22%、96.63%、96.95%和 **93.96%**，为主营业务收入的主要组成部分。以下分析汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装的毛利率波动原因。

1. 汽车造型部件单位价格、单位成本及毛利率波动情况

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%

由上表可知，报告期内，汽车造型部件主要由格栅、饰条构成，报告期各期格栅、饰条销售收入合计占汽车造型部件销售收入比例分别为 96.34%、96.80%、96.16%和 95.45%，以下分析汽车造型部件中格栅、饰条单位价格、单位成本及毛利率波动情况。

（1）格栅

报告期内，格栅单位价格、单位成本变动及毛利率波动情况如下：

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	数值	变动值	数值	变动值	数值	变动值	数值
销售数量（万件）	43.67	/	98.55	41.69	56.86	19.91	36.94
单位价格（元/件）	300.18	-9.07	309.25	36.74	272.51	36.03	236.48
单位成本（元/件）	***	-6.95	***	-24.17	***	22.49	***
毛利率	***	***	***	***	***	***	***
单位价格变动对毛利率的影响		***		***		***	/
单位成本变动对毛利率的影响		***		***		***	/

注 1：单位价格变动对毛利率的影响=（本年单位价格-上年单位成本）/本年单位价格-上年毛利率，下同；

注 2：单位成本变动对毛利率的影响=本年毛利率-（本年单位价格-上年单位成本）/本年单位价格，下同；

注 3：上表中毛利率计算不包含运输及仓储费、包装费等合同履行成本，下同；

注 4：格栅单位成本、毛利率、单位价格变动对毛利率的影响、单位成本变动对毛利率的影响已按要求申请豁免披露。

报告期内，格栅毛利率逐年上升，主要原因分析如下：

2021 年格栅毛利率较 2020 年上升***个百分点，其中单位价格的上升使毛利率上升***个百分点，单位成本的上升使毛利率下降***个百分点，因此单位价格的上升、单位成本的上升共同影响了毛利率的变动。具体来看：

① 单位价格的变动

2021年单位价格较2020年上升，主要是由于高单价（单价高于300元/件）规格产品销售占比的由16.16%提升至47.86%，拉高了2021年格栅产品的整体单价所致，具体分析详见本问询函回复之“问题4.2关于收入增长”之“一、报告期内汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装的细分品类平均单价的变动情况和变动原因”之“（一）汽车造型部件产品销售价格变动分析”之“1. 格栅”。

② 单位成本的变动

2021年单位成本较2020年上升，主要是由于：①尺寸较大格栅产品数量增加，耗用的单位材料成本增加；②注塑和电镀原材料采购单价上升。

2022年格栅毛利率较2021年上升***个百分点，其中单位价格的上升使毛利率上升***个百分点，单位成本的下降使毛利率上升***个百分点，因此单位价格的上升、单位成本的下降共同影响了毛利率的变动。具体来看：

① 单位价格的变动

2022年单位价格较2021年上升，主要是由于高单价（单价高于300元/件）规格产品销售占比的由47.86%提升至62.52%，拉高了2022年格栅产品的整体单价所致，具体分析详见本问询函回复之“问题4.2关于收入增长”之“一、报告期内汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装的细分品类平均单价的变动情况和变动原因”之“（一）汽车造型部件产品销售价格变动分析”之“1. 格栅”。

② 单位成本的变动

2022年单位成本较2021年下降，具体按照单位直接材料、直接人工、制造费用变动情况如下：

项目	2022年度		2021年度
	数值	变动值	数值
单位成本（元/件）	***	-24.17	***
其中：单位直接材料	***	-24.95	***
单位直接人工	***	2.58	***
单位制造费用	***	-1.80	***
单位成本变动对毛利率的影响		***	/
其中：单位直接材料变动对毛利率的影响		***	/
单位直接人工变动对毛利率的影响		***	/

单位制造费用变动对毛利率的影响	***	/
-----------------	-----	---

注：格栅单位成本、单位成本按直接材料、直接人工、制造费用构成、单位成本变动对毛利率的影响已按要求申请豁免披露。

由上表可知，2022 年格栅单位成本的下降使毛利率上升***个百分点，其中单位直接材料的下降使毛利率上升***个百分点，单位直接人工的上升使毛利率下降***个百分点，单位制造费用的下降使毛利率上升***个百分点，因此单位直接材料成本的下降是单位成本下降的主要影响因素。2022 年单位直接材料成本较 2021 年下降的主要原因为：A. 2020 年下半年公司新建的方兴大道厂房建成投产，2021 年下半年新增注塑设备，同时，对电镀东线进行技改并投产，公司将部分格栅产品注塑环节、电镀环节由外协生产改为自行生产，减少了外协加工费用；B. 2022 年注塑、烫印原料采购单价有所下降；C. 2022 年采用烫印工艺的格栅产品数量占比增加，烫印工艺产品的单位材料成本较电镀工艺低。

2023 年 1-6 月格栅毛利率较 2022 年变动幅度较小。

(2) 饰条

报告期内，饰条单位价格、单位成本变动及毛利率波动情况如下：

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	数值	变动值	数值	变动值	数值	变动值	数值
销售数量（万件）	687.32	/	1,173.72	446.60	727.13	272.17	454.95
单位价格（元/件）	12.77	-2.03	14.80	-2.61	17.41	-0.25	17.66
单位成本（元/件）	***	-0.76	***	-3.41	***	-1.15	***
毛利率	***	***	***	***	***	***	***
单位价格变动对毛利率的影响	***		***		***		/
单位成本变动对毛利率的影响	***		***		***		/

注：饰条单位成本、毛利率、单位价格变动对毛利率的影响、单位成本变动对毛利率的影响已按要求申请豁免披露。

2020 年至 2022 年，饰条毛利率逐年上升，2023 年 1-6 月有所下降，主要原因分析如下：

2021 年饰条毛利率较 2020 年上升***个百分点，其中单位价格的下降使毛利率下降***个百分点，单位成本的下降使毛利率上升***个百分点，因此单位成本的下降是毛利率上升的主要影响因素。2021 年单位成本较 2020 年下降，主要是由于为客户配套车型供货的尺寸小、价值低的产品销量大幅增加，拉低了单位

成本。

2022 年饰条毛利率较 2021 年上升***个百分点，其中单位价格的下降使毛利率下降***个百分点，单位成本的下降使毛利率上升***个百分点，因此单位价格的下降、单位成本的下降共同影响了毛利率的变动。具体来看：

① 单位价格的变动

2022 年单位价格较 2021 年下降，主要是由于低单价（单价低于 10 元/件）规格产品销售占比的由 49.21%提升至 64.30%，拉低了 2022 年饰条产品的整体单价所致，具体分析详见本问询函回复之“问题 4.2 关于收入增长”之“一、报告期内汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装的细分品类平均单价的变动情况和变动原因”之“（一）汽车造型部件产品销售价格变动分析”之“2. 饰条”。

② 单位成本的变动

2022 年单位成本较 2021 年下降，具体按照单位直接材料、直接人工、制造费用变动情况如下：

项目	2022年度		2021年度
	数值	变动值	数值
单位成本（元/件）	***	-3.41	***
其中：单位直接材料	***	-2.86	***
单位直接人工	***	-0.07	***
单位制造费用	***	-0.48	***
单位成本变动对毛利率的影响		***	/
其中：单位直接材料变动对毛利率的影响		***	/
单位直接人工变动对毛利率的影响		***	/
单位制造费用变动对毛利率的影响		***	/

注：饰条单位成本、单位成本按直接材料、直接人工、制造费用构成、单位成本变动对毛利率的影响已按要求申请豁免披露，下同。

由上表可知，2022 年饰条单位成本的下降使毛利率上升***个百分点，其中单位直接材料的下降使毛利率上升***个百分点，单位直接人工的下降使毛利率上升***个百分点，单位制造费用的下降使毛利率上升***个百分点，因此单位直接材料成本的下降是单位成本下降的主要影响因素。2022 年单位直接材料成本较 2021 年下降，主要原因为：A. 低单价规格饰条产品销售占比提升较大，拉低了饰条产品整体单位直接材料；B. 2020 年下半年公司新建的方兴大道厂房建成投产，2021 年下半年新增注塑设备，同时，对电镀东线进行改造并投产，公司将

部分饰条产品的注塑环节、电镀环节由外协生产改为自行生产，减少了外协加工费用；C. 2022年注塑、烫印原料采购单价有所下降；D. 2022年采用烫印工艺的饰条产品数量增加，烫印工艺产品的单位材料成本较电镀工艺低。

2023年1-6月饰条毛利率较2022年下降***个百分点，其中单位价格的下降使毛利率下降***个百分点，单位成本的下降使毛利率上升***个百分点，因此单位价格的下降、单位成本的下降共同影响了毛利率的变动。具体来看：

① 单位价格的变动

2023年1-6月单位价格较2022年下降，主要是由于销售降价、销售结构影响所致，具体分析详见本问询函回复之“问题4.2 关于收入增长”之“一、报告期内汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装的细分品类平均单价的变动情况和变动原因”之“（一）汽车造型部件产品销售价格变动分析”之“2. 饰条”。

② 单位成本的变动

2023年1-6月单位成本较2022年下降，具体按照单位直接材料、直接人工、制造费用变动情况如下：

项目	2023年1-6月		2022年度
	数值	变动值	数值
单位成本（元/件）	***	-0.76	***
其中：单位直接材料	***	-0.89	***
单位直接人工	***	-0.05	***
单位制造费用	***	0.18	***
单位成本变动对毛利率的影响		***	/
其中：单位直接材料变动对毛利率的影响		***	/
单位直接人工变动对毛利率的影响		***	/
单位制造费用变动对毛利率的影响		***	/

由上表可见，2023年1-6月单位成本较2022年下降，主要系低单价规格产品销售增加及汽车造型部件原料采购单价下降，相应的单位直接材料投入下降所致。

2. 汽车声学产品单位价格、单位成本及毛利率波动情况

报告期内，汽车声学产品单位价格和单位成本变动对毛利率的影响情况如下：

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	数值	变动值	数值	变动值	数值	变动值	数值
销售数量（万件）	112.16	/	192.70	7.61	185.09	37.79	147.31
单位价格（元/件）	46.13	2.35	43.78	-3.64	47.42	-2.80	50.22
单位成本（元/件）	***	1.59	***	-1.92	***	-0.70	***
毛利率	***	***	***	***	***	***	***
单位价格变动对毛利率的影响		***		***		***	/
单位成本变动对毛利率的影响		***		***		***	/

注：汽车声学产品单位成本、毛利率、单位价格变动对毛利率的影响、单位成本变动对毛利率的影响已按要求申请豁免披露。

2023年1-6月汽车声学产品毛利率较2022年上升0.64个百分点，变动较小。2020年至2022年，汽车声学产品毛利率逐年下降，主要原因分析如下：

2021年汽车声学产品毛利率较2020年下降***个百分点，其中单位价格的下降使毛利率下降***个百分点，单位成本的下降使毛利率上升***个百分点，因此单位价格的下降是毛利率下降的主要影响因素。2021年单位价格较2020年下降，主要是由于2020年收到客户的价格补偿拉高了平均单位价格，如不考虑该价格补偿，2020年的单位价格与2021年较为接近，具体分析详见本问询函回复之“问题4.2.关于收入增长”之“（二）汽车声学产品销售价格变动分析”。

2022年汽车声学产品毛利率较2021年下降***个百分点，其中单位价格的下降使毛利率下降***个百分点，单位成本的下降使毛利率上升***个百分点，因此单位价格的下降、单位成本的下降共同影响了毛利率的下降。2022年单位价格较2021年下降，主要是由于各存量产品年度降价、总体销售结构变化、价格补偿等因素综合影响所致，具体分析详见本问询函回复之“问题4.2.关于收入增长”之“（二）汽车声学产品销售价格变动分析”。2022年单位成本较2021年下降，主要是由于汽车声学产品原材料采购单价下降所致。

3. 车轮总成分装单位价格、单位成本及毛利率波动情况

报告期内，车轮总成分装单位价格和单位成本变动对毛利率的影响情况如下：

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	数值	变动值	数值	变动值	数值	变动值	数值
销售数量（万件）	123.88	/	205.34	-6.06	211.39	32.39	179.00

单位价格（元/件）	10.27	-0.62	10.89	1.22	9.68	0.90	8.78
单位成本（元/件）	***	0.39	***	1.67	***	0.28	***
毛利率	***	***	***	***	***	***	***
单位价格变动对毛利率的影响		***		***		***	/
单位成本变动对毛利率的影响		***		***		***	/

注：车轮总成分装单位成本、毛利率、单位价格变动对毛利率的影响、单位成本变动对毛利率的影响已按要求申请豁免披露。

报告期内，车轮总成分装毛利率 2021 年较 2020 年上升，2022 年较 2021 年下降，2023 年 1-6 月较 2022 年下降，主要原因分析如下：

2021 年车轮总成分装毛利率较 2020 年上升***个百分点，变动较小。

2022 年车轮总成分装毛利率较 2021 年下降***个百分点，其中单位价格的上升使毛利率上升***个百分点，单位成本的上升使毛利率下降***个百分点，因此单位成本的上升是毛利率下降的主要影响因素。2022 年单位成本较 2021 年上升，具体按照单位直接材料、直接人工、制造费用变动情况如下：

项目	2022年度		2021年度
	数值	变动值	数值
单位成本（元/件）	***	1.67	***
其中：单位直接材料	***	0.70	***
单位直接人工	***	0.62	***
单位制造费用	***	0.35	***
单位成本变动对毛利率的影响		***	/
其中：单位直接材料变动对毛利率的影响		***	/
单位直接人工变动对毛利率的影响		***	/
单位制造费用变动对毛利率的影响		***	/

注：车轮总成分装单位成本、单位成本按直接材料、直接人工、制造费用构成、单位成本变动对毛利率的影响已按要求申请豁免披露，下同。

由上表可知，2022 年车轮总成分装单位成本的上升使毛利率下降***个百分点，其中单位直接材料的上升使毛利率下降***个百分点，单位直接人工的上升使毛利率下降***个百分点，单位制造费用的上升使毛利率下降***个百分点，因此单位直接材料、单位直接人工、单位制造费用的上升共同影响了单位成本的下降。单位直接材料的上升主要是由于 2022 年使用气门嘴和平衡块的产品数量和占比增加导致产品结构变化所致；单位直接人工的上升主要是由于 2022 年新增了振宜汽车和合肥蔚来 F2 工厂装配线，装配生产人员相应增加所致；单位制造

费用的上升主要是由于客户商用车装胎量减少，单位固定成本分摊金额增加所致。

2023年车轮总成分装毛利率较2022年下降***个百分点，其中单位价格的下降使毛利率下降***个百分点，单位成本的上升使毛利率下降***个百分点，因此单位价格的下降、单位成本的上升共同影响了毛利率的下降。2023年1-6月单位价格较2022年下降，主要是由于总体销售结构变化等因素影响所致，具体分析详见本问询函回复之“问题4.2. 关于收入增长”之“（三）车轮总成分装销售价格变动分析”。2023年1-6月单位成本较2022年上升，具体按照单位直接材料、直接人工、制造费用变动情况如下：

项目	2023年1-6月		2022年度
	数值	变动值	数值
单位成本（元/件）	***	0.39	***
其中：单位直接材料	***	-0.54	***
单位直接人工	***	-1.05	***
单位制造费用	***	1.97	***
单位成本变动对毛利率的影响		***	/
其中：单位直接材料变动对毛利率的影响		***	/
单位直接人工变动对毛利率的影响		***	/
单位制造费用变动对毛利率的影响		***	/

由上表可知，2023年1-6月车轮总成分装单位成本的上升使毛利率下降***个百分点，其中单位直接材料的下降使毛利率上升***个百分点，单位直接人工的下降使毛利率上升***个百分点，单位制造费用的上升使毛利率下降***个百分点，因此单位制造费用的上升是单位成本上升的主要影响因素。2023年1-6月单位制造费用较2022年上升，主要原因为：①合肥蔚来F2工厂装配线投入生产，制造费用中固定资产折旧费用增加；②采用劳务外包人员生产方式增加，制造费用中劳务费用增加。

（二）结合汽车造型部件新老产品销售占比、毛利率分析汽车造型部件毛利率大幅上涨的原因和可持续性

1. 汽车造型部件新老产品销售占比分析

报告期内，公司汽车造型部件新老产品销售收入、占比情况如下：

单位：万元

类别	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比

新产品	9,026.64	39.37%	37,811.85	76.00%	22,586.66	77.66%	11,062.94	63.54%
老产品	13,900.99	60.63%	11,940.35	24.00%	6,497.92	22.34%	6,347.38	36.46%
合计	22,927.63	100.00%	49,752.20	100.00%	29,084.58	100.00%	17,410.32	100.00%

注：新产品为量产当年及之后1年的产品，下同。

报告期各期，汽车造型部件新产品销售收入分别为 11,062.94 万元、22,586.66 万元、37,811.85 万元和 **9,026.64 万元**，销售收入占比分别为 63.54%、77.66%、76.00%和 **39.37%**；老产品销售收入分别为 6,347.38 万元、6,497.92 万元、11,940.35 万元和 **13,900.99 万元**，销售收入占比分别为 36.46%、22.34%、24.00%和 **60.63%**。**2020 年至 2022 年**，汽车造型部件销售以新产品为主，**2023 年 1-6 月**，汽车造型部件销售以老产品为主。

报告期内，汽车造型部件新产品的客户主要为比亚迪、奇瑞汽车、长城汽车等，新产品销售收入逐年增长主要是由于客户比亚迪销售收入增加所致。2021 年公司比亚迪部分车型配套的汽车造型部件产品开始量产供货，2022 年该部分车型市场销量增长较大带动了公司供货量的增加，同时，2022 年公司比亚迪新增配套的部分车型汽车造型部件产品当年量产实现收入。

报告期内，汽车造型部件老产品的客户主要为奇瑞汽车、江淮汽车等，2021 年较 2020 年无较大变动，2022 年老产品销售收入较 2021 年增加 5,442.43 万元，主要是由于奇瑞汽车的部分车型销量持续稳定，公司配套的零部件产品供货量增加所致。**2023 年 1-6 月老产品销售收入较 2022 年增加 1,960.64 万元**，主要是由于公司供货比亚迪的部分主力车型销量稳定，配套的零部件产品供货转为老产品所致。

2. 汽车造型部件新老产品毛利率分析

报告期内，公司汽车造型部件新老产品毛利率情况如下：

类别	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
新产品	52.03%	51.47%	40.38%	35.18%
老产品	46.74%	43.25%	20.09%	29.83%
合计	48.83%	49.50%	35.85%	33.23%

注：上表中毛利率计算不包含运输及仓储费、包装费等合同履行成本。

由上表可知，报告期各期，汽车造型部件新产品毛利率分别为 35.18%、40.38%、51.47%和 **52.03%**，老产品毛利率分别为 29.83%、20.09%、43.25%和

46.74%。报告期内，公司持续开拓老客户新产品、新客户新产品，新增定点项目增加并量产供货实现收入，新产品销售收入和占比呈持续增长**趋势**，新产品初始定价较高，老产品价格存在一定幅度的年降，因此新产品毛利率较老产品高。

3. 汽车造型部件毛利率可持续性分析

报告期内，公司汽车造型部件收入分别为 17,410.32 万元、29,084.58 万元和 49,752.20 万元和 **22,927.63 万元**，保持快速增长，毛利率分别为 33.23%、35.85%、49.50%和 **48.83%**，持续提升。收入、毛利率呈现的变化趋势主要受行业环境、客户群体、竞争优势、产品结构等因素影响下，新产品收入持续增长和较高毛利率的带动所致。未来，公司汽车造型部件的毛利率可持续性将更多受到产品结构、产品工艺、新老产品、年度降价、制造成本等因素的综合影响。结合公司情况来看：

（1）汽车造型部件迭代速度较快，为开发新项目增加竞争机会

一款全新车型从设计到上市，主机厂通常需要耗费巨大的成本，为了保持单款车型更持久的产品生命力，在产品上市后会对其进行持续迭代。

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。公司凭借自身实力，深度参与主机厂的汽车造型部件开发，为持续获取新项目机会提供了保障。

（2）公司与客户合作稳定，为新增项目定点提供助力

公司的客户主要为主机厂，主机厂与供应商合作存在较高的业务粘性。公司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；比亚迪为公司近年来成功拓展的新能源汽车重要客户之一，公司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，公司于 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，是公司业务增量的重点培育方向。从历史数据看，公司具备对上述客户持续销售的条件，具有业务稳定性。同时，为了实现业务开拓及产能扩充、布局新产品及提升客户协同能力，公司在不同主机厂所在地区设置子公司，深度参与客户新产品开发，以满足客户及时响应和交付，为公司获取主机厂新增项目定点提供助力。

(3) 公司在主要工艺领域中积累了较为丰富的技术优势和经验，为新增项目产品提供技术保障

汽车造型部件产品生产过程主要工艺包括注塑和表面处理技术。公司在主要工艺领域中积累了较为丰富的技术优势和经验，具体来看：①注塑工艺方面，公司经过多年的注塑工艺研发和技术积累，已形成了较为成熟的注塑工艺技术体系，掌握了高光注塑工艺、精密注塑工艺以及 IML 和 INS 等注塑工艺技术，可以满足客户不同的产品外观设计和功能要求。②表面处理工艺方面，公司具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、滴注等塑料表面处理工艺为一体的综合技术方案提供商。③公司较早从事烫印工艺，具有先发优势。公司自 2010 年开始烫印工艺的研发和产品制造，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，同步开发了江淮汽车第一款烫印格栅瑞风 S4、奇瑞汽车第一款烫印格栅瑞虎 7，成功开发了比亚迪宋、汉等烫印格栅，积累了丰富的烫印产品开发经验。通过十几年的烫印工艺深厚积累，公司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。

(4) 利用自身长期积累的制造成本控制能力和稳定的产品质量

公司坚持精益生产，加强生产过程管理，提高生产效率，保持稳定的产品合格率，降低浪费和报废，从而获取较高的盈利能力。

综上所述，公司汽车造型部件的毛利率具有一定的可持续性，同时，随着公司规模进一步扩大，以及市场竞争的加剧和行业增速的放缓，公司目前造型部件的高毛利率会适当下降。

三、报告期内关于客户采购量未达约定的价格补偿机制与会计处理，2020 年汽车声学产品采购量未达约定的客户、原因

(一) 报告期内关于客户采购量未达约定的价格补偿机制与会计处理

公司与主机厂在合作过程中未提前约定采购量未达约定的价格补偿机制，报告期内发生的价格补偿系由于主机厂部分车型的零部件产品产量不及预期，公司与主机厂就产品开发费用积极协商进行补偿的结果。公司作为主机厂的零配件供应商，双方以合作的形式共同开发零部件产品。主机厂负责前期设计，公司负责

根据主机厂的技术指标和产品要求进行产品开发，提供技术方案。公司和主机厂按分工履行职责，双方产生的开发费用各自承担，公司的产品开发费用主要为产品开发过程中发生的设计、试验以及模具开发等成本费用。

在公司与客户签订价格补偿协议，客户下达采购订单，公司按照订单开具发票，得到客户确认后，风险和报酬已转移给客户，公司享有该款项的现时收款权利时，公司进行确认收入的会计处理。

（二）2020 年汽车声学产品采购量未达约定的客户、原因

公司为江淮汽车开发瑞风 S7 车型的顶棚、地毯、隔音隔热等汽车声学产品，由于该车型销量不及预期，公司相关产品实际供货量较低，公司预计前期开发成本费用不能通过产品分摊的方式收回。通过沟通协商，2020 年 5 月，公司与江淮汽车签订协议，约定江淮汽车支付 424.06 万元用于补偿公司为该车型产品投入的开发成本费用。

四、汽车造型部件、车轮总成分装中毛利率较高的产品的具体情况、对应的主要客户及订单毛利率，毛利率较高的合理性

（一）汽车造型部件中毛利率较高的产品的具体情况、对应的主要客户及订单毛利率，毛利率较高的合理性

报告期各期，公司汽车造型部件分产品收入、毛利率情况如下：

单位：万元

产品类别	收入金额				毛利率			
	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
格栅	13,109.71	30,475.24	15,493.65	8,736.91	***	***	***	***
饰条	8,774.45	17,367.22	12,659.62	8,036.59	***	***	***	***
其他	1,043.46	1,909.74	931.31	636.82	***	***	***	***
合计	22,927.63	49,752.20	29,084.58	17,410.32	***	***	***	***

注：汽车造型部件分产品毛利率已按要求申请豁免披露。

由上表可知，报告期内，公司汽车造型部件产品主要由格栅、饰条构成，以下分析格栅、饰条对应主要客户及毛利率情况。

1. 格栅

报告期各期，格栅主要客户收入、毛利率情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	收入金额	收入占比	毛利率
2023年1-6月	比亚迪	5,980.30	45.62%	***
	奇瑞汽车	3,500.70	26.70%	***
	振宜汽车	2,065.60	15.76%	***
	合计	11,546.61	88.08%	/
2022年度	比亚迪	18,519.80	60.77%	***
	奇瑞汽车	7,545.18	24.76%	***
	振宜汽车	2,725.32	8.94%	***
	江淮汽车	1,544.14	5.07%	***
	合计	30,334.44	99.54%	/
2021年度	奇瑞汽车	10,209.25	65.89%	***
	比亚迪	2,865.13	18.49%	***
	江淮汽车	1,860.23	12.01%	***
	合计	14,934.61	96.39%	/
2020年度	奇瑞汽车	6,615.81	75.72%	***
	江淮汽车	1,914.63	21.91%	***
	合计	8,530.44	97.64%	/

注：产品分客户毛利率已按要求申请豁免披露，下同。

2. 饰条

报告期各期，饰条主要客户收入、毛利率情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	收入金额	收入占比	毛利率
2023年1-6月	比亚迪	7,482.58	85.28%	***
	长城汽车	568.84	6.48%	***
	合计	8,051.42	91.76%	/
2022年度	比亚迪	13,690.90	78.83%	***
	长城汽车	1,643.18	9.46%	***
	江淮汽车	1,130.98	6.51%	***
	合计	16,465.06	94.81%	/
2021年度	比亚迪	7,036.55	55.58%	***
	长城汽车	3,065.76	24.22%	***
	奇瑞汽车	882.66	6.97%	***
	常春内饰	794.66	6.28%	***
	合计	11,779.63	93.05%	/
2020年度	长城汽车	3,832.79	47.69%	***
	常春内饰	1,325.62	16.49%	***
	比亚迪	745.64	9.28%	***
	常州市佳乐车辆配件制造有限公司	606.57	7.55%	***

	奇瑞汽车	585.15	7.28%	***
	合计	7,095.78	88.29%	/

上述客户中毛利率较高的原因主要包括：① 供货的造型部件产品尺寸较大、结构复杂、工艺要求高，对质量和性能要求相对较高；② 运输距离较远，产品价格中包含的运输费、包装费较高；③ 配套车型产量较大，生产过程中节省了换模、试模的时间，同时提高了一次性合格率，提升了生产效率，产生了一定的规模效应；④ 部分供货的造型部件产品配套车型以出口为主，对产品的质量有特殊要求。

（二）车轮总成分装中毛利率较高的产品的具体情况、对应的主要客户及订单毛利率，毛利率较高的合理性

报告期内，公司为主机厂提供乘用车、商用车的车轮总成分装业务，对应的主要客户及毛利率情况如下：

单位：万元

类型	客户	2023年1-6月			2022年度		
		收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
乘用车	蔚来汽车	451.26	35.48%	***	978.49	43.74%	***
	江淮汽车	261.93	20.60%	***	514.19	22.98%	***
商用车	江淮汽车	372.30	29.28%	***	681.62	30.47%	***
合计		1,085.49	85.36%	/	2,174.30	97.19%	/

（续上表）

类型	客户	2021年度			2020年度		
		收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
乘用车	蔚来汽车	703.10	34.37%	***	320.49	24.72%	***
	江淮汽车	403.81	19.74%	***	320.44	24.71%	***
商用车	江淮汽车	935.91	45.75%	***	655.78	50.57%	***
合计		2,042.82	99.86%	/	1,296.71	100.00%	/

注：产品分客户毛利率已按要求申请豁免披露。

由上表可知，报告期内，公司车轮总成分装的主要客户为蔚来汽车、江淮汽车。蔚来汽车毛利率相对较高，主要是由于其专用设备投入较大以及车轮总成价值较高，导致产品服务定价较高，2023年1-6月毛利率下降，主要原因系合肥蔚来F2工厂装配线投入生产，制造费用中固定资产折旧费用增加所致。

公司自2007年开展车轮总成分装业务，已经形成了商用车、乘用车两大类车轮总成分装业务，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，具备了丰富的经验和技術积累，产品质量较高；同时，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，车轮总成分装业务存在较高的进入门槛，公司与蔚来汽车、江淮汽车等主机厂客户合作紧密，业务稳定性和客户粘性高，能够对客户的需求提供快速且多样化的服务，区位优势明显，因此毛利率相对较高。

