

关于江苏中捷精工科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
第二轮审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



二〇二〇年十二月

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 11 月 28 日出具的《关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“《问询函》”）已收悉，安信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“安信证券”）、江苏中捷精工科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“中捷精工”）、国浩律师（杭州）事务所（以下简称“国浩”、“发行人律师”）、大信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“大信”、“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

除另有说明外，本回复报告所用简称与《江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改与补充	楷体（加粗）

目录

问题 1：关于关联交易	4
问题 2：关于商誉	24
问题 3：关于外协加工	31
问题 4：关于业务	46
问题 5：关于销售返利	49
问题 6：关于金工零部件	52
问题 7：关于发行人对品牌车型销量变化	59
问题 8：关于产品结构变动与价格变化	74
问题 9：关于冲压零部件业务	88
问题 10：关于毛利率	111
问题 11：关于其他业务收入	142
问题 12：关于存货	154
问题 13：关于期间费用	160
问题 14：关于原材料采购	176
问题 15：关于长期待摊费用	197
问题 16：关于固定资产机器设备	201

问题 1：关于关联交易

首轮问询回复显示：

(1) 发行人子公司无锡佳捷历史股东顾建兵、明宇香港和 Liu Lou 受让无锡佳捷股权时均未实际支付相应价款，其中顾建兵系魏鹤良女婿、魏忠妹夫，明宇香港系发行人实际控制人曾经控制的企业；2007 年 9 月，华惠康通过受让股权和认缴增资的方式成为无锡佳捷股东，华惠康受让股权时未支付相应价款。2017 年发行人向华惠康收购了其持有无锡佳捷的 25% 股权，向魏鹤良收购其持有的无锡佳捷 75% 股权，发行人采用基于资产基础法对无锡佳捷股权价值进行评估，评估结果为 1,683.91 万元，评估增值 653.68 万元，增值率 63.45%，增值原因主要是土地房产评估增值。

(2) 发行人于 2017 年向少数股东万新铝质收购持有的无锡美捷 30% 股权，万新铝质系华惠康实际控制的企业。

(3) 发行人采用资产基础法和收益法对烟台通吉股权进行评估，最终采用了收益法，评估结果为 1,255.87 万元，评估增值 680.85 万元，增值率为 118.40%，黄晓慈系烟台通吉少数股东。

(4) 发行人向关联方埃玛格出售的位于无锡市锡山区东港镇港下村的土地为工业用地，在出售前，当地政府已将前述土地规划为二类住宅用地及商住混合用地，但评估时点上述土地的法定用途为工业用地，发行人按照工业用地对其评估价格为 175 万元，若按照周边可比住宅用进行评估，价格为 2,581.40 万元。

请发行人：

(1) 说明 Liu Lou 与发行人实际控制人的关系；说明顾建兵、明宇香港、Liu Lou、华惠康、万新铝质、黄晓慈是否与实际控制人之间存在代持安排或其他特殊利益安排。

(2) 说明华惠康、万新铝质和黄晓慈等受让方是否在发行人客户或供应商中拥有权益，是否投资与发行人经营同类或相似业务的企业；说明万新铝质是否为发行人供应商。

(3) 披露无锡佳捷各项资产的增值情况；披露增值房地产的明细情况，包

括土地或房屋性质、位置、购入时间、资产原值、累计折旧和摊销情况；说明采用资产基础法对土地进行评估所采取的主要参数假设、依据及合理性。

(4)披露烟台通吉的主要资产构成及明细情况；结合烟台通吉的亏损状态，说明收购时点采用收益法对其进行估值是否合理、审慎；披露收益法评估的过程、主要参数、依据及合理性。

(5)披露向埃玛格转让土地后，截至审核问询函回复日土地性质是否发生变更；说明发行人收购无锡佳捷、无锡美捷、烟台通吉股权和向埃玛格出售土地等关联交易是否履行了相应的审议程序。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一)说明 Liu Lou 与发行人实际控制人的关系；说明顾建兵、明宇香港、Liu Lou、华惠康、万新铝质、黄晓慈是否与实际控制人之间存在代持安排或其他特殊利益安排。

1、Liu Lou（刘中兴）系美籍华裔，于 1996 年开始在无锡投资，现任无锡派德文具礼品有限公司执行董事、总经理；2006 年初经朋友介绍与魏忠结识，出于对无锡佳捷拟开展业务以及发展前景的认同进行了投资，并于 2008 年 4 月退出无锡佳捷。Liu Lou 与发行人实际控制人魏鹤良、魏忠无关联关系。

2、顾建兵、明宇香港、Liu Lou、华惠康系发行人子公司无锡佳捷之历史股东，万新铝质系发行人子公司无锡美捷之历史股东，黄晓慈系发行人子公司烟台通吉现有股东。

(1)根据无锡佳捷的工商资料，无锡佳捷自成立以来的股东变动情况如下：

序号	时间及变动情况	股东姓名/名称	持股比例	是否真实持有
1	2003 年 12 月 23 日，无锡佳捷成立	魏鹤良	60.00%	是
		魏忠	40.00%	是
2	2005 年 1 月 18 日，顾建兵受让魏忠持有的无锡佳捷 40% 股权	魏鹤良	60.00%	是
		顾建兵	40.00%	是
3	2005 年 6 月 18 日，明宇香港分别受让魏鹤良、顾建兵持有的无锡佳捷 40%、40% 股权	明宇香港	80.00%	是
		魏鹤良	20.00%	是

4	2006年9月18日,魏鹤良、Liu Lou分别受让明宇香港持有的无锡佳捷55%、25%股权	魏鹤良	75.00%	是
		Liu Lou	25.00%	是
5	2008年4月1日,华惠康受让Liu Lou持有的无锡佳捷25%股权	魏鹤良	75.00%	是
		华惠康	25.00%	是
6	2017年9月28日,中捷有限分别受让魏鹤良、华惠康持有的无锡佳捷75%、25%股权	中捷有限	100.00%	是

经核查,顾建兵、明宇香港、Liu Lou、华惠康曾持有的无锡佳捷股权均为其真实持有,与实际控制人之间不存在代持安排或其他特殊利益安排。

(2)万新铝质(华惠康实际控制的香港公司)于2011年10月受让FORTUNE VENTURE HOLDING LTD.和FBS MANUFACTURING CORPORATION分别持有的无锡美捷25%、5%股权后,成为无锡美捷股东,后于2017年9月29日,万新铝质将其持有的无锡美捷30%股权转让给中捷有限。

经核查,万新铝质曾持有的无锡美捷股权为其真实持有,与实际控制人之间不存在代持安排或其他特殊利益安排。

(3)黄晓慈于2016年2月认缴烟台通吉100万元增资款后成为烟台通吉股东,持有烟台通吉8%股权。

经核查,黄晓慈持有的烟台通吉股权为其真实持有,与实际控制人之间不存在代持安排或其他特殊利益安排。

(二)说明华惠康、万新铝质和黄晓慈等受让方是否在发行人客户或供应商中拥有权益,是否投资与发行人经营同类或相似业务的企业;说明万新铝质是否为发行人供应商。

1、经核查,除已披露的情况外,华惠康、万新铝质、黄晓慈未在发行人客户或供应商中拥有权益。

2、华惠康、万新铝质、黄晓慈的对外投资情况如下:

序号	姓名/名称	对外投资公司	持股比例	主营业务
1	华惠康	万新铝质	100.00%	铝型材贸易
2	万新铝质	无	—	—
3	黄晓慈	无锡艾斯梯吉零部件有限公司	33.33%	模具加工、销售

注：无锡艾斯梯吉零部件有限公司主营模具加工业务，截至 2019 年末已停业，目前无实际经营活动。

经核查，华惠康、万新铝质、黄晓慈未投资与发行人经营同类或相似业务的企业。

3、经核查，万新铝质不是发行人供应商。

(三) 披露无锡佳捷各项资产的增值情况；披露增值房地产的明细情况，包括土地或房屋性质、位置、购入时间、资产原值、累计折旧和摊销情况；说明采用资产基础法对土地进行评估所采取的主要参数假设、依据及合理性。

1、无锡佳捷各项资产的增值情况

根据无锡市衡业土地房地产资产评估咨询有限公司出具的锡衡业评报字(2017)第 Z0801 号《评估报告》，无锡佳捷各项资产的增值情况如下：

单位：万元

序号	项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率 (%)
1	货币资金	198.41	198.41	0.00	0.00
2	应收账款	79.12	79.12	0.00	0.00
3	预付账款	49.11	49.11	0.00	0.00
4	其他应收款	418.33	418.33	0.00	0.00
5	存货	46.76	46.77	0.01	0.00
6	投资性房地产	304.81	324.00	19.19	6.30
7	固定资产	1,457.50	1,618.81	161.31	11.07
8	在建工程	459.63	467.85	8.22	1.79
9	无形资产	471.46	1,048.40	576.94	122.37
10	长期待摊费用	44.21	44.21	0.00	0.00
	总计	3,529.34	4,295.00	765.67	21.69

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”之“(一) 2017 年收购无锡佳捷”中补充披露。

2、无锡佳捷增值房地产的明细情况

根据无锡佳捷签订的《国有建设用地使用权出让合同》《国有土地使用权转让合同》、无锡佳捷持有的苏(2017)无锡市不动产权第 0115996 号《不动

产权证书》、无锡佳捷截至 2017 年 5 月 31 日的财务资料，无锡佳捷主要增值房地产的明细情况如下：

单位：万元

项目	性质	位置	面积 (m ²)	购入时间	账面原值	累计折旧/ 摊销
土地 使用权	工业 用地	无锡市锡山 区东港东港 路 8	25,762.20	2007.09.06	426.76	80.41
			1,999.00	2017.05.31	77.45	0.16
			1361.20	2017.05.31	47.91	0.08
门卫	工交 仓储	无锡市锡山 区东港东港 路 8	100.97	2007.07.31	10.00	4.43
变电所			134.31	2011.09.30	21.41	11.53
空压房			243.56	2007.07.31	10.00	4.43
车间			4,380.00	2007.07.31	223.23	98.78
办公楼			1,434.77	2007.07.31	122.96	54.41
车间二			7,021.60	2008.05.31	334.31	135.40
食堂宿舍			3,337.90	2008.05.31	243.27	98.53
大冲 压车间			2,377.94	2011.12.31	261.40	67.26
大车间东			2,841.13	2013.12.31	215.30	34.94
仓库			828.84	2015.11.30	81.00	5.77
新办公楼			2,672.11	-	459.63	-

注：截至 2017 年 5 月 31 日，新办公楼尚未转入固定资产，其账面原值为在建工程账面价值。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”之“（一）2017 年收购无锡佳捷”中补充披露。

3、采用资产基础法对土地进行评估所采取的主要参数假设、依据及合理性

（1）采用资产基础法所采取的主要参数假设

根据无锡市衡业土地房地产资产评估咨询有限公司出具的锡衡业评报字（2017）第 Z0801 号《评估报告》，无锡佳捷的股权全部权益系按照成本法评估，其中，对无锡佳捷土地使用权的评估结果直接引用了江苏金宁达房地产土地评估有限公司出具的（江苏）金宁达[2017]（房估）字第 WXF073108 号《房地产估价报告》（评估基准日为 2017 年 5 月 31 日）（以下简称《房地产估价报告》）。

①根据《房地产估价报告》，本次评估对土地采用市场比较法对其建设用地

使用权价格进行了重置成本测算，根据待估土地所处位置、交通状况、基础设施状况、环境状况、工业区成熟度等因素选择了与待估土地条件基本一致的三个工业用地交易实例进行比较，其主要选择的比较因素如下：

实例比较因素		待估宗地	实例 A	实例 B	实例 C
交易时间		2017.5.19	2016.2.25	2017.1.23	2017.2.23
成交单价 (元/m ²)		待评估	375.00	375.00	420.00
交易情况		正常	正常	正常	正常
交易方式		转让	挂牌出让	挂牌出让	挂牌出让
土地开发程度		宗地红线外达到通路、通电、通上水、通下水、通讯“五通”和宗地红线内达到场地平整“一平”的开发水平	宗地红线外达到通路、通电、通上水、通下水、通气、通讯“六通”和宗地红线内达到场地平整“一平”的开发水平	宗地红线外达到通路、通电、通上水、通下水、通讯“五通”和宗地红线内达到场地平整“一平”的开发水平	宗地红线外达到通路、通电、通上水、通下水、通讯“五通”和宗地红线内达到场地平整“一平”的开发水平
土地使用年期		38.23 年	50 年	50 年	50 年
区域因素	距高速公路出入口距离	所在区域有锡张高速公路横贯。距离锡张高速公路出入口距离约 11km	所在区域有沪蓉高速公路（京沪高速）G42 横贯。距离沪蓉高速公路（京沪高速）G42 出入口距离约 5km	所在区域有沪蓉高速公路（京沪高速）G42 横贯。距离沪蓉高速公路（京沪高速）G42 出入口距离约 5km	所在区域有沪蓉高速公路（京沪高速）G42 横贯。距离沪蓉高速公路（京沪高速）G42 出入口距离约 5km
	距货物集散地距离	所在区域距无锡高铁站距离约 20km；距无锡汽车客运站距离约 35km；距无锡苏南国际机场约 30km；距无锡码头约 35km，距货物集散地距离总体较远	所在区域距无锡高铁站距离约 10km；距无锡汽车客运站距离约 15km；距无锡苏南国际机场约 20km；距无锡码头约 25km，距货物集散地距离总体较远	所在区域距无锡高铁站距离约 10km；距无锡汽车客运站距离约 15km；距无锡苏南国际机场约 20km；距无锡码头约 25km，距货物集散地距离总体较远	所在区域距无锡高铁站距离约 10km；距无锡汽车客运站距离约 15km；距无锡苏南国际机场约 20km；距无锡码头约 25km，距货物集散地距离总体较远
	交通管制	区域未实行交通管制	区域未实行交通管制	区域未实行交通管制	区域未实行交通管制
	道路类型	道路类型以交通型为主	道路类型以交通型为主	道路类型以交通型为主	道路类型以交通型为主
	道路等级	道路等级为主次干道并重	道路等级为主次干道并重	道路等级为主次干道并重	道路等级为主次干道并重

	工业 区成熟度	所在区域企业以机械制造业为主。企业间产业联系一般，协作程度一般，工业集聚程度一般，配套程度一般，工业发展潜力一般。总体来讲，工业区成熟度一般	所在区域企业以机械制造业为主。企业间产业联系一般，协作程度一般，工业集聚程度一般，配套程度一般，工业发展潜力一般。总体来讲，工业区成熟度一般	所在区域企业以机械制造业为主。企业间产业联系一般，协作程度一般，工业集聚程度一般，配套程度一般，工业发展潜力一般。总体来讲，工业区成熟度一般	所在区域企业以机械制造业为主。企业间产业联系一般，协作程度一般，工业集聚程度一般，配套程度一般，工业发展潜力一般。总体来讲，工业区成熟度一般
	基础设施条件	所在区域土地开发程度达到通电、通上水、通下水、通讯、通路“五通”的水平。总体来讲，所在区域基础设施状况较优	所在区域土地开发程度达到通电、通上水、通下水、通路、通讯“五通”的水平。总体来讲，所在区域基础设施状况较优	所在区域土地开发程度达到通电、通上水、通下水、通讯、通路“五通”的水平。总体来讲，所在区域基础设施状况较优	所在区域土地开发程度达到通电、通上水、通下水、通讯、通路“五通”的水平。总体来讲，所在区域基础设施状况较优
	环境状况	所在区域污染排放及治理状况较好，距危险设施距离较远，环境状况总体较优	所在区域污染排放及治理状况较好，距危险设施距离较远，环境状况总体较优	所在区域污染排放及治理状况较好，距危险设施距离较远，环境状况总体较优	所在区域污染排放及治理状况较好，距危险设施距离较远，环境状况总体较优
	产业管制	区域限制对环境造成污染的化工、印染、电镀等重点污染、投入产出规模不对称、背景和前景不良行业的发展	区域限制对环境造成污染的化工、印染、电镀等重点污染、投入产出规模不对称、背景和前景不良行业的发展	区域限制对环境造成污染的化工、印染、电镀等重点污染、投入产出规模不对称、背景和前景不良行业的发展	区域限制对环境造成污染的化工、印染、电镀等重点污染、投入产出规模不对称、背景和前景不良行业的发展
个别因素	宗地位置	位于无锡市锡山区东港镇里西村	锡山经济技术开发区东区东盛路西、安泰一路北	锡山经济技术开发区坊达路西、春雷路北	锡山经济技术开发区通云路东、芙蓉四路南
	宗地地形、地势	地形较平坦，地势较高，对土地利用有利	地形较平坦，地势较高，对土地利用有利	地形较平坦，地势较高，对土地利用有利	地形较平坦，地势较高，对土地利用有利
	宗地地基	地基一般，承载力一般，工业建筑建设时需作桩基础处理	地基一般，承载力一般，工业建筑建设时需作桩基础处理	地基一般，承载力一般，工业建筑建设时需作桩基础处理	地基一般，承载力一般，工业建筑建设时需作桩基础处理
	宗地形状	较规则，对土地利用较有利	较规则，对土地利用较有利	较规则，对土地利用较有利	较规则，对土地利用较有利
	宗地	面积较适中，对	面积较适中，对	面积较适中，对	面积较适中，对土

	面积	土地利用较有利	对土地利用较有利	土地利用较有利	地利用较有利
	宗地临路状况	估价对象临次干道,道路通达度较优	临次干道东盛路,道路通达度较优	临次干道坊达路,道路通达度较优	临次干道通云路,道路通达度较优
	规划限制	规划用途为工业,规划对利用强度有一定限制	未来以工业用地为主,规划对利用强度有一定限制	未来以工业用地为主,规划对利用强度有一定限制	未来以工业用地为主,规划对利用强度有一定限制

②本次土地评估比较因素包括交易时间、交易情况、交易方式、开发程度、土地使用年期、区域因素及个别因素，具体比较因素条件指数如下：

实例比较因素		待估宗地	实例 A	实例 B	实例 C
交易时间		2017.05.19	2016.02.25	2017.01.23	2017.02.23
交易情况		100	100	100	100
交易方式		100	100	100	100
开发程度（元/平方米）		--	0	0	0
土地使用年期		0.8826	0.9322	0.9322	0.9322
区域因素	距高速公路出入口距离	100	103	103	103
	距货物集散地距离	100	100	100	100
	交通管制	100	100	100	100
	道路类型	100	100	100	100
	道路等级	100	100	100	100
	工业区成熟度	100	100	100	100
	基础设施条件	100	100	100	100
	环境状况	100	100	100	100
	产业管制	100	100	100	100
个别因素	宗地位置	100	100	100	100
	宗地地形、地势	100	100	100	100
	宗地地基	100	100	100	100
	宗地形状	100	100	100	100
	宗地面积	100	100	100	100
	宗地临路状况	100	100	100	100
	规划限制	100	100	100	100

本次评估的三个实例与待估宗地处于同一供需圈，可比性较强，因此按照三个实例的比准地价的平均值确定待估宗地的客观地价，即 360 元/m²（取整至元）。本次评估采用市场比较法评估土地总价为 360 元/m²×29,912.4m²=1,048.4 万元。

(2) 评估方法的依据及合理性

根据《房地产估价规范》（BG/T 50291-2015），房地产评估的常用评估方法有比较法、收益法、资产基础法（成本法）及假设开发法等四种，具体适用的评估对象以及无锡佳捷待评估房地产的情况如下：

评估方法	适用评估对象	无锡佳捷待评估房地产情况
比较法	适用于可比参照具有公开的市场，以及活跃的交易	无锡佳捷周边交易活跃度较低，缺少充分的参考交易，不适用比较法
收益法	适用于评估对象的未来收益可以合理预期并用货币计量	无锡佳捷周边交易活跃度较低，缺少准确的收益预测，不适用收益法
假设开发法	适用于对具有潜在开发价值的房地产价格的估算	无锡佳捷所有的房产为已开发完成的现有房产，不适用假设开发法
资产基础法	适用于评估对象能正常使用或在使用，评估对象能够通过重置途径获得	无锡佳捷的房地产均正常使用，并且可以通过重置造价成本获得，适用资产基础法

综上，本次评估采用资产基础法（成本法）评估工业房地产的市场价值，具有合理性。

(四)披露烟台通吉的主要资产构成及明细情况；结合烟台通吉的亏损状态，说明收购时点采用收益法对其进行估值是否合理、审慎；披露收益法评估的过程、主要参数、依据及合理性。

1、收购时点烟台通吉的主要资产构成及明细情况

收购时点烟台通吉的主要资产为存货、应收账款、固定资产等，具体明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年8月31日
资产：	-
货币资金	103.99
应收账款	306.61
预付款项	106.86
其他应收款	1.83
存货	419.59
其他流动资产	43.93
固定资产	280.75
递延所得税资产	134.58

其他非流动资产	16.27
资产总计	1,414.41

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”之“（三）2018 年收购烟台通吉”中补充披露。

2、结合烟台通吉的亏损状态，说明收购时点采用收益法对其进行估值是否合理、审慎；

收购烟台通吉时，烟台通吉的经营状况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-8 月	2017 年
营业收入	913.04	515.12
净利润	-2.26	-118.66

由上表可知，虽然收购时点烟台通吉处于亏损状态，但已基本处于盈亏平衡状态、业绩拐点已逐步形成。经过长期的经营积累，经营状况不断转好，收入规模不断增长、亏损金额不断减小。此外，在收购时点，烟台通吉已经积累了威巴克、帝侗阿尔等优质客户，与客户的产品开发不断推进，订单及收入增长预期较为明确。

鉴于业务发展初期烟台通吉累计亏损相对较多，收购时净资产规模相对较小，以资产基础法难以准确反映烟台通吉的企业价值，因此，在烟台通吉业绩拐点形成、经营状况明显改善的情况下，选用收益法会更切合烟台通吉的实际情况。

此外，在收购完成后，烟台通吉营业收入确有较大增长，经营状况也确有明显好转，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
营业收入	1,463.34	2,228.99	1,464.61
净利润	94.47	-57.05	26.45
预测营业收入	1,358.86	2,197.04	1,297.63
预测净利润	79.07	117.96	58.09

注：1、烟台通吉评估基准日为 2018 年 2 月 28 日，2018 年预测收入中 2018 年 1-2 月

为实际数据，2018年3-12月为预测数据；2、2020年1-6月份预测收入/利润=2020年预测数/2。3、2019年烟台通吉净利润为负的原因主要系当期厂房搬迁，导致当期成本费用较高所致。

由上表可知，收购完成后烟台通吉经营业绩与收益法预测差异较小。

综上，发行人在对烟台通吉收购时点采用收益法对其进行估值合理、审慎。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”之“（三）2018年收购烟台通吉”中补充披露。

3、收益法评估的过程、主要参数、依据及合理性

（1）收益法评估的过程

本次收益法评估模型选用股权自由现金流折现模型，即现金流是公司股东全部权益产生的现金流。以未来若干年度内的股东全部权益现金流量作为依据，采用适当折现率折现得出折现值后，再加上非经营性资产价值、其他资产价值、溢余资产价值，减去非经营性负债、其他负债，计算得出股东全部权益价值。

①假设

A、国家现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势无重大变化；

B、本次交易各方所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化，无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响；

C、国家现行的银行利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用等不发生重大变化；

D、无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响；

E、针对评估基准日资产的实际状况，被评估单位持续经营；

F、委托人和被评估单位提供的评估资料和资产权属资料真实、合法、完整，评估人员在能力范围内收集到的评估资料真实、可信；

G、被评估单位的经营者是负责的，且管理层有能力担当其职务；

H、被评估单位完全遵守所有相关的法律、法规和政策规定；

I、被评估单位未来将采取的会计政策和编写此份报告时所采用的会计政策

在重要方面基本一致；

J、假设被评估单位在现有的管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致；

K、国家有关部门现行的与被评估单位所拥有的资质相关的技术标准无重大改变；

L、假设被评估单位的收入支出均匀发生。

②计算公式

股东全部权益价值=股东全部权益自由现金流量折现值+非经营性资产+其他资产+溢余资产-非经营性负债-其他负债

上述公式中各指标计算过程如下：

A、股权自由现金流量折现值

股权自由现金流量折现值包括明确的预测期期间的股权自由现金流量折现值和明确的预测期之后的股权自由现金流量终值之折现值。

股权自由现金流量折现值按以下公式确定：

股权自由现金流量折现值=明确的预测期期间的股权自由现金流量现值+明确的预测期之后的股权自由现金流量(终值)现值。

a、明确的预测期

烟台通吉汽车零部件有限公司专业生产各种汽车用钢管、铝管以及管类的变形零件。烟台通吉汽车零部件有限公司拥有威巴克（烟台）汽车零部件有限公司、青岛帝侗阿尔汽车配件有限公司、天津平和汽车配件有限公司等优质客户，作为江苏中捷精工科技股份有限公司供应链的重要环节，订单需求量较为稳定，未来生产经营前景较好。根据烟台通吉汽车零部件有限公司目前的经营情况、未来的发展计划和市场的发展情况，明确的预测期为2018年3月至2023年，2023年以后达到收益稳定期，各年收益与2023年相同。

b、收益期

截止评估基准日，企业的业务来源比较稳定，企业经营依托的人员稳定，

预计可以长期经营，此外未发现企业经营方面存在不可逾越的经营期障碍，故收益期按永续确定。

c、股权自由现金流量

股权自由现金流量的计算公式如下：

股权自由现金流量=主营业务收入-主营业务成本-税金及附加-营业费用-管理费用-财务费用+营业外收入-营业外支出-所得税+折旧及摊销-资本性支出-营运资金增加额+新取得的有息债务本金-有息债务本金偿还额。

d、折现率

按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为股权自由现金流量，则折现率选取权益资本成本(Ke)。计算公式如下：

$$K_e = R_f + \beta \times ERP + R_s$$

Rf=无风险回报率；

β =Beta风险系数；

ERP=市场风险超额回报率；

R_s=企业特有风险超额回报率。

B、非经营性资产

指与企业经营活动的收益无直接关系、未纳入收益预测范围的资产。经清查，烟台通吉汽车零部件有限公司非经营性资产为个别其他应收款。

C、溢余资产

溢余资产是指与企业经营无直接关系的，超过企业经营所需的多余资产，多为溢余的货币资金。

D、非经营性负债

非经营性负债是指与企业经营活动的收益无直接关系、未纳入收益预测范围的负债，经清查，烟台通吉汽车零部件有限公司无非经营性负债。

③计算过程

单位：万元

项目	2018年 3—12月	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
一、营业收入	1,141.13	2,197.04	2,717.71	2,960.84	3,196.56	3,356.39
减：营业成本	890.79	1,757.63	2,174.17	2,368.67	2,557.25	2,685.11
其中：主营业务成本	882.32	1,729.76	2,144.90	2,337.94	2,524.97	2,651.22
其他业务成本	8.47	27.88	29.27	30.73	32.27	33.89
营业税金及附加	3.56	14.93	18.51	20.18	21.79	22.88
营业费用	36.50	64.79	79.92	86.96	93.78	98.39
管理费用	153.33	223.95	233.57	244.01	254.75	265.99
财务费用	0.30	0.56	0.70	0.76	0.82	0.86
二、营业利润 (亏损以“-”号填列)	56.65	135.19	210.84	240.26	268.17	283.16
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	56.65	135.19	210.84	240.26	268.17	283.16
减：所得税费用	-	17.23	52.71	60.06	67.04	70.79
四、净利润 (净亏损以“-”号填列)	56.65	117.96	158.13	180.19	201.13	212.37
加：当年可抵扣的增值税进项税额	35.42	-	-	-	-	-
加：折旧及摊销	31.18	38.03	38.03	38.03	38.03	38.03
减：资本性支出	31.18	38.03	38.03	38.03	38.03	38.03
减：营运资金增加额	-31.50	161.89	120.90	75.80	47.14	48.75
五、营业现金流量	123.58	-43.94	37.23	104.39	153.98	163.62
折现率	13.17%	13.17%	13.17%	13.17%	13.17%	13.17%
折现值	117.37	-38.03	28.48	70.55	91.96	86.34
5年后收益折现	-	-	-	-	-	850.93
加：非经营性资产	-	-	-	-	-	28.14
加：其他资产	-	-	-	-	-	-
减：非经营性负债	-	-	-	-	-	-
加：溢余资产	-	-	-	-	-	20.13
减：有息债务	-	-	-	-	-	-
评估值	-	-	-	-	-	1,255.87

(2) 收益法评估的主要参数、依据及合理性

收益法评估的主要参数有营业收入、毛利率、期间费用率和折现率，其依据及合理性如下所示：

①收入的预测

本次收益法评估对于烟台通吉2018年-2023年各类产品销售收入进行预测时，本着谨慎和客观的原则，在公司历史经营统计资料、实际经营情况和公司经营发展规划的基础上，综合考虑市场发展趋势进行预测，具体如下：

单位：万元

年度	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
预测收入	1,297.63	2,197.04	2,717.71	2,960.84	3,196.56	3,356.39
增长率	169.37%	69.31%	23.70%	8.95%	7.96%	5.00%

注：2018年预测收入中2018年1-2月为实际数据，2018年3-12月为预测数据。

2018年至2020年预测增长较快主要考虑到收购时点烟台通吉已经取得威巴克、帝侗阿尔等优质客户，多个项目进入开发过程中，未来收入预期较为明确，因此收入将保持较快增长。2021年起，考虑到烟台通吉业务逐渐进入稳定期，预测烟台通吉收入进入平稳增长状态。

烟台通吉2018年、2019年、2020年1-6月份实际营业收入与预测收入如下表所示：

单位：万元

项目	2018年	2019年	2020年1-6月
实际营业收入	1,464.61	2,228.99	1,463.34
预测收入	1,297.63	2,197.04	1,358.86
差异	166.98	31.95	104.48

注：2020年1-6月份预测收入=2020年预测收入/2。

由上表可知，烟台通吉实际营业收入与预测收入较为接近，因此作为主要参数的营业收入预测具有合理性。

②毛利率

本次收益法评估毛利率预测如下表所示：

项目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
毛利率	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%

烟台通吉主要生产金工零部件，产品结构较为稳定。随着营业收入的不断增长，规模效应逐步显现，因此结合烟台通吉历史毛利率水平及未来的发展趋势，预计2018年-2023年其毛利率为20%。烟台通吉实际毛利率与预测毛利率对

比如下所示：

项目	2018年	2019年	2020年1-6月
实际毛利率	21.12%	12.71%	21.41%
预测毛利率	20.00%	20.00%	20.00%
差异	1.12%	-7.29%	1.41%

注：2019年，烟台通吉因搬迁成本费用有所上升，且产能不足情况下部分机加工件外协生产毛利率相对较低，使得整体毛利率水平相对较低。

由上表可知，除2019年因搬迁导致烟台通吉毛利率较低外，烟台通吉预测毛利率与其实际毛利率差异较小，因此，作为主要参数的毛利率预测具有合理性。

③期间费用率

本次收益法评估，期间费用率预测具体如下表所示：

项目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
占营业收入比例	16.59%	13.17%	11.56%	11.20%	10.93%	10.88%

评估时烟台通吉已经具备了优质的客户群体、稳定的高管团队以及成熟的管理体系，因此结合其历史数据、发展现状、后续发展规划以及规模效应等因素后对期间费用进行预测。烟台通吉实际期间费用率与预测期间费用率对比如下：

项目	2018年	2019年	2020年1-6月
实际期间费用率	15.53%	12.74%	10.35%
预测期间费用率	16.59%	13.17%	11.56%
差异	-1.06%	-0.43%	-1.21%

由上表可知，烟台通吉预测期间费用率与其实际期间费用率差异较小，因此，作为关键参数的期间费用率预测具有合理性。

④折现率

本次收益法评估采用的折现率的确定方式如下：

项目	计算公式	结果	依据
无风险报酬率 (Rf)	-	4.12%	根据 Wind 资讯查询到期日距评估基准日 10 年左右的国债平均收益率(复利)
市场期望报酬率 (Rm)	-	11.80%	根据公式计算得出

项目	计算公式	结果	依据
市场风险超额回报率 (ERP)	$R_m - R_f$	7.68%	借鉴国外相关机构估算市场风险超额收益率的方法,利用沪深300指数,计算确定市场风险溢价
Beta 风险系数 (β)	-	0.7873	根据 Wind 资讯查询,沪深 A 股股票同行业上市公司无财务杠杆的 Beta 平均值
企业特有风险超额回报率 (R_s)	-	3.00%	根据企业的实际情况,确定企业特定风险调整系数
权益资本成本 (K_e)	$R_f + \beta \times ERP + R_s$	13.17%	根据公式计算得出

本次折现率的估算综合考虑了评估基准日的无风险报酬率、市场风险超额回报率、风险系数、企业特有风险超额回报率等关键因素,数据选取依据充分,折现率选取具有合理性。

综上,烟台通吉收益法评估的过程、主要参数、依据具有合理性。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”之“(三)2018 年收购烟台通吉”中补充披露。

(五)披露向埃玛格转让土地后,截至审核问询函回复日土地性质是否发生变更;说明发行人收购无锡佳捷、无锡美捷、烟台通吉股权和向埃玛格出售土地等关联交易是否履行了相应的审议程序。

1、向埃玛格转让土地后,土地性质是否发生变更

根据埃玛格持有的苏(2018)无锡市不动产权第 0023358 号《不动产权证书》、无锡市不动产登记中心 2020 年 12 月出具的 WZ20200375949《无锡市不动产(房屋)登记簿证明》并经埃玛格说明确认,截至本回复出具日,埃玛格拥有的该处土地使用权的性质仍为工业用地,未发生变更。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联方、关联关系和关联交易”之“(二)报告期内的关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“(1)房产、土地转让”中补充披露。

2、发行人收购无锡佳捷、无锡美捷、烟台通吉股权和向埃玛格出售土地等关联交易所履行的审议程序如下:

序号	事项	审议程序
1	2017年9月，中捷有限收购无锡佳捷100%股权	2017年8月18日，中捷有限召开股东会并作出决议，同意以1,683.91万元收购魏鹤良、华惠康共同持有的无锡佳捷100%股权合计1,100.00万元出资。
2	2017年9月，中捷有限收购无锡美捷30%股权	2017年8月18日，中捷有限召开股东会并作出决议，同意以2,635,974.00元收购万新铝质持有的无锡美捷25%股权合计30.00万美元出资。
3	2018年9月，发行人收购烟台通吉92%股权	2018年3月16日，发行人第一届董事会第六次会议审议通过《关于公司收购烟台通吉汽车零部件有限公司92%股权的议案》，董事魏鹤良、魏忠回避表决，同意发行人以1,150.00万元的价格收购魏忠、崔浩博分别持有的烟台通吉51%、41%股权，合计1,150.00万元出资。
4	2017年11月，中捷有限向埃玛格出售部分土地及地上房产	2017年11月2日，中捷有限召开股东会并作出决议，同意按照《评估报告》的评估价格，以1,425.12万元的价格将标的资产转让给埃玛格。

2020年4月15日，发行人召开2020年第二次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司近三年关联交易事项的议案》，对公司2017年至2019年内与关联方发生的关联交易予以确认。

因此，发行人收购无锡佳捷、无锡美捷、烟台通吉股权和向埃玛格出售土地均已履行关联交易所必须的审议程序，相应审议程序合法、合规。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、访谈Liu Lou、魏鹤良、魏忠，取得并查看发行人实际控制人填写的调查表，确认Liu Lou与发行人实际控制人的关系；

2、查阅发行人子公司无锡佳捷、无锡美捷、烟台通吉之工商资料、股东出资凭证、历次股权变动的股权转让协议，访谈顾建兵、Liu Lou、华惠康、黄晓慈、魏鹤良、魏忠，确认发行人前述子公司历史/现有股东持股真实情况；

3、访谈华惠康、黄晓慈、发行人的主要客户和供应商，确认华惠康、万新铝质、黄晓慈的对外投资及任职情况；

4、通过网络公示平台查询发行人主要客户、供应商股权结构、董事、监事及高级管理人员任职等情况；

5、核查发行人报告期内应付账款明细表及供应商名单；

6、查阅无锡市衡业土地房地产资产评估咨询有限公司出具的锡衡业评报字（2017）第 Z0801 号《评估报告》、江苏金宁达房地产土地评估有限公司出具的（江苏）金宁达（2017）（房估）字第 WXF073108 号《房地产估价报告》；

7、获取并查阅烟台通吉报告期内财务报表及财务数据，查阅中京民信（北京）资产评估有限公司出具的《江苏中捷精工科技股份有限公司拟核实烟台通吉汽车零部件有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（京信评报字（2018）第 454 号），检查评估报告中使用的核心参数指标的合理性和公允性。

8、取得并查阅无锡市不动产登记中心 2020 年 12 月出具的 WZ20200375949《无锡市不动产（房屋）登记簿证明》，确认埃玛格拥有不动产的土地性质；

9、查阅发行人收购无锡佳捷、无锡美捷、烟台通吉股权和向埃玛格出售土地的相关会议文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、截至本回复意见出具日，Liu Lou 与发行人实际控制人魏鹤良、魏忠无关联关系。顾建兵、明宇香港、Liu Lou、华惠康、万新铝质、黄晓慈历史上或者目前持有的发行人子公司股权均系其真实持有，与实际控制人之间均不存在代持安排或其他特殊利益安排。

2、截至本回复意见出具日，华惠康、万新铝质、黄晓慈未在发行人客户或供应商中拥有权益，也未投资与发行人经营同类或相似业务的企业，万新铝质不是公司供应商。

3、无锡佳捷所有的房产周边缺少充分的参考交易及准确的收益预测，因此本次评估采用资产基础法（成本法）符合《房地产估价规范》（BG/T 50291-2015），本次评估方法及参数、依据具备合理性。

4、收购时点烟台通吉正处于快速增长，采用收益法评估能够反映烟台通吉实际情况，评估方法合理、审慎；对烟台通吉按照收益法评估的过程、主要参数依据充分，具备合理性。

5、发行人向埃玛格转让土地后，截至审核问询函回复日土地性质未发生变

更；发行人收购无锡佳捷、无锡美捷、烟台通吉股权和向埃玛格出售土地均已履行关联交易所必须的审议程序，相应审议程序合法、合规。

问题 2：关于商誉

首轮问询回复显示，发行人 2018 年根据收益法评估结果以 1,150 万元向其他第三方收购了烟台通吉 92% 股权，因此产生 449 万元商誉。发行人称报告期各期末，公司已对该等商誉进行减值测试，不存在减值迹象。烟台通吉 2018-2020 年 1-3 月净利润分别为 26.45 万元、-57.05 万元和 94.47 万元。

请发行人：

(1) 说明收购时点烟台通吉可辨认资产、负债的构成情况、可辨认净资产公允价值的判断过程、结果、依据及合理性；并结合前述问题，说明商誉的计算过程。

(2) 说明发行人商誉减值测试的具体过程、关键参数假设及依据，披露烟台通吉 2018 年-2020 年 1-3 月的实际经营业绩与收益法预测的差异情况，并说明未对烟台通吉商誉计提减值是否审慎、合理。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 说明收购时点烟台通吉可辨认资产、负债的构成情况、可辨认净资产公允价值的判断过程、结果、依据及合理性；并结合前述问题，说明商誉的计算过程。

1、说明收购时点烟台通吉可辨认资产、负债的构成情况、可辨认净资产公允价值的判断过程、结果、依据及合理性；

收购时点，烟台通吉可辨认资产、负债的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	金额
资产：	
货币资金	103.99
应收账款	306.61
预付款项	106.86
其他应收款	1.83
存货	419.59

其他流动资产	43.93
固定资产	280.75
递延所得税资产	134.58
其他非流动资产	16.27
负债：	
应付款项	646.85
净资产：	767.56

2、可辨认净资产公允价值的判断过程、结果、依据及合理性

发行人可辨认净资产公允价值依据中京民信（北京）资产评估有限公司出具的京信评报字（2018）第 454 号《江苏中捷精工科技股份有限公司拟核实烟台通吉汽车零部件有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（以下简称《资产评估报告》）为基础延续计算，确认合并日可辨认净资产公允价值为 701.06 万元。具体计算过程如下：

单位：万元

项目	金额
净资产账面价值①	767.56
固定资产评估增值金额②	-7.39
确认的递延所得税资产③	1.83
可辨认净资产公允价值④=①+②+③	762.00
持股比例⑤	92%
烟台通吉可辨认净资产公允价值⑥=④*⑤	701.06

根据烟台通吉的账面明细，收购时点，烟台通吉主要资产构成包括货币资金、应收账款、存货及固定资产等，其中应收账款、存货等资产已按照会计准则要求计提资产减值损失；固定资产主要以机械设备、电子设备构成，烟台通吉不涉及可能形成较大增值的土地、厂房等资产，因此，烟台通吉可辨认净资产公允价值与账面净资产金额相对接近，具有合理性。

《资产评估报告》中注明在评估目的实现日距评估基准日不超过 1 年且评估对象状况未发生较大变化或市场未发生较大波动时有效。《资产评估报告》评估基准日为 2018 年 2 月 28 日，该时点距离收购时点 2018 年 8 月 31 日不超过一年，两个时间点之间的过渡期间内未发生导致被收购方可辨认净资产公允价值发生重大变化的情形，故以《资产评估报告》中的公允价值为起点延续计算到购买日，

推算购买日资产的公允价值具有合理性。

3、商誉的计算过程

发行人于 2018 年 8 月完成对烟台通吉的收购，收购对价为 1,150.00 万元。根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》中“购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉”的规定，发行人收购烟台通吉确认商誉初始金额的计算过程为：

单位：万元

项目	金额
现金	1,150.00
合并成本合计	1,150.00
减：取得的可辨认净资产公允价值份额	701.06
商誉	448.94

(二) 说明发行人商誉减值测试的具体过程、关键参数假设及依据，披露烟台通吉 2018 年-2020 年 1-6 月的实际经营业绩与收益法预测的差异情况，并说明未对烟台通吉商誉计提减值是否审慎、合理。

1、说明发行人商誉减值测试的具体过程、关键参数假设及依据

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，发行人对收购烟台通吉形成的商誉进行减值测试。具体减值测试过程如下：

(1) 关键参数假设及依据

项目	测试时点	主要参数
预测期	2019 年 12 月 31 日	预测期为报表日的后 5 年，后续为稳定期。预测期 5 年符合证监会《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》等法规的相关规定
	2020 年 6 月 30 日	预测期为 2020 年 7-12 月，2021 年-2024 年，后续为稳定期
营业收入	2019 年 12 月 31 日	2020 年、2021 年、2022 年、2023 年营业收入增长率分别为 30%、20%、20%、20%，2024 年及以后年度增长率为 10%；烟台通吉业务处于上升趋势，2019 年较 2018 年收入增长 52.19%。根据烟台通吉发展历史、客户定位、业绩增长数据的分析，以及对期后烟台通吉发展规划、战略布局及市场需求的了解，预测较为合理
	2020 年 6 月 30 日	2020 年 1-6 月烟台通吉业绩增长迅速，根据烟台通吉客户定位、业绩增长数据的分析，以及对期后烟台通吉发展规划、战略布局及市场需求的了解，在 2020 年 1-6 月的基础上，2021 年-2023 年销量增长率保持为 20%左右，

		2024 年及以后年度增至 10%
营业成本	2019 年 12 月 31 日	根据 2019 年毛利率为基础预测各期营业成本，公司近年平均毛利水平维持在 17% 左右
	2020 年 6 月 30 日	根据 2020 年 1-6 月毛利率为基础预测各期营业成本，公司近年平均毛利水平维持在 20% 左右
费用类	2019 年 12 月 31 日	根据历史年度费用明细项并结合市场状况预测未来年度费用
	2020 年 6 月 30 日	
折现率	2019 年 12 月 31 日	管理层根据烟台业务预期未来业绩发展情况和同行业上市公司的风险市场溢价情况，计算并确定折现率为 11.60%，管理层进行减值测试所采用的折现率相对比较谨慎，符合公司及其所处行业的发展情况，具备合理性
	2020 年 6 月 30 日	管理层根据烟台业务预期未来业绩发展情况和同行业上市公司的风险市场溢价情况，计算并确定折现率为 12%，管理层进行减值测试所采用的折现率相对比较谨慎，符合公司及其所处行业的发展情况，具备合理性

(2) 商誉具体测算过程

①2020 年 6 月 30 日商誉减值测试过程

单位：万元

项目	2020 年 7-12 月	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续期
营业收入	1,523.51	3,584.22	4,301.06	5,161.28	5,677.40	5,677.40
营业利润	98.31	308.80	400.56	538.80	613.54	613.54
预计未来现金流量（税前）	75.72	159.92	214.40	300.87	398.22	398.22
折现率（加权平均资本成本 WACC）	12.00%					
现金流现值	73.41	141.32	167.43	207.64	242.86	2,132.43
资产组可收回金额	2,965.09					

②2019 年 12 月 31 日商誉减值测试过程

单位：万元

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续期
营业收入	2,897.69	3,477.23	4,172.67	5,007.21	5,507.93	5,507.93
营业利润	147.08	222.50	307.00	434.40	496.84	496.84
预计未来现金流量（税前）	-2.20	48.64	14.91	167.35	336.61	496.84
折现率（加权平均资本成本 WACC）	11.60%					
现金流现值	-36.89	-5.93	-47.00	40.01	129.62	1,960.34
资产组可收回金额	2,040.15					

③商誉减值测试结果如下所示：

单位：万元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日
商誉账面余额①	448.94	448.94
商誉减值准备余额②	-	-
商誉的账面价值③=①-②	448.94	448.94
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	39.04	39.04
调整后整体商誉的账面价值⑤=④+③	487.98	487.98
资产组的账面价值⑥	1,470.30	1,098.70
包含整体商誉的资产组的账面价值⑦=⑤+⑥	1,958.28	1,586.68
资产组预计未来现金流量的现值（可回收金额）⑧	2,965.09	2,040.15
商誉减值损失（大于0时）⑨=⑦-⑧		

2019年12月31日、2020年6月30日发行人与商誉相关的资产组预计未来现金流量现值远高于资产组账面价值与商誉之和，商誉不存在减值迹象，故无需对商誉计提减值。

2、披露烟台通吉2018年-2020年1-6月的实际经营业绩与收益法预测的差异情况，并说明未对烟台通吉商誉计提减值是否审慎、合理。

(1) 烟台通吉实际经营业绩与股权收购时收益法预测比较

单位：万元

年度	项目	预测数	实际数	完成度
2020年1-6月	营业收入	1,358.86	1,463.34	107.69%
	营业利润	105.42	124.98	118.55%
2019年度	营业收入	2,197.04	2,228.99	101.45%
	营业利润	135.19	-44.74	-33.09%
2018年度	营业收入	1,297.63	1,464.61	112.87%
	营业利润	58.76	64.37	109.54%

从历史数据看，烟台通吉盈利能力及经营状况与发行人预测的经营数据不存在重大差异，营业收入均超额完成，2019年度营业利润实际数为-44.74万元，主要系烟台通吉2019年工厂搬迁导致当期成本费用较高所致。搬迁完成后，烟台通吉业务快速恢复，2020年1-6月实现业务收入1,463.34万元，较收购时收入预测增长7.69%；实现营业利润124.98万元，较收购时预测增长18.55%；2020年1-11月实现营业收入3,445.07万元，营业利润539.86万元（2020年1-11

月未经审计)。

(2) 烟台通吉实际经营业绩与商誉减值测试收益法预测比较

单位：万元

项目	比时点	2020年 1-6月	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
营业收入	2019年商誉减值预测数		2,897.69	3,477.23	4,172.67	5,007.21	5,507.93
	2020年1-6月实际完成	1,463.34					
营业利润	2019年商誉减值预测数		147.08	222.50	307.00	434.40	496.84
	2020年1-6月实际完成	124.98					

由于具备了优质的客户、稳定的管理团队基础，烟台通吉商誉减值时的业绩预期值与实际实现值无较大差异。2019年商誉减值测试时，预测2020年该资产组营业收入2,897.69万元，2020年1-6月烟台通吉在新冠疫情期间实际收入为1,463.34万元，2020年1-11月完成营业收入3,445.07万元（2020年1-11月未经审计），完成度较好。

(3) 未对烟台通吉商誉计提减值是否审慎、合理

发行人已结合烟台通吉的经营计划、现有经营情况、市场变化等综合因素，对该资产组的商誉进行减值测试。除2019年度受工厂搬迁的影响，烟台通吉营业收入达成预期，但营业利润未达预期外，其他报告期业绩与烟台通吉收购时盈利预测、商誉减值测试的盈利预测相比，无明显偏差，实现程度较好，业务持续增长。经测算，报告期末无需对烟台通吉的商誉计提减值。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、发行人资产质量分析”之“（二）主要资产分析”之“2、非流动资产的构成及变化分析”之“（4）商誉”中补充披露。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、取得并查阅中京民信(北京)资产评估有限公司出具的京信评报字(2018)第454号《江苏中捷精工科技股份有限公司拟核实烟台通吉汽车零部件有限公司

股东全部权益价值资产评估报告》；

2、取得并查阅烟台通吉报告期内财务报表及财务数据，结合公司的实际经营业绩情况、所处行业的发展趋势等，复核其经营成果和现金流量情况；

3、获取并查阅烟台通吉的购销合同，复核其交易内容、交易金额等，并与账面记录进行核对；

4、获取发行人商誉减值测试计算表，与发行人管理层讨论商誉减值测试过程中所使用的方法、关键评估的假设、参数的选择、预测未来收入及现金流折现率等的合理性，测试未来现金流量现值的计算是否准确，重新计算减值测试是否正确；查阅发行人商誉及商誉减值的披露是否完整；

