

关于超捷紧固系统（上海）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 的审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2020〕1283号

深圳证券交易所：

由国金证券股份有限公司转来的《关于超捷紧固系统（上海）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审核问询函》（审核函〔2020〕010313号，以下简称反馈意见）奉悉。我们已对反馈意见所提及的超捷紧固系统（上海）股份有限公司（以下简称超捷股份公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于报告期内股权转让

据招股说明书披露，报告期内发行人共发生了两次股权转让、两次增资。

(1) 2017年3月，香港超艺将所持股份以4.49元/股的价格转让给曾立丰、吕海军、宋毅博、周家乐。宋毅博系发行人实际控制人之子，2017年-2018年任发行人董事，周家乐为子公司上海易扣执行董事、法定代表人。(2) 2017年10月17日，周家乐、王胜永以1.52元/股的价格增资776,178股、1,528,716股，王胜永为公司外聘顾问，本次增资构成股份支付，发行人确认股份支付费用3,413.55万元。(3) 2018年1月，上海毅宁将持有公司部分股份以每股16.33元的价格转让给祥禾涌原、赵何钢、宁波嘉展和赣州超逸，同时祥禾涌原、赵何钢、宁波嘉展和赣州超逸对发行人进行了增资。请发行人：(2) 结合曾立丰、吕海军、宋毅博、周家乐的任职情况、入股原因、资金来源、受让股份价格，披露2017年3月股权转让未构成股份支付的原因及合理性；披露聘任王胜永为

公司外聘顾问的原因、王胜永对公司经营发展发挥的作用，2017年10月股份支付的权益工具的公允价值及确认方法，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，报告期内其他增资及股份转让是否涉及股份支付（反馈意见第2条第2点）

（一）结合曾立丰、吕海军、宋毅博、周家乐的任职情况、入股原因、资金来源、受让股份价格，披露2017年3月股权转让未构成股份支付的原因及合理性

2017年3月，香港超艺将其持有的公司556.425万股份（剩余15%股权）以4.493元/股的价格分别转让给曾立丰、吕海军、宋毅博、周家乐，至此香港超艺完全退出公司股权。

本次作价依据为系综合考虑当时公司账面净资产（2016年末每股净资产为2.14元/股）、每股收益（2016年度每股收益为0.64元）和适当的溢价水平（约7倍市盈率）经各方协商确定。

序号	转让方	转让价格 (元/股)	转让股份 (股)	受让方	受让方身份
1	香港超艺	4.493	1,780,560	曾立丰	外部投资人，无关联关系
2			1,669,280	吕海军	上海易扣原股东；公司无任职
3			1,372,510	宋毅博	公司实际控制人之子；曾任公司董事
4			741,900	周家乐	上海易扣原股东、上海易扣现任总经理

本次交易价格经过各方协商确定，公允合理，交易对价已全额支付，资金来源均为自有资金。

本次转让距离2018年1月的外部投资者入股相隔了近一年时间，公司在2017年汽车领域的业绩也有比较明显的提升，2017年3月的本次股权转让价格是公允的，因此无需确认股份支付。

（二）披露聘任王胜永为公司外聘顾问的原因、王胜永对公司经营发展发挥的作用，2017年10月股份支付的权益工具的公允价值及确认方法，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

2017年10月17日，增资方周家乐、新股东王胜永同公司原股东签订《增资协议》，协议约定周家乐以1.52元/股的价格增资776,178股，王胜永以1.52

元/股的价格增资 1,528,716 股。

本次增资的具体情况如下：

股东姓名	认购股份数（股）	增资价格（元/股）	增资款（元）
周家乐	776,178	1.5200	1,179,790.56
王胜永	1,528,716		2,323,648.32

王胜永为超捷股份公司原财务负责人兼董秘，周家乐为上海易扣总经理，本次增资价格较低，具备股权激励性质。王胜永为公司原财务负责人兼董秘，虽在交易时点已离职，但为公司的经营发展发挥过一定作用，在离职后至今也一直担任公司的外部顾问，在公司的长远规划及 IPO 推动和各方协调上发挥过比较重要的作用。王胜永目前担任上市公司春光科技（603657）的董秘。

本次增资确认了股份支付费用，股份支付的权益工具的公允价值系参照 2018 年 1 月外部投资者价格 16.33 元确定，由此计算确认股份支付金额 3,413.55 万元，相应计入管理费用和资本公积，会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

（三）报告期内其他增资及股份转让是否涉及股份支付

报告期内，除上述提及的 2017 年 3 月的股权转让，2017 年 10 月的两个自然人增资外，公司在 2018 年 1 月还引进了外部投资者。2018 年 1 月，上海毅宁将持有公司部分股份以每股 16.33 元的价格转让给祥禾涌原、赵何钢、宁波嘉展和赣州超逸，同时祥禾涌原、赵何钢、宁波嘉展和赣州超逸按照 16.33 元/股的价格对公司进行了增资。2018 年 1 月的股权转让和增资均是外部投资者对公司的财务投资，不涉及股份支付。2017 年 10 月的增资已经确认了股份支付金额 3,413.55 万元。

此外，报告期内，公司员工持股平台共发生过三次出资额转让情形，其中 2019 年 12 月的股权转让确认股份支付金额 488.30 万元，另外两次股权转让不涉及股份支付，具体情况如下：

1. 上海誉威

2017 年 7 月，公司原物控部经理孙维琦离职，根据孙维琦与宋广东签订的股权转让协议和上海誉威股东会决定，孙维琦将其持有的上海誉威 4.19% 出资额（相当于超捷股份公司 9.13 万股）平价转让给宋广东。上述转让实质系公司实际控制人作为平台管理人收回离职员工原激励股权，不适用股份支付准则，因此

未确认股份支付。

2019年12月，公司实施股权激励，实际控制人宋广东将其持有的上海誉威20.02%出资额转让给员工，相当于以5.15元/股价格转让超捷股份公司43.67万股股权。根据坤元评估出具的《资产评估报告》（坤元评报〔2020〕312号），公司2019年12月31日的评估值为16.03元/股，上述转让价格略低于公司2018年1月引入外部投资者时的价格（16.33元/股），谨慎起见，公司按照16.33元与转让价格之差计算股份支付金额488.30万元，相应计入管理费用和资本公积。

2. 上海文超

2020年1月，公司原业务部经理柏英英离职，根据柏英英与宋广东签订的股权转让协议和上海文超公司股东会决定，柏英英将其持有的上海文超25.00%出资额（相当于超捷股份公司17.71万股），以1.67元/出资额转让给宋广东。上述转让实质系公司实际控制人作为平台管理人收回离职员工原激励股权，不适用股份支付准则，因此未确认股份支付。

（四）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）查阅了曾立丰、吕海军、宋毅博、周家乐与香港超艺签订的股权转让协议，获取了报告期内公司员工花名册，查看上述人员的任职情况；向公司管理层人员访谈了解上述人员任职情况和入股背景；

（2）查阅了王胜永增资入股的股东大会决议、增资协议等，检查近期外部投资者增资入股的股东大会决议、增资协议等，确认授予权益工具的公允价值，重新计算股份支付金额；向公司管理层人员访谈了解了王胜永的任职情况、对公司经营发展发挥的作用；

（3）检查了报告期内公司及其法人股东的工商档案，查看公司股权的变动情况，获取相应的股东大会、董事会决议、增资协议等，了解股权变动情况背景、计算股权转让、增资价格，判断是否涉及股份支付。

2. 核查结论

曾立丰、吕海军、宋毅博、周家乐受让股份价格系经过转让各方协商确定的，公允合理，交易对价已全额支付，资金来源为自有资金。王胜永为公司原财务负

责人兼董秘，虽然在交易时点已离职，但为公司的经营发展发挥了一定的作用，自公司处离职后一直担任公司的外部顾问，在公司长远规划及 IPO 推动和各方协调上发挥了比较重要作用，报告期内因增资或股份转让涉及的股份支付均已按照企业会计准则的规定做了相应确认。股份支付的确认符合企业会计准则的规定。

二、关于主营业务收入

据招股说明书披露：（1）报告期内发行人主营业务收入分别为 27,594.63 万元、29,828.85 万元和 30,186.85 万元，其中金属件中的螺钉螺栓和异形连接件产品销售收入合计占同期主营业务收入的比例分别为 81.36%、83.54%和 82.39%。发行人积极向新能源汽车领域拓展，开发了一系列用于新能源车的紧固件、异形连接件产品。（2）2018 年，螺钉螺栓销售收入较 2017 年增长 10.25%，主要原因为产品结构变化，销售单价相对较高的产品销量增长，收入占比上升；部分应用于家用电器的螺钉螺栓产品销售单价较 2017 年有所提高，带动产品平均单价提升。2019 年，受宏观环境的影响和价格年降影响，公司螺钉螺栓销量较 2018 年减少 6.67%，平均单价较 2018 年下降 1.71%。（3）报告期内，发行人异形连接件产品销量总体呈下降趋势，但平均单价以及收入呈上升趋势，主要原因系产品结构变化所致。报告期内，单价较高（5 元以上）的异形连接件产品销量大幅增长，其中高单价、高附加值的拉杆组件销量增长尤为明显。（4）发行人收入确认方法为：客户设置中间仓库的，公司将商品运至指定的中间仓库，客户领用货物出具领用清单后，公司确认收入；客户未设置中间仓库的，内销客户在客户收到货物，签收或验收完成或客户使用产品后通知公司，并与客户核对无误后确认收入；外销客户根据销售合同约定的结算方式确认收入。请发行人：（1）按照下游应用领域（汽车、电子和通信行业），分别披露报告期内各产品的销售金额、销售数量和平均单价；（2）结合下游整车产销量变化、发行人产品所涉及品牌及车型的上市和换代因素、年降产品占比及价格年降情况、新产品占比及价格变化、平均单车耗用数量等情况，进一步量化分析并披露螺钉螺栓销售收入 2018 年上升、2019 年下降、异形连接件产品销量下降但均价提升的原因；（3）披露 2018 年螺钉螺栓单价相对较高的产品具体内容、销售金额和占比变化情况、当期收入占比提升的原因，2018 年应用于家用电器的

螺钉螺栓产品单价上升的原因、单价上涨产品对应的主要销售客户，并量化分析对平均单价影响情况；（4）披露异形连接件各价格区间对应产品主要内容、销售数量、销售单价，单价较高（5元以上）的异形连接件和高单价、高附加值的拉杆组件销售主要客户、对应车型、各车型投产时间，相关销量增加与主要客户及终端客户需求变化是否一致；（5）结合螺钉螺栓和异形连接件产品应用品牌、对应具体车型、各车型生命周期或拟换代时间、平均单车耗用数量等，披露车型换代和更新对发行人持续经营能力的影响；（6）披露报告期内发行人用于新能源车的紧固件、异形连接件产品开发情况，是否已经形成销售，如形成销售收入的，请进一步披露销售金额、平均单价、主要客户、毛利率水平。如未形成销售的，请进一步完善招股说明书有关新能源汽车产品的表述；（7）披露内销客户不同收入确认方式的金额及占比，与同行业可比公司相比收入确认政策是否存在差异及原因。结合典型合同条款，披露境外销售的承运模式、收入确认时点及外部证据。对于客户使用产品后通知公司后确认收入的，说明使用产品的一般期限、对账频率、确认收入相关的外部证据。说明客户设置中间仓的，中间仓管理模式、报告期内中间仓产品的盘点情况，相关产品保管、领用、盘点的内部控制制度是否健全有效。（反馈意见第5条）

（一）按照下游应用领域（汽车、电子和通信行业），分别披露报告期内各产品的销售金额、销售数量和平均单价

按照下游应用领域，报告期内各类产品的销售金额、销售数量和平均单价的具体情况如下：

应用领域	产品分类	2020年1-6月			2019年		
		销售数量 (万件)	销售金额 (万元)	单价 (元/件)	销售数量 (万件)	销售金额 (万元)	单价 (元/件)
汽车	螺钉螺栓	25,824.32	2,868.07	0.1111	63,306.67	7,263.48	0.1147
	异形连接件	2,329.84	6,166.67	2.6468	5,962.34	12,671.95	2.1253
	其他金属件	1,877.00	534.90	0.2850	4,341.22	1,499.57	0.3454
	塑料紧固件	1,871.77	849.54	0.4539	4,905.50	2,214.39	0.4514
	小计	31,902.93	10,419.18	0.3266	78,515.73	23,649.39	0.3012
电子电器	螺钉螺栓	27,967.85	2,264.69	0.0810	57,215.20	4,478.65	0.0783
	异形连接件	242.80	183.98	0.7577	368.45	306.57	0.8321
	其他金属件	736.86	72.47	0.0983	1,916.30	212.27	0.1108

	塑料紧固件	3,483.25	622.35	0.1787	6,839.44	1,248.30	0.1825
	小计	32,430.76	3,143.49	0.0969	66,339.39	6,245.79	0.0941
通信行业	螺钉螺栓	7,601.00	196.03	0.0258	5,103.20	149.05	0.0292
	异形连接件	0.20	0.18	0.8800	1.13	1.11	0.9823
	其他金属件	-	-	-	5.98	3.33	0.5569
	塑料紧固件	499.79	75.42	0.1509	860.79	138.18	0.1605
	小计	8,100.98	271.62	0.0335	5,971.10	291.67	0.0488
合计		72,434.68	13,834.29	0.1910	150,826.22	30,186.85	0.2001

(续上表)

应用领域	产品分类	2018年			2017年		
		销售数量 (万个)	销售金额 (万元)	单价 (元/个)	销售数量 (万个)	销售金额 (万元)	单价 (元/个)
汽车	螺钉螺栓	60,545.75	7,663.95	0.1266	45,326.36	6,514.08	0.1437
	异形连接件	6,220.57	11,584.57	1.8623	7,138.85	10,114.69	1.4169
	其他金属件	4,065.96	1,690.83	0.4159	5,060.09	2,272.55	0.4491
	塑料紧固件	3,668.36	1,196.60	0.3262	2,690.23	768.20	0.2856
	小计	74,500.64	22,135.95	0.2971	60,215.53	19,669.52	0.3267
电子电器	螺钉螺栓	64,641.29	4,949.27	0.0766	73,262.90	4,916.53	0.0671
	异形连接件	484.93	373.26	0.7697	697.85	568.89	0.8152
	其他金属件	2,683.18	345.72	0.1288	2,747.13	318.34	0.1159
	塑料紧固件	7,647.26	1,380.36	0.1805	9,213.02	1,657.08	0.1799
	小计	75,456.66	7,048.61	0.0934	85,920.90	7,460.84	0.0868
通信行业	螺钉螺栓	9,423.14	349.91	0.0371	10,215.10	327.62	0.0321
	异形连接件	-4.14	-1.04	0.2512	13.36	9.49	0.7103
	其他金属件	32.20	13.58	0.4217	8.30	4.16	0.5012
	塑料紧固件	1,731.16	281.84	0.1628	799.23	122.99	0.1539
	小计	11,182.36	644.29	0.0576	11,035.99	464.26	0.0421
合计		161,139.66	29,828.85	0.1851	157,172.41	27,594.63	0.1756

(二) 结合下游整车产销量变化、发行人产品所涉及品牌及车型的上市和换代因素、年降产品占比及价格年降情况、新产品占比及价格变化、平均单车耗用数量等情况，进一步量化分析并披露螺钉螺栓销售收入 2018 年上升、2019 年下降、异形连接件产品销量下降但均价提升的原因

1. 影响公司经营业绩的整体逻辑分析

公司主要通过一级供应商对整车厂供货，经营业绩受到汽车行业整体销量、细分行业发展趋势、市场份额变化等多方面因素影响，分析如下：

(1) 报告期内乘用车产销量变化情况

从下游整车市场的销售情况来看，报告期初的 2017 年国内乘用车销售情况较好，但 2018 年下半年起受消费者信心不足和中美贸易摩擦等多方面因素影响，全年全国乘用车产销量分别下滑 5.15%和 4.08%；2019 年度，受轻型汽车排放标准切换、新能源补贴退坡等影响，全国乘用车整体延续下滑态势，产销量同比分别下降 9.22%和 9.56%，降幅扩大¹，报告期内全国乘用车产销量及其变动情况如下表所示：

单位：万辆

项目	2020 年 1-6 月数量	2019 年		2018 年		2017 年
		数量	增长率	数量	增长率	数量
乘用车产量	775.40	2,136.00	-9.22%	2,352.94	-5.15%	2,480.67
乘用车销量	787.30	2,144.40	-9.56%	2,370.98	-4.08%	2,471.83

注：因 2020 年仅统计了 1-6 月的数据，与 2017-2019 年全年数据不具备可比性，故未列示增长率

(2) 公司产品对应的整车品牌销量变化情况

公司通常作为整车供应商的二级、三级供应商，较少直接对整车厂进行销售，而且部分产品尤其是螺钉螺栓的通用性较强，同种型号的产品可以应用于多种整车品牌及车型，因此无法准确将螺钉螺栓产品与整车品牌及车型对应。由于螺钉螺栓的标准化程度高，通常不会随着车型换代更新发生变化，因此车型换代更新带来的影响较小。

通过对公司业务人员及客户的访谈、网络查阅公开信息等方式，综合了解到公司主要产品对应的下游整车厂的主要品牌和具体应用模块情况如下：

产品分类	主要汽车应用品牌	应用模块
螺钉螺栓	上汽大众、一汽大众、上汽通用、上汽乘用车	汽车车灯与内外饰系统
	长城汽车	动力系统
异形连接件	上汽大众、一汽大众	动力系统EA211平台、换挡拉索系统
	长城	动力系统