五、结合产品结构、客户结构、业务规模等方面详细分析发行人产品毛利率与同行业可比公司的差异原因

报告期内，公司与同行业可比公司的主营业务毛利率对比如下：

公司名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
金钟股份	24.27%	19.02%	27.34%	32.89%
拓普集团	21.36%	20.98%	19.57%	21.16%
福赛科技	27.39%	29.33%	32.16%	33.13%
可比公司平均值	24.34%	23.11%	26.36%	29.06%
发行人	37.98%	38.52%	28.41%	28.27%

注1：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书或问询回复；

注2：上表中发行人及同行业可比公司毛利率的计算包含运输费、包装等合同履行成本。

由上表可知，报告期内，公司主营业务毛利率呈逐年上升趋势。其中，2020年度、2021年度毛利率处于可比公司中间水平，与可比公司平均数差异较小；2022年度、2023年1-6月毛利率较可比公司高。公司与同行业可比公司毛利率差异主要原因分析如下：

（一）产品结构方面

汽车造型部件和汽车声学产品领域产品众多，公司与各可比公司的具体产品与应用场景存在一定差异。公司经过多年发展与积累，形成了以汽车造型部件为主、汽车声学产品为重要发展方向的业务布局。公司与可比公司的产品结构及应用情况如下：

公司名称	主要产品类别	主要产品收入占比	可比产品
金钟股份	汽车轮毂装饰件	82.44%	汽车车身装饰件，包括装饰条、车身装饰件总成、格栅等
	汽车标识装饰件	13.28%	
	汽车车身装饰件	3.13%	
拓普集团	内饰功能件	35.61%	内饰功能件，内外饰系统，包括汽车门板、顶棚、主地毯、衣帽架、隔音隔热件、行李箱
	底盘系统	28.98%	
	减震器	25.24%	

	热管理系统	8.92%	隔音件等隔声降噪产品，以及密封条、装饰条等外饰类产品
	汽车电子	1.25%	
福赛科技	功能件	70.41%	装饰件，包括仪表板内饰面板、车门内饰面板等
	装饰件	29.59%	
汇通控股	汽车造型部件	79.83%	汽车造型部件为主，包括格栅、饰条等产品；汽车声学产品为辅，包括地毯、隔音隔热垫等
	汽车声学产品	13.54%	

注 1：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书或问询回复；

注 2：公司与可比公司的主要产品收入占比系 2022 年度主营业务产品结构。

由上表可知，公司与可比公司之间在收入结构、具体产品及应用场景方面均存在部分差异，不同产品的产品结构、复杂程度、生产工艺流程、市场供需情况均不同，因此导致了毛利率的差异。报告期内，公司与同行业可比公司相似可比产品的毛利率对比如下：

公司名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	选取的可比产品	可比产品应用场景
金钟股份	34.55%	24.05%	35.88%	28.69%	汽车车身装饰件	车身的局部装饰、汽车前部
福赛科技	未披露	26.28%	28.46%	29.12%	装饰件	汽车主副仪表板、门板
拓普集团	19.86%	19.03%	17.25%	17.98%	内饰功能件	车身的局部隔音降噪及装饰
汇通控股	42.65%	42.37%	29.07%	28.19%	汽车造型部件	汽车前部、车身的局部隔音降噪及装饰
	15.89%	15.62%	17.44%	20.96%	汽车声学产品	

注 1：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书或问询回复；

注 2：上表中发行人及同行业可比公司毛利率的计算包含运输费、包装等合同履行成本。

由上表可知，公司汽车造型部件产品 2020 年、2021 年毛利率与金钟股份、福赛科技较为一致，2022 年毛利率增长幅度较大，高于金钟股份、福赛科技。根据金钟股份的年度报告披露显示受材料、薪酬、固定成本分摊、关税等成本增加影响，2022 年汽车车身装饰件产品销售收入和毛利率下降；根据福赛科技的审核回复意见披露显示 2022 年主营业务毛利率有所下降原因系新增项目收入规模及存量项目年降政策的影响所致。

报告期公司汽车声学产品平均毛利率为 **17.48%**，与拓普集团内饰功能件产品平均毛利率 **18.53%**较为接近。

公司汽车造型部件产品主要由格栅、饰条构成，生产工艺主要包括注塑和表面处理技术，公司在主要工艺领域中积累了较为丰富的技术优势和经验，其中：

(1) 注塑工艺方面，公司经过多年的注塑工艺研发和技术积累，已形成了较为

成熟的注塑工艺技术体系，掌握了高光注塑工艺、精密注塑工艺以及 IML 和 INS 等注塑工艺技术，可以满足客户不同的产品外观设计和功能要求。（2）表面处理工艺方面，公司具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，具有一定的综合成本优势。（3）公司较早从事烫印工艺，具有先发优势。公司自 2010 年开始烫印工艺的研发和产品制造，先后为主要客户开发了烫印格栅，积累了丰富的烫印产品开发经验，公司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一定技术优势。

由上述表格可知，可比公司金钟股份汽车车身装饰件占整体收入规模较低；福赛科技的装饰件为汽车主副仪表板和门板饰条等内饰类产品，公司主要产品为外饰造型部件。公司与可比公司产品结构、工艺存在差异，因此毛利率亦存在一定的差异。

（二）客户结构方面

公司是国内规模较大、产品品类较为齐全的汽车造型部件一级供应商，已经进入了国内多个汽车品牌的一级供应商配套体系，报告期内，公司主要客户为比亚迪、奇瑞汽车、长城汽车、江淮汽车、蔚来汽车等主机厂，并建立了稳定的配套合作关系。公司与可比公司在汽车零部件行业的主要客户对比情况如下：

公司名称	主要客户情况
金钟股份	国内外众多知名整车厂商及其二级供应商，并通过汽车零部件中间商 DAG 销售至进入了通用汽车、福特汽车、克莱斯勒等海外客户
拓普集团	国际国内智能电动车企和传统 OEM 车企等
福赛科技	马瑞利、新泉股份、延锋汽饰、大协西川等主机厂二级供应商以及长城汽车、比亚迪等主机厂
汇通控股	比亚迪、奇瑞汽车、长城汽车、江淮汽车、蔚来汽车等主机厂

注：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书和公司官网。

由上表可知，公司与可比公司的客户结构不同，所配套的整车品牌也有所不同。公司主要以配套国内知名自主品牌为主，其中 2022 年比亚迪新能源乘用车销量为 185.74 万台，位居国内第一，奇瑞集团 2022 年汽车销量为 123 万台，其中出口 45 万台，同比增长 67.70%，出口量位居自主品牌国内第一。拓普集团客户包含自主、合资及外资品牌主机厂，金钟股份客户包含自主、合资品牌主机厂

及中间商，福赛科技的客户主要为主机厂的一级供应商。在与不同客户合作过程中会因双方合作模式、产品开发、产品市场规模等方面而存在价格差异，不同客户和车型及相应配套产品毛利率存在差异，因此各公司之间的毛利率水平存在差异具有合理性。

（三）业务规模方面

报告期内，公司与可比公司可比产品的营业收入对比情况如下：

单位：万元

公司简称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	选取的可比产品
金钟股份	413.40	2,264.14	2,627.77	1,941.47	汽车车身装饰件
福赛科技	未披露	18,360.65	16,529.19	14,138.28	装饰件
拓普集团	314,414.25	546,251.54	357,831.72	222,406.26	内饰功能件
汇通控股	22,927.63	49,752.20	29,084.58	17,410.32	汽车造型部件
	5,174.30	8,435.71	8,777.20	7,398.34	汽车声学产品

注：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书或问询回复。

由上表可知，报告期内，公司与可比公司可比产品的业务规模存在一定差异。具体来看，公司汽车造型部件产品业务规模高于金钟股份、福赛科技，汽车声学产品收入规模低于拓普集团。业务规模对竞争格局、规模效应、与上下游议价能力等方面存在一定的影响。

综上所述，受产品结构、客户结构、业务规模等因素影响，公司与同行业可比上市公司的毛利率水平有所差异，具有合理性。

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 取得报告期生产人员数量统计表、生产工时统计表、生产人员薪酬明细表等资料，对直接人工与生产人员数量、生产工时、人均薪酬的关系进行统计分析。
2. 取得报告期制造费用明细表、固定资产卡片明细，对制造费用中折旧费用与生产设备增加情况的匹配性进行分析。
3. 取得发行人主要产品的生产成本计算明细表、原材料采购入库明细等资

料，对发行人不同产品的单位成本构成、变动原因以及与主要原材料价格变动之间的关系进行分析。

4. 获取报告期内收入成本明细表，计算主要产品各期毛利率，从产品结构、单位售价、单位成本、新老产品、客户等维度对毛利率进行定量分析。

5. 访谈相关部门负责人，了解报告期内产品结构、单位售价、单位成本、新老产品、客户等变动的的原因，分析毛利率的变动原因、毛利率较高的合理性及可持续性。

6. 获取报告期内主要客户销售合同、价格协议，查阅采购量未达约定的价格补偿机制相关条款约定；获取并复核 2020 年汽车声学产品价格补偿明细、合同协议、增值税发票、银行回单等资料；访谈相关部门负责人，了解并分析发行人与客户产品价格补偿机制、会计处理及 2020 年汽车声学产品价格补偿的原因。

7. 搜集同行业可比公司披露的招股说明书、年度报告等公开信息，了解同行业可比公司产品结构、客户结构、业务规模等信息，对比发行人与同行业可比公司的毛利率及分析差异原因。

8. 了解发行人成本核算方法，获取生产成本计算表、营业成本明细表等与成本费用的归集、分摊及营业成本结转相关资料，检查并复核成本核算的准确性，包括：直接人工和制造费用分摊、在产品 and 产成品分配的合理性等，判断相关会计处理是否符合会计准则，是否满足准确性、及时性及完整性的要求。对发行人报告期内主营业务成本实施分析程序，对比分析报告期内各类产品成本中直接材料、直接人工、制造费用占比的变动及合理性，检查营业成本结转的准确性，比较计入主营业务成本的品种、数量与主营业务收入的口径是否一致，是否符合配比原则。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 报告期内，发行人直接人工与生产人员数量、生产工时、人均薪酬具有匹配性；制造费用中折旧费用与生产设备增加具有匹配性；不同产品单位成本构成及变动具有合理性；汽车造型部件产品材料成本与注塑原料、烫印原料采购单价趋势一致，与电镀原料中磷铜球、镍角及钼水采购单价趋势存在一定差异；汽车

声学产品材料成本与主要原材料采购价格趋势**差异较小**；车轮总成分装产品材料成本与主要原材料采购价格趋势不一致具有合理性。

2. 报告期内，发行人主要产品汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装单位价格、单位成本以及毛利率变动及原因具有合理性。报告期内，发行人汽车造型部件销售以新产品为主，新产品初始定价较高，老产品价格存在一定幅度的年降，新产品毛利率较老产品高具有合理性。公司汽车造型部件的毛利率具有一定的可持续性，同时，随着公司规模进一步扩大，以及市场竞争的加剧和行业增速的放缓，公司目前汽车造型部件的高毛利率会适当下降。

3. 报告期内，公司与客户在合作过程中未提前约定采购量未达约定的价格补偿机制，2020 年汽车声学产品采购量未达约定的原因具有合理性，会计处理符合企业会计准则的规定。

4. 报告期内汽车造型部件中毛利率较高的产品为格栅、饰条，车轮总成分装毛利率较高的产品为高端乘用车车轮系列，毛利率较高具有合理性。

5. 报告期内，发行人与同行业可比公司在产品结构、客户结构、业务规模等方面存在差异，毛利率存在差异具有合理性。

6. 报告期内发行人生产成本按照直接材料成本、直接人工成本和制造费用等明细进行核算和归集，结转主营业务成本符合企业会计准则的相关要求，报告期内成本归集、分配、计算方法均保持一致性原则，发行人生产成本归集及结转主营业务成本完整、准确、及时。

问题 11. 关于期间费用

根据招股说明书：（1）报告期内，公司期间费用合计金额分别为 4,532.25 万元、3,732.51 万元、4,998.63 万元和 2,674.37 万元，占各期营业收入的比例分别为 17.01%、12.74%、11.98%和 10.48%；（2）公司运输及仓储费、包装费的合计金额占营业收入的比例呈上升趋势。

请发行人说明：（1）报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布，平均薪酬与同行业可比公司的差异情况；（2）发行人主要运输方式的金额、占比、平均单价；公司运输及仓储费、包装费合计金额占营业收入的比例上升的原因；（3）研发立项的驱动因素，自主研发项目与后续订单获取的关系；是否存在非专职研发人员或生产人员参与研发工作、研发与生产领料是否能有效区分，研发样品是否存在销售情况，如有请说明相关会计处理。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布，平均薪酬与同行业可比公司的差异情况

（一）报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布

1. 人员部门构成情况

报告期内，公司销售费用中的职工薪酬主要为营销中心人员薪酬；管理费用中的职工薪酬主要包括综合管理部、采购部、质量部、财务部等部门人员薪酬；研发费用中的职工薪酬主要为技术中心人员薪酬。

2. 人员人数、级别分布情况

报告期各期末，列入销售费用、管理费用、研发费用的人员人数、级别分布情况如下：

单位：人

费用项目	层级	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
销售费用	中高级人员	12	24.00%	15	33.33%	11	24.44%	11	27.50%
	普通级人员	38	76.00%	30	66.67%	34	75.56%	29	72.50%
	小计	50	100.00%	45	100.00%	45	100.00%	40	100.00%
管理费用	中高级人员	35	28.69%	29	27.10%	26	30.95%	25	33.33%
	普通级人员	87	71.31%	78	72.90%	58	69.05%	50	66.67%
	小计	122	100.00%	107	100.00%	84	100.00%	75	100.00%
研发费用	中高级人员	33	29.46%	32	32.65%	18	36.00%	19	40.43%
	普通级人员	79	70.54%	66	67.35%	32	64.00%	28	59.57%
	小计	112	100.00%	98	100.00%	50	100.00%	47	100.00%
合计	中高级人员	80	28.17%	76	30.40%	55	30.73%	55	33.95%
	普通级人员	204	71.83%	174	69.60%	124	69.27%	107	66.05%
	小计	284	100.00%	250	100.00%	179	100.00%	162	100.00%

注：中高级人员为部门主管、主任工程师及以上职员。

报告期内，随着公司规模扩大，公司销售、管理及研发人员数量整体呈上升趋势，人员级别分布相对稳定。

3. 人员入职时间分布

报告期各期末，列入销售费用、管理费用、研发费用的人员入职时间分布情况如下：

单位：人

费用项目	入职时间	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
销售费用	1年以内	18	36.00%	10	22.22%	14	31.11%	11	27.50%
	1-3年	10	20.00%	22	48.89%	16	35.56%	14	35.00%
	3年以上	22	44.00%	13	28.89%	15	33.33%	15	37.50%
	小计	50	100.00%	45	100.00%	45	100.00%	40	100.00%
管理费用	1年以内	39	31.97%	37	34.58%	28	33.33%	20	26.67%
	1-3年	36	29.51%	40	37.38%	27	32.14%	22	29.33%
	3年以上	47	38.52%	30	28.04%	29	34.52%	33	44.00%
	小计	122	100.00%	107	100.00%	84	100.00%	75	100.00%

研发费用	1年以内	49	43.75%	47	47.96%	12	24.00%	6	12.77%
	1-3年	28	25.00%	21	21.43%	16	32.00%	13	27.66%
	3年以上	35	31.25%	30	30.61%	22	44.00%	28	59.57%
	小计	112	100.00%	98	100.00%	50	100.00%	47	100.00%
合计	1年以内	106	37.32%	94	37.60%	54	30.17%	37	22.84%
	1-3年	74	26.06%	83	33.20%	59	32.96%	49	30.25%
	3年以上	104	36.62%	73	29.20%	66	36.87%	76	46.91%
	合计	284	100.00%	250	100.00%	179	100.00%	162	100.00%

报告期内，随着公司经营规模的扩大，入职时间3年以内的人员人数逐年增长，同时，入职时间3年以上人员人数稳中有升。

（二）平均薪酬与同行业可比公司的差异情况

1. 公司平均薪酬情况

报告期各期，公司销售、管理及研发人员的平均薪酬情况如下：

人员类别	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
销售人员	薪酬总额（万元）	267.51	541.17	357.86	305.40
	平均人数（人）	48	45	43	40
	平均薪酬（万元/人）	11.15	12.03	8.32	7.64
管理人员	薪酬总额（万元）	575.20	999.51	756.45	556.99
	平均人数（人）	115	96	80	69
	平均薪酬（万元/人）	10.00	10.41	9.46	8.07
研发人员	薪酬总额（万元）	674.64	1,002.12	590.15	478.79
	平均人数（人）	105	74	49	52
	平均薪酬（万元/人）	12.85	13.54	12.04	9.21

注：平均人数=（期初人数+期末人数）/2；2023年1-6月平均薪酬已年化处理。

2020年至2022年，随着经营规模的逐步扩大，销售、管理及研发人员薪酬总额和平均薪酬均呈逐年上升趋势。2023年1-6月，公司增加储备新员工以满足经营需要，新员工薪酬相对较低，导致员工平均薪酬小幅下降。

2. 平均薪酬与同行业可比公司比较情况

报告期各期，公司与同行业可比公司平均薪酬比较情况如下：

单位：万元/人/年

人员类别	公司名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
销售人员	金钟股份	未披露	17.61	11.02	8.31
	拓普集团	未披露	10.24	9.61	8.18

人员类别	公司名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
	福赛科技	未披露	22.92	20.13	13.41
	可比公司平均值	不适用	16.92	13.59	9.97
	汇通控股	11.15	12.03	8.32	7.64
管理人员	金钟股份	未披露	9.11	10.51	8.66
	拓普集团	未披露	10.15	8.98	9.46
	福赛科技	未披露	17.88	17.98	17.91
	可比公司平均值	不适用	12.38	12.49	12.01
	汇通控股	10.00	10.41	9.46	8.07
研发人员	金钟股份	未披露	10.74	11.30	7.64
	拓普集团	未披露	8.43	7.53	6.95
	福赛科技	未披露	16.93	16.24	15.34
	可比公司平均值	不适用	12.03	11.69	9.98
	汇通控股	12.85	13.54	12.04	9.21

注：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书或问询回复。其中，金钟股份、拓普集团平均人数=（期初各类人员数量+期末各类人员数量）/2；福赛科技平均人数=当期各月发薪人数的平均值四舍五入；2023年1-6月平均薪酬已年化处理。

报告期内，公司销售人员平均薪酬与拓普集团相近，低于金钟股份和福赛科技，主要原因为：（1）公司主要客户为国内自主品牌主机厂，驻厂客服人员占比较高，拉低销售人员平均薪酬；（2）同行业可比公司存在一定规模的境外业务，境外销售人员薪酬水平较高，因此其人员平均薪酬相对较高。

报告期内，公司管理人员平均薪酬与金钟股份、拓普集团较为接近，低于福赛科技，处于同行业可比公司中间水平。

报告期内，公司研发人员平均薪酬高于金钟股份、拓普集团，低于福赛科技，与同行业可比公司平均值较为接近。

二、发行人主要运输方式的金额、占比、平均单价；公司运输及仓储费、包装费合计金额占营业收入的比例上升的原因

（一）发行人主要运输方式的金额、占比、平均单价

报告期各期，公司不同运输方式费用情况如下：

单位：万元

运输方式	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货运物流	916.64	99.65%	2,019.29	99.39%	1,113.05	98.46%	615.25	98.46%
其他	3.22	0.35%	12.36	0.61%	17.41	1.54%	9.65	1.54%

合计	919.86	100.00%	2,031.65	100.00%	1,130.46	100.00%	624.90	100.00%
----	--------	---------	----------	---------	----------	---------	--------	---------

注：其他主要包括通过快递公司进行运输。

由上表可知，报告期各期，公司主要运输方式为货运物流，各期占比分别为98.46%、98.46%、99.39%和**99.65%**，占比较高，其他运输方式占比低。

报告期各期，公司货运物流运输方式下运输费用单价情况如下：

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
销售收入（万元）	28,101.92	58,187.91	37,861.79	24,808.66
销售数量（万件）①	996.47	1,736.52	1,106.49	727.72
运输费用（万元）②	916.64	2,019.29	1,113.05	615.25
单位运输费用（元/件）③= ②/①	0.92	1.16	1.01	0.85

注：由于公司的运输费用主要由销售汽车造型部件、汽车声学产品产生，上述销售收入、数量为公司汽车造型部件、汽车声学产品销售收入、数量。

由上表可知，报告期各期，公司单位运输费用分别为0.85元、1.01元、1.16元和**0.92元**，**2020年至2022年单位运输费用呈现上升趋势**，主要系运输至陕西省、广东省等距离较远地区的产品收入占比增加，运输至距离较近的安徽省内地区的产品收入占比下降，综合导致单位运输费用上升；**2023年1-6月单位运输费用下降**主要系公司向主要客户送货的生产基地随配套车型变化而变动，运输距离较远的陕西省的产品收入下降，运输距离较近的安徽省内地区的产品收入增加，综合导致单位运输费用下降。

报告期各期，公司货运物流运输方式下分地区的收入情况如下：

单位：万元

地区	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
陕西省	6,340.35	22.56%	23,961.51	41.18%	8,814.55	23.28%	1,155.07	4.66%
安徽省	11,593.71	41.26%	17,794.52	30.58%	18,991.08	50.16%	15,376.79	61.98%
广东省	2,821.46	10.04%	6,203.36	10.66%	1,154.69	3.05%	5.76	0.02%
河南省	2,411.99	8.58%	4,455.96	7.66%	3,493.53	9.23%	2,810.44	11.33%
湖南省	2,149.50	7.65%	2,296.51	3.95%	448.22	1.18%	0.91	0.00%
河北省	1,303.37	4.64%	1,682.55	2.89%	2,635.94	6.96%	2,837.48	11.44%
江苏省	565.84	2.01%	938.51	1.61%	787.86	2.08%	762.68	3.07%
内蒙古	466.68	1.66%	538.75	0.93%	702.04	1.85%	566.27	2.28%
天津市	8.92	0.03%	24.24	0.04%	509.02	1.34%	1,061.60	4.28%
其他省份	440.10	1.57%	291.98	0.50%	324.85	0.86%	231.66	0.93%
合计	28,101.92	100.00%	58,187.91	100.00%	37,861.79	100.00%	24,808.66	100.00%

由上表可知，2020年至2022年，随着公司对比亚迪销售收入的增长，公司运输至陕西省、广东省产品的营业收入呈现明显增长趋势，各期合计占汽车造型部件及汽车声学产品销售收入的比例分别为4.68%、26.33%和51.84%。由于公司生产基地位于安徽省，运输至陕西省、广东省相对于运输至安徽省、河南省、河北省等地区距离较远，单位运输费用有所上升。2023年1-6月单位运输费用下降，主要系公司向主要客户送货的生产基地随配套车型变化而变动，运输距离较远的陕西省的产品销售收入下降，运输距离较近的安徽省内地区的产品销售收入增加，综合导致单位运输费用下降。

（二）公司运输及仓储费、包装费合计金额占营业收入的比例上升的原因

报告期各期，公司运输费、仓储费及包装费占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
运输费	919.86	2.91%	2,031.65	3.23%	1,130.46	2.71%	624.90	2.13%
包装费	454.99	1.44%	1,171.08	1.86%	776.86	1.86%	320.79	1.09%
仓储费	187.78	0.59%	451.36	0.72%	358.79	0.86%	237.30	0.81%
合计	1,562.63	4.94%	3,654.08	5.82%	2,266.12	5.43%	1,182.99	4.04%

2020年至2022年，公司运输费占营业收入的比例呈现上升趋势，主要系公司运输至陕西省、广东省等距离较远地区的产品销量增加，单位运费上升，2023年1-6月，运输费占营业收入的比例降低，主要系公司运输至距离较远的陕西省的产品销量减少，运输至安徽省内的产品销量增加，单位运费下降，具体分析详见本题回复之“二、发行人主要运输方式的金额、占比、平均单价；公司运输及仓储费、包装费合计金额占营业收入的比例上升的原因”之“（一）发行人主要运输方式的金额、占比、平均单价”。

2020年至2022年，公司包装费逐年上升，与公司的业务规模增长情况相匹配。公司2021年、2022年包装费占营业收入比例较2020年增长较大，主要系2021年起公司运输至陕西省、广东省等距离较远地区的产品销量增加，为减少产品在长途运输中的磕碰划伤，在纸箱、保护袋等包装物的基础上，增加了内衬、隔板、气泡袋等包装物的使用，导致包装费占营业收入的比例增长较大。2023年

1-6月包装费占营业收入比例降低，主要系公司运输至距离较远的陕西省的产品销售收入下降，运输至距离较近的安徽省内地区的产品销售收入增加，短途运输时产品耗用的包装物相对较少。

报告期各期，公司仓储费占营业收入的比例相对稳定。

综上所述，2020年至2022年，公司运输及仓储费、包装费合计金额占营业收入的比例上升主要系运输至陕西省、广东省等距离较远地区的产品销量增加，导致运输费增加，同时，为减少产品在长途运输中磕碰划伤，包装物耗用量增加。2023年1-6月，公司运输及仓储费、包装费合计金额占营业收入的比例降低，主要系公司向主要客户送货的生产基地随配套车型变化而变动，运输至距离较远的陕西省的产品销量减少，运输至距离较近的安徽省内地区的产品销量增加，单位运输费用降低，同时，短途运输时产品耗用的包装物相对较少。

三、研发立项的驱动因素，自主研发项目与后续订单获取的关系；是否存在非专职研发人员或生产人员参与研发工作、研发与生产领料是否能有效区分，研发样品是否存在销售情况，如有请说明相关会计处理

（一）研发立项的驱动因素，自主研发项目与后续订单获取的关系

公司研发项目主要系根据市场需求情况以及客户对新产品技术指标需求而设立，由市场和产品需求共同驱动。

从自主研发项目内容来看，研发项目主要是根据市场的变化及客户的需求，通过对电镀、喷涂、烫印等表面处理工艺核心技术的不断创新、优化、改进，为客户提供最佳的外观造型实现方案；同时提高公司生产效率、提升产品性能、提升质量合格率、降低成本，能更好的适应更多客户的需求，提高与客户共同开发的粘性与满意度，增强自身的核心竞争力。研发项目成功后，可以拥有更有优势的成本、更好的产品性能和更有特点的设计方案，为不同的客户提供最佳的产品实施方案，在行业内形成竞争优势，为后续客户订单的获取打下基础。

（二）是否存在非专职研发人员或生产人员参与研发工作、研发与生产领料是否能有效区分

1. 是否存在非专职研发人员或生产人员参与研发工作

报告期内，公司对不同部门人员的职能分工有明确划分，不存在非专职研发人员或生产人员参与研发工作的情况。

2. 研发领料与生产领料能否有效区分

公司为加强研发及生产过程管理，规范各项成本费用核算，专门制定了《存货管理制度》《研发项目管理制度》等相关制度，对不同领料方式下的领料审批流程进行了明确规范，具体如下：

（1）研发领料

① 项目研发过程中产生领料需求时，研发人员根据项目需求和进度填写领料单申请领料，领料单所载内容包括物料编码、物料名称、规格型号、领用数量、领料部门和研发项目等信息，经项目负责人审批后，至仓库办理物料领出手续。② 仓库人员对领料单内容进行核实，无误后办理物料配发和出库，领料人员和仓库人员分别在领料单上签字确认，同时，仓库人员根据领料信息在公司 ERP 系统办理原材料系统出库。③ 月末，仓库人员将签字确认的领料单统一交由财务部门，财务部根据领料单内容，核对无误后，做相应的账务处理。

（2）生产领料

① 生产领料由车间根据生产计划和实际需求填写领料单申请领料，领料单上注明物料代码、物料名称、规格型号、领用数量和领料部门等信息，经车间班长审核确认后，生产领料人员凭借审批后的领料单至仓库领料。② 仓库人员对领料单内容进行核实，无误后办理物料配发和出库，领料人员和仓管人员分别在材料出库单上签字确认，同时仓库人员根据领料信息在公司 ERP 系统中办理原材料系统出库。③ 月末，仓库人员将签字确认的领料单统一交由财务部门，财务部根据领料单内容，核对无误后，做相应的账务处理。

综上所述，公司研发领料和生产领料的相关内控制度完善，领料均需经过严格的审批流程，领料过程中相关单据记录的领料部门及人员、审批流程等方面均存在明显差异，故研发领料与生产领料可明确区分。

（三）研发样品是否存在销售情况，如有请说明相关会计处理

报告期各期，公司研发样品存在少量销售情况，具体如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
样品销售	11.03	3.24	6.30	1.63
营业收入	31,591.07	62,831.93	41,719.73	29,296.18
占营业收入比例	0.03%	0.01%	0.02%	0.01%

由上表可知，报告期各期，公司样品销售金额较小，占营业收入的比例较低。公司样品用于销售时相关收入计入营业收入，同时结转营业成本。具体分析详见本问询函回复之“问题 4.1 关于会计政策”之“三、汽车零部件产品量产前公司进行工艺设计、模具开发、样品试制的会计核算方法，样品是否用于销售及相关会计处理”。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 获取发行人人力资源管理制度，访谈相关部门负责人，了解相关内控制度涉及和执行情况，执行内部控制测试程序，评价内控制度设计完善性、执行有效性。