5、评价由发行人管理层聘请的外部评估机构的独立性、客观性、经验和资质；

6、复核发行人业务实际实现情况与预测的差异情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、收购时点烟台通吉可辨认净资产公允价值的判断过程、结果依据充分、具备合理性；发行人商誉的计算过程符合《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定。

2、发行人商誉减值测试的方法、过程、结果以及可回收金额的确定方法合理，符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》要求；报告期内烟台通吉业绩实现程度较好，业务持续增长，发行人未对烟台通吉商誉计提减值审慎、合理。

问题 3：关于外协加工

首轮问询回复显示：

(1) 发行人主要委外加工工序为冲压成型，压铸成型等，报告期内外协金额分别为 3,101.98 万元、3,495.48 万元、2,885.85 万元和 1,000.99 万元，发行人解释称外协加工的原因之一为发行人由于临时性产能不足，将自制工序部分交由外协进行生产，如冲压成型工序、压铸成型工序；发行人报告期压铸零部件的产能利用率为 55.33%、87.30%、117.03%和 61.68%。

(2) 常熟市丰成研磨材料有限公司成立于 2017 年 1 月 18 日，成立当年即与发行人进行合作；南通通捷汽车配件有限公司设立于 2016 年，注册资本 50 万元，2017 年成为发行人前五大外协供应商；江阴市润达有色铸造有限公司系发行人 2020 年 1-6 月的新增前五大外协供应商，注册资本为 52 万人民币。

(3) 报告期内，发行人主要外协产品自产成本整体低于外协价格；2019 年，公司冲压成型工序的自产成本显著低于外协成本，压铸成型工序的自产成本低于外协价格明显增加，发行人解释系随着公司压铸零部件产销规模的扩大及生产工艺的改进，产品自产成本明显下降，但公司未及时与外协厂商调整价格所致。

请发行人：

(1) 按照冲压成型、压铸成型等不同工序分类，分别披露各期外协单价、数量、金额和占比；结合发行人自身冲压零部件和压铸零部件的产量变化，分析并说明外协加工金额各期变化的原因及合理性，是否与发行人自身产量变化一致。

(2) 披露各期同种工序不同外协供应商的加工价格变化及差异原因，说明外协供应商是否具备外协生产必要的生产资质。

(3) 说明常熟市丰成研磨材料有限公司、南通通捷汽车配件有限公司成立不久即成为发行人供应商的原因及合理性；说明江阴市润达有色铸造有限公司成为发行人新增前五大外协供应商的原因及合作背景；说明前述公司的注册资本与其生产经营规模、生产能力是否匹配。

(4) 说明报告期内冲压件外协产品成本高于自产成本，且部分产品差异率达 20% 以上的原因，发行人选择将该部分产品外协生产的必要性及合理性；说明

发行人在 2017 年-2018 年压铸零部件产能利用率较低的情况下,对外采购价格更高的压铸外协加工服务的合理性及必要性;结合与外协厂商的价格调整安排,说明发行人与外协厂商之间是否存在价格动态调整机制,是否存在替发行人承担成本、费用的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复:

(一) 按照冲压成型、压铸成型等不同工序分类,分别披露各期外协单价、数量、金额和占比;结合发行人自身冲压零部件和压铸零部件的产量变化,分析并说明外协加工金额各期变化的原因及合理性,是否与发行人自身产量变化一致。

1、按照冲压成型、压铸成型等不同工序分类,分别披露各期外协单价、数量、金额和占比

发行人具有全流程的生产制造能力,外协加工工序包括冲压成型、压铸成型、涂覆和机加工等工序,相关工艺相对简单、成熟,不涉及关键工序或关键技术。

报告期内,发行人采购的外协工序单价、数量、金额和金额占比情况如下:

单位:元/件,万件,万元

外协工序	2020年1-6月				2019年			
	单价	数量	金额	金额占比	单价	数量	金额	金额占比
冲压成型	0.42	761.09	315.97	31.57%	0.37	2,332.27	867.73	30.07%
压铸成型	1.70	199.48	338.13	33.78%	1.82	452.81	823.87	28.05%
涂覆	0.61	199.41	122.08	12.20%	0.90	734.83	664.99	23.04%
机加工	0.46	471.41	219.18	21.90%	0.44	1,188.79	522.07	18.09%
其他	1.84	3.07	5.64	0.56%	0.40	18.05	7.19	0.25%
合计	0.61	1,634.45	1,000.99	100.00%	0.61	4,726.74	2,885.85	100.00%
项目	2018年				2017年			
	单价	数量	金额	金额占比	单价	数量	金额	金额占比
冲压成型	0.35	2,580.82	894.38	25.59%	0.33	3,121.4	1,034.58	33.35%
压铸成型	1.70	498.70	849.90	24.31%	1.08	620.27	672.23	21.67%
涂覆	0.84	1,460.47	1,227.54	35.12%	0.77	1,251.13	962.61	31.03%
机加工	0.41	1,266.25	517.19	14.80%	0.58	725.50	419.37	13.52%
其他	0.45	14.33	6.46	0.18%	0.77	17.07	13.19	0.43%

合计	0.60	5,820.57	3,495.48	100.00%	0.54	5,735.37	3,101.98	100.00%
----	------	----------	----------	---------	------	----------	----------	---------

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人的采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料及能源供应情况”之“3、外协加工业务”中补充披露。

2、结合发行人自身冲压零部件和压铸零部件的产量变化，分析并说明外协加工金额各期变化的原因及合理性，是否与发行人自身产量变化一致

报告期内，发行人主要将冲压零部件和压铸零部件的部分工序委托外协供应商进行加工，相关外协加工金额具体如下：

单位：万元

外协加工对象	主要涉及的外协工序	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
冲压零部件	冲压成型、涂覆、机加工	449.22	1,337.01	1,543.18	1,761.18
压铸零部件	压铸成型、机加工	486.39	1,185.04	1,199.03	866.59

报告期内，发行人冲压零部件产品外协加工费用不断减少，压铸零部件产品外协加工费用有所增加，并保持相对稳定，具体变动分析如下：

（1）冲压零部件外协加工金额变动原因

报告期内，发行人冲压件产能利用率、产量、产值的变动情况与外协加工金额的变动趋势相符，具体匹配关系如下：

单位：万件、万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
产能利用率	54.07%	104.45%	125.28%	130.02%
产量	2,407.38	6,741.38	6,775.88	6,711.49
产值	9,388.78	27,302.59	29,610.60	31,879.58
外协金额	449.22	1,337.01	1,543.18	1,761.18

注：产值=当期产量*当期销售均价

2017年至2019年，发行人通过购置设备、提高自动化水平等方式缓解冲压零部件满负荷生产状况，产能利用率分别为130.02%、125.28%、104.45%，产能利用率有所降低。随着冲压零部件临时性产能不足情况有所缓解，发行人减少了相关委外业务，导致当期外协金额逐步下降。

（2）压铸零部件外协加工金额变动原因

报告期内，发行人压铸件产能利用率、产量、销量的变动情况与外协加工金额的变动趋势情况如下：

单位：万件、万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
产能利用率	61.68%	117.03%	87.30%	55.33%
产量	870.28	2,513.90	2,010.19	1,516.58
销量	1,022.11	2,411.09	1,873.32	1,350.21
外协金额	486.39	1,185.04	1,199.03	866.59

2018年，发行人压铸件外协金额较2017年有所增加，主要系当期压铸零部件产品产销规模扩大所致。

2019年，发行人压铸件外协金额较2018年有所减少，主要系随着发行压铸零部件产品生产工艺不断成熟、规模效应逐步显现，压铸零部件自产成本不断下降；此外，随着生产管控水平的提升，压铸零部件产品生产效率提高，从而减少部分产品的外协加工。2019年，发行人压铸零部件产品产能利用率由87.30%提升至117.03%。

综上所述，发行人外协加工金额各期变化主要受主要产品产能及生产安排情况等因素影响，具有合理性。

（二）披露各期同种工序不同外协供应商的加工价格变化及差异原因，说明外协供应商是否具备外协生产必要的生产资质。

1、披露各期同种工序不同外协供应商的加工价格变化及差异原因

报告期内，发行人主要外协工序包括冲压成型、压铸成型、涂覆和机加工，占外协加工总额的比重分别为99.57%、99.82%、99.75%和99.44%。选取了发行人各工序前五名外协供应商，比较同一工序不同外协供应商的采购平均价格情况如下：

（1）冲压成型工序

报告期内，冲压成型工序主要外协供应商的平均加工价格情况如下：

单位：元/件

外协厂商	外协内容	主要冲压道数	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
南通通捷汽车配件有限公司	冲压	4道、8道为主	0.45	0.42	0.40	0.33
张家港市港捷金属制品有限公司	冲压	5道、8道为主	0.48	0.45	0.43	0.43
锡山区秋豪车辆配件厂	冲压	1道、2道、3道、7道、9道均涉及	0.45	0.31	0.24	0.26
无锡市乔氏五金配件厂	冲压	1道、2道、3道、6道、8道均涉及	0.37	0.30	0.33	0.18
无锡宁悦丰科技有限公司	冲压	1道、4道、6道、14道均涉及	0.41	0.36	0.23	0.18
锡山区东港君利明五金机械配件厂	冲压	6道、8道为主	-	-	-	0.43

报告期内，冲压成型外协供应商的定价主要受冲压道数所影响，道数越多，定价越高。其中，南通通捷汽车配件有限公司、张家港市港捷金属制品有限公司、锡山区东港君利明五金机械配件厂定价相对较高，主要系其以多道数加工产品为主。

报告期内，同一冲压成型外协供应商不同年度间均价波动主要系加工结构差异所致。其中，无锡宁悦丰科技有限公司2017年、2018年主要以少道数的1道、4道为主，占比分别为74.73%、75.71%，因此2017年、2018年平均加工价格较低；2019年、2020年1-6月多道数增加，如6道数、14道数占比分别为36.80%、35.10%，因此2019年、2020年1-6月平均加工价格较高。

(2) 压铸成型工序

报告期内，压铸成型工序主要外协供应商的平均加工价格情况如下：

单位：元/件

外协厂商	外协内容	主要设备吨位	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
江阴市润达有色铸造有限公司	压铸	250吨、340吨	1.50	1.17	1.07	1.11
无锡杰立鑫五金制造有限公司	压铸	500吨	2.73	2.84	2.61	1.98
无锡贝克尔精密科技有限公司	压铸	250吨	1.72	1.63	1.62	-
江阴市永盛压铸厂	压铸	250吨、350吨、500吨、650吨	-	-	-	0.76
无锡捷特锐科技有限公司	压铸	280吨	-	-	0.86	0.65

无锡市汇源机械科技有限公司	压铸	280吨、350吨	-	-	-	0.95
---------------	----	-----------	---	---	---	------

报告期内，压铸成型外协供应商的定价主要受压铸设备吨位、压铸模穴数等因素综合影响，具体来说：对于不同吨位的设备，吨位越重，定价越高；对于相同吨位的设备，压铸模穴数越多，降低外协产品单位成本，其外协定价相对较低。其中，无锡杰立鑫五金制造有限公司主要采用大吨位的500吨压铸设备进行生产，定价较高；江阴市永盛压铸厂、无锡捷特锐科技有限公司和无锡市汇源机械科技有限公司主要采用低吨位设备进行生产，且压铸设备模穴数较多，定价相对较低。

报告期内，同一压铸外协供应商不同年度间均价波动相对较小。

(3) 涂覆

报告期内，涂覆工序主要外协供应商的平均加工价格情况如下：

单位：元/件

外协厂商	外协内容	2020年 1-6月	2019年	2018年	2017年
江阴市云德电镀有限公司	电镀	0.54	0.63	0.78	0.65
常州纬镀表面处理科技有限公司	电镀	0.66	1.32	-	-
常州润宏表面处理科技有限公司	电镀	0.86	-	-	-
无锡市进宝电镀有限公司	电镀	0.50	0.98	0.89	0.86
常州市武进洛阳电镀有限公司	电镀	0.55	0.73	-	-
太仓市盛达电泳有限公司	电泳	1.34	1.52	1.17	1.17
张家港市旭阳汽车部件有限公司	电泳	1.47	1.34	0.73	1.12
常州市武进遥观电镀有限公司	电镀	-	-	-	0.84

报告期内，涂覆外协供应商的定价主要受涂覆工艺、涂覆方式、涂覆材料、涂覆面积或重量、涂覆加工厚度等因素影响，具体来说：①电镀的涂覆方式不同影响定价，一般而言，挂镀的单价高于滚镀；②电镀材料不同影响定价，一般而言，对于同等重量和体积的产品，锌铁价格最高、锌镍次之、镀锌最低；③产品外形不同影响定价，一般而言，重量越重、厚度越厚、体积越大、形状越复杂价格越高。

报告期内，同一涂覆工艺不同外协供应商之间定价不存在重大差异，各外协供应商之间定价差异的具体原因如下：

涂覆工艺	外协厂商	主要涂覆方式	主要电镀材料	产品外形
电镀	江阴市云德电镀有限公司	滚镀	锌镍、镀锌	产品结构相对简单
	常州纬镀表面处理科技有限公司	挂镀	锌镍、镀锌	
	常州润宏表面处理科技有限公司	挂镀	镀锌	
	无锡市进宝电镀有限公司	滚镀、挂镀	锌铁、锌镍	
	常州市武进洛阳电镀有限公司	挂镀	镀锌	
	常州市武进遥观电镀有限公司	滚镀	锌铁	
电泳	太仓市盛达电泳有限公司	阴极电泳	-	产品结构较复杂，厚膜电泳相对较多
	张家港市旭阳汽车部件有限公司	阴极电泳	-	产品结构较复杂

综上所述，电镀主要供应商之间的价格差异主要与涂覆方式及电镀材料有关，如2019年常州纬镀表面处理科技有限公司电镀单价较高系当年采用挂镀方式进行镀锌镍，挂镀和镀锌镍的定价均较高所致；电泳主要供应商之间的价格差异主要与产品外形结构有关，太仓市盛达电泳有限公司加工均价较高系其厚膜电泳较多所致。

此外，同一外协供应商不同年度间均价波动也与各年度间加工结构存在差异有关，如常州纬镀表面处理科技有限公司，其2019年的加工结构全部为镀锌镍，而2020年1-6月的加工结构中95%以上为定价较便宜的镀锌。

(4) 机加工

报告期内，机加工主要外协供应商的平均加工价格情况如下：

单位：元/件

外协厂商	主要外协内容	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
常熟市丰成研磨材料有限公司	打磨去毛刺	0.37	0.37	0.37	0.34
苏州市相城区黄桥诚胜精谊精密模具厂	打磨去毛刺	-	-	0.31	0.27
无锡市世威宏机械有限公司	车加工、打磨去毛刺、钻孔攻丝	0.47	0.45	0.45	0.64
锡山区东港鑫之旺五金加工厂	车加工	0.27	0.28	0.37	0.15
锡山区东港北杰五金加工厂	车加工	-	-	-	0.33
锡山区东港君利明五金机械配	车加工	-	-	-	3.32

件厂					
常熟市昌隆五金机电有限公司	车加工	1.62	3.68	-	-
无锡市乔氏五金配件厂	车加工	3.28	0.86	0.46	4.72
无锡市永莱鑫机械有限公司	车加工	1.42	1.27	-	-
苏州方强机电设备有限公司	车加工	-	-	-	31.59
张家港市博格机械有限公司	车加工	-	-	-	31.44

报告期内，机加工主要外协供应商之间的价格差异主要与工艺、加工时间和工艺复杂度相关。一般来说：①打磨去毛刺定价较车加工定价较低，主要由于打磨去毛刺属于简单重复性劳动，且去毛刺设备投入成本较小。而车加工设备购置成本相对较贵，且需要一定车床操作经验的熟练工操作；②由于发行人机加工件均为定制件，其外协需求均为定制化需求，因此不同机加工外协供应商之间的价格差异与产品结构、规格大小、定制化程度存在较大关联，特别是车加工需求，规格较大、定制化程度较高的产品要求的技术指标越高、加工时间越长，定价就越高，比如苏州方强机电设备有限公司和张家港市博格机械有限公司加工的是动车零部件，较发行人传统汽车零部件规格更大、加工时间更长，因此定价较高。

报告期内，主要外协供应商机加工平均价格年度间相对稳定，其中个别供应商乔氏五金价格变动相对较大，主要原因为：乔氏五金主要通过数控车床设备和普通车床设备为发行人提供机加工业务，其中数控车床设备机加工价格较高，2018年、2019年，普通车床产品数量占比较高，使得其机加工平均价格较低。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人的采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料及能源供应情况”之“3、外协加工业务”中补充披露。

2、说明外协供应商是否具备外协生产必要的生产资质

报告期内，发行人的外协供应商主要为从事冲压成型、压铸成型、涂覆和机加工业务的制造加工企业。经核查发行人报告期内各工序前五名外协供应商经营范围，前述外协供应商为发行人提供的加工服务与其经营范围相符。

根据国家发展改革委、商务部发布的《市场准入负面清单（2019版）》，

发行人主要外协工序均不属于该清单所述的“禁止准入类”或“许可准入类”项目，因此发行人主要外协供应商受发行人委托从事委托加工业务不需要具备特定的生产经营资质及行政许可。

此外，根据国家生态环境部发布的《排污许可管理办法（试行）》（2018年1月公布）以及《固定污染源排污许可分类管理名录》（2019年版），进行涂覆加工的企业需申请并取得排污许可证。经核查，发行人涂覆外协供应商已根据相关要求取得排污许可证。

综上所述，发行人主要外协供应商为发行人提供的加工服务与其经营范围相符，具备外协生产必要的生产资质。

（三）说明常熟市丰成研磨材料有限公司、南通通捷汽车配件有限公司成立不久即成为发行人供应商的原因及合理性；说明江阴市润达有色铸造有限公司成为发行人新增前五大外协供应商的原因及合作背景；说明前述公司的注册资本与其生产经营规模、生产能力是否匹配。

1、说明常熟市丰成研磨材料有限公司、南通通捷汽车配件有限公司成立不久即成为发行人供应商的原因及合理性

常熟市丰成研磨材料有限公司成立于2017年1月，主要从事机加工工序中的打磨去毛刺业务，该公司成立当年即成为发行人外协供应商的原因及合理性如下：该公司家族成员具有多年打磨去毛刺业务的工作经验，熟练掌握相关工艺，恰逢发行人该业务原外协厂商苏州市相城区黄桥诚胜精谊精密模具厂因自身产能原因难以按期交单，经业内人士推荐并经发行人自主考察，双方于2017年12月建立业务合作关系。

南通通捷汽车配件有限公司成立于2016年3月，主要从事冲压成型加工业务，该公司成立当年即成为发行人外协供应商的原因及合理性如下：南通开发区隆生拉紧器有限公司与南通通捷汽车配件有限公司同属杜三飞家族所控制，发行人与南通开发区隆生拉紧器有限公司于2007年开始合作，南通通捷汽车配件有限公司成立后承接了南通开发区隆生拉紧器有限公司业务。

2、说明江阴市润达有色铸造有限公司成为发行人新增前五大外协供应商的原因及合作背景

(1) 合作背景

江阴市润达有色铸造有限公司成立于 1997 年 6 月，主要从事压铸成型加工业务，该公司与发行人自 2016 年开始合作，合作背景为：2016 年，发行人压铸零部件制造技术和生产工艺尚处于改进期，技术优化等原因导致的临时性停工影响到发行人及时交单能力，因此发行人在无锡周边地区物色合格外协供应商。经业内人士推荐并经发行人自主考察，江阴市润达有色铸造有限公司具有多年压铸成型加工经验，符合发行人合格外协供应商要求，因此双方于 2016 年建立业务合作关系。

(2) 成为发行人前五大外协供应商的原因

报告期内，江阴市润达有色铸造有限公司一直为发行人前五大外协供应商，该公司成为发行人前五大外协供应商的原因主要系报告期内发行人压铸零部件业务增长较快、压铸零部件外协加工费用较高所致。

3、说明前述公司的注册资本与其生产经营规模、生产能力是否匹配

上述外协供应商注册资本较低主要是因为其所属行业对注册资本没有特殊要求，未随经营规模扩大而及时增加注册资本。此外，外协供应商在生产经营过程中可通过股东借款、外部融资等方式开展生产经营，不单纯依靠注册资本，发行人在外协供应商准入时即会通过业内口碑或公开信息、技术能力、团队配置、实地查看生产经营场所等方式考察外协供应商的生产供货能力。上述外协供应商现有生产经营规模、生产能力情况如下：

单位：万元

序号	外协供应商名称	提供的外协加工工序	注册资本	生产经营场所	生产经营规模	生产能力
1	常熟市丰成研磨材料有限公司	机加工	200.00	常熟市支塘镇何市环镇路	1,800.00	熟练操作工约 120 人；环保除尘砂带打磨机 17 台、环保除尘抛光机 25 台等
2	南通通捷汽车配件有限公司	冲压成型	50.00	南通市开发区民兴路 5 号	327.05	员工人数约 28 人；200 吨位-250 吨位冲床 5 台，其他各种小型冲床设备 50 余台

3	江阴市润达有色铸造有限公司	压铸成型	52.00	江阴市徐霞客镇阳庄村王安桥1号	1,616.50	员工人数约 65 人；压铸设备和熔化炉各 6 台
---	---------------	------	-------	-----------------	----------	--------------------------

注：数据来源于外协供应商自主提供的 2019 年营业收入数据，未经审计

此外，上述外协供应商与发行人合作历史较长，报告期内均能够按照合同约定及时交货且不存在因产品或服务的质量、交货时点等产生重大纠纷的情形。

综上所述，上述外协供应商的注册资本与其生产经营规模、生产能力基本匹配。

(四) 说明报告期内冲压件外协产品成本高于自产成本，且部分产品差异率达 20% 以上的原因，发行人选择将该部分产品外协生产的必要性及合理性；说明发行人在 2017 年-2018 年压铸零部件产能利用率较低的情况下，对外采购价格更高的压铸外协加工服务的合理性及必要性；结合与外协厂商的价格调整安排，说明发行人与外协厂商之间是否存在价格动态调整机制，是否存在替发行人承担成本、费用的情形。

1、说明报告期内冲压件外协产品成本高于自产成本，且部分产品差异率达 20% 以上的原因，发行人选择将该部分产品外协生产的必要性及合理性

(1) 说明报告期内冲压件外协产品成本高于自产成本，且部分产品差异率达 20% 以上的原因

发行人外协采购采用包工不包料模式，外协供应商基于其自身成本（包括制造成本和运营成本，但不含原材料成本）加上合理利润提交初步报价。同时，发行人在模拟计算自主生产成本时根据相关人工工资、相关生产设备折旧和能源消耗等各项制造成本综合测算。因此，冲压件外协产品成本高于自产成本的原因一方面是外协供应商报价时考虑了合理利润；另一方面是冲压件外协供应商的生产效率和规模化生产能力较发行人存在一定差距，直接体现在单位制造成本上。

(2) 发行人选择将该部分产品外协生产的必要性及合理性

首轮问询回复中提及的差异率超过 20% 的冲压产品及外协生产的必要性及合理性情况如下：

序号	差异率超 20% 的产品型号	报告期内最高的差异率	冲压零部件整体产能利用率	外协生产的合理性及必要性
1	P103	23.81%	2017 年至 2019 年均	临时性产能不足

2	782.133.146.633	21.23%	大于 100%	
3	712.116.139.879-02	25.61%		

2、说明发行人在 2017 年-2018 年压铸零部件产能利用率较低的情况下，对外采购价格更高的压铸外协加工服务的合理性及必要性

2017 年至 2018 年，发行人压铸零部件产能利用率相对较低但仍采购价格较高外协加工服务的原因主要系临时性产能不足所致，具体分析如下：

(1) 压铸件生产线难以实现产品的柔性切换和频繁切换，无法同时满足客户所有品种压铸件产品的供货需求

发行人压铸件产品具有多品种、多批量特点，一般在产品开发阶段就确定生产对应的铝锭牌号以及压铸模具，现有产品共有近十种铝锭牌号且较少存在共用同一模具的情况，因此生产不同产品可能需要同时更换铝锭牌号以及压铸模具。实际生产中，发行人不轻易更换铝锭牌号及压铸模具，一方面是考虑到更换时间较长影响生产效率，如更换一次模具需耗时 4 小时左右、更换铝锭牌号因涉及更多设备而时间更久；另一方面是考虑到铝锭牌号更换频繁会减少熔化炉使用寿命，而熔化炉的购置安装周期至少得半年，更换熔化炉会影响压铸件长期产能。

综上，发行人在无法同时满足不同客户不同订单交付及时性要求时，如 2017 年和 2018 年的四季度，会根据铝锭牌号的通用性情况以及产品需求量情况进行合理排产，将特殊原材料牌号产品以及需求量较少产品委托外协供应商进行生产。

(2) 压铸工艺尚在改进完善，计划外停机频繁，使得临时性产能不足

2017 年、2018 年，发行人压铸工艺尚在改进完善过程中，因设备问题、模具问题、人员问题导致的计划外停机情况时有发生，影响日常生产效率以及订单交付及时性。

此外，2017 年、2018 年，发行人压铸件销售规模上涨预期明显，为保证现有订单交付的及时性以及获取后续新订单，发行人自 2017 年开始通过购置新设备等方式提高理论产能，但由于新设备购置、安装调试以及人员操作培训需要一定时间周期，因此，短期内，发行人压铸零部件产品存在临时性产能不足情形，需要通过外协加工方式保证订单的正常执行。

综上所述，2017 年至 2018 年，发行人压铸零部件产能利用率相对较低但仍

采购价格较高外协加工服务的原因主要系临时性产能不足，具有商业合理性。

3、结合与外协厂商的价格调整安排，说明发行人与外协厂商之间是否存在价格动态调整机制，是否存在替发行人承担成本、费用的情形

(1) 发行人定价模式及后续市场价格追踪机制

发行人通过询价、比价、议价的市场化竞争策略确定外协单价，具体定价过程如下：首先，发行人将具体要求发给多个外协供应商，外协供应商基于其自身成本加上合理利润提交报价结果；其次，发行人根据初轮报价情况，结合自身生产成本或了解到的市场动态，比价确定 3 家左右报价合理的外协供应商；再次，发行人与前述供应商进行议价，初步确定合作意向；最后，发行人将议价情况及结果送财务部进行核价，并流转各有权部门进行签批确认。同时，发行人与各外协供应商采用一致的市场化定价原则，定价方式及定价依据均符合行业惯例，发行人在后续价格管理中亦会不定期了解相关工序的其他供应商报价情况，从而保证了外协定价的公允性和合理性。

(2) 未明确约定价格动态调整机制及其原因

由于外协供应商的制造成本和运营成本相对稳定，发行人对于包工不包料的外协采购模式在首次确定外协加工单价后一般不再进行价格调整，除非外协供应商发生变更或出现其他需要重新核定价格的事项。因此，发行人与外协厂商之间未明确约定具体的价格动态调整机制。

综上所述，结合主要外协供应商与发行人不存在关联关系，外协定价过程规范、定价依据合理；在主要外协商制造费用及运营成本相对稳定的情况下，发行人与外协供应商定价未作调整具有合理性，不存在外协商替发行人承担成本、费用的情形。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

(一) 核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、获取外协加工明细表，统计各工序的单价、数量、金额及占比；获取发行人冲压零部件和压铸零部件的产量、销量、产值和产能数据，结合询问发行人

采购部、设备部、生产部相关人员了解到的信息，分析外协加工金额各期变化的原因及合理性，同时分析与发行人自身产量变化的一致性；

2、统计各期同种工序不同外协供应商的价格情况，访谈采购部人员了解外协工序定价原则及加工价格变化原因，抽查部分外协工序定价单、入库单、结算单及发票等单据，分析外协加工价格变动的合理性；

3、通过天眼查等网络查询方式核查发行人报告期内各工序前五名外协供应商实际经营业务与批准经营范围是否一致；访谈采购部人员了解外协生产是否需要特殊生产资质；查阅《市场准入负面清单（2019 版）》、《产业结构调整目录（2019 本）》、《排污许可管理办法（试行）》（2018 年 1 月公布）以及《固定污染源排污许可分类管理名录》（2019 年版）等有关产业政策，了解发行人各工序前五名外协供应商的生产经营是否符合法律、行政法规的规定；

4、访谈发行人采购部人员，了解常熟市丰成研磨材料有限公司、南通通捷汽车配件有限公司和江阴市润达有色铸造有限公司合作原因，并取得上述外协供应商说明性文件，分析原因的合理性；取得上述外协供应商 2019 年的收入数据以及最新的生产能力数据，分析上述外协供应商的注册资本与其生产经营规模、生产能力的匹配性；

5、访谈发行人采购部、生产部负责人，了解外协成本高于自产成本的原因、外协生产的必要性以及外协价格调整安排，核查主要外协供应商的关联关系，分析是否存在替发行人承担成本、费用的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人外协加工金额各期变化原因具有商业合理性，与发行人自身产量变化基本匹配；

2、发行人各期同种工序不同外协供应商的加工价格变化不存在重大异常，差异具有商业合理性；主要外协供应商为发行人提供的加工服务与其经营范围相符，具备外协生产必要的生产资质；

3、常熟市丰成研磨材料有限公司、南通通捷汽车配件有限公司成立不久即

成为发行人供应商具备合理原因；江阴市润达有色铸造有限公司首次合作次年成为发行人主要外协供应商具备合理原因；前述公司具备为发行人提供外协生产的生产能力，其注册资本与其生产经营规模、生产能力基本匹配；

4、报告期内冲压件外协加工成本较自产成本高 20%主要系外协成本包含了外协厂商合理利润以及发行人生产效率较高及实现规模效应所致；发行人压铸件产品 2017 年-2018 年产能利用率较低情况下仍外协的原因主要系临时性产能不足所致；发行人与外协厂商未明确约定价格动态调整机制，主要系外协厂商为包工不包料加工模式，制造费用及运营成本相对稳定；外协厂商不存在替发行人承担成本、费用的情形。

问题 4：关于业务

首轮问询回复显示，发行人向雪佛兰品牌车系销售产品规模增速低于整车销量，主要系发行人配套 lambda 平台的冲压 R725112902、冲压 P781044901、机加 R725112901 等产品停产所致。

请发行人分析说明各期因整车厂客户产品停产对发行人零部件销售的影响，报告期内是否存在因整车厂客户产品停产导致发行人大量零部件产品滞销或者报废的情形，并在招股说明书中进一步完善相应的风险提示。

请保荐人发表明确意见。

一、发行人回复：

（一）各期因整车厂客户产品停产对发行人零部件销售的影响

报告期内，整车厂商客户产品停产对应发行人主要产品收入及占比情况具体如下：

单位：万元

序号	2019 年	2018 年	2017 年
当期主营业务收入	55,903.37	54,674.91	52,415.83
当期停产产品相比上年销售金额的变动	-3,589.26	-2,496.47	-
当期停产产品销售金额变动占上年收入比例	-6.56%	-4.76%	-

基于汽车零部件产品的定制化及专用性特点，发行人一般根据客户给予的采购需求计划采用“接单生产+适当备货”的模式组织生产和销售。报告期内，发行人整车厂客户部分产品的停产对发行人零部件销售影响较小，主要系：

一方面，发行人下游终端整车厂客户主要为国内外知名车企，未发生大面积停产情况，且发行人向终端整车厂销售相对分散。报告期内，发行人下游终端汽车厂商主要以大众、别克、奥迪、福特、宝马、雪佛兰、特斯拉、长城、上汽等国内外知名品牌为主，相关整车厂在汽车行业内地位较高且市场份额相对稳定，报告期内未发生主要车型大面积停产的情况，同时发行人向上述终端车企销售相对分散，不存在向个别品牌车型销售占比超过 20% 的情形。

另一方面，汽车新旧车型的更新换代不会影响终端市场对上游零部件供应商的整体市场需求。新旧车型的更新换代阶段，新车型的产品需求往往逐步替代旧车型。凭借较强的研发和技术优势，发行人主要通过天纳克集团、威巴克集团、

博戈集团、住友理工集团等国际大型一级供应商间接供应终端品牌车型，上述一级供应商客户在行业内具有较强的竞争优势，下游车型覆盖率较高。报告期内，不存在下游个别车型更新换代对发行人整体销售产生重大不利影响的情形。

此外，汽车零部件产品跟随车型存在一定生命周期。在产品生命周期内，产品销量一般自批量生产后呈现先升后降的变动趋势；至邻近停产阶段，产品销量相对较低，而新产品系列的产品逐步放量增长，故产品停产对当期整体销售情况影响较低。

(二) 报告期内不存在因整车厂客户产品停产导致发行人大量零部件产品滞销或者报废的情形

发行人通常采取接单生产的模式，但基于汽车车型的市场生命周期性，在产品的量产高峰期阶段，发行人会进行适当的备货，而在产品进入量产下行周期时，基本不采用提前备货的方式，因此产品不存在大量滞销情况；发行人与主要客户建立了长期稳定的供货机制，除月度订单外，客户一般会给予 1-2 个月或者更长期间的订单需求预测，发行人能够及时跟踪客户各型号产品的需求变化，报告期内产销率较高，未出现大量零部件产品滞销或者报废情形。

综上，发行人下游终端企业主要为国内外大型企业，经营相对稳定，车型更新换代不会影响整体市场需求，发行人下游一级供应商下游车型覆盖率较高且与发行人形成了长期稳定的供应机制，报告期内，发行人未发生因下游车型停产导致整体销售规模发生不利变化的情形，不存在因整车厂客户产品停产导致发行人大量零部件产品滞销或者报废的情形。但不排除发行人下游终端车企发生极端不利变化、或者发行人一级供应商在车型更新换代中无法持续承接新订单，导致发行人相应零部件产品出现滞销或报废以及销售规模受到不利影响。

针对上述风险，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、经营风险”之“（六）下游终端车企产品停产的风险”中补充提示风险。

二、保荐机构核查情况

(一) 核查过程

保荐机构进行了如下核查：

1、实地查看发行人生产和存货状况，访谈发行人生产和销售负责人，了解发行人产品及对应车型更新换代的产品生命周期，结合盘点情况核查是否产品是否因个别产品停产导致滞销或报废情况；

2、查阅报告期内发行人客户及产品产销清单，统计停产项目情况；结合客户走访，了解报告期内主要客户是否存在大面积停产情况，以及停产产品是否导致大量产品滞销情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

发行人下游终端企业主要为国内外大型企业，经营相对稳定，车型更新换代不会影响整体市场需求，发行人下游一级供应商下游车型覆盖率较高且与发行人形成了长期稳定的供应机制，报告期内，发行人未发生因下游车型停产导致整体销售规模发生不利变化的情形，不存在因整车厂客户产品停产导致发行人大量零部件产品滞销或者报废的情形。

问题 5：关于销售返利

首轮问询回复显示，发行人与部分一级供应商客户如威巴克（无锡）减震器有限公司、威巴克（烟台）汽车零部件有限公司等存在返利约定。发行人会根据销售规模、产品年降约定等综合因素与客户协商确定返利条件。

请发行人进一步说明报告期内与各客户关于销售返利的具体约定，以及返利政策对各客户的销量、产品单价、销售收入、毛利率等方面的具体影响。结合可比公司说明发行人约定的销售返利政策是否与行业惯例存在显著差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

（一）报告期内与各客户关于销售返利的具体约定

报告期内，发行人与主要客户威巴克集团存在销售返利约定，具体如下：

主要客户名称	签署主体	签署时间	返利期间	返利约定
威巴克集团	中捷精工	2013年1月	2013年至2017年	按照双方协议执行
		2018年12月	2018年至2020年	按照双方协议执行
	灏昕汽车	2015年12月	2016年至2018年	按照双方协议执行

（二）返利政策对各客户的销量、产品单价、销售收入、毛利率等方面的具体影响。

报告期内，发行人前述返利政策对各客户销售情况具体影响如下表所示：

客户名称	项目	2020年1-6月份	2019年	2018年	2017年
威巴克集团	返利金额(万元)	-	77.02	87.10	30.42
	销量(万件)	1,282.27	2,738.69	2,688.52	3,711.56
	产品单价(元)	3.39	3.97	4.32	4.07
	销售收入(万元)	4,347.48	10,861.75	11,609.89	15,094.07
	毛利率	26.35%	28.78%	30.48%	35.86%
	返利对单价影响(元)	-	0.03	0.03	0.01
	返利对销售单价/收入/毛利影响比例			0.71%	0.75%

注：1、2020年1-6月销售额尚未进行返利；2、返利对单价影响=返利金额/销量；3、返利对销售收入/毛利影响比例=返利金额/销售收入；

由上表可知，2017年至2019年发行人返利政策对威巴克产品单价、收入及毛利率的影响相对较小。由于发行人生产的产品为定制化产品，客户多根据其生产需求进行采购，因此返利政策对客户的销量影响较小。

(三) 结合可比公司说明发行人约定的销售返利政策是否与行业惯例存在显著差异。

发行人同行业可比上市公司未披露其销售返利政策，经查询，汽车零部件及配件制造行业中部分上市公司存在给予客户销售返利的情况，具体如下表所示：

可比公司名称	所属行业	返利情况
兆丰股份 (300695.SZ)	汽车零部件及配件制造	每年末，根据当年辉门向发行人采购的合作协议附录中所约定范围内产品总订单金额，发行人计提相应返点，返点比例为1%-5%。
博俊科技 (A19336.SZ)		报告期内公司与客户根据实际销售情况，经友好协商，并签订相关返利协议。
金麒麟 (603586.SH)		公司一般和客户约定达到一定业务量后给予销售返利。
德赛西威 (002920.SZ)		销售折扣：公司的销售折扣分两种，第一种是发行人取得整车厂新项目时，整车厂采购部门根据该项目量产后预计的销售金额按照一定比例要求发行人给予一个折扣金额；第二种是客户现有的采购额超出其原有采购预期后，要求公司给予一定的销售折扣。 销售返利：公司各期根据客户对约定的销售目标的完成情况给予一定返利。

注：所属行业按照《国民经济行业分类与代码》分类。

由上表可知，汽车零部件及配件制造行业上市公司也存在按照销售情况给予客户一定比例返利的情况，返利比例及返利方式与发行人无重大差异，因此发行人约定的销售返利政策与行业惯例不存在显著差异。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

(一) 核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

- 1、获取发行人与客户签署的返利合同，查阅合同中关于返利条款的约定；
- 2、对发行人销售负责人进行访谈，了解发行人返利政策，及返利情况；
- 3、获取发行人客户的返利金额、销售收入、销量、产品等数据，分析返利

政策对发行人的影响；

4、查阅发行人同行业上市公司资料，查阅同行业上市公司公开资料中关于返利政策的描述，并与发行人返利政策进行对比。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人返利金额比例较小，返利政策对各客户的销量、产品单价、销售收入、毛利率等方面的影响较小。发行人与客户约定的销售返利政策与行业惯例不存在显著差异。

问题 6：关于金工零部件

首轮问询回复显示，发行人金工零部件分为机加工产品和铝挤出产品，主要用于汽车减震领域，广泛使用在汽车底盘的三角臂、副车架、连杆等活动部位。发行人控股子公司烟台通吉主营业务为金工零部件产品的生产与销售，主要客户为威巴克（烟台）汽车零部件有限公司。

请发行人：

（1）在招股说明书第六节“业务与技术”“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”“（二）公司主要产品及应用”中补充披露发行人金工零部件的产品介绍、主要产品形态、图示及具体用途。

（2）结合金工零部件的原材料、具体生产工序及工艺等说明该业务与其他零部件业务的异同，是否为其他业务的后续加工业务。结合金工零部件业务涉及的相关固定资产情况说明金工零部件业务因包括机加工、铝挤出等无法准确计算产能的原因及合理性，是否与可比公司可比业务一致。

（3）进一步说明发行人关于“公司汽车零部件的产能瓶颈主要为工艺环节”的具体含义及依据。


（4）结合发行人报告期内金工零部件业务的产品种类、客户开拓等进一步说明报告期内相关业务收入持续上升的原因。结合烟台通吉的主要产品、产销情况以及对烟台通吉的收购前后情况说明金工零部件业务的发展过程、收购烟台通吉对发行人相关业务的具体影响。

请保荐人发表明确意见。

一、发行人回复：

（一）在招股说明书第六节“业务与技术”“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”“（二）公司主要产品及应用”中补充披露发行人金工零部件的产品介绍、主要产品形态、图示及具体用途。

发行人金工零部件的产品介绍、主要产品形态、图示及具体用途如下表所示：

主要产品	产品介绍	典型产品图示	用途
金工零部件	利用挤压机将加热好的圆铸棒从模具中挤出成型或利用钢管，经加热处理、后期机加工，制得所需形状、尺寸及一定力学性能的成型加工方法	 <p>底盘减震器内芯</p>	作为底盘减震器内芯或外壳，以及发动机、变速箱等连接部件

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）公司主要产品及应用”中补充披露。

（二）结合金工零部件的原材料、具体生产工序及工艺等说明该业务与其他零部件业务的异同，是否为其他业务的后续加工业务。结合金工零部件业务涉及的相关固定资产情况说明金工零部件业务因包括机加工、铝挤出等无法准确计算产能的原因及合理性，是否与可比公司可比业务一致。

1、结合金工零部件的原材料、具体生产工序及工艺等说明该业务与其他零部件业务的异同，是否为其他业务的后续加工业务。

报告期内发行人各零部件主要原材料、生产工序、主要工艺具体如下表所示：

主要产品	主要原材料	生产工序	主要工艺
冲压零部件	热轧钢、冷轧钢、镀锌钢、不锈钢板、铝板	卷料开平、剪板落料、冲压、组焊*、涂覆*、组装*、检验入库	①冲压：靠压力机和模具对板材、带材、管材和型材等施加外力，使之产生塑性变形或分离，从而获得所需形状和尺寸的工件（冲压件）的成形加工方法；②组焊：通过加热、高温或者高压的方式将金属材料接合；③涂覆：通过浸涂、电泳等在金属表面上形成一种膜层，以改善表面性能；
压铸零部件	铝锭	铝液熔炼、压铸成型、机加工、清洗、装配、气密封检测、检验入库	①熔炼：通过加热，将铝锭熔化为铝液，并进行化学成分调整符合技术要求；②压铸：利用高压将金属熔液压入压铸模具内，并在压力下冷却成型的一种精密铸造方法，辅助局部加压及抽真空等技术减少压铸缺陷；③机加工：对金属产品进行钻孔、攻丝、局部型面加工等；
注塑零部件	橡胶、塑料粒子	模具安装预热、设定工艺参数、添加材料、注塑成型、保压、冷却、脱模（取出工件）、检	①炼胶：配料、破胶、塑炼和混炼；②注塑：将熔融的橡塑原料通过加压、注入、冷却、脱离等操作，制作成一定形状工件；

		查、包装及入库	
金工 零部件	铝型材、钢 管、铝管	铝挤出*、上架、机加 工、检验、下架	①铝挤出：对铝棒加热通过铝挤出机挤出各种铝管；②机加工：通过对材料进行切割、倒角、车台阶、铣加工等制作成一定形状工件

注：加*为非必要工序。

由上表可知，金工零部件的主要原材料为铝型材、铁管、铝管，具体生产工序及工艺为铝挤出、机加工，与其他零部件业务存在明显差异，因此金工零部件业务不属于其他业务的后续加工业务。

2、结合金工零部件业务涉及的相关固定资产情况说明金工零部件业务因包括机加工、铝挤出等无法准确计算产能的原因及合理性，是否与可比公司可比业务一致。

发行人金工零部件业务涉及的相关固定资产主要包含铝挤出设备及机加工设备，情况如下表所示：

单位：万元

主要设备名称	工序	数量	原值	净值	成新率
铝挤出设备	铝挤出	1套	108.57	56.42	51.97%
切割机	机加工-切割	10台	226.47	142.36	62.86%
倒角机	机加工-倒角	9台	73.93	59.30	80.22%
数控机床	机加工-车台阶	11台	60.01	25.76	42.93%
加工中心	机加工-铣加工	12台	404.69	205.97	50.90%
合计	-	-	873.66	489.82	56.07%

由于金工零部件产品涉及到工序、设备类型较多，使得发行人难以准确计算机加工、铝挤出产品产能，具体分析如下：发行人为金工零部件业务配备的设备种类较多，分别对应铝挤出、切割、倒角、车台阶、铣加工等多种工序。不同金工零部件产品需要配备的设备以及生产工序差异较大，不同产品会涉及到不同工序或者多种工序组合；此外，由于同种设备生产不同产品运行效率也存在较大差异，金工零部件生产产品结构发生变化将会导致产能发生变动。因此，上述因素使得当前设备难以对应具体产品生产规模，发行人无法准确计算金工零部件产能。

发行人生产的金工零部件主要为铝挤出及机加工产品，同行业可比上市公司产品为减震总成件，因此不具备直接可比性。经查询，汽车零部件及配件制造业中不存在与发行人金工零部件产品完全一致的上市公司；而存在相似工序的上

市公司也只计算了设备利用情况，未直接计算产能，具体如下：

序号	上市公司名称	工序	是否计算产能
1	锐新科技 (300493.SZ)	铝挤出	否，按照铝挤出设备利用情况作为公司产能指标。
2	泉峰汽车 (603982.SH)	机加工	否，其将设备利用情况作为其产能指标。

综上，发行人金工零部件无法准确计算产能具备合理性，上市公司中不存在与发行人金工业务完全一致的上市公司，不具可比性。

(三) 进一步说明发行人关于“公司汽车零部件的产能瓶颈主要为基础工艺环节”的具体含义及依据。

发行人汽车零部件各生产工序及工艺情况如下表所示：

零部件类型	主要工序名称	基础/辅助工艺	必要/非必要工艺	对产品质量影响程度	是否制约发行人产能
冲压零部件	冲压	基础工艺	必要	较大	制约发行人产能
	组焊、涂覆	基础工艺	非必要	较大	产能充足
	组装	辅助工艺	非必要	较小	工艺简单，产能充足
	卷料开平、剪板落料、检验入库	辅助工艺	必要	较小	工艺简单，产能充足
压铸零部件	压铸	基础工艺	必要	较大	制约发行人产能
	铝液熔炼	辅助工艺	必要	较小	工艺简单，产能充足
	机加工	辅助工艺	必要	较小	工艺简单，产能充足，可进行外协
	清洗、装配、气密封检测、检验入库	辅助工艺	必要	较小	工艺简单，产能充足
注塑零部件	注塑成型（保压、冷却、脱模）	基础工艺	必要	较大	制约发行人产能
	模具安装预热、设定工艺参数、添加材料、检查、包装及入库	辅助工艺	必要	较小	工艺简单，产能充足

由上表可知，发行人冲压、压铸、注塑为各零部件产品的基础工艺、必要工艺，且对发行人产品质量影响较大并制约发行人产能，因此发行人汽车零部件的产能瓶颈主要为基础工艺环节。

发行人可比上市公司未直接对相关基础工艺进行表述，经查询，在汽车零部件及配件制造行业上市公司中，对冲压、压铸、注塑工序也有类似表述，具体如下：

零部件类型	可比公司	相关表述
冲压零部件	金鸿顺 (603922.SH)	根据行业惯例及公司主营业务特点, 可将生产工艺中核心环节冲压产能利用率反映公司整体产能利用率
	博俊科技 (A19336.SZ)	根据行业惯例及公司主营业务特点, 一般用生产工艺核心环节之冲压的产能利用率来反映公司整体的产能利用率
	长华股份 (605018.SH)	公司冲焊件生产中最关键的工序是冲压。上述工序可以反映公司冲焊件的产能利用情况
压铸零部件	爱柯迪 (600933.SH)	发行人生产工序主要是压铸及精密加工, 其中压铸工序是发行人生产的瓶颈……产能利用率以公司压铸机的设备利用率作为替代
	永茂泰 (A19390.SH)	压铸工序是发行人生产的主要瓶颈。因此, 压铸设备的利用率能够充分体现公司主要产品的产能利用率
注塑零部件	申通科技 (A19190.SH)	主要产品的核心工序包括注塑、装配等, 其中注塑环节是公司生产的主要瓶颈……注塑机的利用率情况能更为客观的反映公司主要产品产能情况
	苏奥传感 (300507.SZ)	发行人所生产的燃油系统附件及内饰件所基于的核心技术虽不同, 但其主要原材料均为塑料粒子、采用的主要生产工艺均为注塑工艺, 主要生产设备均为注塑机……

(四) 结合发行人报告期内金工零部件业务的产品种类、客户开拓等进一步说明报告期内相关业务收入持续上升的原因。结合烟台通吉的主要产品、产销情况以及对烟台通吉的收购前后情况说明金工零部件业务的发展过程、收购烟台通吉对发行人相关业务的具体影响。

1、结合发行人报告期内金工零部件业务的产品种类、客户开拓等进一步说明报告期内相关业务收入持续上升的原因。

发行人金工零部件主要为铝挤出及机加工产品。报告期内金工零部件业务收入分别为 4,236.02 万元、4,564.99 万元、5,290.77 万元、2,681.90 万元。2018 年、2019 年发行人金工零部件业务增长比例分别为 7.77%、15.90%，主要原因系一方面，发行人 2018 年完成对烟台通吉的收购，增加了铝挤出产品，拓展了发行人金工零部件的业务规模；另一方面，发行人加大原有威巴克等客户的新品开发，并开拓了天津平和、文灿股份等新客户，部分项目于报告期内进入量产阶段，进一步增加了发行人的金工零部件业务规模。