上述品牌中合资/国产车在报告期内的销量情况如下：

¹ 数据来源：中国汽车工业协会

单位：万辆

品牌	2020年1-6月综合销量	2019年		2018年		2017年综合销量
		综合销量	增长率	综合销量	增长率	
上汽大众	57.74	200.18	-3.07%	206.51	0.10%	206.31
其中：1.4T	18.17	58.59	36.27%	43.00	28.55%	33.45
上汽通用	55.62	160.01	-18.76%	196.96	-1.45%	199.87
一汽大众	84.44	204.62	0.45%	203.70	4.08%	195.72
其中：1.4T	31.23	60.94	20.11%	50.74	11.61%	45.46
上汽乘用车	25.28	69.56	-4.58%	72.90	39.65%	52.20
长城	29.92	91.15	-0.39%	91.50	-3.71%	95.03
全国乘用车量	787.30	2,144.40	-9.56%	2,370.98	-4.08%	2,471.83

注：上述数据来源于中国汽车工业协会及CPCA。因2020年仅统计了1-6月的数据，与2017-2019年全年数据不具备可比性，故未列示增长率

由上表可见，2018年全国乘用车销量下滑4.08%，但公司产品对应的主要汽车品牌总体销量表现优于全国乘用车平均水平，因此2018年公司受整车市场环境的影响相对较小。2019年全国乘用车销量下滑9.56%，较2018年下滑趋势进一步扩大，公司产品对应的主要汽车品牌总体销量情况受宏观市场环境的影响呈现下滑态势，2019年公司产品销量随之存在一定程度的下滑。

(3) 细分行业发展趋势对公司的影响

公司的异形连接件产品主要应用于汽车动力系统涡轮增压器、排气系统、换挡驻车控制系统等模块中关键零部件的紧固与连接，其中用于汽车动力系统涡轮增压器的异形连接件是公司的主力产品。

涡轮增压技术是目前最经济有效的节能减排技术，根据东兴证券2019年的研究数据，涡轮增压器受益于全球节能减排的趋势，在乘用车中的渗透率还有较大空间，预计市场5年CAGR在10%以上，成为汽车行业中增速较为确定的细分领域之一；根据长城证券研究数据，中国油耗标准加速趋严叠加国五升国六，中国乘用车涡轮增压器渗透率持续提升，2019-2020年大量国六车型倾向于使用小排量涡轮增压发动机来降低油耗和污染物排放，2018年乘用车涡轮增压渗透率约50%，目前已经提升至60%左右。因此，涡轮增压器装载率的变化亦是影响公司业绩的一大因素。

(4) 市场份额变动对公司的影响

公司通过多年积累，成为富奥石川岛、上海菱重、华域视觉、佛吉亚、博世马勒等知名汽车零部件供应商的重要供应商，上述客户为上汽大众、一汽大众、上汽通用、长城汽车等主流整车制造商的一级供应商。凭借优质的产品质量和服务，公司不断深化与知名一级供应商的合作力度，开拓新项目，扩大市场份额，带动业绩增长。

公司的业绩不仅受到公司在客户中市场份额的影响，亦受到公司客户在整车厂中市场份额的影响。

以大众 EA211 1.4T 涡轮增压器为例，该型号涡轮增压器的主要供应商有博格华纳（公司通过锋宏集团向其供货）、富奥石川岛、上海菱重，而公司系富奥石川岛 EA211 1.4T 涡轮增压器拉杆组件的独家供应商。

在 1.4T 发动机更新换代的过程中，电子点火启动逐步替代启动机启动，运用其中的涡轮增压器执行器也相应由机械式启动放气阀技术逐步升级为电子控制启动放气阀技术。由于博格华纳采用的是机械式启动放气阀，受上述更新换代的影响，其生产的涡轮增压器在 EA211 1.4T 项目中份额逐渐减少，转至富奥石川岛及上海菱重，尤其在 2019 年国六排放标准正式实施后，富奥石川岛取得大众 1.4T 涡轮增压器 100% 的供应份额，导致报告期内发行人销量随富奥石川岛市场份额的扩大而增长。此外，不同的涡轮增压器供应商对发行人异形连接件的需求存在差异，生产工艺、产品定价亦有不同，因此即使在涡轮增压器整体份额不变的情况下，上述供应商市场份额的切换亦会对发行人的销售收入造成影响。

综上所述，虽然国内乘用车市场的增速放缓甚至下降，但公司凭借自身稳定的产品质量、新产品开发能力、市场拓展能力、应对客户需要的快速反应能力和持续稳定的供货能力，得到了客户的认可并配套市场畅销的主流车型，不断获得客户的新项目订单，在部分细分产品上增长较快，使公司总体销售收入水平保持稳定。

2. 年降产品占比及价格年降影响

整车供应商对汽车零配件供应商一般有价格年降要求，对于新车型来说，在其生命周期前 3-5 年内，通常会要求供应商有一定幅度的年度降价，年降比例一般为 3%-5%。报告期内，公司年降产品占比及价格年降影响如下：

单位：万元

主要产品	年份	年降产品销售额占同类产品销售额比例	年降比例	年降金额	年降金额占营业收入比例
螺钉螺栓	2018年	45.63%	3.82%	234.24	0.77%
	2019年	52.48%	3.91%	253.96	0.83%
	2020年1-6月	57.09%	3.54%	111.54	0.80%
异形连接件	2018年	78.59%	4.69%	462.22	1.53%
	2019年	79.37%	5.16%	560.15	1.83%
	2020年1-6月	71.80%	3.59%	169.61	1.21%

由上表可见，产品年降对产品单价的变化有较大的影响，但年降金额占营业收入的比例不足3%，对整体销售额影响较小。

3. 新产品情况

报告期内，公司新产品销售情况如下：

单位：万元

主要产品	年份	新产品销售额	销售总额	新产品占营业收入的比例
螺钉螺栓	2018年	486.19	12,963.13	3.75%
	2019年	708.17	11,891.18	5.96%
	2020年1-6月	111.76	5,328.79	2.10%
异形连接件	2018年	717.24	11,956.79	6.00%
	2019年	993.03	12,979.63	7.65%
	2020年1-6月	181.14	6,350.83	2.85%

在整车市场行情下滑的大环境下，公司积极开拓新客户、研发新产品，一定程度上抵御了部分客户需求下降带来的不利影响，保持了业绩的稳定性。

4. 单车耗用数量

根据前瞻产业研究院统计，汽车紧固件的需求约占整个紧固件行业总销量的23%左右，行业占比最高。据统计，一辆轻型车或乘用车需紧固件约580种规格、50kg、5,000件左右；而一辆中型或重卡商用车需紧固件约5,710件、质量90kg。单车紧固件的耗用数量较多，使用量变化较为稳定。公司产品体系完善，可应用于汽车发动机涡轮增压系统，换挡驻车控制系统，汽车排气系统，汽车座椅、车灯与后视镜等内外饰系统的汽车关键零部件的连接、紧固。

5. 具体情况量化分析

(1) 螺钉螺栓收入波动分析

2017-2019 年，公司螺钉螺栓主要客户的销售额变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年		2018 年		2017 年
	销售收入	收入变动	销售收入	收入变动	销售收入
科友贸易	2,322.55	-461.50	2,784.05	350.92	2,433.13
华域视觉	1,704.20	40.08	1,664.12	561.50	1,102.62
东芝开利空调(中国)有限公司	704.65	89.27	615.38	133.51	481.87
上海马陆日用友捷汽车电气有限公司	681.77	150.52	531.26	88.35	442.91
博世马勒	443.29	-84.72	528.01	342.37	185.64
小计	5,856.46	-266.36	6,122.82	1,476.65	4,646.17
螺钉螺栓销售收入	11,891.18	-1,071.95	12,963.13	1,204.90	11,758.23

由上表可以看出，2018 年螺钉螺栓销售收入的增长受主要客户收入变动的影响较大；2019 年，主要客户收入的变动对螺钉螺栓产品销售收入下降的影响相对较小，具体分析如下：

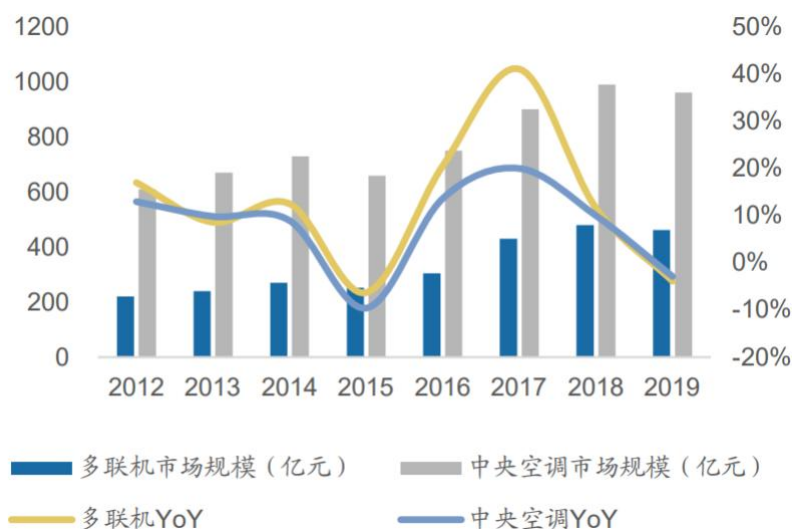
1) 主要客户对螺钉螺栓收入波动的影响分析

2018 年和 2019 年，螺钉螺栓主要客户的销售收入受科友贸易、华域视觉和博世马勒销售变动的影响较大。

① 公司对科友贸易的销售

2017-2019 年，公司对科友贸易的螺钉螺栓收入分别为 2,433.13 万元、2,784.05 万元和 2,322.55 万元，主要应用于大金空调。

2012 年-2019 年，中央空调市场及多联机市场规模变动如下图所示：



数据来源：暖通空调资讯，广发证券研究报告《中央空调专题（二）》

由上图可见，2017-2019年，中央空调以及细分多联机的市场规模均呈现先增后降的趋势，报告期内，大金空调在多联机中的市场份额保持在22%-23%左右，相对稳定，因此公司对科友贸易的销售金额随中央空调整体市场需求的波动而波动，亦呈现先增后降趋势。

② 公司对华域视觉的销售

2017-2019年，公司对华域视觉的螺钉螺栓收入分别为1,102.62万元、1,664.12万元和1,704.20万元，主要应用于汽车视觉系统，其配套客户主要为上汽大众、上汽通用、一汽大众、上汽乘用车等。2017-2019年，华域视觉主要配套客户的销量在汽车环境整体下滑的情况下，呈现先增后降的趋势，总体表现优于全国乘用车平均销量水平。随着公司与华域视觉合作关系的不断深入与稳固，公司在华域视觉同类产品中采购份额不断增长。2017-2019年，公司螺钉螺栓产品对华域视觉的销量分别为2.22亿件、3.37亿件和3.44亿件，销量增加导致公司对华域视觉的销售逐年增长。

③ 公司对博世马勒的销售

2017-2019年，公司对博世马勒的螺钉螺栓收入分别为185.64万元、528.01万元和443.29万元，主要应用于汽车涡轮增压系统，对应的整车品牌及车型为长城汽车旗下1.5T系列所有车型。虽然2018年长城汽车的整体销量较上年同期下滑1.60%，但公司通过博世马勒参与的长城汽车EB03项目于2018年进入量产阶段，导致2018年公司对博世马勒螺钉螺栓的销售收入较2017年增长342.38万元。

2) 其他客户对螺钉螺栓2019年销售收入的进一步影响分析

2019年，螺钉螺栓的销售收入较2018年减少1,071.95万元，上述主要客户销售收入合计减少266.36万元。其中，除科友贸易外，其余客户销售下滑不明显，甚至有所增长，主要受客户的市场份额与公司在客户中供应份额变化的影响。

2019年，中国汽车市场继续延续下滑态势。虽然公司的销量情况不完全由整车市场决定，但2019年整车市场行情的持续低迷，对通用化相对较强的螺钉螺栓仍然产生了一定程度的影响。

2019年，除螺钉螺栓主要客户外，公司对其他客户销售螺钉螺栓的销量由2018年的47,670.57万件下降至2019年的45,107.79万件，降幅5.38%，与汽

车行业整体环境相符。

综合上述分析，2018 年虽然汽车整车市场行情下滑，但公司受空调市场整体行情变动、主要客户对公司螺钉螺栓需求增长的影响，收入上涨，具备合理性；2019 年空调市场规模缩减、整车市场行情持续下滑，公司螺钉螺栓收入下降符合宏观环境。

(2) 异形连接件

2017-2019 年，异形连接件产品的销售收入、销量及平均单价情况如下：

项目	2019 年	2018 年	2017 年
销售收入（万元）	12,979.63	11,956.79	10,693.07
销量（万个）	6,331.92	6,701.36	7,850.06
平均单价（元/个）	2.05	1.78	1.36

2017-2019 年，异形连接件产品销量呈逐年下滑趋势，但平均单价和销售收入呈增长趋势，主要受应用于涡轮增压系统的产品影响较大。根据前述经营逻辑的分析可知，受大众 EA211 1.4T 涡轮增压器供应商份额切换的影响，2017-2019 年，富奥石川岛的供应份额逐年增长，公司作为其拉杆组件的独家供应商，拉杆组件的销量亦随之增长。相对于应用在博格华纳涡轮增压器上的拉杆，公司销售给富奥石川岛的配套新一代电子控制启动放气阀涡轮增压器的拉杆组件技术要求较高、工艺较复杂，因此单价较高（约 40 元/件），销量从 2017 年的 10.47 万件增长至 2019 年的 98.29 万件，进而拉高了异形连接件的平均单价，提升了异形连接件的销售收入。

(三) 披露 2018 年螺钉螺栓单价相对较高的产品具体内容、销售金额和占比变化情况、当期收入占比提升的原因，2018 年应用于家用电器的螺钉螺栓产品单价上升的原因、单价上涨产品对应的主要销售客户，并量化分析对平均单价影响情况；

1. 2018 年螺钉螺栓单价相对较高的产品具体内容、销售金额和占比变化情况、当期收入占比提升的原因

根据不同的应用模块划分，2017、2018 年公司螺栓螺钉销售情况如下：

应用模块	2018 年				2017 年			
	销量 (万件)	销售额 (万元)	单价 (元/件)	占比	销量 (万件)	销售额 (万元)	单价 (元/件)	占比

家用电器	64,641.29	4,949.27	0.0766	38.18%	73,262.90	4,916.53	0.0671	41.81%
汽车视觉系统	43,895.87	2,433.40	0.0554	18.77%	29,490.82	1,645.03	0.0558	13.99%
汽车内外饰品	7,600.95	1,635.38	0.2152	12.62%	7,362.42	1,624.59	0.2207	13.82%
涡轮增压系统	2,369.40	1,011.24	0.4268	7.80%	1,823.28	615.85	0.3378	5.24%
其他	16,102.67	2,933.84	0.1822	22.63%	16,864.93	2,956.23	0.1753	25.14%
合计	134,610.18	12,963.13	0.0963	100.00%	128,804.36	11,758.23	0.0913	100.00%

由上表可知，公司螺钉螺栓产品中，应用于涡轮增压系统的产品单价相对较高，平均单价在 0.3-0.4 元/件。

应用于涡轮增压系统的螺钉螺栓产品销售变动情况如下：

项目	2018 年	2017 年	变动额	变动率
销售额（万元）	1,011.24	615.85	395.39	64.20%
占螺钉螺栓销售额比重	7.80%	5.24%	2.56%	/
销量（万件）	2,369.40	1,823.28	546.12	29.95%
单价（元/件）	0.4268	0.3378	0.089	26.63%

2018 年，应用于涡轮增压的螺钉螺栓销售收入增加 395.39 万元，占螺钉螺栓销售收入的比例较 2017 年增长 2.56%，主要系受特别设计的特殊调节用螺栓在 2018 年销量增长所致。该螺栓产品系特殊功能的调节用螺栓，具备异形功能件的特性，长度超长（190mm），材料为耐热不锈钢，生产工艺复杂，应用于高温场合的连接传动与紧固作用，因此单价远高于一般螺钉螺栓。该产品销量的增加同时导致 2018 年螺钉螺栓的平均单价上涨。

2. 2018 年应用于家用电器的螺钉螺栓产品单价上升的原因、单价上涨产品对应的主要销售客户

2018 年，应用于家用电器的螺钉螺栓产品单价上升主要是销售给科友贸易的产品提价所致。科友贸易与公司的合作始于 2005 年。十多年来，科友贸易作为公司的主要客户，见证了公司业绩规模的不断扩大，双方达成了长期、稳定的合作关系。公司地处上海，随着人工成本的不断增长，原有供货价格难以为继，故公司业务部门与科友贸易积极沟通，并于 2018 年 3 月达成协议，对部分产品上调价格，进而拉高了平均单价。

3. 量化分析上述因素对平均单价的影响情况

2018年螺钉螺栓平均单价上涨主要受应用于涡轮增压的螺钉螺栓销量、平均单价提升以及销售给科友贸易的螺钉螺栓销量增加影响，具体分析如下：

(1) 应用于涡轮增压的螺钉螺栓 2018 年销量占比及平均单价的变化对螺钉螺栓产品整体平均单价的影响情况如下：

单位：元/件

项目	2018 年	2017 年	变动	对螺钉螺栓平均单价的影响	合计影响
销量占比	1.76%	1.42%	0.34%	0.0015	0.0027
销售单价	0.4268	0.3378	0.0890	0.0012	

注：销售占比变化因素影响=销售占比变动*本期单价；销售单价变化因素影响=单价变动*上期销售占比

由上表可见，2018 年，应用于涡轮增压系统的产品对螺钉螺栓整体平均单价的影响为 0.0027 元/件，其中销量占比的提升导致整体平均单价增长 0.0015 元/件，单位价格的增长导致整体平均单价增长 0.0012 元/件。

(2) 销售给科友贸易的螺钉螺栓销量占比及单价变动对螺钉螺栓整体平均单价影响如下：

单位：元/件

项目	2018 年	2017 年	变动	对螺钉螺栓平均单价的影响	合计影响
销量占比	30.62%	31.82%	-1.20%	-0.0008	0.0018
销售单价	0.0675	0.0594	0.0082	0.0026	