2. 获取发行人花名册、工资表等明细，检查花名册人员与工资表人员是否匹配、工资表金额与账面计提金额是否一致。

3. 查阅了同行业可比公司年报、招股说明书等公开资料，对比分析发行人销售、管理及研发人员平均薪酬与同行业可比公司平均薪酬差异情况。

4. 访谈发行人业务人员，了解报告期主要运输方式；获取发行人报告期各期运输费用台账、运费明细表和销售收入明细表，查阅主要运输服务合同、运输费用结算表等，结合销售区域分析运输费与销售收入的匹配性，分析运输费用单价变动的原因及合理性。

5. 获取报告期各期包装物领用明细，了解包装费主要构成及变动情况，结合运输费、仓储费明细，分析运输费、仓储费及包装费的合计金额占营业收入的比例上升的原因。

6. 获取报告期内发行人研发立项资料，访谈研发业务相关负责人，了解研发立项的驱动因素，自主研发项目与后续订单获取的关系。

7. 获取报告期内发行人员工花名册、工资明细表、生产和研发领料明细表、样品销售明细表、相关控制制度文件等，访谈相关业务部门负责人，了解相关内部控制执行情况、非专职研发人员或生产人员参与研发工作情况、研发与生产领料是否有效区分情况、样品销售情况及会计处理，评价内控制度设计完善性、执行有效性以及会计处理的合规性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人已准确披露销售、管理及研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布、人均薪酬等信息；发行人销售、管理及研发人员平均薪酬与同行业可比公司的差异具有合理性。

2. **2020年至2022年**，发行人主要运输方式为货运物流运输，运输费用单价上升符合实际情况，具有合理原因；发行人运输及仓储费、包装费的合计金额占营业收入的比例上升，主要系发行人运输至陕西省、广东省等距离较远地区的产品销量增加，导致运输费增加，同时，为减少产品在长途运输中磕碰划伤，包装物耗用量增加。**2023年1-6月**，**公司运输及仓储费、包装费合计金额占营业收入的比例降低**，主要系公司向主要客户送货的生产基地随配套车型变化而变动，运输至距离较远的陕西省的产品销量减少，运输至距离较近的安徽省内地区的产品销量增加，单位运输费用降低，同时，短途运输时产品耗用的包装物相对较少。

3. 报告期内，发行人研发立项的驱动因素主要市场和产品需求共同驱动，自主研发项目系为了后续客户订单的获取。发行人不存在非专职研发人员或生产人员参与研发工作的情况。发行人研发与生产领料能够有效区分。报告期内，发行人存在少量研发样品销售情况，占营业收入比例较低，会计处理准确。

问题 12. 关于应收账款

根据招股说明书：（1）报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 14,507.13 万元、19,803.80 万元和 24,094.31 万元；（2）报告期内，湖北大冶汉龙汽车有限公司、江苏金坛汽车工业有限公司等客户经营困难，公司预计相关款项难以收回，对该等客户的应收账款单项全额计提了坏账准备；（3）一年以内应收账款坏账准备计提比例低于同行业可比公司；（4）报告期各期末，公司应收款项融资分别为 5,733.50 万元、8,962.59 万元和 3,561.78 万元。

请发行人说明：（1）对主要客户的信用政策，应收账款金额与信用政策是否匹配，信用政策是否严格执行及应收账款的逾期情况，是否存在通过放宽信用政策增加业务收入的情形，应收账款期后回款情况；（2）公司与湖北大冶汉龙汽车有限公司、江苏金坛汽车工业有限公司的合作历史与交易情况；（3）一年以内应收账款坏账计提比例低于同行业可比公司的合理性，坏账准备计提是否充分；（4）报告期内使用票据回款的主要客户情况，2022 年减少使用该方式的原因；应收票据质押、背书或贴现对报告期现金流的影响，票据贴现利息与票据贴现金额的匹配性，终止确认是否符合企业会计准则的规定。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、对主要客户的信用政策，应收账款金额与信用政策是否匹配，信用政策是否严格执行及应收账款的逾期情况，是否存在通过放宽信用政策增加业务收入的情形，应收账款期后回款情况

（一）对主要客户的信用政策，应收账款金额与信用政策是否匹配，信用政策是否严格执行及应收账款的逾期情况，是否存在通过放宽信用政策增加业务收入的情形

1. 主要客户的信用政策

报告期内，公司各期前五大客户的信用政策情况如下：

序号	客户名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
1	比亚迪	开具发票后一个月支付	开具发票后一个月支付	开具发票后两个月支付	开具发票后两个月支付
2	奇瑞汽车	奇瑞捷豹路虎	奇瑞捷豹路虎	奇瑞捷豹路虎	奇瑞捷豹路虎

		汽车有限公司：开具发票后两个月支付 其他公司：用量挂网后三个月支付	汽车有限公司：开具发票后两个月支付 其他公司：用量挂网后三个月支付	汽车有限公司：开具发票后两个月支付 其他公司：用量挂网后三个月支付	汽车有限公司：开具发票后两个月支付 其他公司：用量挂网后三个月支付
3	江淮汽车	开具发票后两个月支付	开具发票后两个月支付	开具发票后两个月支付	开具发票后两个月支付
4	振宜汽车	用量挂网后三个月支付	用量挂网后三个月支付	用量挂网后三个月支付	用量挂网后三个月支付
5	长城汽车	开具发票后三个月支付	开具发票后三个月支付	开具发票后三个月支付	开具发票后三个月支付
6	常春内饰	未发生交易	未发生交易	开具发票后三个月支付	开具发票后三个月支付

注：用量挂网指主机厂的供应商系统中发布的零部件耗用量。

报告期内，公司除对比亚迪的信用政策由开票后两个月支付更改为开票后一个月支付外，其他主要客户信用政策未发生变化。

2. 应收账款金额与信用政策是否匹配，信用政策是否严格执行及应收账款的逾期情况，是否存在通过放宽信用政策增加业务收入的情形

报告期各期末，公司应收账款的逾期情况如下：

单位：万元

项目	应收账款余额	逾期金额	逾期比例	已单项计提坏账应收账款	扣除单项计提后的逾期金额	扣除单项计提坏账后逾期比例
2023.06.30	30,554.62	737.38	2.41%	356.18	381.20	1.25%
2022.12.31	25,202.90	656.18	2.60%	356.18	300.01	1.19%
2021.12.31	20,756.16	723.09	3.48%	332.64	390.45	1.88%
2020.12.31	15,127.83	891.40	5.89%	164.07	727.33	4.81%

由上表可知，报告期各期末，公司扣除单项计提坏账后逾期应收账款分别为727.33万元、390.45万元、300.01万元和**381.20万元**，占各期末应收账款余额的比例分别为4.81%、1.88%、1.19%和**1.25%**，占比较小。报告期内，公司加强应收账款管理，逾期应收账款金额及比例**整体**呈下降趋势。

综上所述，报告期内，公司主要客户存在30天到90天的信用期，除对比亚迪的信用政策由开票后两个月付款更改为开票后一个月付款外，主要客户信用政策未发生明显变化。报告期各期末，公司扣除单项计提坏账后逾期应收账款分别为727.33万元、390.45万元、300.01万元和**381.20万元**，占各期末应收账款余额的比例分别为4.81%、1.88%、1.19%和**1.25%**，占比较小，应收账款余额与信

用政策基本匹配，信用政策得到严格执行，不存在通过放宽信用政策增加业务收入的情况。

（二）应收账款期后回款情况

报告期各期末，应收账款余额的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应收账款余额	30,554.62	25,202.90	20,756.16	15,127.83
期后回款金额	18,753.22	24,754.55	20,380.07	14,772.89
回款比例	61.38%	98.22%	98.19%	97.65%

注：期后回款金额统计至2023年8月末。

截至2023年8月末，报告期各期末的应收账款余额回款比例分别为97.65%、98.19%、98.22%和61.38%，回款比例较高。

二、公司与湖北大冶汉龙汽车有限公司、江苏金坛汽车工业有限公司的合作历史与交易情况

（一）湖北大冶汉龙汽车有限公司

湖北大冶汉龙汽车有限公司（以下简称“大冶汉龙”）成立于2016年，注册地址为湖北省大冶市，注册资本为10.00亿元，主营业务为“研制开发、生产、销售、维修汽车及发动机和零部件”。2018年9月，公司与大冶汉龙签订《配套零部件开发协议》，约定公司为其A16车型车身外饰件和L10车型的格栅、地毯、车身外饰件、牌照灯饰板进行产品开发。2019年10月，公司与大冶汉龙签订《供货合同》并正式供货。由于汽车销售情况不佳，自2020年9月大冶汉龙未再向公司下达采购订单。报告期内，公司向大冶汉龙销售产品收入情况如下：

单位：万元

产品名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
模具	-	-	-	621.24
汽车造型部件	-	-	-	77.34
汽车声学产品	-	-	-	28.15
合计	-	-	-	726.73

（二）江苏金坛汽车工业有限公司

江苏金坛汽车工业有限公司（以下简称“金坛汽车”）为众泰汽车江苏金坛生产基地，成立于2014年，注册地址为江苏省常州市，注册资本为7.90亿元，

主营业务为“汽车研发、销售；汽车零部件的研发、生产、销售”。2016年9月，公司与金坛汽车签订《零部件技术协议书》，约定公司为其JT12车型格栅进行产品开发并供货。2017年，公司与金坛汽车签订了《配套零部件开发协议》，约定公司为其B17车型、B17B车型的部分车身装饰条、隔音垫产品进行产品开发并供货。由于车型销量不佳，自2019年12月金坛汽车未再向公司下达采购订单。报告期内，公司与金坛汽车未发生产品购销交易。

三、一年以内应收账款坏账计提比例低于同行业可比公司的合理性，坏账准备计提是否充分

（一）公司坏账准备确定的依据

公司于2019年1月1日执行新金融工具准则，根据新金融工具准则的相关规定，对于划分为组合的应收账款，采用简化模型计提坏账准备，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，按照整个存续期预期信用损失的金额计量应收账款损失准备。公司预期信用损失率具体计算过程如下。

2019年末至2022年末，公司应收账款账面余额情况如下：

单位：万元

账龄	2019.12.31	2020.12.31	2021.12.31	2022.12.31
1年以内	12,837.86	14,942.36	20,382.74	24,820.51
1-2年	9.95	3.70	34.96	20.39
2-3年	10.82	6.22	-	-
3-4年	0.18	10.65	0.30	-
4-5年	-	0.18	4.68	0.30
5年以上	0.66	0.66	0.83	5.52
合计	12,859.47	14,963.76	20,423.51	24,846.72

注：上表中应收账款余额不包含单项计提的应收账款。

由上表数据，计算三年平均迁徙率如下：

账龄	2019年至2020年迁徙率	2020年至2021年迁徙率	2021年至2022年迁徙率	三期平均迁徙率	备注
1年以内	0.03%	0.23%	0.10%	0.12%	A
1-2年	62.51%	0.00%	0.00%	20.84%	B
2-3年	98.43%	4.82%	0.00%	34.42%	C
3-4年	100.00%	43.94%	100.00%	81.31%	D
4-5年	0.00%	100.00%	100.00%	66.67%	E

5年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	F
------	---------	---------	---------	---------	---

结合上表平均迁徙率，计算历史违约损失率如下：

账龄	历史损失率	历史损失率计算过程	公司预期损失率
1年以内	0.0047%	$A*B*C*D*E*F$	3.00%
1-2年	3.89%	$B*C*D*E*F$	10.00%
2-3年	18.66%	$C*D*E*F$	30.00%
3-4年	54.21%	$D*E*F$	50.00%
4-5年	66.67%	$E*F$	80.00%
5年以上	100.00%	F	100.00%

公司基于当前可观察以及考虑前瞻性因素对上述步骤计算得到历史信用损失率做出调整，以反映并未影响历史数据所属期间的当前状况及未来状况预测的影响，并且剔除与未来合同现金流量不相关的历史期间状况的影响。

出于谨慎性的考虑，公司将历史损失率进行了一定程度的上调。由上表可知，公司1年以内预期信用损失率显著高于历史损失率。

（二）与同行业可比公司的对比情况

报告期内，同行业可比公司1年以内的应收账款坏账计提比例如下：

公司名称	1年以内的应收账款坏账计提比例
金钟股份	5.00%
拓普集团	5.00%
福赛科技	5.00%
汇通控股	3.00%

注：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书。

由上表可知，公司1年以内应收账款坏账计提比例低于同行业可比公司，主要原因系公司的客户主要为主机厂，客户资信较高，应收账款回收保障性强。报告期各期末，公司账龄1年以内的应收账款余额占比分别为99.86%、99.80%、99.89%和**99.93%**，占比较高，**2020年至2022年**，账龄1年以内的应收账款历史违约损失率仅为0.0047%，综合考虑预期损失模型的计算结果及公司客户性质，公司将1年以内应收账款的坏账比例确定为3%。

2020-2023年1-6月，假设公司1年以内应收账款按照同行业可比公司5%的计提比例计算，信用减值损失金额将分别增加38.72万元、108.94万元、89.19万元、**106.96万元**，占当期利润总额比例分别为0.75%、1.63%、0.50%、**1.25%**，金额和占比均较小。

综上所述，公司 1 年以内应收账款坏账计提比例主要系根据历史损失率及客户情况综合确定，与同行业可比公司存在差异具有合理原因。报告期各期末，公司 1 年以内应收账款占比较高，应收账款期后回款情况良好，假设公司 1 年以内应收账款按照同行业可比公司 5%的计提比例计算，对公司影响较小，公司坏账计提充分。

四、报告期内使用票据回款的主要客户情况，2022 年减少使用该方式的原因；应收票据质押、背书或贴现对报告期现金流的影响，票据贴现利息与票据贴现金额的匹配性，终止确认是否符合企业会计准则的规定

(一) 报告期内使用票据回款的主要客户情况，2022 年减少使用该方式的原因

报告期内，公司的客户主要为主机厂，不同主机厂偏好的结算方式有所不同。报告期各期，公司使用票据回款的主要客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	回款金额	占比	回款金额	占比	回款金额	占比	回款金额	占比
奇瑞汽车	3,824.45	49.23%	10,348.32	50.36%	12,024.50	48.58%	6,430.00	37.68%
江淮汽车	2,365.00	30.44%	5,920.00	28.81%	3,440.00	13.90%	4,635.00	27.16%
长城汽车	528.04	6.80%	3,111.04	15.14%	4,114.68	16.63%	4,347.53	25.47%
振宜汽车	1,051.32	13.53%	1,167.50	5.68%	-	-	-	-
常春内饰	-	-	-	-	1,597.07	6.45%	781.31	4.58%
比亚迪	-	-	-	-	3,573.26	14.44%	873.18	5.12%
合计	7,768.81	100.00%	20,546.86	100.00%	24,749.51	100.00%	17,067.02	100.00%

由上表可知，2022 年票据回款减少，主要原因是由于客户比亚迪、常春内饰票据结算金额减少所致。2022 年比亚迪结算方式主要采用迪链，导致票据回款减少；常春内饰 2022 年未使用票据结算主要原因为公司与该客户自 2021 年未再发生交易，前期货款已于 2021 年结清所致。

迪链金融信息平台是比亚迪及其成员企业指定的金融信息服务平台，迪链是付款人根据平台业务办理规则成功签发的、显示基础合同项下付款人与基础合同交易对方之间债权债务关系的电子记录凭证。随着公司向比亚迪销售额的持续增加，2021 年下半年，为与比亚迪实现高效便捷的销售结算，公司成为迪链金融信息平台的成员企业，公司与比亚迪结算方式由银行承兑汇票改为迪链。

报告期内，公司迪链结算情况如下：

单位：万元

类型	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
收到	18,646.72	37,261.60	828.88	-
到期收款	5,224.74	28,320.58	828.88	-
转让	10,743.26	1,348.66	-	-
结存	10,271.10	7,592.37	-	-

由上表可知，公司自 2021 年开始与比亚迪采用迪链方式结算，报告期内，公司对持有迪链的业务管理模式主要为持有到期收款。2021-2022 年为比亚迪对迪链支付的推广期，公司收到的迪链兑付期限主要为 1 个月，自 2022 年末，比亚迪支付的迪链兑付期延长到 6 个月，考虑到日常经营支付货款的需求，公司将部分迪链背书转让给上游供应商，部分持有至到期。迪链的期限和银行承兑汇票的期限接近，且可以背书转让，可以贴现融资，到期后均按时兑付，对公司经营不存在不利影响。

根据 2021 年 12 月财政部下发的《关于严格执行企业会计准则、切实做好企业 2021 年年报工作的通知》（财会〔2021〕32 号）第 10 条规定：“企业因销售商品、提供服务等取得的、不属于《中华人民共和国票据法》规范票据的“云信”、“融信”等数字化应收账款债权凭证，不应当在“应收票据”项目中列示。企业管理“云信”、“融信”等的业务模式以收取合同现金流量为目标的，应当在“应收账款”项目中列示；既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标的，应当在“应收款项融资”项目中列示。”报告期内，公司对持有迪链的业务管理模式主要为持有到期收款，即“以收取合同现金流量为目标的”。报告期内，公司于“应收账款”科目核算迪链，并于资产负债表日，对结存迪链按照应收账款账龄连续计算的原则计提信用减值损失。

迪链在比亚迪上游供应链内获得各级供应商的广泛认可，在迪链凭证期限内，除了可以选择持有到期获得现金支付外，亦可以通过迪链金融信息平台转让至二级供应商，或通过平台合作的银行进行保理融资。迪链结算方式与银行承兑汇票无较大区别，对公司资金流转影响较小，同时实现了与客户高效便捷的销售结算，对公司财务和经营状况的影响较小。

(二) 应收票据质押、背书或贴现对报告期现金流的影响，票据贴现利息与票据贴现金额的匹配性，终止确认是否符合企业会计准则的规定

1. 应收票据质押、背书或贴现对报告期现金流的影响

报告期内，公司应收票据质押、背书不影响现金流量。票据质押时，公司仅登记票据为质押状态，未产生现金流量；票据背书时，公司将应收票据冲减对供应商的应付账款或增加对供应商的预付款项，未产生现金流量。

公司对贴现的票据，将贴现取得的现金作为经营活动现金流入，计入销售商品、提供劳务收到的现金。

2. 票据贴现利息与票据贴现金额的匹配性

报告期内，票据贴现利息与票据贴现金额如下：

单位：万元、天

期间	票面金额	贴现金额	贴现利息	平均贴现天数	平均年化利率	市场贴现率
2023年1-6月	777.55	773.21	4.34	85.83	2.36%	—
2022年度	-	-	-	-	-	-
2021年度	3,662.41	3,632.96	29.46	103.38	2.82%	2.51%
2020年度	1,864.38	1,857.91	6.47	53.29	2.35%	2.63%

注 1：平均贴现天数根据各笔票据到期日与贴现日的间隔天数的算术平均数计算得到，平均年化利率=票据贴现利息÷平均贴现天数÷票据贴现金额 x360；

注 2：市场贴现率为国股银票转贴现率算数平均数，数据来源于同花顺，2023 年 1-6 月国股银票转贴现率信息未发布。

报告期内，公司票据贴现利息主要受票据贴现规模、贴现天数和市场利率水平的影响。2020 年票据贴现利息较少主要系票据贴现金额较少及贴现天数较短所致。

报告期内，公司票据贴现利率系参照票据贴现时市场贴现利率，并由双方协商确定，与市场贴现利率不存在明显差异。

综上所述，报告期内，公司票据贴现利息与票据金额相匹配。

3. 已背书或贴现票据终止确认是否符合企业会计准则的规定

(1) 企业会计准则相关规定

公司自 2019 年 1 月 1 日开始执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（2017 年 3 月修订）》、以及《企业会计准则第 23 号——金融资产转移

（2017年3月修订）》。

根据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（2017年3月修订）》第十一条规定，金融资产满足下列条件之一的，应当终止确认：

① 收取该金融资产现金流量的合同权利终止。

② 该金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第23号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

《企业会计准则第23号——金融资产转移（2017年3月修订）》规定，金融资产转移，是指企业（转出方）将金融资产（或其现金流量）让与或交付给该金融资产发行方之外的另一方（转入方）；其中，第五条规定，金融资产满足下列条件之一的，应当终止确认：

① 收取该金融资产现金流量的合同权利终止。

② 该金融资产已转移，且该转移满足本准则关于终止确认的规定。

第七条规定，企业在发生金融资产转移时，应当评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：

① 企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

② 企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当继续确认该金融资产。

③ 企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当根据其是否保留了对金融资产的控制，分别下列情形处理：企业未保留对该金融资产控制的，应当终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；企业保留了对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认相关负债。

报告期内，公司对外背书银行承兑票据，将持有的银行承兑票据背书至收款方，将银行票据的收取合同现金权利进行转移，公司具备向前追索的权利。公司通过票据贴现获取现金流的方式均在商业银行进行，银行扣除一定期间的贴现利息后支付剩余应收款项。

报告期内，公司对外背书、贴现银行承兑汇票，均不存在实际到期未承兑的情形。同时，我国商业环境稳定，到期不能兑付导致公司被追索的可能性极低，已背书、贴现的银行承兑汇票已转移了所有权上几乎所有的风险和报酬，满足金融资产终止确认条件。因此，公司在应收票据背书或贴现时终止确认符合企业会计准则的规定。

(2) 同行业可比公司对已背书或贴现的票据处理如下：

公司名称	终止确认情况
金钟股份	全部终止确认
拓普集团	全部终止确认
福赛科技	承兑行信用等级较高的，终止确认；承兑行信用等级一般的，未终止确认
汇通控股	全部终止确认

公司对已背书或贴现票据终止确认的会计处理与同行业可比公司不存在明显差异。

综上所述，公司应收票据在背书或贴现时，由于所有权上几乎所有的风险和报酬已经转移，且到期不兑付的可能性极低，故在背书或贴现时终止确认，符合会计准则规定，且与同行业不存在明显差异。

五、中介机构核查意见

(一) 核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 访谈发行人销售人员，查阅发行人与主要客户签订的销售合同，获取应收账款明细账，了解并检查主要客户的信用政策以及报告期内的变化情况。

2. 获取发行人报告期各期末应收账款逾期情况统计表，结合客户信用政策，分析应收账款余额与信用政策是否匹配、信用政策是否严格执行及应收账款逾期情况，是否存在通过放宽信用政策增加业务收入的情形。

3. 获取报告期各期及期后应收账款明细账，复核应收账款期后回款情况。

4. 对发行人报告期各期主要客户的应收账款余额执行函证程序，确认应收账款的真实性和准确性。

5. 访谈发行人销售人员，查阅发行人与湖北大冶汉龙汽车有限公司、江苏金

坛汽车工业有限公司签订的销售合同，获取报告期各期销售明细表，了解并复核发行人与其的合作历史和交易情况。

6. 访谈发行人财务负责人，了解发行人1年以内应收账款计提比例低于同行业可比公司的原因；获取发行人应收账款明细表，复核坏账计提政策、历史损失率、平均迁徙率、预期信用损失率等关键指标计算过程，查询同行业可比公司坏账计提政策和计提比例，分析发行人应收账款坏账计提的充分性。

7. 获取报告期各期发行人应收票据、**迪链**备查簿，复核备查簿记录与账面记录是否一致，**判断票据、迪链会计核算的合理性**，检查**应收票据、迪链**的回款情况，分析票据回款减少的原因。

8. 获取发行人票据质押、背书及贴现明细表，分析票据质押、背书及贴现对现金流的影响，分析票据贴现利息与票据贴现金额的匹配性。

9. 查询同行业可比公司票据背书或贴现的会计处理，对比分析发行人票据背书或贴现终止确认是否符合企业会计准则相关规定。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人除对比亚迪的信用政策由开票后两个月付款更改为开票后一个月付款外，主要客户信用政策未发生明显变化。报告期各期末，发行人扣除单项计提坏账后逾期应收账款分别为727.33万元、390.45万元、300.01万元**和381.20万元**，占各期末应收账款余额的比例分别为4.81%、1.88%、1.19%**和1.25%**，占比较小，应收账款余额与信用政策基本匹配，信用政策得到严格执行，不存在通过放宽信用政策增加业务收入的情况；发行人应收账款期后回款情况良好。

2. 发行人与湖北大冶汉龙汽车有限公司、江苏金坛汽车工业有限公司的合作历史与交易情况真实、准确。

3. 发行人1年以内应收账款坏账计提比例低于同行业可比公司的原因具有合理性，坏账准备计提充分。

4. 发行人2022年使用票据回款的原因具有合理性；发行人票据质押及背书对现金流无影响，票据贴现使得经营活动现金流增加，票据贴现利息与票据贴现

金额具有匹配性；发行人票据背书或贴现终止确认符合企业会计准则相关规定。

问题 13. 关于存货

根据招股说明书:报告期各期末,公司存货账面价值分别为 3,057.50 万元、3,897.00 万元和 4,912.35 万元,存货跌价准备余额分别为 35.21 万元、60.45 万元和 104.17 万元。

请发行人说明:(1)报告期内存货各项目余额与待执行订单进度安排一致,期后领用或结转情况;(2)报告期各期单位销售成本与期末存货单位成本是否存在较大差异,分析说明差异原因;(3)存货跌价准备的测试过程、计提情况及依据,结合各类存货的库龄等影响因素,说明存货跌价准备计提是否充分;(4)公司的存货盘点制度、报告期内的存货尤其是发出商品的盘点情况,包括但不限于存货的盘点范围、盘点方法、盘点结果等。

请保荐机构、申报会计师对上述情况进行核查,说明并说明存货的监盘范围、监盘比例及监盘结果,并发表明确意见。

回复:

一、报告期内存货各项目余额与待执行订单进度安排一致,期后领用或结转情况

(一) 报告期内存货各项目余额与待执行订单进度安排一致

公司主要客户均于当月末下发次月采购订单,因此待执行订单均统计次年 1 月份订单。公司存货各项目余额中,原材料、委托加工物资、周转材料的余额与待执行订单关联度较低,半成品、库存商品、发出商品及模具与待执行订单具有较强关联度。报告期各期末,公司半成品、库存商品、发出商品及模具账面余额与待执行订单匹配情况如下:

单位:万元

项目	存货类别	期末账面余额	待执行订单金额	覆盖率
2023.6.30	半成品	986.43	2,462.92	78.36%
	库存商品	669.17		
	发出商品	1,394.20		
	在产品	93.29		
	模具	259.73	259.73	100.00%
	合计	3,402.82	2,722.65	80.01%
2022.12.31	半成品	1,057.99	2,097.19	64.88%

	库存商品	760.37		
	发出商品	1,338.05		
	在产品	75.91		
	模具	272.57	272.57	100.00%
	合计	3,504.90	2,369.76	67.61%
2021.12.31	半成品	812.87	2,108.51	79.71%
	库存商品	611.34		
	发出商品	1,191.80		
	在产品	29.25		
	模具	15.97	15.97	100.00%
	合计	2,661.23	2,124.48	79.83%
2020.12.31	半成品	675.19	1,438.29	74.36%
	库存商品	346.07		
	发出商品	891.72		
	在产品	21.31		
	模具	43.49	43.49	100.00%
	合计	1,977.79	1,481.78	74.92%

注：待执行订单金额按照待执行订单对应的存货成本金额计算得出。

由上表可知，报告期各期末，公司存货中模具的待执行订单覆盖率均为100.00%，系公司模具产品均为定制化生产，均存在待执行合同订单；半成品、库存商品及发出商品的待执行订单覆盖率分别为74.36%、79.71%、64.88%和78.36%，主要系公司为保证产品供货的及时性，基于生产经济性考虑，采用“以销定产、合理库存”的生产模式。在合理库存方面，公司结合产品的日产能、客户的临时需求、运输风险等因素提前进行生产备货，保持一定的安全库存量，确保供货的连续性以应对客户的突发需求。

公司2020年、2021年和2023年6月末订单覆盖率较为接近，2022年有所下降，主要是由于2023年1月春节假期期间，客户生产线停产安排的影响，订单覆盖率略低于2020年、2021年和2023年6月末。

报告期各期末，公司存货订单覆盖率保持较高水平，存货周转速度较快，主要存货项目余额与待执行订单进度安排保持一致。

（二）报告期内存货各项目期后领用或结转情况

报告期各期末，公司存货各项目期后领用或结转情况如下：

单位：万元

期间	项目	账面余额	期后领用或结转金额	期后结转率
2023. 6. 30	原材料	956.55	550.36	57.54%
	半成品	986.43	718.87	72.88%
	库存商品	669.17	1,419.93	68.82%
	发出商品	1,394.20		
	在产品	93.29	93.29	100.00%
	委托加工物资	165.13	165.13	100.00%
	周转材料	185.22	185.22	100.00%
	模具	259.73	4.42	1.70%
	合计	4,709.72	3,137.22	66.61%
2022.12.31	原材料	977.32	848.34	86.80%
	半成品	1,057.99	957.01	90.46%
	库存商品	760.37	1,883.22	89.74%
	发出商品	1,338.05		
	在产品	75.91	75.91	100.00%
	委托加工物资	187.38	187.38	100.00%
	周转材料	346.93	346.93	100.00%
	模具	272.57	55.67	20.42%
	合计	5,016.52	4,354.47	86.80%
2021.12.31	原材料	768.82	709.92	92.34%
	半成品	812.87	768.73	94.57%
	库存商品	611.34	1,710.74	94.88%
	发出商品	1,191.80		
	在产品	29.25	29.25	100.00%
	委托加工物资	274.85	274.85	100.00%
	周转材料	252.55	252.55	100.00%
	模具	15.97	15.97	100.00%
	合计	3,957.45	3,762.00	95.06%
2020.12.31	原材料	670.73	619.49	92.36%
	半成品	675.19	640.61	94.88%
	库存商品	346.07	1,148.63	92.80%
	发出商品	891.72		
	在产品	21.31	21.31	100.00%
	委托加工物资	237.04	237.04	100.00%
	周转材料	207.15	207.15	100.00%
	模具	43.49	43.49	100.00%
	合计	3,092.70	2,917.71	94.34%