2、结合烟台通吉的主要产品、产销情况以及对烟台通吉的收购前后情况说明金工零部件业务的发展过程、收购烟台通吉对发行人相关业务的具体影响。

烟台通吉主要产品为金工零部件，具体包括铝挤出及机加工产品。报告期内，烟台通吉铝挤出及机加工产品的产销情况具体如下：

产品类型	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
铝挤出	销售收入（万元）	1,288.80	1,550.05	943.30	322.05
	产量（万件）	656.28	702.23	475.02	170.48
	销量（万件）	602.05	673.54	402.54	140.15
机加工	销售收入（万元）	174.53	626.04	476.00	112.33
	产量（万件）	85.94	336.30	263.59	97.80
	销量（万件）	111.62	339.96	250.43	67.95

注：上述数据未抵消内部交易。

收购烟台通吉前后，发行人金工零部件业务发展情况如下所示：

单位：万元

公司名称	项目	收购后			收购前
		2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
烟台通吉	铝挤出收入	1,288.80	1,550.05	943.30	322.05
	机加工收入	174.53	626.04	476.00	112.33
中捷精工	机加工收入	1,179.74	3,087.84	3,942.85	4,236.02
合并	金工零部件业务收入	2,681.90	5,290.77	4,564.99	4,236.02
	增长速度	-	15.90%	7.77%	-

注：1、烟台通吉收入未抵消内部交易；2、中捷精工收入未包含向烟台通吉采购后对外销售部分。

由上表可知，发行人收购通吉后，发行人金工零部件产品类型增加、业务规模不断扩大，具体分析如下：一方面，收购烟台通吉前，发行人金工零部件产品基本为机加工产品，收购完成后增加了铝挤出产品类型，从而可以满足下游客户多样化的产品需求，发挥产品开发的客户协同优势；另一方面，收购完成后，依托于中捷精工管理及规模优势、烟台通吉的工艺及地域优势，发行人金工零部件业务除原有客户的新品开发，不断拓展天津平和、文灿股份等新客户，上述因素推动发行人金工零部件业务的持续增长。

二、保荐机构核查情况

（一）核查过程

保荐机构进行了如下核查：

1、对发行人开发部门人员进行访谈，了解发行人金工零部件的产品介绍、主要产品形态、图示及具体用途；了解金工零部件与其他零部件业务在原材料、

具体生产工序及工艺等方面的差异；

2、对发行人开发部门人员进行访谈，了解发行人汽车零部件的产能瓶颈环节以及基础工艺环节的具体含义；查阅可比上市公司公开资料，了解可比公司产能瓶颈主环节及基础工艺环节；

3、对发行人计划物流部人员进行访谈，了解发行人金工零部件产能情况；查阅同行业可比公司公开资料，了解相似业务产能计算情况；

4、获取收购前后烟台通吉及发行人金工零部件销售收入、产量等数据，访谈发行人金工零部件业务负责人，了解报告期内金工零部件业务收入持续上升的原因、金工零部件业务的发展过程、收购烟台通吉对发行人相关业务的具体影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、金工零部件的原材料、具体生产工序及工艺与企业业务存在显著差异，不属于其他业务的后续加工业务；发行人金工零部件无法计算准确计算产能主要系一方面不同金工零部件产品需要配备的设备以及生产工序差异较大，另一方面同种设备生产不同产品运行效率也存在较大差异，当金工零部件生产产品结构发生变化将会导致产能发生变动。

2、发行人冲压、压铸、注塑为各零部件产品的基础工艺、必要工艺，且对发行人产品质量影响较大并制约发行人产能，因此发行人汽车零部件的产能瓶颈主要为基础工艺环节。

3、报告期内发行人金工零部件增长较快，主要原因系一方面发行人收购烟台通吉，增加了铝挤出产品类型，另一方面，发行人加大原有客户的新品开发并开拓了新客户，部分项目于报告期内进入量产阶段；发行人收购烟台通吉前金工零部件已经具有一定规模，收购后一方面增加了铝挤出产品类型，另一方面双方实现优势互补，进一步加大了发行人金工零部件业务规模。

问题 7：关于发行人对品牌车型销量变化

首轮问询回复显示，发行人主要客户为天纳克集团、威巴克集团、博戈集团等国际大型一级供应商及长城汽车等知名整车厂。发行人披露了报告期内汽车零部件产品的销售规模及对应品牌车型销售情况，其中存在发行人销量变化与品牌车型变化不一致情形。

请发行人：

（1）补充披露报告期内发行人所有对整车厂商的销售情况，包括向各厂商销售的产品种类、数量、平均价格、销售金额。结合行业惯例、公司业务模式及同行业可比公司分析发行人向整车厂销售占比及变化趋势。

（2）结合发行人与一级零部件供应商签订协议及订单的具体约定，说明发行人向终端整车品牌的销售是否对应具体车型，结合具体统计方法说明覆盖车型及销量统计是否准确。

（3）进一步说明报告期内发行人向前二十大终端整车品牌销售零部件的方式，包括对应一级供应商情况、发行人与一级供应商关于各终端品牌的合作约定情况、发行人产品定制化特征、一级供应商选择零部件采购的机制及影响订单量的主要因素。结合上述说明发行人的销售规模主要受一级供应商采购约束或受终端整车品牌销量约束。

（4）逐一分析报告期内发行人向各终端整车品牌销售金额变动率与车型销量变动率存在差异的情况。如发行人对奥迪、吉利等厂商销量增长远高于其车型销量增长的原因及合理性，奔驰等厂商车型销量上升但发行人对其销售金额下降的原因。

（5）量化分析发行人产品下游终端品牌如上汽、福特、别克等车型销量报告期内大幅下降是否对发行人未来经营业绩产生显著不利影响。

请保荐人发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 补充披露报告期内发行人所有对整车厂商的销售情况，包括向各厂商销售的产品种类、数量、平均价格、销售金额。结合行业惯例、公司业务模式及同行业可比公司分析发行人向整车厂销售占比及变化趋势。

1、报告期内发行人所有对整车厂商的销售情况，包括向各厂商销售的产品种类、数量、平均价格、销售金额。

报告期内，发行人产品销售的整车厂客户包括长城汽车集团、上汽大通等。发行人对各整车厂商销售的产品种类、数量、平均价格、销售金额等具体如下：

单位：万件，元/件，万元

整车厂商	零部件种类	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年度		
		数量	平均单价	金额	数量	平均单价	金额	数量	平均单价	金额	数量	平均单价	金额
长城汽车集团	冲压	36.86	25.06	923.86	64.33	26.19	1,684.93	83.74	29.09	2,436.14	86.87	31.13	2,704.04
	压铸	5.66	13.57	76.77	-	-	-	0.00	2,500.00	6.50	-	-	-
	小计	42.52	23.53	1,000.63	64.33	26.19	1,684.93	83.74	29.17	2,442.64	86.87	31.13	2,704.04
上汽大通	冲压	3.21	13.37	42.93	5.00	13.45	67.20	5.34	13.75	73.46	2.21	13.80	30.53
	小计	3.21	13.37	42.93	5.00	13.45	67.20	5.34	13.75	73.46	2.21	13.80	30.53
合计		45.73	22.82	1,043.56	69.33	25.27	1,752.13	89.08	28.25	2,516.09	89.08	30.70	2,734.58

注：2018年长城汽车集团压铸产品平均单价较高系当期手工样件价格含开发相关费用。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”之“（5）区分一级供应商及整车厂商的收入结构情况”中补充披露。

2、结合行业惯例、公司业务模式及同行业可比公司分析发行人向整车厂销售占比及变化趋势。

报告期内，发行人主营业务产品为汽车零部件产品，主要下游客户为一级供应商，并包括少数整车厂商。其中，报告期内，发行人向整车厂商客户的销售占比分别为5.05%、4.59%、3.13%、4.65%，报告期内整体占比相对稳定。

根据行业惯例，汽车零部件供应商一般主要配套整车厂商或者一级供应商，但同时可以将部分业务配套其他类型客户。同行业公司中，凯众股份、拓普集团

均在其招股说明书中披露其同时配套整车厂商及一级供应商的情形，其中，凯众股份 2013 年、2014 年、2015 年配套整车厂商的比例分别为 43.29%、43.55%、43.24%；拓普集团 2012 年、2013 年在前五大客户中披露的一级供应商的占比分别为 5.98%、5.24%。

鉴于报告期内发行人同行业公司凯众股份、正裕工业、中鼎股份及拓普集团均未明确披露整车厂商及一级供应商的销售占比情况，故选取同样以一级供应商为主要客户的汽车零部件公司如贝斯特（300580）、鑫湖股份（300694）、艾可蓝（300816）等进行对比，具体如下：

公司名称	业务及客户情况	整车厂商客户的占比
贝斯特 (300580)	涡轮增压器精密轴承件等产品；客户主要为一级供应商	公司部分产品供应上汽通用、潍柴和法士特等整车整机厂，未明确披露整车厂商占比
鑫湖股份 (300694)	压气机壳、涡轮壳等产品；客户主要为一级供应商	公司部分产品供应三菱重工等整车厂，其中 2017 年三菱重工占比为 18.85%，其他年度未明确披露整车厂商占比
艾可蓝 (300816)	发动机尾气后处理相关产品；客户主要为一级供应商	部分产品向福田汽车等整车厂销售，其中向福田汽车 2017 年、2018 年、2019 年 1-6 月占比分别为 28.21%、34.19%、39.25%
泉峰股份 (603982)	汽车传动、引擎零部件产品；客户主要为一级供应商	主要客户均为汽车零部件供应商，未明确披露是否存在整车厂客户

注：上述数据来源其公开披露的招股说明书或年度报告

报告期内，发行人存在部分整车厂商客户的业务模式与同行业公司不存在明显差异，符合行业惯例。从发行人及同行业的客户结构来看，整车厂商客户数量占比相对较少且相对稳定，不存在客户群体大幅变动的情形。报告期内，发行人整车厂客户包括长城汽车集团、上汽大通等，报告期内销售金额及占比相对稳定。

报告期内，发行人与长城汽车集团合作关系稳定，产品质量及供货能力受到客户认可，自 2019 年以来，双方加强项目合作开发，2020 年项目合作定点增加，预计在 2021 年批量生产的产品型号数量为 38 款，其中 33 款产品为冲压零部件产品，产品种类主要以底盘支架为主，根据年度爬坡周期预测及预测单价，预计 2021 年可实现销量 320 万件左右，增加销售收入 4,500 万元左右；压铸零部件产品 5 款，根据年度爬坡周期预测及预测单价，预计 2021 年可实现销量 43 万件，增加销售收入 640 万元左右，故预计发行人向长城汽车集团 2021 年的销售收入有所增长。

综上，结合目前定点项目及量产预期，预计 2021 年发行人销售收入中整车

厂商的占比有所提升。不过发行人产品系列众多，长期来看，发行人业务中整车厂客户的销售占比将随着公司承接相关零部件项目情况变动。

(二) 结合发行人与一级零部件供应商签订协议及订单的具体约定，说明发行人向终端整车品牌的销售是否对应具体车型，结合具体统计方法说明覆盖车型及销量统计是否准确。

报告期内，发行人与一级零部件供应商一般在采购协议或开发过程文件中说明零部件产品对应的整车品牌或者车型。鉴于汽车行业对零部件产品的严格质量跟踪机制，以及便于发行人通过判断是否承接相应的终端品牌车型的项目，发行人与一级零部件供应商协议或者开发过程文件中介绍产品对应的整车品牌或者车型。发行人在招股说明书披露的产品下游覆盖车型系根据上述信息进行统计，相关车型及对应销量统计准确。

(三) 进一步说明报告期内发行人向前二十大终端整车品牌销售零部件的方式，包括对应一级供应商情况、发行人与一级供应商关于各终端品牌的合作约定情况、发行人产品定制化特征、一级供应商选择零部件采购的机制及影响订单量的主要因素。结合上述说明发行人的销售规模主要受一级供应商采购约束或受终端整车品牌销量约束。

1、进一步说明报告期内发行人向前二十大终端整车品牌销售零部件的方式

报告期内，发行人向前二十大终端整车品牌销售零部件的方式及具体情况如下：

序号	终端应用整车品牌	销售方式	对应的主要一级供应商或整车厂商	发行人与一级供应商关于各终端品牌的合作约定情况	发行人产品定制化特征	一级供应商选择零部件采购的机制	影响订单量的主要因素
1	大众	一级供应商	博戈集团、住友理工集团、威巴克集团	①一级供应商承接整车厂商项目，由发行人等供应商提出开发计划；②发行人选择目标终端车型范围内项目订单进行报价、承接	合作定制开发	1、确定合格供应商目录； 2、新项目在上述供应商中通过比较报价、技术能力等综合因素选择	一级供应商承接项目数量、及发行人能够从一级供应商承接项目数量、终端车型销量
2	别克	一级供应商	博戈集团、天纳克集团、威巴克集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
3	奥迪	一级供应商	天纳克集团、DTR 集团、博	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购	同一级供应商采购约束

			戈集团			机制	因素
4	福特	一级供应商	威巴克集团、天纳克集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
5	宝马	一级供应商	威巴克集团、住友理工集团、博戈集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
6	雪佛兰	一级供应商	威巴克集团、天纳克集团、博戈集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
7	长城	整车厂商	长城汽车集团	行人选择目标终端车型范围内项目订单进行报价、承接	合作定制开发	整车厂商选择供应商与供应商相似	发行人能够从整车厂商承接项目数量、终端车型销量
8	特斯拉	一级供应商	天纳克集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
9	上汽	一级供应商、整车厂商	采埃孚集团、威巴克集团、上汽集团、富卓集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	发行人能够从整车厂商承接项目数量、终端车型销量
10	奔驰	一级供应商	威巴克集团、哈金森集团、福尔达集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
11	日产	一级供应商	威巴克集团、普利司通集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
12	丰田	一级供应商	普利司通集团、井上华翔集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
13	标致	一级供应商	威巴克集团、哈金森集团、富来思特集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
14	吉利	一级供应商	哈金森集团、绍兴熔岩机械	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
15	菲亚特	一级供应商	天纳克集团、DTR集团、威巴克集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
16	沃尔沃	一级供应商	天纳克集团、昆山天技汽车	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
17	现代	一级供应商	威巴克集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
18	江铃	一级供应商	天纳克集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
19	广汽	一级供应商	博戈集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素
20	本田	一级供应商	博戈集团、威巴克集团、康迪泰克集团	同上述一级供应商约定机制	合作定制开发	同上述一级供应商采购机制	同一级供应商采购约束因素

2、结合上述说明发行人的销售规模主要受一级供应商采购约束或受终端整

车品牌销量约束

从发行人产品的下游产业链来看，发行人一级供应商首先从终端整车品牌承接总成零部件的订单，然后向发行人等供应商采购零部件产品，故发行人的销售规模受一级供应商采购、终端整车品牌销量等因素共同影响。

针对一级供应商采购因素，一方面，发行人主要一级供应商客户包括天纳克集团、威巴克集团、博戈集团等，上述四家客户的销售占比超过 70%，同时汽车零部件供应商认证周期较长、认证程序严格，建立合作关系后稳定性较高，且发行人占上述一级供应商同类产品的采购占比也较高；另一方面凭借较强的研发和质量优势，发行人与上述四家一级供应商客户合作时间均超过十年，形成了长期、稳定的采购机制，且基于汽车零部件产品协同开发及资质要求，不会轻易更换供应商。因此，综合来看发行人能够继续与上述一级供应商保持良好的合作关系，整体承接项目的数量与下游终端景气度及整车品牌销量的变动较大。

针对终端整车品牌销量因素，汽车行业产业链整体景气度主要受终端品牌车型销量的影响。发行人针对不同车型的零部件产品销售规模一般会随着对应品牌车型的销量变动。一方面，虽然在汽车行业整体产销规模相对稳定的前提下，前述主要整车品牌成熟、整体市场份额相对稳定，另一方面发行人主要一级供应商客户下游对终端品牌覆盖率较高且多为知名成熟品牌，整体抗风险能力较强，个别品牌车型销量的下降往往被其他品牌车型替代，但汽车行业景气度、终端整车销量仍是影响发行人销售规模的重要因素。

综上，发行人的销售规模受一级供应商采购和终端整车品牌销量等因素共同影响，其中终端整车品牌销量是主要约束因素。

（四）逐一分析报告期内发行人向各终端整车品牌销售金额变动率与车型销量变动率存在差异的情况。如发行人对奥迪、吉利等厂商销量增长远高于其车型销量增长的原因及合理性，奔驰等厂商车型销量上升但发行人对其销售金额下降的原因。

报告期内，发行人主营汽车零部件产品的销售规模及零部件对应品牌车型的销售情况如下：

单位：万元

序号	终端整车品牌	发行人向终端整车品牌的销售金额及变动率						车型销售量变动率	
		2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度	2019年度	2018年度
		金额	金额	变动率	金额	变动率	金额		
1	大众	3,577.54	10,072.26	13.54%	8,871.28	2.81%	8,628.73	0.96%	0.56%
2	别克	2,642.46	7,394.47	-12.96%	8,495.10	-0.71%	8,555.80	-18.49%	-13.19%
3	奥迪	2,758.98	5,976.16	42.36%	4,197.83	66.74%	2,517.53	1.57%	10.58%
4	福特	2,566.02	2,878.53	-35.03%	4,430.25	-21.70%	5,658.29	-39.63%	-54.52%
5	宝马	709.50	2,169.15	222.21%	673.20	50.19%	448.22	17.03%	20.88%
6	雪佛兰	877.65	2,110.71	-1.50%	2,142.85	-21.62%	2,733.94	-27.10%	11.93%
7	长城	1,123.47	1,685.08	-31.01%	2,442.64	-9.72%	2,705.50	-0.38%	-3.72%
8	特斯拉	841.77	1,576.40	72.23%	915.30	272.33%	245.83	224.29%	-21.79%
9	上汽	8.52	1,420.94	-23.67%	1,861.46	9.37%	1,702.01	-19.18%	-2.45%
10	奔驰	353.11	754.71	-15.30%	891.00	15.59%	770.85	15.87%	15.69%
11	日产	522.97	744.47	-38.27%	1,205.94	-23.97%	1,586.22	-13.13%	-1.05%
12	丰田	408.37	656.63	316.38%	157.70	15,063.46%	1.04	8.75%	14.67%
13	标致	92.29	378.61	-41.03%	642.00	-30.06%	917.89	-57.54%	-42.26%
14	吉利	143.58	361.74	25.57%	288.07	865.06%	29.85	-11.49%	10.65%
15	菲亚特	71.98	307.74	-38.69%	501.98	-24.63%	666.06	-	-83.33%
16	沃尔沃	62.13	262.34	65.55%	158.46	134.40%	67.60	20.02%	43.61%
17	现代	79.43	241.79	-1.94%	246.57	342.52%	55.72	-11.82%	3.67%
18	江铃	40.71	235.36	236.18%	70.01	38.77%	50.45	-51.85%	-7.07%
19	广汽	121.91	235.35	750.56%	27.67	102.56%	13.66	-28.18%	6.68%
20	本田	54.47	231.66	-15.44%	273.97	860.29%	28.53	6.62%	5.08%

数据来源：搜狐汽车、达示数据

报告期内，发行人存在部分终端车型销售规模与车型自身销量变动趋势或增速存在差异的情形，主要系产品周期变动、直接客户订单变动等因素导致。具体分析如下：

1、大众汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019年度	2018年度	2019年度	2018年度
大众	13.54%	2.81%	0.96%	0.56%

报告期内，发行人向大众品牌车系销售产品规模变动趋势与整车销量一致，但年度增速存在一定差异。其中，2019年，发行人向大众品牌车系销售金额与整车销量的增速分别为13.54%、0.96%，发行人销售产品增速高于整车销量，主要系发行人配套大众MQB平台的总成762.135.151.674型号产品量产爬坡所致，该产品于2017年量产，其2019年销售金额相比2018年增长1,381.97万元。

2、别克汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019年度	2018年度	2019年度	2018年度
别克	-12.96%	-0.71%	-18.49%	-13.19%

报告期内，发行人向别克品牌车系销售产品规模随整车销售数量整体呈现下降趋势，变动趋势和增速不存在较大差异。报告期内，别克品牌车系销售整体呈现下降趋势，主要系品牌经营情况波动所致。

3、奥迪汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019年度	2018年度	2019年度	2018年度
奥迪	42.36%	66.74%	1.57%	10.58%

报告期内，发行人向奥迪品牌车系销售产品规模变动趋势与整车销量一致，但年度增速存在一定差异，主要系奥迪汽车轻量化零部件应用比例提升，发行人向其销售的压铸类零部件快速增长所致。其中，发行人向奥迪品牌车系销售的CM99B094531、CM99B081152等多款压铸类零部件产品销量快速增长，该产品2019年同比增长近1,800万元，2018年度同比增长1,300万元左右。

4、福特汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019年度	2018年度	2019年度	2018年度
福特	-35.03%	-21.70%	-39.63%	-54.52%

报告期内，发行人向福特品牌车系销售产品规模随整车销售数量整体呈现下降趋势，变动趋势和增速不存在较大差异。报告期内，福特品牌车系销售整体呈现下降趋势，主要系品牌经营情况波动所致。

5、宝马汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
宝马	222.21%	50.19%	17.03%	20.88%

报告期内，发行人向宝马品牌车系销售产品规模变动趋势与整车销量一致，但发行人销售规模增速高于整车销量，主要系发行人向其销售的压铸类零部件快速增长所致。其中，2019 年度，发行人向宝马品牌车系销售的压铸 732.225.151.746、RCB0105200A、压铸 RW-017-1、压铸 732.225.151.765 等主要产品进入大规模供货阶段，销售金额同比增长近 1,300 万元；2018 年度，发行人 UH-CB0105-200、压铸 732.225.151.758、压铸 732.225.151.746 等铝压铸产品销售金额同比增长 240 万元左右。

6、雪佛兰汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
雪佛兰	-1.50%	-21.62%	-27.10%	11.93%

2018 年度，发行人向雪佛兰品牌车系销售规模与整车销量的增速分别为 -21.62%、11.93%，发行人销售零部件规模增速低于整车销量，主要系发行人配套 lambda 平台的冲压 R725112902、冲压 P781044901、机加 R725112901 等产品停产所致，当期发行人上述零部件销售金额同比下降 450 万元左右。

7、长城汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
长城	-31.01%	-9.72%	-0.38%	-3.72%

报告期内，发行人向长城汽车销售产品规模变动趋势与整车销量一致，但发行人销售规模下降比例大于整车销量，主要系公司产品配套终端车型销量下滑所致。长城汽车集团下属的哈佛 H2 车型自 2017 年以来因市场原因持续下降，销量自 2017 年 21.51 万辆下降至 2019 年 3.79 万辆，导致报告期内发行人配套该车型的产品的销售额大幅下降。

8、特斯拉汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
特斯拉	72.23%	272.33%	224.29%	-21.79%

报告期内，随着特斯拉汽车销量整体增长，发行人向特斯拉品牌车系销售零部件产品规模整体呈现快速增长态势。2018 年度及 2019 年度，发行人向特斯拉品牌车系销售规模的增速分别为 272.33%、72.23%，主要系发行人向特斯拉供应量逐渐增加，冲压 OC01B310240、冲压 IC10B302200、冲压 OC01B088460 等产品自 2017 年量产后爬坡放量所致。

9、上汽汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
上汽	-23.67%	9.37%	-19.18%	-2.45%

报告期内，发行人向上汽汽车品牌车系销售产品规模与整车销量变动不存在较大差异。其中，2019 年，发行人向上汽汽车品牌车系销售产品规模与整车销量均出现一定幅度下降，主要系当期上汽品牌车系受行业不利波动影响所致。

10、奔驰汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
奔驰	-15.30%	15.59%	15.87%	15.69%

报告期内，发行人向奔驰品牌车系销售零部件产品的规模整体维持稳定。其中，2019 年，发行人向奔驰品牌车系销售零部件产品规模与整车销量增速分别为 -15.30%、15.87%，主要系发行人配套克莱斯勒轿车的 CM99B056120、CM99B056110 两款产品因接近项目周期结束而销售量大幅下降，2019 年销售金额同比降低 130 万元左右。

11、日产汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的 销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
日产	-38.27%	-23.97%	-13.13%	-1.05%

报告期内，发行人向日产品牌车系销售产品规模变动趋势与整车销量一致，但年度增速存在一定差异，主要系报告期内，发行人零部件产品跟随原车型逐步减少量产所致。其中，发行人向日产汽车销售的冲压 RZ40000306 型号产品 2018 年、2019 年销售金额分别下降-271.96 万元、-225.16 万元。

12、丰田汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的 销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
丰田	316.38%	15,063.46%	8.75%	14.67%

报告期内，发行人向丰田品牌车系销售零部件的规模快速增长，主要系发行人向丰田汽车销售的产品量产、且主要配套车型增长较快所致。自 2018 年开始，发行人向丰田品牌车系销售的总成 RT1EOK-16 等产品进入大批量供货阶段，且上述产品主要配套 2018 年投入市场的 CHR 和奕泽车型，该车型 2018 年、2019 年分别实现销量 5.19 万辆、11.24 万辆，上述因素综合导致发行人向丰田品牌车系销售规模快速增长。

13、标致汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的 销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
标致	-41.03%	-30.06%	-57.54%	-42.26%

报告期内，发行人向标致品牌车系销售零部件的规模及标致车型销量均呈现下降态势，主要系品牌在国内经营状况下降所致。

14、吉利汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的 销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
吉利	25.57%	865.06%	-11.49%	10.65%

报告期内，发行人向吉利品牌车系销售产品规模增速快于与整车销量趋势，

主要系合作的衬套类产品量产上行销量增长所致。

15、菲亚特汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
菲亚特	-38.69%	-24.63%	-	-83.33%

报告期内，发行人向菲亚特品牌车系销售产品规模与整车销量均呈现下降趋势，主要系菲亚特品牌车型国内销售下降所致。

16、沃尔沃汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
沃尔沃	65.55%	134.40%	20.02%	43.61%

报告期内，发行人向沃尔沃品牌车系销售产品规模与整车销量均呈现上涨趋势，主要系报告期内配套沃尔沃品牌产品量产上行周期增量所致。

17、现代汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
现代	-1.94%	342.52%	-11.82%	3.67%

报告期内，发行人向现代品牌车系销售产品规模变动与整车销量存在一定差异。其中，2018 年相比 2017 年销售金额大幅上涨，主要系期初发行人向现代品牌车系销售的冲压 RCB0151210A、UU-CS2044-204 等产品处于量产初期，2018 年上述产品量产爬坡销售金额增长 190 万元所致。

18、江铃汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
江铃	236.18%	38.77%	-51.85%	-7.07%

报告期内，发行人向江铃品牌车系销售产品规模存在一定差异。其中，2018 年相比 2017 年销售金额上涨，主要系期初发行人江铃汽车销售的机加 OC03B054310 等产品量产放量所致；2019 年相比 2018 年销售金额增加，主要系

机加 CM01B083871 新项目延用及机加 CM01B071730 等产品量产增加所致。

19、广汽汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
广汽	750.56%	102.56%	-28.18%	6.68%

报告期内，发行人向广汽品牌车系销售产品规模变动与整车销量存在一定差异。其中，2018 年相比 2017 年销售金额大幅上涨，主要系期初销售金额较小，2018 年销售冲压 277.221.011.581 手工样件导致金额增长 17.55 万元；2019 年相比 2018 年销售金额大幅上涨，主要系冲压 772.192.153.942 及卡钳安装板等新品量产爬坡导致收入增长 167 万元所致。

20、本田汽车

终端整车品牌	发行人向该终端整车品牌的销售金额变动率		该车型销售量变动率	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
本田	-15.44%	860.29%	6.62%	5.08%

报告期内，发行人向本田品牌车系销售产品规模变动与整车销量存在一定差异。其中，2018 年相比 2017 年销售金额大幅上涨，主要系期初销售金额较小，2018 年销售压铸 772.225.149.903、AF-40181-351 等零部件产品量产爬坡导致收入增长 222 万所致；2019 年相比 2018 年销售金额下降，主要系压铸 772.225.149.903 产品对应车型 2019 年销量下降导致发行人对应销售金额下降 63 万所致。

（五）量化分析发行人产品下游终端品牌如上汽、福特、别克等车型销量报告期内大幅下降是否对发行人未来经营业绩产生显著不利影响。

报告期内，发行人向上汽、福特、别克等品牌车型销售零部件产品的规模及占比情况如下：

单位：万元

终端整车品牌	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
别克	2,642.46	7,394.47	-12.96%	8,495.10	-0.71%	8,555.80

福特	2,566.02	2,878.53	-35.03%	4,430.25	-21.70%	5,658.29
上汽	8.52	1,420.94	-23.67%	1,861.46	9.37%	1,702.01
合计	5,217.00	11,693.94	-20.92%	14,786.81	-7.10%	15,916.10
占发行人营业收入的比例	23.25%	20.86%	-	26.95%	-	29.41%
销量下降对发行人营业收入的影响	-	-5.64%	-	-2.09%	-	-

注：销量下降对发行人营业收入的影响=当期销售金额变动率*上期占发行人营业收入的比例。

报告期内，发行人向终端整车品牌车型销售集中度较低，其中，发行人向报告期内销售数量出现大幅下降的上汽、福特、别克等车型的销售金额各期占比均低于 30%；结合上述发行人向上述车型销售金额的变动率，2018 年、2019 年对发行人收入的影响因素分别为-2.09%、-5.64%，对发行人整体业绩影响较小。

报告期内，发行人产品配套车型广泛，覆盖德系、日系、美系、韩系等多家整车系列，下游车企品牌主要以大众、别克、奥迪、福特、宝马、雪佛兰、特斯拉等国际知名品牌为主，同时包括国内知名的长城、上汽等自主品牌。上述车型覆盖多数主流车型，品牌较为成熟、市场知名度较高且整体市场份额较高，即便部分品牌在个别年度存在波动，市场份额往往在上述主流车型中转移。报告期内，虽然别克、福特、上汽的销售量有所下降，但大众、宝马、奔驰等车系均有所增长，下游终端车型的整体市场份额相对稳定，对发行人汽车零部件产品的整体需求相对稳定。报告期内，在上述个别车型销量下降的情况下，发行人销售规模整体稳定发展。

综合来看，发行人向终端整车品牌车型的集中度较低，上汽、福特、别克等个别车型的销量变化对发行人未来经营业绩不会产生显著不利影响。

二、保荐机构核查情况

（一）核查过程

保荐机构进行了如下核查：

1、查阅发行人产品台账及销售明细，区分一级供应商和整车厂商，分析销售情况及供应机制；

2、查询发行人销售明细产品对应车型的市场公开销售数据、市场占有率情

况,访谈销售部门人员,对应分析产品销售规模及对应车型销售规模的变动趋势;

3、获取发行人与客户合同、订单及邮件,核查产品对应终端车型的依据;

4、查阅发行人销售明细及行业报告,并通过访谈销售部门及技术开发部门人员,分析发行人受下游车型变动的影响。

(二) 核查意见

经核查,保荐机构认为:

1、报告期内,发行人存在部分整车厂商客户的业务模式与同行业公司不存在明显差异,符合行业惯例。结合目前定点项目及量产预期,预计2021年发行人销售收入中整车厂商的占比有所提升。不过发行人产品系列众多,长期来看,发行人业务中整车厂客户的销售占比将随着公司承接相关零部件项目情况变动。

2、发行人根据与客户合同、订单及开发过程文件统计下游覆盖车型,相关车型及对应销量统计准确。

3、发行人的销售规模受一级供应商采购和终端整车品牌销量等因素共同影响,其中终端整车品牌销量是主要约束因素。

4、报告期内,发行人存在部分终端车型销售规模与车型自身销量变动趋势或增速存在差异的情形,主要系产品周期变动、直接客户订单变动等因素导致。

5、发行人向终端整车品牌车型销售的集中度较低,上汽、福特、别克等个别车型的销量变化对发行人未来经营业绩不会产生显著不利影响。

问题 8：关于产品结构变动与价格变化

首轮问询回复显示，报告期内，发行人注塑零部件、金工零部件平均销售单价均出现较大幅度下滑，压铸零部件平均销售单价持续上升，均主要由于产品结构因素以及细分型号产品单价下波动导致。

请发行人：

(1) 详细分析报告期内各类零部件产品销售结构变化的原因，除产品因素外，是否存在其他技术原因、客户需求变化原因导致的发行人低单价零部件产品销售比例持续上升的情形。

(2) 补充说明压铸零部件产品结构及单价变化与其他零部件产品不一致的原因及合理性，是否与行业趋势一致。

(3) 对于各细分产品的价格变动及结构变动，分别选取可比公司可比业务进行对比分析，并说明发行人各产品未来价格趋势及分析依据。

(4) 以列表形式量化说明报告期内发行人各主要产品中细分产品单价下降幅度较小的表述是否真实准确。

请保荐人发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 详细分析报告期内各类零部件产品销售结构变化的原因，除产品因素外，是否存在其他技术原因、客户需求变化原因导致的发行人低单价零部件产品销售比例持续上升的情形。

1、冲压零部件产品销售结构变化的原因

报告期内，发行人冲压零部件产品结构变化情况如下：

产品单重	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
≤200g/件	64.59%	62.95%	61.74%	58.37%
>200g/件	35.41%	37.05%	38.26%	41.63%

报告期内，发行人冲压零部件产品结构中重量较小的产品销售占比持续上升，主要系一方面，随着汽车轻量化发展，发行人产品中部分产品通过材质及设计的改进降低重量，以及部分重量及规格较大产品因改用铝制生产而减少生产和销

售；另一方面，发行人产品种类众多，报告期内承接项目及量产周期差异因素也一定程度导致发行人产品结构变动，详见本反馈回复文件第9题第4小问中关于“产品中重量轻、规格小的产品销售占比有所提升的原因”相关回复内容。上述因素综合导致发行人冲压零部件产品结构中重量轻、规格小的产品销售占比持续上升。

2、压铸零部件产品销售结构变化的原因

报告期内，发行人压铸零部件产品结构变化情况如下：

产品单重	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
≤300g/件	75.52%	80.14%	84.32%	88.22%
>300g/件	24.48%	19.87%	15.67%	11.78%

报告期内，发行人压铸零部件产品结构中重量较大的产品销售占比持续上升，主要系随着铝质零部件产品在汽车中应用的提升，及发行人产品开发能力、生产工艺不断提升，报告期内发行人承接客户开发及生产工艺要求较高的大类零部件产品占比不断提高。报告期各期，发行人压铸零部件产品结构中重量相对较重的衬套和支架类产品的销售占比分别为66.78%、73.73%、76.48%、80.59%，呈现逐年上升态势，是导致发行人产品结构中重量较大的产品销售占比持续上升的主要因素。

3、注塑零部件产品销售结构变化的原因

报告期内，发行人注塑零部件产品结构变化情况如下：

产品单重	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
≤20g/件	86.74%	80.03%	78.27%	75.80%
>20g/件	13.25%	19.97%	21.72%	24.19%

报告期内，发行人注塑零部件产品结构中重量较小的产品销售占比持续上升，主要系产品结构中重量较大的橡胶件产品占比下降所致，以及单价较低产品销量上升所致。报告期内，发行人注塑零部件产品主要分橡胶件和塑料件两种，其中橡胶件产品的重量和价格较高，报告期各期发行人销售均价较高的橡胶件的销售占比分别为74.90%、70.24%、64.73%、52.58%，主要系发行人客户天纳克集团向公司采购的橡胶件产品减少；另外，发行人向宁波福尔达智能科技有限公司和富来思特（无锡）汽车零部件有限公司等客户销售的单价较低产品的销量持续上

升。

4、金工零部件产品销售结构变化的原因

报告期内，发行人金工零部件产品结构变化情况如下：

产品单重	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
≤60g/件	60.37%	52.90%	45.68%	46.07%
>60g/件	39.62%	47.11%	54.33%	53.94%

报告期内，发行人金工零部件产品结构中重量较小的产品销售占比呈现上升趋势。其中，2018年与2017年产品结构基本稳定，未出现明显波动；2019年、2020年1-6月份，发行人产品中重量较小的产品销售占比持续上升，主要系自收购烟台通吉后，发行人产品结构中铝挤出产品的销售占比不断提升所致，2018年、2019年、2020年1-6月份，发行人金工产品中铝挤出产品的占比分别为9.23%、29.80%、49.51%。

(二)补充说明压铸零部件产品结构及单价变化与其他零部件产品不一致的原因及合理性，是否与行业趋势一致。

1、补充说明压铸零部件产品结构及单价变化与其他零部件产品不一致的原因及合理性

报告期内，发行人压铸零部件产品中高单价产品占比及整体销售均价呈现上涨态势，不同于发行人其他零部件产品低单价产品占比提升、销售均价下降的趋势，主要系产品结构中规格较大、单价较高产品占比提升所致。报告期内，在汽车轻量化的趋势背景下，发行人压铸零部件业务发展迅速，随着产品开发能力及生产工艺不断提升，发行人承接客户开发及生产工艺要求较高的大类零部件产品占比不断提高，同时受公司及下游合作一级供应商所承接终端整车厂商的项目订单影响，报告期各期，发行人压铸零部件产品结构中重量相对较重、单价较高的的衬套和支架类产品的销售占比分别为66.78%、73.73%、76.48%、80.59%，呈现逐年上升态势，使得销售均价不断提高。综上，报告期内，发行人压铸零部件销售结构和销售均价波动具有合理性。

2、压铸零部件产品结构及单价变化是否与行业趋势一致

发行人压铸零部件的产品结构受工艺提升、承接下游项目订单等综合因素影

响。报告期内，发行人压铸零部件产品的同行业上市公司未披露压铸类产品的具体结构变化情况，其相关压铸零部件产品的单价变动情况如下：

单位：元/件

可比公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
爱柯迪	-	15.83	15.82	15.08
泉峰汽车	-	-	-	-
广东鸿图		4.57	4.30	3.90
发行人压铸零部件	5.63	5.25	5.03	4.86

注：上述公司均采用其公开披露的汽车压铸件数据。

报告期内，发行人压铸零部件产品的价格变化趋势与爱柯迪、广东鸿图等同行业公司一致。

（三）对于各细分产品的价格变动及结构变动，分别选取可比公司可比业务进行对比分析，并说明发行人各产品未来价格趋势及分析依据。

1、对于各细分产品的价格变动及结构变动，分别选取可比公司可比业务进行对比分析。

（1）冲压零部件

报告期内，发行人冲压零部件与同行业可比公司同类业务的比较情况如下：

单位：元/件

名称	冲压相关业务类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
博俊科技	汽车框架及传动等产品	-	3.67	3.52	3.05
无锡振华	车身及动力等总成产品	-	10.03	10.07	9.72
常青股份	车身及底盘等总成产品	-	29.79	31.57	33.49
黎明股份	车身及底盘等总成产品	-	13.53	14.84	13.97
发行人	底盘、动力等部位的支架类、衬套类产品	3.90	4.05	4.37	4.75

报告期内，发行人冲压零部件产品销售均价呈现逐年下降趋势，主要系产品结构变动所致。经对比同行业可比公司的冲压零部件业务，发行人产品价格变动趋势与常青股份相同；博俊科技冲压零部件产品报告期内逐年上升，与发行人变动趋势不同，根据其招股说明书披露，主要系其报告期内部分传动类冲压零部件产品的单价提高，且总成类零部件产品销售增加所致；无锡振华及黎明股份的冲压零部件产品单价报告期内相对平稳。鉴于发行人与同行业公司的产品类型存在

较大差异，相关产品的结构变动不具有可比性。

综上，报告期内，发行人冲压零部件产品单价变动主要系产品结构变动所致，变动趋势与常青股份相同，与其他同行业公司存在一定差异主要系产品种类不同。

(2) 压铸零部件

报告期内，发行人压铸零部件产品价格呈现逐年上升趋势，与同行业公司不存在明显差异，具体详见本题第 2 小问中关于“2、压铸零部件产品结构及单价变化是否与行业趋势一致”的回复内容。

(3) 注塑零部件

报告期内，发行人注塑零部件与同行业可比公司同类业务的比较情况如下：

单位：元/件

名称	注塑相关业务类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
博俊科技	汽车天窗、车窗机械组等	-	15.11	20.49	37.34
广东鸿图	内外车饰	-	24.15	22.57	22.26
发行人	底盘、动力等部位的衬套、托垫、吊耳等	0.74	0.76	0.79	0.86

报告期内，发行人注塑零部件产品销售均价逐年下降主要系产品结构变动所致。经对比同行业公司的注塑零部件业务，发行人产品价格变动趋势与博俊科技相同；销售均价变动趋势与广东鸿图存在一定差异，主要系产品种类及产品结构差异所致。

(4) 金工零部件

经查询，发行人金工零部件业务未发现可对比的同行业公司同类业务。

2、说明发行人各产品未来价格趋势及分析依据

(1) 冲压零部件

报告期内，发行人冲压零部件产品中支架类等单价较高产品的销售占比有所下降，导致销售均价持续下降。不过，发行人冲压零部件产品数量众多，为应对产品结构的变化，基于多年积累的丰富的技术储备和生产工艺，发行人与下游客户积极开发新产品，如单价相加对较高总成类产品、踏板产品，部分客户冲压零部件产品定点开发情况如下：

报告期内，发行人与长城汽车集团合作关系稳定，产品质量及供货能力受到客户认可，双方不断加强研发合作，2020年定点产品明显增加，预计在2021年批量生产的产品型号数量为33款，产品种类主要以总成度较高的底盘支架为主；根据年度爬坡周期预测及预测单价，预计2021年可实现销量320.50万件，增加销售收入4,500万元左右，产品平均单价在14元/件左右。

另外，随着特斯拉汽车销量提升，报告期内发行人产品中配套终端特斯拉的销售金额快速增长。在现有项目的基础上，根据已定点新项目，预计在2021年增加批量生产的产品型号数量为4款，产品主要以踏板为主；根据年度爬坡周期预测及预测单价，预计2021年新产品的可实现销量31.36万件，增加销售收入570万元左右，产品平均单价在18元/件左右。

整体来看，发行人产品型号众多，虽然报告期内整体单价有所下降，但从新定点项目来看，预计2021年产品销售均价下降趋势有所缓解。未来随着产品种类的进一步丰富，预计发行人销售均价不存在持续下降的风险。

(2) 压铸零部件

报告期内，发行人压铸零部件产品销售价格上涨主要系产品结构变动所致。随着发行人工艺技术提升及压铸零部件的市场开拓，发行人承接项目中规格较大、单价较高产品占比呈现增长趋势。根据目前发行人已定点产品及量产周期，预计2021年新产品主要是配套长城、沃尔沃、上汽等品牌，产品单价较高；预计2021年销售数量在160万件左右，产品收入2,500万元左右，销售均价约15元/件。

故短期来看，发行人压铸零部件产品销售均价存在进一步提升的趋势。不过发行人压铸零部件工艺技术成熟，随着产品类型更加丰富，长期来看，销售均价持续单向变动的可能性较低。

(3) 注塑零部件

报告期内，发行人注塑零部件产品销售价格下降主要系产品结构变动所致。发行人注塑零部件工艺技术成熟，产品种类较多，随着未来新产品的开发和量产，长期来看销售均价持续下降的可能性较小。详见本反馈文件第10题第6小问关于注塑零部件产品“2、未来价格下滑趋势是否仍将保持”的相关回复内容。

(4) 金工零部件

报告期内，发行人金工零部件产品价格变动主要系产品结构变动所致。发行人金工零部件工艺技术成熟，产品种类较多，随着未来新产品的开发和量产，预计未来销售均价将跟随承接的下游客户项目的不同存在一定波动，持续单向变动的可能性较低。

(四)以列表形式量化说明报告期内发行人各主要产品中细分产品单价下降幅度较小的表述是否真实准确。

报告期内，发行人各主要汽车零部件产品型号众多，其中各主要产品中细分产品单价波动情况如下：

1、冲压零部件

2019年及2020年1-6月份，发行人冲压零部件销售前十大产品的单价波动情况如下：

序号	零部件名称	2020年1-6月		2019年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	总成 762.135.151.674	12.71	-0.25%	12.74
2	总成 17.0610702A	22.75	2.90%	22.11
3	冲压 782.133.148.053	7.18	-1.09%	7.26
4	冲压 17.1721710A	6.40	0.62%	6.36
5	冲压 RZ40000306	4.72	-3.79%	4.91
6	总成 2904140XKZ1DA	25.44	-3.92%	26.47
7	总成 2904130XKZ1DA	25.44	-3.91%	26.47
8	总成 Z31368510	18.03	2.53%	17.58
9	总成 Z31368610	15.76	3.27%	15.27
10	总成 RT1E-16	26.77	0.69%	26.58

2018年及2019年，发行人冲压零部件销售前十大产品的单价波动情况如下：

序号	零部件名称	2019年度		2018年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	总成 17.0610702A	22.11	-1.99%	22.56
2	总成 2904140XKZ1DA	26.47	-13.68%	30.67
3	总成 2904130XKZ1DA	26.47	-13.68%	30.67
4	总成 RZ8825124	14.95	-12.36%	17.06

5	冲压 RZ40000306	4.91	-3.41%	5.08
6	总成 RZ8827306	12.86	-8.41%	14.04
7	总成 782.382.150.222	-	-	28.38
8	总成 762.135.151.674	12.74	-0.81%	12.85
9	冲压 782.133.148.053	7.26	3.14%	7.04
10	冲压 712.116.139.879-02	4.52	0.00%	4.52

注：1、总成 2904130XKZ1DA 及总成 2904140XKZ1DA 产品价格较大波动主要系轻量化改进、材料使用量降低所致；2、总成 RZ8825124、总成 RZ8827306 产品年度均价下降主要系其外销减少，产品单价基本未发生变动。

2017 年及 2018 年，发行人冲压零部件销售前十大产品的单价波动情况如下：

序号	零部件名称	2018 年度		2017 年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	总成 17.0610702A	22.56	-1.25%	22.84
2	总成 782.382.150.221	27.55	-0.30%	27.63
3	总成 RZ8827306	14.04	-1.11%	14.20
4	总成 RZ8825124	17.06	-1.01%	17.23
5	冲压 RZ40000306	5.08	-0.03%	5.08
6	总成 2904130XKZ1DA	30.67	-19.23%	37.97
7	总成 2904140XKZ1DA	30.67	-19.22%	37.97
8	冲压 712.116.139.879-02	4.52	-0.32%	4.53
9	总成 RZ20012313	39.30	-0.60%	39.54
10	冲压 RZ8002110	20.01	-0.50%	20.11

注：总成 2904130XKZ1DA 及总成 2904140XKZ1DA 产品价格较大波动主要系轻量化改进、材料使用量降低，使得成本明显下降并带动产品价格下降。

报告期各期，发行人冲压零部件产品平均单价分别下降 8.00%、7.32% 和 3.70%，但从主要产品型号来看，产品价格变动幅度较小，各期的价格波动主要产品结构调整因素所致。少量冲压零部件产品单价下降较多，主要系通过轻量化改进、产品成本下降较多，使得产品定价下降。

2、压铸零部件

2019 年及 2020 年 1-6 月份，发行人压铸零部件销售前十大产品的单价波动情况如下：

序号	零部件名称	2020 年 1-6 月	2019 年度
----	-------	--------------	---------

		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	ZY00019	7.62	0.00%	7.62
2	ZY00070	9.49	0.00%	9.49
3	ZY00076	12.50	-0.02%	12.50
4	ZY00161	11.38	3.52%	11.00
5	ZY00072	9.50	0.00%	9.50
6	ZY00083	10.33	0.00%	10.33
7	ZY00074	-	-	12.21
8	ZY00040	3.16	-12.02%	3.59
9	ZY00082	10.33	0.00	10.33
10	ZY00028	5.12	0.00	5.12

注：ZY00040 产品价格下降主要系产品降价及汇率波动等因素影响。

2018 年及 2019 年, 发行人压铸零部件销售前十大产品的单价波动情况如下:

序号	零部件名称	2019 年度		2018 年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	ZY00019	7.62	-0.70%	7.68
2	ZY00070	9.49	0.00	9.49
3	ZY00074	12.21	0.30%	12.17
4	ZY00072	9.50	0.00%	9.50
5	ZY00076	12.50	1.13%	12.36
6	ZY00040	3.59	-9.65%	3.98
7	ZY00055	3.59	0.00	3.59
8	ZY00020	7.79	-0.01%	7.79
9	ZY00052	1.25	0.00%	1.25
10	ZY00058	3.69	-3.58%	3.83

2017 年及 2018 年, 发行人压铸零部件销售前十大产品的单价波动情况如下:

序号	零部件名称	2018 年度		2017 年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	ZY00019	7.68	-0.35%	7.70
2	ZY00070	9.49	-0.15%	9.51
3	ZY00055	3.59	-0.09%	3.60
4	ZY00074	12.17	1.81%	11.95

5	ZY00072	9.50	-0.27%	9.52
6	ZY00057	3.65	-0.49%	3.67
7	ZY00053	1.34	-2.26%	1.37
8	ZY00020	7.79	-0.97%	7.87
9	ZY00058	3.83	3.14%	3.71
10	ZY00052	1.25	-1.04%	1.26