注：销量占比变化因素影响=销量占比变动*本期单价；销售单价变化因素影响=单价变动*上期销售占比

由上表可见，2018 年公司销售至科友贸易的产品对螺钉螺栓整体平均单价的影响为 0.0018 元/件，其中销量占比的下降导致整体平均单价减少 0.0008 元/件，单位价格的增长导致整体平均单价增长 0.0026 元/件。

综合上述分析，2018 年螺钉螺栓产品较 2017 年增长 0.005 元/件，主要受应用于涡轮增压系统的产品销量增长及销售至科友贸易的产品单价提升所致，两项因素对平均单价的合计影响为 0.0045 元/件。

(四) 披露异形连接件各价格区间对应产品主要内容、销售数量、销售单价，单价较高（5 元以上）的异形连接件和高单价、高附加值的拉杆组件销售主要客户、对应车型、各车型投产时间，相关销量增加与主要客户及终端客户需求变

化是否一致；

1. 报告期内，异形连接件各价格区间对应产品的主要内容、销售数量、销售单价

(1) 2017 年

价格区间	销售额占比	主要内容	销售数量 (万件)	销售单价 (元/件)
0-5 元	55.93%	主要应用于大众、克莱斯勒、大发等品牌的换挡拉索；应用于康明斯、霍尼韦尔的涡轮增压	7,424.08	0.81
5-10 元	20.59%	主要应用于大众、通用等品牌的涡轮增压系统；应用于大发的换挡拉索	314.99	6.99
10-30 元	10.30%	主要应用于通用等品牌的涡轮增压系统	77.55	14.21
30 元以上	13.18%	主要应用于大众的涡轮增压系统	33.44	42.16
合计	100.00%		7,850.06	1.36

(2) 2018 年

价格区间	销售额占比	主要内容	销售数量 (万件)	销售单价 (元/件)
0-5 元	43.31%	主要应用于大众、克莱斯勒、大发等品牌的换挡拉索；应用于雪铁龙的汽车排气；应用于康明斯、霍尼韦尔的涡轮增压	6,149.66	0.84
5-10 元	23.62%	主要应用于大众、通用、吉利、长城等品牌的涡轮增压系统；应用于大发的换挡拉索	399.83	7.06
10-30 元	9.78%	主要应用于通用、长城汽车的涡轮增压系统	84.76	13.79
30 元以上	23.29%	主要应用于大众的涡轮增压系统	67.11	41.50
合计	100.00%		6,701.36	1.78

(3) 2019 年

价格区间	销售额占比	主要内容	销售数量 (万件)	销售单价 (元/件)
0-5 元	37.65%	主要应用于大众、克莱斯勒的换挡拉索；应用于雪铁龙、大众、福特的汽车排气；应用于康明斯、霍尼韦尔的涡轮增压	5,727.04	0.85
5-10 元	23.62%	主要应用于大众、通用的涡轮增压；应用于大发的换挡拉索	448.17	6.84
10-30 元	5.29%	主要应用于长城的涡轮增压	50.78	13.52
30 元以上	33.44%	主要应用于大众的涡轮增压	105.93	40.97
合计	100.00%		6,331.92	2.05

(4) 2020 年 1-6 月

价格区间	销售额占比	主要内容	销售数量 (万件)	销售单价 (元/件)
0-5 元	34.34%	主要应用于大众通用的换挡拉索；应用于大众的汽车排气；应用于康明斯、霍尼韦尔的涡轮增压	2,292.14	0.95
5-10 元	19.59%	主要应用于大众通用的涡轮增压	186.87	6.66
10-30 元	5.47%	主要应用于长城的涡轮增压	28.80	12.06
30 元以上	40.60%	主要应用于大众的涡轮增压	65.03	39.65

合计	100.00%		2,572.84	2.47
----	---------	--	----------	------

由上表可见，报告期内，单价较高（5元以上）的异形连接件产品销售收入占比分别为44.07%、56.69%、62.35%和65.66%，呈逐年增长趋势。

2. 单价较高（5元以上）的异形连接件和高单价、高附加值的拉杆组件销售主要客户、对应车型、各车型投产时间，相关销量增加与主要客户及终端客户需求变化是否一致

报告期内，单价较高的异形连接件销售的主要客户列示如下：

客户名称	对应的主要品牌及车型	主要价格区间
上海菱重增压器有限公司	大众 EA211 1.4T 发动机对应的所有车型	30元以上
	通用 C10T 发动机对应的所有车型	5-10元
	长城 1.5T 发动机对应的所有车型	10-30元
锋宏集团	大众 EA211 1.4T 发动机对应的所有车型	5-10元
富奥石川岛	大众 EA211 1.4T 发动机对应的所有车型	30元以上

由上述分析可见，报告期内，单价在30元以上的异形连接件产品对应的主要客户为富奥石川岛，销量大幅增加主要受大众集团涡轮增压器转载率提升以及大众 EA211 1.4T 涡轮增压器供应商份额切换的影响。

报告期内，一汽大众、上汽大众 1.4T 对应车型的销量合计数、富奥石川岛的营业收入以及公司对富奥石川岛的销售收入变动情况如下所示：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
一汽大众及上汽大众 1.4T 销量 (万辆)	49.40	119.53	93.74	78.91
富奥石川岛营业收入 (万元)	191,666.87	390,761.33	296,862.18	254,557.95
公司对富奥石川岛连接杆组件 的销量(万件)	59.90	98.29	40.14	10.47
公司对富奥石川岛的销售金额 (万元)	2,650.17	4,304.68	1,761.61	583.49

注：一汽大众及上汽大众 1.4T 对应车型销量来源于 CPCA；富奥石川岛营业收入数据来源于富奥汽车（000030.SZ）披露的年度报告；此处“富奥石川岛”仅包括“长春富奥石川岛增压器有限公司”

由上表可以看出，单价较高的异形连接件销量增长与主要客户及对应的终端客户需求变化一致。

(五) 结合螺钉螺栓和异形连接件产品应用品牌、对应具体车型、各车型生命周期或拟换代时间、平均单车耗用数量等，披露车型换代和更新对发行人持续经营能力的影响；

公司的螺钉螺栓类产品通用性、标准化程度较高。螺钉螺栓类型繁多，结合不同强度等级以及不同的尺寸、表面处理、色泽等，会衍生出大量紧固件型号，增加汽车总装的复杂程度，提高误装、错装几率。同时，因种类及尺寸强度等级不同，还会大幅增加扭矩的种类，使工具的布置管理复杂化。另外，多种类、小批量的紧固件也会增加制造成本。因此，整车厂对这类紧固件实行标准化管理，设计选型时尽量选择标准紧固件、满足一定通用性，这就使得同种型号的螺钉螺栓可以应用于多种整车品牌及车型。

由于螺钉螺栓等标准紧固件的通用性较强，而且公司主要通过一级供应商向整车厂供货，较少直接对整车厂销售。因此，无法准确将螺钉螺栓产品与整车品牌及车型进行对应。由于螺钉螺栓的标准化程度高，通常不会随着车型换代更新发生变化，因此车型换代更新带来的影响较小。

对于异形连接件，由于汽车动力系统涡轮增压器对零部件的定制化程度高，因此可获取其配套的涡轮增压器及相应的汽车发动机型号，并由此可知对应的下游整车品牌和车型。但是车型换代更新对公司产品无直接影响，因为公司产品直接配套发动机涡轮增压器，与发动机更新换代直接相关，而发动机由于研发投入大、周期长，其更新换代周期通常慢于车型更新换代周期。汽车行业尤其是发动机系统零部件进入门槛较高、验收周期较长，公司凭借长期技术积累，成为涡轮增压器用拉杆组件产品的重要供应商，与涡轮增压器主流供应商保持了稳定的合作关系。

综上所述，车型换代和更新对公司持续经营能力影响较小。

(六) 披露报告期内发行人用于新能源车的紧固件、异形连接件产品开发情况，是否已经形成销售，如形成销售收入的，请进一步披露销售金额、平均单价、主要客户、毛利率水平。如未形成销售的，请进一步完善招股说明书有关新能源汽车产品的表述；

公司紧跟新能源汽车的发展趋势，积极开发新能源客户及应用于新能源车的紧固件产品，并申请取得 2 项实用新型专利。报告期内，公司应用于新能源汽车的紧固件已形成销售，销售金额分别为 102.47 万元、224.84 万元、240.64 万元

和 158.96 万元，销售规模总体较小。目前，已形成销售收入的金属紧固件产品主要为应用于新能源汽车的电控逆变器与电机、汽车底盘焊接，对应的客户主要为法雷奥西门子和上海镁镁合金压铸有限公司，终端客户为长城和蔚来等；已形成销售收入的塑料紧固件产品主要为应用于新能源汽车的动力总成系统，对应的客户主要为上海汽车空调配件有限公司、常州腾龙汽车零部件股份有限公司，终端客户为上汽、通用等。目前，公司仍在积极开发新能源项目，较多处于开发阶段，少量进入试产阶段。报告期内，新能源产品销售情况如下：

年份	销售金额（万元）	平均单价（元/件）	毛利率
2017 年	102.47	0.78	35.75%
2018 年	224.84	0.52	32.58%
2019 年	240.64	0.69	28.50%
2020 年 1-6 月	158.96	0.72	27.67%

（七）披露内销客户不同收入确认方式的金额及占比，与同行业可比公司相比收入确认政策是否存在差异及原因。结合典型合同条款，披露境外销售的承运模式、收入确认时点及外部证据。对于客户使用产品后通知公司后确认收入的，说明使用产品的一般期限、对账频率、确认收入相关的外部证据。说明客户设置中间仓的，中间仓管理模式、报告期内中间仓产品的盘点情况，相关产品保管、领用、盘点的内部控制制度是否健全有效。

1. 披露内销客户不同收入确认方式的金额及占比，与同行业可比公司相比收入确认政策是否存在差异及原因

报告期内，公司内销客户不同收入确认方式的金额及占比情况如下：

单位：万元

收入确认类型	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
中间仓	1,733.34	13.81%	4,943.54	18.08%	5,509.44	20.08%	5,468.19	21.69%
非中间仓	10,814.52	86.19%	22,398.10	81.92%	21,922.62	79.92%	19,742.69	78.31%
其中：签收/验收并对账	10,565.87	84.20%	22,291.17	81.53%	21,548.86	78.55%	19,706.61	78.17%
其中：使用后结算	248.65	1.98%	106.93	0.39%	373.76	1.36%	36.08	0.14%
合计	12,547.86	100.00%	27,341.64	100.00%	27,432.06	100.00%	25,210.88	100.00%

由上表可见，公司内销收入主要区分为是否设立中间仓、客户收到产品后确认或使用产品后确认，其中签收/验收确认系最主要的收入确认方式。

公司内销收入确认政策与同行业上市公司比较情况如下所示：

公司名称	销售类型	收入确认政策
浙江长华	客户使用产品后 确认收入	公司根据客户的要求将产品运送至客户指定的地点，客户使用产品后以后通知公司，公司确认销售收入。
	客户收到产品后 确认收入	公司根据客户的要求将产品运送至客户指定的地点，经客户验收确认后，公司确认销售收入。
泉峰汽车	寄售	将商品运抵国内的寄售仓且由买方按需使用时通知泉峰汽车确认货物领用时确认入。
	签收	将商品运至约定交货地点时确认收入。
	自提	工厂交货，在其所在地或其他指定地点将货物交由买方处置时确认收入。
华培动力	中间仓	采用中间仓的，公司将产品运送至指定的中间仓，客户领用产品出具领用清单后公司确认收入。
	签收	公司将产品运送至指定收货地点，客户验收后确认收入。
瑞玛工业	对账、签收	在客户收到货物并经客户确认后确认收入。其中：采用对账确认的客户在产品发出并与客户对账后确认收入；其他客户在产品发出并取得签收单据后确认收入。
	验收	在公司开发的模具经过客户认可，并取得客户确认文件时确认收入。
公司	有中间仓	客户设置有中间仓库的，公司将商品运至指定的中间仓库，客户领用货物出具清单后，公司确认收入。
	无中间仓	签收确认：在客户收到货物，签收或验收完成后通知公司对账确认；使用确认：客户使用产品后与公司核对账确认。

由上表可见，公司内销收入确认政策与同行业可比公司一致，不存在差异。

2. 结合典型合同条款，披露境外销售的承运模式、收入确认时点及外部证据

报告期内，公司主要境外客户为日本三菱、佛吉亚和德韧，其中佛吉亚和德韧系全球集团公司，其位于不同国家和地区分支机构采用的承运模式不尽相同。公司与上述境外客户相关约定情况如下：

(1) 日本三菱：公司与其于 2012 年 3 月签订的《买卖合同书 质量保证协议书》中第 9 条约定“本合同的交货条件为 CIF”；

(2) 佛吉亚：公司与佛吉亚集团于 2015 年 1 月签订了框架协议，协议约定以 DDP 方式交货。该条款在实际执行中，并不适用于佛吉亚集团内的所有公司，公司与佛吉亚不同主体一般在签订项目定点函时，约定交货方式。根据获取的公司与客户签订的项目定点函，佛吉亚主要采用 DAP 交货方式；

(3) 德韧：公司与其未签订框架协议，一般在订单中按照国际贸易术语约定交货条件，公司目前与德韧各家主体在订单中约定的交货方式主要为 FOB。

根据不同的贸易条款规定，公司境外销售的主要承运模式及收入确认方式如下：

① FOB、CIF 贸易模式：公司将货物装船离岸并完成报关手续后，货物的主要风险报酬转移给客户，公司在取得货物出口报关单和货运提单时确认收入；

② DAP 贸易模式：公司将货物装船离岸并完成报关手续后，在约定的日期或交货期内，将货物交给指定中间仓，待客户从中间仓领用货物后，向公司发送领料确认单，公司根据客户领料确认单确认收入。

3. 对于客户使用产品后通知公司后确认收入的，说明使用产品的一般期限、对账频率、确认收入相关的外部证据

客户使用产品后通知公司后确认收入的，通常产品自公司发货后 1-3 个月左右使用完毕，华域视觉使用产品的期限相对较长，但一般不长于半年。公司与客户按照合同约定，一般每月对账一次，通过邮件、纸质等形式的对账单或登录客户自有结算系统进行确认。确认收入相关的外部证据主要包括：订单、客户领料单、对账单等。

4. 说明客户设置中间仓的，中间仓管理模式、报告期内中间仓产品的盘点情况，相关产品保管、领用、盘点的内部控制制度是否健全有效

公司对于中间仓的管理模式如下：

(1) 出库管理：公司根据客户需求，将产品送至客户指定仓库，同时签收相关单据，ERP 系统以借出或调拨的方式录入对应的出货数量并转入中间仓库库位；中间仓负责人员根据送货单对实物的数量、型号进行清点，经核对无误后办理入库；

(2) 客户领用管理：当客户生产线需要使用时，开具相应的领料单或出库单进行领料，同时会将领料相关信息以邮件的形式发送给公司对应的业务人员。客户将领料数量汇总表发给相应业务人员进行对帐，业务人员确认无误后提交财务审核。财务人员将对应的产品数量进行立帐开票，由中间仓转入正常销货；

(3) 中间仓日常保管：位于中间仓的存货平时由公司委托中间仓进行管理，中间仓负责人定期对结存情况进行盘点，并将盘点情况反馈给公司；公司每年对主要中间仓采取现场盘点，查看存放情况，及是否存在重大不符。

报告期内中间仓产品的盘点情况如下：公司于每年度对各主要中间仓进行了盘点，盘点结果与账面中间仓的存货数量不存在重大异常差异。

综上所述，公司相关产品保管、领用、盘点的内部控制制度健全有效。

（八）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）我们访谈了公司管理层、行业内专业人士，查阅了乘用车及主要品牌的销量情况以及相关研究报告，结合整车市场环境、公司业务的实际情况对公司螺钉螺栓及异形连接件收入波动的合理性进行核查；

（2）访谈了公司管理层，了解 2018 年螺钉螺栓产品结构变化及具体产品单价变化原因，对螺钉螺栓产品单价变动情况进行分析复核；

（3）访谈了公司管理层，了解各价格区间异形连接件的主要内容、对应品牌及销售变化情况，查阅了公开数据，了解主要产品对应的终端品牌销售变动情况，分析高单价产品销量增长与客户及终端客户需求变动的匹配性；

（4）访谈了公司管理层、行业内专业人士，了解车型更新换代对公司持续经营能力的影响；

（5）取得了公司用于新能源汽车的产品销售明细，访谈公司管理层用于新能源汽车的产品开发情况、销售情况及主要的客户和终端客户；

（6）核查公司内销收入确认是否符合企业会计准则规定，与同行业可比公司是否存在差异；检查公司销售合同，对主要客户进行访谈，了解关于商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方的相关约定；对公司管理层进行访谈，了解公司不同内销模式下收入确认的具体政策，包括但不限于收入确认的具体时点、收入确认获取的必要单据。

（7）检查了公司与主要境外客户的框架合同/订单，对主要境外客户进行访谈，了解境外承运方式的相关约定，获取不同承运模式下收入确认获取的必要单据；核查了公司报告期内主要客户的销售记录，包括订单、出库单、对账单、出口报关单、货运提单、领料单、收款单等原始文件和凭证。

（8）获取了公司中间仓管理制度，报告期各期末公司对中间仓的盘点记录，对中间仓库存情况实施函证程序，核查公司相关产品保管、领用、盘点的内部控制制度健全有效。

2. 核查结论

(1) 2017-2019 年，公司螺钉螺栓、异形功能件产品收入波动主要受乘用车市场及空调市场整体行情、公司客户的市场份额变化及公司在客户同类产品采购份额变化的影响，收入波动具备合理性；