注：2020年末、2021年末期后领用或结转金额为期后一个经营年度的情况，2022年末期后结转情况为2023年1-8月结转情况，2023年6月末期后结转情况为2023年7-8月结转情况。

报告期各期末，公司存货期后领用或结转比率分别为 94.34%、95.06%、**86.80%**和 **66.61%**，总体维持较高周转水平。

二、报告期各期单位销售成本与期末存货单位成本是否存在较大差异，分析说明差异原因

公司不同类型产品的单位成本受产品结构、材料材质、生产工艺等因素影响。报告期各期，公司汽车造型部件、汽车声学产品、车轮总成分装销售收入合计占主营业务收入的比例分别为 91.22%、96.63%、96.95%和 **93.96%**，为主营业务收入的主要组成部分，车轮总成分装产品各期末存货余额分别为 17.65 万元、31.95 万元、54.16 万元和 **34.87 万元**，余额较小。以下分析汽车造型部件、汽车声学产品。

报告期各期，公司汽车造型部件、汽车声学产品单位销售成本与期末存货单位成本差异情况如下：

单位：元/件

产品大类	项目	2023年1-6月 /2023.6.30	2022年度 /2022.12.31	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31
汽车造型部件	单位销售成本	13.20	16.24	19.63	19.78
	期末存货单位成本	7.62	9.45	11.02	13.06
	差异率	-42.27%	-41.81%	-43.86%	-33.97%
汽车声学产品	单位销售成本	36.41	35.00	36.96	40.88
	期末存货单位成本	19.85	24.94	28.17	31.46
	差异率	-45.48%	-28.74%	-23.78%	-23.04%

注 1：上表中单位销售成本不含运输费、包装费等合同履行成本的影响；

注 2：差异率=（期末存货单位成本-单位销售成本）/单位销售成本。

由上表可知，报告期各期，公司汽车造型部件、汽车声学产品单位结存成本与单位销售成本存在一定差异，主要是由于公司产品种类较多，单位成本区间较为分散，当期销售和期末结存的产品结构对平均单位成本存在较大影响。具体分析如下：

1. 汽车造型部件

报告期各期，汽车造型部件产品按单位成本 15 元/件为标准划分高、低单价，分布情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月 /2023. 6. 30		2022年度 /2022.12.31		2021年度 /2021.12.31		2020年度 /2020.12.31	
	高单价	低单价	高单价	低单价	高单价	低单价	高单价	低单价
销售成本金额	8,749.72	2,907.54	20,557.42	4,468.93	13,909.59	2,600.54	8,227.71	2,622.48
期末结存金额	759.29	653.98	1,047.25	528.55	881.96	408.01	545.69	372.88
销售成本占比①	75.06%	24.94%	82.14%	17.86%	84.25%	15.75%	75.83%	24.17%
期末结存占比②	53.73%	46.27%	66.46%	33.54%	68.37%	31.63%	59.41%	40.59%
占比差异③=①-②	21.33%	-21.33%	15.68%	-15.68%	15.88%	-15.88%	16.42%	-16.42%

注 1：单位成本高于 15 元（含）的为高单价，低于 15 元的为低单价；

注 2：销售成本不包含运输及仓储费、包装费等合同履行成本；

注 3：销售成本、期末结存为同时存在销售和结存的存货成本汇总金额。

由上表可知，报告期各期，汽车造型部件期末结存的存货高单价金额占比均小于当期销售的存货，低单价金额占比均高于当期销售的存货，导致期末结存单位成本小于当期单位销售成本。

2. 汽车声学产品

报告期各期，汽车声学产品按单位成本 30 元/件为标准划分高、低单价，分布情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月 /2023. 6. 30		2022年度 /2022.12.31		2021年度 /2021.12.31		2020年度 /2020.12.31	
	高单价	低单价	高单价	低单价	高单价	低单价	高单价	低单价
销售成本金额	3,130.86	810.01	5,415.73	1,282.75	5,719.39	1,063.30	3,670.50	816.92
期末结存金额	136.41	215.18	85.33	353.09	65.62	333.58	160.98	118.11
销售成本占比①	79.45%	20.55%	80.85%	19.15%	84.32%	15.68%	81.80%	18.20%
期末结存占比②	38.80%	61.20%	19.46%	80.54%	16.44%	83.56%	57.68%	42.32%
占比差异③=①-②	40.65%	-40.65%	61.39%	-61.39%	67.89%	-67.89%	24.12%	-24.12%

注 1：单价高于 30 元（含）的为高单价，低于 30 元的为低单价；

注 2：销售成本不包含运输及仓储费、包装费等合同履行成本；

注 3：销售成本、期末结存为同时存在销售和结存的存货成本汇总金额。

由上表可知，报告期，公司汽车声学产品期末结存的存货高单价金额占比均小于当期销售的存货，低单价金额占比均高于当期销售的存货，导致期末结存单位成本小于当期单位销售成本。

三、存货跌价准备的测试过程、计提情况及依据，结合各类存货的库龄等影响因素，说明存货跌价准备计提是否充分

（一）存货跌价准备的测试过程、计提情况及依据

1. 存货跌价准备的测试过程及依据

根据《企业会计准则第1号—存货》第十五条规定：“资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。”公司在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

报告期内，公司存货可变现净值的确认方法如下：

（1）对于已签订销售合同/订单的存货，按照销售合同/订单中的价格，减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定，其中，估计的销售费用为当年销售费用/营业收入*该存货的预计售价，估计的相关税费为当年营业税金及附加/营业收入*该存货的预计售价。

（2）对于尚未签订销售合同/订单的存货，按照同类产品最近的销售合同/订单的价格或市场售价，减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

（3）对于尚需要加工的存货，按照已签订销售合同/订单的价格或者同类产品产成品的预计售价或者市场售价，减去至完工时尚需投入的成本和估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

公司综合考虑各类存货在资产负债表日的状态、库龄、未来使用情况、采购价格波动、供应车型市场销售等因素，结合定期盘点情况，公司对各类存货按照“成本与可变现净值孰低”原则计提存货跌价准备。

2. 存货跌价准备的计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

期间	存货类别	存货余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
2023. 6. 30	原材料	956.55	20.85	935.70	2.18%
	半成品	986.43	8.80	977.63	0.89%
	库存商品	669.17	30.81	638.36	4.60%
	发出商品	1,394.20	-	1,394.20	-
	在产品	93.29	-	93.29	-
	委托加工物资	165.13	-	165.13	-
	周转材料	185.22	-	185.22	-
	模具	259.73	-	259.73	-
	合计	4,709.72	60.46	4,649.26	1.28%
2022.12.31	原材料	977.32	14.29	963.03	1.46%
	半成品	1,057.99	7.59	1,050.40	0.72%
	库存商品	760.37	82.29	678.08	10.82%
	发出商品	1,338.05	-	1,338.05	-
	在产品	75.91	-	75.91	-
	委托加工物资	187.38	-	187.38	-
	周转材料	346.93	-	346.93	-
	模具	272.57	-	272.57	-
	合计	5,016.52	104.17	4,912.35	2.08%
2021.12.31	原材料	768.82	11.24	757.59	1.46%
	半成品	812.87	21.76	791.12	2.68%
	库存商品	611.34	27.46	583.89	4.49%
	发出商品	1,191.80	-	1,191.80	-
	在产品	29.25	-	29.25	-
	委托加工物资	274.85	-	274.85	-
	周转材料	252.55	-	252.55	-
	模具	15.97	-	15.97	-
	合计	3,957.45	60.45	3,897.00	1.53%
2020.12.31	原材料	670.73	3.72	667.01	0.56%
	半成品	675.19	13.13	662.06	1.94%
	库存商品	346.07	9.14	336.93	2.64%
	发出商品	891.72	-	891.72	-
	在产品	21.31	-	21.31	-
	委托加工物资	237.04	9.21	227.83	3.89%
	周转材料	207.15	-	207.15	-
	模具	43.49	-	43.49	-
	合计	3,092.70	35.21	3,057.50	1.14%

报告期各期末,公司存货跌价准备金额分别为 35.21 万元、60.45 万元、104.17 万元和 60.46 万元,存货跌价计提比例分别为 1.14%、1.53%、2.08%和 1.28%。

(二) 结合各类存货的库龄等影响因素，说明存货跌价准备计提是否充分

1. 存货库龄情况

报告期各期末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

期间	项目	1年以内	1-2年	2年以上	合计	2年以内占比
2023. 6. 30	原材料	899.09	28.36	29.11	956.55	96.96%
	半成品	914.04	57.98	14.41	986.43	98.54%
	库存商品	603.73	30.58	34.86	669.17	94.79%
	发出商品	1,272.62	92.95	28.64	1,394.20	97.95%
	在产品	93.29	-	-	93.29	100.00%
	委托加工物资	165.13	-	-	165.13	100.00%
	周转材料	185.22	-	-	185.22	100.00%
	模具	259.73	-	-	259.73	100.00%
	合计	4,392.84	209.86	107.01	4,709.72	97.73%
2022.12.31	原材料	918.42	27.31	31.60	977.32	96.77%
	半成品	1,013.84	31.67	12.47	1,057.99	98.82%
	库存商品	707.92	20.74	31.70	760.37	95.83%
	发出商品	1,298.09	23.99	15.96	1,338.05	98.81%
	在产品	75.91	-	-	75.91	100.00%
	委托加工物资	187.38	-	-	187.38	100.00%
	周转材料	346.93	-	-	346.93	100.00%
	模具	272.57	-	-	272.57	100.00%
	合计	4,821.07	103.72	91.74	5,016.52	98.17%
2021.12.31	原材料	717.58	34.67	16.57	768.82	97.84%
	半成品	778.30	13.67	20.90	812.87	97.43%
	库存商品	565.07	30.70	15.57	611.34	97.45%
	发出商品	1,148.90	37.96	4.94	1,191.80	99.59%
	在产品	29.25	-	-	29.25	100.00%
	委托加工物资	274.85	-	-	274.85	100.00%
	周转材料	252.55	-	-	252.55	100.00%
	模具	15.97	-	-	15.97	100.00%
	合计	3,782.46	117.00	57.99	3,957.45	98.53%
2022.12.31	原材料	638.68	15.57	16.48	670.73	97.54%
	半成品	627.10	5.04	43.05	675.19	93.62%
	库存商品	313.13	23.22	9.72	346.07	97.19%
	发出商品	881.44	8.63	1.65	891.72	99.81%

	在产品	21.31	-	-	21.31	100.00%
	委托加工物资	237.04	-	-	237.04	100.00%
	周转材料	207.15	-	-	207.15	100.00%
	模具	43.49	-	-	43.49	100.00%
	合计	2,969.34	52.47	70.90	3,092.70	97.71%

由上表可知，报告期各期末，公司2年以内库龄存货金额分别为3,021.81万元、3,899.46万元、4,924.79万元和**4,602.70万元**，占比分别为97.71%、98.53%、98.17%和**97.73%**，占比较高，2年以上库龄存货占比较低，存货库龄结构较好，存货跌价风险较低。

2. 产品销售毛利率情况

报告期各期，公司主要产品销售毛利率情况如下：

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
汽车造型部件	48.83%	49.50%	35.85%	33.23%
汽车声学产品	20.79%	20.15%	22.24%	25.19%
车轮总成分装	34.38%	41.68%	51.61%	49.83%

注：上表中毛利率的计算不包含运输及仓储费、包装费等合同履行成本。

由上表可知，公司产品毛利率较高，报告期各期末主要存货订单覆盖率较高，存货跌价风险较低。

3. 存货周转率情况

报告期各期，公司存货周转率情况如下：

单位：次/年

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
存货周转率	7.99	8.56	8.42	6.47

注：2023年1-6月存货周转率已年化处理。

由上表可知，报告期内公司存货周转速度较快，公司采取以销定产的生产模式，报告期各期末存货期后领用或结转率较高，存货减值风险较低。

综上所述，公司2年以内库龄存货占比较高、库龄结构较好、产品毛利率较高、存货周转较快，存货减值风险较低。报告期各期末，存货跌价准备计提充分，计提比例符合公司实际情况，具有合理性。

四、公司的存货盘点制度、报告期内的存货尤其是发出商品的盘点情况，包括但不限于存货的盘点范围、盘点方法、盘点结果等

（一）公司的存货盘点制度

公司已根据企业内部控制应用指引的相关要求，制定了存货盘点制度，对公司存货盘点实施月末抽盘、半年度与年终全盘的并行制度，具体措施：（1）由仓储部门在每月末自行对其管辖的存货资产进行盘点，半年度、年终盘点由财务部和仓储部门于半年末、年终时，共同实施全面盘点；（2）各仓库、车间编制盘点计划，汇总至财务部统一制订盘点方案，盘点计划中需明确盘点目的、盘点范围、盘点方法、盘点人员、时间安排、盘点要求等事项，经批准后下发至相关部门执行；（3）相关人员做好盘点前的准备工作，盘点时存货分类排放整齐，控制存货转移，仓储部门组织人员进行存货物资全盘，由财务部负责组织、协调复盘工作；（4）盘点结束后，仓储部门负责整理盘点数据，对盘点差异进行原因分析，提交整改措施。（5）财务部根据审核后的盘点差异情况进行相应账务处理，并出具盘点报告，按考核办法对相关责任人进行考核。

（二）报告期内的盘点情况

报告期内，公司存货盘点情况如下：

1. 盘点范围

包括自有仓库、第三方物流仓库的所有存货。

2. 盘点方法

公司存货由原材料、在产品、半成品、库存商品、发出商品等构成，其中对于已发送至客户现场但尚未结算的存货，因客户不允许公司安排人员进入场地盘点，公司主要通过定期登陆客户供应商管理系统进行检查核对、就发出商品情况与客户对账、安排现场人员不定期查看发出商品状态等方式替代发出商品盘点；委托加工物资及模具存放地点位于供应商现场，公司安排人员至供应商现场进行盘点；对于原材料、在产品、半成品和库存商品等存放于公司自有仓库及第三方物流仓库的存货，公司于报告期各期末依据存货盘点制度均实施盘点程序，采取静态盘点方法，从盘点前的准备工作到盘点过程中的复盘制度到数据汇总及核对，至最终有效数据的审核、生成均有严格的操作流程控制，盘点过程严格按制度执

行。

3. 盘点结果

报告期各期末，公司对在库存货进行全面盘点，并形成盘点记录，盘点情况总体良好；对于委托加工物资，公司通过安排人员通过实地盘点的方式进行确认；对于中转仓库发出商品，公司安排人员通过实地盘点的方式进行确认，对于已发送至客户尚未结算发出商品，营销中心、财务部对未结算产品定期与客户进行核对，保证发出商品的完整性，确保发出商品与账面记录一致。报告期各期末，公司存货盘点差异较小，主要系存货调拨与仓库记录时间差异，经单据的审核、补录和调整，公司存货账实相符。

综上所述，公司已根据存货盘点相关制度实施了存货盘点，盘点结果良好，不存在重大盘盈盘亏情况。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人报告期各期末在手订单情况，了解发行人存货是否有对应订单支撑，了解报告期内发行人生产周期、备货周期及发出商品确认周期。

2. 获取发行人报告期各期末存货明细及期后存货收发明细，了解发行人报告期各期末存货期后结转情况明细表，并复核其准确性。

3. 获取发行人收入成本明细表，复核收入成本明细表及各期末存货明细结余匹配情况。

4. 了解发行人存货跌价准备计提方法，评估管理层对存货减值会计估计的合理性，复核发行人对可变现净值的估计及存货跌价准备计算的过程。

5. 获取发行人存货库龄情况，对库龄超过 1 年的主要存货项目进一步核查原因，了解发行人存货跌价准备测试的具体过程，复核分析发行人不同类别存货的跌价准备计提的充分性。

6. 申报会计师对发行人不同类型存货执行监盘程序，监盘范围、监盘比例及监盘结果如下：

(1) 监盘范围

申报会计师对发行人存放于自有仓库、第三方物流仓库的存货执行监盘程序，对于无法实施盘点的存放于客户现场的存货，申报会计师执行函证程序作为监盘替代程序。

(2) 监盘比例

报告期各期末，申报会计师对存货监盘情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
存货余额	4,709.72	5,016.52	3,957.45	3,092.70
监盘确认金额	2,684.07	2,741.78	2,070.31	1,559.46
函证确认金额	1,157.39	1,024.07	847.08	370.40
监盘及函证确认金额合计	3,841.46	3,765.85	2,917.38	1,929.86
监盘比例	56.99%	54.66%	52.31%	50.42%
监盘及函证合计比例	81.56%	75.07%	73.72%	62.40%

其中，对发出商品监盘情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
发出商品余额	1,394.20	1,338.05	1,191.80	891.72
监盘确认金额	389.02	493.04	168.26	374.38
函证确认金额	761.81	505.67	703.70	288.67
监盘及函证确认金额合计	1,150.82	998.71	871.97	663.05
监盘比例	27.90%	36.85%	14.12%	41.98%
监盘及函证合计比例	82.54%	74.64%	73.16%	74.36%

(3) 监盘结果

发行人报告期内存货内部控制制度执行情况良好，发行人的存货摆放整齐、标签齐全、外观完整，各期末存货库存数量记录真实、准确。

(二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人报告期各期末存货各项目余额与待执行订单进度安排一致，期后领用或结转情况较好。

2. 报告期各期单位销售成本与期末存货单位成本存在较大差异，主要系受

结转成本时间及产品结构影响所致。

3. 存货跌价准备的测试过程、计提情况及依据符合发行人实际情况，存货跌价准备计提充分。

4. 发行人的存货盘点制度、报告期内的存货尤其是发出商品的盘点结果与发行人存货实际结余情况相符，申报会计师对各期末发行人存货执行监盘程序，监盘结果与发行人存货实际结余情况相符。

问题 14. 关于固定资产和产能

根据招股说明书：（1）报告期各期末，公司固定资产金额分别为 11,829.17 万元、13,643.44 万元和 20,358.91 万元，2022 年末固定资产账面价值较 2021 年末增长 49.22%，主要系新增机器设备扩充产能所致；（2）发行人各产品的产能利用率总体在 90%以下，但存在订单密集期需要将部分注塑生产交付外协完成的情形。

请发行人说明：（1）列示机器设备的具体内容、取得方式、主要供应商及所在国家、入账价值、累计折旧、成新率等，是否存在应计提减值未足额计提的情况；（2）报告期各期新购置机器设备的具体情况、安装过程与安装进度、目前使用状态，购置款项支付情况，与现金流量表相关项目、待认证、抵扣进项税的匹配性；（3）发行人各产品产能的确定依据，理论工时增长与各期各类设备变动情况的匹配性，实际工时与产品产量的匹配关系，报告期内产能利用率较低仍存在外协的原因，外协生产的主要月份及相关月份的产能利用情况。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、列示机器设备的具体内容、取得方式、主要供应商及所在国家、入账价值、累计折旧、成新率等，是否存在应计提减值未足额计提的情况

（一）机器设备的具体内容、取得方式、主要供应商及所在国家、入账价值、累计折旧、成新率

报告期末，公司主要机器设备情况如下：

单位：万元、个

资产名称	数量	入账价值	累计折旧	净值	成新率	主要供应商
塑料注塑成型机	33	3,977.82	868.83	3,108.99	78.16%	海天塑机集团有限公司
车轮总成分装线	7	3,356.77	646.31	2,710.46	80.75%	上海志研自动化设备有限公司等
电镀自动生产线	2	2,723.24	1,504.61	1,218.63	44.75%	无锡星亿智能环保设备有限公司
自动涂装生产线系统	1	1,969.71	93.36	1,876.34	95.26%	宣城庸信机电制造有限公司等
顶棚生产线	2	544.26	14.26	530.00	97.38%	无锡永昕佳机械设备有限公司等
水切割设备	5	419.60	148.72	270.88	64.56%	南京大地水刀股份有限公司
装配生产线	1	444.01	375.61	68.39	15.40%	上海志研自动化设备有限公司
烫印机	20	374.95	51.74	323.21	86.20%	苏州达库优科压烫科技有限公司

地毯自动生产线	3	280.96	121.98	158.98	56.58%	合肥海德数控液压设备有限公司
PHC 生产线	1	238.27	13.46	224.81	94.35%	无锡永昕佳机械设备有限公司等
发泡机	4	254.10	195.47	58.63	23.08%	润英聚合机械制造（沈阳）有限公司等
模压机	12	368.45	184.67	183.78	49.88%	合肥海德数控液压设备有限公司
合计	91	14,952.14	4,219.02	10,733.10	71.78%	

报告期末，公司主要机器设备均为外购取得，供应商所在国家均为中国境内。

（二）是否存在应计提减值准备未足额计提的情况

报告期各期末，公司对已陈旧、过时或闲置的机器设备足额计提减值准备，公司不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，公司应当于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司应当进行减值测试，估计其可收回金额。报告期各期末，公司对固定资产进行了减值分析，具体如下：

对于固定资产等长期资产，公司于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，将估计其可收回金额，进行减值测试。可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

结合《企业会计准则第 8 号——资产减值》的明细规定，报告期内，公司固定资产的减值迹象分析如下：

序号	准则相关规定	公司具体情况	是否存在减值迹象
1	是否存在资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅大大高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌，并且预计在近期内不可能恢复	报告期内，公司固定资产均处于正常使用状态，公司在购置新固定资产比价的过程中，未发现原有固定资产当期市价出现大幅度下降的情形	否
2	是否存在企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响的情况	报告期内，公司所处的市场处于快速发展阶段，所处的经济、技术与法律等环境以及资产主要所处的汽车行业市场在近期均	否

		未发生重大不利变化，无对公司产生不利影响的情况	
3	是否存在市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低的迹象	报告期内，国内市场基准利率并未发生大幅上调的情况	否
4	是否存在固定资产预计使用方式发生重大不利变化，如企业计划终止或重组该资产所属的经营业务、提前处置资产等情形，从而对企业产生负面影响	报告期内，公司内部无计划企业计划终止或重组该资产所属的经营业务、提前处置资产等对企业产生负面影响的情形，固定资产的预计使用方式不会发生重大不利变化	否
5	是否有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏的情况	报告期各期末，公司均会对固定资产进行盘点，历次固定资产盘点过程中均未发现主要资产存在已经陈旧过时或者其实体已经损坏的情形，公司对已经陈旧的资产已足额计提折旧	否
6	是否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，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等情况	报告期内，公司产品的获利能力及现金流情况良好，且逐渐增强	否
7	其他有可能表明资产已发生减值的情况	无其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否

综上所述，报告期各期末，结合固定资产盘点情况，除已经足额计提减值准备的机器设备外，公司机器设备运行正常，不存在减值迹象，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

二、报告期各期新购置机器设备的具体情况、安装过程与安装进度、目前使用状态，购置款项支付情况，与现金流量表相关项目、待认证、抵扣进项税的匹配性

（一）报告期各期新购置机器设备的具体情况、安装过程与安装进度、目前使用状态，购置款项支付情况

报告期各期，公司新购置机器设备的具体情况、安装过程与安装进度、款项支付情况、目前使用状态如下：

1. 2023年1-6月

单位：万元

资产编 码	固定资产 名称	使用 日期	入账价 值	安装过程与安装进度	款项支 付情况	使用 状态
SCSB-029	烘箱	2023/6/28	122.62	2016年投入使用，2023年1月进行设备改造，2023年6月完成改造试运行后验收。	已全部支付	正常使用
SCSB-030	顶棚压机	2023/6/28	120.81	2016年投入使用，2023年1月进行设备改造，2023年6月完成改造试运行后验收。	已全部支付	正常使用
HT02391	水切割设备	2023/6/30	93.92	2023年5月入场安装，2023年6月调试完成验收。	剩余尾款及质保金未支付	正常使用
SCSB-031	水切割设备	2023/6/28	78.63	2019年投入使用，2023年2月进行设备改造，2023年6月完成改造试运行后验收。	已全部支付	正常使用
HT02371	方兴800KVA欧变	2023/4/30	81.65	2023年1月入场施工，2023年3月完成施工，正常试运行1个月后2023年4月完成验收。	剩余尾款及质保金未支付	正常使用
HT02387	龙门分体框架式伺服液压机 SHP96-315吨	2023/6/30	69.91	2023年5月入场安装，2023年6月调试完成验收。	剩余尾款及质保金未支付	正常使用
HT02370	分体框架式伺服液压机 SHP96-100吨	2023/4/30	53.10	2023年4月入场安装，当月调试完成，2023年4月完成验收。	剩余尾款及质保金未支付	正常使用
HT0556	气质联用仪 GCMS-QP2010SE	2023/3/31	40.71	2022年11月入场安装调试，正常试运行至2023年3月，2023年3月完成验收。	已全部支付	正常使用
HT02389	废气处理设备	2023/6/30	35.22	2023年5月入场安装调试，正常试运行1个月，2023年6月完成验收。	剩余尾款未支付	正常使用
HT02345	顶棚压框包边机	2023/3/31	33.63	2023年3月入场安装调试，当月试运行后，2023年3月完成验收。	已全部支付	正常使用
HT2392	顶棚压框包边机	2023/6/30	31.02	2023年5月入场安装调试，试运行1个月，2023年6月完成验收。	剩余尾款及质保金未支付	正常使用
HT02388	整体框架式伺服液压机 SHP96-200吨	2023/6/30	32.74	2023年5月入场安装调试，试运行1个月，2023年6月完成验收。	剩余尾款未支付	正常使用

资产编码	固定资产名称	使用日期	入账价值	安装过程与安装进度	款项支付情况	使用状态
HT02344	ABB 机器人 IRB6700-150	2023/3/31	26.55	2023年2月入场安装调试,试运行1个月,2023年3月完成验收。	剩余尾款未支付	正常使用
HT02386	闲模发泡机	2023/6/30	26.55	2023年5月入场安装调试,试运行1个月,2023年6月完成验收。	剩余尾款未支付	正常使用
合计			847.06			
占机器设备本期增加比重			70.03%			

注：款项支付情况为截至 2023 年 8 月末支付情况。

2. 2022 年度

单位：万元

资产编码	固定资产名称	使用日期	入账价值	安装过程与安装进度	款项支付情况	使用状态
HT02325	汽车零部件自动涂装生产线系统	2022/12/28	1,837.12	设备入厂后,经零配件点收、设备及传送带组装、接通电源、试运行等流程,于2022年12月验收。	已全部支付	正常使用
HC03069	车轮分装总成装配线(F2)	2022/12/31	1,752.10	设备入厂后,经设备及传送带组装、接通电源、试运行等流程,于2022年12月终验收。	已全部支付	正常使用
HT02328-2331	塑料注塑成型机4台	2022/12/29	974.27	设备入厂后,经零配件进行点收、设备组装、接通电源、试运行等流程,于2022年12月验收。	已全部支付	正常使用
HT02227-2230	塑料注塑成型机4台	2022/4/30	859.83	设备入厂后,经零配件进行点收、设备组装、接通电源、试运行等流程,于2022年4月当月验收。	已全部支付	正常使用
HT02301-2302	塑料注塑成型机2台	2022/11/30	309.07	设备入厂后,经零配件进行点收、设备组装、接通电源、试运行等流程,于2022年11月验收。	已全部支付	正常使用
HT02236	塑料注射成型机2100T	2022/7/29	256.56	设备入厂后,经零配件进行点收、设备组装、接通电源、试运行等流程,于2022年7月验收。	已全部支付	正常使用
0300007	志研自动化设备	2022/7/10	205.31	设备入厂,经设备及传送带组装、接通电源、试运行结果检测	已全部支付	正常使用

资产编码	固定资产名称	使用日期	入账价值	安装过程与安装进度	款项支付情况	使用状态
				等流程，于2022年7月验收。		
HT02276	PHC 生产线	2022/10/31	137.39	设备入厂，经设备及传送带组装、接通电源、试运行结果检测等流程，于2022年10月验收。	已全部支付	正常使用
HC03066	复检机	2022/4/30	127.99	无需安装调试，2022年4月入厂调试验收。	已全部支付	正常使用
HT02332	面料滚胶线	2022/12/29	100.00	设备入厂，经设备及传送带组装、接通电源、试运行结果检测等流程，于2022年12月调试验收。	已全部支付	正常使用
合计			6,559.65			
占机器设备本期增加比重			80.38%			