报告期各期,发行人压铸零部件产品平均单价分别同比增长 3.50%、4.37%、7.24%,但从主要产品型号来看,产品价格相对平稳,各期的价格波动主要产品结构调整因素所致。

3、注塑零部件

2019 年及 2020 年 1-6 月份,发行人注塑零部件销售前十大产品的单价波动情况如下:

序号	零部件名称	2020 年 1-6 月		2019 年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	ZX00045	2.43	-2.14%	2.49
2	ZX00001	0.87	0.01%	0.87
3	ZS00004	0.41	0.01%	0.41
4	ZS00010	3.31	0.20%	3.30
5	ZX00078	28.97	17.99%	24.55
6	ZX00037/ZX00038	0.64	-0.25%	0.64
7	ZX00066	-	-	2.15
8	ZS00003	0.52	0.01%	0.52
9	ZX00076	35.44	0.00%	35.44
10	ZS00029	0.58	-7.64%	0.63

注: ZX00078 产品价格有所上涨,主要系该产品部分配件原由客户提供改为发行人承担,从而调整价格所致。

2018 年及 2019 年,发行人注塑零部件销售前十大产品的单价波动情况如下:

序号	零部件名称	2019 年度		2018 年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	ZX00066	2.15	4.54%	2.06
2	ZX00045	2.49	-3.18%	2.57

3	ZS00004	0.41	11.85%	0.37
4	ZX00076	35.44	2.31%	34.64
5	ZX00001	0.87	-0.01%	0.87
6	ZX00078	24.55	1.27%	24.25
7	ZS00010	3.30	7.20%	3.08
8	ZS00003	0.52	19.67%	0.43
9	ZX00037/ZX00038	0.64	0.38%	0.64
10	ZX00065	1.91	7.28%	1.78

2017年及2018年,发行人注塑零部件销售前十大产品的单价波动情况如下:

序号	零部件名称	2018年度		2017年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	ZX00066	2.06	-1.57%	2.09
2	ZX00001	0.87	-0.14%	0.87
3	ZS00004	0.37	0.36%	0.37
4	ZX00078	24.25	-1.63%	24.65
5	ZX00037/ZX00038	0.64	-3.81%	0.67
6	045316	-	-	37.24
7	ZS00003	0.43	-3.95%	0.45
8	ZS00087	-	-	2.91
9	ZS00085	-	-	2.24
10	ZX00032	0.73	-4.64%	0.76

报告期各期,发行人注塑零部件产品平均单价分别同比下降8.14%、3.80%、2.63%,但从主要产品型号来看,产品价格相对平稳,各期的价格波动主要产品结构调整因素所致。

4、金工零部件

2019年及2020年1-6月份,发行人金工零部件销售前十大产品的单价波动情况如下:

序号	零部件名称	2020年1-6月		2019年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	机加 782.211.138.646	12.01	-18.57%	14.75

2	机加 8WO.399.292B	6.14	0.00%	6.14
3	冲压 IC10B302200	1.61	-2.13%	1.64
4	机加 R725Q19201	5.08	-6.65%	5.45
5	机加 CM01B098041	1.53	-0.72%	1.54
6	机加 725-1155	2.19	0.01%	2.19
7	机加 CM01B097591	1.07	-2.63%	1.10
8	RCB0137224B	2.43	3.16%	2.35
9	机加 12740-4	6.41	-2.90%	6.61
10	机加 OC03B098030	1.10	-0.52%	1.11

注：机加 782.211.138.646 产品价格波动较大系产品内销与外销价格差异较大，报告期各期内外销比例波动所致。

2018 年及 2019 年，发行人金工零部件销售前十大产品的单价波动情况如下：

序号	零部件名称	2019 年度		2018 年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	机加 782.211.138.646	14.75	2.36%	14.41
2	机加 8WO.399.292B	6.14	0.00%	6.14
3	机加 725-1155	2.19	-0.01%	2.19
4	机加 12740-4	6.61	3.25%	6.40
5	机加 R725Q19201	5.45	6.80%	5.10
6	冲压 IC10B302200	1.64	-3.20%	1.70
7	机加 R725115609	3.10	0.00%	3.10
8	机加 52010511	2.92	-5.30%	3.08
9	机加 RZ8203100	3.45	-0.72%	3.48
10	机加 782.125.143.254	2.07	0.00%	2.07

2017 年及 2018 年，发行人金工零部件销售前十大产品的单价波动情况如下：

序号	零部件名称	2018 年度		2017 年度
		平均价格 (元/件)	变动幅度	平均价格 (元/件)
1	机加 782.211.138.646	14.41	19.94%	12.01
2	机加 8WO.399.292B	6.14	2.83%	5.97
3	机加 725-1155	2.19	-0.02%	2.19
4	机加 52010511	3.08	-2.50%	3.16
5	机加 12740-4	6.40	10.85%	5.77

6	机加 RZ8203100	3.48	0.02%	3.48
7	机加 782.125.143.254	2.07	0.00%	2.07
8	机加 R725117201	2.08	-0.11%	2.09
9	机加 RZ8422101	8.01	3.63%	7.73
10	机加 R725112901	-	-	3.82

注：机加 782.211.138.646 产品价格波动较大系产品内销与外销价格差异较大，报告期各期内外销比例波动所致。

报告期各期，发行人金工零部件产品平均单价分别变动 5.58%、-18.49%、-9.26%，但从主要产品型号来看，产品价格相对平稳，各期的价格波动主要产品结构调整因素所致。

综上，报告期内，发行人各类零部件产品主要型号的价格波动幅度较小，各类零部件产品销售均价波动主要系结构因素变动所致。

二、保荐机构核查情况

（一）核查过程

保荐机构进行了如下核查：

1、获取并分析报告期内发行人各类零部件产品销售明细，核查产品结构调整情况，并通过查阅行业报告及访谈发行人销售部门、技术部门人员了解产品结构变动原因；

2、查阅发行人冲压零部件、压铸零部件、注塑零部件、金工零部件产品同行业公司公开披露的产品结构及单价信息，并与发行人进行对比分析；

3、获取并分析报告期内发行人各类零部件产品销售明细，核查各主要零部件产品各年度的价格变动比例。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，发行人各类零部件产品结构变动系承接项目差异以及下游轻量化需要导致产品材质、技术设计变动等因素综合导致。

2、报告期内，发行人压铸零部件产品的价格变化趋势与爱柯迪、广东鸿图等同行业上市公司一致。

3、报告期内，发行人零部件产品价格波动整体趋势与同行业不存在较大差异；发行人产品数量众多，未来产品价格发展趋势整体会根据承接项目、产品量产、轻量化趋势发展等情况变动。

4、报告期内发行人各主要产品中细分产品单价下降幅度较小的表述真实准确。

问题 9：关于冲压零部件业务

首轮问询回复显示：

(1) 报告期内，发行人冲压零部件产品的营业收入呈现下降趋势，主要由于平均销售价格下降所致。产品价格影响因素为价格调整以及产品结构变动。

(2) 在汽车整体轻量化背景下，以金属钢材为主要材料的冲压零部件产品呈现减重趋势，使得发行人冲压零部件产品中重量轻、规格小的销售占比提升，导致产品销售均价有所下降。发行人冲压零部件产品中 200g 以下产品的销售占比持续上升。

(3) 报告期内，发行人冲压零部件产品的产销率分别为 101.91%、102.39%、101.10%、107.49%。

请发行人：

(1) 补充披露发行人冲压零部件细分种类及销售数量的变化情况。分析说明冲压零部件产销率持续高于 100% 的原因，发行人是否存在外购相关产品用于销售的情形。如其他类型产品存在类似情形，请一并补充披露。

(2) 补充披露发行人冲压零部件业务的主要客户情况，以及向各客户销售的产品种类、平均单价、销售数量及销售金额情况，同时披露冲压零部件产品应用的主要终端整车品牌情况。

(3) 逐一分析发行人对上述各主要客户及终端整车品牌销售冲压零部件的销量变化及产品单价变化原因，并结合上述情况说明报告期内发行人冲压零部件销售收入持续下降的原因。

(4) 进一步说明报告期内冲压零部件业务相关一级供应商客户、终端整车品牌对冲压零部件的技术要求和趋势。结合相关技术要求说明发行人生产工艺、原材料种类及耗用量的变化情况，以及冲压零部件产品中重量轻、规格小的产品销售占比提升的原因。

(5) 补充披露报告期内冲压零部件产品细分种类产品占比情况。说明发行人的冲压零部件除重量、规格变化外，具体种类、尺寸、技术指标、性能、作用是否发生变化。发行人轻量化产品占比提升的情况是否与同行业可比公司一致。

(6) 进一步说明报告期内发行人与各主要客户关于冲压零部件产品的定价方式,是否仅与产品重量、规格相关。相关产品受轻量化影响价格下降是否合理,是否符合行业惯例及同行业可比公司同类业务。

(7) 结合汽车轻量化的发展趋势、发行人与各主要客户的约定条款,说明发行人冲压零部件产品价格下降、产品结构改变、收入持续下降的趋势是否持续,发行人采取的具体措施。

请保荐人发表明确意见。

一、发行人回复:

(一) 补充披露发行人冲压零部件细分种类及销售数量的变化情况。分析说明冲压零部件产销率持续高于 100% 的原因,发行人是否存在外购相关产品用于销售的情形。如其他类型产品存在类似情形,请一并补充披露。

1、补充披露发行人冲压零部件细分种类及销售数量的变化情况

报告期内,发行人冲压零部件数量较多,按照功能可划分为支架类、减震衬套、减震支撑、减震悬置等种类,上述细分种类的销售数量情况如下:

单位:件、万元、元/件

种类	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
支架类	908.64	4,992.60	5.49	2,490.26	13,728.44	5.51	2,794.33	18,166.65	6.50	3,192.85	20,702.13	6.48
减震衬套	1,472.64	2,813.83	1.91	3,741.35	7,307.91	1.95	3,666.67	7,453.53	2.03	3,180.95	6,780.54	2.13
减震悬置	85.48	894.11	10.46	276.59	3,165.46	11.44	311.03	2,953.73	9.50	365.20	3,475.82	9.52
其他	120.98	1,387.46	11.47	307.32	3,383.69	11.01	165.88	1,738.83	10.48	100.64	1,496.84	14.87
总计	2,587.74	10,087.99	3.90	6,815.52	27,585.49	4.05	6,937.90	30,312.75	4.37	6,839.63	32,455.33	4.75

注:支架类产品中主要以减震支架为主,并包括少量座椅支架、制动支架等。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“(二)利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”之“(3)主要产品营业收入变动分析”中补充披露。

2、分析说明冲压零部件产销率持续高于 100% 的原因,发行人是否存在外购相关产品用于销售的情形。如其他类型产品存在类似情形,请一并补充披露。

报告期内,发行人冲压零部件产销率持续高于 100%,主要系存在少量外购

产品的原因。具体情况如下：

期间	产量	外购数量	销售数量	产销率
2020年1-6月	2,407.38	25.95	2,587.74	107.49%
2019年度	6,741.38	139.10	6,815.52	101.10%
2018年度	6,775.88	133.02	6,937.90	102.39%
2017年度	6,711.49	221.93	6,839.63	101.91%

报告期内，发行人压铸零部件、注塑零部件、金工零部件产品不存在产销率持续高于100%的情形，其中，注塑零部件、金工零部件也存在少量产品外购情形，具体情况如下：

单位：万件

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
注塑零部件	15.34	125.34	77.74	332.99
金工零部件	77.74	64.10	108.39	91.88

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人的销售情况和主要客户”之“（二）公司各主要产品的产量、销量和产销率情况”之“2、公司产品的产量、销量、产销率如下表所示”中补充披露。

（二）补充披露发行人冲压零部件业务的主要客户情况，以及向各客户销售的产品种类、平均单价、销售数量及销售金额情况，同时披露冲压零部件产品应用的主要终端整车品牌情况。

1、补充披露发行人冲压零部件业务的主要客户情况，以及向各客户销售的产品种类、平均单价、销售数量及销售金额情况。

报告期内，发行人冲压零部件业务的前五大客户分别为博戈集团、威巴克集团、天纳克集团、住友理工集团、长城汽车集团，上述客户的基本情况详见招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人的销售情况和主要客户”之“（四）公司前五名客户情况”之“1、主要客户基本情况”。

发行人向上述主要客户销售冲压零部件的主要产品种类、平均单价、销售数量及销售金额等情况如下：

单位：元/件，万件，万元

客户名称	主要产品种类	2020年1-6月			2019年度		
		平均单价	销售数量	销售金额	平均单价	销售数量	销售金额
博戈集团	减震衬套、支架	5.44	453.06	2,465.20	4.99	1,411.68	7,050.41
威巴克集团	减震悬置、支架、衬套、支撑	5.30	381.41	2,023.01	5.78	1,140.52	6,589.59
天纳克集团	减震衬套	1.52	835.48	1,269.42	1.74	2,034.73	3,534.51
住友理工集团	支架、衬套	3.51	232.46	815.19	4.00	592.67	2,371.72
长城汽车集团	支架	25.06	36.86	923.86	26.19	64.33	1,684.93
合计		3.87	1,939.28	7,496.68	4.05	5,243.93	21,231.17
客户名称	产品种类	2018年度			2017年度		
		平均单价	销售数量	销售金额	平均单价	销售数量	销售金额
博戈集团	减震衬套、支架	4.79	1,378.01	6,596.17	4.45	1,352.34	6,012.86
威巴克集团	减震悬置、支架、衬套、支撑	5.09	1,644.93	8,366.41	4.70	2,536.22	11,918.16
天纳克集团	减震衬套	2.15	1,729.79	3,715.54	2.25	1,256.73	2,831.84
住友理工集团	支架、衬套	5.02	469.07	2,353.09	8.50	267.23	2,271.43
长城汽车集团	支架	29.09	83.74	2,436.14	31.13	86.87	2,704.04
合计		4.42	5,305.54	23,467.34	4.68	5,499.38	25,738.34

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”之“（3）主要产品营业收入变动分析”中补充披露。

2、披露冲压零部件产品应用的主要终端整车品牌情况

报告期内，发行人冲压零部件主要对应的下游品牌车型的销售情况如下：

单位：万件，元/件，万元

序号	终端应用整车品牌	2020年1-6月			2019年度		
		数量	单价	金额	数量	单价	金额
1	大众	470.80	6.02	2,832.26	1,258.23	6.17	7,765.11

2	别克	605.59	3.15	1,910.39	1,590.34	3.20	5,085.60
3	福特	209.42	3.37	705.02	695.41	2.82	1,959.37
4	长城	36.86	25.06	923.86	64.34	26.19	1,685.08
5	奥迪	169.91	1.93	327.61	488.61	1.89	921.30
6	特斯拉	385.14	1.24	479.30	694.95	1.29	894.15
7	日产	51.75	4.53	234.66	158.82	4.64	737.52
8	雪佛兰	61.40	2.84	174.15	236.73	3.05	721.04
9	丰田	28.34	10.52	298.01	37.24	15.06	560.77
10	标致	12.75	5.67	72.33	65.61	5.41	355.00
序号	终端应用整车品牌	2018 年度			2017 年度		
		数量	单价	金额	数量	单价	金额
1	大众	1,047.59	6.06	6,347.94	933.68	6.52	6,084.10
2	别克	1,615.74	3.66	5,910.62	1,682.81	3.76	6,329.11
3	福特	995.89	3.28	3,266.75	1,133.22	3.64	4,121.73
4	长城	83.74	29.09	2,436.14	86.97	31.11	2,705.50
5	奥迪	522.15	1.81	946.36	530.29	1.56	827.28
6	特斯拉	418.72	1.36	568.26	114.50	0.98	112.12
7	日产	191.85	4.44	851.01	260.52	3.92	1,020.07
8	雪佛兰	210.51	3.57	751.00	265.43	3.43	909.96
9	丰田	5.86	26.04	152.71	0.02	63.72	1.04
10	标致	98.54	6.49	639.45	138.24	6.63	917.15

注：1、上述终端品牌车型按照发行人零部件产品 2019 年度对应销售规模排序；2、2019 年度，发行人主营零部件产品中对应上述终端品牌车型的销售占比合计为 84.26%。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”之“（3）主要产品营业收入变动分析”中补充披露。

（三）逐一分析发行人对上述各主要客户及终端整车品牌销售冲压零部件的销量变化及产品单价变化原因，并结合上述情况说明报告期内发行人冲压零部件销售收入持续下降的原因。

1、逐一分析发行人对上述各主要客户及终端整车品牌销售冲压零部件的销量变化及产品单价变化原因。

（1）发行人对上述各主要客户销售冲压零部件的销量变化及产品单价变化

原因

①博戈集团

单位：万件，元/件

客户名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
博戈集团	453.06	5.44	1,411.68	4.99	1,378.01	4.79	1,352.34	4.45

报告期内，发行人向博戈集团销售冲压零部件的数量分别为 1,352.34 万件、1,378.01 万件、1,411.68 万件、453.06 万件，整体呈现逐年增长态势，主要系发行人通过博戈集团向大众品牌汽车销售的减震衬套类产品增长所致，报告期各期的销售数量分别为 42.27 万件、132.50 万件、314.37 万件、139.31 万件。

报告期内，发行人向博戈集团销售冲压零部件的产品均价分别为 4.45 元/件、4.79 元/件、4.99 元/件、5.44 元/件，呈现逐年上涨态势，主要系踏板类产品销售占比逐年上升所致。报告期内，发行人向博戈集团销售踏板单价在 11-13 元之间，销售数量占比分别为 0.30%、3.76%、12.61%、16.13%，销售数量占比逐年上升。

②威巴克集团

单位：万件，元/件

客户名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
威巴克集团	381.41	5.30	1,140.52	5.78	1,644.93	5.09	2,536.22	4.70

报告期内，发行人向威巴克集团销售冲压零部件产品的数量分别为 2,536.22 万件、1,644.93 万件、1,140.52 万件、381.41 万件，呈现逐年下降态势。其中，2018 年相比 2017 年销售数量下降，主要系发行人通过威巴克集团销售终端的福特、别克品牌整车销量分别下降-54.52%、-13.19%，导致发行人对应销量有所下降；2019 年相比 2018 年销售数量下降，主要系发行人通过威巴克集团销售终端的福特、别克品牌整车销量分别下降-39.63%、-18.49%，以及菲亚特品牌退出中国等导致三个整车品牌对应零部件销量下降所致。

报告期内，发行人向威巴克集团销售冲压零部件的产品均价分别为 4.70 元/件、5.09 元/件、5.78 元/件、5.30 元/件，价格整体呈现上升态势，2020 年 1-6 月份有所下降。其中，2018 年相比 2017 年销售均价上升，主要系发行人向威巴克

集团销售产品中对应终端品牌大众的悬置、支架类产品占比提升，该产品单价在 9 元以上，价格相对较高；2019 年相比 2018 年销售均价上升，主要系发行人向威巴克集团销售产品中对应雪佛兰的悬置、支架类产品占比提升，该产品价格在 8 元以上，价格相对较高；2020 年 1-6 月份相比 2019 年销售均价下降，主要系发行人向威巴克集团销售产品中对应雪佛兰的悬置产品占比下降所致。

③天纳克集团

单位：万件，元/件

客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
天纳克集团	835.48	1.52	2,034.73	1.74	1,729.79	2.15	1,256.73	2.25

报告期内，发行人向天纳克集团销售冲压零部件产品的数量分别为 1,256.73 万件、1,729.79 万件、2,034.73 万件、835.48 万件，呈现逐年增长态势，主要系报告期内发行人向天纳克集团销售产品对应特斯拉、别克的衬套类产品逐年增长所致。

报告期内，发行人向天纳克集团销售冲压零部件的产品均价分别为 2.25 元/件、2.15 元/件、1.74 元/件、1.52 元/件，价格整体呈现下降态势。其中，2018 相比 2017 年销售均价下降，主要系发行人向天纳克集团销售产品中对应终端品牌别克、上汽单价较高的产品量产下行或占比下降所致；2019 年相比 2018 年销售均价下降，主要系发行人向天纳克集团销售产品中对应终端品牌福特、别克的产品中较高的衬套、支架产品销量占比下降所致。

④住友理工集团

单位：万件，元/件

客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
住友理工集团	232.46	3.51	592.67	4.00	469.07	5.02	267.23	8.50

报告期内，发行人向住友理工集团销售冲压零部件产品的数量分别为 267.23 万件、469.07 万件、592.67 万件、232.46 万件，呈现逐年增长态势，主要系报告期内发行人向住友理工集团销售对应终端品牌大众的衬套、支撑、支架等产品销售增长所致。

报告期内，发行人向住友理工集团销售冲压零部件的产品均价分别为 8.50 元/件、5.02 元/件、4.00 元/件、3.51 元/件，价格整体呈现下降态势，主要系发行人向终端品牌大众销售的单价较高的总成 17.0610702A 产品销售占比逐年下降所致。

⑤长城汽车集团

单位：万件，元/件

客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
长城汽车集团	36.86	25.06	64.33	26.19	83.74	29.09	86.87	31.13

报告期内，发行人向长城汽车集团销售冲压零部件产品的数量分别为 86.87 万件、83.74 万件、64.33 万件、36.86 万件，呈现逐年下降态势。其中，2018 年相比 2017 年销售数量下降主要系发行人向长城汽车集团销售的总成 2911130XKR02A 系列产品处于量产下行周期所致；2019 年相比 2018 年销售数量下降，主要系发行人向长城汽车集团销售的总成 2904130XKZ1DA 系列对应车型哈佛 H6 当期销量下降所致。

报告期内，发行人向长城汽车集团销售冲压零部件的产品均价分别为 31.13 元/件、29.09 元/件、26.19 元/件、25.06 元/件，价格整体呈现下降态势，一方面系报告期内发行人与长城汽车集团协同进行轻量化研发，总成 2904130XKZ1DA 系列整体减重降价，另一方面系报告期内，发行人向长城汽车集团销售的主要产品存在一定幅度降价所致。

(2) 发行人对上述终端整车品牌销售冲压零部件的销量变化及产品单价变化原因

报告期内，发行人存在部分终端车型销售规模与车型自身销量变动趋势或增速存在差异的情形，主要系产品周期变动、直接客户下游市场订单占比提升等因素导致。具体分析如下：

①大众汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
大众	470.80	6.02	1,258.23	6.17	1,047.59	6.06	933.68	6.52

报告期内，发行人向大众品牌销售冲压零部件产品的数量分别为 933.68 万件、1,047.59 万件、1,258.23 万件、470.80 万件，呈现逐年上升态势，主要系报告期内发行人对应大众品牌销售的衬套类产品冲压 1726161A、冲压 732.235.151.972、冲压 732.235.151.975 量产增量所致。

报告期内，发行人冲压零部件产品中对应大众品牌的销售均价分别为 6.52 元/件、6.06 元/件、6.17 元/件、6.02 元/件，略呈现下降态势。其中，2018 年相比 2017 年销售均价下降，主要系单价较高的总成 17.0610702A、总成 RZ20012313 等产品销售占比下降所致。

②别克汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
别克	605.59	3.15	1,590.34	3.20	1,615.74	3.66	1,682.81	3.76

报告期内，发行人冲压零部件产品对应别克品牌的销售数量分别为 1,682.81 万件、1,615.74 万件、1,590.34 万件、605.59 万件，呈现逐年下降态势。报告期内，发行人对应别克品牌汽车销售冲压零部件产品型号较多，其中，2018 年相比 2017 年产品销售数量下降，主要系冲压 R725116701、冲压 R725112902、冲压 P781044901 等产品的配套车型销量下降所致；2019 年相比 2018 年销量下降，主要系衬套类产品冲压 R725116701、冲压 732.292.144.218 等销量下降所致。

报告期内，发行人冲压零部件产品中对应别克品牌的销售均价分别为 3.76 元/件、3.66 元/件、3.20 元/件、3.15 元/件，呈现逐年下降态势。其中，2018 年相比 2017 年销售均价下降，主要系发行人对应销售的价格较高的总成 HL8152N20、总成 RZ8175152 销售占比下降所致；2019 年相比 2018 年销售均价下降，主要系冲压 732.212.153.330、冲压 732.292.144.218、总成 WD00B088190

等单价较高的产品销售占比下降所致；2020年1-6月份相比2019年销售均价下降，主要系单价较高的冲压712.116.139.879-02等产品销售占比下降所致。

③福特汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
福特	209.42	3.37	695.41	2.82	995.89	3.28	1,133.22	3.64

报告期内，发行人冲压零部件产品对应福特品牌的销售数量分别为1,133.22万件、995.89万件、695.41万件、209.42万件，呈现逐年下降态势。其中，2018年相比2017年销售数量下降，主要系冲压RZ8539307、冲压RZ8539305等产品随配套车型福克斯销量下降而减量；2019年相比2018年销量下降，主要系冲压OC01B007001、冲压WR00B037251、冲压OC01B077991等衬套类产品随配套车型销量下降而减量。

报告期内，发行人冲压零部件产品中对应福特品牌的销售均价分别为3.64元/件、3.28元/件、2.82元/件、3.37元/件，销售均价先降后升。其中，2018年相比2017年销售均价下降，主要系冲压RZ20108301、冲压A214038APB等单价较高的产品销售占比下降所致；2019年相比2018年销售均价下降，主要系单价较高的总成732.192.142.888减量及单价较低的冲压OC01B091980产品增量所致。

④长城汽车

报告期内，发行人向长城汽车销售冲压零部件的销量变化及产品单价变化原因详见前述关于长城汽车集团销售情况变动的的原因分析。

⑤奥迪汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
奥迪	169.91	1.93	488.61	1.89	522.15	1.81	530.29	1.56

报告期内，发行人冲压零部件产品对应奥迪品牌的销售数量分别为530.29

万件、522.15 万件、488.64 万件、169.91 万件，呈现逐年下降态势，主要系报告期内配套的衬套产品冲压 R725117202 量产下行周期减量所致。

报告期内，发行人冲压零部件产品中对应奥迪品牌的销售均价分别为 1.56 元/件、1.81 元/件、1.89 元/件、1.93 元/件，呈现逐年上升态势。其中，2018 年相比 2017 年销售价格上涨，主要系冲压 IC01B069380 等价格相对较高产品销售占比提升所致；2019 年相比 2018 年价格上涨，主要系价格较高的冲压 55379304 产品销售占比提升所致；2020 年 1-6 月份价格上涨，主要系价格较高的冲压 IC01B069380、冲压 HZ8026000 销售占比提升所致。

⑥特斯拉汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
特斯拉	385.14	1.24	694.95	1.29	418.72	1.36	114.50	0.98

报告期内，发行人冲压零部件产品对应特斯拉品牌的销售数量分别为 114.50 万件、418.72 万件、694.95 万件、385.14 万件，呈现逐年上升态势，主要系随着特斯拉汽车销量整体增长，发行人向特斯拉品牌车系销售冲压零部件产品规模整体快速增长。

报告期内，发行人冲压零部件产品对应特斯拉品牌的销售均价分别为 0.98 元/件、1.36 元/件、1.29 元/件、1.24 元/件，销售均价先升后降。其中，2018 年相比 2017 年销售价格上升，主要系单价较高的冲压 OC01B310240 产品销售占比提升所致；2019 年相比 2018 年销售均价下降，主要系单价较高的冲压 OC01B310240 的销售占比下降所致；2020 年 1-6 月相比 2019 年销售均价略有下降主要系冲压 CM03B304620、冲压 CM03B304620 等价格小幅下降所致。

⑦日产汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
日产	51.75	4.53	158.82	4.64	191.85	4.44	260.52	3.92

报告期内，发行人冲压零部件产品对应日产品牌的销售数量分别为 260.52 万件、191.85 万件、158.82 万件、51.75 万件。2018 年相比 2017 年销售数量下降，主要系冲压 RZ8349102、冲压 RZ40000306 等产品处于量产下行周期减产所致；2019 年相比 2018 年销售数量下降，主要系冲压 RZ8080111 逐步减量所致。

报告期内，发行人冲压零部件产品中对应日产品牌的销售均价分别为 3.92 元/件、4.44 元/件、4.648 元/件、4.53 元/件，销售均价先升后降。其中，2018 年、2019 年销售均价上升，主要系冲压 RZ40000306、总成 3N7E02-12 等单价较高产品销售占比提升所致。

⑧雪佛兰汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
雪佛兰	61.40	2.84	236.73	3.05	210.51	3.57	265.43	3.43

报告期内，发行人冲压零部件产品对应雪佛兰品牌销售数量分别为 265.43 万件、210.51 万件、236.73 万件、61.4 万件，销售数量先降后升。其中，2018 年相比 2017 年销量下降，主要系冲压 CM05B065540 产品配套车型销量波动所致；2019 年相比 2018 年销量上涨，主要系总成 Z31368610、冲压 R034Q51002 等新品量产放量及冲压 CM05B065540 产品销量随车型增长所致。

报告期内，发行人冲压零部件产品中对应雪佛兰品牌销售均价分别为 3.43 元/件、3.57 元/件、3.05 元/件、2.84 元/件，销售均价先升后降。其中，2018 年相比 2017 年销售均价上涨，主要系单价较高的冲压 782.116.145.825 销售占比提升所致；2019 年至 2020 年 1-6 月销售单价逐年下降为冲压 CM05B304500、冲压 CM05B308780、总成 BR23102797 等单价较低的新产品逐步上量所致。

⑨丰田汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
丰田	28.34	10.52	37.24	15.06	5.86	26.04	0.02	63.72

报告期内，发行人冲压零部件产品对应丰田品牌的销售数量分别为 0.02 万件、5.86 万件、37.24 万件、28.34 万件，呈现逐年上涨态势，主要系总成 RT1EOK-16 产品处于量产上升周期及总成 RT0916-12、总成 RTOEOL-12 等新产品开始量产增长所致。

报告期内，发行人冲压零部件产品对应丰田品牌的销售均价分别为 63.72 元/件、26.04 元/件、15.06 元/件、10.52 元/件，呈现逐年下降态势，主要系在价格相对较低的总成 RT0916-12、总成 RTOEOL-12 等新产品量产增长，销售占比提升所致。

⑩标致汽车

单位：万件，元/件

终端整车品牌	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
标致	12.75	5.67	65.61	5.41	98.54	6.49	138.24	6.63

报告期内，发行人冲压零部件产品对应标致品牌的销售数量分别为 138.24 万件、98.54 万件、65.61 万件、12.75 万件，呈现逐年下降态势，主要系报告期内发行人配套标致神龙的冲压 RZ40026331、总成 RZ40026321 跟随车型变动销售数量下降所致。

报告期内，发行人冲压零部件产品对应标致品牌的销售均价分别为 6.63 元/件、6.49 元/件、5.41 元/件、5.67 元/件，呈现下降态势。其中，2019 年相比 2018 年价格下降，主要系除价格相对较高的总成 RZ40026321 销量下降、售价较低的冲压 0749028700、冲压 0749028800 两款产品上量所致。

2、结合上述情况说明报告期内发行人冲压零部件销售收入持续下降的原因。

报告期内，发行人冲压零部件产品销售收入分别为 32,455.33 万元、30,312.75 万元、27,585.49 万元和 10,087.99 万元，呈现逐年下降趋势，具体如下：

2018 年，发行人冲压零部件销售收入同比下降主要系发行人向威巴克集团销售的对应别克、福特等车型的产品销量随对应车型销量下降而减量，以及向长城汽车集团销售的产品销售收入随产品量产下行周期减量所致，上述两因素导致发行人冲压零部件产品销售收入下降 3,819.65 万元；

2019年，发行人冲压零部件销售收入同比下降，主要由于：一方面，发行人向威巴克集团销售的对应别克、福特等车型的产品销量随对应车型销量下降，以及对应菲亚特品牌退出中国等导致三个整车品牌对应零部件销量下降；另一方面，发行人向长城汽车集团销售的产品销售收入随产品量产下行周期减量，上述两因素导致发行人冲压零部件销售收入下降 2,528.03 万元。

综上，报告期内，发行人冲压零部件产品销售收入持续下降，主要系终端客户销售产销量波动影响所致。

（四）进一步说明报告期内冲压零部件业务相关一级供应商客户、终端整车品牌对冲压零部件的技术要求和发展趋势。结合相关技术要求说明发行人生产工艺、原材料种类及耗用量的变化情况，以及冲压零部件产品中重量轻、规格小的产品销售占比提升的原因。

1、进一步说明报告期内冲压零部件业务相关一级供应商客户、终端整车品牌对冲压零部件的技术要求和发展趋势。

报告期内，在保证安全性能的前提下，发行人下游一级供应商、终端整车品牌车企对冲压零部件产品要求呈现轻量化、高强度化发展趋势，具体如下：

（1）轻量化发展趋势：在节能减排的背景下，轻量化概念不断普及以及新能源车的销售不断增加，与之相配套的汽车车身零部件轻量化趋势也日渐显现。根据《汽车铝合金底盘零部件逆市高增长》，2017年、2018年，铝合金在汽车底盘可替代部位的渗透率分别为 5.1%、7.2%，预计 2025 年渗透率达到 35.3%。根据《节能与新能源汽车技术路线图 2.0》对于车辆整备质量的减重目标，2025 年汽车重量相比 2015 年减重 20%，2030 年汽车整车重量相比减重 35%。汽车零部件的轻量化的主要方向包括从结构优化设计、轻量的材料以及先进的生产过程等角度进行研发改进。轻量化发展对零部件供应商的产品技术研发、工艺制造能力等均提出新的要求。

（2）高强度化发展趋势：随着汽车对安全性能需求的进一步提高，车体上使用的钢材强度越来越高。高强度钢材强度相比普通钢材高，但塑性降低，成形难度增大，需提升对弯曲、预成形、内高压成形工艺、壁厚分布和润滑等工艺的改进和提升。根据《节能与新能源汽车技术路线图 2.0》对于汽车整车中高强度

钢的占比发展目标，2025年第三代汽车高强度钢应用比例达到30%。

报告期内，汽车轻量化发展趋势较快，铝材的应用及轻量化设计将在未来继续提升；新型高强度材质的应用比例有望进一步提高。

2、结合相关技术要求说明发行人生产工艺、原材料种类及耗用量的变化情况，以及冲压零部件产品中重量轻、规格小的产品销售占比提升的原因。

报告期内，发行人冲压零部件呈现轻量化、高强度化的技术发展趋势，生产工艺、原材料种类及耗用量等方面均发生一定程度的变化，导致产品中重量轻、规格小的产品销售占比有所提升，具体如下：

(1) 生产工艺方面

报告期内，发行人冲压零部件的整体工艺路线未发生明显变动。针对下游一级供应商及整车厂商对产品轻量化、高强度的技术要求，报告期内，发行人持续协同下游客户进行产品研发及配套生产工艺的改进。

(2) 原材料种类及耗用情况

报告期内，发行人冲压零部件产品的原材料以钢材为主，未发生明显变化，具体情况如下：

单位：吨，万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
原材料耗用量	1,487.99	2,267.41	2,463.32	2,577.68
冲压零部件销售金额	10,087.99	27,585.49	30,312.75	32,455.33

报告期内，随着报告期内发行人冲压零部件产品的规格较小、重量较轻产品的销售占比提升，在销售数量整体未发生明显变动情况下，发行人原材料耗用量呈现逐年下降趋势，与发行人冲压零部件产品销售规模变动趋势相一致。此外，报告期内，发行人高强度钢材的使用占比分别为79.04%、76.30%、80.21%、81.19%，整体呈现上升趋势，主要系随着冲压零部件产品高强度的发展趋势，发行人产品中高强度钢材使用占比提升。

(3) 产品中重量轻、规格小的产品销售占比有所提升的原因

报告期内，发行人冲压零部件产品中重量轻、规格小的产品销售占比持续提升，主要系：一方面，报告期内，随着轻量化趋势发展，发行人支架类产品中部

分因结构设计改进、产品材质变更为铝铸造或者注塑产品而销量有所下降，相关产品的轻量化改进情况如下：

项目	原冲压零部件	新改进产品	改进内容
产品材料由钢材改为铝材			原钢材冲压零部件改为铝压铸件
			原钢材冲压零部件改为铝压铸件
			原钢材冲压零部件改为铝压铸件
			原钢材冲压零部件改为铝压铸件
			原钢材冲压零部件改为注塑件
产品结构改进			通过研发测试，将产品结构进行调整进行减重

报告期内，发行人上述产品发展变更主要集中在支架等规格和重量较大、产品单价较高的产品。报告期内，涉及上述轻量化因素的产品销售均价大于 6 元/件，各期的销售收入分别为 4,787.14 万元、3,931.06 万元、1,726.86 万元、426.77 万元，呈现逐年下降趋势。上述类型产品销售数量的减少或者规格变动是导致发行人规格和重量较小的产品的占比不断提升的重要因素。

另一方面，发行人冲压零部件产品结构也受发行人及下游一级供应商各期承接项目差异、终端车型的销量变动等因素影响。报告期内，发行人冲压零部件对应终端品牌福特、别克的销量下降，同样也导致发行人产品结构发生一定变动。

(五) 补充披露报告期内冲压零部件产品细分种类产品占比情况。说明发行人的冲压零部件除重量、规格变化外，具体种类、尺寸、技术指标、性能、作用是否发生变化。发行人轻量化产品占比提升的情况是否与同行业可比公司一致。

1、补充披露报告期内冲压零部件产品细分种类产品占比情况。

单位：万元

种类	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
支架类	4,992.60	49.49%	13,728.44	49.77%	18,166.65	59.93%	20,702.13	63.79%
减震衬套	2,813.83	27.89%	7,307.91	26.49%	7,453.53	24.59%	6,780.54	20.89%
减震悬置	894.11	8.86%	3,165.46	11.48%	2,953.73	9.74%	3,475.82	10.71%
其他	1,387.46	13.75%	3,383.69	12.27%	1,738.83	5.74%	1,496.84	4.61%
总计	10,087.99	100.00%	27,585.49	100.00%	30,312.75	100.00%	32,455.33	100.00%

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”之“（3）主要产品营业收入变动分析”中补充披露。

2、说明发行人的冲压零部件除重量、规格变化外，具体种类、尺寸、技术指标、性能、作用是否发生变化。

报告期内，发行人冲压零部件产品结构重量和规格较小的产品销售占比有一定提升。其中，报告期内，在保证产品安全性能及作用的前提下，发行人协同下游客户进行产品的轻量化开发，部分产品因进行结构改造设计实现减重，产品尺寸、技术指标存在一定变动。除此之外，发行人冲压零部件产品的技术指标、性能及作用未发生明显变化。

3、发行人轻量化产品占比提升的情况是否与同行业可比公司一致。

经查阅同样从事冲压零部件产品同行业公司的公开披露信息，虽未明确披露轻量化产品占比的变动情况，但多数均有论述汽车轻量化发展情况的，具体如下：

名称	轻量化内容
博俊科技	公司将全面推行和完善精益化生产管理模式，进行复杂汽车零部件的自动化生产线的技术升级改造，开发适用于汽车轻量激光焊接技术，利用铝合金、镁等轻质材料取代钢，打造异种材料的轻量化复合结构件激光焊接生产基地
威唐工业	公司在新能源汽车动力电池相关箱体以及汽车轻量化的研发方面，也同

名称	轻量化内容
	样积累的较多的高科技人才与技术经验。其相关的技术分析与研发能力，受到下游市场的一致认可
长华汽车	随着整车轻量化和安全法规中碰撞安全性要求的提高，新材料在冲焊件上的应用越来越多，如高强度钢板在汽车车身结构上就已得到广泛的应用
无锡振华	同时在节能减排的背景下，新能源车的销售不断增加，汽车车身零部件轻量化趋势也日渐显现，高强度、轻量化的新材料正在不断被应用于汽车冲压及焊接零部件生产中
常青股份	公司将继续加大市场开拓力度，积极挖掘新市场、新领域，特别是新能源汽车市场以及汽车轻量化相关汽车零部件市场

注：信息源自上述公司的招股说明书或年度报告。

从同行业从事冲压零部件产品公司公开披露的信息来看，发行人的产品变动符合同行业公司对汽车行业零部件的发展趋势的分析和判断，且上述公司多数在布局和发展轻量化产品。故发行人轻量化产品占比提升的情况与同行业可比公司发展趋势一致。

(六) 进一步说明报告期内发行人与各主要客户关于冲压零部件产品的定价方式，是否仅与产品重量、规格相关。相关产品受轻量化影响价格下降是否合理，是否符合行业惯例及同行业可比公司同类业务。

1、进一步说明报告期内发行人与各主要客户关于冲压零部件产品的定价方式，是否仅与产品重量、规格相关。

报告期内，发行人向各主要客户销售冲压零部件产品一般通过发行人报价、客户比价和评审等程序确定产品价格。发行人冲压零部件主要材料为钢材，产品成本中原材料占比在 60%左右，故产品报价时产品单重和规格占相对主要因素。除产品重量及规格外，发行人冲压零部件报价时也会考虑生产工艺复杂程度及合理利润等因素综合确定价格。

2、相关产品受轻量化影响价格下降是否合理，是否符合行业惯例及同行业可比公司同类业务。

(1) 相关产品受轻量化影响价格下降是否合理

报告期内，发行人冲压零部件产品中重量轻、规格小的销售占比提升，主要系一方面，在汽车轻量化趋势下，汽车部分原来用钢材冲压生产的部分零部件，逐步用铝合金材质替代，而该部分产品价格报告期内发行人销售产品中价格较

高,另一方面,报告期内,发行人及下游一级供应商承接新品型号相对差异所致。

在轻量化影响因素方面,随着轻量化趋势发展,发行人冲压零部件产品中部分因结构设计改进、产品材质变更为铝铸造或者注塑产品而销量有所下降,而该部分产品主要集中在单价较高的支架产品类,故上述轻量化发展是导致发行人冲压零部件销售均价下降的因素之一。具体详见本题第4题中关于“(3)产品中重量轻、规格小的产品销售占比有所提升的原因”的回复内容。

(2) 是否符合行业惯例及同行业可比公司同类业务。

针对汽车的轻量化发展,《中国制造2025》提出到2020年,通过高强度钢、铝镁合金等复合材料在汽车上的应用,实现平均整车减重目标5%至20%。《节能与新能源汽车技术路线图2.0》中指出,2035年,燃油乘用车整车轻量化系数降低25%,纯电动乘用车整车轻量化系数降低35%。预计未来15年到20年内,随着我国各项政策不断推动,汽车轻量化将持续得到发展。

由于轻量化产品对汽车零部件产品的影响不同,经查阅同行业公司的公开发布披露信息,虽未明确披露轻量化产品占比的变动情况,但多数均有论述汽车轻量化发展情况的,具体详见本题第5题中关于“3、发行人轻量化产品占比提升的情况是否与同行业可比公司一致”的回复内容。。

(七) 结合汽车轻量化的发展趋势、发行人与各主要客户的约定条款,说明发行人冲压零部件产品价格下降、产品结构改变、收入持续下降的趋势是否持续,发行人采取的具体措施。

1、结合汽车轻量化的发展趋势、发行人与各主要客户的约定条款,说明发行人冲压零部件产品价格下降、产品结构改变、收入持续下降的趋势是否持续。

报告期内,发行人冲压零部件产品销售收入、销售均价持续下降,主要系产品销售结构变动所致。汽车轻量化为长期发展趋势,进程相对缓慢且对冲压零部件产品的影响存在一定限制;发行人与主要客户约定条款对产品价格影响较小、而新开发项目订单的单价相对较高,综合来看,预计发行人冲压零部件产品价格下降、产品结构改变、收入持续下降趋势不会持续。具体情况如下:

(1) 汽车轻量化为长期发展趋势，进程相对缓慢且对冲压零部件产品的影响存在一定限制

随着汽车工业发展对节能减排的要求，汽车零部件轻量化成为重要发展趋势。虽然汽车零部件的轻量化发展一定程度导致发行人冲压零部件被铝制替代、或者通过结构化设计改造得以轻量化，从而影响发行人产品单价及业务收入，但轻量化发展对冲压零部件产品的影响相对缓慢，同时影响程度存在一定的限制，主要系：第一，基于汽车零部件产品对安全、质量的严格要求，下游厂商的产品定点、认证及审核过程较为复杂，新产品开发至投产周期较长，故长期来看，轻量化发展为长期过程，对冲压零部件产品的影响进程相对缓慢；第二，基于安全性能的要求，汽车工业中对安全性能要求较高的核心零部件产品仍然需要使用冲压零部件产品，故未来汽车零部件轻量化程度及发展同样在产品安全性方面受到一定限制；第三，汽车零部件产品的钢材冲压、铝压铸、注塑等多种工艺路线已经长期存在且相对成熟，钢材冲压工艺长期从成本角度拥有竞争优势，虽然目前节能减排的政策驱动轻量化发展，但轻量化程度的提升也取决于整车厂商及下游消费需求对汽车成本上升的接受水平。

(2) 发行人与主要客户价格约定条款对整体均价影响较小，新开发项目单价较高且能够为冲压零部件业务提供增长动力

报告期内，发行人部分产品与客户在合同中设定价格年降条款，截至目前，发行人主要产品中年降产品整体占比仍相对较低，且价格年降幅度区间一般在3%以内，年降安排不会对发行人主要产品价格产生重大影响。

此外，发行人工艺成熟、技术储备丰富，产品种类众多，从客户及产品发展来看，未来收入不存在持续大幅下降的风险，主要系：一方面，报告期内，发行人冲压零部件产品类型下降主要集中在原有减震领域。基于在冲压业务方面长期积累的技术和生产能力优势，报告期内，发行人冲压零部件非减震领域冲压零部件产品的逐年上升。如踏板类等非减震领域业务，报告期内，发行人踏板类产品销售收入分别为49.70万元、636.32万元、2,209.70万元、925.60万元，相关业务呈现逐年上升趋势。随着特斯拉汽车销量提升，报告期内发行人产品中配套终端特斯拉的销售金额快速增长。根据已定点项目，预计在2021年批量生产的产品型号数量为4款，产品主要以踏板为主；根据根据年度爬坡周期预测及预测单

价，预计 2021 年可实现销量 31.36 万件，增加销售收入 570 万元左右，产品平均单价在 18 元/件左右。

另外，报告期内，发行人与长城汽车集团合作关系稳定，产品质量及供货能力受到客户认可。报告期内，发行人与长城汽车集团不断加强研发合作，2020 年定点产品明显增加，预计在 2021 年批量生产的产品型号数量为 33 款，产品种类主要以总成度较高的底盘支架为主；根据年度爬坡周期预测及预测单价，预计 2021 年可实现销量 320.50 万件，增加销售收入 4,500 万元左右。

综上，新产品的持续开发及与整车厂商合作的加强等因素均能为发行人冲压零部件业务增长提供动力，预计冲压零部件产品的销售收入不会持续下降。

2、发行人采取的具体措施

针对冲压零部件产品结构中低单价产品占比提升、平均销售价格下降、收入持续下降的态势，未来发行人将采取以下几方面措施：

一是基于与客户长期稳定的合作关系，协同开发并跟踪汽车轻量化发展趋势。针对轻量化发展，发行人将继续提升自身产品轻量化生产工艺及技术储备，协同铝压铸、注塑等工艺，为客户提供多种生产工艺的配套，保证能够持续满足轻量化要求的新材质、新工艺等方面的要求，提升轻量化发展趋势下的竞争优势；

二是基于长期积累及技术工艺优势，继续拓宽冲压应用领域。报告期内，为应对轻量化影响，发行人已经向踏板等非减震领域进行拓展，且销售占比持续提升。从长期战略布局考虑，凭借冲压领域长期积累及技术工艺优势，未来发行人将继续加大相关新领域产品的研发，拓宽冲压零部件产品的应用领域；

三是加强客户合作领域或者新客户的开发。发行人及下游一级供应商客户下游终端品牌覆盖率较高，能够及时跟踪整车厂的技术要求及研发方向，并积极进行配套的技术开发，持续增加新项目合作。另外，随着国内整车及零部件企业的崛起，发行人凭借技术和质量优势，且将逐步拓展国内优质客户，增加新的客户及订单，从而提升产品的未来市场空间。

二、保荐机构核查情况

（一）核查过程

保荐机构进行了如下核查：

- 1、获取发行人冲压零部件销售明细，分析细分种类销售情况；
- 2、获取发行人冲压零部件、压铸零部件、注塑零部件、金工零部件等产品的产成品入库数据，核查产销量高于 100%的情况；
- 3、获取发行人冲压零部件产品的销售明细，通过合同、订单及来往邮件统计主要客户及对应终端品牌车型的数据；通过访谈发行人销售部门人员及查阅终端车型的市场销售情况，区分客户和终端整车品牌核查冲压零部件单价变化及收入持续下降的原因；
- 4、查阅汽车及汽车零部件行业报告，并访谈技术部门人员，了解发行人下游一级供应商、终端整车厂商对冲压零部件产品的技术要求和发展趋势，以及发行人生产工艺、原材料采购及单耗的数据，核查单价低产品占比提升的原因；
- 5、获取发行人主要型号产品的参数，分析产品材质、尺寸、技术指标、性能、作用是否发生变化；
- 6、访谈发行人销售人员，了解发行人产品定价方式；查阅同行业可比公司的产品结构，核查发行人产品结构中重量轻的产品占比提升是否与同行业公司一致；
- 7、查阅汽车及汽车零部件行业报告、发行人与主要客户的合同，分析轻量化趋势及价格约定等合同条款对发行人产品单价、结构及收入的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