(2) 2018 年螺钉螺栓平均单价的增长主要受应用于涡轮增压系统的产品销售增长及公司对科友贸易部分产品提价的影响；

(3) 2017-2019 年，单价较高的异形连接件销量增加，主要系受涡轮增压器装载率提升及大众 EA211 1.4T 涡轮增压器供应商份额切换的影响，与公司主要客户、终端客户需求变动相匹配；

(4) 车型换代和更新对公司持续经营能力影响较小；

(5) 公司用于新能源车的紧固件、异形连接件产品项目部分已量产、部分处于开发和试生产阶段，报告期内用于新能源车的产品已形成少量销售；

(6) 公司内外销收入确认政策与同行业可比公司一致，不存在差异；中间仓产品保管、领用、盘点的内部控制制度健全有效。

三、关于前五大客户

据招股说明书披露：（1）发行人对汽车行业客户主要采取直销方式，对部分电器、通信行业客户采取经销方式。发行人汽车行业客户以知名一级供应商为主，如富奥石川岛、华域视觉、盖瑞特、博世、佛吉亚、麦格纳、法雷奥、海拉、安道拓、德韧、上海菱重、宁波丰沃、博马科技、法雷奥西门子等。在电子电器、通信行业，发行人产品主要应用于家用电器和通信基站天线，终端客户有大金空调、松下、夏普、东芝、雷勃电气、爱立信等知名企业。此外，发行人终端 OEM 为大众、通用、吉利、长城、日产、广汽菲克、蔚来等整车生产供应商。（2）报告期内发行人前五大客户销售收入占比为 40.01%、40.44% 和 42.31%，其中佛吉亚为 2019 年新增前五大客户、富奥石川岛为 2018 年新增前五大客户，报告期内发行人对富奥石川岛的销售收入增长较快。（3）2019 年，锋宏集团未进入发行人前五大客户，发行人向锋宏集团销售的具体对象为锋宏海力汽车技术（昆山）有限公司、锋宏机械工业（昆山）有限公司、昆山昆聚精密模具有限公司。请发行人：（1）披露报告期内发行人向招股说明书所述知名一级供应商和电子电器、通信行业的知名企业的销售金额、占比、合作历史、

获取业务方式、签订合同的有效期限、续约条件，与前述客户合作的稳定性和业务持续性是否存在重大风险。披露发行人与“终端 OEM”客户合作模式的具体内容，报告期内销售金额和占比；（2）结合发行人产品在主要客户的供应商体系中的定位、发行人向上述客户销售金额占客户同类业务采购比例等，进一步分析并披露发行人在行业中的竞争地位；（3）披露报告期内发行人对富奥石川岛的销售收入增长较快的原因、与富奥石川岛需求变化是否一致，与下游整车行业变动趋势不一致的原因及合理性；（4）披露发行人向锋宏集团销售产品内容、对应终端客户和主要车型情况，2019 年向锋宏集团销售收入下降较多的原因，向昆山昆聚精密模具有限公司销售的产品构成、销售金额、向其进行销售的原因；（5）按照业务种类列示报告期各期客户的数量，并对客户按适当的销售金额标准进行分层，列示不同层级的客户数量、收入金额及占比；各期新增客户数量、收入、占比，终止合作客户数量、终止合作前一年收入及占比；（6）结合东北地区客户开拓情况，分析并披露报告期内东北地区销售增速较快的原因。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第 6 条）

（一）披露报告期内发行人向招股说明书所述知名一级供应商和电子电器、通信行业的知名企业的销售金额、占比、合作历史、获取业务方式、签订合同的有效期限、续约条件，与前述客户合作的稳定性和业务持续性是否存在重大风险。披露发行人与“终端 OEM”客户合作模式的具体内容，报告期内销售金额和占比。

1. 报告期内，公司与知名一级供应商和电子电器、通信行业的知名企业的合作情况，合作的稳定性和业务持续性是否存在重大风险

报告期内，公司向知名一级汽车供应商的销售金额、占营业收入的比例、合作历史、业务获取方式、合同签订情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年		合作起始年份	业务获取方式	合同有效期
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比			
1	富奥石川岛	2,658.36	19.02%	4,313.55	14.07%	1,762.51	5.83%	591.76	2.13%	2013年	大众MQB平台自主开拓	2019.04.10-2020.04.09，合同期满前90天双方未提出异议则自动延长1年，最长期限不超过3年
2	上海菱重	528.40	3.78%	2,103.78	6.86%	3,215.36	10.63%	2,868.65	10.32%	2012年	大众MQB平台自主开拓	2020.01.01起生效，无固定期限
3	华域视觉	663.64	4.75%	1,812.77	5.91%	1,845.28	6.10%	1,497.82	5.39%	2012年	自主开拓	2018.07起生效，有效期2年。到期后，如无重大项目变更，可延长两次有效期，每延长一次也是2年
4	佛吉亚	803.84	5.75%	1,480.05	4.83%	884.73	2.92%	409.97	1.48%	2013年	同行业介绍自主开拓	2015.01.04生效，无固定期限
5	德昶	241.84	1.73%	788.67	2.57%	989.77	3.27%	1,225.90	4.41%	2012年	自主开拓	订单合同，无框架协议
6	宁波丰沃	244.82	1.75%	100.33	0.33%	350.72	1.16%	-	-	2017年	自主开拓	2017.01.01-2020.12.31
7	法雷奥	254.62	1.82%	351.38	1.15%	153.09	0.51%	116.44	0.42%	2013年	自主开拓	2016.05.07，尼桑项目合同，无固定期限
8	博马科技	137.45	0.98%	589.53	1.92%	809.92	2.68%	275.80	0.99%	2014年	自主开拓	2014.07.08生效，无固定期限
9	博世	117.09	0.84%	384.10	1.25%	469.23	1.55%	405.42	1.46%	2012年	自主开拓	2012.12.11生效，无固定期限
10	盖瑞特	1.63	0.01%	-	-	-	-	-	-	2020年	自主开拓	2020.04.03-2025.04.01
11	麦格纳	59.89	0.43%	333.97	1.09%	701.02	2.32%	1,156.50	4.16%	2011年	自主开拓	2014年5月生效，在有关主机厂汽车项目的生产期限内有效
12	法雷奥西门子	6.33	0.05%	14.88	0.05%	34.47	0.11%	17.44	0.06%	2016年	自主开拓	2019.06.18生效，无固定期限

13	海拉	19.69	0.14%	1.54	0.01%	11.44	0.04%	11.50	0.04%	2014年	自主开拓	2014.08.05生效， 无固定期限
14	安道拓	48.01	0.34%	168.18	0.55%	164.91	0.55%	207.80	0.75%	2010年	自主开拓	2019.08.27生效， 无固定期限

注：报告期各期销售金额以同一控制下企业合并披露。合并口径下包含多家合同主体的，合同有效期以与集团或销售金额最大的一家签订的最新的合同进行披露

报告期内，公司对电子电器、通讯行业知名企业的销售金额、占营业收入的比例、合作历史、业务获取方式、合同签订情况如下表所示：

单位：万元

序号	品牌	对应的 主要客户 名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年		合作起始 年份	业务获 取方式	合同有效期
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比			
1	大金 空调	科友贸易 <small>注1</small>	1,592.99	11.40%	2,929.32	9.56%	3,345.49	11.06%	2,780.93	10.01%	2005年	自主 开拓	2012.11.30-2013.01.01，合同期 满前90天双方未提出异议则自动 延长1年，以后亦同
2	松下	松下电器	184.91 <small>注2</small>	1.32%	390.21	1.27%	307.52	1.02%	308.02	1.11%	2012年	自主 开拓	2015.08.01-2016.07.31， 合同有效期届满前3个月内，双方 未提出异议则自动顺延1年，以后 亦同
		上海三协	147.50	1.06%	383.13	1.25%	506.39	1.67%	618.68	2.23%	2004年	自主 开拓	2017.01.01-2017.12.31， 合同有效期届满前2个月内，双方 未提出异议则自动顺延1年，以后 亦同
3	夏普 电视	富士康/ 夏普 <small>注3</small>	263.17	1.88%	595.15	1.94%	551.65	1.82%	203.49	0.73%	2017年	自主 开拓	订单合同，无框架协议
		利通电子 等夏普一 级供应商	36.47	0.26%	192.46	0.63%	173.85	0.57%	42.46	0.15%	-	夏普 指定	-
		上海森下	39.49	0.28%	175.84	0.57%	410.98	1.36%	1,382.65	4.97%	2003年	自主	2012.01.01-2012.12.31，合同有

											/2012年 注4	开拓	效期届满前2个月内，双方未提出异议则自动顺延1年，以后亦同
4	东芝	东芝开利	394.82	2.83%	733.99	2.39%	758.07	2.51%	612.60	2.20%	2013年	自主开拓	2016.01.01-2016.12.31，合同有效期届满前1个月内，双方未提出异议则自动顺延1年，以后亦同
5	雷勃电气	雷勃电气	269.22	1.93%	502.43	1.64%	718.13	2.37%	738.17	2.66%	2005年	自主开拓	订单合同，无框架协议
6	爱立信	艾维尼尔森	194.40	1.39%	141.16	0.46%	241.37	0.80%	205.92	0.74%	2012年	自主开拓	2012.10.10-2013.10.09，合同有效期届满前30日内，双方未提出异议则自动顺延12个月，以后亦同

注1：此处仅列示公司向科友贸易销售的最终用于大金空调的产品对应的营业收入

注2：此处包含公司对松下电器指定经销商上海卓尹贸易有限公司的营业收入

注3：此处仅列示公司向富士康/夏普销售的最终用于夏普电视的产品对应的营业收入

注4：上海森下与公司的合作时间为2003年，与子公司上海易扣的合作时间为2012年，表格所列金额为公司与上海易扣向上海森下的合计营业收入；截至本回复出具之日，上海森下主要与子公司上海易扣进行业务合作，故此处仅列示上海森下与上海易扣的合同签订情况

由上述表格可以分析，盖瑞特系公司于2020年达成合作关系的客户，报告期内产生的收入很少。双方签订的合同有效期至2025年4月1日，合同期限较长。截至本回复出具日，盖瑞特的宝马2.0项目及通用项目已处于量产阶段，因此双方合作的稳定性和持续性不存在重大风险。

除此之外，公司与其他知名汽车一级供应商以及电子电器、通讯行业客户保持了长久、良好的合作关系，合作的稳定性和业务的持续性不存在重大风险。

2. 公司与“终端 OEM”客户合作模式的具体内容，报告期内销售金额和占比
报告期内，公司产品对应的终端 OEM 主要为大众、通用、吉利、长城、日产、广汽菲克、蔚来等整车生产供应商，具体合作模式分以下两种：

模式一：公司主要作为二级或三级供应商，最终通过富奥石川岛、上海菱重、华域汽车、宁波丰沃、佛吉亚等国内外知名一级供应商间接提供汽车零部件给整车生产供应商。

模式二：公司亦作为一级供应商，将部分产品直接供货给长城、蔚来、大众等整车生产供应商，但报告期内该模式下的销售金额较少，不到 200 万元。

报告期内，公司通过上述两种模式与终端 OEM 合作的销售金额及占汽车类产品主营业务收入的比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	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
模式一	10,264.70	98.52%	23,479.31	99.28%	22,065.75	99.68%	19,618.12	99.74%
模式二	154.48	1.48%	170.08	0.72%	70.20	0.32%	51.40	0.26%
合计	10,419.18	100.00%	23,649.39	100.00%	22,135.95	100.00%	19,669.52	100.00%

目前，汽车产业链已经形成了由整车制造商控制的“金字塔型”多层级零部件供应体系。整车供应商一般只向一级供应商采购动力总成系统、换挡拉索系统等汽车关键模块，而公司产品为高强度精密紧固件、异形连接件等，主要应用于上述模块内部零件的连接、紧固，因此公司主要通过一级供应商向终端 OEM 供货。

(二) 结合发行人产品在主要客户的供应商体系中的定位、发行人向上述客户销售金额占客户同类业务采购比例等，进一步分析并披露发行人在行业中的竞争地位。

报告期内，公司所处行业为汽车紧固件行业，主要产品为高强度精密紧固件、异形连接件产品，其中汽车类螺钉螺栓产品主要应用于视觉系统、内外饰件及涡轮增压系统，对应的主要客户为华域视觉科技（上海）有限公司、上海马陆日友捷汽车电气有限公司、博马科技（上海）有限责任公司；异形连接件产品主要应用于涡轮增压系统，对应的主要客户为长春富奥石川岛增压器有限公司、上海菱重增压器有限公司、锋宏海力汽车技术（昆山）有限公司、宁波丰沃涡轮增压系统有限公司。

截至本回复出具之日，上述主要客户基本为非上市公司，且暂无公开数据或专业的行业报告统计上述客户对于紧固件及异形连接件产品的采购需求及紧固件行业内主要生产企业的市场份额。但通过根据客户访谈，我们了解到了相关信息，情况如下：

序号	客户名称	客户采购的主要产品	公司销售金额占客户同类业务的采购比例
1	长春富奥石川岛增压器有限公司	大众 1.4T 涡轮增压器用连杆组件	100%
2	上海菱重增压器有限公司	汽车涡轮增压器用阀杆组件、套管	70%
3	锋宏海力汽车技术（昆山）有限公司	汽车涡轮增压器用连杆	90%
4	宁波丰沃涡轮增压系统有限公司	吉利汽车涡轮增压器用连杆、连杆头	80%
5	华域视觉科技（上海）有限公司	汽车视觉系统用螺钉螺栓	60%
6	博马科技（上海）有限责任公司	长城汽车 1.5T 涡轮增压器用螺钉螺栓	70%
7	上海马陆日用友捷汽车电气有限公司	大众汽车内外饰件通用螺钉螺栓	50%

注：上述采购比例系截至访谈时点公司的供应份额

由上表可见，发行人产品在主要客户同类业务的采购比例较高，均在 50% 以上，尤其是异形连接件产品的供应量与主要客户的其他供应商比，占据领先地位。此外，根据上海紧固件工业协会提供的证明，公司在上海同行业处于领先水平，是上海紧固件制造业的骨干企业之一。因此，公司在行业中具备一定的竞争地位。

（三）披露报告期内发行人对富奥石川岛的销售收入增长较快的原因、与富奥石川岛需求变化是否一致，与下游整车行业变动趋势不一致的原因及合理性。

报告期内，公司对富奥石川岛（指“长春富奥石川岛增压器有限公司”）销售的产品主要为拉杆组件，该产品应用于大众 EA211 1.4T 发动机中涡轮增压器电子执行器与气门的连接与传动。

经过多年的研发与生产，公司已形成一套成熟的汽车涡轮增压耐磨型传动连杆组件的制造方法，并申请了相应的发明专利。凭借此套制造方法，公司为富奥石川岛设计出符合其涡轮增压器性能及技术要求的连杆组件，并获得大众集团研发部门的认可，从而成为富奥石川岛 1.4T 涡轮增压器连杆组件的独家供应商。

富奥石川岛系全球知名涡轮增压器制造商日本石川岛播磨与富奥股份(000030.SZ)共同出资设立的汽车涡轮增压器生产企业,其生产的1.4T涡轮增压器主要应用于一汽大众及上汽大众旗下各系列车型的EA211 1.4T发动机中。

报告期内,虽然下游整车行业相对萎靡,但随着涡轮增压器装载率的提升,一汽大众、上汽大众1.4T对应车型的销量呈逐年小幅增长趋势,且随着富奥石川岛在大众体系内市场份额的增加,尤其是2019年下半年轻型汽车国六排放标准正式实施后,富奥石川岛成为大众EA211 1.4T平台的主要供应商,取得100%的供应份额,公司连接杆组件的销量也随之增长,由2017年的10.47万套增加至2019年的98.29万套,2020年上半年销量为59.90万套,带来了报告期内公司对富奥石川岛销售收入的较快速增长。

报告期内,一汽大众、上汽大众1.4T对应车型的销量合计数、富奥石川岛的营业收入以及公司对富奥石川岛的销售变动情况如下所示:

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
一汽大众及上汽大众1.4T销量(万辆)	49.40	119.53	93.74	78.91
富奥石川岛营业收入(万元)	191,666.87	390,761.33	296,862.18	254,557.95
公司对富奥石川岛连接杆组件的销量(万件)	59.90	98.29	40.14	10.47
公司对富奥石川岛的销售金额(万元)	2,650.17	4,304.68	1,761.61	583.49

注:一汽大众及上汽大众销量来源于CPCA;富奥石川岛营业收入数据来源于富奥汽车(000030.SZ)披露的年度报告;此处“富奥石川岛”仅包括“长春富奥石川岛增压器有限公司”

由上表可见,公司对富奥石川岛销售收入的变动趋势与富奥石川岛的收入规模变动趋势、对应的整车品牌销量变动趋势保持一致。

(四) 披露发行人向锋宏集团销售产品内容、对应终端客户和主要车型情况,2019年向锋宏集团销售收入下降较多的原因,向昆山昆聚精密模具有限公司销售的产品构成、销售金额、向其进行销售的原因。

1. 公司向锋宏集团销售产品内容、对应终端客户和主要车型情况

报告期内,公司向锋宏集团销售的产品主要为应用于汽车涡轮增压器用连杆,具体如下:

客户	销售产品主要内容	对应终端客户	主要应用车型
----	----------	--------	--------

锋宏集团	汽车涡轮增压器用连杆	博格华纳	大众 EA211 1.4T 发动机及其对应车型
		霍尼韦尔、康明斯	潍柴、锡柴、玉柴、中国重汽等重型卡车发动机

2. 2019 年向锋宏集团销售收入下降较多的原因

2019 年，公司向锋宏集团的销售收入为 1,476.18 万元，较 2018 年减少 351.77 万元，主要原因系大众 EA211 1.4T 涡轮增压器的升级，博格华纳在该项目份额逐渐减少，转至富奥石川岛及上海菱重，进而导致锋宏集团对公司相关连杆需求减少。