注：款项支付情况为截至 2023 年 8 月末支付情况。

3. 2021 年度

单位：万元

资产编码	固定资产名称	使用日期	入账价值	安装过程与安装进度	款项支付情况	使用状态
HT02169-2177	塑料注塑成型机9台	2021/7/31	1,025.29	设备入厂后，经零配件进行点收、设备组装、接通电源、试运行等流程，于2021年7月验收。	已全部支付	正常使用
HT02178	塑料电镀自动生产线（东线）	2021/9/30	702.89	电镀线升级，增补排污改造、防腐设备，新购置设备于2021年9-12月分批安装完成验收。	已全部支付	正常使用
HC03063	轻卡装配二线	2021/12/31	141.59	设备入厂，经设备及传送带组装、接通电源、试运行结果检测等流程，于2021年12月验收。	已全部支付	正常使用
HT02217	接触式加热地毯自动生产线	2021/12/31	135.35	设备入厂，经设备及传送带组装、接通电源、试运行结果检测等流程，于2021年12月验收。	已全部支付	正常使用
HT02151	电镀废水升级改造达标系统	2020/9/30	64.16	设备改造，经设备点收、设备组装、接通电源、试运行结果监测等流程，2021年11月验收。	已全部支付	正常使用

资产编码	固定资产名称	使用日期	入账价值	安装过程与安装进度	款项支付情况	使用状态
HC03064	蔚来堆垛线	2021/12/31	46.02	设备入厂，安装主机及辅助机、传送带等，接通电源，进行试运行，于2021年12月安装完成验收。	已全部支付	正常使用
HT02127	挤出机组	2019/6/30	39.30	设备升级，新设备入厂，经主机及辅助机安装、接通电源、试运行结果监测等流程，于2020年4月验收。	已全部支付	正常使用
HC03065	蔚来排序识别系统	2021/12/31	35.40	设备入厂后，进行安装调试，接通电源后试运行，于2021年12月验收。	已全部支付	正常使用
HT02190	400KVA变压器	2021/10/31	35.14	设备入厂后，经组装、设备性能检测、试运行等流程，于2022年10月验收。	已全部支付	正常使用
HT02160	方兴大道厂区水循环冷却系统	2021/4/30	32.82	设备升级，新设备入厂，经主机及辅助机安装、接通电源、试运行结果监测等流程，于2021年4月月安装完成。	已全部支付	正常使用
HT07458	SA3HE 格栅本体烫印工装（1套5付）	2021/12/30	32.57	无需安装调试，2021年12月货到验收	已全部支付	正常使用
合计			2,290.53			
占机器设备本期增加比重			77.17%			

注：款项支付情况为截至 2023 年 8 月末支付情况。

4. 2020 年度

单位：万元

资产编码	固定资产名称	使用日期	入账价值	安装过程与安装进度	款项支付情况	使用状态
HT02151	电镀废水升级改造达标系统	2020/9/30	239.81	2020年6月工程开工，经设备组装、地沟、水池制作、接通电源、试运行结果检测等流程，于2020年9月验收。	已全部支付	正常使用
00132	卡车装配线	2018/12/31	202.29	设备入厂后，经设备组装、软件安装、接通电源、试运行结果	已全部支付	正常使用

				检测等流程，于2020年4月验收。		
HT02149	污水处理设施	2020/7/31	97.12	设备入厂后，经零配件点收、设备组装、接通电源、试运行结果监测等流程，于2020年7月验收	已全部支付	正常使用
00151	空压机二套	2020/7/31	45.54	设备入厂后，经设备组装、接通电源、试运行结果监测等流程，于2020年7月验收。	已全部支付	正常使用
合计			584.77			
占机器设备本期增加比重			67.14%			

注：款项支付情况为截至 2023 年 8 月末支付情况。

报告期内，随着公司产品订单增加，产品工艺要求提升，公司新购置喷涂线、注塑机、车轮总成装配线等设备，提高公司产能，提升公司生产工艺，机器设备采购额逐年增加。

（二）报告期各期新购置机器设备与现金流量表相关项目、待认证、抵扣进项税的匹配性

报告期各期，公司新购置长期资产与现金流量表相关项目、进项税匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
固定资产原值购置增加（A）	1,302.92	8,295.41	3,978.43	4,826.89
其中：机器设备	1,209.48	8,160.99	2,968.34	870.95
在建工程购置净增加（B）	289.36	131.03	58.81	-1,419.10
无形资产购置增加（C）	2,427.88	136.67	18.60	63.82
长期待摊费用购置增加（D）	2,343.74	3,613.29	1,557.79	2,061.43
长期资产相关的进项税额（E）	498.75	1,628.27	715.97	739.59
长期资产购置增加小计（F=A+B+C+D+E）	6,862.64	13,804.67	6,329.60	6,272.63
减：应付预付长期资产款增加（G）	-1,221.85	3,982.68	141.32	284.30
减：应付票据增加及票据保证金到期影响（H）	120.64	-826.45	306.32	385.16
减：银承背书、供应链融资转让支付的款项（I）	3,716.68	4,699.79	2,611.70	2,724.14
减：其他（J）	495.13	-37.61	247.14	8.83
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金（K=F-G-H-I-J）	3,752.04	5,986.26	3,023.12	2,870.19

现金流量表中购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,752.04	5,986.26	3,023.12	2,870.19
-------------------------------	-----------------	----------	----------	----------

由上表可知，报告期各期，公司新购置长期资产及机器设备与现金流量表相关项目、进项税具有匹配性。

三、发行人各产品产能的确定依据，理论工时增长与各期各类设备变动情况的匹配性，实际工时与产品产量的匹配关系，报告期内产能利用率较低仍存在外协的原因，外协生产的主要月份及相关月份的产能利用情况。

（一）发行人各产品产能的确定依据

1. 汽车造型部件

汽车造型部件生产线的工艺包括注塑、电镀、烫印、喷涂、装配等，其中，注塑工艺属于必备环节，电镀、烫印、喷涂等表面处理工艺可以根据客户要求进行选择，装配环节也视产品复杂程度并非必备选项。因此，注塑环节比其他各工艺环节更具备代表性。同时，由于公司产品种类较多，且不同产品在形状、大小、重量等方面存在较大差异，难以按产品数量指标来描述汽车造型部件的产能。因此，选取注塑机的工作时长来作为汽车造型部件的产能依据。

2. 汽车声学产品

发行人汽车声学产品的产品线包括顶棚、地毯、隔音隔热垫、行李箱系列产品，由于汽车声学产品种类较多，且在形状、大小、重量、工艺等方面存在较大差异，因此难以按产品数量指标来描述汽车造型部件的产能。在汽车声学产品的生产工艺中，挤出环节涉及大多数汽车声学产品生产，因此，选取挤出机的工作时长来作为汽车声学产品的产能依据。

3. 车轮总成分装

车轮总成分装最终产品均为车轮总成，不同类别车轮总成在形状、大小等方面不存在重大差异，故直接以产品数量作为产能依据。

故报告期内公司的产能情况如下：

理论工作时长	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
汽车造型部件产能-注塑机理论工时（小时）	89,880	171,915	98,343	78,351
汽车声学产品产能-挤出机理论工时（小时）	2,044	4,228	4,228	4,228

车轮总成分装产能（万套）	170.22	271.03	244.36	217.47
--------------	--------	--------	--------	--------

（二）理论工时增长与各期各类设备变动情况的匹配性

1. 注塑机理论工时增长与各期注塑设备变动情况的匹配性

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
注塑机理论工时（小时）	89,880	171,915	98,343	78,351
注塑机理论工时增长率	/	74.81%	25.52%	-
注塑机当年平均台数（台）	33	25.58	16	13
注塑机当年平均台数增长率	/	59.88%	23.08%	-

注：注塑机当年平均台数为每月在用注塑机数量平均数。

其中，注塑机理论工时增长与各期注塑设备变动情况基本匹配，其中理论工时增长幅度略大于当年平均台数增长幅度，主要因为报告期新增注塑机均为新型注塑机，每日理论工时较原有老旧机型为高，故随着新型注塑机的数量增加，理论工时增幅高于平均台数增幅。

2. 挤出机理论工时增长与各期挤出设备变动情况的匹配性

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
挤出机理论工时（小时）	2,044	4,228	4,228	4,228
挤出机理论工时增长率	/	0%	0%	-
挤出机当年平均台数（台）	1	1	1	1
挤出机当年平均台数增长率	/	0%	0%	-

报告期挤出机组数量并未变动，挤出机组理论工时变动与机组数量一致。

（三）实际工时与产品产量的匹配关系

1. 注塑机实际工时与汽车造型部件产量的匹配关系

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	2020-2022年复合增长率
注塑机实际工时（小时）	77,972	155,880	79,137	58,631	
注塑机实际工时增长率	/	96.97%	34.97%	-	63.05%
汽车造型部件产量（万套/万件）	925.57	1,662.58	1,012.68	597.49	
汽车造型部件产量增长率	/	64.18%	69.49%	-	66.81%

2021年注塑机实际工时增长率较汽车造型部件产量增长率低，主要因为2021年度业务量增长较快，发行人自身设备添置速度慢于业务增速，缺口部分

靠外协生产解决；2022年注塑机实际工时增长速度高于业务量增长速度，主要因为随着新增设备的逐步到位，发行人将部分外协改为自产。

此外，从报告期的复合增长率来看，注塑机实际工时的复合增长率63.05%与汽车造型部件产量的复合增长率66.81%相对匹配。

2. 挤出机实际工时增长与汽车声学产品产量的匹配关系

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
挤出机实际工时（小时）	1,769	3,620	3,731	3,253
挤出机实际工时增长率	-2.91%	-2.98%	14.69%	
汽车声学产品产量（万套/万件）	118.35	208.64	199.85	155.51
汽车声学产品产量增长率	13.45%	4.40%	28.51%	

报告期内发行人挤出设备未进行增添，随着2021年业务量增长，产能利用率有所提升，但仍低于产量增长，主要原因系产能缺口以外协解决。

（四）报告期内产能利用率较低仍存在外协的原因

报告期内，公司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%
车轮分装产能	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
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，发行人存在部分时段产能利用率较低，但仍存在外协的原因如下：

1. 汽车造型部件产能利用率2020-2021年度相对偏低，但仍需外协的原因

公司产品种类较多，不同产品在形状、大小、重量、材料等方面存在较大差异，生产线无法兼容不同产品，或在不同产品之间转换需耗费时间。此外，客户订单下达如增速较快时，公司只能增加外协采购加以满足。以注塑为例，2021年

4 季度以前，公司注塑生产线以小型注塑机为主，遇到大型注塑件数量较多时需要通过外协完成。

2. 汽车声学产品产能利用率在 2020 年度相对偏低，但仍需外协的原因

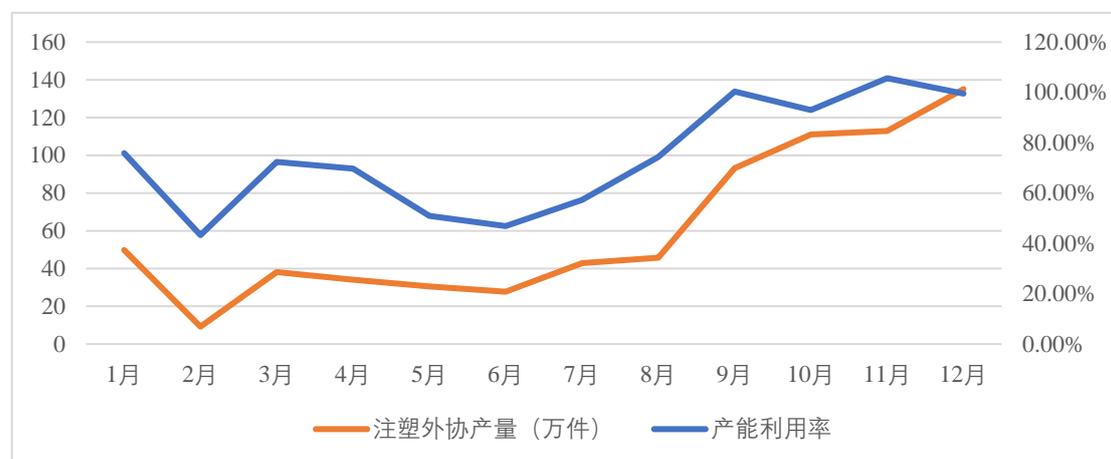
2020 年公司汽车声学产品产能利用率偏低，主要因为产量总体偏低，随着业务量的提升，报告期内汽车声学产品产能利用率逐年上升。此外，公司部分客户距离较远，如在当地委托外协厂商进行生产，能节约运费和仓储费用，故公司存在一定外协需求。以汽车声学产品为例，公司通过在开封等地委托外协组装，有效降低物流成本。

（五）外协生产的主要月份及相关月份的产能利用情况

1. 汽车造型部件的分月外协生产和产能利用情况

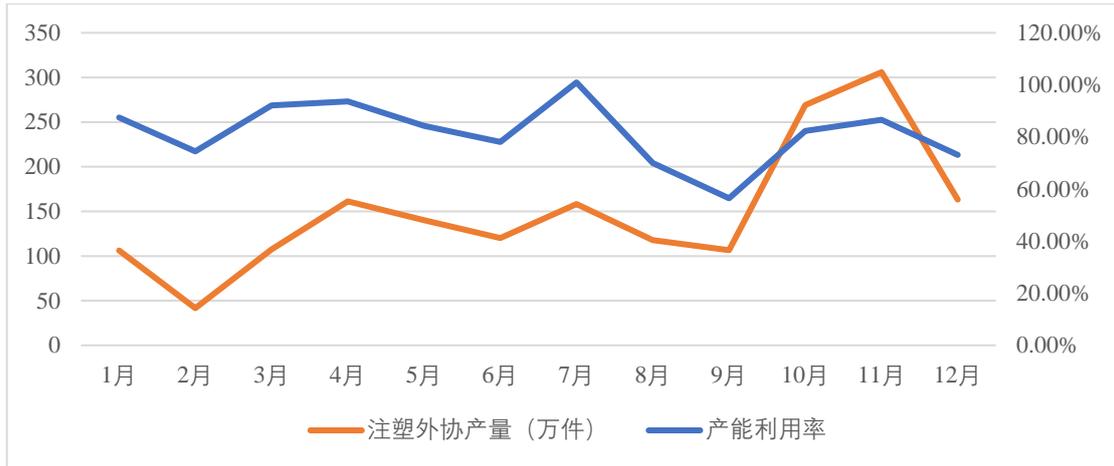
因汽车造型部件的产能利用系采用注塑机的工时计算，为便于比较，选取外协生产中的注塑外协数量进行列示，报告期内，公司按月产能利用率和外协生产数量如下：

（1）2020 年外协生产和产能利用情况如下：



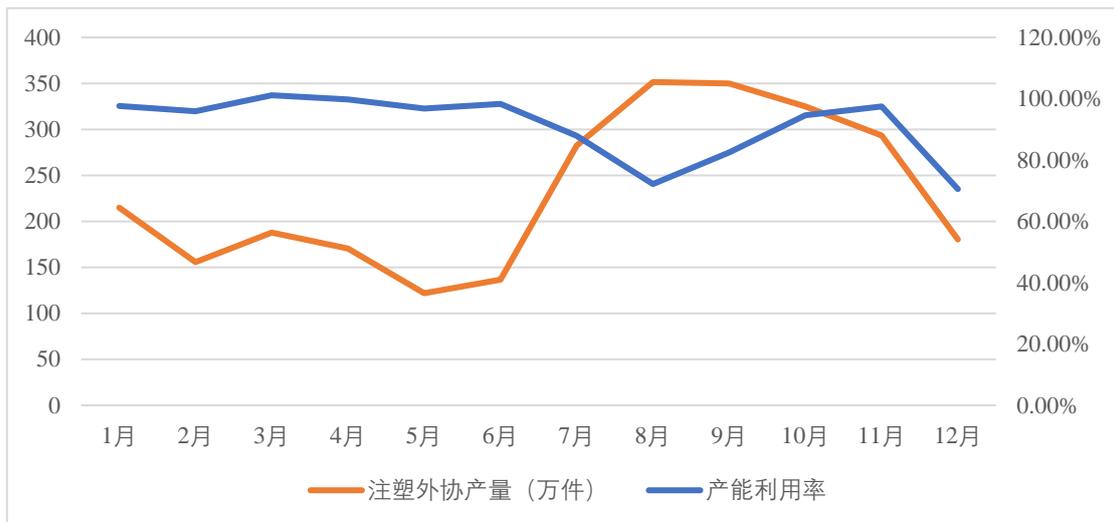
2020 年，上半年由于产业链整体限于停顿影响，发行人产能利用率和外协产量均较低，下半年由于需求复苏，下半年两项数据均出现较大反弹。

（2）2021 年外协生产和产能利用情况如下：



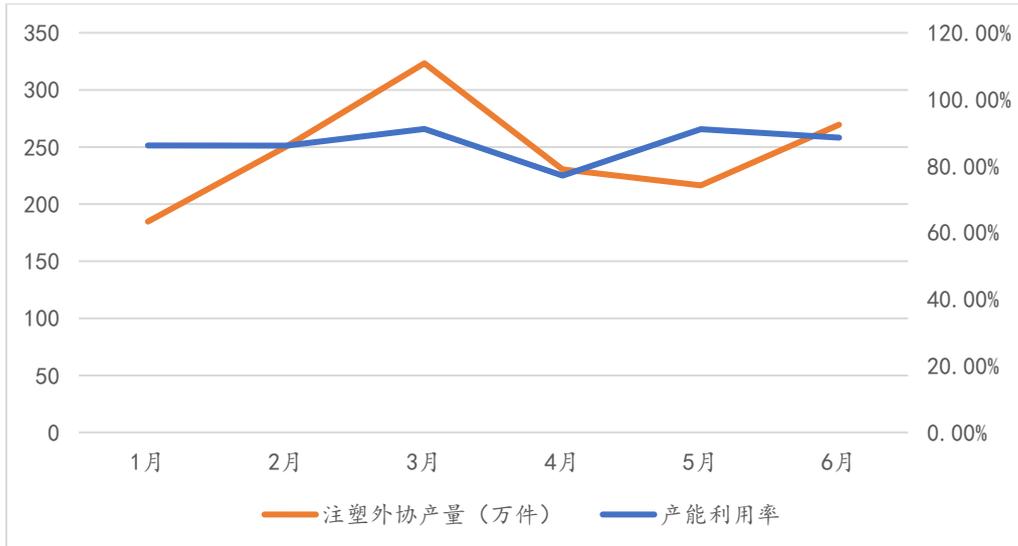
2021年，产能利用率和外协产量整体水平均较2020年有所提升，由于业务量进一步增长，发行人于2021年下半年开始逐步添置大型注塑机等设备，产能利用率有所下降，而外协产量相应提升。

(3) 2022年外协生产和产能利用情况如下：



2022年上半年随着新设备逐渐应用，发行人将部分外协转为自制，产能利用率基本保持在较高水平，且外协数量较2021年下半年有所下降，但随着2022年下半年业务量的进一步增加，以及个别月份因限电导致产能利用率下降，外协数量相应增加。

(4) 2023年1-6月外协生产和产能利用情况如下：



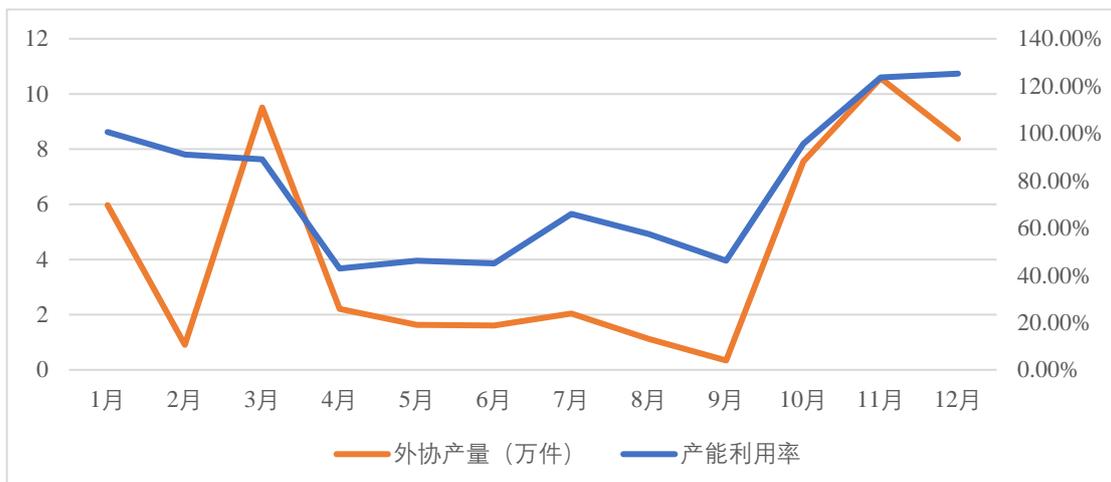
2023年1-6月，产能利用率和外协产量较上年基本持平，波动幅度较2022年减小。

公司汽车造型部件外协生产整体上较为稳定，外协产量整体随着公司业务量的上升而逐年提升。2021年下半年以前因大型注塑机数量不足制约，部分大型产品需借助外协完成；2022年后，随着大型注塑机的逐渐增加以及外协逐步转为自制，公司产能利用率逐渐提升，但由于订单增加较快，仍需要通过外协采购满足生产需求。

2. 汽车声学产品的分月外协生产和产能利用情况

报告期内，公司按月产能利用率和汽车声学产品外协生产数量如下：

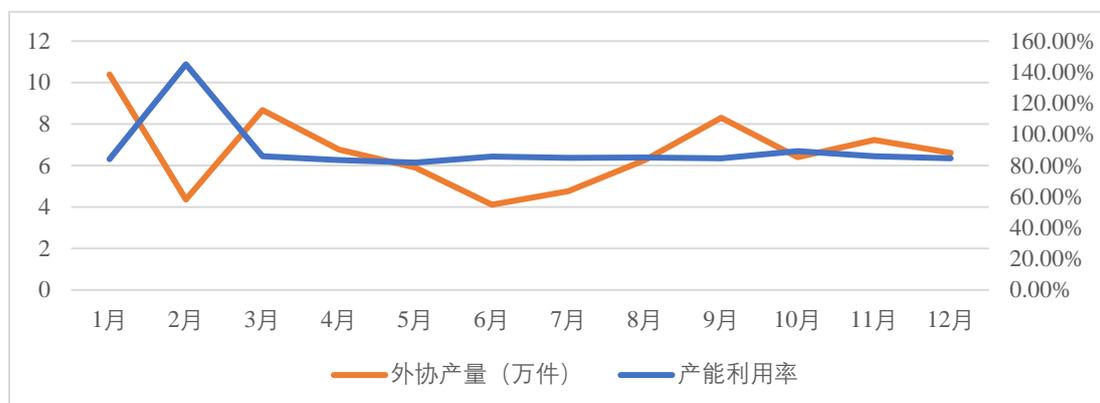
(1) 2020年外协生产和产能利用情况



2020年上半年由于产业链停顿影响，整体产能利用率和外协数量较低，个

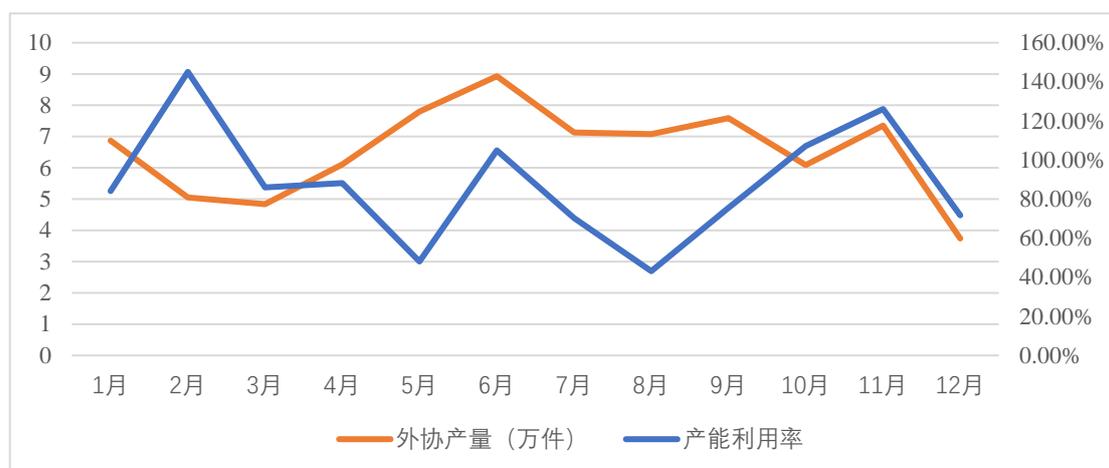
别月份外协有所增加系因产能利用率下降较快所导致；下半年产能利用率和外协数量均提升较快主要由于产能复苏导致。

(2) 2021 年外协生产和产能利用情况



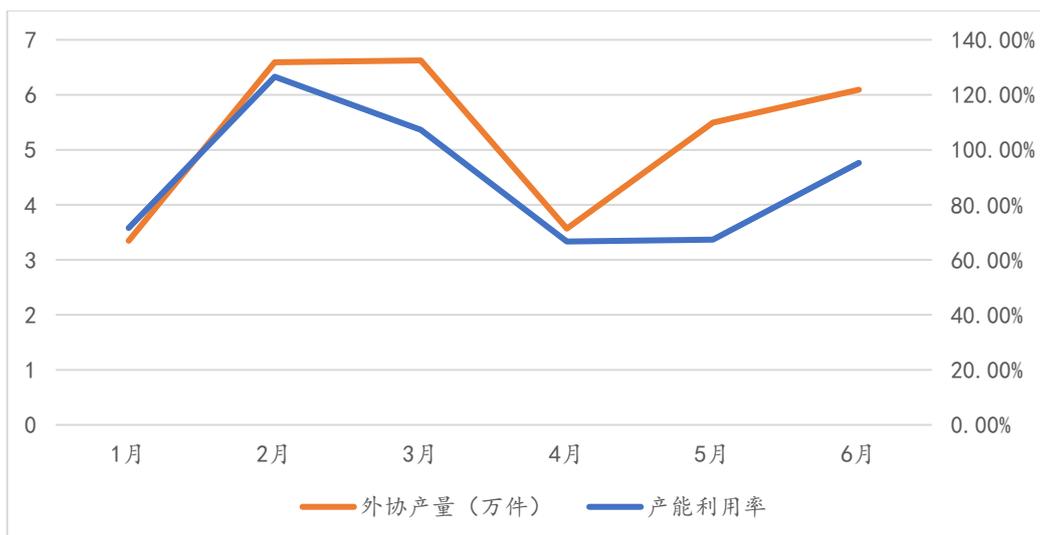
2021 年由于发行人业务量整体较为稳定，产能利用率和外协数量整体较为平稳。

(3) 2022 年外协生产和产能利用情况



2022 年发行人外协产量和产能利用率整体较高，主要系订单较上年增加所致，个别月份由于限电原因导致产能利用率相对较低，外协数量相应较高。

(4) 2023 年 1-6 月外协生产和产能利用情况



2023年1-6月，由于下游产销情况等波动较大，发行人外协产量和产能利用率同向波动。

报告期内发行人汽车声学产品产能利用率分别为76.94%、88.25%、85.62%和86.57%。发行人汽车声学产品外协数量、以及整体产能利用率，均随公司汽车声学产品产量提升而呈上升趋势。由于发行人汽车声学产品种类较多，涉及材料相应较多，成分较为复杂，生产设备难以按理论时长满负荷操作；同时，部分外地客户需要在当地委托外协厂商进行生产，因此，发行人汽车声学产品的生产线报告期末已接近饱和，其产能利用率和外协产量情况具备合理性。

四、中介机构核查意见

(一) 核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 了解发行人固定资产采购及管理的内部控制制度，访谈设备科相关人员，评价发行人内部控制制度设计是否完善，对固定资产采购、验收、盘点等重要业务环节执行控制测试，评价发行人内部控制制度执行是否有效。
2. 获取发行人报告期各期末固定资产台账，复核固定资产台账记录与账面记录是否一致。
3. 监盘发行人主要机器设备，观察机器设备的现状，结合发行人经营情况分析是否存在减值迹象。
4. 获取发行人主要机器设备的采购合同、采购发票、付款凭证、验收单等资

料，检查采购合同约定的结算条款，了解款项支付情况是否符合合同约定，检查机器设备入账价值的准确性、转固时点的合理性。

5. 获取发行人现金流量表及其编制底稿，分析新购置机器设备与现金流量表相关项目、进项税的匹配性。

6. 与发行人管理人员进行沟通，了解发行人产能产量的实际情况，了解发行人外协的情况及必要性。获取发行人产能统计表，与发行人相关员工沟通，了解发行人产能的相关情况和产能计算的依据。对产能数据与设备情况、实际产出数据进行比较，分析数据的匹配关系。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人主要机器设备相关信息列示准确，主要机器设备均为外购，供应商所在地均在中国；除已计提减值准备的机器设备外，不存在应计提减值未足额计提的情况。