- 1、报告期内，发行人冲压零部件产销率持续高于 100%的原因主要是因为存在部分外购相关产品用于销售。注塑零部件、金工零部件产品部分年度存在外购产品，但不存在产销率持续高于 100%情形。
- 2、报告期内，发行人冲压零部件向主要客户销量变化主要系对应零部件产

品量产周期及车型销量波动所致；报告期内发行人冲压零部件产品销售收入持续下降主要系对应别克、福特等车型的产品随车型销量下降所致。

3、报告期内，发行人冲压零部件产品中重量轻、规格小的产品销售占比提升的原因主要系，冲压零部件产品有轻量化及高强度化的技术要求和发展趋势，虽主要材料为钢材未发生明显变化，但部分高单价支架类产品被铝材替代或者通过结构化改造减重，整体高强度钢材的耗用量占比有所提高，以及下游采购及终端车型销量变动所致。

4、报告期内，随轻量化发展要求，在保证产品性能及作用的基础上，发行人部分冲压零部件产品在结构、技术指标、尺寸等方面存在一定程度变化；报告期内发行人产品轻量化发展与同行业发展趋势相同。

5、报告期内，发行人冲压零部件产品定价主要与产品重量、规格、产品设计等因素相关，其中重量和规格是重要定价因素；发行人冲压零部件产品受轻量化发展影响，产品结构中单价较低的占比提升，符合行业轻量化发展的趋势；经查询，同行业公司未明确披露轻量化对产品结构的影响。

6、一方面发行人与客户的年降约定对整体均价影响较小，另一方面轻量化发展趋势下，产品的材质变更缓慢，发行人产品结构变化过程较长，同时发行人新承接项目踏板、底盘支架等产品单价相对较高，未来产品价格持续下降的风险较低；报告期内，发行人基于长期技术储备，已积极与客户投入新品研发，目前在手及新订单项目充足，预计发行人未来冲压零部件业务不会持续下降。

问题 10：关于毛利率

首轮问询回复显示：

(1) 报告期内发行人冲压零部件的毛利率分别为 32.37%、26.52%、23.56% 和 21.82%，持续下降。

(2) 报告期内发行人压铸零部件的毛利率分别为整体呈上升趋势。主要由于产量增加、人均产值上升以及主要原材料铝材采购价格同比下降。

(3) 2018 年发行人注塑零部件产品毛利率大幅上升，主要由于主要原材料橡胶采购价格同比下降以及主要规格型号产品产销规模扩大。

(4) 2019 年发行人金工零部件产品中铝挤出产品收入占比由 9.23% 上升至 29.80%，铝挤出产品主要原材料为铝材（铝管）。2019 年发行人向山东创新工贸有限公司采购铝管价格大幅上升。

(5) 报告期内公司主营业务中的其他业务毛利率分别为 34.01%、38.24%、35.82% 和 38.71%。其中 2018 年发行人涂覆加工业务毛利率同比上升了 2.95 个百分点，主要由于当年新承接业务毛利率较高所致。

(6) 发行人同类型产品外销毛利率水平远高于内销。报告期内各类细分产品针对不同客户的毛利率水平存在较大差异。

请发行人：

(1) 结合报告期内冲压零部件单位产品原材料耗用配比情况及采购价格变动，量化说明 2018 年发行人钢材平均采购价格变化与同期冲压零部件直接材料成本变化趋势不一致的原因及合理性。

(2) 量化说明 2018 年发行人冲压零部件产品平均销售价格下降，同期平均销售成本均为 3.21 元，但发行人披露“产品单价变动对毛利率影响为-0.72%，制造费用、直接人工成本占收入比例提高对毛利率影响-2.01%”的原因，结合计算方式说明披露的准确性。

(3) 结合报告期内发行人压铸零部件业务的细分产品种类、材料构成、主要客户情况、定价方式及依据等进一步说明压铸零部件主要原材料铝锭采购价格下降但产品价格持续上升的原因及合理性。

(4) 进一步说明报告期内压铸零部件产品价格持续上升但价格变动对产品毛利率影响持续为负的原因，相关计算及披露是否存在差错。

(5) 结合数据来源、成本构成、计算方式、归集方法等说明 2019 年发行人压铸零部件产量较 2018 年增加 25.08%，但“制造费用+人工成本”增长幅度不一致的原因及合理性。结合数据来源、计算过程进一步说明“2019 年公司人均产值较 2018 年上升 40.32%，压铸模具单位摊销较 2018 年下降 53.57%”是否真实准确。

(6) 结合报告期内发行人注塑零部件业务的细分产品种类、主要客户情况、定价方式及依据等进一步说明注塑零部件平均销售单价持续下降的原因及合理性，未来价格下滑趋势是否仍将保持。

(7) 结合报告期内注塑零部件单位产品原材料耗用配比情况及采购价格变动，量化说明报告期内发行人橡胶材料采购价格下降、塑料粒子采购价格上升对注塑零部件产品单位成本的具体影响，上述原材料价格波动导致注塑零部件单位直接材料成本持续下降是否真实准确。

(8) 结合前述第(4)项情形量化说明 2019 年发行人金工零部件中机加工产品、铝挤出产品平均销售成本、平均材料成本均大幅下降的原因及合理性。

(9) 量化说明报告期内发行人涂覆加工业务毛利率均保持在 40% 以上是否合理，是否与可比公司可比业务一致。进一步说明公司新承接的具体业务种类及对应客户情况，新承接业务平均毛利率显著较高(50.57%)的原因及合理性。

(10) 结合具体产品种类、结构说明报告期内发行人压铸零部件业务向威巴克、住友理工销售毛利率较高的原因及合理性。详细说明发行人向博戈销售压铸零部件金额保持稳定，但毛利率持续大幅下降的原因及合理性。发行人“对于博戈集团个别产品采取低价策略进行业务拓展，该部分产品毛利率水平处于 10% 左右水平，且占比由 2017 年 0.69% 上升至 2020 年 1-6 月 36.69%”的商业合理性，是否存在中高单价产品无法满足博戈技术要求的情形。报告期内发行人关于其他产品、其他客户是否存在类似情形，如是，请补充披露。

(11) 进一步说明报告期内发行人压铸零部件产品向天纳克、博戈销售规模接近但毛利率存在较大差异的原因及合理性。

(12) 结合产品结构、成本构成、工艺难度、定价方式等逐一分析报告期各期发行人冲压零部件、压铸零部件、注塑零部件内、外销平均销售单价、平均销售成本、毛利率存在较大差异的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 结合报告期内冲压零部件单位产品原材料耗用配比情况及采购价格变动，量化说明 2018 年发行人钢材平均采购价格变化与同期冲压零部件直接材料成本变化趋势不一致的原因及合理性。

报告期内，钢材占冲压零部件产品主材的 75% 左右。发行人冲压零部件单位产品原材料耗用、采购价格变动及直接材料成本变动情况具体如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	单位量	变动率	单位量	变动率	单位量	变动率	单位量
单位钢材耗用量（千克/件）	0.28	-9.78%	0.31	-5.26%	0.33	-6.67%	0.35
钢材采购价格（元/千克）	4.69	-2.66%	4.81	-1.51%	4.89	10.38%	4.43
直接材料成本（元/件）	1.83	-8.04%	1.99	-4.78%	2.09	0.00%	2.09

由上表可知，2018 年发行人钢材采购价格上涨，但同期冲压零部件直接材料成本波动较小，主要系发行人冲压零部件产品中单重相对较轻、定价较低的产品类型占比不断提升，使得发行人冲压零部件产品单位钢材耗用量有所下降，具体分析如下：

报告期内，发行人冲压零部件产品结构变化情况如下：

产品单重	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
≤200g/件	64.59%	62.95%	61.74%	58.37%
>200g/件	35.41%	37.05%	38.26%	41.63%

报告期内，发行人冲压零部件产品单位净重具体如下：

单位：kg

产品单重	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
单位产品平均重量	0.20	0.21	0.23	0.25
变动比例（%）	-4.01	-8.22	-9.80	

注：上述单位产品平均重量系根据各完工销售产品单位净重加权计算。

报告期内，在汽车轻量化背景趋势下，冲压零部件单重较小的产品销售占比不断提升，2018年发行人冲压零部件产品中200g以下产品销售占比由2017年58.37%提升至61.74%；受此影响，冲压零部件产品单位钢材耗用、单位产品平均重量不断下降，带动产品平均成本下降。

综上，受产品结构调整因素影响，发行人冲压零部件产品平均钢材单耗有所下降，使得2018年钢材采购价格同比上升，而直接材料成本保持相对稳定具有合理性。

(二) 量化说明2018年发行人冲压零部件产品平均销售价格下降，同期平均销售成本均为3.21元，但发行人披露“产品单价变动对毛利率影响为-0.72%，制造费用、直接人工成本占收入比例提高对毛利率影响-2.01%”的原因，结合计算方式说明披露的准确性。

报告期内，发行人冲压零部件产品单价变动对毛利率变动影响具体如下：

项目	序号	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
上期毛利率	a	23.56%	26.52%	32.37%	-
本期毛利率	b	21.82%	23.56%	26.52%	32.37%
毛利率变动	c=b-a	-1.74%	-2.96%	-5.85%	-
销售均价变动率		-3.70%	-7.32%	-8.00%	-
其中：价格调整对销售均价的影响	d	-0.88%	-2.53%	-1.06%	-
结构变动对销售均价的影响		-2.82%	-4.79%	-6.94%	-
价格调整导致的单价变动对毛利率影响	$e = \frac{(a+d)}{(1+d)} - a$	-0.68%	-1.91%	-0.72%	-

报告期内，发行人冲压零部件产品型号、种类繁多，不同细分产品间单价、销量差异较大，细分产品价格调整及产品结构均会对冲压零部件销售均价产生较大影响。报告期内，发行人冲压零部件具体产品价格整体变动相对较小，对产品毛利率影响亦较小；但主要受产品结构变动影响，冲压零部件产品销售均价不断下降。2018年，发行人冲压零部件产品销售均价同比下降8.00%，其中细分产品价格调整对均价影响为-1.06%，产品结构变动对均价影响为-6.94%。因此，价格调整因素对冲压零部件产品毛利率直接影响为-0.72%。

报告期内，冲压零部件产品直接人工及制造费用变动对毛利率影响具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
直接人工	740.74	2,037.61	2,143.11	2,101.52
制造费用	2,414.16	5,493.17	5,640.38	5,581.21
小计	3,154.90	7,530.78	7,783.49	7,682.73
占当期收入比重	31.27%	27.30%	25.68%	23.67%

报告期内，发行人冲压零部件产品直接人工、制造费用成本整体相对固定，受产品销售收入下降因素影响，该等成本占销售收入比重提升，使得产品毛利率有所下降。2017年至2020年1-6月，发行人冲压零部件产品直接人工、制造费用占销售收入比重分别为23.67%、25.68%、27.30%、31.27%，其中2018年，上述成本占销售收入比重上升对冲压零部件毛利率的影响为-2.01%。

综上所述，2018年，产品单价变动对毛利率影响为-0.72%，制造费用、直接人工成本占收入比例提高对毛利率影响-2.01%，信息准确、计算合理。

（三）结合报告期内发行人压铸零部件业务的细分产品种类、材料构成、主要客户情况、定价方式及依据等进一步说明压铸零部件主要原材料铝锭采购价格下降但产品价格持续上升的原因及合理性。

报告期内，发行人压铸零部件产品主要原材料为铝锭，占原材料成本比例为95%左右；压铸零部件产品定价主要以原材料成本为基础，综合市场竞争、毛利率等因素确定。

报告期内，发行人压铸零部件产品价格及主要原材料铝锭采购价格变动对比如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度
价格调整因素	-0.58%	-1.25%	-0.26%
产品结构变动因素	7.82%	5.62%	3.76%
销售均价变动合计	7.24%	4.37%	3.50%
铝锭采购价格变动率	-4.24%	-2.99%	-0.08%

注：价格调整因素=（本期单价-上期单价）/上期单价*上期销售占比；产品结构变动因素=销售均价变动-价格调整因素

发行人压铸零部件产品型号较多、且细分产品价格差异较大，产品结构变动会对压铸零部件产品销售均价产生较大影响。报告期内，受主要原材料铝锭采购价格下降影响，压铸零部件细分产品价格整体有所下降；但由于产品结构因

素影响，压铸零部件销售均价有所上升。

发行人压铸零部件产品包括衬套、支撑和排气管吊耳，其中排气管吊耳质量较轻、支撑和衬套产品质量较重，排气管吊耳的单价低于支撑和衬套。报告期内，发行人压铸件产品主要客户及细分种类情况如下：

单位：元/件

细分种类	主要客户	项目	2020年 1-6月	2019年	2018年	2017年
衬套	威巴克集团	产品销售单价	7.82	7.35	7.65	7.52
		销售数量占比	3.53%	3.42%	3.56%	2.92%
	博戈集团	产品销售单价	6.65	6.24	5.38	6.65
		销售数量占比	13.73%	12.55%	8.11%	4.01%
支撑件	博戈集团	产品销售单价	8.89	8.37	7.79	7.72
		销售数量占比	10.05%	11.29%	15.00%	18.12%
	天纳克集团	产品销售单价	10.72	10.04	9.12	8.90
		销售数量占比	15.04%	14.19%	16.24%	13.11%
	住友理工集团	产品销售单价	6.52	6.35	7.15	8.86
		销售数量占比	6.90%	5.74%	1.57%	0.06%
排气管吊耳	天纳克集团	产品销售单价	2.15	2.23	2.51	2.77
		销售数量占比	27.85%	27.82%	37.79%	50.31%
	住友理工集团	产品销售单价	2.61	2.85	3.17	3.09
		销售数量占比	18.92%	21.53%	11.80%	7.15%

报告期内，发行人压铸零部件销售均价分别为 4.86 元/件、5.03 元/件、5.25 元/件、5.63 元/件，呈现逐年上升趋势；主要系：一方面，主要客户天纳克单价较低的排气管吊耳产品销量占比不断降低。报告期内，天纳克该等产品销量占比由 50.31%减少至 27.85%；另一方面，主要客户博戈单价较高的衬套产品销量占比不断提高。报告期内，博戈该等产品销量占比由 4.01%提升至 13.73%。

综上所述，发行人压铸件产品销售均价持续上升主要系产品结构变动所致，铝锭采购价格下降但销售均价上升的情形具有合理原因。

(四) 进一步说明报告期内压铸零部件产品价格持续上升但价格变动对产品毛利率影响持续为负的原因，相关计算及披露是否存在差错。

报告期内，发行人产品销售价格变动对毛利率变动因素具体分析如下：

项目	序号	2020年1-6月	2019年	2018年
上期毛利率	a	26.17%	15.06%	13.71%
本期毛利率	b	26.05%	26.17%	15.06%
毛利率变动	c=b-a	-0.12%	11.11%	1.35%
销售均价变动率		7.24%	4.37%	3.50%
其中：价格调整对销售均价的影响	d	-0.58%	-1.25%	-0.26%
结构变动对销售均价的影响		7.82%	5.62%	3.76%
价格调整导致的单价变动对毛利率影响	e= (a+d) / (1+d) -a	-0.43%	-1.08%	-0.22%

如前所述，发行人压铸零部件产品种类型号较多、且细分产品价格差异较大，产品结构变动会对压铸零部件产品销售均价产生较大影响。报告期内，压铸零部件产品结构变动对销售均价的影响分别为 3.76%、5.62%和 7.82%。受主要原材料铝锭采购价格下降影响，报告期内压铸零部件细分产品价格整体有所下降，对销售均价的影响分别为-0.26%、-1.25%和-0.58%；因此，价格调整对毛利率影响分别为-0.22%、-1.08%、-0.43%。发行人在披露产品单价变动对毛利率影响时剔除了产品结构变动因素，毛利率分析中的单价变动仅指价格调整导致的单价变动。

综上所述，受产品结构影响，报告期内压铸零部件销售均价持续上升；但细分产品价格整体有所下调对毛利率影响持续为负，具有合理性。

（五）结合数据来源、成本构成、计算方式、归集方法等说明 2019 年发行人压铸零部件产量较 2018 年增加 25.08%，但“制造费用+人工成本”增长幅度不一致的原因及合理性。结合数据来源、计算过程进一步说明“2019 年公司人均产值较 2018 年上升 40.32%，压铸模具单位摊销较 2018 年下降 53.57%”是否真实准确。

1、结合数据来源、成本构成、计算方式、归集方法等说明 2019 年发行人压铸零部件产量较 2018 年增加 25.08%，但“制造费用+人工成本”增长幅度不一致的原因及合理性

2018 年、2019 年，发行人压铸零部件产品营业成本中直接人工、制造费用成本明细、数据来源、计算方式及归集方法具体如下：

单位：万元

科目	成本构成	数据来源	归集方法	计算方式	2018年	2019年	增长率
----	------	------	------	------	-------	-------	-----

直接人工	直接人工职工薪酬及五险一金	工资结算单	(1) 根据工资结算单, 将生产人员直接归集至“直接人工” (2) 社保缴纳企业承担部分 (3) 公积金缴纳企业承担部分	基本工资+加班工资	502.24	547.13	8.94%
制造费用	能源动力	抄表计量	为进行生产而耗用的从外部购入的水、电费	水电表抄表计数* 水、电费单价	693.50	891.38	28.53%
	加工费	委外加工明细	按当期各产品实际发生的加工费用计入	按当期实际入库金额计入	1,134.92	1,127.67	-0.64%
	机物料消耗、包装费用	领料单	根据五金仓库领用明细归集计入	按当期实际领用发生金额计入	343.85	420.97	22.43%
	间接人员职工薪酬及五险一金	工资结算单	(1) 根据工资结算单, 将其直接归集至“制造费用-间接人工” (2) 社保缴纳企业承担部分 (3) 公积金缴纳企业承担部分	车间管理人员、生产技术人员、维修人员、勤杂人员的应发工资计入制造费用间接人员工资	355.03	376.94	6.17%
	设备折旧	折旧明细表	根据设备折旧年限采用直线法进行折旧, 将折旧金额直接归集至设备折旧费	按照相关资产的折旧年限按直线法分摊	346.99	385.13	10.99%
	模具摊销费、模具修理费	模具摊销表、模具维修单等	(1) 根据模具摊销表摊销金额归集计入“制造费用-模具摊销费” (2) 修理费归集计入“制造费用-模具修理费” (3) 因模具修理而领用的五金明细归集计入“制造费用-模具修理费”	(1) 按照1年摊销期限按直线法分摊模具摊销金额 (2) 按当期实际领用发生额和实际发生的修理费, 计入相关科目	446.27	304.70	-31.72%
	其他				72.86	31.91	-56.20%
制造费用小计					3,393.44	3,538.70	4.28%

2019年, 发行人压铸零部件产量较2018年增加25.08%, 同期直接人工、制造费用成本分别同比增长8.94%、4.28%, 直接人工、制造费用成本增长幅度低于压铸零部件产品产量增长。其中, 能源动力、机物料消耗、包装费用等变动成本整体随压铸零部件产品产量变动同比增长; 直接人工、加工费、设备折旧模具摊销费、模具修理费等费用增长相对较小, 具体分析如下:

①人工成本。发行人压铸零部件成本中人工成本整体属于相对固定成本, 随着压铸零部件产品生产工艺的逐步成熟, 产品良率及生产效率不断提高, 从事该产品生产及管理人员规模未明显增加, 发行人压铸零部件产品产量不断增加。2018年、2019年, 发行人压铸零部件产品总体人工成本分别为857.27万元、924.07万元。

②加工费成本。如前所述, 随着生产工艺成熟稳定、良率提升及规模化效应显现, 压铸零部件产品成本有所下降。发行人将部分产品由外协转为自产, 使得压铸零部件产量明显增长、而加工费用保持稳定。2018年、2019年, 压铸零部件产品加工费分别为1,134.92万元、1,127.67万元。

③设备折旧成本。2019年，发行人压铸零部件产量增长主要得益于产能利用率提升所致，生产设备投入增长较小，使得设备折旧金额增加较小。2018年、2019年，发行人铝压铸产能利用率分别为87.30%、117.03%，同期设备折旧成本分别为346.99万元、385.13万元，增加相对较少。

④模具成本。随着压铸零部件工艺不断成熟、生产精益管理加强，发行人压铸零部件产品产能利用率不断提高，带动当期压铸零部件产品产量上升，额外新增压铸模具数量相对有限。而发行人通过降面、修模等方式加强对车间模具的定期维护和保养，提升模具使用寿命及效率。同时，发行人压铸零部件产品模具按1年进行摊销处理，各期产品开发及投产进度直接会影响到计入当期的摊销成本，2019年计入当期折旧摊销的模具成本较2018年有所下降。并且，2019年，发行人部分型号产品外协生产模具由发行人提供改为供应商承担，发行人该部分型号产品当期计入制造费用模具成本同比下降44.28万元。此外，当期模具修理费用有所下降。2018年、2019年，发行人与模具修理相关的费用分别为119.75万元、72.52万元；综合上述因素，2019年发行人压铸零部件产品模具成本有所下降。

综上所述，发行人2019年产量增长幅度高于“制造费用+人工成本”增长幅度具有合理性。

2、结合数据来源、计算过程进一步说明“2019年公司人均产值较2018年上升40.32%，压铸模具单位摊销较2018年下降53.57%”是否真实准确

结合数据来源，发行人2018年-2019年的人均产值和压铸模具单位摊销计算过程如下：

单位：万件，万元，人，元/人

项目	数据来源	计算方式	2018年	2019年
总产量	完工入库成品数量	①	2,010.19	2,513.90
总产值	单价来自于灏昕汽车销售台账	②=∑①*灏昕汽车对应产品销售单价	9,763.34	13,674.68
月均人数	灏昕汽车人员名册	③=∑(本厂员工+外包员工-出勤不满一周的员工)/12	138.00	137.75
模具摊销费	生产成本明细表中的制造费用	④=模具费摊销+模具修理费	490.92	319.22
人均产值		⑤=(②/12)/③	5.90	8.27
人均产值增长率		⑥=(2019年⑤/2018年⑤)-1	-	40.32%
模具单位摊销		⑦=④/②	0.05	0.02

模具单位摊销变动	⑧=（2019年⑦/2018年⑦）-1	-	-53.57%
----------	---------------------	---	---------

如前所述，2019年，发行人压铸零部件产品产量同比增长25.08%；受产品结构影响，当期单重、价格相对较高的产品销售较多，使得当期压铸零部件产品产值明显提升，2019年，发行人压铸零部件产值同比增长40.06%，使得人均产值上升、模具单位摊销下降，具体分析如下：

①人均产值。如前所述，随着压铸零部件产品生产工艺的逐步成熟，产品良率及生产效率不断提高，从事该产品生产相关规模未明显增加，使得人均产值明显增加。2018年、2019年，压铸零部件生产相关人员月均人数分别为138.00人、137.75人，基本保持稳定，从而使得人均产值同比上升40.32%。

②模具单位摊销变动。如前所述，受模具使用效率、维修费用等因素影响，2019年压铸零部件生产成本中模具摊销成本有所下降；在压铸零部件产值大幅提高的情况下，压铸零部件产单位产值模具摊销成本下降53.57%。

综上所述，2019年，发行人压铸零部件产品生产相关人员相对稳定、模具有所下降，在压铸零部件产品产值明显增加的情况下，人均产值上升40.32%、模具单位摊销下降53.57%，真实、合理、准确。

（六）结合报告期内发行人注塑零部件业务的细分产品种类、主要客户情况、定价方式及依据等进一步说明注塑零部件平均销售单价持续下降的原因及合理性，未来价格下滑趋势是否仍将保持。

1、结合报告期内发行人注塑零部件业务的细分产品种类、主要客户情况、定价方式及依据等进一步说明注塑零部件平均销售单价持续下降的原因及合理性

报告期内，发行人注塑件产品分为橡胶件和塑料件。报告期内，发行人注塑件产品定价综合考虑原材料成本、市场竞争情况、毛利率和其他因素等综合条件确定初始报价。

报告期内，发行人细分品类构成变动情况如下：

单位：元/件

细分品类	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比

橡胶件	0.78	49.92%	0.77	63.16%	0.83	66.91%	0.89	72.28%
塑料件	0.70	50.08%	0.72	36.84%	0.71	33.09%	0.78	27.72%
合计	0.74	100.00%	0.76	100.00%	0.79	100.00%	0.86	100.00%

报告期内，注塑件零部件主要客户销售情况如下：

单位：元/件

客户	细分品类	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
		销售均价	销量占比	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比
天纳克	橡胶件	8.84	1.56%	1.98	11.80%	2.49	13.13%	2.25	14.79%
	塑料件	0.65	39.07%	0.63	31.25%	0.59	29.67%	0.56	23.52%
	小计	0.97	40.63%	1.00	43.05%	1.17	42.80%	1.21	38.31%
宁波爱立德汽车零部件有限公司	橡胶件	1.12	12.15%	0.79	20.05%	0.58	17.85%	0.44	21.54%
宁波福尔达智能科技有限公司	橡胶件	0.27	23.75%	0.25	19.96%	0.24	19.23%	0.26	13.94%
井上华翔集团	橡胶件	0.24	3.13%	0.28	3.37%	0.37	4.76%	0.38	5.45%
	塑料件	1.81	4.58%	1.96	2.25%	3.13	0.71%	1.91	1.67%
	小计	1.17	7.71%	0.95	5.62%	0.73	5.47%	0.74	7.12%
富来思特（无锡）汽车零部件有限公司	橡胶件	0.54	4.69%	0.57	1.85%	0.70	0.86%	0.74	0.50%
	塑料件	0.06	5.53%	0.07	2.12%	0.08	0.97%	0.06	0.11%
	小计	0.28	10.21%	0.30	3.97%	0.37	1.83%	0.62	0.61%
占注塑件整体销量的比例合计		-	94.45%	-	92.65%	-	87.18%	-	81.52%

注1：井上华翔集团包括公主岭井上华翔汽车零部件有限公司、柳州井上华翔汽车零部件制造有限公司、南昌华翔汽车零部件有限公司、宁波艾倍思井华汽车零部件有限公司、宁波井上华翔汽车零部件有限公司、上海井上华翔汽车零部件有限公司、天津井上华翔汽车零部件有限公司、长沙井上华翔汽车零部件有限公司、郑州井上华翔汽车零部件有限公司、成都井上华翔汽车零部件有限公司和佛山华翔汽车车门系统有限公司等11家主体；

注2：销量占比指占注塑件整体销量的比例。

报告期内，发行人注塑零部件产品平均销售单价持续下降的原因主要系：

（1）主要客户天纳克产品销售均价持续下滑

发行人与天纳克注塑零部件产品包括橡胶件、塑料件产品，其中橡胶件价格相对较高，塑料件价格相对较低。随着橡胶件产品销售占比下降、价格较低的塑料件产品占比不断提高，使得天纳克产品销售价格不断下降。报告期内，天纳克塑料件销量占比从23.52%提升至39.07%。

（2）单价较低的客户产品销量占比持续上升

报告期内，发行人单价较低且销量占比持续上升对应的客户主要是宁波福尔达智能科技有限公司和富来思特（无锡）汽车零部件有限公司。其中：

①宁波福尔达智能科技有限公司的橡胶件产品主要是空调出风口的阻尼块，该产品具有量大价低的特征，随着该产品销量的提高拉低了发行人注塑件产品整体均价。报告期内，发行人与该客户的销量占比从 13.94% 提升至 23.75%。

②富来思特（无锡）汽车零部件有限公司产品主要是刹车系统的橡胶套和塑料盖帽，随着该等产品销量的提高拉低了该客户整体均价，特别是均价在 0.06 元/件左右的塑料盖帽产品。报告期内，发行人与该客户的销量占比 0.61% 提升至 10.21%，销售均价从 0.62 元/件下降至 0.28 元/件。

综上所述，发行人注塑件销售均价持续下降的原因主要系产品结构变动所致，具有合理性。

2、未来价格下滑趋势是否仍将保持

报告期内，发行人注塑零部件产品销售均价下降，主要系报告期内发行人产品销售结构变动所致。发行人注塑零部件工艺技术成熟，产品种类较多，整体销售均价受各期项目承接及量产周期变动所影响。凭借长期技术和工艺优势，报告期内，发行人通过开发新客户、拓宽现有客户合作范围等方式持续开发新项目和新产品。根据新定点项目的预期销售情况，发行人承接的已定点项目预期销售情况具体如下：

客户名称	合作进度	预计单价 (元/件)	预计 年销售规模 (万元)
康迪泰克集团	已定点	1.70	577.00
宁波爱立德汽车部件有限公司	已定点	1.41	317.50
富来思特（无锡）汽车零部件有限公司	已定点	0.41	100.00
上海三立汇众汽车零部件有限公司	已定点	4.77	57.51
宁波井上华翔汽车零部件有限公司	已定点	0.82	21.60
宁波福尔达智能科技有限公司	已定点	0.24	21.25

注：上述新定点产品预期在 2021 年及 2022 年陆续批量生产。

结合上述新定点项目的预期销售情况，新定点产品的销售均价为 1.62 元/件，整体高于报告期内产品销售均价，故预期短期内发行人产品价格持续下降可能性较低。另外发行人注塑工艺相对成熟，已承接及能够承接的项目和产品类型丰富，

长期来看销售均价将随产品结构波动影响，持续下降的风险较低。

(七)结合报告期内注塑零部件单位产品原材料耗用配比情况及采购价格变动，量化说明报告期内发行人橡胶材料采购价格下降、塑料粒子采购价格上升对注塑零部件产品单位成本的具体影响，上述原材料价格波动导致注塑零部件单位直接材料成本持续下降是否真实准确。

报告期内，发行人注塑零部件产品细分产品单位直接材料成本及各期销量占比情况如下：

单位：元/件

细分品类	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	单位直接材料	销量占比	单位直接材料	销量占比	单位直接材料	销量占比	单位直接材料	销量占比
橡胶产品	0.33	49.92%	0.33	63.16%	0.37	66.91%	0.48	72.28%
塑料产品	0.33	50.08%	0.41	36.84%	0.42	33.09%	0.43	27.72%
合计	0.33	100.00%	0.36	100.00%	0.39	100.00%	0.47	100.00%

发行人的注塑零部件分为橡胶产品及塑料产品，其中橡胶产品主要原材料为橡胶材料及金属件；塑料产品包括塑料粒子及金属件。

剔除注塑零部件产品中橡胶产品、塑料产品结构变动因素外，报告期内，发行人主要原材料橡胶材料采购价格下降、塑料粒子采购价格上升对细分产品具体影响如下：

1、橡胶产品

原材料橡胶材料、金属件耗用及采购价格、橡胶产品直接材料成本变动情况具体如下：

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	单位量	变动率	单位量	变动率	单位量	变动率	单位量
单位橡胶耗材料用量（克/件）	6.38	-44.64%	11.53	1.52%	11.36	-10.21%	12.65
橡胶材料采购价格（元/千克）	25.53	36.67%	18.68	-3.31%	19.32	-15.60%	22.89
单位金属件用量（件）	0.21	16.75%	0.18	17.50%	0.15	-8.29%	0.17
金属件采购价格（元/件）	0.49	-29.27%	0.69	-34.62%	1.06	-2.33%	1.09
直接材料成本（元/件）	0.33	0.49%	0.33	-11.06%	0.37	-23.01%	0.48

注：上述金属件采购价格系根据仅耗用在橡胶产品的金属件计算。

2018年，发行人橡胶材料采购价格分别同比下降15.60%，同期橡胶产品直接材料成本同比下降23.01%，直接材料成本下降幅度高于橡胶材料采购，主要原因系当期橡胶产品结构变动，主要材料单耗下降所致。2018年，发行人橡胶产品净重小于5克的产品占比由2017年的61.24%提升至64.27%，使得橡胶材料单耗同比下降10.21%，使得橡胶产品直接材料成本下降较多。

2019年，发行人橡胶材料采购价格分别同比下降3.31%，同期橡胶产品直接材料成本同比下降11.06%，直接材料成本下降幅度高于橡胶材料采购，主要系金属件中小件产品耗用较多，拉低橡胶产品直接材料成本。

2020年1-6月，发行人橡胶材料采购价格上涨36.67%，同期橡胶产品直接材料成本同比上涨0.49%，直接材料成本相对稳定，主要系受产品结构影响，当期主要材料单耗下降较多所致。2020年1-6月，发行人橡胶产品净重小于5克的产品占比由2019年的56.31%提升至68.48%，当期主要材料橡胶单耗下降44.64%。

2、塑料产品

原材料塑料粒子、金属件耗用及采购价格、塑料产品直接材料成本变动情况如下：

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	单位量	变动率	单位量	变动率	单位量	变动率	单位量
单位塑料粒子耗用量（克/件）	10.04	-30.20%	14.39	0.50%	14.32	-5.54%	15.16
塑料粒子采购价格（元/千克）	24.53	-10.47%	27.40	13.50%	24.14	6.53%	22.66
单位金属件用量（件）	0.09	28.71%	0.07	-39.20%	0.11	55.03%	0.07
金属件采购价格（元/件）	0.64	9.33%	0.58	-25.22%	0.78	-42.05%	1.34
直接材料成本（元/件）	0.33	-21.00%	0.41	-2.56%	0.42	-1.49%	0.43

注：上述金属件采购价格系根据仅耗用在塑料产品的金属件计算。

2018年，发行人塑料粒子采购价格上涨6.53%，同期塑料产品直接材料成本同比下降1.49%，主要系受产品结构影响，塑料粒子单耗有所下降所致。2018年，发行人塑料产品中大于20克由20.48%下降至16.56%，使得塑料粒子单耗下降5.54%。

2019年，发行人塑料粒子采购价格上涨13.50%，同期塑料产品直接材料下降2.56%，主要系金属件下降较多所致。2019年，塑料产品中金属件单耗及采购

价格分别下降 39.20%、25.22%，拉低塑料产品直接材料成本。

2020 年 1-6 月，发行人塑料粒子采购价格下降 10.47%，同期塑料产品直接材料下降 21.00%，主要系受产品结构影响，塑料粒子单耗下降所致。2018 年，发行人塑料产品中小于 5 克由 7.83% 提升至 13.36%，塑料粒子单耗下降 30.20%，上述因素使得塑料产品直接材料下降较多。

综上所述，受产品结构调整因素影响，发行人注塑零部件产品橡胶材料及塑料粒子单位耗用下降，使得在发行人橡胶材料采购价格下降、塑料粒子采购价格上升的情况下，注塑零部件中橡胶产品、塑料产品直接材料成本变动具有合理性，并使得注塑零部件整体单位直接材料成本下降。

(八) 结合前述第 (4) 项情形量化说明 2019 年发行人金工零部件中机加工产品、铝挤出产品平均销售成本、平均材料成本均大幅下降的原因及合理性。

1、铝挤出产品

报告期内，发行人铝挤出产品成本明细如下：

单位：元/件

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平均销售成本	1.62	1.80	1.87	-
其中：单位直接材料	1.36	1.57	1.43	-
单位直接人工	0.08	0.09	0.15	-
单位制造费用	0.18	0.14	0.29	-

2018 年至 2020 年 1-6 月，发行人铝挤出产品平均销售成本分别为 1.87 元/件、1.80 元/件、1.62 元/件，平均销售成本不断下降主要系单位直接人工、制造费用下降较多所致。发行人铝挤出产品相关人员及制造费用成本属于相对固定成本。报告期内，随着发行人铝挤出产品产销规模的不断扩大，与之相关的单位成本分摊下降；2018 年至 2020 年 1-6 月，发行人（子公司烟台通吉）铝挤出产品产量分别为 475.02 万件、702.23 万件、656.28 万件，铝挤出产量规模增速较快，使得单位直接人工、制造费用不断下降。

2018 年至 2020 年 1-6 月，发行人铝挤出产品平均直接材料成本分别为 1.43 元/件、1.57 元/件、1.36 元/件，平均直接材料成本有所波动。报告期内，铝挤出产品平均直接材料成本变动与原材料采购价格、耗用波动分析如下：

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	单位量	变动率	单位量	变动率	单位量	变动率	单位量
单位铝材料用量（克/件）	94.03	0.55%	93.51	7.95%	86.62	-	-
铝材采购价格（元/千克）	13.48	-9.23%	14.86	0.42%	14.79	-	-
直接材料成本（元/件）	1.36	-13.08%	1.57	9.26%	1.43	-	-

注：上述铝材采购价格系根据仅耗用在铝挤出产品的铝材计算。

2019年，铝挤出单位直接材料成本同比上升9.26%，主要系主要原材料铝材耗用及采购价格上升所致；其中铝材单耗同比上升7.95%、铝材采购价格同比上升0.42%。2020年1-6月，铝挤出单位直接材料同比下降13.08%，主要系当期铝材采购价格下降所致。2020年1-6月，该部分铝材采购价格同比下降9.23%。

2、机加工产品

报告期内，发行人机加工产品单位成本明细如下：

单位：元/件

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
平均销售成本	1.40	1.65	1.98	1.81
其中：单位直接材料	0.97	1.17	1.50	1.46
单位直接人工	0.12	0.16	0.17	0.13
单位制造费用	0.31	0.33	0.32	0.23

报告期内，发行人机加工件平均销售成本分别为1.81元/件、1.98元/件、1.65元/件、1.40元/件，其中2019年、2020年1-6月，机加工零部件平均销售成本下降相对较多，主要系平均直接材料下降较多所致。报告期内，机加工产品平均直接材料成本变动与原材料采购价格、耗用波动分析如下：

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	单位量	变动率(%)	单位量	变动率(%)	单位量	变动率(%)	单位量
单位铝材料用量（克/件）	42.41	-34.61	64.86	-27.26	89.17	2.00	87.42
铝材采购价格（元/千克）	18.37	-3.82	19.10	14.58	16.67	-5.45	17.63
单位钢材料用量（克/件）	11.64	-43.34	20.53	-43.94	36.63	44.27	25.39
钢材采购价格（元/千克）	4.69	-2.49	4.81	-1.64	4.89	10.38	4.43
单位金属件用量（件）	0.83	70.01	0.49	26.29	0.38	21.10	0.32
金属件采购价格（元/千克）	1.07	-3.60	1.11	9.90	1.01	-13.68	1.17
直接材料成本（元/件）	0.97	-16.79	1.17	-22.06	1.50	2.87	1.46

注：上述铝材采购价格系根据主要耗用在机加工产品的铝材计算。

2019年、2020年1-6月，发行人机加工平均直接材料成本同比下降22.06%、16.79%，主要系当期单位净重相对较低的产品占比提高所致，2018年至2020年1-6月，发行人机加工产品单位净重低于20克的产品比重占比分别为10.51%、16.59%、22.05%，该部分产品占比提升明显；受此影响，机加工件单位铝材耗用量分别同比下降27.26%、34.61%，单位钢材耗用量同比分别下降43.94%、43.34%，上述因素，使得当期机加工直接材料分别同比下降22.06%、16.79%。

报告期内，发行人机加工产品构成情况明细如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
不超过20克	22.05%	16.59%	10.51%	7.37%
20至100克	69.45%	66.98%	65.85%	72.13%
大于100克	8.50%	16.43%	23.63%	20.50%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

综合上述，金工零部件中机加工产品、铝挤出产品平均销售成本、平均材料成本价格变动具有合理性。

(九)量化说明报告期内发行人涂覆加工业务毛利率均保持在40%以上是否合理，是否与可比公司可比业务一致。进一步说明公司新承接的具体业务种类及对应客户情况，新承接业务平均毛利率显著较高(50.57%)的原因及合理性。

1、量化说明报告期内发行人涂覆加工业务毛利率均保持在40%以上是否合理，是否与可比公司可比业务一致

报告期内，发行人涂覆加工业务主要客户及毛利率情况具体如下：

主要客户	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
天纳克集团	47.24%	45.60%	49.53%	50.00%	47.89%	44.09%	49.69%	45.45%
无锡市振华汽车部件股份有限公司	49.70%	10.89%	38.66%	8.19%	49.60%	8.44%	37.94%	7.64%
苏州富力丰汽车部件有限公司	54.76%	9.80%	55.20%	9.92%	57.02%	3.34%	56.18%	1.16%
哈金森集团	56.02%	9.66%	51.61%	5.82%	61.85%	7.33%	54.87%	6.86%
康迪泰克集团	50.60%	7.57%	52.29%	5.42%	57.12%	5.89%	54.68%	4.10%
合计	-	83.51%	-	79.35%	-	69.09%	-	65.21%

报告期内，发行人涂覆加工业务主要客户相对稳定，且主要客户毛利率水平

保持相对稳定的较高水平，使得发行人涂覆业务维持 40% 以上毛利率水平。

报告期内，发行人主要客户涂覆加工毛利率水平相对较高，主要原因系：

①需求旺盛而供给受限。随着汽车工业的快速发展，人们对提高汽车零部件的性能、使用寿命等指标提出了更高的要求，许多零部件的失效主要是由于材料表面不能胜任如耐损、腐蚀和表面氧化等苛刻条件所致，而涂覆即是对汽车零部件进行耐蚀性、耐磨性等要求进行处理的生产工艺，因此，涂覆业务随着汽车产业规模的扩大需求旺盛。而随着国内环保意识的增强，对于涂覆加工业务产能扩张严格限制，甚至部分中小涂覆加工企业因为环保不达标被取消业务资质，使得涂覆业务供给与需求存在不平衡情况，有资质涂覆加工企业议价能力较强。

②发行人涂覆加工产品附加值较高，且形成规模化生产效应。涂覆加工业务成本中，主要以设备折旧、能源及人工成本等固定为主，材料成本占比相对较低；发行人涂覆加工业务除满足自身产品生产需要外，部分对外直接加工，因此，发行人涂覆整体加工规模相对较大。在规模化效应下，固定成本分摊较小，使得涂覆加工业务具有明显成本优势，毛利率水平相对较高。此外，发行人通过长期的研发投入，发行人可以掌握电泳、喷胶、电镀各类型的涂覆加工工艺，可以满足客户各类型的涂覆加工服务，提升发行人议价能力；而通过长期的工艺改进，亦可以降低涂覆加工业务成本，从而使得发行人涂覆加工毛利率相对较高。

根据公开资料查询，同行业可比上市公司未披露涂覆加工业务毛利率；经检索公开资料，汽车零部件加工企业中上市公司万丰奥威（主营轮毂等汽车零部件）披露其涂覆加工业务毛利率，具体如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
万丰奥威 (002085)	34.37%	43.18%	49.07%

由于上表可知，2017 年、2018 年，可比上市公司涂覆加工业务毛利率分别 49.07%、43.18%，与发行人较为接近。

综上所述，报告期内发行人涂覆加工业务毛利率保持在 40% 以上具有合理性。

2、进一步说明公司新承接的具体业务种类及对应客户情况，新承接业务平均毛利率显著较高（50.57%）的原因及合理性

（1）2018 年发行人新承接的涂覆加工具体业务种类情况

2018年，发行人新承接业务平均毛利率较高的原因主要系新承接了较多的高毛利率电泳和涂胶业务所致。2018年新承接的具体涂覆业务种类收入和毛利率情况如下：

单位：万元

涂覆业务种类	收入	成本	收入占比	毛利率
电泳	394.54	193.00	40.16%	51.08%
涂胶	261.81	98.74	26.65%	62.28%
磷化	173.74	97.89	17.68%	43.66%
自泳	79.06	38.61	8.05%	51.16%
电镀	73.30	57.37	7.46%	21.74%
合计	982.45	485.61	100.00%	50.57%

(2) 2018年发行人新承接电泳、涂胶业务的主要客户情况

2018年，发行人新承接的电泳、涂胶业务对应的主要客户情况如下：

单位：万元

涂覆业务种类	主要客户	收入	成本	收入占该类业务比例	毛利率
电泳	上海星海天冲压件有限公司	167.79	49.30	42.53%	70.62%
	苏州富力丰汽车部件有限公司	101.25	35.98	25.66%	64.46%
	无锡市振华汽车部件股份有限公司	46.03	18.39	11.67%	60.05%
涂胶	天纳克汽车工业(苏州)有限公司	198.74	58.02	75.91%	70.81%
	康迪泰克(中国)橡塑技术有限公司	44.34	16.00	16.94%	63.91%

(3) 2018年，新承接电泳、涂胶业务毛利率较高的原因分析

影响发行人电泳、涂胶业务的定价因素包括涂覆材料、涂覆面积、涂覆加工厚度、涂覆方式、工艺要求以及包装运输等方面，具体来说：①电泳是指利用外加电场使悬浮于电泳液中的颜料和树脂等微粒定向迁移并沉积于电极之一的工件表面的涂装方法。影响电泳毛利率的因素主要是涂覆面积、加工厚度、是否需要进行工件表面保护及保护的难易度，一般而言，涂覆面积越广、涂覆加工越厚、表面保护难度越大则毛利率越高。②涂胶分为喷胶和浸胶两种方式，喷胶是将胶粘剂喷涂成细小的雾滴到工件表面，经干燥后在工件表面形成一层胶粘剂涂层；浸胶是将工件浸入胶粘剂液体中，在工件表面形成一层胶粘剂涂层。影响涂胶毛

利率的因素主要是涂胶方式、涂胶面积及产品重量，一般而言，涂胶面积越广、产品重量越重则毛利率越高。此外，喷胶和浸胶方式虽然均能达到客户相关技术要求，但由于浸胶方式采用流水线生产，不需要特殊工装、操作人员少、材料损耗低、产能高，因此浸胶方式成本相对较低。

上述 2018 年新承接电泳、涂胶业务对应主要客户的毛利率较高原因如下：

涂覆业务种类	主要客户	毛利率较高的原因
电泳	上海星海天冲压件有限公司	主要产品对电泳的定向沉积有特殊要求，需要熟练工对工件表面采取特殊且复杂的保护措施，因此毛利率较高
	苏州富力丰汽车部件有限公司	
	无锡市振华汽车部件股份有限公司	主要产品技术标准较高且属于厚膜电泳，如要求膜厚达到 35 μ m 以上、盐雾试验 720 小时以上、循环试验达 60 个循环等，因此毛利率较高
涂胶	天纳克汽车工业（苏州）有限公司	报价时比照喷胶方式定价，批量生产后经过技术工艺改进，优化为浸胶工艺，成本降低，因此毛利率较高
	康迪泰克（中国）橡塑技术有限公司	部分产品生产工艺相对复杂，需要同时进行脱脂、涂胶等多道工序，因此毛利率较高

综上所述，发行人 2018 年新承接涂覆业务毛利率较高具有合理原因。

（十）结合具体产品种类、结构说明报告期内发行人压铸零部件业务向威巴克、住友理工销售毛利率较高的原因及合理性。详细说明发行人向博戈销售压铸零部件金额保持稳定，但毛利率持续大幅下降的原因及合理性。发行人“对于博戈集团个别产品采取低价策略进行业务拓展，该部分产品毛利率水平处于 10% 左右水平，且占比由 2017 年 0.69% 上升至 2020 年 1-6 月 36.69%”的商业合理性，是否存在中高单价产品无法满足博戈技术要求的情形。报告期内发行人关于其他产品、其他客户是否存在类似情形，如是，请补充披露。

1、结合具体产品种类、结构说明报告期内发行人压铸零部件业务向威巴克、住友理工销售毛利率较高的原因及合理性

报告期内，发行人冲压零部件、压铸零部件业务向威巴克、住友理工销售毛利率情况以及上述零部件产品的整体毛利率情况如下：

零部件	客户集团	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
冲压零部件	威巴克	30.13%	32.05%	32.72%	37.55%

	住友理工	30.97%	33.78%	40.22%	46.69%
	整体毛利率	21.82%	23.56%	26.52%	32.37%
压铸零部件	威巴克	29.28%	29.15%	17.35%	12.46%
	住友理工	27.07%	29.34%	26.17%	25.69%
	整体毛利率	26.05%	26.17%	15.06%	13.71%

(1) 冲压零部件

报告期内，威巴克集团冲压零部件毛利率分别为 37.55%、32.72%、32.05% 和 30.13%，住友理工集团冲压零部件毛利率分别为 46.69%、40.22%、33.78% 和 30.97%，二者毛利率较高的原因主要系两家公司主要产品为工序复杂的大件产品，需要附加焊接、涂覆等多道工序，相关工序附加值较高，如涂覆工序附加值可参考发行人自身涂覆加工业务 40% 左右的毛利率水平。此外，两家公司外销占比明显高于其他主要客户，如威巴克集团外销占比在 30% 左右，报告期内冲压件外销毛利率较高，平均在 40% 左右，从而进一步提高了两家公司冲压件平均毛利率。

(2) 压铸零部件

报告期内，发行人压铸零部件产品不存在明显的产品种类或结构差异，住友理工集团毛利率较高的原因主要系其 70% 以上压铸零部件收入来源于境外销售，外销毛利率相对较高，而威巴克集团毛利率在 2018 年开始呈现较高的原因主要系新开发产品的平均毛利率较高所致。

2、详细说明发行人向博戈销售压铸零部件金额保持稳定，但毛利率持续大幅下降的原因及合理性

报告期内，发行人冲压零部件、压铸零部件业务向博戈销售情况如下：

单位：万元，%

零部件	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
冲压	2,465.20	16.08	7,050.41	16.88	6,596.17	22.40	6,012.86	29.06
压铸	1,847.94	27.70	4,167.44	30.49	3,004.98	18.99	2,249.44	13.12