3. 向昆山昆聚精密模具有限公司销售的产品构成、销售金额、向其进行销售的原因

昆山昆聚精密模具有限公司为锋宏机械制造有限公司（Funwick Manufacturing Company Limited）持股 100% 的全资子公司，系锋宏集团下属子公司，主要业务为模具标准件的设计、制造以及生产柴油机涡轮增压器等汽车关键零部件。报告期内，昆山昆聚精密模具有限公司根据集团内生产销售的安排向公司采购了部分汽车涡轮增压器用拉杆及其他金属紧固件，采购金额分别为 227.45 万元、133.26 万元、10.36 万元和 1.03 万元，逐年减少，主要系该等产品应用于涡轮增压发动机中机械式放气阀执行器，随着执行器更新换代升级为电子控制启动放气阀技术执行器，该等产品需求相应减少。

（五）按照业务种类列示报告期各期客户的数量，并对客户按适当的销售金额标准进行分层，列示不同层级的客户数量、收入金额及占比；各期新增客户数量、收入、占比，终止合作客户数量、终止合作前一年收入及占比。

1. 按照业务种类列示报告期各期客户的数量，并对客户按适当的销售金额标准进行分层，列示不同层级的客户数量、收入金额及占比

公司产品主要分为金属件及塑料紧固件。报告期内，金属件及塑料紧固件客户数量如下所示：

单位：家

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
金属件客户数量	201	221	194	189
塑料紧固件客户数量	90	94	56	36

各产品大类的客户按主营业务收入不同金额区间的分布情况具体如下所示：

(1) 金属件

销售金额区间 (万元)	2020年1-6月			2019年		
	数量 (家)	收入金额 (万元)	占金属件销售收入的比 例	数量 (家)	收入金额 (万元)	占金属件销售收入的比 例
>1000	2	4,166.51	33.91%	7	14,765.92	55.54%
500-1000	2	1,467.49	11.94%	6	4,188.14	15.75%
300-500	6	2,415.15	19.66%	7	2,745.61	10.33%
100-300	14	2,459.83	20.02%	15	2,555.82	9.61%
50-100	9	636.87	5.18%	10	822.54	3.09%
<50	168	1,141.15	9.29%	176	1,507.95	5.67%
合计	201	12,286.98	100.00%	221	26,585.98	100.00%

(续上表)

销售金额区间 (万元)	2018年			2017年		
	数量 (家)	收入金额 (万元)	占金属件销售收入的比 例	数量 (家)	收入金额 (万元)	占金属件销售收入的比 例
>1000	5	11,597.00	43.00%	6	11,675.01	46.61%
500-1000	12	8,490.69	31.48%	8	5,226.61	20.87%
300-500	6	2,302.27	8.54%	7	2,733.66	10.91%
100-300	15	2,445.26	9.07%	16	2,964.86	11.84%
50-100	10	731.32	2.71%	12	946.41	3.78%
<50	146	1,403.52	5.20%	140	1,499.81	5.99%
合计	194	26,970.05	100.00%	189	25,046.36	100.00%

注：因2020年仅统计了1-6月的数据，与2017-2019年全年数据不具备可比性

2017-2019年，公司金属件产品的主要客户相对稳定，单家销售金额在300万以上的客户数量保持在20~23家左右，合计销售金额占金属件产品主营业务收入的比
例分别为78.40%、83.02%和81.62%。

(2) 塑料紧固件

销售金额区间 (万元)	2020年1-6月			2019年		
	数量 (家)	收入金额 (万元)	占塑料件销售收入的比 例	数量 (家)	收入金额 (万元)	占塑料件销售收入的比 例
>300	-	-		3	1,367.66	37.98%
100-300	4	708.52	45.79%	7	1,326.69	36.84%
50-100	3	234.59	15.16%	5	404.17	11.22%
10-50	19	500.53	32.35%	13	384.66	10.68%

<10	64	103.67	6.70%	66	117.68	3.27%
合计	90	1,547.31	100.00%	94	3,600.87	100.00%

注：因2020年仅统计了1-6月的数据，与2017-2019年全年数据不具备可比性

(续表)

销售金额区间(万元)	2018年			2017年		
	数量(家)	收入金额(万元)	占塑料件销售收入的比例	数量(家)	收入金额(万元)	占塑料件销售收入的比例
>300	4	1,670.60	58.44%	2	1,434.87	56.31%
100-300	2	458.68	16.04%	4	703.58	27.61%
50-100	6	406.75	14.23%	2	155.52	6.10%
10-50	13	301.09	10.53%	8	226.79	8.90%
<10	31	21.69	0.76%	20	27.51	1.08%
合计	56	2,858.80	100.00%	36	2,548.27	100.00%

报告期内，公司塑料紧固件产品均为子公司上海易扣生产、销售。随着上海易扣收入规模的增长，单家销售金额在100万元以上的企业由2017年、2018年的6家增长至2019年10家，销售收入合计由2017年2,138.45万元增长至2019年的2,694.35万元。2019年，上海易扣开拓了较多小客户，单家销售金额在10万元以下的客户数量较2018年增加35家，合计销售金额由2018年的21.69万元增长至2019年的117.68万元。

2. 各期新增客户数量、收入、占比，终止合作客户数量、终止合作前一年收入及占比

报告期各期，新增客户及终止合作客户的数量、收入及占比如下所示：

单位：家，万元

类别	2020年1-6月			2019年			2018年		
	数量	收入	占比	数量	收入	占比	数量	收入	占比
新增客户	42	294.70	2.13%	99	625.45	2.07%	60	625.36	2.10%
终止合作客户	65	206.78	0.69%	35	114.69	0.38%	36	442.70	1.62%

注：终止合作客户的收入及占比为终止合作前一年的相应数据

由上表可见，2017-2019年，公司主要客户变动较小，新增和终止合作的客户基本为小客户，该等变动属于正常的商业现象。2020年上半年，新增客户收入明显低于2019年，终止合作客户数量明显高于2019年，主要原因系2020年仅统计了半年的数据，与上年度全年数据不具备可对比性。

(六) 结合东北地区客户开拓情况，分析并披露报告期内东北地区销售增速较快的原因。

报告期内，公司东北地区的客户主营业务收入情况如下所示：

单位：万元

客户名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
长春富奥石川岛增压器有限公司	2,650.17	4,304.68	1,761.61	583.49
辽宁圣加伦控制系统有限公司	254.48	455.72	244.28	270.52
吉林东光车灯有限公司	97.63	380.69	361.28	326.41
其他客户	140.97	323.44	307.93	316.50
合计	3,143.25	5,464.54	2,675.11	1,496.92

由上表可见，公司东北地区客户相对稳定，主营业务收入从 2017 年的 1,496.92 万元增加至 2019 年的 5,464.54 万元，增速较快，主要系公司对富奥石川岛的销售收入增加较快所致，对富奥石川岛销售收入增长较快的具体分析可详见上述本题“（三）披露报告期内公司对富奥石川岛的销售收入增长较快的原因、与富奥石川岛需求变化是否一致，与下游整车行业变动趋势不一致的原因及合理性”。

(七) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 查阅了公司与知名汽车一级供应商、知名电子电器企业签订的业务合同，并对主要客户进行了访谈，了解公司与主要客户的合作历史、合同签订情况、合作是否具备稳定性与持续性；访谈了公司管理层，了解公司与终端 OEM 合作的具体模式以及各种模式的销售情况；

(2) 对公司主要客户进行了访谈，了解公司在主要客户供应商体系中定位以及公司产品在客户同类业务中的采购比例；获取了上海紧固件工业协会出具的证明文件，确认公司的行业地位；

(3) 对富奥石川岛进行访谈，了解公司在富奥石川岛供应商体系中的定位与份额、富奥石川岛需求增长的原因，分析公司对富奥石川销售收入快速增长的合理性；对行业内专业人士进行访谈，确认富奥石川岛在大众 EA211 1.4T 平台的份额变动情况；查询了富奥股份披露的年度报告，分析公司对富奥石川岛销售收

入变动趋势与富奥石川岛规模变动的趋势是否一致；查询了互联网公开数据，对比分析公司对富奥石川岛销售收入变动趋势与下游整车市场变动趋势不一致的原因；

(4) 对公司管理层以及锋宏集团进行访谈，了解公司向锋宏集团销售产品的主要内容、对应终端客户情况、向锋宏集团销售收入减少的原因以及昆山昆聚精密模具有限公司向公司采购及采购减少的原因；通过查询企业工商信息公示网，了解昆山昆聚精密模具的股东情况及经营范围，对其向公司采购的合理性进行分析；

(5) 获取并检查了报告期各期销售台账，分金属件及塑料件对客户分布进行分层汇总、整理、分析；

(6) 对公司管理层进行了访谈，并获取了公司分区域客户台账，对东北地区的客户构成及公司对各客户销售金额的变动情况进行分析。

2. 核查结论

(1) 公司与知名汽车一级供应商以及电子电器、通讯行业客户保持了长久、良好的合作关系，合作的稳定性和业务的持续性不存在重大风险；

(2) 公司产品在主要客户同类业务中的采购比例均在 50%以上，公司在行业中具备一定的竞争地位；

(3) 公司对富奥石川岛销售收入快速增长主要得益于涡轮增压器装载率的提升及富奥石川岛在大众 EA211 1.4T 平台中份额增长，与富奥石川岛需求变化一致；虽然整车市场相对萎靡，但公司产品销售变动趋势与产品应用的主要终端品牌销售变动趋势一致；

(4) 公司对锋宏集团产品销量的减少主要受终端客户博格华纳在 EA211 1.4T 项目份额减少的影响所致，该类型产品的市场份额在逐渐转至富奥石川岛及上海菱重，属于市场正常竞争带来的波动，对公司的经营业绩未带来重大不利影响。

(5) 公司主要客户相对稳定，新增和退出的大部分客户销售规模较小，对公司的影响很小。

(6) 报告期内东北地区销售增速较快主要受公司对石川岛销售收入快速增长的影响，具备商业合理性。

四、关于经销模式

据招股说明书披露，发行人采用经销模式的主要为家用电器类、通讯类紧固件产品。报告期内，发行人经销商以科友贸易、上海森下为主，合计占当期经销收入的比例均超过 80%。请发行人补充披露：（1）报告期内新增和减少经销商数量及对应销售金额；经销模式下各产品销售金额、销售单价情况，报告期内经销收入逐渐下降的原因；经销模式是否为买断式销售、相关产品质量责任和退换货约定情况；（2）同类产品经销模式下毛利率与直销模式下毛利率比较情况及差异原因；（3）发行人与科友贸易、上海森下的开始合作时间，报告期向主要经销客户销售产品的终端客户情况、相关产品运输方式及最终销售情况；如经销模式下终端客户发生较大变化的，请进一步分析原因；（4）向科友贸易、上海森下采购的具体内容，相关采购的必要性和公允性。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对经销商业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论。（反馈意见第 7 条）

（一）报告期内新增和减少经销商数量及对应销售金额；经销模式下各产品销售金额、销售单价情况，报告期内经销收入逐渐下降的原因；经销模式是否为买断式销售、相关产品质量责任和退换货约定情况

1. 报告期内新增和减少经销商数量及对应销售金额

报告期内，公司以直销为主，经销收入占主营业务收入的比例较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直销模式	11,494.38	83.09%	26,117.57	86.52%	25,025.42	83.90%	22,151.67	80.28%
经销模式	2,339.91	16.91%	4,069.27	13.48%	4,803.44	16.10%	5,442.96	19.72%
合计	13,834.29	100.00%	30,186.85	100.00%	29,828.85	100.00%	27,594.63	100.00%

报告期内，公司经销商家数分别为 11 家、10 家、16 家和 15 家，各期新增及减少经销商数量、对应主营业务收入情况具体如下所示：

单位：家，万元

类别	2020年1-6月		2019年		2018年	
	数量	收入	数量	收入	数量	收入
新增经销商	1	135.95	7	16.76	3	14.64
终止合作经销商	2	0.35	1	0.07	4	4.63

注：终止合作经销商的收入为终止合作前一年的收入金额

报告期内，公司经销商以科友贸易、上海森下为主，合计占当期经销收入的比例均超过75%。2017-2019年，新增及终止合作的经销商均为小客户，对应的销售金额较小，对公司的经营业绩影响很小。

2019年8月28日，公司与松下电器、上海卓尹贸易有限公司共同签署《全球交易基本合同》，协议约定松下电器可在自身有需求时，委托上海卓尹贸易有限公司向公司采购产品。2020年上半年，上海卓尹贸易有限公司根据松下电器的要求向公司采购螺钉螺栓等金属件，导致新增经销商对应的销售金额与2018年、2019年相比较为高。

2. 经销模式下按各产品销售金额、销售单价情况，报告期内经销收入逐渐下降的原因

报告期内，经销模式下各产品主营业务收入及销售单价情况如下所示：

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	销售金额 (万元)	单价 (元/件)	销售金额 (万元)	单价 (元/件)	销售金额 (万元)	单价 (元/件)	销售金额 (万元)	单价 (元/件)
螺栓螺钉	1,632.49	0.06	2,774.26	0.06	3,382.75	0.06	3,361.12	0.05
异形连接件	175.27	0.75	240.34	0.74	294.95	0.69	442.25	0.72
其他金属件	204.75	0.15	402.57	0.15	274.69	0.15	249.82	0.13
金属件小计	2,012.51	0.07	3,417.16	0.07	3,952.40	0.07	4,053.18	0.06
塑料紧固件	327.40	0.16	652.11	0.17	851.04	0.17	1,389.77	0.18
合计	2,339.91	0.07	4,069.27	0.08	4,803.44	0.07	5,442.96	0.07

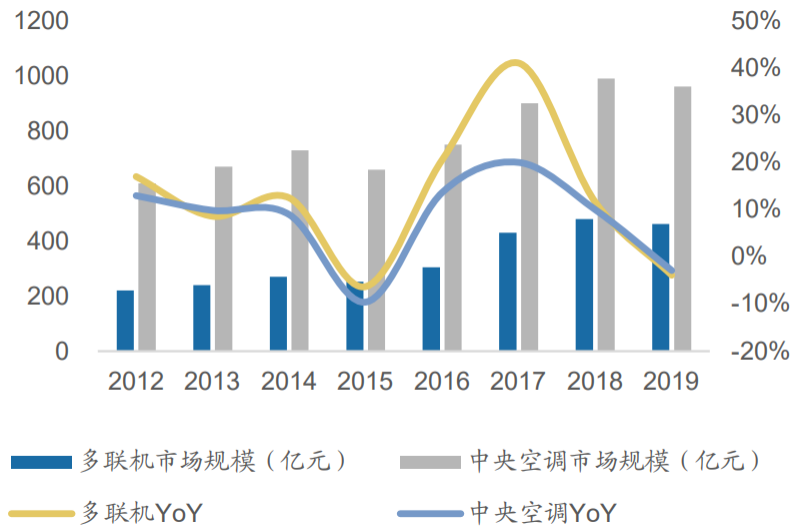
2017-2019年，经销模式下各类产品的销售单价相对平稳，销售金额逐年下降主要受以下两方面因素的影响：

(1) 金属件经销收入逐年减少

2017-2019年，公司经销模式下金属件的销售金额分别为4,053.18万元、3,952.40万元和3,417.16万元，呈逐年下降趋势，主要系科友贸易对部分金属件采购减少所致。

报告期内，科友贸易向公司采购的金属件产品主要销售给大金空调，部分销售给广汽菲亚特的一级供应商。

报告期内，我国中央空调市场及多联机市场规模变动趋势如下图所示：



数据来源：暖通空调资讯，广发证券研究报告《中央空调专题（二）》

由上图可见，2019年，我国中央空调及多联机市场规模均呈小幅下滑趋势，大金空调的市场需求相应减少，导致科友贸易对螺钉螺栓的采购较2018年减少461.50万元，系2019年金属件经销收入下降最主要的原因。

2018年，金属件经销收入减少主要系异形连接件的经销收入较2017年减少147.30万元。2018年，广汽菲亚特市场销量大幅下滑，较2017年下降近40%，科友贸易的客户相应减少了对铝杆的需求，导致异形连接件经销收入下降，进而导致金属件经销收入减少。

(2) 塑料紧固件经销收入逐年减少

2017-2019年，公司经销模式下塑料紧固件的销售金额分别为1,389.77万元、851.04万元和652.11万元，呈逐年下降趋势，主要系上海森下采购减少所致。2016年，夏普被富士康收购，富士康针对夏普的供应链体系进行了整合与变革，由原来的“通过经销商采购”模式逐步转变为“向原材料生产商直接采购模式”，导致子公司上海易扣对上海森下的销售在报告期内持续下降。

3. 经销模式是否为买断式销售、相关产品质量责任和退换货约定情况

报告期内，公司向经销商的销售均为买断式销售，即公司产品向经销商销售后产品所有权及主要风险和报酬已转移至经销商。如因公司交付经销商的产品存

在质量缺陷、瑕疵等，导致经销商遭受索赔，由公司承担损害赔偿责任。原则上除产品质量问题外，不接受经销商的退换货。报告期内，公司经销商客户的退换货金额分别为 1.88 万元、77.44 万元、39.06 万元和 6.66 万元，占当期经销收入的比例分别为 0.03%、1.61%、0.96%和 0.28%，占比较小。

(二) 同类产品经销模式下毛利率与直销模式下毛利率比较情况及差异原因

报告期内，仅有子公司上海易扣生产、销售的塑料紧固件产品存在同时涉及直销与经销的产品型号，主要原因系 2016 年夏普被富士康收购后，对供应链体系进行变革，由原来的“通过经销商采购”模式逐渐转变为“向原材料生产商直接采购”模式，导致上海易扣卖给上海森下的部分产品存在同时销售给富士康/夏普或其一级供应商的情形，其中经销金额最大的部分型号的销售单价、单位成本与毛利率情况如下所示：