2. 发行人报告期各期新购置机器设备的相关信息列示准确，目前均在正常使用中，与现金流量表相关项目、待认证、抵扣进项税具有匹配性。

3. 发行人各产品产能的确定依据合理，理论工时增长与各期各类设备变动情况具有匹配性，实际工时与产品产量具有匹配性，报告期早期发行人部分存在产能利用率偏低的情形，外协的需求主要基于产品差异和异地生产需求，发行人外协生产月份与相关月份的产能利用情况具有匹配性。

问题 15. 关于应付账款

根据招股说明书：报告期各期末，应付票据分别为 3,754.32 万元、5,406.51 万元和 10,120.58 万元；应付账款分别为 10,098.59 万元、14,918.84 万元和 18,914.50 万元。

请发行人说明：（1）应付账款余额较大的原因，报告期各期应付账款、应付票据前五大名称、金额、账龄情况并做简要分析；（2）应付账款是否存在纠纷或潜在纠纷，请结合报告期内货币资金余额、现金流情况等，分析发行人是否存在重大偿债风险。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、应付账款余额较大的原因，报告期各期应付账款、应付票据前五大名称、金额、账龄情况并做简要分析

（一）应付账款余额较大的原因

报告期各期末，公司应付账款主要包括应付货款、应付工程设备款、应付模具款等，具体如下：

单位：万元

项目	2023年6月末		2022年末		2021年末		2020年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付货款	9,776.80	61.36%	11,483.56	60.71%	11,263.40	75.50%	7,937.76	78.60%
应付工程设备款	1,716.80	10.77%	3,618.66	19.13%	975.02	6.54%	557.34	5.52%
应付模具款	3,176.53	19.93%	2,496.52	13.20%	1,425.80	9.56%	1,310.32	12.98%
应付其他	1,265.49	7.94%	1,315.76	6.96%	1,254.62	8.41%	293.17	2.90%
合计	15,935.62	100.00%	18,914.50	100.00%	14,918.84	100.00%	10,098.59	100.00%
其中：1年以内金额	15,734.07	98.74%	18,728.32	99.02%	14,656.95	98.24%	9,732.85	96.38%
1年以上金额	201.55	1.26%	186.18	0.98%	261.89	1.76%	365.74	3.62%
合计	15,935.62	100.00%	18,914.50	100.00%	14,918.84	100.00%	10,098.59	100.00%

由上表可知，报告期各期末，公司应付账款主要由应付货款构成，账龄主要集中在 1 年以内，2022 年末应付工程设备款和应付模具款增加较大，主要系：

（1）为扩充产能，公司 2022 年购置了注塑机、喷涂生产线、车轮分装生产线等机器设备，因此应付工程设备款增加较大；（2）随着公司经营规模的扩大，2022

年为客户配套供货的新产品增加，相应的模具采购量增加，因此应付模具款增加较大。

报告期各期末，公司应付货款余额较大的原因如下：

1. 报告期内，公司经营业绩良好，业务规模逐年增加，各期原材料采购规模较大，因此应付货款余额较大；

2. 公司与主要供应商形成了良好稳定的合作关系，报告期内，公司以非预付货款的采购模式为主，主要供应商会给予公司一定的信用额度和信用期限，因此应付货款余额较大；

3. 报告期各期末，公司应付货款账龄 1 年以内的比例分别为 95.82%、98.10%、98.63%和 **98.26%**，占比较高，即应付货款多为当期采购而尚未支付的款项，未付款的原因主要为未达到约定结算条件等，公司主要应付货款均按正常周期结算。

综上所述，报告期各期末，公司应付账款余额较大主要系未达到结算条件所致，公司按照合同约定与供应商结算款项，符合公司正常经营状况。

(二) 报告期各期，应付账款、应付票据前五大名称、金额、账龄情况并做简要分析

1. 公司应付账款前五大供应商名称、金额、账龄情况

报告期各期末，公司应付账款前五大供应商名称、金额、账龄情况如下：

(1) 2023 年 6 月 30 日

单位：万元

公司名称	账面余额	1年以内金额	1年以内占比
安徽蔚众汽车零部件有限公司	605.71	605.71	100.00%
江苏力崛模塑料科技有限公司	482.80	482.80	100.00%
苏州禾润昌新材料有限公司	444.64	444.64	100.00%
苏州达库优科压烫科技有限公司	419.92	419.92	100.00%
昆山鸿永盛模具有限公司	398.81	398.81	100.00%
合计	2,351.88	2,351.88	100.00%
应付账款余额	15,935.62	15,734.07	98.74%
前五大应付账款余额占比	14.76%	14.95%	

(2) 2022 年 12 月 31 日

单位：万元

公司名称	账面余额	1年以内金额	1年以内占比
上海锦湖日丽塑料有限公司	1,072.14	1,072.14	100.00%
海天塑机集团有限公司	836.41	836.41	100.00%
湖北旭驰工贸有限公司	737.62	737.62	100.00%
安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	684.90	684.90	100.00%
苏州达库优科压烫科技有限公司	643.39	643.39	100.00%
合计	3,974.47	3,974.47	100.00%
应付账款余额	18,914.50	18,728.32	99.02%
前五大应付账款余额占比	21.01%	21.22%	

(3) 2021年12月31日

单位：万元

公司名称	账面余额	1年以内金额	1年以内占比
合肥晟景塑业有限公司	850.26	850.26	100.00%
安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	474.16	474.16	100.00%
合肥正杰模塑有限公司	383.55	383.55	100.00%
宁波百川模具有限公司	341.74	341.74	100.00%
合肥立阳物流有限公司	337.76	337.76	100.00%
合计	2,387.48	2,387.48	100.00%
应付账款余额	14,918.84	14,656.95	98.24%
前五大应付账款余额占比	16.00%	16.29%	

(4) 2020年12月31日

单位：万元

公司名称	账面余额	1年以内	1年以内占比
安徽恒茂宜高电镀科技有限公司	637.58	580.04	90.98%
苏州禾润昌新材料有限公司	503.09	503.09	100.00%
合肥晟景塑业有限公司	394.69	347.42	88.02%
江苏力崛模塑科技有限公司	319.64	319.64	100.00%
安徽明盛建设工程有限公司经开区分公司	310.19	310.19	100.00%
合计	2,165.19	2,060.39	95.16%
应付账款余额	10,098.59	9,732.85	96.38%
前五大应付账款余额占比	21.44%	21.17%	

由上表可知，报告期各期末，公司应付账款前五大合计余额分别为2,165.19万元、2,387.48万元、3,974.47万元和**2,351.88万元**，呈上升趋势，主要系公司业务规模不断扩大，采购金额增加所致。报告期各期，前五大应付账款余额合计占期末应付账款余额的比例分别为21.44%、16.00%、21.01%和**14.76%**，公司供应商集中度相对较低，对供应商议价能力相对较强。报告期各期末，账龄1年以

内应付账款合计占应付账款余额的比例分别为 96.38%、98.24%、99.02%和 **98.74%**，公司采购信用政策相对稳定，1 年以上未支付的供应商款项较少。

2. 公司应付票据前五大名称、金额、账龄情况

报告期各期末，公司应付票据前五大名称、金额、账龄情况如下：

(1) 2023 年 6 月 30 日

单位：万元

公司名称	账面余额	占比
上海锦湖日丽塑料有限公司	440.00	13.73%
上海保隆工贸有限公司	311.02	9.71%
湖北旭驰工贸有限公司	200.00	6.24%
武汉永佳和新材料有限公司	182.11	5.68%
广东华创化工有限公司华东分公司	122.04	3.81%
合计	1,255.17	39.18%

(2) 2022 年 12 月 31 日

单位：万元

公司名称	账面余额	占比
苏州达库优科压烫科技有限公司	601.55	5.94%
广东华创化工有限公司华东分公司	555.71	5.49%
武汉永佳和新材料有限公司	402.50	3.98%
第八元素环境技术有限公司	286.95	2.84%
江苏高鹏实业投资有限公司	285.16	2.82%
合计	2,131.87	21.06%

(3) 2021 年 12 月 31 日

单位：万元

公司名称	账面余额	占比
江苏森远汽车部件有限公司	185.00	3.42%
常熟市路安达机械技术有限公司	145.00	2.68%
上海锦湖日丽塑料有限公司	143.00	2.64%
苏州禾润昌新材料有限公司	142.00	2.63%
安徽群鼎汽车科技有限公司	110.00	2.03%
合计	725.00	13.41%

(4) 2020 年 12 月 31 日

单位：万元

公司名称	账面余额	占比
武汉永佳和新材料有限公司	206.51	5.50%
第八元素环境技术有限公司	187.00	4.98%
台州市黄岩威瑞特模具有限公司	168.60	4.49%
宁海县友鑫模塑有限公司	162.70	4.33%
武汉静达丽新材料科技有限公司	157.45	4.19%
合计	882.26	23.50%

由上表可知，报告期各期末，应付票据前五大合计余额分别为 882.26 万元、725.00 万元、2,131.87 万元和 **1,255.17 万元**，呈上升趋势，主要系公司业务规模不断扩大，采购规模增加，支付的银行承兑汇票增加所致。报告期各期末，前五大应付票据余额占比分别为 23.50%、13.41%、21.06%和 **39.18%**，公司供应商集中度相对较低，对供应商议价能力相对较强。

报告期各期末，公司不存在逾期未支付的应付票据，账龄均在 1 年以内。

二、应付账款是否存在纠纷或潜在纠纷，请结合报告期内货币资金余额、现金流情况等，分析发行人是否存在重大偿债风险

（一）应付账款是否存在纠纷或潜在纠纷

公司的应付账款余额均为采购货款、模具、购置机器设备及厂房等日常经营活动所产生。报告期各期末，公司应付账款账龄情况如下：

单位：万元

应付账款	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	15,734.07	98.74%	18,728.32	99.02%	14,656.95	98.24%	9,732.85	96.38%
1年以上	201.55	1.26%	186.18	0.98%	261.89	1.76%	365.74	3.62%
合计	15,935.62	100.00%	18,914.50	100.00%	14,918.84	100.00%	10,098.59	100.00%

由上表可知，报告期各期末，公司应付账款的账龄主要在 1 年以内，占比均不低于 96.00%。应付账款账龄 1 年以上金额较小，占比分别为 3.62%、1.76%、0.98%和 **1.26%**，主要系工程设备尾款及质保金等未达到付款条件所致。

综上所述，报告期内，公司应付账款不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）请结合报告期内货币资金余额、现金流情况等，分析发行人是否存在重大偿债风险

报告期内，公司货币资金余额充足，现金流状况良好，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2023年1-6月 /2023.06.30	2022年度 /2022.12.31	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31
货币资金余额①	7,229.45	17,476.14	6,307.72	5,530.66
应收款项融资②	5,486.70	3,561.78	8,962.59	5,733.50
短期借款③	4,450.00	1,800.00	6,300.00	6,550.00
应付票据④	3,203.97	10,120.58	5,406.51	3,754.32
净额⑤=①+②-③-④	5,062.18	9,117.34	3,563.80	959.84
经营活动现金流量净额	-1,082.23	13,569.89	3,416.77	3,955.09
每股净现金流量（元）	-0.22	0.25	0.12	0.14
流动比率（倍）	1.77	1.50	1.32	1.30
速动比率（倍）	1.60	1.35	1.19	1.17
资产负债率	37.26%	46.01%	52.35%	49.97%
应收账款周转率（次/年）	2.27	2.73	2.33	2.09
存货周转率（次/年）	7.99	8.56	8.42	6.47
利息保障倍数（倍）	97.35	79.92	27.35	26.85

注：2023年1-6月应收账款周转率、存货周转率已年化处理。

报告期各期末，公司货币资金及应收款项融资余额合计分别为 11,264.16 万元、15,270.31 万元、21,037.92 万元和 **12,716.15 万元**，余额逐年上升；短期借款及应付票据余额合计分别为 10,304.32 万元、11,706.51 万元、11,920.58 万元和 **7,653.97 万元**，余额相对稳定，公司短期借款余额逐年下降。公司经营活动现金流量净额及每股净现金流量均为正数且逐年增加，利息保障倍数较高。报告期内，公司金融负债还本付息能力较强。

报告期各期末，公司流动比率、速动比率均大于 1 且逐年增加；应收账款、存货的周转率逐年增加，周转速度增加；报告期内，公司客户相对稳定，前五大客户均为国内大型汽车主机厂商或零部件厂商，客户规模较大、信用等级高；报告期各期末，公司账龄在 1 年以内的应收账款余额占比分别为 99.37%、98.20%、98.48%和 **98.76%**，应收账款质量较好。报告期内，公司经营负债偿付能力较强。

综上所述，报告期内，公司金融负债还本付息能力较强、经营负债偿付能力较强，不存在重大偿债风险。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师核查履行了以下核查程序：

1. 访谈发行人管理人员，了解发行人应付账款余额较大的原因；获取发行人采购与付款相关的内控制度，评价发行人采购与付款相关内部控制设计是否完善；选取采购与付款内部控制的关键节点执行控制测试，评价采购与付款相关控制措施是否有效运行。

2. 获取发行人应付账款明细表，复核主要供应商的余额、账龄等是否正确，并分析前五大供应商余额、账龄变动的原因及合理性。

3. 获取发行人提供的相关诉讼信息，公开查询涉及发行人的诉讼案件，对主要长账龄应付账款余额进行分析，了解发行人是否涉及纠纷或潜在纠纷。

4. 获取并复核发行人相关财务指标的计算结果，分析发行人关键财务指标变动合理性，评价发行人是否存在重大偿债风险。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人应付账款余额较大符合正常经营状况；报告期各期末，发行人应付账款、应付票据前五大供应商余额及账龄不存在异常情况。

2. 发行人应付账款不存在纠纷或潜在纠纷，不存在重大偿债风险。

问题 16. 关于子公司

根据保荐工作报告：发行人有 1 家控股子公司库尔特；并有 7 家一级全资子公司分别为海川部件、大连金美、合肥金美、正芯电子、芜湖金美、金美部件和金美新材料。其中，发行人全资子公司海川部件下设 2 家全资二级子公司分别为金兑汽车、安庆海川。

请发行人说明：（1）发行人与各子公司的主营业务内容及差异，资产、负债、技术、人员等分布情况，并结合发行人的业务规模、部分子公司未实缴注册资本和尚未实际经营等情况，说明发行人设立较多子公司的原因、背景、必要性和商业合理性；（2）各子公司的业务开展情况，母子公司、子公司之间是否存在购销或者生产环节上下游的关系，是否存在频繁的内部交易或资金往来，以及内部交易的定价情况。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人与各子公司的主营业务内容及差异，资产、负债、技术、人员等分布情况，并结合发行人的业务规模、部分子公司未实缴注册资本和尚未实际经营等情况，说明发行人设立较多子公司的原因、背景、必要性和商业合理性

（一）发行人与各子公司的主营业务内容及差异，及资产、负债、技术、人员等分布情况

汇通控股子公司业务均围绕了“汽车造型部件、汽车声学产品和车轮总成分装业务”三大主要业务板块；正芯电子主要业务为智能座舱“汽车塑料电动尾门系统”产品的研发，是公司新兴业务的储备。

1. 实际经营子公司的主要财务数据及经营情况

截至本回复出具日，汇通控股已实现生产经营的子公司包括了海川部件、库尔特、安庆海川、合肥金美、金兑汽车、芜湖金美和福州金美。

上述七家子公司的具体财务数据及经营情况如下：

（1）海川部件

海川部件成立于 2007 年 5 月 23 日，注册资本 2,400 万元，实收资本 2,400

万元，主营业务为车轮总成分装业务。截至本回复出具日，海川部件拥有专利技术共计 19 项，其中发明专利 1 项。

报告期内，海川部件主要财务数据及员工情况如下：

指标	2023. 6. 30/ 2023 年 1-6 月		2022.12.31/ 2022 年度		2021.12.31/ 2021 年度		2020.12.31/ 2020 年度
	金额（万元）	变动率	金额（万元）	变动率	金额（万元）	变动率	金额（万元）
总资产	9,042.16	1.41%	8,927.18	24.83%	7,151.20	23.13%	5,807.97
总负债	1,439.81	-25.68%	1,940.25	56.29%	1,241.44	43.87%	862.87
净资产	7,602.35	8.81%	6,986.93	18.23%	5,909.76	19.51%	4,945.10
营业收入	2,123.49	39.10%	3,235.07	2.02%	3,170.98	39.09%	2,279.86
净利润	615.42	40.21%	1,077.17	11.66%	964.66	34.30%	718.28
指标	2023. 6. 30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31
	数量（人）	变动率	数量（人）	变动率	数量（人）	变动率	数量（人）
员工	100	-9.09%	110	15.79%	95	10.47%	86

注 1:2023. 6. 30/2023 年 1-6 月主要财务数据变动率中，资产负债表数据和员工人数为 2022. 12. 31 比较变动；利润表数据为 2022 年 1-6 月比较变动；

注 2:截至 2023. 6. 30 员工人数为海川部件合并口径，包含海川部件本部 86 人、安庆海川子公司 5 人、扬州海川分公司 9 人。

（2）库尔特

库尔特成立于 2014 年 8 月 8 日，注册资本 6,200 万元，实收资本 3,720 万元，主营业务为汽车声学产品的研发、生产和销售。截至本回复出具日，库尔特拥有专利技术共计 2 项，其中发明专利 1 项。

报告期内，库尔特主要财务数据、技术成果及员工如下：

指标	2023. 6. 30/ 2023 年 1-6 月		2022.12.31/ 2022 年度		2021.12.31/ 2021 年度		2020.12.31/ 2020 年度
	金额（万元）	变动率	金额（万元）	变动率	金额（万元）	变动率	金额（万元）
总资产	2,822.16	28.07%	2,203.56	1.46%	2,171.80	-14.30%	2,534.30
总负债	1,831.11	41.67%	1,292.51	4.63%	1,235.33	-20.83%	1,560.35
净资产	991.05	8.78%	911.05	-2.71%	936.47	-3.85%	973.96
营业收入	1,888.01	92.87%	2,476.23	-5.90%	2,631.51	-12.45%	3,005.65
净利润	80.00	-	-25.42	-32.20%	-37.49	-112.26%	305.81
指标	2023. 6. 30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31
	数量（人）	变动率	数量（人）	变动率	数量（人）	变动率	数量（人）
员工	35	31.03%	29	11.54%	26	-35.00%	40

注：2023. 6. 30/2023 年 1-6 月主要财务数据变动率中，资产负债表数据和员工人数为 2022. 12. 31 比较变动；利润表数据为 2022 年 1-6 月比较变动。

(3) 安庆海川

安庆海川成立于 2021 年 11 月 24 日，注册资本 460 万元，实收资本 460 万元，主要为本次首次公开发行股票并上市的募投项目设立，截至本回复出具日，安庆海川已开始生产经营，主要客户为振宜汽车，主营业务为车轮总成装配业务。

报告期内，安庆海川主要财务数据、技术成果及员工如下：

指标	2023. 6. 30/ 2023 年 1-6 月		2022.12.31/ 2022 年度		2021.12.31/ 2021 年度		2020.12.31/ 2020 年度
	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)
总资产	1,241.12	50.08%	826.95	-	未经营	-	未经营
总负债	650.47	80.43%	360.51	-	未经营	-	未经营
净资产	590.65	26.63%	466.44	-	未经营	-	未经营
营业收入	358.32	-	196.32	-	未经营	-	未经营
净利润	124.21	-	6.44	-	未经营	-	未经营
指标	2023. 6. 30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31
	数量 (人)	变动率	数量 (人)	变动率	数量 (人)	变动率	数量 (人)
员工	5	66.67%	3	-	未经营	-	未经营

注：2023. 6. 30/2023 年 1-6 月主要财务数据变动率中，资产负债表数据和员工人数为 2022. 12. 31 比较变动；利润表数据为 2022 年 1-6 月比较变动。

(4) 合肥金美

合肥金美成立于 2022 年 1 月 18 日，注册资本 1,000 万元，实收资本 101 万元，主营业务为汽车造型部件的研发、生产和销售。截至本回复出具日，合肥金美尚未实际生产经营，仅向合肥北城产业投资有限责任公司新能源汽车配套产业园支付项目保证金 100.00 万元，预计后续随着产业园区的建设，合肥金美将开始生产经营并实现量产。

报告期内，合肥金美主要财务数据、技术成果及员工如下：

指标	2023. 6. 30/ 2023 年 1-6 月		2022.12.31/ 2022 年度		2021.12.31/ 2021 年度		2020.12.31/ 2020 年度
	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)
总资产	98.75	0.00%	98.75	-	未经营	-	未经营
总负债	0.00	0.00%	0.00	-	未经营	-	未经营
净资产	98.75	0.00%	98.75	-	未经营	-	未经营

营业收入	0.00	-	0.00	-	未经营	-	未经营
净利润	0.00	-	-2.25	-	未经营	-	未经营
指标	2023.6.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31
	数量(人)	变动率	数量(人)	变动率	数量(人)	变动率	数量(人)
员工	0	-	0	-	未经营	-	未经营

注：2023.6.30/2023年1-6月主要财务数据变动率中，资产负债表数据和员工人数为2022.12.31比较变动；利润表数据为2022年1-6月比较变动。合肥金美2022年1-6月尚未实际经营。

(5) 金兑汽车

金兑汽车成立于2022年1月20日，注册资本500万元，实收资本101万元，主要为本次首次公开发行股票并上市的募投项目设立，主营业务为车轮总成分装业务。截至本回复出具日，金兑汽车尚未实际生产经营，仅向合肥北城产业投资有限责任公司新能源汽车配套产业园支付项目保证金100.00万元，预计后续随着产业园区的建设和本次募集资金到位，金兑汽车将开始生产经营并实现量产。

报告期内，金兑汽车主要财务数据、技术成果及员工如下：

指标	2023.6.30/ 2023年1-6月		2022.12.31/ 2022年度		2021.12.31/ 2021年度		2020.12.31/ 2020年度
	金额(万元)	变动率	金额(万元)	变动率	金额(万元)	变动率	金额(万元)
总资产	98.75	0.00%	98.75	-	未经营	-	未经营
总负债	0.00	0.00%	0.00	-	未经营	-	未经营
净资产	98.75	0.00%	98.75	-	未经营	-	未经营
营业收入	0.00	-	0.00	-	未经营	-	未经营
净利润	0.00	-	-2.25	-	未经营	-	未经营
指标	2023.6.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31
	数量(人)	变动率	数量(人)	变动率	数量(人)	变动率	数量(人)
员工	0	-	0	-	未经营	-	未经营

注：2023.6.30/2023年1-6月主要财务数据变动率中，资产负债表数据和员工人数为2022.12.31比较变动；利润表数据为2022年1-6月比较变动。金兑汽车2022年1-6月尚未实际经营。

(6) 芜湖金美

芜湖金美成立于2022年10月12日，主营业务为汽车造型部件产品和汽车声学产品，已取得土地使用权并开工建设。

截至2023年6月30日，芜湖金美的总资产为2,378.18万元，总负债为32.94万元；净资产为2,345.24万元；2023年1-6月的营业收入为0万元，净

利润为-34.76万元。截至2023年6月30日，芜湖金美员工人数合计为2人。

(7) 福州金美

福州金美成立于2023年5月11日，主营业务为汽车声学产品车轮总成分装业务，预计2023年下半年正式投产供货。

截至2023年6月30日的总资产为506.01万元，总负债为409.06万元；净资产为96.95万元；2023年1-6月的营业收入为0万元，净利润为-3.05万元。截至2023年6月30日，福州金美员工人数合计为3人。

2. 未实际经营子公司情况及后续生产计划

截至本回复出具日，汇通控股尚未生产的子公司包括了大连金美、金美部件、金美新材料、正芯电子和**安庆金美五家**，上述子公司基本情况和未来生产经营计划如下：

公司名称	设立时间	注册资本 (万元)	实缴资本 (万元)	主营业务情况	未来经营计划
大连金美	2022-7-12	1,000.00	100.00	汽车造型部件 汽车声学产品	以大连金美为主体 针对奇瑞大连保税区 出口基地出口产品的 生产和销售
金美部件	2023-2-8	1,000.00	-	汽车造型部件 汽车声学产品 车轮总成分装	配套蔚来汽车滁州 生产基地萤火虫项目
金合新材料	2023-2-9	5,000.00	-		加深与振宜汽车协 同开发和深度合作
安庆金美	2023-8-17	3,000.00	-	智能座舱业务	前期研发阶段
正芯电子	2021-5-31	5,000.00	-		

注：金合新材料，曾用名“安徽金美新材料科技有限公司”（简称“金美新材料”），于2023年7月31日更名。

(二) 发行人设立较多子公司的原因、背景、必要性和商业合理性

汇通控股已实现生产经营的子公司包括了海川部件、库尔特、安庆海川、合肥金美、金兑汽车、芜湖金美和福州金美，其他**五家**子公司均为2021年之后新设立，目前未实际经营，是对业务拓展的提前布局规划。

汇通控股子公司的设立目的分为三类，一是以产品开发为导向，主要包括公司主营业务汽车造型部件、汽车声学产品和车轮总成分装，以及汽车智能座舱等新业务的研发开拓；二是以产能扩充为导向，主要包括了通过新建厂房、购置设备及募投项目投建等方式，扩充现有业务产能；三是以客户协同为导向，主要包

括了在进一步扩充产能的同时，对奇瑞汽车大连、芜湖总装厂的配套开发；以及与蔚来汽车、比亚迪和振宜汽车车轮总成分装业务的深度合作。

汇通控股子公司业务战略定位及对汇通控股业务发展的影响情况如下：

公司名称	所属业务板块	设立目的	设立背景及战略定位	对汇通控股发展的影响
库尔特	汽车声学产品	产品开发	与江淮汽车共同设立，主要对接江淮汽车声学产品产品研发生产及销售	汇通控股重要子公司，主要产品为汽车声学产品
海川部件	车轮总成分装	产品开发	主要负责车轮总成分装业务，目前客户包括了江淮汽车、蔚来汽车、振宜汽车；本次首发上市募投项目建设方，主要负责汽车车轮总成分装项目（合肥新桥项目）后续经营	汇通控股重要子公司，主要业务为车轮总成分装
大连金美	汽车造型部件 汽车声学产品	客户协同	位于大连保税区，为奇瑞汽车出口基地配套建设	毗邻奇瑞汽车大连总装工厂，加深与奇瑞汽车的协同开发和深度合作
合肥金美	汽车造型部件	产能扩充	主要负责汽车饰件产品的生产及经营	位于合肥市长丰县比亚迪生产基地附近，汇通控股现有产能的有效扩充
正芯电子	智能座舱业务	产品开发	全新业务板块研发及生产，目前主要研发项目为智能座舱“汽车塑料电动尾门系统”产品	汇通控股重点研发方向之一，目前该业务处于前期开发阶段，预计未来业务成熟后将由正芯电子实际生产经营，为公司带来新的业务增长点
芜湖金美	汽车造型部件 汽车声学产品	客户协同	位于芜湖经开区，为奇瑞汽车总部配套建设	毗邻奇瑞汽车芜湖总装工厂，加深与奇瑞汽车的协同开发和深度合作
金兑汽车	车轮总成分装	客户协同	位于合肥市长丰县，本次首发上市募投项目建设方，主要负责汽车车轮总成分装项目（长丰项目）后续经营	作为募投项目建设主体，配套比亚迪车轮总成的分装业务
安庆海川	车轮总成分装	客户协同	位于安庆市经开区，本次首发上市募投项目建设方，主要负责汽车车轮总成分装项目（安庆项目）后续经营	作为募投项目建设主体，配套振宜汽车及江淮新能源汽车车轮总成的分装业务
金美部件	汽车造型部件 汽车声学产品 车轮总成分装	客户协同	位于滁州，为蔚来汽车提供配套建设	加深与蔚来汽车滁州生产基地萤火虫项目的协同开发和深度合作
金合新材料	汽车造型部件 汽车声学产品 车轮总成分装	客户协同	位于滁州，为蔚来汽车提供配套建设	加深与蔚来汽车滁州生产基地萤火虫项目的协同开发和深度合作
福州金美	汽车声学产品 车轮总成分装	客户协同	位于福州，为奇瑞捷途汽车提供配套建设	加深与奇瑞捷途汽车的业务合作，开拓声学产品、车轮总成分装业务

公司名称	所属业务板块	设立目的	设立背景及战略定位	对汇通控股发展的影响
安庆金美	汽车造型部件 汽车声学产品 车轮总成分装	客户协同	位于国家级安庆经济计书开发区，为振宜汽车提供配套建设	加深与振宜汽车的业务合作，开拓汽车造型部件、声学产品、车轮总成分装业务

综上所述，汇通控股各子公司均为公司在业务发展过程中，为了实现业务开拓及产能扩充、布局新产品、及提升客户协同能力的业务需要而设立的，可以满足在现有三大业务板块的发展及新产品和研发需求，深度参与客户产品开发项目、有效提升客户粘性，且便于强化公司内部的专业化分工和公司内部管理与考核。因此，汇通控股子公司的设立符合公司的业务定位和发展战略需要，具有商业合理性。