从上表看出，发行人向博戈销售的压铸零部件销售收入及毛利率均不断提高，销售冲压零部件产品呈销售金额稳定但毛利率持续下降的情况，具体原因如下：一方面，部分高毛利率产品结束量产、收入占比下降。由于毛利率较高的博戈集

团斯洛伐克产品结束量产，博戈集团外销占比从 2017 年 22.03% 下降至 2020 年 1-6 月 0.65%，高毛利率外销产品销售占比下降引致该客户冲压件平均毛利率下降；另一方面，低毛利率业务收入快速增长。公司以低价策略获取踏板产品订单以开拓相关市场，该产品毛利率在 10% 以内、销售占比从 2017 年 0.69% 上升至 2020 年 1-6 月 36.69%，从而拉低了平均毛利率。具体影响可见下图：

单位：万元，%

产品	2020 年 1-6 月			2019 年			2018 年			2017 年		
	销售收入	收入占比	毛利率	销售收入	收入占比	毛利率	销售收入	收入占比	毛利率	销售收入	收入占比	毛利率
斯洛伐克项目	-	-	-	-	-	-	736.05	11.16	44.59	1,324.51	22.03	46.12
踏板项目	904.40	36.69	7.22	1,971.65	27.96	8.01	595.38	9.03	8.70	41.59	0.69	3.94
小计	904.40	36.69	-	1,971.65	27.96	-	1,331.43	20.19	-	1,366.10	22.72	-

3、发行人“对于博戈集团个别产品采取低价策略进行业务拓展，该部分产品毛利率水平处于 10% 左右水平，且占比由 2017 年 0.69% 上升至 2020 年 1-6 月 36.69%”的商业合理性，是否存在中高单价产品无法满足博戈技术要求的情形

(1) 发行人“对于博戈集团个别产品采取低价策略进行业务拓展，该部分产品毛利率水平处于 10% 左右水平，且占比由 2017 年 0.69% 上升至 2020 年 1-6 月 36.69%”的商业合理性

①博戈踏板产品低价营销背景

2015 年前后，博戈集团为提升自身价格比较优势以获取大众 MQB 平台踏板箱全球独家供货权，邀请供应链体系内的供应商共同采取低价策略。发行人综合考虑该产品订单规模、双方合作关系以及踏板类产品未来市场预期等长期因素，同意采取战略性低价策略对整车厂进行联合营销。

②发行人与博戈的合作黏性进一步增强，特别是踏板产品领域

发行人通过采取上述策略，发行人传统优势产品主要系减震部件产品，通过与下游知名一级汽车供应商长期稳定的合作关系，发行人在冲压、压铸、注塑等生产工艺具有较强的工艺、技术储备；通过与原有客户的共同产品开发，并通过低价策略，发行人可以迅速打开除减震部件外其他汽车零部件的市场，为发行人创造新的业务增长点；报告期内，发行人对博戈集团踏板业务收入增长由 41.59

万元、595.38 万元、1,971.65 万元、904.40 万元，业务增长较为迅速。因此，发行人通过薄利多销方式打开了踏板市场、提升了自身整体盈利水平，具有商业合理性。

截至 2020 年 6 月，发行人与博戈集团就踏板类产品新增的部分合作意向情况如下：

意向方	意向进度	预计收入实现时间	适用平台或车型	预计单价	预计年收入规模
博戈	2020 年 7 月定点	2023 年	奥迪	30.26 元/件	108.94 万元
	2020 年 11 月定点	2021 年	特斯拉	内销：18.80 元/件 外销：22.10 元/件	1,840.50 万元

综上所述，发行人采取低价策略开拓踏板市场具有商业合理性。

(2) 是否存在中高单价产品无法满足博戈技术要求的情形

上述踏板产品虽然采取相对低价的策略进行业务开拓，但整体单价水平仍在 8 元/件至 12 元/件范围，高于发行人报告期内冲压零部件销售均价（报告期内销售均价分别为 4.75 元/件、4.37 元/件、4.05 元/件和 3.90 元/件），属于发行人中高价格产品。同时，结合查看发行人客户询价跟踪记录，不存在因技术要求不达标导致产品开发失败的情况。

综上所述，发行人不存在中高单价产品无法满足博戈技术要求的情形。

4、报告期内发行人关于其他产品、其他客户是否存在类似情形，如是，请补充披露

除低价获取博戈踏板产品订单外，发行人还存在其他类似情况，原因如下：

(1) 发行人具备自主定价权，综合考虑市场因素及自身战略制定价格策略

报告期内，发行人采用市场化原则，综合考虑成本、毛利率、市场竞争、合作关系、自身战略等因素自主制定价格策略，对于战略客户、战略产品会自主选择低价策略开拓相关市场，如开拓整车厂客户长城集团、开拓博戈集团踏板产品以及开拓注塑件产品等。

(2) 产品质量和研发实力是发行人获得客户认可的主要依据，价格策略是进一步提升市场份额的辅助手段

汽车行业准入门槛较高，审核内容涵盖研发能力、生产能力、产品质量等多个维度，只有经过严格且长期的考核方能进入合格供应商名录。发行人坚持以研发为导向，经过多年技术发展和积累，已储备了较丰富的工艺技术，部分核心技术指标高于同行业可比水平，在技术开发方面具有明显市场竞争力，如轻量化、稳定性、加工精度等。截至2020年6月30日，发行人拥有专利114项，其中发明专利42项。此外，发行人报告期内不存在因技术要求不达标导致产品开发失败的情况。因此，产品质量和研发实力是发行人获得客户认可的主要依据。

在技术、质量等硬性指标均能符合客户要求的情况下，采取战略性低价策略有利于进一步提升发行人市场份额，如发行人通过低价策略开拓踏板市场，一方面实现了该款产品薄利多销目的，另一方面也为发行人获取踏板系列产品新订单奠定了合作基础。

综上所述，发行人采取的低价策略是自主性、战略性、辅助性的产品销售手段，不存在因技术或产品质量不达标而以低价方式获取客户或产品订单的情况。

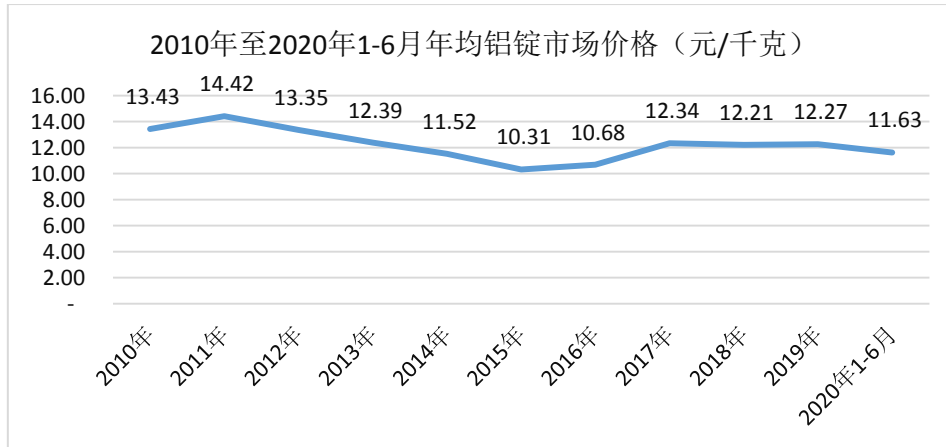
上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”中补充披露。

（十一）进一步说明报告期内发行人压铸零部件产品向天纳克、博戈销售规模接近但毛利率存在较大差异的原因及合理性。

1、压铸零部件定价原则及原材料市场价格变动情况

发行人压铸零部件产品主要采用成本加成进行定价，其中成本因素主要取决于定点时点主要原材料铝锭的市场价格；同时按照行业惯例，产品售价一般不因原材料价格变动而重大调整。因此，定点时铝锭市场价格将直接影响到产品价格，并对后续产品毛利率产生重大影响。

2010年至2020年1-6月年均铝锭市场价格走势情况如下：



注 1: 数据来源于“长江有色金属网”

注 2: 参考规格为 A00 铝锭

由上图可知，自 2010 年至 2020 年 1-6 月，铝锭市场价格整体呈现先降后升趋势，其中 2015 年铝锭价格处于相对低点。

2、天纳克、博戈销售规模接近但毛利率存在差异的具体原因

报告期内，天纳克、博戈集团收入对应的定点时间情况如下：

单位：元/kg

定点时间	天纳克收入结构				博戈收入结构				铝锭市场价格
	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年	
报告期内	31.60%	4.34%	0.07%	0.11%	33.57%	22.48%	0.40%	0.00%	注
2016年	20.75%	19.73%	12.92%	4.34%	21.75%	19.02%	7.81%	1.66%	10.68
2015年	34.60%	60.38%	61.16%	52.99%	1.45%	3.55%	7.02%	0.85%	10.31
2014年	12.48%	14.17%	19.96%	18.90%	9.18%	11.11%	14.51%	14.02%	11.52
2013年	0.57%	1.38%	5.88%	23.66%	34.05%	43.83%	70.25%	83.47%	12.39
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-

注：2017 年铝锭市场价格 12.34 元/kg；2018 年铝锭市场价格 12.14 元/kg；2019 年铝锭市场价格 11.92 元/kg；2020 年 1-6 月铝锭市场价格 11.23 元/kg

由上图可知，天纳克产品结构中以 2015 年定点产品较多，原材料价格处于相对低位，铝锭市场价格为 10.31 元/kg；而博戈产品结构中主要以 2013 年定点产品较多，原材料价格相对较高，铝锭市场价格为 12.39 元/kg，使得博戈集团压铸产品价格相对较高，从而产品毛利率高于天纳克。

综上所述，由于产品定点时间差异，天纳克、博戈销售规模接近但毛利率存在较大差异具有合理性。

(十二) 结合产品结构、成本构成、工艺难度、定价方式等逐一分析报告期各期发行人冲压零部件、压铸零部件、注塑零部件内、外销平均销售单价、平均销售成本、毛利率存在较大差异的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致。

1、内外销差异情况及原因

报告期内，发行人较少存在同一型号产品同时存在境内外销售的情况，同类冲压、压铸和注塑零部件产品按内销和外销划分的平均单价、单位成本和毛利率情况如下：

单位：元/件，%

零部件	销售区域	2020年1-6月			2019年			2018年			2017年		
		平均单价	单位成本	毛利率	平均单价	单位成本	毛利率	平均单价	单位成本	毛利率	平均单价	单位成本	毛利率
冲压	内销	3.94	3.15	20.01	3.98	3.13	21.34	4.26	3.20	24.89	4.44	3.07	30.85
	外销	3.46	1.95	43.46	4.73	2.76	41.57	5.40	3.32	38.59	8.27	4.83	41.64
压铸	内销	6.23	4.71	24.44	5.84	4.37	25.23	5.43	4.72	13.10	5.07	4.45	12.13
	外销	3.47	2.20	36.48	3.48	2.41	30.91	3.17	2.20	30.62	3.21	2.12	33.93
注塑	内销	0.74	0.51	30.87	0.76	0.53	30.00	0.79	0.53	32.84	0.86	0.63	26.38
	外销	0.85	0.68	20.38	-	-	-	-	-	-	-	-	-

发行人境内外销售差异主要受产品结构、初始定价构成、外汇变动、出口退税等因素影响，差异具有合理性，具体分析如下：

(1) 产品结构

报告期内，发行人境内外销售的产品种类不存在明显差异，同时，受到境内外销售具体产品型号差异影响，发行人境内外汽车零部件销售在产品结构上存在一定差异，具体差异如下：

零部件产品	销售区域	产品特点	主要客户
冲压	内销	较外销产品而言产品类型相对分散，并以工序相对简单的产品为主	客户集中度相对外销而言较分散，前三名客户依次为威巴克、博戈和天纳克，前三名客户合计收入占内销收入比例在 60% 以内
	外销	工序复杂的产品为主，需要附加焊接、涂覆等多道附加值较高的工序	外销收入主要来自于威巴克、住友理化和博戈
压铸	内销	90% 以上内销收入来自于重量较重的支撑及衬套	85% 左右的内销收入来自于天纳克和博戈
	外销	50% 以上外销收入来自于重量较轻的排气管吊耳	90% 左右的外销收入来自于住友理化和博戈

零部件产品	销售区域	产品特点	主要客户
注塑	内销	已形成规模销售的产品为主	50%以上内销收入来自于天纳克
	外销	样品件	全部来自于康迪泰克

(2) 成本构成及核算方法

报告期内，发行人内外销产品采用一致的成本核算方法进行统一核算，因此内外销产品之间不存在明显的成本构成差异。

发行人成本核算项目包括直接材料、直接人工和制造费用，发行人成本核算方法及过程如下：①直接材料：归集生产过程中消耗的直接材料，由各生产车间根据生产计划及 BOM 清单形成的生产工单进行领用，期末采用月末一次加权平均法结转直接材料成本。②直接人工：归集各成本中心直接从事产品生产的工人工资、津贴、补贴和福利费以及社保等薪酬成本，月末根据各成本中心完工入库产品产量进行分配。③制造费用：归集产品生产过程中实际发生的间接费用，包括车间管理人员薪酬、厂房及设备折旧费用、机物料消耗、能源费用、模具费用等，制造费用发生时按照成本中心进行归集，月末根据成本中心完工入库产品产量进行分配。

(3) 工艺难度和定价方式

报告期内，发行人主要境内外客户系全球知名的汽车零部件跨国集团，在全球范围内开展生产经营活动，境内外执行一致的技术标准和定价原则，因此工艺难度和定价原则方面不存在明显差异。

发行人采用成本加成的方式，综合考虑原材料成本、产品技术含量、订货规模、贸易条款、运输费用、包装材料费用、汇率、市场竞争情况和产品毛利率等综合因素确定初始报价，并按照客户要求与其他供应商一同竞价，客户确定最终合作主体及成交价格。一般而言，产品外销较境内运输距离较长，运输费用较高，且包含报关等其他出口费用；境内采用循环包装材料，境外采用一次性木质包装，境外包装费较高；基于上述定价原则，发行人主要产品境外定价一般高于境内产品，使得外销产品毛利率亦相对较高。以同时存在境内外销售的某款产品初始定价为例：

定价构成	境内定价	境外定价	差异率	差异原因
原材料	0.9562 元	0.1292 欧元	不存在差异	
人工和制造费用	0.3354 元	0.0453 欧元	不存在差异	
运输等相关费用	0.01 元	0.0261 欧元	存在差异	境外运输距离较长，运费较高，且包含报关等其他出口费用
包装费用	0.01 元	0.0023 欧元	存在差异	境内采用循环包装材料，境外采用一次性木质包装，境外包装费较高
其他	0.1279 元	0.0173 欧元	不存在差异	
合计	1.4395 元	0.2202 欧元	13.20%	

注 1：境内外报价时均采用不含税价格作为报价基础

注 2：报价时汇率为 1 欧元=7.4 元人民币

注 3：其他包括期间费用和合理利润率等

注 4：差异率=（境外报价*报价时汇率-境内报价）/境内报价

此外，受外汇变动、出口退税等因素影响，发行人境内外销售均价、平均成本、平均毛利率亦会存在差异。

综上，发行人境内外销售差异主要受产品结构、初始定价构成、外汇变动、出口退税等因素影响，差异具有合理性。

2、同行业可比公司情况

汽车零部件行业细分产品领域众多，同行业各公司的产品类型、产品结构、成本结构、技术水平、所处市场竞争情况均有所不同，因此产品销售均价和销售成本可比性较弱。

报告期内，同行业可比公司的内外销毛利率情况如下：

公司	销售区域	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
凯众股份 (603037)	内销	未披露	未披露	未披露	未披露
	外销	未披露	未披露	未披露	未披露
正裕工业 (603089)	内销	未披露	26.93%	15.06%	14.51%
	外销	未披露	31.99%	25.02%	27.73%
中鼎股份 (000887)	内销	33.44%	37.49%	38.81%	39.20%
	外销	15.56%	18.91%	21.73%	22.63%
拓普集团 (601689)	内销	未披露	22.37%	23.62%	26.70%
	外销	未披露	33.06%	33.95%	35.79%
发行人汽车零部件产品毛利率	内销	22.30%	22.77%	23.04%	27.27%
	外销	39.92%	37.06%	36.10%	40.63%

整体而言，除中鼎股份内销毛利率高于外销外，其余披露内外销毛利率信息的同行业可比公司均呈现外销毛利率高于内销的情况，发行人与大部分同行业可比公司情况一致。此外，中鼎股份内销毛利率高于外销的原因主要系其外销主要通过国外子公司生产并销售，国外运营成本较高，因此外销毛利率低于内销。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、获取冲压零部件产品单位原材料耗用配比情况以及采购价格变动情况，统计报告期内冲压零部件产品单位净重的变动情况，量化分析 2018 年钢材平均采购价格变化与同期冲压件直接材料变动的匹配性；

2、量化分析冲压件产品单价变动对毛利率影响，结合毛利率变动计算公式说明制造费用、直接人工占收入比例提高对毛利率的影响；

3、询问销售部、采购部及生产部人员，了解压铸件产品的定价方式及依据、材料构成、细分产品种类及主要客户情况，分析压铸件产品铝锭采购价格波动、产品价格波动的原因及合理性；

4、量化分析压铸件产品单价变动对毛利率影响；

5、获取发行人压铸件产品主营业务成本明细表，了解成本构成明细的数据来源、归集方法和计算方式，结合访谈灏昕汽车负责人，分析 2019 年发行人压铸件产量上升幅度与“制造费用+人工成本”增长幅度不一致的原因及合理性；此外，获取灏昕汽车人均产值及压铸模具单位摊销的计算依据及过程，复核披露数据的准确性；

6、询问销售部及生产部人员，了解注塑件产品的定价方式及依据、细分产品种类及主要客户情况，分析注塑件产品销售均价下降原因的合理性；同时，询问销售部负责人，结合获取的注塑件新增需求情况，分析未来注塑件产品价格下降趋势的持续性；

7、获取注塑零部件产品单位原材料耗用配比情况以及采购价格变动情况，量化分析报告期内发行人注塑件主要原材料价格变动对产品单位成本的影响；

8、量化分析 2019 年发行人金工件中机加工产品、铝挤出产品平均销售成本、平均材料成本下降的原因及合理性；

9、询问销售部负责人，了解涂覆加工毛利率较高的原因，同时通过“荣大二郎神”系统查阅同行业可比公司信息了解可比业务的披露情况；获取 2018 年新承接涂覆加工业务明细情况，就高于新承接业务平均毛利率的项目逐项询问销售部人员，分析判断原因及合理性；

10、询问销售部负责人，了解发行人冲压件、压铸件向威巴克、住友理工销售毛利率较高的原因，了解发行人向博戈销售冲压件金额稳定但毛利率下降的原因，了解发行人采用低价策略向博戈销售踏板产品的背景，了解其他产品或客户是否存在与博戈踏板产品类似的情形；获取发行人询价跟踪记录，结合询问销售部负责人，了解是否存在中高价产品无法满足博戈技术要求的情形；

11、询问销售部负责人，了解发行人压铸件产品向天纳克、博戈销售规模接近但毛利率存在差异的原因，并分析合理性；

12、询问销售部负责人了解内外销产品结构及定价方式，并抽取同时存在内外销情况的产品报价单验证报价差异；询问财务部负责人了解内外销成本核算过程及方法；询问技术部负责人了解内外销产品工艺难度区别；同时获取同行业可比公司的披露情况，了解同行业可比公司内外销差异情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、受产品结构调整因素影响，发行人冲压零部件产品平均钢材单耗有所下降，使得 2018 年钢材采购价格同比上升，而直接材料成本保持相对稳定，具有合理性；

2、发行人披露的“产品单价变动对毛利率影响为-0.72%，制造费用、直接人工成本占收入比例提高对毛利率影响-2.01%”信息准确、计算合理；

3、发行人压铸件产品销售均价持续上升主要系产品结构变动所致，铝锭采购价格下降但销售均价上升的情形具有合理原因；

4、压铸零部件产品价格持续上升主要系产品结构因素，细分产品价格有所下降及产品毛利率影响持续为负，准确合理；

5、发行人 2019 年产量增长幅度高于“制造费用+人工成本”增长幅度具有合理性；此外，发行人披露的“2019 年公司人均产值较 2018 年上升 40.32%，压铸模具单位摊销较 2018 年下降 53.57%”信息真实准确；

6、注塑零部件平均销售单价持续下降主要系产品结构变动影响，具有合理性；未来产品价格大幅下降趋势可能性相对较小；

7、受产品结构调整因素影响，发行人注塑零部件产品橡胶材料及塑料粒子单位耗用下降，使得在发行人橡胶材料采购价格下降、塑料粒子采购价格上升的情况下注塑零部件整体单位直接材料成本下降，上述原材料价格波动导致注塑零部件单位直接材料成本持续下降真实准确；

8、2019 年发行人金工零部件中机加工产品、铝挤出产品平均销售成本、平均材料成本均大幅下降具有合理原因；

9、发行人涂覆加工业务毛利率保持在 40%以上具有合理原因，与可比公司可比业务一致；此外，发行人 2018 年新承接的涂覆业务平均毛利率较高具有合理原因；

10、发行人冲压件、铸件向威巴克、住友理工销售毛利率较高具有合理原因；发行人向博戈销售冲压件金额保持稳定但毛利率持续下降具有合理原因；发行人以低价策略向博戈销售踏板产品具有合理原因；发行人不存在中高价产品无法满足博戈技术要求的情形；此外，除低价获取博戈踏板产品订单外，发行人还存在其他类似情况，发行人采取的低价策略是自主性、战略性、辅助性的产品销售手段，不存在因技术或产品质量不达标而以低价方式获取客户或产品订单的情况；

11、报告期内发行人铸件产品向天纳克、博戈销售规模接近但毛利率存在差异具有合理原因；

12、报告期内发行人冲压件、铸件、注塑件内外销销售均价、销售成本、毛利率存在差异具有合理性，与同行业可比公司不存在重大差异。

问题 11：关于其他业务收入

首轮问询回复显示：

（1）报告期内发行人主营业务中的其他主要是涂覆加工业务和模具业务。报告期内，公司其他类收入分别为 5,868.64 万元、6,923.77 万元、6,940.62 万元和 2,728.96 万元。

（2）发行人涂覆业务对主要客户天纳克、无锡市振华、苏州富力丰、哈金森等销售数量及销售单价存在较大差异。模具业务对主要客户住友理工、博戈、威巴克的销售数量及单价存在较大差异。发行人模具销售的定价一般是发行人在综合考虑成本及对应产品销售规模等因素的基础上，与客户协商确定价格。

请发行人：

（1）补充披露报告期各期涂覆加工业务、模具业务各自的销售金额、销售数量、主要客户以及变化情况，并对相关变动进一步分析说明。

（2）结合具体业务及定价方式逐一说明报告期各期对涂覆加工业务主要客户销售数量及价格存在较大差异的原因。

（3）结合发行人模具业务模式、使用方式、转让情况等说明报告期内发行人模具销售属于商品模具或生产模具；发行人向各客户销售模具是否均对应后续零部件产品销售，如是，请说明发行人模具业务收入确认方式、确认时点，是否符合企业会计准则的规定，是否受新收入准则的影响。同时补充披露报告期各期向模具业务主要客户销售的模具细分种类、数量、金额以及各类模具对应的产品销售情况。

（4）结合模具种类及客户需求进一步说明向各客户销售模具数量存在较大差异的原因。结合模具种类、工艺难度、成本构成、对应产品销售规模、定价方式说明向各客户销售模具价格存在较大差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 补充披露报告期各期涂覆加工业务、模具业务各自的销售金额、销售数量、主要客户以及变化情况，并对相关变动进一步分析说明。

1、报告期各期涂覆加工业务销售金额、销售数量、主要客户情况以及变化情况

(1) 报告期各期涂覆加工业务销售金额、销售数量

单位：万元，万件

项目	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变化率	金额	变化率	金额
销售金额	2,146.52	5,605.42	-5.89%	5,956.09	21.52%	4,901.51
销售数量	3,929.98	8,862.11	-25.73%	11,932.40	9.09%	10,937.66

发行人为客户提供涂覆加工包括电泳、自泳、电镀、磷化、涂胶、铝钝化等，并按工艺特点和加工量向客户收取加工费。2019年度较2018年度下降5.89%，主要受哈金森集团等磷化加工需求的部分产品EOP，磷化业务委外加工需求阶段性减少所致。

(2) 报告期各期涂覆加工业务主要客户变动情况

单位：万元

客户	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变化率	金额	变化率	金额
天纳克集团	978.82	2,802.91	6.73%	2,626.08	17.88%	2,227.78
苏州富力丰汽车部件有限公司	210.30	556.18	179.80%	198.78	248.74%	57.00
无锡市振华汽车部件股份有限公司	233.72	459.25	-8.61%	502.51	34.28%	374.23
哈金森集团	207.32	326.11	-25.30%	436.56	29.79%	336.36
康迪泰克集团	162.44	303.69	-13.45%	350.90	74.58%	201.00
合计	1,792.61	4,448.14	8.10%	4,114.83	28.73%	3,196.37

报告期内，发行人涂覆业务主要不同客户销售收入有所变化，主要系客户各自需求、自身产能等存在差异所致；主要客户2018年度、2019年度整体呈上涨趋势。其中2019年哈金森集团主要产品EOP，磷化加工需求减少，导致发行人对其的涂覆业务收入下降。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”中补充披露。

2、报告期各期模具业务销售金额、销售数量、主要客户情况以及变化情况

（1）报告期各期模具业务销售金额、销售数量

单位：万元，套

项目	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变化率	金额	变化率	金额
销售金额	582.44	1,335.20	37.98%	967.68	0.06%	967.13
销售数量	77.00	168.00	-67.32%	514.00	195.40%	174.00

报告期内，发行人模具业务收入持续增长，不同客户模具业务的模式、种类、需求、验收等存在差异，模具数量波动较大。通过多年的经营积累、持续的研发投入和技术创新，发行人具备较强的模具自主开发能力，能够满足客户的产品开发需求。

（2）报告期各期模具业务主要客户变动情况

单位：万元

客户	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变化率	金额	变化率	金额
威巴克集团	169.03	281.03	-20.06%	351.53	27.69%	275.29
博戈集团	12.80	309.87	166.78%	116.15	-25.21%	155.31
住友理工集团	14.10	325.37	268.82%	88.22	36.95%	64.42
上汽集团	147.30	81.00	94.48%	41.65	-	-
富来思特集团	24.30	18.35	-69.79%	60.75	41.15%	43.04
合计	367.53	1,015.62	54.28%	658.30	22.35%	538.06

报告期内，发行人不同客户各年度模具销售金额变动不同，主要系下游整车厂新车型开发计划不均衡，以及客户模具订单的下达和验收节奏存在差异所致；其中发行人对博戈集团、住友理工集团、上汽集团产品开发、销售增长，对其模具销售收入亦增长。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”中补充披露。

（二）结合具体业务及定价方式逐一说明报告期各期对涂覆加工业务主要客户销售数量及价格存在较大差异的原因。

1、涂覆加工业务具体工序及定价方式

具体工序	细分工艺	定价标准	主要价格区间
电泳	电泳	按产品膜厚区间不同按面积定价（另外对面积较小重量较重的产品按照重量计价），需对表面进行保护的产品根据保护难易调整定价	20-60 元/m ²
自泳	自泳	按产品膜厚区间不同按面积定价（面积较小重量较重的产品按照重量计价），需对表面进行保护的产品根据保护难易调整定价	25-40 元/m ²
电镀	三价铬镀锌、三价黑色钝化、锌镍合金	按面积定价（面积较小重量较重的产品按照重量计价）	0.4-1.4 元/dm ² （2-5 元/KG）
磷化	防锈磷化、普通磷化、拉伸磷化	按重量计价（面积较大重量较轻的产品按面积计价）	1.5-3.5 元/KG（20-30 元/m ² ）
涂胶	涂胶分为浸胶、自动喷胶、手工喷胶	按面积（面积较小，重量较大的产品按重量计价）	90-120 元/m ² （2-2.5 元/KG）
铝钝化	铝钝化	按滚挂方式、面积不同定价	25-60 元/m ²

2、报告期内主要客户销售数量及价格差异原因

报告期各期，涂覆加工业务主要客户各期销售数量和价格如下表所示：

单位：万件，元/件

客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售数量	单价	销售数量	单价	销售数量	单价	销售数量	单价
天纳克集团	1,300.66	0.75	3,757.46	0.75	4,482.83	0.59	4,537.46	0.49
苏州富力丰汽车部件有限公司	49.91	4.21	132.20	4.21	47.39	4.19	13.26	4.30
无锡市振华汽车部件股份有限公司	97.88	2.39	182.24	2.52	241.03	2.08	184.15	2.03
哈金森集团	1,857.12	0.11	3,021.36	0.11	4,183.43	0.10	3,355.89	0.10
康迪泰克集团	84.96	1.91	185.10	1.64	227.49	1.54	147.12	1.37

报告期内，除天纳克集团、康迪泰克集团外，发行人对同一客户的涂覆业务

销售平均价格相对较为稳定。报告期内，发行人对天纳克集团涂覆业务单价持续增长，主要是天纳克集团单价较低的涂胶业务占比下降、单价较高的电泳业务占比提升所致。报告期内，发行人对康迪泰克集团涂覆业务单价上涨主要是其委托加工产品中涂覆面积大的产品占比增加导致。

报告期内，发行人不同客户涂覆业务平均单价存在较大差异，主要不同客户委托加工的具体工序及其复杂程度不同导致。发行人为主要客户提供的工序如下表所示：

主要客户	发行人提供的主要工序
天纳克集团	涂胶、电泳
苏州富力丰汽车部件有限公司	电泳
无锡市振华汽车部件股份有限公司	电泳
哈金森集团	磷化
康迪泰克集团	涂胶

报告期内，发行人对主要苏州富力丰汽车部件有限公司、无锡市振华汽车部件股份有限公司涂覆业务销售单价相对较高，主要系对其业务以定价较高的电泳业务为主；哈金森集团涂覆销售单价相对较低，主要系对其业务以定价较低的磷化业务为主。报告期内，发行人对天纳克集团和康迪泰克集团虽以涂胶业务为主，但价格差异较大，主要系天纳克集团主要为浸胶产品，工艺简单，且原材料利用率高，公司对其加工收费单价低；康迪泰克集团主要为自动喷胶、手工喷胶，工艺程度复杂，原材料利用率低、加工收费单价较高。

（三）结合发行人模具业务模式、使用方式、转让情况等说明报告期内发行人模具销售属于商品模具或生产模具；发行人向各客户销售模具是否均对应后续零部件产品销售，如是，请说明发行人模具业务收入确认方式、确认时点，是否符合企业会计准则的规定，是否受新收入准则的影响。同时补充披露报告期各期向模具业务主要客户销售的模具细分种类、数量、金额以及各类模具对应的产品销售情况。

1、结合发行人模具业务模式、使用方式、转让情况等说明报告期内发行人模具销售属于商品模具或生产模具

发行人按照客户要求完成模具开发，根据模具价款是否由客户承担分为两种

业务模式。

(1) 单独确认收入，发行人持有用于后续汽车零部件生产

客户根据合同约定将向发行人支付模具购买价款，客户拥有模具的所有权，但将该模具的使用权交予发行人并由发行人进行具体的产品生产，发行人以取得客户对产品认证合格文件作为确认时点确认模具的销售收入。

(2) 不单独确认收入，发行人持有用于后续汽车零部件生产

发行人在与客户的协议中，约定模具购买价款，但是模具价款平均分配至指定数量的产品上，客户支付全部模具价款后才拥有模具的所有权，发行人将该类模具列为长期待摊费用，在模具的收益期间摊销计入产品成本，其相关收入不单独计入模具收入，与产品一起计入商品收入。

发行人在与客户的协议中，未约定模具购买价款的，系由发行人承担成本的自有模具，发行人在后续相应产品的生产和销售获得收益，发行人将该类模具列为长期待摊费用，在模具的收益期间摊销计入产品成本。

综上所述，发行人模具销售均属于产品生产模具。

2、发行人向各客户销售模具是否均对应后续零部件产品销售，如是，请说明发行人模具业务收入确认方式、确认时点，是否符合企业会计准则的规定，是否受新收入准则的影响。

发行人向各客户销售模具均对应后续零部件产品销售。

模具业务收入确认方式、确认时点如下表所示：

适用情形	发行人是否保留模具的继续管理权	发行人能否实施有效控制该类模具	收入确认方式、时点	是否符合企业会计准则	新收入准则对该类模具业务收入确认的影响
客户根据合同约定将向发行人单独支付模具购买价款	否	否	公司根据客户订单要求完成模具的生产制作，发行人以取得客户对产品认证合格文件作为确认时点确认模具的销售收入	是	无
发行人在与客户的协议中，约定模具购买价款，但是模具价款平均分配至指定数量的产品上，不单独支	是	是	不确认模具收入	不确认模具收入	无

付模具购买价款					
---------	--	--	--	--	--

综上，一次性销售模式下明确约定由客户单独支付费用开发的模具，发行人不保留模具的继续管理权，不能够实施有效控制，模具收入确认时点符合《企业会计准则》的规定，新收入准则对该类模具业务收入确认不存在影响；产品报价中包含由客户承担的模具款的，发行人模具不单独确认收入，在使用该模具生产对应产品，分批交付客户并经客户验收合格后，确认为产品收入，新收入准则对该类模具业务收入确认不存在影响。

3、报告期各期向模具业务主要客户销售的模具细分种类、数量、金额以及各类模具对应的产品销售情况

单位：套，万元，万件

2020年1-6月					
客户	模具种类	数量	金额	对应产品销量	对应产品金额
威巴克集团	冲压模具	9.00	105.93	0.74	4.55
	压铸模具	5.00	63.10	30.88	236.83
上汽集团	冲压模具	1.00	140.00	3.21	42.93
	压铸模具	1.00	7.30	0.58	8.40
长城汽车集团	冲压模具	37.00	106.30	-	-
富来思特（无锡）汽车零部件有限公司	冲压模具	1.00	24.30	0.39	0.90
HBPO de México SA. de CV.	冲压模具	1.00	21.37	0.23	3.12
合计		55.00	468.30	36.03	296.73
2019年度					
客户	模具种类	数量	金额	对应产品销量	对应产品金额
住友理工集团	冲压模具	4.00	105.07	27.94	274.00
	压铸模具	25.00	220.30	230.27	673.62
博戈集团	冲压模具	18.00	297.01	399.14	1,614.45
	压铸模具	3.00	12.86	185.10	1,140.08
威巴克集团	冲压模具	47.00	236.08	38.44	934.45
	压铸模具	7.00	44.95	2.48	18.17
普利司通（常州）汽车配件有限公司	冲压模具	3.00	134.00	32.81	128.72
上汽集团	冲压模具	2.00	66.00	0.05	0.34
	压铸模具	1.00	15.00	1.79	16.97

合计		110.00	1,131.27	918.02	4,800.80
2018 年度					
客户	模具种类	数量	金额	对应产品销量	对应产品金额
威巴克集团	冲压模具	26.00	165.17	173.09	956.20
	压铸模具	19.00	186.36	17.98	172.74
博戈集团	冲压模具	7.00	107.82	164.20	1,690.47
	压铸模具	2.00	8.33	79.67	551.52
普利司通(常州)汽车配件有限公司	冲压模具	3.00	115.37	15.37	197.39
住友理工集团	冲压模具	2.00	3.39	322.25	223.92
	压铸模具	16.00	84.84	231.78	830.85
富来思特(无锡)汽车零部件有限公司	冲压模具	2.00	47.20	3.86	15.05
	注塑模具	3.00	13.55	17.37	2.13
合计		80.00	732.03	1,025.57	4,640.27
2017 年度					
客户	模具种类	数量	金额	对应产品销量	对应产品金额
威巴克集团	冲压模具	41.00	199.35	6.22	67.00
	压铸模具	18.00	75.94	0.71	9.78
博戈集团	冲压模具	14.00	136.68	289.55	2,589.63
	压铸模具	6.00	18.63	1.33	11.78
住友理工集团	冲压模具	3.00	19.03	142.66	67.60
	压铸模具	8.00	45.40	70.29	226.85
卡斯马汽车系统(上海)有限公司	冲压模具	6.00	54.70	105.47	166.20
上海联谊汽车零部件有限公司	冲压模具	2.00	54.70	0.03	3.48
合计		98.00	604.43	616.26	3,142.32

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“(二) 利润表项目的逐项分析”之“2、营业收入分析”中补充披露。

(四) 结合模具种类及客户需求进一步说明向各客户销售模具数量存在较大差异的原因。结合模具种类、工艺难度、成本构成、对应产品销售规模、定价方式说明向各客户销售模具价格存在较大差异的原因及合理性。

1、结合模具种类及客户需求进一步说明向各客户销售模具数量存在较大差

异的原因

报告期内，发行人向主要客户销售模具种类及数量如下表所示：

单位：套

客户名称	模具种类	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
威巴克集团	冲压模具	9	47	26	41
	压铸模具	5	7	19	18
	小计	14	54	45	59
博戈集团	冲压模具	1	18	7	14
	压铸模具	2	3	2	6
	小计	3	21	9	20
住友理工集团	冲压模具		4	2	3
	压铸模具	3	25	16	8
	小计	3	29	18	11
上汽集团	冲压模具	1	2	402	
	压铸模具	1	1		
	小计	2	3	402	
富来思特（无锡） 汽车零部件有限 公司	冲压模具	1	1	2	
	注塑模具		5	3	10
	小计	1	6	5	10
合计		23	113	479	100
各年度销售模具总数量		77	168	514	174

报告期内，客户不同年度的销售数量存在波动。2018年上汽集团向发行人采购工装夹具400套，金额合计0.45万元，导致数量波动较大。2020年受疫情影响，新品数量大幅减少，模具销量随之下降，除以上因素影响外，主要客户模具销售数量基本稳定。

报告期内，发行人向不同客户销售数量存在差异主要原因如下：

（1）模具业务模式不同。发行人与客户签订模具开发协议时，考虑到客户的议价能力、零部件新品订单以及未来产品收益情况，模具价款由客户承担还是发行人自行承担，不同客户之间会存在差异，由客户承担价款的模具会体现在销售数量中，从而导致不同客户的模具销售数量存在差异。

（2）模具开发周期不同。发行人模具类型主要为冲压模具、压铸模具、注

塑模具，模具是公司按照客户要求设计和定制的，每套模具均有其独特性和专用性，不同模具制作难度及研发制作周期均不同。同时，发行人以取得客户对产品认证合格文件作为确认时点确认模具的销售收入，不同客户模具验收时点不同导致其模具销售数量存在差异。

(3) 客户订单需求不均衡。受下游整车厂新车型开发计划不均衡的影响，客户模具订单的下达需求也存在差异，同时发行人的客户规模存在差异，所需模具的数量也存在差异。

2、结合模具种类、工艺难度、成本构成、对应产品销售规模、定价方式说明向各客户销售模具价格存在较大差异的原因及合理性

(1) 发行人各类模具种类、工艺难度、成本构成及模具特点

项目	冲压模具	压铸模具	注塑模具
主要原材料	模具钢、配件	热作模具钢	模具钢、热流道、配件等
成型工艺	冲压成型	压铸成型	注塑成型
应用部位	发动机支架、踏板、悬置支撑、衬套外壳等	内芯、动力总成支架、托臂等	汽车内饰件、阻尼块、密封圈等
技术特点	单冲模具工艺相对简单，级进模具对精度要求高，工艺复杂	受形状复杂程度和模腔数等影响，模具工艺复杂程度不同，多腔模具难度大。	整体难度较低，部分热流道注塑模具对加工精度要求高，模具材料特殊，制造难度大
规格	一般尺寸较大	一般尺寸适中	一般尺寸较小
使用模具设备	压力机	压铸机	注塑机、硫化机
使用的模具设备特点	单机、多机机械连线生产	单机生产	单机生产

客户对模具制作的需求差异较大，模具精度、模具使用寿命、体积、形态、组件等各不相同，价格通常经过协商确定，从而导致公司模具的销售单价变动较大。一般来说，冲压模具一般分为单工序模具、级进模具(用于单机级进式生产)，部分客户要求为总成整套模具，导致冲压模具单价相差较大，当前公司主要提供级进模比例较高且该类模具单位价值较高，因此发行人冲压模具的平均单价高；压铸模属于单工序模具，同时因为生产过程需要高温高压，模具材料一般采用价格较高的热作模具钢，因此销售价格处中间水平；注塑模具属于单工序模，模具材料可以使用一般的模具钢，因此模具销售价格相对较低。

(2) 报告期各期，发行人向主要客户销售模具平均单价及对应的销售规模

情况如下：

单位：万元/套，万元

客户名称	模具种类	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
威巴克集团	冲压模具	11.77	5.02	6.35	4.86
	压铸模具	12.62	6.42	9.81	4.22
	对应产品销售额	241.38	952.62	1,128.94	76.78
博戈集团	冲压模具	4.30	16.50	15.40	9.76
	压铸模具	4.25	4.29	4.17	3.11
	对应产品销售额	656.83	2,754.53	2,241.99	2,601.41
住友理工集团	冲压模具		26.27	1.70	6.34
	压铸模具	4.70	8.81	5.30	5.68
	对应产品销售额	85.48	947.62	1,054.77	294.45
上汽集团	冲压模具	140.00	33.00	0.10	
	压铸模具	7.30	15.00		
	对应产品销售额	51.33	17.31	102.30	
富来思特（无锡）汽车零部件有限公司	冲压模具	24.30	4.80	23.60	
	注塑模具		2.71	4.52	4.30
	对应产品销售额	0.90	3.82	17.18	14.53

注：2018年，发行人向上汽集团销售冲压模具单价较低，主要系其中含单价较低的400套工装夹具。

报告期内，发行人对主要客户模具销售价格存在较大差异主要系：一方面，客户对模具制作的需求差异较大，模具精度、模具使用寿命、体积、形态等各不相同，另一方面，发行人在模具定价过程中主要综合考虑新品量产后的收益情况、新品投标竞争情况和制造工艺的难易及工序复杂程度，采取“一模一价”的定价策略。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

- 1、获取发行人报告期内模具收入明细表及模具订单统计表，结合模具的种类、客户需求、工艺难度等分析模具定价、模具收入的金额及变动是否合理；
- 2、了解发行人各类模具的收入确认方式、依据、时点等，结合合同、交易

实质分析收入确认是否符合《企业会计准则》的规定；

3、获取发行人与主要客户签订的合同、订单，检查关于模具的交付、保管约定；

4、了解发行人涂覆业务相关工艺，获取涂覆业务定价文件，评价其合理性；

5、检查发行人与客户确认交易的相关单据，核实涂覆业务收入及模具收入的真实性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期各期对涂覆加工业务主要客户销售数量及价格存在较大差异的原因合理；

2、发行人模具业务收入确认方式、确认时点，符合企业会计准则的规定，且不受新收入准则的影响；

3、发行人向各客户销售模具的数量及价格存在较大差异的原因合理。

问题 12：关于存货

首轮问询回复显示，报告期内，发行人库龄 1 年以内存货占比占比不断上升。同时发行人报告期各期末存货跌价准备计提比例均低于同行业平均水平。

请发行人：

(1) 补充披露截至最近一期末库龄 1 年以上原材料、库存商品的明细结构。说明报告期内库龄 1 年以上原材料、库存商品金额不断上升的原因，相关存货是否正常结转，是否存在滞销或因各种原因导致无法正常用于生产的情形。

(2) 结合原材料、库存商品库龄情况以及在产品、库存商品订单覆盖情况等说明报告期内各类存货跌价准备计提方法，对比同行业公司存货及跌价明细结构说明各类存货跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 补充披露截至最近一期末库龄 1 年以上原材料、库存商品的明细结构。说明报告期内库龄 1 年以上原材料、库存商品金额不断上升的原因，相关存货是否正常结转，是否存在滞销或因各种原因导致无法正常用于生产的情形。

1、最近一期末库龄 1 年以上原材料、库存商品的明细结构如下：

单位：万元

存货类型	明细	2020 年 6 月 30 日	1 年以内	1-2 年	2 年以上
原材料	钢材	908.97	834.75	28.62	45.60
	铝材	493.17	448.08	25.85	19.24
	金属件	270.24	169.25	33.15	67.84
	其他材料	553.66	305.07	127.63	120.96
	合计	2,226.04	1,757.15	215.25	253.64
库存商品	冲压零部件	1,595.21	1,470.24	97.57	27.40
	压铸零部件	1,159.56	1,104.67	29.74	25.15
	注塑零部件	317.19	252.42	45.74	19.03
	金工零部件	528.94	517.60	8.07	3.27
	涂覆零部件	215.82	215.82		
	库存模具	744.32	316.60	210.62	217.10

	合计	4,561.04	3,877.36	391.74	291.94
--	----	----------	----------	--------	--------

截至最近一期末库龄 1 年以上原材料主要为备品备件及模具材料等其他材料，上述材料品类较多、单类材料消耗相对较慢，但发行人出于经济考虑，一般批次集中采购该等材料，使得其库龄相对较长；发行人 1 年以上的库存商品主要为库存模具，主要系客户产品开发、验证周期相对较长，使得库存模具库龄相对较长。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、发行人资产质量分析”之“（二）主要资产分析”之“1、流动资产的构成及变化分析”之“（8）存货”中补充披露。

2、说明报告期内库龄 1 年以上原材料、库存商品金额不断上升的原因，相关存货是否正常结转，是否存在滞销或因各种原因导致无法正常用于生产的情形

（1）报告期内，发行人库龄 1 年以上的原材料明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日
	金额	变动金额	金额	变动金额	金额	变动金额	金额
钢材	74.22	-18.34	92.56	11.66	80.90	-1.55	82.45
铝材	45.09	6.10	38.99	11.46	27.53	6.95	20.58
金属件	100.99	28.33	72.66	49.76	22.90	-1.10	24.00
其他材料	248.59	111.75	136.84	48.40	88.44	19.00	69.44
合计	468.89	127.84	341.05	121.27	219.78	23.31	196.47

发行人库龄 1 年以上的原材料主要为用于生产维护或者模具的生产的备品备件或者模具材料，其他直接用于生产的主要原材料不存在大额库龄较长的情形，该等材料生产领用、结转情况良好；报告期内，发行人库龄 1 年以上原材料金额分别为 196.47 万元、219.78 万元、341.05 万元、468.89 万元，其增加主要系备品备件及模具材料增加较多。备品备件具有量大、单位价值小，通用性较强的特点，发行人通常大批量采购。随着报告期内压铸产品线销量增长、烟台通吉并购后扩厂的影响，该类材料不断增加，使得期末余额有所增长。

（2）报告期内，1 年以上的库存商品明细如下：

单位：万元

项目	2020年 6月30日		2019年 12月31日		2018年 12月31日		2017年 12月31日
	金额	变动金额	金额	变动金额	金额	变动金额	金额
冲压零部件	124.97	43.37	81.60	27.44	54.16	-41.56	95.72
压铸零部件	54.89	25.80	29.09	23.13	5.96	-10.96	16.92
注塑零部件	64.77	39.79	24.98	6.32	18.66	5.46	13.20
金工零部件	11.34	5.45	5.89	2.52	3.37	-1.05	4.42
库存模具	427.72	58.09	369.63	-150.66	520.29	122.11	398.18
合计	683.69	172.50	511.19	-91.25	602.44	74.01	528.43

报告期内，发行人库龄1年以上库存商品金额分别为528.43万元、602.44万元、511.19万元、683.69万元。发行人库龄1年以上的库存商品主要为库存模具，由于客户产品认证周期较长使得其库龄相对较长；主要产品库存商品周转情况良好、不存在大额库龄较长情形。2020年6月末，发行人1年以上库存商品增加主要系受疫情影响，部分客户订单交付和模具验收延迟导致。

综上所述，发行人相关存货正常结转，不存在大额滞销或因各种原因导致无法正常用于生产的情形。

(二) 结合原材料、库存商品库龄情况以及在产品、库存商品订单覆盖情况等说明报告期内各类存货跌价准备计提方法，对比同行业公司存货及跌价明细结构说明各类存货跌价准备计提是否充分。

1、原材料、库存商品库龄情况如下：

单位：万元

2020年6月30日	1年以内	1-2年	2年以上	合计
原材料	1,757.15	215.26	253.64	2,226.04
在产品	2,500.95	-	-	2,500.95
库存商品	3,877.35	391.74	291.94	4,561.04
合计	8,135.45	607.00	545.58	9,288.03
占比	87.59%	6.54%	5.87%	100.00%
2019年12月31日	1年以内	1-2年	2年以上	合计
原材料	1,850.99	219.14	121.90	2,192.04
在产品	2,458.53	-	-	2,458.53
库存商品	5,547.06	243.13	268.06	6,058.25

合计	9,856.58	462.27	389.96	10,708.82
占比	92.04%	4.32%	3.64%	100.00%
2018年12月31日	1年以内	1-2年	2年以上	合计
原材料	2,105.01	96.03	123.76	2,324.79
在产品	2,311.07	-	-	2,311.07
库存商品	5,344.92	299.71	302.72	5,947.35
合计	9,760.99	395.74	426.48	10,583.21
占比	92.23%	3.74%	4.03%	100.00%
2017年12月31日	1年以内	1-2年	2年以上	合计
原材料	1,616.40	120.89	75.58	1,812.86
在产品	1,692.34	-	-	1,692.34
库存商品	4,420.50	276.27	252.16	4,948.93
合计	7,729.23	397.16	327.74	8,454.13
占比	91.43%	4.70%	3.88%	100.00%