单位：元/件

年份	规格型号	销售模式	销售单价	单位成本	毛利率
2020 年 1-6 月	NCTR-180STB	直销	0.23	0.15	31.43%
		经销	0.22	0.16	24.73%
	RC-07D-B	直销	0.10	0.05	47.31%
		经销	0.08	0.04	46.04%
2019 年	NCTR-180STB	直销	0.23	0.18	20.66%
		经销	0.22	0.17	21.31%
	LWCF-046T, P/A	直销	0.20	0.09	55.95%
		经销	0.19	0.09	51.75%
	LWCF-046T-47L	直销	0.49	0.20	58.83%
		经销	0.44	0.20	55.02%
	LWC-070T-BV0	直销	0.27	0.14	48.32%
		经销	0.21	0.13	39.01%
2018 年	LWC-070T-BV0	直销	0.28	0.13	54.24%
		经销	0.21	0.13	40.08%
	LWCF-046T, P/A	直销	0.20	0.09	57.78%
		经销	0.19	0.09	55.19%
	LWCH-052T-B	直销	0.21	0.06	70.36%

		经销	0.20	0.06	69.24%
	NCTR-180STB	直销	0.23	0.16	27.19%
		经销	0.22	0.16	23.82%
	NSR-4050	直销	0.10	0.05	49.30%
		经销	0.09	0.05	44.32%
2017年	LWC-125T-BV0, P/A	直销	0.26	0.11	57.66%
		经销	0.26	0.11	57.39%
	LWCF-046T, P/A	直销	0.20	0.08	61.16%
		经销	0.19	0.08	60.09%

由上表可见，上海易扣向上海森下出售的主要规格型号的直销/经销单位成本基本一致，但由于部分型号的直销价格高于经销价格，导致直销销售单价与毛利率整体高于经销水平。该部分定价差异主要系在经销模式下，对于同一种规格产品，公司通常会给予经销商一定幅度的价格优惠，系正常合理的商业行为。

(三) 发行人与科友贸易、上海森下的开始合作时间，报告期向主要经销客户销售产品的终端客户情况、相关产品运输方式及最终销售情况；如经销模式下终端客户发生较大变化的，请进一步分析原因

报告期内，公司主要经销商为科友贸易及上海森下，具体合作时间、终端客户、产品运输方式及最终销售情况如下表所示：

经销商名称	合作时间	产品运输方式	主要的终端客户	最终销售情况
科友贸易	2005年	公司送货至科友贸易指定仓库	大金空调	2017-2019年最终销售比例均在90%以上，2020年1-6月，最终销售比例约84%
上海森下	2003年	公司送货至上海森下指定仓库	夏普电视机	报告期内最终销售比例达90%以上

报告期内，公司向科友贸易销售的产品对应的终端客户主要为大金空调，向上海森下销售的产品对应的终端客户主要为夏普电视机，终端客户情况未发生较大变化。

(四) 向科友贸易、上海森下采购的具体内容，相关采购的必要性和公允性

1. 公司向科友贸易的采购情况

报告期内，公司向科友贸易采购的金额分别为31.14万元、41.17万元、49.49万元和16.24万元，占各期采购总额的比例分别为0.21%、0.27%、0.33%和0.25%，

占比较小。公司向科友贸易采购的产品主要为橡胶垫、扣子及五金件等外购件，系公司根据科友贸易的要求增加部分螺钉螺栓产品的配套部件，采购价格根据市场价格协商确定。公司在销售该等组装件时，综合考虑自身生产成本、外购件成本，通过成本加成的方式确定交易价格后，再销售给科友贸易。

综上，公司向科友贸易的采购系根据客户生产要求进行的正常经营活动，具备必要性及合理性；综合考虑交易性质，公司向科友贸易采购价格公允。

2. 公司向上海森下的采购情况

报告期内，公司向上海森下的采购情况如下所示：

单位：万元

项目	具体内容	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
购买商品	碳钢类线材	-	4.55	-	-
	日本三菱尼龙原料等产品	5.03	15.19	4.65	-
接受劳务	子公司上海易扣与上海森下签的共同开发客户协议，上海易扣向上海森下支付客户开发费用及顾问费用	2.40	23.40	7.80	-
合计		7.43	43.13	12.45	-

(1) 采购碳钢类线材

2019年，公司向上海森下采购 SWCH25Kφ 7.04 型号线材，该型号线材系上海森下 EM157-010 螺钉指定用料，采购价格根据市场价格协商确定。公司在销售成品螺钉时，综合考虑自身生产成本、外购原材料成本，通过成本加成的方式确定交易价格后，再销售给上海森下。综合考虑上述交易性质，公司向上海森下的采购价格公允。

(2) 采购日本三菱尼龙原料等产品

2018年、2019年和2020年上半年，公司子公司上海易扣向上海森下的采购金额分别为4.65万元、15.19万元和5.03万元，主要为日本三菱50%玻纤尼龙原料等产品，该尼龙原料在国内采购渠道有限，上海易扣综合考虑上海森下的日资背景，以及长久以来的客户合作关系、渠道便利性及稳定性，选择从上海森下购买，具备商业合理性，采购价格系根据市场价格协商确定。上述原材料亦应用于夏普产品的生产，上海易扣在考虑自身生产成本、外购原材料成本，通过成本

加成的方式确定交易价格后，再销售给上海森下。综合考虑上述交易性质，上海易扣向上海森下的采购价格公允。

(3) 向上海森下支付客户开发费用及顾问服务费

2018年10月，为更好地应对夏普液晶电视业务的开发，加强日本客户技术要求的协调与对应，上海易扣与上海森下签署共同开发夏普业务的合作协议，开发费用为人民币1万元/月，有效期一年。

同时，为了更好地开拓汽车领域，特别是日系汽车工厂的份额，上海易扣与日本森下集团分别于2018年10月、2019年11月签署了共同开发汽车项目的合作协议，由日本森下新聘用的顾问介绍推广，顾问费为日元37万/月（折合人民币约2.3万元/月），其中上海易扣承担人民币1.2万元/月，有效期均为一年。由于日系汽车市场的开拓未能取得实质进展，上海易扣已于2020年2月与日本森下终止该项合作。

因此，上述业务系上海易扣根据自身经营发展需求所致，具有商业合理性。

综合上述分析，公司向上海森下购买商品及接受劳务均系公司及其子公司上海易扣生产经营所需，具备必要性及合理性。双方交易系基于市场价格协商确定，定价公允。

(五) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取了公司报告期各期的销售台账，统计并分析各期新增及退出经销商的数量及对应销售金额、各类产品的销售金额及单价，分析经销商变动的合理性、经销收入逐年减少的原因及合理性；

(2) 对报告期内公司主要经销商进行函证，确认其在报告期内与公司的销售金额，函证金额占经销收入的比例分别为98.23%、97.91%、98.04%和97.88%；

(3) 获取并查看了公司与主要经销商客户签订的合同、订单等，检查主要合同条款，包括：产品风险报酬转移时点、质量保证、退换货政策等条款；

(4) 对报告期内公司主要经销商、销售金额较大的新增经销商进行实地走访，了解经销商向公司采购产品的最终销售的大致去向及销售情况，确认公司是否存在向其集中销售、囤货等情况，并向公司客户了解产品风险报酬转移时点、

运输方式、报告期内退换货、是否存在关联关系等情况，实地走访经销商的销售金额占报告期经销收入的比例分别为 98.23%、97.65%、97.25%和 97.42%；

(5) 核查公司报告期各期退货明细，确认是否存在经销商大额退货的情况；

(6) 对公司采购负责人进行访谈，了解公司向科友贸易、上海森下采购的原因，并分析交易价格的合理性；

(7) 对报告期内相同规格型号产品的直销/经销毛利率进行比较分析，分析差异原因。

2. 核查结论

(1) 报告期内，公司经销商客户相对稳定，不存在重大变化；

(2) 报告期内，各类产品在经销模式下的销售单价相对平稳，经销收入逐年下降主要系受终端客户需求变化及供应链模式变化的影响；

(3) 报告期内，公司向经销商的销售均为买断式销售，双方交易已明确约定产品质量责任和退换货条款；

(4) 相同类型产品的经销毛利率略低于直销毛利率，系公司给予经销商价格优惠，不存在毛利率显著异常的情形；

(5) 公司与主要经销商科友贸易、上海森下保持了良好、长久的合作关系，合作稳定，终端客户情况未发生较大变化；公司销售给科友贸易、上海森下的产品在当期基本实现对外销售，不存在向经销商压货来增加销售收入的情况；公司向科友贸易、上海森下的采购具有商业合理性，定价公允。

五、关于原材料和采购

据招股说明书披露：(1) 发行人主要原材料包括线材、棒材、五金件。2018 年受钢材市场价格上涨的影响，线材及棒材的平均采购单价较 2017 年有所增长。2019 年钢材市场价格有所回落，线材平均采购单价随之下降。2019 年，单价较高的定制不锈钢型材采购大幅增加，导致棒材平均采购单价上涨。(2) 2018 年，因部分客户实际需求与预测存在差异，为保证产品交货的及时性，发行人外购半成品单模螺钉的采购量增加，该等产品单价较低，拉低了五金件的平均采购单价。(3) 发行人子公司上海易扣生产的塑料紧固件的原材料以进口 PA66 为主，2018 年起，国外化工巨头不断提高 PA66 的价格，导致 2019 年原材料成

本处于高位，随着塑料紧固件销量的增长，原材料成本大幅增加。请发行人补充披露：（1）发行人采购线材、棒材与钢材价格与市场公允价格比较情况，存在差异的，请分析原因；按照五金件主要种类，披露报告期内采购数量、采购单价及变化原因；（2）发行人半成品单模螺钉的主要供应商，报告期内采购价格及变化原因，发行人采购半成品单模螺钉后再加工的成本与自产单模螺钉成本的比较情况、差异及合理性；（3）原材料 PA66 是否能够国产替代，发行人对 PA66 原材料及相关供应商是否存在依赖，未来是否存在因原材料 PA66 价格提升导致成本进一步上升的风险，如有，请补充“原材料价格波动风险”的风险描述；（4）报告期内发行人产量与用电量匹配关系。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第 8 条）

（一）发行人采购线材、棒材与钢材价格与市场公允价格比较情况，存在差异的，请分析原因；按照五金件主要种类，披露报告期内采购数量、采购单价及变化原因；

公司通过钢材加工供应商购买生产所需要的钢材，包含棒材和线材，属于典型的大宗商品物资，公司已与主要原材料供应商建立了长期稳定合作关系。

报告期内，主要原材料的采购单价情况如下：

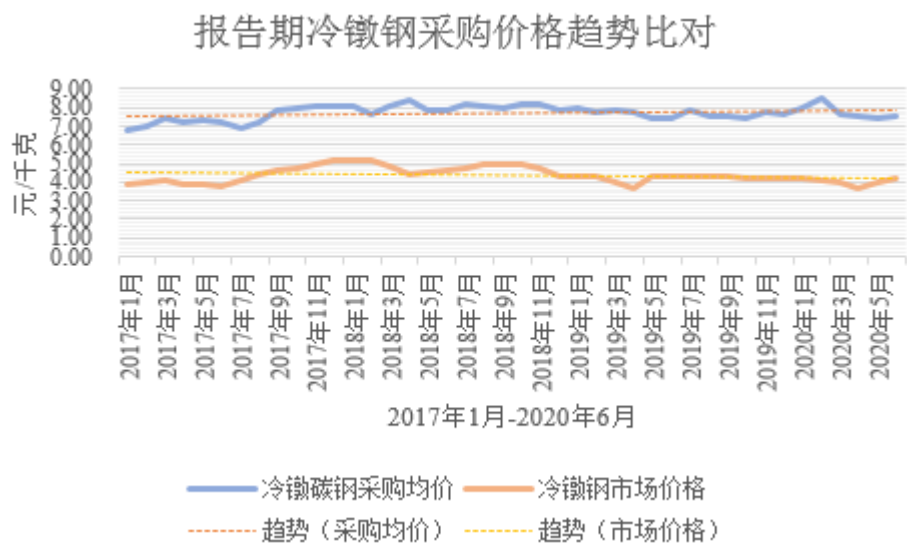
单位：元/千克

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价
线材	8.83	-0.56%	8.88	-1.66%	9.03	8.53%	8.32
棒材	26.70	9.43%	24.40	10.31%	22.12	3.12%	21.45

报告期内，公司采购的棒材、线材单价存在一定程度的波动，主要原因一是钢材属于大宗原材料，自身随供求关系变化而存在价格波动；二是公司采购的棒材、线材按照不同材料牌号、规格、后道加工工序区分可达百种以上，价格存在差异，采购均价随采购品种结构的变化而存在一定波动。报告期内，公司的棒材和线材的采购价格与钢材的市场价格的变动趋势基本保持一致，由于公司生产的紧固件、异形连接件应用于汽车行业，对钢材的强度和耐腐蚀性要求较一般钢材高，且存在钢材加工费用，所以平均采购价格高于市场钢材均价。公司采购的棒材、线材以冷镦钢和不锈钢为主，报告期内相关原材料价格趋势如下：

1. 普通钢材采购

公司普通钢材采购以冷镦钢线材、车削钢棒材等钢材为主，报告期内，上述材料平均采购价格与市场价格对比情况如下：

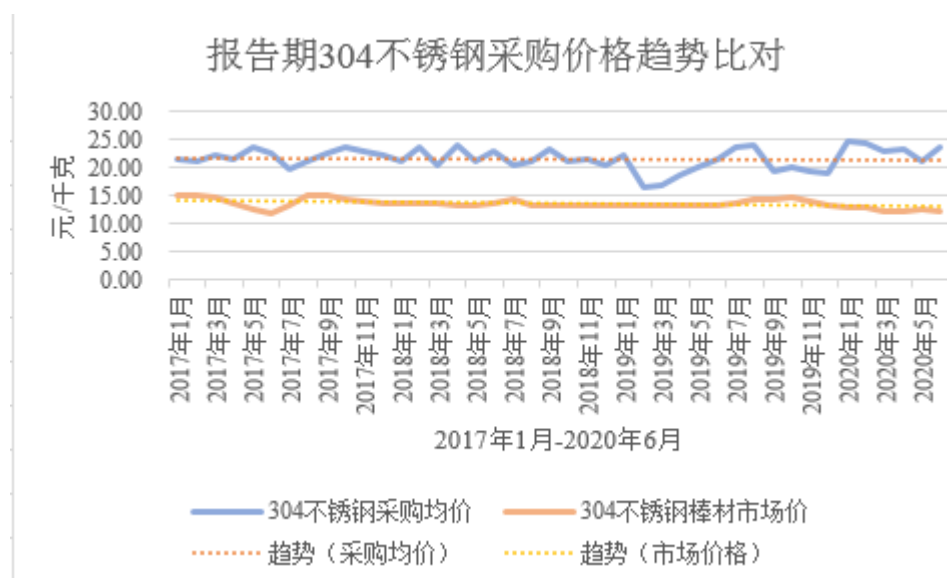


数据来源：公司采购统计，WIND 冷镦钢价格

公司冷镦钢材采购价格与市场价格波动趋势相同。公司冷镦钢采购价格按照“基材价格+加工费”模式定价，其中，基材市场价格透明，价格差异一般由生产厂家、线材直径等决定，公司采购的冷镦钢棒材、线材在基材的基础上还需要进行拉丝、热处理、球化、校直等加工工序，冷镦钢材加工费用一般在 2,000-3,000 元/吨。

2. 不锈钢采购

报告期内，公司采购的不锈钢材料规格型号各异，不锈钢 304 材料采购量较大，其采购价格与市场价格的对比情况如下：



数据来源：公司采购统计，WIND304 不锈钢价格

公司对于 304 不锈钢的采购包括线材和棒材，采购价格走势与市场走势基本相符，公司采购价格按照“基材价格+加工费”模式定价，基材市场价格透明，加工工序则需要经过拉丝退火、校直切断、研磨、倒角等，符合公司需求的棒材、线材等加工费用较高，大约为 7,000-10,000 元/吨。

由于后道加工工序等不同，公司采购的 304 不锈钢亦有多种规格，不同规格型号不锈钢的采购单价存在差异，因此，单月不同型号的采购结构不同也会使得公司采购价格存在波动。

3. 五金件采购

报告期内，五金件的主要种类、采购数量和单价如下：

年度	序号	五金件分类	数量（万个）	金额（万元）	单价（元）
2020 年 1-6 月	1	五金件-垫圈	1,782.49	92.15	0.05
	2	五金件-车削件	159.55	100.92	0.63
	3	五金件-多工位产品	3,077.28	644.17	0.21
	4	五金件-单模螺钉	1,644.95	65.35	0.04
	5	五金件-冲压件	46.13	47.65	1.03
			合计	6,710.40	950.24
2019 年	1	五金件-垫圈	5,293.18	387.45	0.07
	2	五金件-车削件	574.00	502.55	0.88
	3	五金件-多工位产品	7,089.78	1,388.23	0.20
	4	五金件-单模螺钉	3,958.64	200.89	0.05
	5	五金件-冲压件	168.58	174.30	1.03
			合计	17,084.18	2,653.42
2018 年	1	五金件-垫圈	5,578.87	429.87	0.08
	2	五金件-车削件	704.38	477.91	0.68
	3	五金件-多工位产品	7,879.59	1,035.99	0.13
	4	五金件-单模螺钉	12,411.71	225.55	0.02
	5	五金件-冲压件	335.77	333.52	0.99
			合计	26,910.33	2,502.84
2017 年	1	五金件-垫圈	4,392.36	408.92	0.09
	2	五金件-车削件	1,065.30	450.41	0.43
	3	五金件-多工位产品	7,979.40	1,214.07	0.15