二、母子公司、子公司之间是否存在购销或者生产环节上下游的关系，是否存在频繁的内部交易或资金往来，以及内部交易的定价情况

（一）汇通控股及子公司之间的业务关系情况

报告期内，汇通控股母公司及子公司之间依据各自定位及具体职能开展业务及经营，内部交易主要为产品销售和资金往来。

1. 汇通控股母子公司的产品销售内部交易情况如下：

单位：万元

销售方	采购方	交易内容	交易金额			
			2023年 1-6月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
汇通控股	库尔特	江淮汽车车型相关的汽车声学产品	363.47	531.46	491.37	625.71
汇通控股	库尔特	江淮汽车车型相关的汽车造型部件	3.87	3.58	0.59	1.78
安庆海川	海川部件	江淮汽车车型相关的车轮总成分装	33.49	118.39	-	-
内部购销金额合计			400.83	653.43	491.96	627.49
主营业务收入			31,261.70	62,831.93	41,719.73	29,296.18
内部购销金额占主营业务收入的比例			1.28%	1.04%	1.18%	2.14%

（1）汇通控股向库尔特销售汽车声学产品及汽车造型部件

库尔特作为汇通控股和合肥江淮汽车有限公司合资设立的子公司，主营业务为汽车声学产品的研发、生产和销售，产品包括了汽车隔音隔热垫、顶棚、地毯、行李箱系列产品等。汇通控股母公司、子公司库尔特在汽车声学产品存在业务交

叉，其中，汇通控股母公司汽车声学产品的主要客户为奇瑞汽车；库尔特由于小股东合肥江淮汽车有限公司持有其 35% 股权，因此主要承接江淮汽车声学产品的订单。

报告期内，由于库尔特产能限制，向汇通控股采购汽车声学产品并对外销售；此外，由于库尔特没有注塑机设备，因此存在少量装配过程中使用的注塑件从汇通控股采购的情形，形成了内部交易。

（2）安庆海川向海川部件销售车轮总成分装产品

由于海川部件的汽车总成和分装业务利用区位优势、产品生产和服务经验，与主机厂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，在厂区及产线的规划之初就形成了较为稳定的客户互相依存关系。

报告期内，海川部件作为主机厂的合格供应商签署销售合同，安庆海川需要通过海川部件向主机厂销售产品，因此形成了内部交易。

2. 汇通控股母子公司的资金往来情况如下：

单位：万元

年度	借款人	出借人	本金	利息	借款日期	还款日期
2020 年度	汇通控股	海川部件	1,000.00	20.42	2020 年 6 月	2020 年 12 月
2021 年度	汇通控股	海川部件	1,000.00	47.37	2021 年 3 月	2021 年 12 月
2021 年度	汇通控股	海川部件	600.00		2021 年 4 月	2021 年 10 月

海川部件车轮总成分装业务的主要客户一般以现汇结算货款，海川部件应收账款账期较短、现金流较为充裕；汇通控股汽车造型部件和汽车声学产品的主要客户一般存在 30 天到 90 天的信用期。汇通控股母公司向子公司借款后的资金去向主要是补充母公司营运资金、用于生产经营活动。

报告期内，汇通控股和海川部件存在短期资金拆借，是发行人根据实际经营情况和母子公司生产经营中的资金需求对资金进行合理调配，因此形成了内部资金往来。

（二）汇通控股及子公司内部交易的定价情况

1. 汇通控股母子公司内部交易定价情况

发行人母子公司均确立了合理的业务定位，并在内部购销环节设计上充分考虑了各公司的价值贡献。母子公司销售产品的内部交易价格主要基于成本加成的原则，结合产品成本与子公司需承担的经营费用综合定价。

发行人内部交易均签署了正式的购销合同，母子公司之间根据生产安排、经营需求发生销售、采购等内部交易，相关交易定价合理，内部交易金额已按照《企业会计准则》规定在合并报表范围进行合并抵销。

2. 汇通控股母子公司资金往来定价情况

发行人具有完善的内部资金拆借管理制度，发行人母子公司之间的资金拆借均签署了借款合同，借款利率为4.35%，参照人民银行1年期以内（含1年）贷款基准利率、并经借款双方协商确定，具有合理性。借款利息已按照《企业会计准则》规定在合并报表范围进行合并抵销。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人及子公司的营业执照、公司章程、主要财务数据及工商登记资料等文件。

2. 查阅企查查、中国裁判文书网、中国市场监管行政处罚文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网络公开信息，确认发行人及子公司的经营状态，行政处罚情况等。

3. 取得发行人工商、税务、土地、安监等主管机关出具的无违规证明。

4. 为本次募投项目建设而设立子公司的，取得了募投项目可行性研究报告，了解项目实施进度，并取得了合肥北城产业投资有限责任公司新能源汽车配套产业园支付项目保证金支付凭证。

5. 了解发行人与子公司少数股东及相关方的业务或资金往来情况，并通过查阅相关资金或业务往来涉及的协议、支付凭证文件等，了解相关定价依据，以及是否存在利益输送或代垫成本费用的情形。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人子公司均围绕主营业务设立，主要目的为了产品开发、产能扩充和客户协同，具有合理的背景和商业逻辑。
2. 发行人部分立子公司暂时没有实际经营业务具有合理性，不存在被吊销或被载入经营异常名录的情形，未发现受到行政处罚的情形。
3. 发行人母子公司、子公司之间存在购销关系，不存在生产环节上下游的关系。母子公司、子公司之间的内部交易主要为销售商品、资金往来，上述内部交易与公司业务开展情况相匹配。发行人及其子公司各主体之间独立核算，内部交易的价格充分参考实际成本、各环节价值贡献情况并结合业务的实际情况确定。

问题 17. 关于内控

根据保荐工作报告：（1）报告期内，发行人存在体外资金支付职工薪酬情形，包括通过供应商将资金汇入职工个人账户、将财务人员个人卡作为公司卡管理、监事配偶代收废品款、通过外部单位代发员工薪酬；（2）由于银行贷款资金的发放时间与公司实际支付供应商货款时间存在不匹配的情形，因此发行人与供应商发生过转贷。

请发行人说明：（1）报告期内通过个人卡和公司销售废品的主要客户名称、金额、销售数量、金额和占比，主要客户的基本情况，整改前后主要客户是否发生变化，选取相关客户履行的相关内部程序，与主要客户签订合同的主要内容，具体业务模式，票据、资金、货物的流转情况，相关的会计处理及合规性，相关客户其关联方与发行人、董监高及其关联方是否存在资金往来、除购销以外的关系；（2）财务人员个人卡作为公司卡资金流水的主要来源和主要去向，账户注销时间和整改完成时间相差较远的合理性；（3）列示题述供应商、外部单位报告期内与公司、职工个人（区分岗位类别、是否高管）的业务往来与资金往来情况，是否存在异常；（4）就上述体外资金、转贷问题的整改措施，是否建立了有效的内控制度，相关问题对报告期财务数据及未来生产经营的影响，是否存在税款补缴风险，代收款项涉及的董监高，是否影响相关人员的任职资格。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，说明对个人卡收款业务完整性和资金去向的核查方法、过程及结论，是否直接或间接流入公司客户、供应商及关联方，并发表明确意见。

回复：

一、报告期内通过个人卡和公司销售废品的主要客户名称、金额、销售数量、金额和占比，主要客户的基本情况，整改前后主要客户是否发生变化，选取相关客户履行的相关内部程序，与主要客户签订合同的主要内容，具体业务模式，票据、资金、货物的流转情况，相关的会计处理及合规性，相关客户其关联方与发行人、董监高及其关联方是否存在资金往来、除购销以外的关系

(一) 报告期内通过个人卡和公司销售废品的主要客户名称、金额、销售数量、金额和占比，主要客户的基本情况，整改前后主要客户是否发生变化

1. 报告期内通过个人卡和公司销售废品的主要客户名称、金额和占比如下：

单位：万元

客户名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	报告期合计
万金红* (1)	-	-	-	22.33	22.33
安徽骏盟贸易有限公司、合肥瑞利和汽车配件销售有限公司* (2)	-	-	20.38	65.44	85.82
合计	-	-	20.38	87.77	108.15
占同期营业收入比例	0.00%	0.00%	0.05%	0.30%	0.08%

注 1：万金红为肥西县宏友废品收购门市部、舒城信众废旧物资回收有限公司负责人；

注 2：安徽骏盟贸易有限公司、合肥瑞利和汽车配件销售有限公司的废品款通过江龙妹个人卡支付到公司账户。

2. 报告期内通过个人卡和公司销售废品的主要客户的销售废品数量

报告期发行人的废品主要包括生产废料和报废产品，生产废料为产品加工过程中发生的边角料，报废产品为产品加工完成后损坏产生的产品，除此之外，发行人废品还包括少量废旧纸箱等。报告期通过个人卡和公司销售废品的主要客户的销售废品种类和数量如下：

客户名称	种类	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
万金红	废料（吨）	-	-	-	35.64
安徽骏盟贸易有限公司、合肥瑞利和汽车配件销售有限公司	报废产品（万件）	-	-	0.45	0.83

3. 主要客户的基本情况，整改前后主要客户是否发生变化

(1) 肥西县宏友废品收购门市部

公司名称	肥西县宏友废品收购门市部
企业类型	个体工商户
成立日期	2015-4-14
经营者	万银花
地址	肥西县丰乐镇桥中村原万祠小学和操场
经营范围	废纸、废皮、注塑废料、冲压废料、废旧物资回收、塑料粉碎、产品分类（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）

以及：舒城信众废旧物资回收有限公司

公司名称	舒城信众废旧物资回收有限公司
企业类型	有限责任公司
成立日期	2018-8-20
注册资本	200 万元
股东	万金红（50%）、宋邦柱（50%）
注册地址	安徽省六安市舒城县千人桥镇舒胜村胜利组
经营范围	废旧物品回收利用、垃圾分类、清运（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）

(2) 安徽骏盟贸易有限公司

公司名称	安徽骏盟贸易有限公司
企业类型	有限责任公司
成立日期	2013-8-20
注册资本	500 万元
股东	徐伟（80%）、丁红（20%）
注册地址	安徽省合肥市肥东经济开发区护城路
经营范围	汽车零部件销售、日用百货、五金交电、室内外装饰材料销售、汽车润滑油、汽车维修机械销售。自营或代理各类商品和技术的进出口服务（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）

以及：合肥瑞利和汽车配件销售有限公司

公司名称	合肥瑞利和汽车配件销售有限公司
企业类型	有限责任公司
成立日期	2012-9-19
注册资本	100 万元
股东	张伟（50%）、胡秋（50%）
注册地址	安徽省合肥市瑶海区长江东路汽配城 C 区
经营范围	汽车配件、电瓶、轮胎、润滑油销售（以上凡涉及许可的项目均凭许可证件经营）

上述客户中，万金红于 2020 年存在向发行人财务人员个人卡汇款支付部分废品款的情形，已于 2020 年整改完毕，整改前后实际客户无变化；江龙妹代收

事项于 2021 年底整改完毕，发行人与相关客户不再交易。

(二) 选取相关客户履行的相关内部程序，与主要客户签订合同的主要内容，具体业务模式，票据、资金、货物的流转情况，相关的会计处理及合规性

1. 选取相关客户履行的相关内部程序，与主要客户签订合同的主要内容，具体业务模式

发行人销售部门统一管理废品的销售工作，销售人员知晓相关客户的购买意向，根据预沟通信息提交销售申请，经安环部、财务部审核通过后，由销售人员联系客户现场进行称重计量，并完成销售。发行人与主要客户已签订废品销售合同。

2. 票据、资金、货物的流转情况，相关的会计处理及合规性

废品交易的客户规模普遍偏小，公司不接受票据支付，收款方式一般为银行转账。基于款项结算及确认的便利性考虑，报告期前期发行人存在通过财务人员个人卡及业务联系人代收废品款的情形，相关废品收入均已纳入发行人账务处理并已缴纳相关税项，相关事项已整改完毕，自 2022 年起不再发生。

废品实物均由客户前往发行人厂区提货，经现场称重计量后，由客户自行联系运输，发行人不再负责后续物流事宜。

报废产品销售的会计处理为，收到客户货款后，贷记“其他业务收入”，成本借记“其他业务成本”；废料未单独核算成本，主要考虑到其产生于产品完工之前，且价值较低，根据重要性原则，未单独核算成本。

(三) 相关客户其关联方与发行人、董监高及其关联方是否存在资金往来、除购销以外的关系

相关客户其关联方与发行人、董监高及其关联方不存在资金往来以及除购销以外的其他关系。

二、财务人员个人卡作为公司卡资金流水的主要来源和主要去向，账户注销时间和整改完成时间相差较远的合理性

报告期内，公司财务人员王婵玉一张个人卡用于公司业务，2020 年该卡资金流入 22.33 万元，均为废品收入；资金流出 12.32 万元，均为员工奖金。

王婵玉个人卡于 2020 年 7 月注销，其个人卡涉及公司业务收入和支出已全部纳入发行人账务管理，相关账户已做相应调整。实控人因使用该银行卡而导致占用的公司资金已于 2021 年末偿还。

除此以外，发行人其他相关不规范事项于 2021 年整改完毕。主要原因在于发行人整体合规工作首先经财务部推动，故财务人员的相关事项规范较早，2021 年，发行人在中介机构辅导下推进整体合规，故其他不规范事项于 2021 年底整改完成。

三、列示题述供应商、外部单位报告期内与公司、职工个人（区分岗位类别、是否高管）的业务往来与资金往来情况，是否存在异常

（一）题述供应商、外部单位报告期内与公司的业务往来和资金往来

1. 明盛建设

报告期内，明盛建设承接发行人方兴大道厂房工程建设项目，发行人合计向其支付 2,145.43 万元。

上述业务系明盛建设发行人方兴大道厂房建设项目形成，上述建设项目已于 2020 年竣工结算。

2. 涉及转贷的供应商

公司在实际的业务经营过程中，由于向供应商支付款项的时间较为分散，而银行贷款资金的发放时间与公司实际支付供应商货款时间存在不匹配的情形。为满足公司实际经营活动对资金的需求，公司在获取银行贷款后，一次性将贷款通过受托支付的方式转给供应商，再由供应商将扣除其自身应收货款后的金额转回给公司，公司再根据实际经营安排将供应商转回的贷款资金用于支付后续采购款项及补充营运资金。

报告期内，公司发生的转贷情况如下：

单位：万元

贷款金额	发放机构	贷款发放日期	期限	转贷方名称	转贷金额	关联关系	资金流向	用途
960.00	交通银行	2019.3.1	1 年	合肥汇一新型材料有限公司	160.00	无	供应商	付采购款
800.00	交通银行	2019.9.2	1 年					
960.00	交通银行	2019.3.1	1 年	合肥晟景塑	1,950.00	无	供应商	付采

贷款金额	发放机构	贷款发放日期	期限	转贷方名称	转贷金额	关联关系	资金流向	用途
800.00	徽商银行	2019.3.4	1年	业有限公司				购款
1,700.00	交通银行	2019.4.12	1年					
400.00	科农行	2019.5.31	1年					
500.00	徽商银行	2019.1.23	1年	武汉永佳和新材料有限公司	952.95	无	供应商	付采购款
1,700.00	交通银行	2019.4.12	1年					
1,700.00	交通银行	2019.4.12	1年	合肥三井化工有限公司	300.00	无	供应商	付采购款
1,500.00	交通银行	2019.6.26	1年	浙江日成模具有限公司	300.00	无	供应商	付采购款
				安徽九辰环境科技有限公司	50.00	无	供应商	付采购款
合计					3,712.95			

报告期内，公司向上述供应商采购金额如下：

单位：万元

供应商名称	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
合肥汇一新型材料有限公司	43.56	80.20	178.57	81.24
合肥晟景塑业有限公司	476.12	1,161.15	990.33	599.88
武汉永佳和新材料有限公司	161.16	861.67	1,192.15	435.65
合肥三井化工有限公司	241.61	325.21	290.10	256.90
浙江日成模具有限公司	-	36.64	-	-
安徽九辰环境科技有限公司	-	-	32.75	28.27

注：2023年7月合肥晟景塑业有限公司更名为安徽蔚众汽车零部件有限公司。

上述转贷涉及的贷款均已于2020年到期，2019年至2020年期间发行人已将转贷款项所涉及的贷款归还银行，发行人自2020年起未再发生贷款周转的情形，新增贷款均为真实贷款。在转贷过程中，供应商均及时将资金转回发行人账户，因此发行人未向供应商收取资金利息，且发行人已按照签订的贷款合同的约定如期、足额还本付息，未发生逾期还款或其他违约的情形，未造成贷款银行资金损失。报告期内，发行人向上述单位的采购业务属于日常采购，与上述单位的主营业务相匹配。

（二）题述供应商、外部单位报告期内与职工个人的业务往来和资金往来

1. 通过供应商明盛建设体外支付薪酬

2020年1月，发行人通过供应商明盛建设，向部分员工支付年终奖合计98.44万元，具体如下：

(1) 高级管理人员 5 人，合计金额 46.74 万元；

(2) 其他职工 22 人（其中，财务部门 6 人、管理部门 3 人、技术部门 6 人、营销部门 6 人、采购部门 1 人），合计金额 51.7 万元。

报告期内，发行人基于奖金金额保密性的考虑，通过供应商向部分员工支付了年终奖金。发行人已对上述金额做会计更正，相关个人所得税款已补缴。

2. 通过财务人员个人卡代收废品款并支付员工薪酬

详见本题回复之“二、财务人员个人卡作为公司卡资金流水的主要来源和主要去向，账户注销时间和整改完成时间相差较远的合理性”，王婵玉非发行人高管。

3. 监事配偶代收废品款

2020-2021 年，发行人监事程辉艳配偶江龙妹代收废品款，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废品出售收入：		20.38	65.44
其中：			
安徽骏盟贸易有限公司		14.58	57.76
合肥瑞利和汽车配件销售有限公司		5.80	7.68

发行人使用个人卡代收废品收入主要基于款项结算及确认的便利性考虑，上述业务均已得到整改，相关废品收入均纳入公司账管理并做相应税务调整，该财务人员个人卡已于 2020 年注销，监事配偶代收废品款事项已于 2021 年终止，之后未再发生类似交易。

除上述事项外，题述供应商、外部单位报告期内与公司、职工个人不存在其他业务往来与资金往来；除上述供应商、外部单位报告期内与职工个人的往来外，其他业务不存在异常。

四、就上述体外资金、转贷问题的整改措施，是否建立了有效的内控制度，相关问题对报告期财务数据及未来生产经营的影响，是否存在税款补缴风险，代收款项涉及的董监高，是否影响相关人员的任职资格

(一) 就上述体外资金、转贷问题的整改措施，是否建立了有效的内控制度

1. 就上述体外资金、转贷问题的整改措施，建立了有效的内控制度

为加强内部控制，发行人采取了以下整改措施：

(1) 完善了财务管理制度、采购业务管理制度、销售管理制度等内部控制制度，包括货币资金管理、往来款项管理、收入确认管理、成本费用管理、会计核算日常管理、采购及销售业务管理。

(2) 通过员工入职培训，加强对发行人相关制度、业务流程培训；有针对性组织董事、监事、高级管理人员及其他员工开展内部控制制度培训，树立风险防范意识，加强内控规范意识，促进内部控制制度有效运行。

(3) 充分发挥审计委员会、内部审计部门的作用，开展自查自纠，杜绝发生违规转贷及体外资金行为。

2. 整改后内控制度运行情况及有效性

申报会计师对发行人整改后的内控制度运行情况及有效性进行了核查，主要如下：

(1) 货币资金管理内控

发行人已建立资金使用审批流程、货币资金管理等规定，并有效执行：

① 现金管理：发行人经营业务的现金收入及时解缴银行，日常业务所需现金支出由库存现金支付，不允许现金坐支情况；财务部负责人及有关人员定期或不定期对库存现金进行抽查，确保账实相符。

② 银行存款管理：发行人开立银行账户，经法定代表人批准并由财务部统一管理，不存在财务部管理之外的其他银行账户，禁止将发行人的货币资金以个人或他人名义存入银行账户，禁止出借账户供外单位或个人使用，禁止为外单位或个人代收代支、转账套现；发行人指定专人定期核对银行账户，每月至少核对一次，并编制银行存款余额调节表，使银行存款账面余额与银行对账单调节相符。通过网上银行办理资金收付业务，对客户证书、交易密码、数字签名实行由不同的岗位分开管理，禁止一人掌握支付款项所需的全部密码或一人独立完成网上支付的全过程。发行人用于货币资金收付业务的印章使用实行分管制，财务专用章由资金经理保管。

(2) 采购与付款管理内控

发行人制订了《采购业务管理制度》，并有效执行：

原材料的采购价格、采购货款的结算方式、采购付款条件由采购部负责人审批确定；如需预付采购款项的，按照货币资金支付的审核批准程序实施审核批准。采购所需支付的款项按照合同或订单约定条款支付，合同规定取得货物或劳务后支付或分次支付的，按照仓库入库单、采购发票及付款申请书经指定的人员审核后支付；经检验货物不符合采购合同（订单）规定的，仓库不予办理入库手续直接退还供应商，并由采购人员负责接洽换货或重新采购。

与供应商的资金往来，严格按照采购业务管理制度执行，相关货款支付，包括金额、支付进度等均需由财务部门审阅，不符合管理制度的，由公司内审部门进行合规审查，并提交公司管理层。

（3）销售与收款

发行人制订了《销售管理制度》，并有效执行：

销售部跟单销售人员与客户核对销售应收款项，所有销售回款均由财务部收取与核算，销售人员不得接触销售货款；销售部负责应收账款的催收。财务部依据会计记录对超过付款期限约定未收回的款项督促销售部催收。

（二）相关问题对报告期财务数据及未来生产经营的影响，是否存在税款补缴风险

相关问题对报告期财务数据影响如下：

事项	对报告期财务数据影响
1. 通过供应商体外支付薪酬 98.44 万元	调增 2019 年成本及费用合计 98.44 万元，调增应付工资 98.44 万元
2. 财务人员个人卡代收废品款并支付员工薪酬	调增 2020 年其他业务收入 22.33 万元（含税），调增 2020 年工资费用 12.32 万元
3. 监事配偶代收废品款	2020 年和 2021 年分别调增其他业务收入和税费合计 7.00 万元和 2.47 万元，相应等额调整薪酬费用

上述事项已在报告期内得到整改，对未来生产经营无不利影响，本次整改已全部补缴包括增值税、企业所得税和个人所得税在内的全部税项，后续无税款补缴风险。

（三）代收款项涉及的董监高，是否影响相关人员的任职资格

涉及代收款项的发行人董事、监事、高级管理人员所涉及的不规范事项业已

整改，上述董事、监事、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；上述董事、监事、高级管理人员不属于《公司法》第 146 条规定的人员，任职符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定；上述人员能够忠实和勤勉地履行职务，不存在违反《公司法》第 147 条规定的行为。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1. 对上述事项的核查程序

（1）对发行人销售部门、安环部门、财务部门相关人员进行访谈，了解废品的具体内容、废品销售业务的交易模式、选取客户履行的内部程序，了解废品交易资金、物流的流转情况，以及相关会计处理及合规性；获取发行人其他业务收入明细账，分析其具体构成、销售内容、金额及占比。

（2）通过国家企业信用信息公示系统，查询发行人主要废料客户的相关信息；对发行人主要废品客户进行实地走访，了解其业务的流程、货款的支付方式、交易价格的公允性以及确认双方是否存在关联关系、是否存在第三方收付款等。

（3）获取财务人员个人卡报告期全部银行流水，对当事人进行访谈，了解其主要来源与去向，了解不规范事项整改的经过。

（4）获取发行人及其控股股东、实际控制人及关联方的银行流水，获取发行人董监高及关键岗位人员的银行流水，对当事人进行访谈，核查其与题述供应商、外部单位的往来。

（5）对发行人管理层、财务部门负责人进行访谈，了解体外资金、转贷问题的整改措施，了解相关会计处理及税款补缴情况，了解其对发行人报告期财务数据及未来生产经营的影响。

（6）对发行人销售、生产、采购、财务等内控制度进行了解，对相关部门人员进行访谈，判断发行人内部控制的有效性。

2. 对个人卡收款业务完整性的核查程序

(1) 物流层面

了解发行人存货及废品管理制度，对仓储物流人员、安环人员进行访谈，了解与产品销售相关的存货及废品管理的情况，判断存货内部控制制度的有效性；对销售人员进行访谈，了解销售过程中的物流流程，了解发行人发出产品在客户仓库、第三方仓库的存放和管理情况，了解发出商品的后续流向及收入确认的具体流程；取得报告期小额出库且未发往客户或第三方仓库的出库清单，了解其对应的交易及收入入账情况。

(2) 资金流层面

获取发行人控股股东、实际控制人及其关联方的银行流水，获取发行人董监高及关键岗位人员的银行流水，对当事人进行访谈，对法人单笔 50 万以上、自然人单笔 5 万以上的流水进行访谈，了解其原因，关注个人账户是否与发行人的客户、供应商存在与发行人业务相关的资金往来；对资金来源于或流向发行人员工且单笔超过 5 万元的，查阅相应员工流水并做访谈，了解其资金用途，判断是否直接或间接来源于或流入发行人客户、供应商及关联方。

同时，核查发行人与客户的往来，以及账面“其他应收款”、“其他应付款”中的大额、高频率发生的个人往来款，对往来事项的合理性进行分析，将客户情况与发行人关联方、董监高及关键岗位员工的流水进行比对，关注是否存在个人卡收付款的行为。

(3) 客户、供应商层面

对发行人的客户、供应商进行访谈，了解业务的流程、货款的支付方式、交易价格的公允性以及确认双方是否存在关联关系、是否存在第三方收付款等；对个人卡收款业务涉及的主要客户或外部单位进行访谈，了解相关业务的实际情况，了解货款的支付方式及其原因。

(4) 发行人管理层面

对发行人财务负责人进行访谈，了解在报告期存在使用个人卡收款等不规范事项的原因，了解发行人财务部资金管理制度，了解相关事项的会计处理及整改

情况，了解财务部在提升内控管理方面的具体措施。对发行人销售负责人进行访谈，了解个人卡收款业务的销售流程及使用个人卡的原因，了解销售部门对该类事项的规范措施。

3. 对资金去向的核查程序

在上述流水核查工作基础上，根据个人卡收款后流水对资金流向进行核查，流向发行人资金账户的，与发行人财务部进行确认，了解后续财务处理情况及相关税费的缴纳情况；流向发行人职工的，对相关职工进行访谈，了解交易的性质和资金用途，了解薪酬后续的税款缴纳情况；流向实际控制人的，结合流水记录和访谈了解资金用途，计算对发行人的资金占用金额，并进行整改。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 对上述事项的核查意见

（1）报告期内，销售部门统一管理废品的销售工作并履行相关内部程序。废品销售的业务模式主要为现场交易，基于款项结算及确认的便利性考虑，发行人存在通过财务人员个人卡及业务联系人代收废品款的情形，相关废品收入均已纳入发行人账务处理并已缴纳相关税项。废品销售会计处理具有合规性，相关客户及其关联方与发行人、董监高及其关联方除已披露交易外，不存在其他资金往来和除购销以外的关系。

（2）报告期内，发行人上述个人卡收款业务资金主要来源为废品销售，主要流向主要为员工奖金，不存在直接或间接流入发行人客户、供应商的情形；上述个人卡收款金额有部分由实际控制人使用，截至 2021 年底，实际控制人已将该笔资金偿还。

（3）题述供应商、外部单位报告期内除与发行人存在正常业务往来外，存在与发行人职工个人的资金往来情况，上述不规范事项已整改完毕，相关税款已补缴。除上述事项外，不存在其他异常往来情形。

（4）发行人已就体外资金、转贷事项进行整改，发行人的内部控制有效，相关问题对报告期财务数据及未来生产经营影响较小，相关税款业已补缴。代收

款项涉及的董监高，不存在违法《公司法》任职资格的情形，不影响相关人员的任职资格。

2. 对个人卡收款业务完整性和资金去向的核查意见

(1) 发行人建立了涵盖仓储、销售、财务的内部控制体系，对包括个人卡收款业务在内的存货和销售实施管理；中介机构对发行人控股股东、实际控制人及其关联方、董监高及关键岗位人员的银行流水进行了核查，对主要客户、供应商、相关管理层及员工进行了访谈。除上述个人卡收款业务外，发行人不存在其他利用个人卡收款的情形，不存在虚构业务或体外循环的情形。

(2) 发行人上述个人卡收款业务资金流向主要为转回发行人对公账户、员工薪酬奖金和流向实际控制人，不存在直接或间接流入发行人客户、供应商的情形。

问题 18. 关于第三方回款

根据招股说明书,报告期内,发行人第三方回款金额分别为 2,628.86 万元、4,388.76 万元、731.06 万元,占营业收入比例分别为 8.97%、10.52%、1.16%,主要系自 2020 年起,奇瑞汽车及其关联方开始使用融单等数字化应收账款债权凭证与公司结算货款,付款方主要包括安徽中安商业保理有限责任公司、上海名佑融资租赁有限公司等。

请发行人说明:(1) 第三方回款的原因、必要性;签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款,该交易安排的合理性及第三方回款金额变动原因,报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷;(2) 发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排;(3) 发行人关于第三方回款及销售确认相关内部控制制度的制定与执行情况,如何保证第三方回款与相关销售收入勾稽一致。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程,并发表明确核查意见。

回复:

一、第三方回款的原因、必要性;签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款,该交易安排的合理性及第三方回款金额变动原因,报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷

(一) 第三方回款的原因、必要性

报告期各期,公司第三方回款情况具体如下:

单位:万元

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
保理公司回款	-	-	722.59	98.84%	4,331.32	98.69%	2,382.29	90.62%
其他第三方回款	5.33	100.00%	8.47	1.16%	57.44	1.31%	246.57	9.38%
其中:集团公司三方抹账	3.89	72.89%	4.32	0.59%	26.73	0.61%	10.98	0.42%
同一实际控制人控制的第三方付款	1.45	27.11%	4.15	0.57%	10.33	0.24%	170.15	6.47%
第三方代收款	-	-	-	-	20.38	0.46%	65.44	2.49%
合计	5.33	100.00%	731.06	100.00%	4,388.76	100.00%	2,628.86	100.00%

营业收入	31,591.07	/	62,831.93	/	41,719.73	/	29,296.18	/
占营业收入的比例	0.02%	/	1.16%	/	10.52%	/	8.97%	/

由上表可知，报告期各期，公司第三方回款金额分别为 2,628.86 万元、4,388.89 万元、731.06 万元和 **5.33 万元**，其中保理公司为第三方回款的主要内容，占第三方回款总额的比例分别为 90.62%、98.69%、98.84%和 **0.00%**。报告期内，公司发生第三方回款的原因及必要性如下：

1. 保理公司回款

报告期内，公司保理公司回款均为奇瑞汽车融单到期收款。为便于奇瑞汽车与公司结算，提高资金的使用效率，奇瑞汽车与公司签订《融单服务协议》。根据该协议，奇瑞汽车为融单的出具方，保理公司为融单的兑付方，公司收到融单后可转让用于支付供应商款项或到期收款等。根据公开市场上查询，珠城科技（301280）、科创能源（300731）、满坤科技（301132）等多家上市公司均存在融单结算。因此，公司与奇瑞汽车通过融单结算是交易中的一种结算模式，具有商业合理性及必要性。

2. 集团公司三方抹账

报告期内，集团公司三方抹账系公司与江淮汽车不同主体公司签订三方协议进行债权债务抵销。公司向江淮汽车轿车分公司、江淮汽车轻型商用车分公司销售产品形成债权，同时向安徽江汽物流有限公司、合肥江淮汽车有限公司采购运输等服务形成债务。江淮汽车为简化公司间结算，公司、上述债权方、债务方之间签订抹账协议，具有商业合理性及必要性。

3. 同一实际控制人控制的第三方付款

报告期内，同一实际控制人控制的第三方代付款系同一实际控制人控制下的不同公司（包括母子公司、兄弟公司等）代为付款。集团客户内部根据资金统筹安排结算的需求，由集团内其他公司向公司代为付款，公司与交易对手及其第三方签订三方协议，同意由其他公司代为支付货款，具有商业合理性及必要性。

4. 第三方代收款

报告期内，第三方代收款系公司通过自然人江龙妹代收销售废品款项，具体

详见本问询函回复之“问题 17 关于内控”之“一报告期内通过个人卡和公司销售废品的主要客户名称、金额、销售数量、金额和占比，主要客户的基本情况……”。公司已对该类代收事项进行整改，自 2021 年底开始未再发生第三方代收款项。

综上所述，保理公司回款、集团公司三方抹账、同一实际控制人控制的第三方付款均具有商业合理性和必要性；第三方代收主要系报告期前期公司规范意识不足所致，公司已进行整改，自 2021 年底开始未再发生第三方代收款项。

(二) 签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该交易安排的合理性及报告期内第三方回款金额变动原因，是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷

1. 报告期内第三方回款金额变动原因

报告期各期，公司第三方回款金额分别为 2,628.86 万元、4,388.76 万元、731.06 万元和 **5.33 万元**，其中保理公司为第三方回款的主要内容，各期金额分别为 2,382.29 万元、4,331.32 万元、722.59 万元和 **0 万元**，占第三方回款总额的比例分别为 90.62%、98.69%、98.84%和 **0.00%**。第三方回款金额 2021 年增加，2022 年及 **2023 年 1-6 月**下降，主要原因是由于保理公司第三方回款金额变动所致。

公司保理公司第三方回款均为奇瑞汽车支付的融单到期收款，各期金额变动主要是由于奇瑞汽车存在多种结算方式的结构变动所致。报告期内，奇瑞汽车主要结算方式回款情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
票据回款	3,824.45	56.89%	10,348.32	52.39%	12,024.50	59.41%	6,430.00	54.99%
债权凭证	1,026.30	15.27%	4,005.82	20.28%	2,464.93	12.17%	-	-
融单	-	-	722.59	3.65%	4,331.32	21.40%	2,382.29	20.37%
现汇及其他	1,871.49	27.84%	4,677.39	23.68%	1,420.79	7.02%	2,881.75	24.64%
合计	6,722.24	100.00%	19,754.12	100.00%	20,241.54	100.00%	11,694.05	100.00%

由上表可知，公司与奇瑞汽车结算方式包括票据、融单、债权凭证、现汇等。2021 年融单回款金额增加，主要是由于总体回款增加，融单支付金额相应增加所致；2022 年及 **2023 年 1-6 月**融单回款金额下降，主要是由于债权凭证和现汇

回款金额增加，融单支付金额相应减少所致。

2. 签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该交易安排的合理性及是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷

报告期内，公司不存在签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的情况，付款时均已取得各方的补充协议，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

二、发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

报告期各期，公司第三方回款相关的客户及回款方如下：

单位：万元

类型	客户名称	第三方名称	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
保理公司回款	奇瑞汽车	中安商业保理有限公司	-	-	722.59	98.84%	4,331.32	98.69%	2,382.29	90.62%
集团公司三方抹账	安徽江淮汽车集团股份有限公司轿车分公司	合肥江淮汽车有限公司	-	-	-	-	17.40	0.40%	-	-
	安徽江淮汽车集团股份有限公司轻型商用车分公司	安徽江汽物流有限公司	3.89	72.89%	4.32	0.59%	9.33	0.21%	10.98	0.42%
同一实际控制人控制的第三方付款	安徽江淮安驰汽车有限公司	安徽江淮汽车集团股份有限公司	-	-	-	-	-	-	12.95	0.49%
	安徽江淮汽车集团股份有限公司轻型商用车分公司		-	-	-	-	-	-	12.95	0.49%
	扬州江淮轻型汽车有限公司		-	-	-	-	-	-	113.28	4.31%
	山东艾赛特车轮有限公司	广饶贝特尔商贸有限公司	1.45	27.11%	4.15	0.57%	10.33	0.24%	30.97	1.18%
第三方代收款	安徽骏盟贸易有限公司、合肥瑞利和汽车配件销售有限公司	江龙妹	-	-	-	-	20.38	0.46%	65.44	2.49%
合计			5.33	100.00%	731.06	100.00%	4,388.76	100.00%	2,628.86	100.00%

注：山东艾赛特车轮有限公司、广饶贝特尔商贸有限公司同受贝特尔控股集团有限公司控制。

由上表可知，2020年、2021年，公司存在通过监事配偶江龙妹代收货款情况，主要系报告期前期公司规范意识不足导致，公司已对该事项进行整改，自2021年底开始未再发生第三方代收款项。除此之外，公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

三、发行人关于第三方回款及销售确认相关内部控制制度的制定与执行情况，如何保证第三方回款与相关销售收入勾稽一致

报告期内，公司针对客户第三方回款及销售确认建立了严格的内控制度，具体执行情况如下：

1. 制定严格的关于第三方回款相关的内部控制制度，例如《应收账款管理制度》《货币资金管理制度》等，形成了有效的第三方回款的内控管理。

2. 加强对业务人员的培训，强调需要客户从对公账户汇款。

3. 客户通过其他单位付款的，需取得代付协议，了解付款方与客户关系，明确客户和付款方的委托关系及双方责任。

4. 严格禁止员工利用个人账户代公司收款，登记第三方回款明细，定期与对方财务对账、与公司业务人员沟通确认回款方、回款金额、销售合同、收入确认一致性，确保回款均可以匹配至销售合同、销售收入，回款方与收入可以勾稽一致。

综上所述，公司制定了完善的关于第三方回款及销售确认相关内部控制制度，相关制度运行良好，可以保证第三方回款与相关销售收入勾稽一致。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1. 访谈发行人管理层，了解发行人与第三方回款相关的内部控制制度，了解发行人第三方回款的原因和背景。

2. 对发行人销售与收款流程相关的关键节点执行控制测试，评价发行人相关内部控制是否有效运行。

3. 获取并检查发行人与第三方回款相关的合同、发票、收款单及收款凭证、发行人第三方回款明细等，分析发行人第三方回款的原因及回款金额变动的合理性。

4. 查询发行人诉讼案件，判断发行人第三方回款是否涉及法律纠纷；查询发行人第三方回款的支付方的股权结构、关键管理人员，了解与发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系。

5. 检查发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键人员银行流水，检查发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在资金往来。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人保理公司回款、集团公司三方抹账、同一实际控制人控制的第三方付款均具有商业合理性和必要性，第三方代收款主要系报告期前期发行人规范意识不足导致，发行人已对上述代收事项进行整改，2021年11月起已不存在第三方代收款项；报告期内发行人第三方回款金额变动主要系奇瑞汽车选择的结算方式不同导致；报告期内，发行人不存在签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的情况，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

2. 发行人2020年、2021年存在监事程辉艳配偶江龙妹代收货款情况，主要系报告期前期发行人规范意识不足导致，发行人已对代收事项进行整改，2021年11月起已不存在第三方代收款项。除此之外，发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

3. 发行人关于第三方回款及销售确认相关内部控制制度设计完善、运行良好，可以保证第三方回款与相关销售收入勾稽一致。

问题 19.1 关于报表调整

根据申报文件，原始报表与申报报表存在多项会计核算差错调整事项。

请发行人说明：会计核算差错调整事项的具体事由、发生原因、调整过程。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、会计核算差错调整事项的具体事由、发生原因、调整过程

报告期内，公司 2021 年度、2022 年度原始报表与申报报表无差异。公司 2020 年度的原始报表与申报报表在资产负债表、利润表存在差错调整事项，报表调整情况如下：

(一) 资产负债表

单位：万元

序号	报表科目	原始报表 ①	申报报表 ②	差异金额 ②-①	调整原因及过程
1	货币资金	5,530.66	5,530.66	-	
2	应收账款	14,270.62	14,507.13	236.51	产品销售收入跨期，调增应收账款余额 243.82 万元、调增应收账款坏账准备余额 7.31 万元
3	应收款项融资	5,733.50	5,733.50	-	
4	预付款项	52.19	52.19	-	
5	其他应收款	16.60	87.89	71.29	个人资金流水涉及代收废料销售收入、代发员工薪酬、代垫经营费用、长期资产购置等形成的资金占用往来余额及利息调整
6	存货	3,199.14	3,057.50	-141.64	收入确认跨期调整相应的存货成本
7	其他流动资产	103.14	103.14	-	
8	固定资产	12,041.06	11,829.17	-211.89	个人资金流水涉及固定资产购置入账差异调整，调减固定资产原值 213.24 万元，调减累计折旧 1.35 万元
9	在建工程	52.89	52.89	-	
10	无形资产	1,530.81	1,530.81	-	
11	长期待摊费用	3,128.47	3,098.47	-30.00	个人资金流水涉及长期待摊费用入账差异调整

序号	报表科目	原始报表 ①	申报报表 ②	差异金额 ②-①	调整原因及过程
12	递延所得税资产	187.17	186.70	-0.47	根据调整后的应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备余额调整递延所得税资产余额
13	其他非流动资产	276.09	276.09	-	
14	短期借款	6,550.00	6,550.00	-	
15	应付票据	3,754.32	3,754.32	-	
16	应付账款	10,098.59	10,098.59	-	
17	合同负债	26.53	26.53	-	
18	应付职工薪酬	481.20	481.20	-	
19	应交税费	1,256.63	1,330.92	74.29	①收入确认跨期调整、个人资金流水代收废料销售收入调整增值税销项税额及个人资金流水涉及长期资产购置入账差异调整增值税进销税额转出合计53.44万元； ②根据调整事项重新测算当期所得税费用差异，调增应交企业所得税20.85万元。
20	其他应付款	71.53	71.53	-	
21	其他流动负债	3.45	3.45	-	
22	递延收益	698.68	693.28	-5.40	调整递延收益摊销测算差异
23	股本	9,452.23	9,452.23	-	
24	资本公积	1,530.96	1,749.24	218.28	调整股份支付费用入账差异
25	盈余公积	1,405.78	1,368.47	-37.31	根据调整后的净利润调整盈余公积计提金额
26	未分配利润	10,449.03	10,125.51	-323.52	本期及以前年度利润表科目调整累计影响
27	归属于母公司所有者权益合计	22,838.00	22,695.45	-142.55	本期及以前年度差错调整累计影响
28	少数股东权益	343.41	340.89	-2.52	本期及以前年度差错调整累计影响

(二) 利润表

单位：万元

序号	报表科目	原始报表 ①	申报报表 ②	差异金额 ②-①	差异原因
1	营业收入	29,190.58	29,296.18	105.60	①产品销售收入跨期，调增营业收入72.72万元 ②个人代收废料销售收入入账，调增营业收入32.88万元
2	营业成本	20,302.90	20,884.25	581.35	①根据新收入准则，对物流费、包装费等合同履行成本列报科目重分类，调增营业成本566.08万元 ②产品销售收入跨期，调增营业成本45.08万元 ③内部交易合并抵销科目列报重分类，调减营业成本29.81万元
3	税金及附加	196.37	196.37	-	
4	销售费用	1,215.47	645.20	-570.27	①根据新收入准则，对物流费、包装费等合同履行成本列报科目重分类，调减销售费用566.08万元 ②个人资金流水代发销售员工薪酬入账，调减销售费用4.19万元
5	管理费用	1,581.83	1,648.46	66.63	①员工激励形成的股份支付费用入账差异，调增管理费用76.16万元 ②内部交易合并抵销科目列报重分类，调增管理费用23.26万元 ③个人资金流水代发管理员工薪酬入账，调减管理费用21.44万元 ④个人资金流水涉及固定资产购置入账差异调整，调减管理费用中累计折旧1.35万元 ⑤个人资金流水涉及长期待摊费用入账差异调整，调减管理费用中摊销费用10.00万元
6	研发费用	1,119.19	1,140.06	20.87	①个人资金流水代发研发员工薪酬入账，调增研发费用14.32万元 ②内部交易合并抵销科目列报重分类，调增研发费用6.55万元
7	财务费用	300.96	298.79	-2.17	调整个人资金流水往来形成的关联方资金占用利息入账
8	其他收益	1,014.39	1,015.11	0.72	调整递延收益摊销测算差异

序号	报表科目	原始报表 ①	申报报表 ②	差异金额 ②-①	差异原因
9	信用减值损失	-229.26	-233.33	-4.07	根据调整后的应收账款、其他应收款余额，调增应收账款坏账准备2.47万元、其他应收款坏账准备1.60万元
10	资产减值损失	-121.91	-121.91	-	
11	资产处置收益	20.21	20.21	-	
12	营业外收入	13.68	13.68	-	
13	营业外支出	33.57	33.57	-	
14	所得税费用	658.58	664.63	6.05	①根据调整事项重新测算当期所得税费用差异，调增当期所得税费用7.12万元； ②根据调整后的应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备余额调整递延所得税资产余额，调减递延所得税费用1.07万元。
15	净利润	4,478.82	4,478.62	-0.20	本期利润表科目调整汇总

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 访谈发行人财务负责人，了解涉及调整事项的具体事项、内容和原因。
2. 取得发行人原始报表、向主管税务机关更正申报后的财务报表、相关记账凭证及附件，对比原始报表与申报报表的差异，复核差异调整事项的性质和原因，逐项分析差异产生的原因、调整的合理性，判断会计处理是否符合企业会计准则的相关规定。
3. 取得主管税务机关出具的发行人及子公司报告期内的合规纳税证明。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人原始报表与申报报表中的差异调整真实、准确，符合企业会计准则的规定。

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。

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

（一）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3,622.43m²，2022年度和2023年1-6月为7,705.40m²。

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 7,000.00m²，2022 年 5 月至 2023 年 4 月为 6,600.00m²，2023 年 5 月至今为 5,200.00m²。

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。

（二）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 ² ； （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 ² 左右，但位于一层方便用于生产线建设的厂房面积仅 2,600m ² 左右，难以满足汇通控股需求

考虑因素	汇通控股租赁厂房	海川部件出租厂房
距离	<p>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：</p> <p>(1) 仓储：方便生产后直接入库；</p> <p>(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；</p> <p>(3) 综合楼：在同厂区设立后勤办公室和员工食堂</p>	<p>海川部件厂区距离主要客户江淮汽车、蔚来汽车较近；</p> <p>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</p>

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。

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。

(三) 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：3,622.43m ²	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；
	2021.1.1- 2021.6.30	20 元/平方米	

租赁厂房及面积	租赁期限	价格（月 度）	其他重要条款
			（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
租赁厂房及面积： 1号厂房：3,222.95m ² 3号厂房：3,622.43m ² 综合楼：860.023m ² 共计：7,705.40m ²	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/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 ²	2019.5.1- 2020.4.30	16元/m ²	（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 ²	
	2021.5.1- 2022.4.30	16元/m ²	
租赁厂房及面积： 2号厂房1层：2,600m ² 2号厂房2层：2,600m ² 2号厂房3层：1,400m ² 合计6,600m ²	2022.5.1- 2023.4.30	1层：21元/m ² 2层：15元/m ² 3层：14元/m ²	
租赁厂房及面积： 2号厂房1层：2,600m ² 2号厂房2层：2,600m ²	2023.5.1- 2024.4.30	1层：21元/m ² 2层：15元/m ²	

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/m²/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）	3,200m ²	0.43 元/m ² /天	折合 12.9-23.1 元 /m ² /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
		4,900m ²	0.77 元/m ² /天	
		5,000m ²	0.77 元/m ² /天	
	蜀山区，标准厂房 （部分与安居客房屋同源同价）	2,050m ²	0.57 元/m ² /天	折合 12.0-27.9 元 /m ² /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 ²	0.5 元/m ² /天	
		15,000m ²	0.4 元/m ² /天	
		2,000m ²	0.87 元/m ² /天	
		2,000m ²	0.93 元/m ² /天	
	3,000m ²	0.87 元/m ² /天		
	安居客	经开区，标准厂房 （58 同城重复房源未列明）	5,000m ²	0.7 元/m ² /天
3,000m ²			0.6 元/m ² /天	
5,000m ²			0.6 元/m ² /天	
蜀山区，标准厂房 （58 同城重复房源未列明）		10,000m ²	0.46 元/m ² /天	折合 13.8-24.0 元 /m ² /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
		3,000m ²	15.0 元/m ² /天	
		5,000m ²	0.8 元/m ² /天	
		8,000m ²	0.8 元/m ² /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

（一）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。

（二）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”，规划建设研发综合楼和 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到了生产经营中。

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。

(三) 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，公司承租汇通集团产房的期限为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。”

综上所述，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。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 取得了发行人及其子公司出租、承租房产的租赁合同，了解了出租、承租房产的背景及原因。通过同区域租房市场查询并查阅公司审议房屋租赁关联交易的会议资料，了解和分析租赁房产价格的定价原则、定价公允性。

2. 取得了出租、承租房产的房屋产权证书等权属证明文件，取得了汇通控股租赁汇通集团 1 号厂房建设喷涂生产线的环评批复文件，确认租赁房屋产权清晰、从事的生产经营合法合规。

3. 取得汇通集团及陈王保出具的专项承诺。

4. 了解、分析了发行人同时存在租赁和出租房产的原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 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。

2. 根据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。

3. 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。

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。

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

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 ²)	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，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

（一）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%
车轮分装产能	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
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%

单位：万套/万件

产品	指标	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
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，公司产能利用情况详见本问询函回复之“问题 14. 关于固定资产和产能”之“三、发行人各产品产能的确定依据，理论工时增长与各期各类设备变动情况的匹配性，实际工时与产品产量的匹配关系，报告期内产能利用率较低仍存在外协的原因，外协生产的主要月份及相关月份的产能利用情况”。

（二）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

截至本回复出具日，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问询函回复之“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。

截至本回复出具日，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

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

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

随着汽车消费市场需求向多元化、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

（一）报告期内公司研发投入金额、研发人员数量等情况

截至本回复出具日，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：

单位：万元

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 2023 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。

（二）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，满足公司主营产品的实验需求；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

（一）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	70,697.50	54.83%	24,549.40	29.65%

(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	21,953.92	26.69%	15,148.35	25.74%	13,359.98	29.01%

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入的合理性

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资情况

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
建设投资	23,717.51	82.6%	2,360.14	92.2%
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%
铺底流动资金	5,000.00	17.4%	200.00	7.8%
项目总投资	28,717.51	100.0%	2,560.14	100.0%

(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
建设投资	4,012.98	95.3%	3,357.38	94.4%
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%
铺底流动资金	200.00	4.7%	200.00	5.6%
项目总投资	4,212.98	100.0%	3,557.38	100.0%

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。从外部业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。

（二）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。

（三）本次募投项目实施对公司未来经营、财务的影响

公司对本次募投项目的前提投入和未来生产经营进行了审慎评估，并聘请了大象咨询对本次募投项目建设及项目经济效益进行了可行性分析和合理预计。

本次募投项目实施对公司的影响如下：

1. 本次募投项目实施对公司未来的经营发展的影响

本次募投项目投入均是围绕公司主营业务展开。

一是公司采取精益生产模式，本次募投项目通过建造厂房并配套购置先进的生产设备，从而进一步扩充汽车造型部件、汽车声学产品和车轮总成分装业务的产能，有效降低公司生产成本，提高生产效率，提升公司核心竞争力。

二是公司重视研发创新，本次募投项目在公司现有技术和工艺水平基础上，对现有技术支持体系进行升级和整合，建成与现有主营业务统一的技术支持体系，

从而为公司研发水平和业务规模提升、综合实力增强提供支撑。

三是公司不断提升内部经营管理和行业内协同水平，本次募投项目建设将优化升级各部门办公的高效协同，进一步打通公司对上下游供应商、客户的沟通渠道，有效提升公司管理水平和生产经营效率。

2. 汽车饰件扩产项目对公司未来经营和财务指标的影响

经综合测算，汽车饰件扩产项目所得税后内部收益率为 15.33%，高于资金成本或债务利率，因此本项目的实施有利于提升公司整体盈利水平，提高股东回报。同时，项目税后净现值大于 0，投资回收期合理，项目总体的预期经济效益良好，财务风险较低。

序号	项目名称	单位	数值	备注
1	项目总投资	万元	28,717.51	-
1.1	建设投资	万元	23,717.51	-
1.2	铺底流动资金	万元	5,000.00	-
2	项目年均营业收入	万元	49,994.91	-
3	项目年均利润总额	万元	7,590.15	-
4	项目年均净利润	万元	6,451.63	-
5	财务评价指标			-
5.1	项目平均毛利率	%	29.32%	-
5.2	项目平均净利率	%	12.90%	-
5.3	投资回收期（含建设期）	年	7.13	所得税前
		年	7.74	所得税后
5.4	财务内部收益率	%	17.45%	所得税前
		%	15.33%	所得税后
5.5	财务净现值（ $i_c=12\%$ ）	万元	12,349.85	所得税前
		万元	7,486.61	所得税后
5.6	盈亏平衡点	%	44.72%	达产年

3. 车轮总成分装项目对公司未来经营和财务指标的影响

（1）安庆项目

经综合测算，车轮总成分装项目（安庆项目）所得税后内部收益率为 21.56%，高于资金成本或债务利率，因此本项目的实施有利于提升公司整体盈利水平，提高股东回报。同时，项目税后净现值大于 0，投资回收期合理，项目总体的预期经济效益良好，财务风险较低。

序号	项目名称	单位	数值	备注
1	项目总投资	万元	2,560.14	-
1.1	建设投资	万元	2,360.14	-
1.2	铺底流动资金	万元	200.00	-
2	项目年均营业收入	万元	1,920.00	-
3	项目年均利润总额	万元	502.80	-
4	项目年均净利润	万元	377.10	-
5	财务评价指标			-
5.1	项目平均毛利率	%	51.63	-
5.2	项目平均净利率	%	19.64	-
5.3	投资回收期（含建设期）	年	5.35	所得税前
		年	6.14	所得税后
5.4	财务内部收益率	%	21.56	所得税前
		%	17.17	所得税后
5.5	财务净现值（ $i_c=12\%$ ）	万元	1,126.91	所得税前
		万元	589.23	所得税后
5.6	盈亏平衡点	%	45.95	达产年

（2）合肥新桥项目

经综合测算，车轮总成分装项目（合肥新桥项目）所得税后内部收益率为19.38%，高于资金成本或债务利率，因此本项目的实施有利于提升公司整体盈利水平，提高股东回报。同时，项目税后净现值大于0，投资回收期合理，项目总体的预期经济效益良好，财务风险较低。

序号	项目名称	单位	数量	备注
1	项目总投资	万元	4,212.98	-
1.1	建设投资	万元	4,012.98	-
1.2	铺底流动资金	万元	200.00	-
2	项目年均营业收入	万元	4,320.00	-
3	项目年均利润总额	万元	1,043.82	-
4	项目年均净利润	万元	782.87	-
5	财务评价指标			-
5.1	项目平均毛利率	%	49.65	-
5.2	项目平均净利率	%	18.12	-
5.3	投资回收期（含建设期）	年	5.05	所得税前
		年	5.82	所得税后
5.4	财务内部收益率	%	24.42	所得税前
		%	19.38	所得税后
5.5	财务净现值（ $i_c=12\%$ ）	万元	2,641.79	所得税前

		万元	1,514.36	所得税后
5.6	盈亏平衡点	%	48.12	达产年

(3) 长丰项目

经综合测算，车轮总成分装项目（长丰项目）所得税后内部收益率为 19.17%，高于资金成本或债务利率，因此本项目的实施有利于提升公司整体盈利水平，提高股东回报。同时，项目税后净现值大于 0，投资回收期合理，项目总体的预期经济效益良好，财务风险较低。

序号	项目名称	单位	数值	备注
1	项目总投资	万元	3,557.38	-
1.1	建设投资	万元	3,357.38	-
1.2	铺底流动资金	万元	200.00	-
2	项目年均营业收入	万元	3,200.00	-
3	项目年均利润总额	万元	860.19	-
4	项目年均净利润	万元	645.14	-
5	财务评价指标			-
5.1	项目平均毛利率	%	52.45	-
5.2	项目平均净利率	%	20.16	-
5.3	投资回收期（含建设期）	年	5.08	所得税前
		年	5.87	所得税后
5.4	财务内部收益率	%	24.17	所得税前
		%	19.17	所得税后
5.5	财务净现值（ $i_c=12\%$ ）	万元	2,139.32	所得税前
		万元	1,217.54	所得税后
5.6	盈亏平衡点	%	45.45	达产年

4. 数字化及研发中心建设项目对公司未来经营和财务指标的影响

数字化及研发中心建设项目不直接产生利润，因此无法进行独立财务评价。该项目建成后，效益主要体现为公司整体研发实力和创新能力的大幅提高，有利于公司开发新的产品，创造新的利润增长点，提高公司的整体核心竞争力。

综上所述，本次募投项目投入对公司业务和财务均具有积极作用。

五、中介机构核查意见

(一) 核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1. 了解“汽车饰件扩产项目”建设用地的最新进展，取得合肥经济技术开发区管理委员会出具的《情况说明》。

2. 查阅了发行人本次发行相关募集资金投资项目的可行性研究报告、关于审议本次募投项目的董事会、股东大会决议、募投项目效益测算表等资料。

3. 访谈发行人管理层，了解本次募投项目规划、产品前景、与现有业务关系、新增产能消耗能力及具体安排等情况。

4. 查阅本次募投项目备案和环评批文，了解本次募投项目的具体建设内容，确保已完成所需的外部审批程序。

5. 查阅并统计发行人现有产品及本次募投项目产品新增的产能、产量、销量情况。

6. 查阅并统计发行人在手订单情况，募投项目车轮总成分装业务已取得的定点函和战略合作协议。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1. 发行人新增产能规模符合发行人发展需求，具有必要性，且发行人具备相应产能消化措施。本次新建厂房、投入机器设备和软件设备、研发项目投入和补充流动资金均考虑了发行人实际需求，并与主营业务高度相关，具有合理性。

2. 发行人本次募投项目的所得税后内部收益率均高于资金成本或债务利率，项目实施有利于提升发行人整体盈利水平，提高股东回报。同时，各项募投项目税后净现值均大于 0，投资回收期合理，项目总体的预期经济效益良好，财务风险较低。

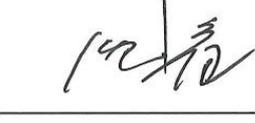
3. 发行人募投项目的实施是对现有经营模式的扩充和优化，募投项目实施后，发行人业务模式不会发生改变。

(此页无正文，为容诚专字[2023]230Z2910号专项说明之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师:  
郭凯

中国注册会计师:  
沈童

中国注册会计师:  
宗志迅

2023年9月26日