报告期内,发行人存货库龄主要在1年以内,相应占比分别为91.43%、92.23%、92.04%、87.59%,相对稳定。

2、在产品、库存商品订单覆盖情况如下:

单位:万元

项目	2020年 6月30日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
在产品	2,500.95	2,458.53	2,311.07	1,692.34
库存商品	4,561.04	6,058.25	5,947.35	4,948.93
合计	7,061.99	8,516.78	8,258.42	6,641.27
在手订单	5,019.28	6,712.29	6,908.61	5,413.23
在手订单/存货比例	71.07%	78.81%	83.66%	81.51%

发行人基本执行接单生产模式,同时考虑交货及时性,对部分产品进行适当备货;报告期各期末,发行人在手订单覆盖在产品、库存商品余额比例分别为81.51%、83.66%、78.81%、71.07%,订单支撑情况良好。

3、各类存货跌价计提情况

报告期内,公司存货跌价准备计提的具体方法如下:(1)对于库龄2年以上的存货,除正常可使用的机物料及五金备品备件外,对其他存货全额计提存货跌价准备;(2)对于库龄2年以内的存货,进行减值测试,以存货成本与可变

现净值孰低计提或调整存货跌价准备，以预计售价扣减进一步加工成本和预计销售费用以及相关税费后的金额，确定其可变现净值。

4、同行业公司存货及跌价明细结构如下表所示

报告期各期末，发行人与同行业可比公司存货跌价计提比例对比如下：

存货类别	公司名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
原材料	凯众股份（603037）	-	2.78%	1.12%	-
	正裕工业（603089）	7.61%	7.71%	9.51%	4.55%
	中鼎股份（000887）	7.84%	7.78%	6.78%	6.19%
	拓普集团（601689）	-	-	-	-
	中捷精工	3.64%	3.78%	3.96%	4.32%
在产品	凯众股份（603037）	-	0.11%	-	-
	正裕工业（603089）	-	-	-	-
	中鼎股份（000887）	4.47%	3.87%	5.26%	6.12%
	拓普集团（601689）	-	-	-	3.44%
	中捷精工	-	-	-	-
库存商品	凯众股份（603037）	-	1.31%	0.46%	0.97%
	正裕工业（603089）	4.37%	6.05%	5.42%	4.41%
	中鼎股份（000887）	8.13%	7.87%	7.94%	6.71%
	拓普集团（601689）	3.22%	2.86%	1.65%	0.00%
	中捷精工	5.60%	3.38%	3.51%	3.36%

注：同行业数据来源于巨潮资讯网站披露的年报数据

报告期各期末，发行人按照谨慎原则对存货进行存货跌价测试，期末存货跌价准备计提比例与同行业可比公司相比处于中间合理水平，存货跌价准备计提充分。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、了解及评价发行人与存货相关的内部控制设计的有效性，并测试相关内部控制执行的有效性；

2、访谈发行人采购及仓储部门负责人，了解发行人业务模式、存货管理政

策、生产周期、备货期等，并分析发行人库存商品增长的原因，检查发行人库存商品的相关订单情况；

3、获取并复核报告期各期发行人存货库龄分析表以及分规格类型清单，检查库龄划分是否准确，了解存货变动情况；检查了期后销售情况；

4、了解发行人存货减值的测试方法及存货跌价准备计提政策，检查存货跌价计提依据和方法是否合理并与同行业可比公司进行对比，分析与发行人的差异原因，复核存货跌价准备计提金额是否充分、正确；

5、获取存货跌价准备计算表，复核管理层对可变现净值的估计以及存货跌价准备的计算过程，与同行业可比公司进行对比分析。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期各期末，发行人库龄 1 年以上原材料及库存商品余额及上升具有合理性，相关存货正常结转，不存在滞销或因各种原因导致无法正常用于生产的情形；

2、报告期各期末，发行人在产品、库存商品订单覆盖情况良好；发行人存货跌价准备计提方法合理，与同行业可比公司相比不存在明显差异，存货跌价准备计提充分。

问题 13：关于期间费用

首轮问询回复显示：

(1) 报告期内发行人的物流费用与营业收入的占比低于同行业可比公司平均水平。

(2) 报告期内发行人管理人员平均薪酬分别为 11.18 万元、10.93 万元、11.98 万元，销售人员平均薪酬分别为 10.87 万元、9.40 万元、10.46 万元。

(3) 报告期内发行人财务费用主要包括汇兑损益、利息支出及银行手续费。报告期内，公司财务费用分别为 324.43 万元、-168.09 万元、-175.88 万元和 21.17 万元。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内发行人内销、外销物流费用金额，以及内、外销业务中发行人承担运输义务以及客户自提的销售占比情况。结合同行业可比公司说明内外销物流费用占内外销收入比例、占发行人承担运输义务的收入比例是否与行业平均水平一致。

(2) 补充说明报告期内发行人内销物流费用构成，包括自有运费、第三方物流运费等。进一步说明自有运费与各期自有运输车辆种类及数量、“固定资产—运输工具”科目金额、各期使用车次、运输里程、运输量等是否匹配。说明向第三方货运公司采购运输服务明细情况，包括各期采购对象、采购金额、对应车次、运输量、运输里程、计价方式、对应客户等。

(3) 补充说明发行人报告期各期外销业务物流费用构成，包括代理服务费、运输费、进仓费等。量化说明外销物流费用与外销业务中发行人承担运输义务的收入金额是否匹配。

(4) 补充披露报告期各期发行人管理人员、销售人员人数、各职级人员构成、工作年限等。结合发行人销售模式、销售人员职责、客户开发及维护模式、管理模式、经营规模、同行业及同地区合理薪酬水平等，披露报告期内发行人管理人员、销售人员薪酬水平显著低于凯众股份、中鼎股份的原因及合理性，发行人控股股东、实际控制人及近亲属是否存在未披露的对销售人员、管理人员体外

支付报酬或承诺未来报酬的情形。

(5) 结合报告期各期发行人息资产平均余额、有息债务平均余额、息费率水平等，说明报告期内利息收入持续高于利息支出的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人及控股股东、实际控制人及其近亲属是否存在体外支付或承担发行人期间费用的情形的核查结论。

一、发行人回复：

(一) 补充披露报告期内发行人内销、外销物流费用金额，以及内、外销业务中发行人承担运输义务以及客户自提的销售占比情况。结合同行业可比公司说明内外销物流费用占内外销收入比例、占发行人承担运输义务的收入比例是否与行业平均水平一致。

1、补充披露报告期内发行人内销、外销物流费用金额，以及内、外销业务中发行人承担运输义务以及客户自提的销售占比情况

(1) 报告期内发行人内销、外销物流费用金额

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销运费	246.31	85.41%	575.04	80.99%	531.98	80.98%	522.92	81.98%
外销运费	42.06	14.59%	135.00	19.01%	124.91	19.02%	114.94	18.02%
合计	288.37	100.00%	710.04	100.00%	656.89	100.00%	637.87	100.00%

发行人物流费用以内销运费为主。2017年度至2019年度，发行人内、外销运费结构稳定；2020年1-6月外销运费占比较低，主要系新冠疫情影响，发行人外销收入下降导致。

(2) 内、外销业务中发行人承担运输义务以及客户自提的销售占比情况

单位：万元

项目	运输义务	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	发行人承担	20,354.60	98.76%	47,987.21	96.77%	46,594.07	95.51%	45,528.32	97.72%
	客户自提	256.33	1.24%	1,602.00	3.23%	2,191.71	4.49%	1,063.15	2.28%
	小计	20,610.94	100.00%	49,589.21	100.00%	48,785.79	100.00%	46,591.46	100.00%

外销	FOB	1,349.16	75.27%	5,084.04	80.52%	4,335.69	73.62%	4,460.17	76.58%
	其他	443.21	24.73%	1,230.12	19.48%	1,553.43	26.38%	1,364.19	23.42%
	小计	1,792.37	100.00%	6,314.16	100.00%	5,889.13	100.00%	5,824.36	100.00%

报告期内，发行人内销业务中基本由发行人承担运输义务，将货物送达客户指定地点；发行人外销业务主要执行 FOB 模式，发行人承担运输至港口及报关等费用；部分客户由发行人送达客户指定的境外地点。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“6、期间费用分析”之“（1）销售费用”中补充披露。

2、结合同行业可比公司说明内外销物流费用占内外销收入比例、占发行人承担运输义务的收入比例是否与行业平均水平一致。

经查询公开资料，同行业可比公司年报及招股书未披露报告期内内外销物流费用占内外销收入比例、占发行人承担运输义务的收入比例情形。

报告期内，发行人内外销物流费用占内外销售比例具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销运费	246.31	1.20%	575.04	1.16%	531.98	1.09%	522.92	1.12%
外销运费	42.06	2.35%	135.00	2.14%	124.91	2.12%	114.94	1.97%
合计	288.37	1.29%	710.04	1.27%	656.89	1.20%	637.87	1.22%

报告期内，发行人内外销物流费用占发行人承担运输义务的收入比例具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销运费	246.31	1.21%	575.04	1.20%	531.98	1.14%	522.92	1.15%
外销运费	42.06	2.35%	135.00	2.14%	124.91	2.12%	114.94	1.97%

注：外销收入中 FOB 模式、其他模式均需发行人承担运输义务

报告期内，发行人内外销物流费用占内外销收入比例、占发行人承担运输义

务的收入比例相对稳定，不存在异常波动情形。

(二) 补充说明报告期内发行人内销物流费用构成，包括自有运费、第三方物流运费等。进一步说明自有运费与各期自有运输车辆种类及数量、“固定资产—运输工具”科目金额、各期使用车次、运输里程、运输量等是否匹配。说明向第三方货运公司采购运输服务明细情况，包括各期采购对象、采购金额、对应车次、运输量、运输里程、计价方式、对应客户等。

1、补充说明报告期内发行人内销物流费用构成，包括自有运费、第三方物流运费等

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
自有运费	107.44	269.97	265.41	236.59
第三方运费	138.86	305.07	266.57	286.33
合计	246.31	575.04	531.98	522.92

报告期内，公司自有车辆运输费用、第三方运费整体随收入略有增长；其中2019年第三方运费增加较多，主要系发行人客户天津井上华翔汽车零部件有限公司收入规模上涨，该客户运输距离较长、且货物体积较大，导致第三方费用增加。

2、进一步说明自有运费与各期自有运输车辆种类及数量、“固定资产—运输工具”科目金额、各期使用车次、运输里程、运输量等是否匹配

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
自有运费（万元）	107.44	269.97	265.41	236.59
运输车辆种类	均为25吨位的货车			
运输车辆数量（辆）	10	10	10	11
“固定资产-运输工具”科目金额（万元）	935.28	935.28	931.63	923.56
其中：货车原值（万元）	210.83	210.83	210.83	233.13
各期使用车次（次）	2,301	5,867	5,794	5,420
运输里程（公里）	347,436.00	868,975.00	912,231.00	703,804.00
运输量（吨）	12,742.11	31,248.09	28,514.26	27,806.31

注：运输车辆数量是根据企业当年度实际在用的数量统计；固定资产科目金额为固定资产运输设备原值；运输重量根据产品的标准净重乘以销售数量。

报告期内，发行人自有运输费用与各期自有运输车辆种类及数量、使用车次、

运输里程、运输量与公司自有货车的运输能力相匹配。

3、说明向第三方货运公司采购运输服务明细情况，包括各期采购对象、采购金额、对应车次、运输量、运输里程、计价方式、对应客户等。

报告期内，发行人主要物流供应商、采购金额、对应车次、运输量、运输里程如下表所示：

期间	采购对象	采购金额 (万元)	占比 (%)	对应车次 (次)	运输量 (吨)	运输 里程(万 公里)
2020年 1-6月	无锡神通物流有限公司	62.87	45.27	196.00	1,558.77	13.50
	烟台昌鸿物流有限公司	23.12	16.65	208.00	492.93	9.31
	无锡市星航物流有限公司	18.14	13.06	34.00	442.51	2.33
	江苏腾成物流有限公司	13.00	9.36	20.00	386.49	0.88
	无锡领速物流有限公司	11.45	8.24	【注1】		
	小计	128.58	92.59			
2019 年度	无锡神通物流有限公司	118.82	38.95	276.00	2,854.58	17.96
	烟台昌鸿物流有限公司	48.46	15.88	245.00	1,107.71	23.90
	无锡市星航物流有限公司	43.39	14.22	112.00	1,029.98	10.77
	无锡领速物流有限公司	38.51	12.62			
	无锡市佳骏物流有限公司	17.31	5.67	107.00	620.34	1.87
	小计	266.48	87.35			
2018 年度	无锡市星航物流有限公司	109.40	41.04	471.00	2,205.52	43.62
	无锡神通物流有限公司	83.76	31.42	328.00	2,407.44	24.75
	烟台昌鸿物流有限公司	30.31	11.37	198.00	704.95	16.10
	无锡市佳骏物流有限公司	21.53	8.08	74.00	776.11	1.38
	无锡领速物流有限公司	13.63	5.11			
	小计	258.64	97.03			
2017 年度	无锡市星航物流有限公司	173.90	60.74	521.00	2,574.78	53.28
	烟台昌鸿物流有限公司	42.15	14.72	173.00	1,045.53	22.18
	无锡神通物流有限公司	16.35	5.71	65.00	424.96	7.88
	无锡市佳骏物流有限公司	10.98	3.84	60.00	400.83	0.65
	无锡市永美物流有限公司	9.01	3.15	24.00	222.91	0.64
	小计	252.39	88.15			

注 1：无锡领速物流有限公司为小件快递公司，主要寄送质量较轻的注塑零部件；2、因第三方物流结算单据无对应的里程，运输公里是根据运输批次及距离客户公里计算所得。

发行人第三方物流供应商计价方式及对应的主要客户如下所示：

第三方货运公司	主要配送区域	对应主要客户
无锡市星航物流有限公司	保定市，重庆市，青岛市	长城汽车股份有限公司、长城汽车股份有限公司徐水分公司、精诚工科汽车零部件（重庆）有限公司、青岛帝侗阿汽车配件有限公司
无锡神通物流有限公司	株洲市，上海市，天津市，宁波市	博戈橡胶塑料（株洲）有限公司、卡斯马汽车系统（上海）有限公司长春分公司、天津井上华翔汽车零部件有限公司、宁波汇众汽车车桥制造有限公司
烟台昌鸿物流有限公司	烟台市，天津市，广州市，株洲市	威巴克（烟台）汽车零部件有限公司、天津平和汽车配件有限公司、卡斯马汽车系统（广州）有限公司长春分公司、博戈橡胶塑料（株洲）有限公司
无锡领速物流有限公司	柳州市，宁波市，重庆市	柳州井上华翔汽车零部件有限公司、宁波艾倍思井华汽车零部件有限公司、精诚工科汽车零部件（重庆）有限公司、宁波爱立德汽车部件有限公司
无锡市佳骏物流有限公司	烟台市，株洲市以及临时用车	威巴克（烟台）汽车零部件有限公司、博戈橡胶塑料（株洲）有限公司
江苏腾成物流有限公司	烟台市，重庆市，保定市	威巴克（烟台）汽车零部件有限公司、精诚工科汽车零部件（重庆）有限公司、保定诺博橡胶有限公司
无锡市永美物流有限公司	无锡市，烟台市，株洲市以及临时用车	住理工橡塑（无锡）有限公司、威巴克（烟台）汽车零部件有限公司、博戈橡胶塑料（株洲）有限公司

如上述列表所示，发行人无锡、苏州、上海区域以外的客户、部分当地临时用车采用第三方物流的方式处理。第三方物流运费结算主要根据物流线路基础价格，加上货物重量、货物体积、上楼费等综合因素等进行报价和结算。报告期内，公司第三方物流运费变化与公司对应客户销售收入的变动基本一致。

（三）补充说明发行人报告期各期外销业务物流费用构成，包括代理服务费、运输费、进仓费等。量化说明外销物流费用与外销业务中发行人承担运输义务的收入金额是否匹配。

报告期内，发行人外销业务物流费用构成如下表所示：

单位：万元

项目	2020年度1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
代理服务费	12.17	49.93	65.95	61.24
运输费	18.88	45.88	16.55	12.59
拖车费	5.59	29.43	23.46	25.60
其他	5.42	9.76	18.95	15.51
合计	42.06	135.00	124.91	114.94
外销收入	1,792.37	6,314.16	5,889.13	5,824.36

占比	2.35%	2.14%	2.12%	1.97%
----	-------	-------	-------	-------

报告期内，发行人外销物流费用占外销收入比重分别为 1.97%、2.12%、2.14%、2.35%，发行人外销物流费用与外销收入匹配。其中，2020 年 1-6 月，新冠疫情影响外销收入下降，使得外销业务物流费用相对较小。

（四）补充披露报告期各期发行人管理人员、销售人员人数、各职级人员构成、工作年限等。结合发行人销售模式、销售人员职责、客户开发及维护模式、管理模式、经营规模、同行业及同地区合理薪酬水平等，披露报告期内发行人管理人员、销售人员薪酬水平显著低于凯众股份、中鼎股份的原因及合理性，发行人控股股东、实际控制人及近亲属是否存在未披露的对销售人员、管理人员体外支付报酬或承诺未来报酬的情形。

1、补充披露报告期各期发行人管理人员、销售人员人数、各职级人员构成、工作年限等。

（1）报告期各期管理人员职级构成、工作年限

单位：人

职级	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
高层员工	6	4	4	4
中层员工	17	14	16	11
一般员工	148	148	161	164
合计	171	166	181	179

单位：人

工作年限	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
工作超过十年以上	30	26	25	27
工作五年但不超过十年	23	22	23	29
工作超过两年但不超过五年	22	25	35	29
工作未超过两年	96	93	98	94
合计	171	166	181	179

报告期内，发行人管理人员中一般基层管理人员占比较高，90%左右；工作不满 2 年的占比 55%左右。

（2）报告期各期销售人员职级构成、工作年限

单位：人

职级	2020年 6月30日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
高层员工	1	1	1	1
中层员工	2	2	1	1
一般员工	32	38	36	40
合计	35	41	38	42

单位：人

工作年限	2020年6月 30日	2019年12月 31日	2018年12月 31日	2017年12 月31日
工作超过十年以上	5	7	8	9
工作五年但不超过十年	5	5	6	7
工作超过两年但不超过五年	12	9	5	6
工作未超过两年	13	20	19	20
合计	35	41	38	42

报告期内，发行人销售人员中一般人员占比较高，94%左右；工作不满2年的占比50%左右。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“6、期间费用分析”之“（5）销售、管理、研发人员人均薪酬合理性分析”中补充披露。

2、结合发行人销售模式、销售人员职责、客户开发及维护模式、管理模式、经营规模、同行业及同地区合理薪酬水平等，披露报告期内发行人管理人员、销售人员薪酬水平显著低于凯众股份、中鼎股份的原因及合理性

（1）发行人销售模式、销售人员职责、客户开发及维护模式

①销售模式

发行人主要以直销方式向汽车零部件一级供应商及整车厂商进行销售。

②客户开发及维护模式

汽车整车及汽车零部件厂商一般对零部件供应商实行合格供应商管理模式，意向供应商需要通过严格的研发、质量、供货能力等多方面评价、经多轮次考核后方能进入客户的合格供应商名单。发行人主要通过参加行业会议、客户拜

访及引荐等方式开拓市场，并经过严格的质量控制体系筛选后获取客户。经过多年积累，发行人已通过全部合作客户的供应商认证，产品质量得到了客户认可，与主要客户形成了长期稳定的合作关系。

发行人向客户销售产品采取市场化定价方式，客户一般在一个项目启动前通过比价和评审方式在合格供应商名录中选择供应商。发行人积极响应客户新产品的设计需求并进行同步开发，直接洽谈采购意向后取得客户订单。

发行人成立销售部门并通过不定期的拜访、在线沟通、市场活动策划、行业展会、订单跟踪联系等方式与客户直接沟通，进行客户维护，及时、准确地了解客户项目需求以及市场动态。

③销售人员职责

发行人设立营销部门，下设内销组和外销组，分别对接内销客户和外销客户，同时还设立物流部门以辅助支持售后业务的对接。营销部门负责新客户的开发，项目跟踪，产品报价、产品交付、收款、客户回访、价格维护、客户投诉等工作。公司在业务部门推广产品、开拓市场的基础上成立了物流部门以支持销售接单后的业务维护，积极向供应链上下游两端延伸和拓展，提升对客户不断提高服务要求的反应效率。设立物流部门，主要负责跟单、统计数据、对账等内勤事务和货物运输等工作。

整体而言，发行人客户开发及维护模式主要以老客户介绍新客户、平台引进为主，公司对销售人员的依赖度相对较低。公司销售人员中专门对接客户的销售人员较少，负责跟单、交付、收款、统计、物流等事务性销售岗位人员较多。

(2) 发行人的管理模式

经过多年发展，公司已初步形成了与公司经营相匹配的经营管理能力。为提高生产效率并保证产品质量，公司针对冲压、压铸、注塑、金工等业务独立管理，并建立了以产品为中心的业务体系及总部职能部门为主的后端服务保障体系，并制定了相应的内控保障制度，实现对各业务体系有效的扁平化管理和总分制管理。

公司目前施行扁平化管理模式，细分为管控、业务、供应链和生产等，每

个系统由经理负责管理，并向总经理汇报。扁平化的管理模式带来了管理成本的节约和高效，使得中高层管理人员较少，节约了管理职能的人工成本。

(3) 同行业及同地区薪酬水平

2017 年度至 2019 年度，发行人销售、管理人员的人均薪酬与凯众股份、中鼎股份及同地区汽车零部件公司鑫湖股份比较如下表：

单位：万元/人/年

项目	可比公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员 平均薪酬	凯众股份 (603037. SH)	26.13	25.87	26.49
	中鼎股份 (000887. SZ)	53.43	50.76	39.11
	鑫湖股份 (300694. SZ)	8.10	9.50	8.19
	中捷精工	10.46	9.40	10.87
管理人员 平均薪酬	凯众股份 (603037. SH)	32.63	22.83	22.16
	中鼎股份 (000887. SZ)	32.76	30.54	32.71
	鑫湖股份 (300694. SZ)	10.97	10.20	9.69
	中捷精工	11.98	10.93	11.18
无锡市城镇私营单位就业人员年平均工资		6.14	5.64	4.91

注 1：同行业可比公司销售、管理平均薪酬=销售、管理费用中的工资金额÷该年度管理、销售期末人数，财务及行政对应管理人员数量。

注 2：无锡市城镇私营单位就业人员年平均工资数据来源为无锡市统计局，截至本回复出具日，无锡市城镇私营单位就业人员 2020 年 1-6 月的平均工资尚未公布。

报告期内，发行人管理人员、销售人员工资较凯众股份、中鼎股份低，但与同地区同行业鑫湖股份薪资水平相当，且均高于无锡市城镇私营单位就业人员年平均工资。

(4) 发行人管理人员、销售人员薪酬水平显著低于凯众股份、中鼎股份的原因及合理性

发行人管理人员、销售人员薪酬水平显著低于凯众股份、中鼎股份的原因主要系人均收入、利润贡献相对较低，且人员构成以一般员工为主所致，具体分析如下：

①人均收入、利润贡献分析

发行人与同行业公司销售人员薪酬比较情况如下：

单位：万元、万元/人

主要特性	凯众股份	中鼎股份	鑫湖股份	中捷精工
客户类型	主要面向中端整车厂和国内一级供应商	主要面向高端整车厂	主要为一级供应商	面向国际知名汽车一级供应商
销售模式	内销为主	外销为主	外销为主	内销为主
公司所在地	上海市	安徽省宣城市	江苏省无锡市	江苏省无锡市
营业收入规模	49,369.25	1,170,610.44	120,731.15	56,058.47
营业利润	8,990.11	75,716.48	12,393.94	6,594.20
2019年度销售人员人均销售额	2,057.05	2,691.06	4,471.52	1,367.28
2019年度销售人员人均工资	26.13	53.43	8.10	10.46
2019年度管理人员人均营业收入	649.60	858.85	600.65	337.70
2019年度管理人员人均营业利润	118.29	55.55	61.66	39.72
2019年度管理人员工资	32.63	32.76	10.97	11.98

由上表可知，发行人销售人员、管理人员人均薪酬高于鑫湖股份，但低于凯众股份、中鼎股份，主要系人均收入、地区等因素差异所致。通常情况下，销售、管理人员薪资的高低与公司营收规模、人均销售、地区等因素相关。报告期内，鑫湖股份与发行人同地区，工资水平相近；凯众股份、中鼎股份的人均销售收入规模显著高于发行人，其销售、管理人员平均薪酬较高。此外，由于凯众股份、中鼎股份的客户主要为整车厂，中鼎股份是以外销为主，发行人业务模式与其存在较大差异，亦使得销售、管理人员工资存在差异。

②人员构成差异

管理人员、销售人员的人均工资水平还与发行人相应职能部门人员结构相关。公司对各业务体系实施扁平化和总分制管理模式，没有复杂的层层审批的中间部门和岗位。2020年6月末，公司销售系统和管理体系中高层人员占比12.62%，基层事务性员工占比87.38%，基层事务性员工占比较高相应节约了人工成本，拉低了人均薪酬水平。按岗位级别分析明细如下：

单位：万元/人/年

管理人员结构	项目	2019年度	2018年度	2017年度
管理人员平均工资	人均年薪	11.98	10.93	11.18
	其中：中高层	32.68	30.46	28.54

	一般员工	9.60	9.05	9.60
销售人员平均工资	人均年薪	10.46	9.40	10.87
	其中：中高层	20.24	20.98	17.62
	一般员工	9.69	8.83	10.49

综上所述，发行人管理人员、销售人员薪酬水平显著低于凯众股份、中鼎股份具有合理性，相关人员人均薪酬处在合理区间内，符合公司业务实际情况，不存在重大异常。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“6、期间费用分析”之“（5）销售、管理、研发人员人均薪酬合理性分析”中补充披露。

3、发行人控股股东、实际控制人及近亲属是否存在未披露的对销售人员、管理人员体外支付报酬或承诺未来报酬的情形

报告期内，发行人控股股东、实际控制人及近亲属不存在未披露的对销售人员、管理人员体外支付报酬或承诺未来报酬的情形。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“6、期间费用分析”之“（5）销售、管理、研发人员人均薪酬合理性分析”中补充披露。

（五）结合报告期各期发行人息资产平均余额、有息债务平均余额、息费率水平等，说明报告期内利息收入持续高于利息支出的原因及合理性。

报告期内，发行人财务费用利息支出、利息收入明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
利息支出	36.26	56.46	41.38	17.21
利息收入	25.98	299.49	167.98	32.08
其中：活期存款利息或其他货币资金利息	25.98	81.27	68.70	32.08
定期及保本结构性存款利息	-	218.22	99.28	-

报告期内，发行人利息支出为短期借款利息，利息收入主要来自公司的活期存款和其他货币资金存款利息以及定期和保本结构性存款利息。

1、发行人息资产平均余额及息费率水平

(1) 活期存款及其他货币资金存款利息

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
活期存款利息或其他货币资金利息	25.98	81.27	68.70	32.08
资金存款年平均余额	9,886.55	11,267.83	13,590.75	12,129.85
平均利率	0.26%	0.72%	0.51%	0.26%

注：资金存款年平均余额=活期存款月平均存款余额之和/12+其他货币资金平均存款余额/12

2018年平均利率较高系发行人与工与中国银行签订了为期1年的协定存款协议，协议约定账户余额10万元以上按1%的利率计算利息收入；2019年平均利率较高系发行人与中国银行签订了为期1年的协定存款协议，协议约定账户余额10万元以上按1.265%的利率计算利息收入。

(2) 定期及保本结构性存款利息

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
定期及保本结构性存款利息	-	218.22	99.28	-
定期及保本结构性存款平均余额	-	6,685.00	2,954.21	-
平均利率	-	3.26%	3.36%	-
公司实际利率区间	-	1.30%-4.94%	2.65%-3.70%	-

注：定期及保本结构存款平均余额=定期及保本结构存款月余额之和/12

2、有息债务平均余额及息费率水平

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
利息支出	36.26	56.46	41.38	17.21
借款平均余额	3,760.91	3,257.39	2,782.84	366.67
年化利率	1.93%	1.73%	1.49%	4.69%
公司实际利率区间	1.48%-4.79%	1.455%-5.19%	1.455%-5.20%	4.35%-5.20%

注：借款平均余额根据借款期限加权平均计算。

报告期内，发行人短期借款年化利率分别为4.69%、1.49%、1.73%、1.92%，

公司短期借款利率较低系 2018 年-2020 年有息债务中主要为内保外贷借款，借款金额为 410 万欧元，贷款利率区间为 1.455%-1.48%。

报告期内，发行人利息收入持续高于利息支出的原因：一方面，存款年平均余额相对较高、而同期借款余额较低。报告期内，发行人经营情况良好，经营性现金流净额较高，发行人账面存款年平均余额相对较高；在发行人资金较充裕的情况下，发行人整体借款余额相对较小。另一方面，借款利率成本较低。发行人通过内保外贷等融资方式，使得借款实际利率成本相对较低，上述因素使得利息收入持续高于利息支出。

综上所述，发行人息资产主要为活期存款、其他货币资金存款以及定期和保本结构性存款，息费率水平正常；有息债务为银行借款，贷款利率水平在正常区间；发行人报告期内利息收入持续高于利息支出具有合理性。

（六）说明对发行人及控股股东、实际控制人及其近亲属是否存在体外支付或承担发行人期间费用的情形的核查结论。

针对发行人及控股股东、实际控制人及其近亲属是否存在体外支付或承担发行人期间费用的情形，保荐机构及申报会计师对上述事项进行了以下核查：1、了解期间费用相关的内部控制，分析评价其合理性；对期间费用相关的内部控制进行测试，分析评价其有效性；2、对期间费用执行分析性复核，对主要明细项目金额波动进行合理性分析，检查是否与相关业务数据相匹配；3、对期间费用发生情况进行抽样测试及截止测试，检查期后相关费用的列支情况，关注是否存在少计期间费用或是否存在跨期费用列支的情况；4、获取公司实际控制人、董事、监事与高级管理人员的银行流水，对大额银行流水逐笔核查，核查是否存在由关联方体外支付或承担发行人期间费用的情形。

经核查，报告期内，发行人及控股股东、实际控制人及其近亲属不存在体外支付或承担发行人期间费用的情形。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、针对物流费用，向业务部门询问、了解不同客户运费承担模式及运输方式，并检查相应合同，向物流部门了解询问物流配送相关的内部控制，物流供应商的选择、询价、派单及结算方式、对账等；向财务人员询问了解运输费的核算内容、计费标准；获取公司运输管理台账，并结合销售情况对物流费用的结算真实性、完整性进行复核；检查了相关运输合同、发票、运输单、对账单、费用报销单等相关文件，并复核其与账务记录是否相符；结合公司销售收入变化、区域变化、内外销等分析公司物流费用的合理性；

2、针对公司销售人员、管理人员职工薪酬，了解公司业务模式、管理模式、组织架构、人员构成、人事制度、考核激励机制等内控情况；检查了报告期内发行人员工考勤信息，工资核算、审批、发放等，并与银行流水及财务记录进行核对；检查了报告期内员工社保缴纳情况；获取公司实际控制人、董事、监事与高管的银行流水，并核查是否存在代垫期间费用、代发工资、由关联方体外支付或承担发行人期间费用的情形；分析复核了报告期内不同年度工资的薪酬情况，并与同地区、同行业上市公司薪酬水平进行对比分析；

3、关于公司的利息收入和利息支出，了解公司的投融资计划、投融资的具体产品、明细清单、资金计划以及投融资业务的决策情况，获取公司理财产品合同、贷款合同，并结合银行流水、财务记账予以核对，对利息收入、利息支出进行测算；结合市场行情，分析其合理性；

4、了解期间费用相关的内部控制，分析评价其合理性；对期间费用相关的内部控制进行测试，分析评价其有效性；对期间费用执行分析性复核，对主要明细项目金额波动进行合理性分析，检查是否与相关业务数据相匹配；对期间费用发生情况进行抽样测试及截止测试，检查期后相关费用的列支情况，关注是否存在少计期间费用或是否存在跨期费用列支的情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人内外销物流费用占内外销收入比例、占发行人承担运输义务的收入比例相对稳定，不存在异常情况。

2、报告期内，发行人自有运输费用与各期自有运输车辆种类及数量、使用

车次、运输里程、运输量与公司自有货车的运输能力相匹配。报告期内，发行人第三方物流运费变化与发行人对应客户销售收入的变动基本一致。

3、报告期内，发行人外销物流费用与外销收入匹配，不存在异常情形；

4、报告期内发行人管理人员、销售人员的人均薪酬低于同行业凯众股份、中鼎股份具有合理性；发行人控股股东、实际控制人及近亲属不存在未披露的对销售人员、管理人员体外支付报酬或承诺未来报酬的情形。

5、报告期内，发行人利息收入持续高于利息支出具有合理性。

6、报告期内，发行人及控股股东、实际控制人及其近亲属不存在体外支付或承担发行人期间费用的情形。

问题 14：关于原材料采购

首轮问询回复显示：

(1) 报告期内发行人向不同类别原材料主要供应商采购份额存在较大变动。发行人关于采购各类主要原材料价格波动存在前后不一致的情形。

(2) 东港鑫之旺五金加工厂、南京峰佳富汽车配件、无锡市乔氏五金配件厂等供应商资本规模及经营规模较小。

请发行人：

(1) 补充披露报告期各期向各类细分原材料主要供应商采购金额及占比情况，以及采购金额占各供应商当期销售规模的比例，并说明是否存在某供应商仅为或主要为发行人供货的情形，发行人各类原材料选择各主要供应商的原因及商业合理性。

(2) 进一步说明报告期内采购金属件的详细情况，包括金属件种类及金额、典型产品、技术指标、主要用于发行人何种产品，以及发行人各期采购金属件数量及金额波动的原因。

(3) 逐一分析说明报告期内金属件供应商的详细情况及合作情况，发行人向东港鑫之旺五金加工厂、安徽宁国晨光精工等供应商采购金属件份额大幅变动的原因及合理性。结合发行人供应商选取标准及前述第(2)项所列供应商技术、人员、服务水平等，说明与类似供应商合作的原因及合理性。

(4) 结合相关材料市场行情说明报告期内发行人采购铝板价格持续高于铝型材、铝管价格的原因及合理性，发行人是否仅向无锡泽光铝业经销有限公司采购铝板。结合无锡泽光铝业经营规模较小的情况说明发行人向其采购的原因、数量及价格，以及采购价格是否公允，发行人及控股股东、实际控制人、董监高及近亲属、现任员工或前员工与其是否存在应披露未披露的关联关系。

(5) 进一步说明发行人报告期内采购铝型材、铝锭平均单价持续上升但铝材采购价格持续下降，与市场价格的差异情况及原因，招股说明书不同章节关于金属件采购价格、橡胶材料采购价格的披露存在不一致的原因。请核对全部申请文件关于原材料采购不一致的情形，如存在差错，请更正并予以说明。如存在统

计口径差异，请说明差异原因。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师、发行人律师对问题（4）发表明确意见。

一、发行人回复：

（一）补充披露报告期各期向各类细分原材料主要供应商采购金额及占比情况，以及采购金额占各供应商当期销售规模的比例，并说明是否存在某供应商仅为或主要为发行人供货的情形，发行人各类原材料选择各主要供应商的原因及商业合理性

1、各类细分原材料前五名供应商情况

（1）钢材前五名供应商

报告期内，发行人钢材前五名供应商名称、采购金额、占该类原材料采购总额比例情况以及采购金额占各供应商当期销售规模比例情况如下所示：

单位：万元，%

期间	钢材供应商名称	主要采购内容	金额	占该类原材料采购总额比例	采购金额占该供应商营业收入比例
2020年 1-6月	上海天骄钢铁物资有限公司	热轧钢	1,347.68	43.64	22.09
	上海竞冶钢铁贸易有限公司	热轧钢	652.36	21.12	10.28
	上海品洋实业有限公司	热轧钢	384.32	12.44	1.54
	上海湘煜实业有限公司	热轧钢	355.97	11.53	5.93
	上海钎辉实业有限公司	热轧钢、冷轧钢	203.07	6.58	3.88
	合计		2,943.40	95.31	
2019 年度	上海天骄钢铁物资有限公司	热轧钢	4,151.64	40.71	27.68
	上海竞冶钢铁贸易有限公司	热轧钢	2,685.74	26.34	23.74
	上海品洋实业有限公司	热轧钢	1,198.40	11.75	2.40
	上海湘煜实业有限公司	热轧钢	1,032.74	10.13	6.26
	上海钎辉实业有限公司	热轧钢、冷轧钢	268.91	2.64	2.60
	合计		9,337.43	91.57	

2018年度	上海竞冶钢铁贸易有限公司	热轧钢	4,084.79	36.66	25.86
	上海天骄钢铁物资有限公司	热轧钢	3,554.14	31.90	27.34
	上海品洋实业有限公司	热轧钢	1,542.40	13.84	3.43
	上海湘煜实业有限公司	热轧钢	833.73	7.48	6.95
	上海梓邻商贸有限公司	热轧钢	354.81	3.18	1.70
	合计		10,369.87	93.08	
2017年度	上海竞冶钢铁贸易有限公司	热轧钢	4,436.72	41.89	23.08
	上海天骄钢铁物资有限公司	热轧钢	3,540.04	33.42	29.50
	上海品洋实业有限公司	热轧钢	1,187.23	11.21	2.97
	上海湘煜实业有限公司	热轧钢	741.43	7.00	7.06
	上海北合钢铁贸易有限公司	镀锌钢	208.19	1.97	0.87
	合计		10,113.60	95.48	

(2) 铝材前五名供应商

报告期内，发行人铝材前五名供应商名称、采购金额、占该类原材料采购总额比例情况以及采购金额占各供应商当期销售规模比例情况如下所示：

单位：万元，%

期间	钢材供应商名称	主要采购内容	金额	占该类原材料采购总额比例	采购金额占该供应商营业收入比例
2020年1-6月	苏州仓松金属制品有限公司	铝锭	1,387.76	34.65	5.60
	山东创新工贸有限公司	铝管	660.31	16.49	0.13
	顺博集团	铝锭	467.49	11.67	0.72
	无锡泽光铝业经销有限公司	铝板	365.92	9.14	36.27
	江苏超今新材料有限公司	铝锭	198.45	4.95	0.71
	合计		3,079.93	76.90	
2019年度	昆山市超群金属制品有限公司	铝锭	3,236.93	33.86	4.07
	无锡泽光铝业经销有限公司	铝板	1,039.02	10.87	61.48
	帅翼驰新材料集团有限公司	铝锭	945.83	9.89	0.99
	山东创新工贸有限公司	铝管	904.24	9.46	0.07
	苏州仓松金属制品有限公司	铝锭	709.76	7.42	0.96
	合计		6,835.77	71.50	

2018年度	上海众福金属制品有限公司	铝锭	2,893.39	34.82	12.08
	帅翼驰新材料集团有限公司	铝锭	1,059.19	12.75	0.92
	无锡泽光铝业经销有限公司	铝板	971.86	11.69	64.28
	昆山市超群金属制品有限公司	铝锭	810.42	9.75	1.01
	江阴市源盛铝业有限公司	铝型材	787.03	9.47	1.93
	合计		6,521.89	78.48	
2017年度	上海众福金属制品有限公司	铝锭	3,236.29	48.26	13.52
	苏州市相城区欣磊实业有限公司	铝型材	1,104.44	16.47	未提供数据
	无锡泽光铝业经销有限公司	铝板	937.77	13.98	59.13
	江阴市源盛铝业有限公司	铝型材	698.05	10.41	1.69
	帅翼驰新材料集团有限公司	铝锭	310.79	4.63	0.26
	合计		6,287.34	93.76	

(3) 金属件前五名供应商

报告期内，发行人金属件前五名供应商名称、采购金额及占该类原材料采购总额比例情况如下所示：

单位：万元，%

期间	钢材供应商名称	主要采购内容	金额	占该类原材料采购总额比例	采购金额占该供应商营业收入比例
2020年1-6月	锡山区东港鑫之旺五金加工厂	定制件	471.67	41.78	91.76
	安徽宁国晨光精工股份有限公司	定制件	95.91	8.50	0.60
	南京峰佳富汽车配件有限公司	定制件	83.20	7.37	50.69
	宾科集团	标准件	67.08	5.94	0.32
	英明精密机件（苏州）有限公司	标准件	58.45	5.18	2.96
	合计		776.31	68.77	
2019年度	锡山区东港鑫之旺五金加工厂	定制件	1,669.13	45.10	94.62
	南京峰佳富汽车配件有限公司	定制件	356.78	9.64	57.54
	安徽宁国晨光精工股份有限公司	定制件	262.25	7.09	0.63
	英明精密机件（苏州）有限公司	标准件	217.91	5.89	4.03
	宾科集团	标准件	212.20	5.73	0.49
	合计		2,718.26	73.45	

2018年度	锡山区东港鑫之旺五金加工厂	定制件	1,483.49	37.13	85.80
	宾科集团	标准件	312.01	7.81	0.76
	英明精密机件(苏州)有限公司	标准件	275.87	6.90	4.75
	安徽宁国晨光精工股份有限公司	定制件	255.30	6.39	0.55
	无锡市乔氏五金配件厂	定制件	238.75	5.97	43.65
	合计		2,565.42	64.20	
2017年度	锡山区东港北杰五金厂	定制件	1,099.48	24.59	已注销, 无法提供数据
	英明精密机件(苏州)有限公司	标准件	327.06	7.32	5.45
	锡山区秋豪车辆配件厂	定制件	261.42	5.85	25.01
	无锡市帆顺金属制品厂	定制件	251.78	5.63	34.73
	无锡市乔氏五金配件厂	定制件	213.18	4.77	71.30
	合计		2,152.92	48.15	

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人的采购情况和主要供应商”之“(三)公司前五名原材料供应商情况”之“2、各类细分原材料前五名供应商情况”中补充披露。

2、供应商仅为或主要为发行人供货的情况

报告期内，各类细分原材料前五名供应商中存在少量供应商仅为或主要为发行人供货的情况，具体情况如下：

原材料	供应商名称	仅为/主要为发行人供货	背景/原因
金属件	锡山区东港鑫之旺五金加工厂	仅为	个体工商户，生产能力和管理能力有限，随着发行人业务量逐步增加以及双方合作关系逐步加深，导致该供应商仅为发行人供货
	锡山区东港北杰五金厂	仅为【已注销】	
	南京峰佳富汽车配件有限公司	主要为	
铝材	无锡泽光铝业经销有限公司	主要为	博戈指定供应商，随着博戈相关产品销量提升导致发行人向其采购规模增加
			经销商，自身资金实力有限，随着发行人业务量逐步增加以及双方合作关系逐步加深，导致该供应商主要为发行人供货；此外，该供应商除发行人外还有20多家客户，如今创集团股份有限公司、三能器具无锡有限公司等

3、发行人各类原材料选择各主要供应商的原因及商业合理性

报告期内，发行人各类原材料选择各主要供应商的原因及商业合理性如下：

(1) 钢材报告期内前五名供应商

序号	供应商名称	合作原因	商业合理性评价
1	上海天骄钢铁物资有限公司	该供应商代理销售宝钢、武钢、马钢、首钢等多家钢厂的标准钢材，规格型号较齐全，能满足发行人差异化购置需求	合理
2	上海竞冶钢铁贸易有限公司	该供应商专门经营宝钢集团特殊厚度钢材	合理
3	上海品洋实业有限公司	该供应商系宝钢集团的代理商，出于成本控制和供货保障的双重考虑，引入合作	合理
4	上海湘煜实业有限公司		合理
5	上海轩辉实业有限公司	该供应商系武钢的代理商，出于成本控制和供货保障的双重考虑，引入合作	合理
6	上海梓邻商贸有限公司	该供应商系宝钢集团的代理商，出于成本控制和供货保障的双重考虑，引入合作	合理
7	上海北合钢铁贸易有限公司	该供应商经营镀锌钢材，发行人部分产品使用该钢材，引入合作	合理

(2) 铝材报告期内前五名供应商

序号	供应商名称	合作原因	商业合理性评价
1	苏州仓松金属制品有限公司	铝锭供应商，外资企业，设备先进、品质良好，业内口碑较好，部分牌号价格有优势，所以引入合作	合理
2	山东创新工贸有限公司	铝管供应商，中国民营企业 500 强之一的山东创新金属科技有限公司全资子公司，资金雄厚、品质良好、业内口碑较好，经业内推荐及发行人自主考察，引入合作	合理
3	顺博合金江苏有限公司 重庆顺博铝合金股份有限公司	铝锭供应商，深交所中小板上市公司，设备和技术先进，部分牌号价格有优势	合理
4	无锡泽光铝业经销有限公司	铝板供应商，因为发行人有部分产品是由铝板加工而成，所以引入合作	合理
5	江苏超今新材料有限公司	铝锭供应商，地处无锡，运输成本较低、交付及时，且部分牌号价格有优势	合理
6	江阴市源盛铝业有限公司	铝型材供应商，因为发行人有部分产品是由铝型材加工而成，所以引入合作	合理
7	昆山市超群金属制品有限公司	铝锭供应商，部分牌号价格在开始合作时具有比较优势，所以引入合作	合理
8	帅翼驰新材料集团有限公司	铝锭供应商，发行人客户博戈向发行人推荐，经发行人自主考察后引入合作	合理
9	上海众福金属制品有限公司	铝锭供应商，发行人客户天纳克向发行人推荐，经发行人自主考察后引入合作	合理
10	苏州市相城区欣磊实业有限公司	铝型材供应商，因为发行人有部分产品是由铝型材加工而成，所以引入合作	合理


(3) 金属件报告期内前五名供应商

序号	供应商名称	合作原因	商业合理性评价
1	锡山区东港鑫之旺五金加工厂	定制件供应商，发行人与该供应商前身企业（程克平夫妻持股 100%）自 2011 年开始合作，并自 2016 年合作关系转移至目前主体	合理
2	安徽宁国晨光精工股份有限公司	定制件供应商，天纳克指定发行人采购	合理
3	南京峰佳富汽车配件有限公司	定制件供应商，博戈指定发行人采购	合理
4	英明精密机件（苏州）有限公司	标准件供应商，外资企业，专业生产标准件厂家之一，价格服务质量较好	合理
5	无锡市乔氏五金配件厂	定制件供应商，2005 年合作时发行人规模尚小，为保障供货及时性，选择匹配规模的金属件供应商合作	合理
6	宾科汽车紧固件（昆山）有限公司	标准件供应商，外资企业，专业生产标准件厂家之一，质量较好	合理
	宾科精密部件（中国）有限公司		
7	锡山区秋豪车辆配件厂	定制件供应商，地缘临近，响应及时、反应积极、生产配合度高，出于成本控制和供货保障的双重考虑，引入合作	合理
8	无锡市帆顺金属制品厂		合理
9	北杰五金		合理

(二)进一步说明报告期内采购金属件的详细情况,包括金属件种类及金额、典型产品、技术指标、主要用于发行人何种产品,以及发行人各期采购金属件数量及金额波动的原因

1、进一步说明报告期内采购金属件的详细情况,包括金属件种类及金额、典型产品、技术指标、主要用于发行人何种产品

报告期内,发行人金属件分为定制件和标准件两类,具体情况如下:

金属件种类	产品介绍	典型图示	主要技术指标	主要用于发行人产品
定制件	金属件供应商按图纸规定的尺寸、精度和强度要求生产出符合要求的产品		内形公差: $\pm 0.1\text{mm}$ 外形公差: $\pm 0.15\text{mm}$ 内孔公差: $\pm 0.2\text{mm}$ 外形公差: $\pm 0.3\text{mm}$ 抗拉强度: 1570-1810Mpa 维氏硬度 $520 \pm 30\text{HV}$	冲压零部件、注塑零部件

标准件	指结构、尺寸、画法、标记等各个方面已经完全标准化，并由专业厂生产的常用的零件		性能强度、硬度、螺纹通规、螺纹止规、螺纹小径、对边宽度、对角尺寸、扭矩、平面度等	冲压零部件
-----	--	---	--	-------

2、发行人各期采购金属件数量及金额波动的原因

报告期内，发行人金属件原材料主要采用“以销定采”的采购模式，即根据对应产品的销售需求进行采购，采购数量受对应产品销量所影响。报告期内，发行人采购的各细分种类金属件数量、金额及对应的变动情况如下：

单位：万件、万元

期间	金属件类别	采购数量	采购金额	数量变动值	金额变动值
2020年 1-6月	定制件	743.27	935.74	-	-
	标准件	314.24	193.18	-	-
	金属件合计	1,057.51	1,128.92	-	-
2019年	定制件	2,301.40	3,069.11	-0.70	-48.71
	标准件	1,045.73	631.48	-593.12	-246.52
	金属件合计	3,347.13	3,700.59	-593.81	-295.24
2018年	定制件	2,302.09	3,117.82	238.47	-438.31
	标准件	1,638.85	878.00	-133.20	-36.85
	金属件合计	3,940.94	3,995.83	105.27	-475.16
2017年	定制件	2,063.62	3,556.14	-	-
	标准件	1,772.05	914.85	-	-
	金属件合计	3,835.67	4,470.99	-	-