年度	序号	五金件分类	数量（万个）	金额（万元）	单价（元）
	4	五金件-单模螺钉	1,186.82	25.40	0.02
	5	五金件-冲压件	418.10	362.65	0.87
		合计	15,041.99	2,461.45	0.16

报告期内，五金件总体平均单价分别为 0.16 元/个、0.09 元/个、0.16 元/个、0.14 元/个。五金件各种类价格存在一定的波动，五金件的价格中，原材料成本是最重要的成本因素，根据不同五金件产品的规格、尺寸并结合不同的加工工艺而存在价格差异。

2018 年，五金件平均采购单价明显低于报告期内其他各年份采购单价，主要原因系采购产品的结构性差异所致。因部分客户实际需求量与预测存在差异，为保证产品交货的及时性，外购半成品单模螺钉的采购量增加，相比 2017 年单模螺钉的采购数量，2018 年采购数量增加了 945.79%，且单模螺钉比其他五金件产品单价低，拉低了五金件的平均采购单价。

（二）发行人半成品单模螺钉的主要供应商，报告期内采购价格及变化原因，发行人采购半成品单模螺钉后再加工的成本与自产单模螺钉成本的比较情况、差异及合理性；

1. 报告期内，单模螺钉供应商情况

年度	序号	供应商名称	数量（万个）	金额（万元）	单价（元）
2020 年 1-6 月	1	上海宜欧金属制品有限公司	404.92	34.44	0.085
	2	上海顺翼紧固件有限公司	760.03	22.15	0.029
	3	昆山市标垫五金有限公司	330.00	5.91	0.018
	4	上海艺嘉金属制品有限公司	150.00	2.85	0.019
		小计	1,644.95	65.35	
		占单模螺钉采购金额的比例		100.00%	
2019 年	1	上海宜欧金属制品有限公司	1,229.12	129.29	0.105
	2	上海顺翼紧固件有限公司	609.63	33.37	0.055
	3	昆山市标垫五金有限公司	903.00	16.16	0.018
	4	昆山市方垫五金有限公司	702.40	12.29	0.018
	5	上海艺嘉金属制品有限公司	514.50	9.78	0.019
		小计	3,958.64	200.89	

年度	序号	供应商名称	数量 (万个)	金额 (万元)	单价 (元)
	占单模螺钉采购金额比例		100.00%		
2018年	1	昆山市标垫五金有限公司	6,335.00	112.68	0.018
	2	昆山市方垫五金有限公司	4,950.00	86.64	0.018
	3	上海艺嘉金属制品有限公司	1,110.00	21.09	0.019
	4	上海顺翼紧固件有限公司	9.51	4.72	0.496
	小计		12,404.51	225.13	
	占单模螺钉采购金额比例		99.81%		
2017年	1	昆山市方垫五金有限公司	1,103.00	19.80	0.018
	2	上海顺翼紧固件有限公司	13.32	3.65	0.274
	3	昆山市标垫五金有限公司	60.00	1.08	0.018
	小计		1,176.32	24.53	
	占单模螺钉采购金额比例		96.57%		

因不同供应商提供的单模螺钉在原材料种类、原材料使用量、加工耗费时间、能源及难易程度等多方面存在差异，所以不同供应商单模螺钉的价格不完全可比。报告期内，公司向上海顺翼紧固件有限公司采购单模螺钉的单价分别为0.274元/个、0.496元/个、0.055元/个、0.029元/个，单价波动较大，主要系其向公司销售的单模螺钉种类、规格较多，单价覆盖区间较广，由0.019元/个至1.84元/个不等。2019年及2020年1-6月，公司向其采购的低单价单模螺钉占比增加，因此采购平均单价下降明显。

公司向同一供应商采购单模螺钉价格总体保持稳定，如昆山市标垫五金有限公司、昆山市方垫五金有限公司报告期内的采购单价稳定在0.018元/个，上海艺嘉金属制品有限公司的采购单价稳定在0.019-0.02元/个，不存在异常变化。

2. 采购单模螺钉同自产单模螺钉的价格比较

报告期内，各主要单模螺钉品类采购和自产情况对比如下：

年度	序号	品号	金额 (万元)	占单模螺钉采购金额比例 (%)	采购单价 (元/个)	自产成本 (元/个)
2020年 1-6月	1	EP069267-112XX	19.32	29.57	0.028	0.021
	2	EP026001-010XX	5.91	9.04	0.018	0.014
	3	EP026014-003XX	3.99	6.11	0.019	0.014
	合计		29.22	44.71	-	-
2019年	1	EP069267-112XX	16.64	8.28	0.028	0.021

年度	序号	品号	金额 (万元)	占单模螺钉采 购金额比例(%)	采购单价 (元/个)	自产成本 (元/个)
	2	EP026001-010XX	16.16	8.05	0.018	0.014
	3	EP014024-073XX	13.06	6.50	2.650	1.737
	4	EP026014-003XX	9.78	4.87	0.019	0.014
	合计		55.63	27.69	-	-
2018年	1	EP026001-010XX	112.68	49.96	0.018	0.014
	2	EP069164-012XX	86.64	38.41	0.018	0.015
	3	EP026014-003XX	21.09	9.35	0.019	0.014
	合计		220.41	97.72	-	-
2017年	1	EP001926-006XX	19.80	77.93	0.018	0.017
	2	EP026001-010XX	1.97	7.74	0.018	0.014
	合计		21.76	85.67	-	-

单模螺钉单价低（单价集中在 0.02 元/个附近）、数量大，为了优先满足公司主要产品生产需求，解决因低单价产品数量大导致的局部产能紧张的情况以及部分客户实际需求大于预测需求量的突发情形，公司通过对外采购半成品的方式购入单模螺钉，符合公司整体利益，具备合理性。

2017、2018 年，公司单模螺钉采购种类比较集中。2019 年、2020 年 1-6 月，公司单模螺钉种类较多，单一品种数量、金额占比较低。公司采购半成品单模螺钉后再加工的成本与自产单模螺钉成本相比较存在一定的差异，差异中包含包装、运输等费用以及供应商的利润，具备合理性，公司根据实际情况调整采购单模螺钉的品类和数量。对于采购单价比自产成本单价高出较多的产品，如 2019 年的 EP014024-073XX，公司 2020 年已改为自行生产。

（三）原材料 PA66 是否能够国产替代，发行人对 PA66 原材料及相关供应商是否存在依赖，未来是否存在因原材料 PA66 价格提升导致成本进一步上升的风险，如有，请补充“原材料价格波动风险”的风险描述；

报告期内，公司子公司上海易扣采购的各品牌 PA66 金额及占比如下所示：

单位：万元

品牌	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
杜邦	44.27	24.68%	193.62	33.37%	130.98	35.33%	90.74	26.29%

旭化成	56.02	31.24%	148.23	25.55%	135.30	36.49%	162.21	47.00%
特诺尔爱佩斯	31.15	17.37%	106.67	18.39%	30.62	8.26%	0.42	0.12%
三菱	17.04	9.50%	45.58	7.86%	40.35	10.88%	87.32	25.30%
其他进口品牌 PA66	16.35	9.11%	46.18	7.97%	10.02	2.71%	1.58	0.46%
国产品牌 PA66	14.52	8.10%	39.82	6.86%	23.50	6.34%	2.85	0.83%

公司子公司上海易扣生产的汽车用塑料紧固件包括汽车管卡、卡箍，汽车线束用扎带，汽车内饰座椅门板用 CLIP 产品，发动机、涡轮增压器用密封防尘盖以及万向节等产品。汽车用塑料紧固件对于材料的耐高低温性能、抗冲击性能、拉伸能力、稳定性等要求较高，国产材料难以满足产品性能要求，公司需根据主机厂指定的原材料供应商目录选择供应商，原材料目录中包含多家供应商，通常以国外供应商为主，因此公司采购的 PA66 以国外品牌为主，短期内国产材料难以替代。

公司针对不同产品对应的原材料要求，从原材料目录中选择性价比最高的原材料供应商，报告期内 PA66 原材料供应商包括美国杜邦、日本旭化成、美国特诺尔爱佩斯、日本三菱等供应商，均为国际化工巨头企业，市场供应充足。不同国外品牌替代性较强，公司对进口 PA66 存在依赖性，但对单一 PA66 原材料供应供应商不存在依赖。

公司塑料紧固件产品的主要原材料为进口 PA66，属于石油化工产业链产品，受原油及相关化工产品等大宗商品价格因素影响较大，其市场供应情况及价格波动具有不确定性。若未来原油价格或其他相关化工产品价格出现大幅上涨，将会带来公司成本上升的风险。

(四) 报告期内发行人产量与用电量匹配关系。

报告期内，公司主要产品为螺钉螺栓和异形连接件，合计收入占比 80% 以上，相应的产量与用电量情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
螺钉螺栓产量（万件）	60,646.37	129,673.60	136,984.24	124,407.20
异形连接件产量（万件）	2,774.03	6,359.49	6,831.65	6,439.69
合计（万件）	63,420.40	136,033.09	143,815.89	130,846.89

用电量（万度）	318.11	715.82	755.93	649.18
单位产品耗电量（度/万件）	50.16	52.62	52.56	49.61

报告期内，公司主要产品产量分别为 130,846.89 万件、143,815.89 万件、136,033.09 万件、63,420.39 万件，相应的用电量分别为 649.18 万度、755.93 万度、715.82 万度、318.11 万度，主要产品产量与用电量变化趋势一致，单位产品耗电量基本稳定。

（五）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）通过万得获取相关原材料采购价格，查阅公司采购明细，访谈采购部门负责人了解原材料采购的细节以及同市场价格的差异；

（2）获取五金件采购明细，查看不同种类五金件采购的数量、金额，访谈采购部门负责人了解五金件采购价格、采购变动情况；

（3）对公司子公司高管进行访谈，了解塑料紧固件产品的特性、用途、原材料要求等内容；查阅了下游整车厂的 PA66 原材料供应商目录；查阅了报告期公司原材料采购明细表，获取公司采购的各品牌原材料的金额及占比；

（4）查阅了公司产销存表、用电量明细表，分析公司产量与用电量的匹配关系。

2. 核查结论

（1）公司采购线材、棒材与钢材价格等主要原材料的采购价格与市场价格波动趋势相同，结合相关原材料初步加工成本，公司的采购价格具备公允性。五金件的价格中，原材料成本是最重要的成本因素，根据不同五金件产品的规格、尺寸并结合不同的加工工艺而存在价格差异。2018 年，因部分客户实际需求与预测存在差异，为保证产品交货的及时性，外购半成品单模螺钉的采购量增加，相比 2017 年单模螺钉的采购数量，2018 年采购数量增加了 945.79%，且单模螺钉比其他五金件产品单价低，拉低了五金件的平均采购单价；

（2）不同供应商提供的单模螺钉在原材料种类、原材料使用量、加工耗费时间、能源及难易程度等多方面存在差异，所以不同供应商单模螺钉的价格不完全可比，但公司向同一供应商采购的半成品单模螺钉的价格在报告期内总体稳定。公司采购半成品单模螺钉后再加工的成本总体高于自产单模螺钉成本，是正常的

市场行为，针对以往价格差异较大的单模螺钉品类，公司会通过恢复自产以降低成本，具备合理性；

(3) 公司采购的 PA66 以国外品牌为主，短期内国产材料难以替代，该材料国际市场供应充足，不同国外品牌替代性较强，发行人对单一 PA66 供应商不存在依赖性，但未来可能存在原材料 PA66 价格提升导致成本上升的风险；

(4) 公司主要产品产量与用电量变化趋势一致，单位产品耗电量基本稳定，产量与耗电量是相匹配的。

六、关于前五大供应商

据招股说明书披露：(1) 发行人前五大供应商采购比例为 30.96%、30.45% 和 33.49%。(2) 公开信息显示，发行人报告期各期第一大供应商苏州强新合金材料科技有限公司 2018 年因其未申报登记危废物和未按规定填写危废物转移联单，被苏州市环保局罚款 25 万元。发行人 2017 年第五大供应商上海金奥标准件材料有限公司目前已注销。(3) 2019 年前五大供应商太仓市建锐机械零部件厂 2015 年成立，发行人 2015 年即与其开展合作。请发行人：(1) 按原材料类别披露主要供应商及报告期内采购情况，同期同类原材料向不同供应商采购价格比较情况，分析存在差异的具体原因；(2) 披露发行人主要供应商的注册资本、主要财务数据或经营规模，发行人采购金额占其销售金额比重，发行人是否为其主要客户；(3) 披露苏州强新合金材料科技有限公司违法行为是否与发行人业务相关；上海金奥标准件材料有限公司注销的原因，发行人与其合作历史、应付款项金额及结转情况；以上情况是否影响发行人的原材料采购，并结合主要供应商的经营资质、业务规模及变动趋势、终止合作情况，分析并披露发行人与主要供应商合作的稳定性；(4) 分析并披露太仓市建锐机械零部件厂 2015 年成立发行人即与其开展合作的原因，报告期内是否存在其他主要供应商成立时间较短发行人即与其开展较多业务合作或采购情形，如有，请分析原因及合理性；(5) 说明报告期内是否存在客户指定供应商采购情况，如有，请披露指定采购金额及占比、是否属于受托加工业务，指定采购涉及的采购、销售的会计处理及是否符合《企业会计准则》相关规定。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第 9 条）

(一) 按原材料类别披露主要供应商及报告期内采购情况，同期同类原材料向不同供应商采购价格比较情况，分析存在差异的具体原因；

报告期内，公司主要采购的原材料包括棒材、线材、五金件以及尼龙原料，具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占采购总金额的比重	金额	占采购总金额的比重	金额	占采购总金额的比重	金额	占采购总金额的比重
棒材	787.57	12.16%	1,527.30	10.24%	1,532.72	10.07%	1,613.71	10.95%
线材	1,243.93	19.20%	2,938.48	19.70%	3,068.27	20.15%	3,155.15	21.42%
五金件	950.24	14.67%	2,653.42	17.79%	2,502.84	16.44%	2,461.45	16.71%
尼龙原料	179.34	2.76%	580.19	3.89%	370.78	2.43%	345.11	2.34%
小计	3,161.08	48.79%	7,699.39	51.62%	7,474.61	49.09%	7,575.42	51.42%

1. 棒材

报告期内，公司棒材的主要供应商及采购情况如下：

年份	供应商名称	数量 (kg)	金额 (万元)	占同类原材料采购比例	平均单价 (元/kg)
2020年 1-6月	上海坤成金属材料有限公司	207,077.90	620.05	78.73%	29.94
	苏州市联大特殊金属材料有限公司	41,542.40	91.78	11.65%	22.09
	张家港圣鼎源制管有限公司	39,902.00	57.17	7.26%	14.33
	合计	288,522.30	768.99	97.64%	-
2019年	上海坤成金属材料有限公司	394,874.61	1,085.81	71.09%	27.50
	苏州市联大特殊金属材料有限公司	115,425.50	266.24	17.43%	23.07
	张家港圣鼎源制管有限公司	98,404.00	133.62	8.75%	13.58
	合计	608,704.11	1,485.67	97.27%	-
2018年	上海坤成金属材料有限公司	325,584.27	822.42	53.66%	25.26
	苏州市联大特殊金属材料有限公司	197,905.60	497.79	32.48%	25.15
	张家港圣鼎源制管有限公司	141,607.20	176.82	11.54%	12.49
	合计	665,097.07	1,497.04	97.67%	-

2017年	上海坤成金属材料有限公司	317,461.02	807.42	50.04%	25.43
	苏州市联大特殊金属材料有限公司	304,451.40	609.74	37.78%	20.03
	张家港圣鼎源制管有限公司	158,107.60	183.90	11.40%	11.63
	合计	780,020.02	1,601.06	99.22%	-

按照钢材的化学成分分类，可以分为碳钢与合金钢两大类，不锈钢属于合金钢的一种，是为了防锈而添加高合金含量的钢材，价格高于碳钢。公司向上海坤成金属材料有限公司和苏州市联大特殊金属材料有限公司采购的棒材以不锈钢材质为主，而向张家港圣鼎源制管有限公司采购的棒材以碳钢材质为主，因此两类采购价格差异较大。

对于不锈钢类材质的棒材，由于钢材牌号、后道加工工序不同，价格会有一定差异，因此，公司向上海坤成金属材料有限公司和苏州市联大特殊金属材料有限公司采购的棒材价格存在一定差异，差异率较小。

2. 线材

报告期内，公司线材的主要供应商及采购情况如下：

项目	供应商名称	数量 (kg)	金额 (万元)	占同类原材料采购比例	平均单价 (元/kg)
2020年 1-6月	苏州强新合金材料科技有限公司	1,063,596.00	805.63	64.76%	7.57
	浙江腾龙精线有限公司	46,892.20	94.33	7.58%	20.12
	福建吴航不锈钢制品有限公司	59,913.00	78.00	6.27%	13.02
	黄骅聚金五金制品有限公司	86,475.00	59.45	4.78%	6.87
	上海坤成金属材料有限公司	26,474.50	53.58	4.31%	20.24
	合计	1,283,350.70	1,090.99	87.70%	-
2019年	苏州强新合金材料科技有限公司	2,406,052.00	1,812.00	61.66%	7.53
	福建吴航不锈钢制品有限公司	171,686.00	233.55	7.95%	13.60
	南京宝日钢丝制品有限公司	273,376.00	205.62	7.00%	7.52
	乔宝(中山)特殊金属制品有限公司	79,835.20	188.24	6.41%	23.58
	上海坤成金属材料	72,697.90	145.94	4.97%	20.07