(1) 2018年较2017年变动原因

2018年，发行人金属件数量和金额的变动系定制件和标准件的综合变动所致。

2018年，定制件采购数量增加238.47万件但采购金额减少438.31万元，主要系产品结构变动导致当期采购了更多的低价定制件所致。比如，当期天纳克等客户部分型号注塑件产品销量较上年增加191.29万件，带动对应定制件采购需求的提升，该部分定制件的采购均价为1.34元/件；而同期威巴克等客户部分型号冲压件产品销量较上年减少90.28万件，带动对应定制件采购需求的缩减，该

部分定制钢材的采购均价为 3.24 元/件。

2018 年，标准件采购数量减少 133.20 万件且采购金额减少 36.85 万元，主要系威巴克、住友理工等客户部分型号冲压件销量减少所致，如 2018 年单位耗用标准件较多的 RZ40026321、RZ8732301、RDF-0805-47、17.0610702A 产品销量较上年减少 67.66 万件。

(2) 2019 年较 2018 年变动原因

2019 年，发行人金属件数量和金额的变动主要系标准件变动所致。2019 年，标准件采购数量减少 593.12 万件且采购金额减少 246.52 万元，主要系威巴克、住友理工和长城等客户的部分型号产品已至产品生命周期末期，销量有所下滑，导致相关标准件采购需求缩减所致。

(三) 逐一分析说明报告期内金属件供应商的详细情况及合作情况，发行人向东港鑫之旺五金加工厂、安徽宁国晨光精工等供应商采购金属件份额大幅变动的原因及合理性。结合发行人供应商选取标准及前述第(2)项所列供应商技术、人员、服务水平等，说明与类似供应商合作的原因及合理性。

1、逐一分析说明报告期内金属件供应商的详细情况及合作情况

报告期内涉及的主要金属件供应商的详细情况及合作情况如下：

(1) 详细情况

序号	金属件供应商	董监高情况	生产能力或市场地位
1	锡山区东港鑫之旺五金加工厂	个体工商户	经营者拥有多年的五金加工从业经验，现拥有 FANUC，西门子，广数等品牌数控机床 60 余台，加工能力充足，交付和质量能力能匹配发行人要求
2	安徽宁国晨光精工股份有限公司	董事：顾小毛、顾中权、夏显军、柳信芳、陈文琳、刘明生、高增梁、吴迪、卢真杰 监事：方建宁、沈德贤、储俊 高管：顾中权、夏显军、柳信芳、李雨淋、疏陶、汪启胜	现拥有两个研发中心，四个生产制造基地，员工 1000 余人，销售半径覆盖长三角地区，具备区域性竞争优势。产品最终应用于奔驰、宝马、通用、大众、戴姆勒、现代、丰田、本田、日产、长城一汽等知名汽车品牌
3	南京峰佳富汽车配件有限公司	执行董事：殷蓓蓓 监事：程永宁	该供应商系客户博戈指定供应商，现拥有 63T、315T、500T

序号	金属件供应商		董监高情况	生产能力或市场地位
				冲压机各一台,数控机床4台,沙轮机二台,人员10人
4	英明精密机件(苏州)有限公司		执行董事: MARTIN ALEXANDER SCHERMBACH 监事: 颜苹 高管: 张哲儒	系外商独资企业,年产值大于1亿元,主要产品类型为标准件,交付和质量能力能满足发行人要求
5	无锡市乔氏五金配件厂		个体工商户	经营者拥有多年的小五金加工从业经验,现拥有200T冲压机3台,125T冲压机18台,100T冲压机2台,80T冲压机3台,63T冲压机7台,剪板机1台,人员25人,产品交付和质量能力能满足发行人要求
6	宾科集团	宾科汽车紧固件(昆山)有限公司	董事: QIANG SUN(孙强)、JOHN MICHAEL MORRASH、ELLIOTT MARC ISRAEL、LEONARD PATRICK KIELY 监事: CHARLES THOMAS COUGHLAN 高管: 王洪杰	经营规模1亿元以上,主要产品高强度紧固件生产销售等业务,产品交付和质量能力能满足发行人需求
		宾科精密部件(中国)有限公司	董事: QIANG SUN、JOHN MICHAEL MORRASH、ELLIOTT MARC ISRAEL、LEONARD PATRICK KIELY 监事: CHARLES THOMAS COUGHLAN 高管: QIANG SUN(孙强)	全球最大的螺母、螺钉等紧固件生产企业之一,在业内享有较高声誉,产品研发能力较强
7	锡山区秋豪车辆配件厂		个体工商户	拥有200T冲床机3台,250T冲床机1台,125T冲床机3台,人员10人,产品交付和质量能力能满足发行人要求
8	无锡市帆顺金属制品厂		个人独资企业	拥有250T冲压机2台,160T冲压机3台,100T冲压机3台,63T冲压机2台,25-40T冲压机6台,315T冲压机2台,人员20人,产品交付和质量能力能满足发行人需求
9	北杰五金		个体工商户	已注销

(2) 合作情况

序号	金属件供应商	合作时间	结算方式及条款	合作期间是否存在重大纠纷或潜在纠纷	合作期间总体评价

1	锡山区东港鑫之旺五金加工厂		2011年	月结 90 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠
2	安徽宁国晨光精工股份有限公司		2015年	月结 90 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠
3	南京峰佳富汽车配件有限公司		2018年	月结 60 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠
4	英明精密机件(苏州)有限公司		2010年	月结 90 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠
5	无锡市乔氏五金配件厂		2005年	月结 90 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠
6	宾科集团	宾科汽车紧固件(昆山)有限公司	2014年	月结 60 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠
		宾科精密部件(中国)有限公司		月结 30 天, 电汇或承兑		
7	锡山区秋豪车辆配件厂		2012年	月结 90 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠
8	无锡市帆顺金属制品厂		2014年	月结 90 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠
9	北杰五金		2013年	月结 90 天, 电汇或承兑	否	供应商配合较好, 产品交付及时, 质量可靠

注：与锡山区东港鑫之旺五金加工厂前身自 2011 年起即合作。

2、发行人向东港鑫之旺五金加工厂、安徽宁国晨光精工等供应商采购金属件份额大幅变动的原因及合理性

(1) 锡山区东港鑫之旺五金加工厂采购份额大幅变动的原因及合理性

为有效减少关联交易，发行人逐步减少对北杰五金（原经营者顾建兵系魏鹤良女婿、魏忠妹夫）的采购，综合考虑合作时间、生产质量、交货及时性等因素，由原已长期合作的锡山区东港鑫之旺五金加工厂承接相关业务，进而造成其采购份额出现大幅变动，具备合理性。

(2) 安徽宁国晨光精工股份有限公司采购份额大幅变动的原因及合理性

报告期内，发行人向安徽宁国晨光精工股份有限公司（以下简称“宁国晨光”）采购金属件，系发行人根据天纳克的定制需求进行的定向采购。报告期内对应产

品销售量的上涨带动发行人向宁国晨光采购该款金属件金额的上涨，2017 年至 2020 年 1-6 月该款产品销售量分别为 120.23 万件、163.56 万件、179.97 万件和 69.24 万件。

3、结合发行人供应商选取标准及前述第（2）项所列供应商技术、人员、服务水平等，说明与类似供应商合作的原因及合理性

（1）发行人供应商选取标准

发行人制定《采购控制程序》、《供方控制程序》等制度文件，通过对潜在供应商进行现场评审和文件审核相结合的方式，综合考虑专业技术能力、经营风险、供货能力、生产资质、过往汽车零部件行业业务情况、质量水平及服务水平等因素进行综合评定，最终确定备选的合格供应商，列入合格供方名录。此外，对于客户向发行人推荐供应商的情形，其准入及日常评审均按照发行人自身标准及流程执行；对于客户向发行人指定供应商的情形，可以视情况免于执行发行人供应商准入流程，但需及时向客户通报该类供应商的品质、交期、服务等情况。

（2）前述第（2）项所列供应商的技术、人员、服务水平情况

发行人会定期对合格供应商进行跟踪评审，重点关注产品质量、交付能力和服务情况等方面，动态调整合格供应商名录。其中，锡山区东港鑫之旺五金加工厂、南京峰佳富汽车配件有限公司和无锡市乔氏五金配件厂的技术、人员和服务水平情况如下：

序号	金属件供应商	技术	人员	服务水平
1	锡山区东港鑫之旺五金加工厂	经营者拥有多年的五金加工从业经验，拥有 FANUC，西门子，广数等品牌数控机床 60 余台；产品交付和质量能力能满足发行人要求	40 人	报告期内产品交付及时、服务响应较快
2	南京峰佳富汽车配件有限公司	该供应商系博戈指定供应商，拥有 63T、315T、500T 冲压机各一台，数控机床 4 台，沙轮机二台；产品交付和质量能力能满足发行人要求	10 人	
3	无锡市乔氏五金配件厂	经营者拥有多年的五金加工从业经验，拥有 200T 冲压机 3 台，125T 冲压机 18 台，100T 冲压机 2 台，80T 冲压机 3 台，63T 冲压机 7 台，剪板机 1 台；产品交付和质量能力能满足发行人要求	25 人	

（3）与类似供应商合作的原因及合理性

发行人资本规模或经营规模较小的金属件供应商主要是定制件供应商。主要金属件供应商中，除南京峰佳富汽车配件有限公司系博戈指定、安徽宁国晨光精工股份有限公司系天纳克指定外，发行人与其他资本规模或经营规模较小的主要金属件供应商合作的原因及合理性如下：

①相关金属件供应商地缘临近，响应及时、反应积极、生产配合度高

发行人采购的定制金属件具有工艺简单、定制化需求较高、品种多批量小的特点，为满足及时交付、节约成本的要求，发行人就近向小规模生产型企业采购，上述企业具备满足发行人要求的金属件生产能力，同时生产组织灵活、订单挑剔程度较低、沟通便捷、生产配合度较高。

②相关金属件供应商未及时增加注册资本，导致资本规模较小

因为所属行业对注册资本没有特殊要求，相关金属件供应商未随经营规模扩大而及时增加注册资本。此外，上述供应商在生产经营过程中可通过股东借款、外部融资等方式开展生产经营，不单纯依靠注册资本，发行人在供应商准入时即会通过业内口碑或公开信息、技术能力、团队配置、实地查看生产经营场所等方式考察供应商的生产供货能力。

综上，发行人选择与类似供应商合作具备商业合理性。

(四)结合相关材料市场行情说明报告期内发行人采购铝板价格持续高于铝型材、铝管价格的原因及合理性，发行人是否仅向无锡泽光铝业经销有限公司采购铝板。结合无锡泽光铝业经营规模较小的情况说明发行人向其采购的原因、数量及价格，以及采购价格是否公允，发行人及控股股东、实际控制人、董监高及近亲属、现任员工或前员工与其是否存在应披露未披露的关联关系。

1、结合相关材料市场行情说明报告期内发行人采购铝板价格持续高于铝型材、铝管价格的原因及合理性，发行人是否仅向无锡泽光铝业经销有限公司采购铝板

(1) 结合相关材料市场行情说明报告期内发行人采购铝板价格持续高于铝型材、铝管价格的原因及合理性

①铝材属于大宗交易商品，发行人与铝材供应商采取一致的定价原则

铝材属于大宗交易商品，市场价格透明。发行人铝材的采购价格除包括基础材料价格外，还包括一定的加工费。其中，基础材料价格一般参考长江有色金属网公布的 A00 铝锭市场价，加工费根据具体型号、材料成分、加工工艺和议价能力等因素综合确定。报告期内，发行人与各铝材供应商采用一致的定价原则，定价方式及定价依据符合市场定价和行业惯例，定价公允。

②铝板、铝型材、铝管各自加工费差异情况

铝板系对铝锭添加微量金属元素后，再通过铸造、轧制等多道工序制造而成。报告期内，发行人采购的铝板、铝管和铝型材的价格存在差异，主要体现在加工费层面，因铝板加工工艺相对复杂，铝板价格相对较高，具体如下：

铝材	产品生产工艺	主要基材的主要材质	主要生产 工艺	主要用于发 行人产品
铝板	将铝锭送入熔铸车间进行熔炼、铸造得到铸锭，再通过大型铣床铣面，最后通过反复多次热轧、冷轧、纵切、横切等工艺制成，工序复杂度较高	2.6%~3.6%Mg	熔铸、铣面、热轧、冷轧	冲压 零部件
铝管	将铝锭送入熔铸车间进行熔炼、铸造，再通过挤压工序拉伸矫直、锯切成品，最后通过热处理工序保证铝管在后续深加工时不变形	0.6%~1.2%Mg 0.7%~1.3%Si 0.4%~1.0%Mn	熔铸、挤 压、热处理	金工 零部件（铝 挤出）
铝型 材	将铝管剪切成短棒后送入挤压机，通过模具直接挤出型材，型材调直、切短后送入时效炉热处理制成	0.8%~1.2%Mg 0.4%~0.8%Si 0.7%Fe	挤压、热处 理	金工 零部件（机 加工）

综上，报告期内发行人采购铝板工艺复杂度相对较高，价格高于铝型材、铝管价格具有合理性。

（2）发行人是否仅向无锡泽光铝业经销有限公司采购铝板

报告期内，发行人除向无锡泽光铝业经销有限公司采购铝板外，还向重庆西铝轻合金有限公司采购。

2、结合无锡泽光铝业经营规模较小的情况说明发行人向其采购的原因、数量及价格，以及采购价格是否公允，发行人及控股股东、实际控制人、董监高及近亲属、现任员工或前员工与其是否存在应披露未披露的关联关系

（1）结合无锡泽光铝业经营规模较小的情况说明发行人向其采购的原因、数量及价格，以及采购价格是否公允

①发行人向无锡泽光铝业经销有限公司采购情况

报告期内，发行人向无锡泽光铝业经销有限公司采购的数量和价格情况如下：

单位：kg，元/kg

供应商	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
无锡泽光铝业经销有限公司	185,480.00	19.73	511,439.00	20.32	466,780.00	20.82	440,148.45	21.31

②发行人向无锡泽光铝业经销有限公司采购原因

发行人铝板采购需求较少，经发行人进行市场询价和对比，无锡泽光铝业经销有限公司地理位置较近且产品品质较为可靠，因此发行人与其开展合作，以保证货物交付的及时性及产品质量。

③采购价格的公允性

对比发行人分别向无锡泽光铝业经销有限公司和重庆西铝轻合金有限公司采购的相似型号铝板加工费价格，二者不存在重大差异，采购价格公允。上述两家供应商相同牌号产品加工费对比情况如下：

单位：元/kg

供应商名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
无锡泽光铝业经销有限公司	8.16	8.33	8.33	8.41
重庆西铝轻合金有限公司	8.21	8.21	8.21	8.35
差异值	-0.05	0.13	0.13	0.06

(2) 发行人及控股股东、实际控制人、董监高及近亲属、现任员工或前员工与其是否存在应披露未披露的关联关系

经核查，发行人及控股股东、实际控制人、董监高及近亲属、现任员工或前员工与无锡泽光铝业经销有限公司不存在应披露未披露的关联关系。

(五) 进一步说明发行人报告期内采购铝型材、铝锭平均单价持续上升但铝材采购价格持续下降，与市场价格的差异情况及原因，招股说明书不同章节关于金属件采购价格、橡胶材料采购价格的披露存在不一致的原因。请核对全部申请文件关于原材料采购不一致的情形，如存在差错，请更正并予以说明。如存在统计口径差异，请说明差异原因。

1、进一步说明发行人报告期内采购铝型材、铝锭平均单价持续上升但铝材

采购价格持续下降，与市场价格差异情况及原因

报告期内，发行人采购铝材、铝型材、铝锭的采购价格变动如下：

单位：元/kg

原材料	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	采购价格	占比	采购价格	占比	采购价格	占比	采购价格	占比
铝材	13.79	100.00%	14.63	100.00%	14.70	100.00%	15.24	100.00%
其中：铝锭	12.63	56.32%	13.19	61.49%	13.59	57.80%	13.60	52.97%
铝型材	18.37	22.81%	19.10	28.22%	16.67	39.95%	17.63	47.03%
其他	13.48	20.86%	14.86	10.29%	14.79	2.25%	-	-

注：其他包括铝管等其他铝材。

报告期内，发行人采购铝材、铝锭采购价格均呈持续下降趋势，与市场价格变动趋势一致；发行人铝型材产品价格有所波动，主要系铝型材属于定制化材料，采购价格受产品具体型号、材料成分、加工工艺等因素影响。

经核对，发行人招股说明书和第一次反馈回复中披露的铝锭采购价格前后存在数据差异，主要系分类差错导致，现将相关披露内容更正如下：“

单位：元/kg，元/件

类型	主要材料	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
原材料 采购单价	钢材	4.69	4.81	4.89	4.43
	铝型材	18.37	19.10	16.67	17.63
	铝锭	12.63	13.19	13.59	13.60
	金属件	1.07	1.11	1.01	1.17
主要产品 销售价格	冲压零部件	3.90	4.05	4.37	4.75
	压铸零部件	5.63	5.25	5.03	4.86
	注塑零部件	0.74	0.76	0.79	0.86
	金工零部件	1.96	2.16	2.65	2.51

注：更正压铸零部件铝锭 2017 年、2018 年的采购单价，系首轮反馈回复统计数据时，2017 年、2018 年将灏昕“镶嵌件（螺母）”误分类为铝锭，统计分类差错导致。”

2、招股说明书不同章节关于金属件采购价格、橡胶材料采购价格的披露存在不一致的原因

(1) 经复核，发行人招股说明书不同章节中关于金属件采购价格的披露金额一致。

(2) 经复核，发行人招股说明书与首轮反馈回复中关于橡胶采购价格的披

露金额，系统口径差异。报告期内，发行人向客户天纳克集团采用双向开票的方式提供橡胶件的硫化加工业务，在首轮反馈回复文件在统计采购金额时，包含相关橡胶件的采购金额所致。具体如下：

发行人招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人的采购情况和主要供应商”之“（二）主要原材料和能源价格变动趋势”部分披露内容为：

“报告期内，发行人采购的橡胶材料情况如下：

单位：kg，万元，元/kg

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
数量	38,317.79	306,881.30	238,852.72	194,899.72
金额	97.82	573.16	461.48	446.21
单价	25.53	18.68	19.32	22.89

”

发行人首轮反馈回复文件披露橡胶件的采购单价情况如下：

“报告期内，发行人主要原材料平均采购单价与主营业务成本单位成本中的直接材料单价比较情况如下：

单位：元/kg

产品类别	主要材料	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
注塑零部件	橡胶采购单价	25.37	19.75	21.07	24.68
	橡胶结转单价	24.26	19.76	21.17	24.45

”

上述差异主要是披露数据口径不同。招股说明书中，披露的橡胶的采购量及价格系按剔除了天纳克集团向发行人委托加工业务提供的橡胶原材料开票金额；首轮反馈回复意见中披露的橡胶的价格是全部采购的价格。报告期中，发行人存在向天纳克集团采购指定原材料生产其产品的行为，结合该业务实质和《企业会计准则》关于收入的相关规定，发行人已按净额列报，对天纳克原材料采购视同原材料采购管理，上述统一数据差异不会影响报告期数据核算的准确性。

3、请核对全部申请文件关于原材料采购不一致的情形，如存在差错，请更正并予以说明。如存在统计口径差异，请说明差异原因。

(1) 关于原材料采购不一致情形的差异调整更正

招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人的采购情况和主要供应商”之“(二)主要原材料和能源价格变动趋势”部分披露的“发行人采购与消耗主要材料数量、金额、耗用数量与结转成本数量、金额”表格内数据因首轮反馈回复漏统计数据、分类差错问题导致金额与其他部分存在差异，现具体更正如下：

“报告期各期，发行人采购与消耗主要材料数量、金额、耗用数量与结转成本数量、金额如下：

主要材料	项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
钢材 (吨)	采购入库	6,589.34	3,088.17	21,180.43	10,197.41	22,791.73	11,140.87	23,886.79	10,592.36
	总耗用	6,720.18	3,156.18	21,264.98	10,257.96	22,754.68	11,074.69	23,804.50	10,421.40
	其中：生产耗用	6,671.21	3,132.44	20,953.44	10,105.30	22,378.59	10,895.12	23,387.27	10,246.08
	其他耗用	48.97	23.74	311.54	152.66	376.09	179.56	417.23	175.32
铝材及 铝锭 (吨)	采购入库	2,927.33	4,042.04	6,597.13	9,673.82	5,652.77	8,310.51	4,400.92	6,705.81
	总耗用	2,886.90	4,012.33	6,645.80	9,682.69	5,573.47	8,227.14	4,422.19	6,693.51
	其中：生产耗用	2,788.63	3,887.44	6,365.68	9,297.98	5,341.16	7,907.56	4,207.81	6,399.94
	其他耗用	98.27	124.89	280.12	384.71	232.31	319.58	214.38	293.56
金属件 (万件)	采购入库	1,079.99	1,118.67	3,646.16	3,939.46	4,271.38	4,419.88	4,061.08	4,500.57
	总耗用	1,117.94	1,116.03	3,673.45	3,970.83	4,232.89	4,378.46	4,014.06	4,444.19
	其中：生产耗用	1,115.57	1,108.52	3,649.30	3,936.68	4,229.10	4,344.87	4,014.06	4,444.19
	其他耗用	2.37	7.51	24.15	34.15	3.79	33.59	-	-

注 1：更正钢材 2019 年的采购金额差异，系首轮反馈回复统计数据时漏统计一笔补差价的采购款 12,207.51 元；

注 2：更正铝材及铝锭 2017 年、2018 年数据系 2017 年、2018 年将灏昕“镶嵌件（螺母）”误分类为铝锭，统计分类差错导致；

注 3：主要材料采购金额主要以未抵消数据口径，与生产耗用数据口径相一致。”

首轮反馈回复意见中相应表格已同步上述招股说明书的修订，另外，首轮反馈回复意见中相关内容同步更新或补充如下：

“1、报告期内，发行人主要原材料平均采购单价与主营业务成本单位成本中的直接材料单价比较情况如下：

单位：元/kg

产品类别	主要材料	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
------	------	-----------	--------	--------	--------

冲压零部件	钢材采购单价	4.69	4.81	4.89	4.43
	钢材结转单价	4.69	4.81	4.86	4.38
压铸零部件	铝锭采购单价	12.63	13.19	13.59	13.60
	铝锭的结转单价	12.64	13.18	13.59	13.55
注塑零部件	塑料粒子采购单价	24.53	27.40	24.14	22.66
	塑料粒子结转单价	25.18	27.44	23.95	22.60
	橡胶采购单价	25.37	19.75	21.07	24.68
	橡胶结转单价	24.26	19.76	21.17	24.45
金工零部件	铝型材采购单价	18.37	19.10	16.67	17.63
	铝型材结转单价	18.56	18.68	16.88	17.38

注 1：更正铝材及铝锭 2017 年、2018 年数据，系首轮反馈回复时 2017 年、2018 年将灏昕“镶嵌件（螺母）”误分类为铝锭，统计分类差错导致。”

上述更正后的产销数据真实且披露准确，不影响财务数据的有效性。发行人及中介机构将在数据统计工作中更加审慎，保证信息披露的准确性。

（2）关于原材料采购不一致情形的统计口径差异说明

发行人首轮反馈回复意见中关于“主要材料结转成本的平均价格与市场平均价格比较”中平均价格因采用月结转价格的平均数，与招股说明书披露的钢材和铝材的结转价格存在差异，系计算口径不一致导致。为方便阅读及理解，发行人对上述表格增加注释，具体如下：

“（2）发行人报告期各月主要材料结转成本的平均价格与市场平均价格比较

报告期各月生产用主要材料结转成本的平均价格如下：

单位：元/kg

月份	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	钢材结转单价	铝材结转单价	钢材结转单价	铝材结转单价	钢材结转单价	铝材结转单价	钢材结转单价	铝材结转单价
1 月	4.78	14.54	4.76	14.27	4.65	14.00	4.17	14.66
2 月	4.73	14.81	4.77	14.09	4.76	13.32	4.35	13.93
3 月	4.74	13.87	4.61	14.81	4.72	14.66	4.15	14.17
4 月	4.65	13.33	5.35	14.51	4.76	14.41	4.41	13.46
5 月	4.66	13.75	4.68	14.73	4.78	14.17	4.42	13.43
6 月	4.65	14.31	4.60	13.99	4.92	13.53	4.31	13.75

月份	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	钢材 结转 单价	铝材 结转 单价	钢材 结转 单价	铝材 结转 单价	钢材 结转 单价	铝材 结转 单价	钢材 结转 单价	铝材 结转 单价
7月			4.77	14.11	4.91	13.90	4.29	14.33
8月			4.99	14.25	4.97	13.63	4.23	14.42
9月			4.81	14.93	4.99	14.25	4.36	15.66
10月			4.80	14.81	4.92	13.90	4.37	15.14
11月			4.76	14.61	5.08	14.69	4.46	15.15
12月			4.78	14.82	4.90	14.06	4.64	14.81
平均单价	4.70	14.10	4.81	14.49	4.86	14.04	4.35	14.41
市场价格	4.35	13.20	4.41	13.94	4.60	14.19	4.27	14.44

注：上述平均价格与招股说明书披露的钢材和铝材的结转价格存在差异，系上表平均单价指各月采购价格的平均数所致。”

二、保荐机构、申报会计师和发行人律师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师和发行人律师进行了如下核查：

1、获取发行人采购明细表，统计报告期各期各类细分原材料主要供应商的采购情况，结合获取的上述供应商财务数据，了解采购金额占各供应商当期销售规模的比例情况，同时询问采购部负责人了解仅为或主要为发行人供货的供应商清单以及发行人各类原材料选择各主要供应商的原因；

2、询问采购部负责人、技术部负责人，了解发行人金属件具体分类标准、技术指标情况、各期采购数量及金额波动的原因；

3、询问采购部负责人了解金属件主要供应商的详细情况及合作情况，了解发行人向东港鑫之旺五金加工厂、安徽宁国晨光精工等供应商采购金属件份额变动原因，了解发行人供应商选取标准，获取金属件主要供应商的生产能力或市场地位介绍，并通过天眼查等网络查询方式核查金属件主要供应商的基本情况；

4、询问采购部负责人了解铝板、铝型材、铝管的区别以及各自定价方式，分析价格差异的原因及合理性；获取发行人采购明细表，结合询问采购部负责人，了解发行人是否仅向无锡泽光铝业经销有限公司采购铝板；获取发行人向无锡泽光铝业经销有限公司采购的明细情况，与其他铝板企业的采购价格进行比较，分

析采购价格的公允性；

5、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员写的调查表及其出具的声明文件；

6、通过国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、天眼查（<https://www.tianyancha.com/>）、企查查（<https://www.qcc.com>）等网站对发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属对外投资及任职情况；

7、访谈发行人供应商无锡泽光铝业经销有限公司，确认其与发行人其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属的关联关系；获取无锡泽光铝业的无关联关系询证函。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师和发行人律师认为：

1、发行人各类细分原材料主要供应商中只有鑫之旺和北杰五金是仅为发行人供货、南京峰佳富汽车配件有限公司和无锡泽光铝业经销有限公司是主要为发行人供货的情形，除此之外不存在其他细分原材料主要供应商仅为或主要为发行人供货的情形；发行人各类原材料选择各主要供应商的原因合理，具有商业合理性；

2、发行人各期采购金属件数量及金额波动主要受最终产品销量变动所影响，具有合理性；

3、发行人向东港鑫之旺五金加工厂、安徽宁国晨光精工等供应商采购金属件份额变动具有合理原因；发行人与类似资本规模或经营规模较小企业合作的原因具有商业合理性；

4、发行人采购铝板价格持续高于铝型材、铝管价格具有合理原因；发行人主要向无锡泽光铝业经销有限公司采购铝板，采购具有合理原因，采购价格公允；

5、经核查，发行人及控股股东、实际控制人、董监高及近亲属、现任员工或前员工与无锡泽光铝业经销有限公司不存在应披露未披露的关联关系。

问题 15：关于长期待摊费用

首轮问询回复显示，报告期内，公司长期待摊费用主要包括模具、厂区零星工程和车间改造工程等。其中各期模具摊销金额占主要部分。发行人冲压模具摊销期限为 3 年，压铸模具及注塑模具摊销期限为 1 年。

请发行人：

(1) 补充披露报告期各期各类模具摊销金额及占比情况，以及各类模具摊销金额占相应模具产生产品收入的比例情况。

(2) 补充披露发行人冲压模具实际平均使用寿命，是否存在提前报废情形，结合上述情形说明冲压模具摊销期限为 3 年的合理性。

(3) 结合压铸模具、注塑模具摊销期限为 1 年的情形，说明各期压铸模具、注塑模具变动数量与期初、期末数量的匹配性，说明差异原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 补充披露报告期各期各类模具摊销金额及占比情况，以及各类模具摊销金额占相应模具产生产品收入的比例情况。

1、补充披露报告期各期各类模具摊销金额及占比情况

报告期各期，发行人冲压模具、压铸模具、注塑模具摊销及占比情况如下表所示：

单位：万元，%

模具类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	摊销金额	占比	摊销金额	占比	摊销金额	占比	摊销金额	占比
冲压模具	176.02	46.28	360.83	47.84	379.56	40.87	256.90	39.17
压铸模具	186.75	49.11	303.43	40.23	447.69	48.20	289.56	44.15
注塑模具	17.53	4.61	90.00	11.93	101.51	10.93	109.43	16.68
合计	380.30	100.00	754.26	100.00	928.76	100.00	655.89	100.00

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、发行人资产质量分析”之“（二）主要资产分析”之“2、非流动资产的构成及变化分析”之“（5）长期待摊费用”中补充披露。

2、各类模具摊销金额占相应模具产生产品收入的比例情况

单位：万元，%

模具类型	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	相应产品收入	摊销占比	相应产品收入	摊销占比	相应产品收入	摊销占比	相应产品收入	摊销占比
冲压模具	2,753.76	6.39	6,171.61	5.85	6,907.67	5.49	7,027.97	3.66
压铸模具	2,857.32	6.54	8,085.55	3.75	5,721.66	7.82	5,584.06	5.19
注塑模具	797.14	2.20	2,522.21	3.57	2,589.98	3.92	2,502.15	4.37

2019年度，发行人压铸模具摊销占收入比例有所下降，主要系：一方面，发行人压铸零部件业务产能利用率提高、产销规模迅速扩大，使得当期模具摊销占收入比例下降。2019年，压铸零部件产品产能利用率由2018年的87.30%提升至117.03%；另一方面，模具成本及维修下降。随着发行人自身压铸模具开发能力的提升，由发行人自产压铸模具的比例由2017年的41.13%提升到2019年度的66.07%，自产模具占比提升降低模具开发生产成本，亦降低后续维修维护成本；此外，发行人持续增加多穴模具的使用，进一步加强压铸零部件生产的精益管理，开发并投入通过提高人均产出、压铸模具使用次数。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、发行人资产质量分析”之“（二）主要资产分析”之“2、非流动资产的构成及变化分析”之“（5）长期待摊费用”中补充披露。

（二）补充披露发行人冲压模具实际平均使用寿命，是否存在提前报废情形，结合上述情形说明冲压模具摊销期限为3年的合理性。

冲压模具经过持续维修一般实际使用寿命较长，因后期需要继续提供汽车修理备件，通常会保留10-15年。汽车项目量产阶段订单会经历导入期、爬坡增长、逐渐成熟并稳定销售以及下滑衰退期4个周期，汽车零部件产品的生命周期、量产订货周期通常在5年左右，模具对应产品生命周期一般为五年左右，其中效益高峰期 of 三年左右。

由于冲压模具经过维修可继续使用，不存在提前报废的情形。但经核实存

在极个别模具对应的产品已停产未摊销完毕的情形，整体金额较小。具体金额如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
已 EOP 未摊销完毕的金额	2.68	0.20	-	-

综上，冲压模具的物理可使用时间通常长于产品的生命周期，基于谨慎性原则，结合模具生产产品受益的高峰期间来看，发行人冲压模具摊销期限为 3 年合理。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、发行人资产质量分析”之“（二）主要资产分析”之“2、非流动资产的构成及变化分析”之“（5）长期待摊费用”中补充披露。

（三）结合压铸模具、注塑模具摊销期限为 1 年的情形，说明各期压铸模具、注塑模具变动数量与期初、期末数量的匹配性，说明差异原因。

1、报告期各期，发行人长期待摊费用压铸模具变动数量与期初、期末数量匹配如下表所示：

单位：套/副

项目	2020 年度 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初数量	84.00	78.00	97.00	45.00
本期增加	34.00	95.00	96.00	102.00
本期减少	26.00	89.00	115.00	50.00
期末数量	92.00	84.00	78.00	97.00

报告期内，发行人压铸模具变动数量与期初、期末数量较为匹配，其中 2017 年新增模具数量相对较多，主要系当期压铸零部件业务新导入客户较多，客户新品需求较多，使得压铸模具新增较多。

2、报告期各期，发行人长期待摊费用注塑模具变动数量与期初、期末数量匹配如下表所示：

单位：套/副

项目	2020 年度 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初数量	23.00	32.00	27.00	50.00
本期增加	8.00	23.00	35.00	29.00

本期减少	10.00	32.00	30.00	52.00
期末数量	21.00	23.00	32.00	27.00

报告期内，发行人注塑模具变动数量与期初、期末数量较为匹配。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、访谈技术开发部和生产部负责人，了解发行人各类模具的工艺特点、用材差异、用途、使用寿命、保管、盘点、维修、报废、处置等内部控制情况，并现场勘察使用、保管情况，获取发行人各类模具管理台账，期末对模具进行监盘；

2、结合各类模具实际可使用寿命及对应的产品周期，评估各类模具摊销年限的合理性；复核报告期内，发行人模具增减变动情况是否与公司业务变化情况相符；检查模具毁损和报废情形；并参考同行业上市公司同类模具的摊销方法，评估发行人模具摊销期限的合理性；

3、获取发行人长期待摊费用模具清单，结合模具交接单复核模具摊销起始时间是否合理准确；重新计算报告期内模具摊销金额计算是否正确；

4、检查各报告期期末未摊销完的模具是否有后续产品订单，以测试其是否存在减值的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人报告期各期模具摊销金额与经营规模相匹配；

2、冲压模具实际使用寿命一般较长，考虑到模具实际收益期间，发行人按3年摊销合理，与同行业不存在重大差异；

3、发行人压铸模具、注塑模具变动数量与期初、期末数量相匹配，不存在重大差异。

问题 16：关于固定资产机器设备

首轮问询回复显示,截至 2020 年 6 月 30 日,发行人机器设备原值为 20,301.33 万元,净值为 11,011.46 万元,固定资产清单原值在 100 万元以上的设备主要包括压铸机、压力机、精冲机、机械手、液压机等,主要用于压铸成形、零部件冲压等。发行人关于固定资产机器设备的披露情况与发行人各类业务无法完全对应。

请发行人按各类零部件生产业务、涂覆业务、模具业务等业务类型,分别说明报告期各期各类业务涉及的主要机器设备情况,包括设备名称、功能、账面原值、账面净值等。说明各期上述设备数量、开工时间、产能利用情况与各类零部件产量、模具产量、涂覆业务加工量是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

报告期内,发行人各类业务类型主要机器设备情况如下所示：

1、冲压零部件业务

(1) 冲压零部件业务主要机器设备功能

设备/生产线	功能
压力机	主要用于对金属件施加外力,使之产生塑性变形或分离,从而获得所需形状和尺寸工件,是发行人生产冲压零部件的核心生产设备。
送料机	主要借助机器运动的作用力加力于材料,对材料进行运输。
机械手	主要用于按固定程序抓取、搬运物件或操作工具的自动操作装置。
组焊机器人	通过加热、高温或者高压的方式将金属材料接合。

(2) 主要机器设备报告期各期账面原值、账面净值情况

设备/生产线	报告期	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	设备数量 (台)
压力机	2020 年 6 月 30 日	3,573.22	1,720.75	140
	2019 年 12 月 31 日	3,584.15	1,726.05	140
	2018 年 12 月 31 日	3,172.49	1,589.74	126
	2017 年 12 月 31 日	2,944.90	1,571.05	115
送料机	2020 年 6 月 30 日	876.77	632.92	25
	2019 年 12 月 31 日	591.67	395.43	19
	2018 年 12 月 31 日	585.47	445.87	18

	2017年12月31日	585.47	502.45	18
机械手	2020年6月30日	1,205.45	831.80	67
	2019年12月31日	1,205.45	894.28	67
	2018年12月31日	1,041.66	825.40	55
	2017年12月31日	831.68	715.96	34
组焊机器人	2020年6月30日	1,460.48	638.38	54
	2019年12月31日	1,460.48	701.78	54
	2018年12月31日	1,460.48	834.13	54
	2017年12月31日	808.56	563.60	33

(3) 主要机器设备数量、开工时间、产能利用情况及对应产品产量

设备/生产线	设备数量 (台)	开工时间 (小时)	产能利用 情况	产量 (万件)
2020年1-6月	286	112,981.60	54.07%	2,407.38
2019年度	280	415,070.91	104.45%	6,741.38
2018年度	253	450,952.21	125.28%	6,775.88
2017年度	200	439,918.19	130.02%	6,711.49

注：开工时间为冲压零部件基础工艺环节压力机的开工时间。

报告期内，发行人公司冲压零部件业务产量与设备数量、开机时间、产能利用相匹配。其中，2018年发行人增加了组焊机器人21组，提升冲压零部件焊接工序产能；发行人于2019年度新增压力机14台，一定程度上缓解公司产能紧张情况。

2、压铸零部件业务

(1) 压铸零部件业务主要机器设备功能

设备/生产线	功能
压铸机	利用高压，强制将金属熔液压入形状复杂的金属模内，从而获得所需形状产品，是发行人生产压铸零部件的核心生产设备。
熔化炉	通过加热，将铝锭熔化为铝液，为压铸生产环节提供材料。
机加工设备	对金属产品进行钻孔攻丝。

(2) 主要机器设备报告期各期账面原值、账面净值情况

设备/生产线	报告期	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	设备数量 (台)
压铸机	2020年6月30日	2,171.75	1,514.60	20
	2019年12月31日	2,063.79	1,498.58	18

	2018年12月31日	2,010.87	1,636.31	17
	2017年12月31日	2,045.87	1,861.29	17
熔化炉	2020年6月30日	151.45	116.89	4
	2019年12月31日	151.45	124.08	4
	2018年12月31日	142.22	128.73	3
	2017年12月31日	98.25	96.18	2
机加工设备	2020年6月30日	137.32	105.11	6
	2019年12月31日	137.32	111.63	6
	2018年12月31日	127.60	114.30	4
	2017年12月31日	89.74	85.48	1

(3) 主要机器设备数量、开工时间、产能利用情况及对应产品产量

设备/生产线	设备数量 (台)	开工时间 (小时)	年产能利用 情况	产量 (万件)
2020年1-6月	30	39,156.45	61.68%	870.28
2019年度	28	96,301.67	117.03%	2,513.90
2018年度	24	72,453.67	87.30%	2,010.19
2017年度	20	50,390.50	55.33%	1,516.58

报告期内，压铸零部件业务产量与设备数量、开工时间、产能利用相匹配。在汽车轻量化的趋势背景下，基于稳定的长期合作的客户基础，发行人压铸零部件业务发展迅速，销售量增长较快，导致产能利用率提升。

3、注塑零部件业务

(1) 注塑零部件业务主要机器设备功能

设备/生产线	功能
橡胶成型机 注塑机	将熔融的橡塑原料通过加压、注入、冷却、脱离等操作，制作成一定形状工件，是发行人注塑零部件的核心生产设备。
炼胶线	主要用于热炼、压片、破胶、塑炼和混炼等橡胶的加工，为橡胶成型机提供材料。

(2) 主要机器设备报告期各期账面原值、账面净值情况

设备/生产线	报告期	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	设备数量 (台/条)
橡胶成型机	2020年6月30日	437.26	210.93	24
	2019年12月31日	437.26	231.70	24
	2018年12月31日	437.26	273.24	24

	2017年12月31日	437.26	314.78	24
注塑机	2020年6月30日	146.19	71.93	7
	2019年12月31日	146.19	78.88	7
	2018年12月31日	146.19	92.76	7
	2017年12月31日	146.19	106.65	7
炼胶线	2020年6月30日	54.64	37.21	1
	2019年12月31日	54.64	39.81	1
	2018年12月31日	26.50	14.85	1
	2017年12月31日	26.50	17.37	1

(3) 主要机器设备数量、开工时间、产能利用情况及对应产品产量

设备/生产线	设备数量 (台/条)	开工时间 (小时)	年产能利用 情况	产量 (万件)
2020年1-6月	32	38,460.00	57.46%	1,409.25
2019年度	32	123,444.00	101.78%	4,492.59
2018年度	32	144,288.00	108.88%	4,438.47
2017年度	32	142,243.00	89.22%	3,594.23

注：开工时间为注塑零部件基础工艺环节橡胶成型机、注塑机运行时间。

报告期内，注塑零部件业务产量与设备数量、开工时间、产能利用相匹配。报告期内，发行人注塑零部件业务主要机器设备在2018年新增了密炼机控制系统设备及2019年对炼胶线新增开炼机一台，使该产线更加完善，除此以外注塑零部件设备无较大变化。随着发行人加强对无锡绿缘初道材料成型的生产管理，使产品产出更加稳定，2018年度产能较2017年有较大提升，后保持稳定。

4、金工零部件业务

(1) 金工零部件业务主要机器设备功能如下：

设备/生产线	功能
切割机	用锯片将铝型材，钢管切成要求尺寸的产品。
机加工中心	用铣刀，钻头对工件进行自动加工。
铝挤出机	将铝棒加热后进铝挤出机挤压出铝型材
数控车床	用车刀对旋转的工件进行车削加工。
倒角机	把工件的棱角切削成一定斜面。

(2) 主要机器设备报告期各期账面原值、账面净值情况

设备/生产线	报告期	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	设备数量 (台/条)
切割机	2020年6月30日	226.47	142.36	10
	2019年12月31日	200.10	126.44	9
	2018年12月31日	200.10	144.92	9
	2017年12月31日	134.10	94.82	6
机加工中心	2020年6月30日	404.69	205.97	12
	2019年12月31日	379.91	190.94	11
	2018年12月31日	355.13	207.88	10
	2017年12月31日	355.13	227.74	10
铝挤出生产线	2020年6月30日	108.57	56.42	1
	2019年12月31日	108.57	62.44	1
	2018年12月31日	102.43	68.02	1
	2017年12月31日	-	-	-
数控车床	2020年6月30日	60.01	25.76	11
	2019年12月31日	55.94	24.58	10
	2018年12月31日	51.38	23.44	9
	2017年12月31日	30.85	8.15	5
倒角机	2020年6月30日	73.93	59.30	9
	2019年12月31日	53.75	42.41	8
	2018年12月31日	33.33	24.91	6
	2017年12月31日	1.88	0.51	1

(3) 主要机器设备数量、开工时间、产能利用情况及对应产品产量

设备/生产线	设备数量 (台/条)	其中：烟台 通吉设备 数量(台/ 条)	开工时间 (小时)	其中：烟台 通吉开工 时间(小 时)	产量 (万件)	其中：烟台 通吉产量 (万件)
2020年1-6月	43	21	53,139.28	31,783.43	1,394.59	742.23
2019年度	39	17	105,331.14	54,187.65	2,456.66	1,038.53
2018年度	35	13	64,717.64	11,243.24	1,717.53	261.30
2017年度	22	-	53,017.15		1,552.04	

注：2018年产量较低系只合并烟台通吉2018年9-12月的产量。

报告期内，金工零部件业务产量与设备数量、开工时间整体相匹配。由于发行人金工零部件业务配备类型、工序较多，且差异较大，难以直接统计金工零部件产品准确产能数据。发行人金工业务主要机器设备数量变动主要系2018年8

月完成对烟台通吉的收购，使得设备数量明显增加。

5、涂覆业务

(1) 涂覆业务主要机器设备功能

设备/生产线	功能
涂覆生产线	通过浸涂、电泳等在金属表面上形成一种膜层，以改善表面性能。
污水处理系统	对污水进行净化，以达到排放标准。

(2) 主要机器设备报告期各期账面原值、账面净值情况

设备/生产线	报告期	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	设备数量 (条)
涂覆生产线	2020年6月30日	1,393.62	608.75	5
	2019年12月31日	1,393.62	665.23	5
	2018年12月31日	1,278.70	658.78	5
	2017年12月31日	1,195.83	675.86	5
污水处理系统	2020年6月30日	93.21	44.46	1
	2019年12月31日	93.21	48.89	1
	2018年12月31日	64.25	28.32	1
	2017年12月31日	64.25	34.42	1

(3) 主要机器设备数量、开工时间、产能利用情况及对应产品产量

设备/生产线	设备数量 (条)	开工时间 (小时)	年产能利用 情况	产量 (万件)
2020年1-6月	6	29,684.60	35.17%	3,605.00
2019年度	6	70,200.27	79.99%	9,428.02
2018年度	6	71,798.57	82.08%	11,880.36
2017年度	6	71,778.70	82.56%	11,826.62

注：1、开工时间为涂覆生产线的运行时间；2、产能利用情况=开工时间/理论运行时间。

报告期内，公司涂覆业务主要机器设备数量稳定，涂覆业务产量与设备数量、开工时间、产能利用相匹配。

6、模具业务

(1) 模具业务主要机器设备功能如下：

设备/生产线	功能
CNC 加工中心	主要用于加工精度比较高，比较复杂零件，该设备自动化程度及效率较高。

线割	主要利用移动的金属丝作电极丝,靠电极丝和工件之间的脉冲电火花放电,产生高温使金属熔化或汽化,形成切缝,从而切割出零件。
普车	主要用于轴类零件或盘类零件的内外圆柱面,对任意锥角的内外圆锥面,复杂回转内外曲面的圆柱,圆锥螺纹等进行切削加工。
平面磨	主要用砂轮旋转研磨工件以使其可达到要求的平整度。
钻床	主要用于中小型零件钻孔,扩孔,铰孔,攻螺纹,刮平面等工作。
电火花	主要用于特定几何形状的放电电极在金属部件上烧灼出电极的几何形状。

(2) 主要机器设备报告期各期账面原值、账面净值情况

设备/生产线	报告期	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	设备数量 (台)
CNC 加工中心	2020年6月30日	344.44	216.29	6
	2019年12月31日	344.44	232.65	6
	2018年12月31日	344.44	265.37	6
	2017年12月31日	227.35	171.55	3
线割	2020年6月30日	190.01	96.89	10
	2019年12月31日	153.55	69.16	7
	2018年12月31日	153.55	83.75	7
	2017年12月31日	128.03	71.41	5
普车	2020年6月30日	57.25	4.15	2
	2019年12月31日	57.25	4.30	2
	2018年12月31日	57.25	4.61	2
	2017年12月31日	57.25	4.92	2
平面磨	2020年6月30日	43.86	7.26	4
	2019年12月31日	43.86	7.84	4
	2018年12月31日	43.86	9.54	4
	2017年12月31日	43.86	10.63	4
钻床	2020年6月30日	14.74	6.68	3
	2019年12月31日	14.74	7.38	3
	2018年12月31日	14.74	8.78	3
	2017年12月31日	14.74	10.18	3
电火花	2020年6月30日	28.76	28.76	1

(3) 主要机器设备数量、开工时间、产能利用情况及对应产品产量

设备/生产线	设备数量 (台)	开工时间 (小时)	产能利用 情况	产量 (套)
2020年1-6月	26	80,364.23	47.56%	35

2019 年度	22	121,814.86	88.12%	109
2018 年度	22	99,169.64	87.98%	85
2017 年度	17	82,288.68	88.60%	108

注：设备产能利用率=设备实际运行时间/设备理论运行时间。

报告期内，公司模具业务主要机器设备数量稳定，公司生产的模具均为非标定制品，各模具工艺复杂程度不同，产量与产能、开工时间的匹配性相对较低。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、访谈各类产品的车间主管，了解各设备及生产线工艺流程，获取申报期在使用的各类工序对应的固定资产清单，并实地勘察各生产线运行情况，对其机器设备进行监盘，确认发行人机器设备的相关信息；

2、访谈计划物流部相关人员，了解发行人生产车间生产计划，获取生产各类产品的机器设备开机计划、计划停工时间表、异常情况停工时间统计表，与实际停工时间进行对比；

3、获取发行人产能产量的统计数据，各业务类型的产量数据，与开工时间及产能利用情况进行对比，对比其合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期各期发行人各类业务涉及的主要机器设备运行良好，账面原值、账面净值记录真实、准确、完整。

2、报告期各期发行人各类业务主要机器设备数量、开工时间、产能利用情况与产量匹配。

【本页无正文，为江苏中捷精工科技股份有限公司《关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复》之签署页】

江苏中捷精工科技股份有限公司

法定代表人（签名）



魏忠

2020年12月27日

发行人董事长的声明

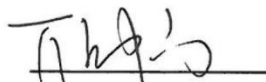
本人已认真阅读《关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复》全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长签名：魏忠
魏 忠



【本页无正文，为《安信证券股份有限公司关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复》之签署页】

保荐代表人签名：



万能鑫



林文坛



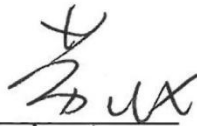
安信证券股份有限公司

2020年12月27日

问询函回复的声明

本人已认真阅读《关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复》的全部内容，了解回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长签名：



黄炎勋



安信证券股份有限公司

2020年12月27日