	有限公司				
	合计	3,003,647.10	2,585.35	87.98%	-
2018年	苏州强新合金材料科技有限公司	2,278,451.00	1,789.30	58.32%	7.85
	宁波市鄞州宏业金属制品厂	168,729.00	256.25	8.35%	15.19
	南京宝日钢丝制品有限公司	291,331.00	227.34	7.41%	7.80
	乔宝(中山)特殊金属制品有限公司	81,793.60	189.28	6.17%	23.14
	黄骅聚金五金制品有限公司	185,521.00	113.65	3.70%	6.13
	合计	3,005,825.60	2,575.82	83.95%	-
2017年	苏州强新合金材料科技有限公司	2,423,627.10	1,810.96	57.40%	7.47
	上海金奥标准件材料有限公司	846,352.00	592.97	18.79%	7.01
	乔宝(中山)特殊金属制品有限公司	108,144.90	225.65	7.15%	20.87
	宁波市鄞州宏业金属制品厂	144,273.00	212.14	6.72%	14.70
	上海坤成金属材料有限公司	55,954.7	97.53	3.09%	17.43
	合计	3,578,351.70	2,939.25	93.16%	-

公司向苏州强新合金材料科技有限公司、黄骅聚金五金制品有限公司、南京宝日钢丝制品有限公司、上海金奥标准件材料有限公司采购的线材以碳钢材质为主，而向上海坤成金属材料有限公司、乔宝(中山)特殊金属制品有限公司、浙江腾龙精线有限公司、宁波市鄞州宏业金属制品厂、福建吴航不锈钢制品有限公司采购的线材以不锈钢材质为主，因此，两类采购价格差异较大。由于钢材牌号、后道加工工序不同，公司对同类材质的线材供应商采购价格也有一定差异，差异率不大。

3. 五金件

报告期内，公司五金件的主要供应商及采购情况如下：

项目	供应商名称	数量(万个)	金额(万元)	占同类原材料采购比例	平均单价(元/个)
2020年1-6月	太仓市建锐机械零部件厂	147.46	202.18	21.28%	1.37
	昆山标垫五金有限公司及昆山市方垫	1,897.88	143.18	15.07%	0.08

	五金有限公司				
	东莞市春荣五金制品有限公司	841.75	108.06	11.37%	0.13
	上海顺翼紧固件有限公司	1,100.41	100.31	10.56%	0.09
	昆山市锦溪镇万恒精密五金厂	79.60	68.86	7.25%	0.87
	合计	4,067.10	622.59	65.52%	-
2019年	太仓市建锐机械零部件厂	392.24	446.76	16.84%	1.14
	昆山标垫五金有限公司及昆山市方垫五金有限公司	5,036.84	417.58	15.74%	0.08
	昆山市锦溪镇万恒精密机械厂	299.42	349.41	13.17%	1.17
	台州百朗士橡塑制品有限公司	3,526.80	239.56	9.03%	0.07
	上海顺翼紧固件有限公司	1,626.98	217.85	8.21%	0.13
	合计	10,882.27	1,671.16	62.98%	-
2018年	昆山标垫五金有限公司及昆山市方垫五金有限公司	15,134.82	617.8	24.68%	0.04
	台州百朗士橡塑制品有限公司	4,114.20	280.06	11.19%	0.07
	苏州崑骏精密模具有限公司	195.56	267.05	10.67%	1.37
	上海顺翼紧固件有限公司	1,258.31	233.89	9.34%	0.19
	昆山市锦溪镇万恒精密机械厂	202.85	201.83	8.06%	0.99
	合计	20,905.75	1,600.63	63.95%	-
2017年	昆山标垫五金有限公司及昆山市方垫五金有限公司	4,508.53	412.48	16.76%	0.09
	东莞市春荣五金制品有限公司	2,973.02	326.23	13.25%	0.11
	上海顺翼紧固件有限公司	1,608.08	314.02	12.76%	0.20
	苏州崑骏精密模具有限公司	167.84	236.98	9.63%	1.41
	台州百朗士橡塑制品有限公司	3,126.00	214.17	8.70%	0.07
	合计	12,383.47	1,503.88	61.10%	-

按照加工工艺不同，公司采购的五金件可以分为车削件、单模螺钉、多工位产品等多个类别，不同类别五金件产品的材料耗用量、加工工序复杂程度不同，因此价格存在差异。五金件供应商通常专长于某类产品的生产，具有规模化的成本优势，公司向不同供应商采购其具有成本优势的产品，对不同五金件供应商的采购价格不太具有可比性。

4. 尼龙原料

报告期内，公司尼龙原料的主要供应商及采购情况如下：

年份	供应商名称	数量 (kg)	金额 (万元)	占同类原材料采购比例	平均单价 (元/kg)
2020年1-6月	上海佑丰实业有限公司	100,291.00	334.30	91.86%	33.33
2019年	上海佑丰实业有限公司	212,770.00	808.82	87.57%	38.01
2018年	上海佑丰实业有限公司	185,120.00	604.79	87.73%	32.67
2017年	上海佑丰实业有限公司	176,757.00	521.48	86.15%	29.50

上海佑丰实业有限公司为尼龙原料类大宗商品的经销商，发行人子公司上海易扣通过其采购尼龙原料，价格随大宗商品市场价格波动。

(二) 披露发行人主要供应商的注册资本、主要财务数据或经营规模，发行人采购金额占其销售金额比重，发行人是否为其主要客户；

报告期内，公司前五大供应商情况如下：

序号	供应商名称	采购内容	注册资本	经营规模	发行人采购占供应商销售金额比重	发行人是否为其主要客户
1	苏州强新合金材料科技有限公司	线材	1,991.5 万美元	2019 年销售收入约 5 亿元	3%-4%	否
2	上海坤成金属材料有限公司	棒材	1000 万人民币	2019 年销售收入约 6,500 万元	15%-25%	否
3	上海佑丰实业有限公司	尼龙原料	200 万人民币	2019 年销售收入约 2,600 万元	20%-30%	否
4	太仓市建锐机械零部件厂	模具及五金件	50 万人民币	2019 年销售收入约 900 万元	70%左右	是
5	昆山标垫五金有限公司及昆山市方垫五金有限公司	五金件	各为 50 万人民币	2019 年销售收入约 1,400 万元	30%左右	否
6	苏州市联大特殊金属材料有限公司	线材	500 万人民币	2019 年销售收入约 1 亿元	5%左右	否
7	上海金奥标准件材料有限公司	线材	580 万人民币	已注销	-	否

(三) 披露苏州强新合金材料科技有限公司违法行为是否与发行人业务相关；上海金奥标准件材料有限公司注销的原因，发行人与其合作历史、应付款项金额及结转情况；以上情况是否影响发行人的原材料采购，并结合主要供应商的经营资质、业务规模及变动趋势、终止合作情况，分析并披露发行人与主要供应商合作的稳定性；

1. 披露苏州强新合金材料科技有限公司违法行为是否与公司业务相关

苏州强新合金材料科技有限公司（以下简称“苏州强新”）主要从事各类钢材加工业务，钢材加工过程中会产生废酸等危险废物，危险废物发生量与钢材加工量关系密切。苏州强新销售规模较大，年销售额 5.5 亿元左右。报告期内，公司向其采购的原材料只占其销售额的 3%左右。根据苏州强新出具的《关于行政处罚事项的说明》，苏州强新已经及时缴纳了罚款并采取了整改措施，上述违法行为不存在为完成发行人的生产任务而导致，相关违法行为均与发行人的业务无关。

2. 上海金奥标准件材料有限公司注销的原因，公司与其合作历史、应付款项金额及结转情况

上海金奥标准件材料有限公司（以下简称“金奥标准件”）原厂区位于上海市奉贤区柘林镇冯桥村 644 号，所在地为上海化学工业区 F7 地块，2017 年 F7 地块被政府征用，金奥标准件由于未找到配套的搬迁地来转移产能而于 2020 年 2 月注销。金奥标准件成立于 2003 年 12 月，公司于 2013 年开始与其开始合作，采购冷镦用线材，由于准备拆迁后其开始缩减产能，自 2018 年开始公司大幅减少对其采购量。截至本回复出具之日，公司已经结清对其应付账款。

3. 以上情况是否影响公司的原材料采购，并结合主要供应商的经营资质、业务规模及变动趋势、终止合作情况，分析并披露公司与主要供应商合作的稳定性

报告期内，苏州强新是公司采购线材的第一大供应商，占公司同类采购金额的 57.40%、58.32%、61.66%、64.76%。苏州强新是台湾钢材加工企业强新工业股份有限公司在大陆设立的专业紧固件线材生产工厂，通过了 ISO9001 以及汽车行业 IATF16949 认证，质量控制体系完善，生产规模较大，其上述违法行为具有偶然性且违法行为较为轻微、罚款金额较小，目前苏州强新正常运行，不会影响到公司的原材料采购。

报告期内，公司与前五大供应商的合作情况如下：

序号	供应商	时间	公司采购金额 (万元)	经营资质	是否终止合作
1	苏州强新合金材料科技有限公司	2017年	1,810.96	ISO9001: 2015、 IATF16949: 2016	否
		2018年	1,790.61		
		2019年	1,812.37		
		2020年1-6月	805.63		
2	上海坤成金属材料有限公司	2017年	1,025.37	ISO9001: 2015	否
		2018年	1,024.81		
		2019年	1,264.15		
		2020年1-6月	676.12		
3	苏州市联大特殊金属材料有限公司	2017年	609.74	IATF16949: 2016	否
		2018年	521.17		
		2019年	274.47		
		2020年1-6月	92.68		
4	太仓市建锐机械零部件厂	2017年	207.72	加工及模具生产企业，无需特殊经营资质	否
		2018年	313.94		
		2019年	673.97		
		2020年1-6月	250.96		
5	昆山标垫五金有限公司及昆山市方垫五金有限公司	2017年	425.77	均具备 IATF16949: 2016 资质	否
		2018年	693.98		
		2019年	435.14		
		2020年1-6月	148.77		
6	上海佑丰实业有限公司	2017年	522.17	尼龙原料经销商，无需特殊经营资质	否
		2018年	604.79		
		2019年	808.82		
		2020年1-6月	334.30		
7	上海金奥标准件材料有限公司	2017年	592.97	已注销停止合作，合作期间具备 ISO/TS 16949 : 2009、ISO 9001 : 2008 资质	是
		2018年	107.12		

由上表可见,除上海金奥标准件材料有限公司因注销停止合作外,报告期内,公司主要供应商资质齐全,与其合作稳定。

(四) 分析并披露太仓市建锐机械零部件厂 2015 年成立发行人即与其开展合作的原因, 报告期内是否存在其他主要供应商成立时间较短发行人即与其开展较多业务合作或采购情形, 如有, 请分析原因及合理性;

1. 分析并披露太仓市建锐机械零部件厂 2015 年成立公司即与其开展合作的原因

公司 2015 年同太仓市建锐机械零部件厂(以下简称“建锐机械”)合作,系建锐机械接替原太仓展华模具厂(以下简称“展华模具”)向公司供应模具的业务。

展华模具,成立于 2006 年 8 月,注册资本 40 万元,法定代表人杨静,注册地址为太仓市陆渡镇浏太路(横沥村),主营业务为模具、金属零部件的生产、销售。杨静持有其 100%股权。2012 年 5 月,展华模具同公司有合作,公司向其采购模具。

建锐机械,成立于 2015 年 5 月,注册资本 50 万元,法定代表人朱兴安,注册地址为太仓经济开发区郑和中路 297 号,主营业务为模具、金属零部件的生产、销售。朱兴安持有其 100%股权。

建锐机械和展华模具均位于苏州太仓,建锐机械股东、法定代表人朱兴安同展华模具股东、法定代表人杨静系亲属关系。在生产运营中,建锐机械、展华模具在产品的研发、质量控制、生产经营上存在较为紧密的相互合作和相互支援,管理人员、技术人员存在交叉重叠。所以 2015 年建锐机械代替展华模具向公司提供模具,能够实现顺利过渡。

2015 年开始,建锐机械接替展华模具向公司持续供应模具。2018 年,公司考虑频繁切换、调试生产线不具有效率性、经济性,为提高公司生产效率、实现较好的经济效益并结合建锐机械的自身意愿,公司决定将原利用建锐机械销售的模具生产的部分五金件,直接由建锐机械在模具开发完毕并利用模具生产五金件销售给公司。该举措可以提高公司生产效率和经济效益,发挥建锐机械研发、生产模具并可根据生产情况、客户需求对模具快速、精准调节的技术优势,提高产品质量及稳定性和公司整体经济效益。

随着合作的加深，建锐机械向公司的销售金额近年来逐步增加，并于 2019 年成为公司前五大供应商。报告期内，公司向建锐机械的采购金额和内容如下：

年度	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）
2020 年 1-6 月	太仓市建锐机械零部件厂	模具	48.78
		五金件	202.18
	合计		250.96
2019 年	太仓市建锐机械零部件厂	模具	227.21
		五金件	446.76
	合计		673.97
2018 年	太仓市建锐机械零部件厂	模具	289.95
		五金件	23.99
	合计		313.94
2017 年	太仓市建锐机械零部件厂	模具	207.72
	合计		207.72

综上所述，建锐机械 2015 年成立即同公司开展合作系接替展华模具同公司继续合作，具备合理性。且其具备开展合作所需的人员、技术、经验和生产能力，报告期内同公司未因产品质量等原因产生纠纷，双方合作良好，不存在异常情形。建锐机械股东、法定代表人朱兴安以及展华模具股东、法定代表人杨静与公司不存在关联关系。

2. 报告期内是否存在其他主要供应商成立时间较短公司即与其开展较多业务合作或采购情形，如有，请分析原因及合理性

报告期内，公司向前五名供应商采购的内容及供应商成立时间如下：

供应商名称	采购内容	成立时间
苏州强新合金材料科技有限公司	线材	2001 年 10 月
上海坤成金属材料有限公司	棒材	2008 年 7 月
上海佑丰实业有限公司	尼龙	2010 年 5 月
太仓市建锐机械零部件厂	模具及五金件	2015 年 5 月
昆山市标垫五金有限公司及昆山方垫五金有限公司	五金件	2014 年 3 月（标垫） 2012 年 3 月（方垫）
苏州市联大特殊金属材料有限公司	棒材	2002 年 5 月
上海金奥标准件材料有限公司	线材	2003 年 12 月

报告期内，公司前五名外协供应商采购的内容及外协供应商成立时间如下：

供应商名称	采购内容	成立时间
上海松江新桥五金厂有限公司	电镀	1981年6月
太仓市汇湖电镀有限公司	电镀	1998年7月
南通创源电化学科技有限公司	电镀	2011年3月
上海裕继金属制品有限公司	电镀	2008年3月
梯爱司新材料科技（上海）有限公司	盐浴	1998年5月
南通申海工业技术科技有限公司	涂覆、电镀	2001年10月
耐落螺丝（昆山）有限公司	防松涂胶	2000年9月

通过上表可见，报告期内，除建锐机械外，公司主要供应商、外协供应商成立年限普遍较长，不存在主要供应商、外协供应商成立时间较短，公司即与其开展较多业务合作或采购情形。

（五）说明报告期内是否存在客户指定供应商采购情况，如有，请披露指定采购金额及占比、是否属于受托加工业务，指定采购涉及的采购、销售的会计处理及是否符合《企业会计准则》相关规定。

1. 客户指定供应商采购情况

报告期内，公司存在客户指定供应商采购的情况，具体如下：

(1) 2020年1-6月

客户	指定供应商	采购内容	采购金额 (万元)	占采购总额的 比例
科友贸易(上海)有限公司	上海裕继金属制品有限公司	(外加工) 电镀	181.71	2.80%
科友贸易(上海)有限公司	昆山威达顺紧固件有限公司	膨胀螺丝	1.94	0.03%
科友贸易(上海)有限公司	余姚市德鸿金属制品有限公司	销轴	38.30	0.59%
华域视觉	浙江百朗士橡塑科技有限公司	O型圈	29.41	0.45%
蔚来汽车	雷迅汽车配件(河北)有限公司	塑料卡扣	0.60	0.01%
索格菲	安徽中鼎密封件股份有限公司	密封圈	2.80	0.04%
小计			254.76	3.93%

(2) 2019年

客户	指定供应商	采购内容	采购金额 (万元)	占采购总额的 比例
科友贸易(上海)	上海裕继金属制品	(外加工) 电镀	364.68	2.45%

有限公司	有限公司			
科友贸易(上海)有限公司	昆山威达顺紧固件有限公司	膨胀螺丝	4.73	0.03%
科友贸易(上海)有限公司	余姚市德鸿金属制品有限公司	销轴	78.76	0.53%
华域视觉	台州百朗士橡塑制品有限公司	O型圈	239.56	1.61%
美嘉帕拉斯特	宁海县博宇翔鹰汽车部件有限公司	密封圈	2.24	0.02%
索格菲	安徽中鼎密封件股份有限公司	密封圈	17.18	0.12%
小计			707.15	4.74%

(3) 2018年

客户	指定供应商	采购内容	采购金额(万元)	占采购总额的比例
科友贸易(上海)有限公司	上海裕继金属制品有限公司	(外加工)电镀	407.60	2.68%
科友贸易(上海)有限公司	昆山威达顺紧固件有限公司	膨胀螺丝	0.45	0.00%
科友贸易(上海)有限公司	余姚市德鸿金属制品有限公司	销轴	30.81	0.20%
华域视觉	台州百朗士橡塑制品有限公司	O型圈	302.94	1.99%
小计			741.80	4.87%

(4) 2017年

客户	指定供应商	采购内容	采购金额(万元)	占采购总额的比例
科友贸易(上海)有限公司	上海裕继金属制品有限公司	(外加工)电镀	332.91	2.26%
科友贸易(上海)有限公司	昆山威达顺紧固件有限公司	膨胀螺丝	0.48	0.00%
华域视觉	台州百朗士橡塑制品有限公司	O型圈	252.39	1.71%
小计			585.78	3.98%

2. 客户指定供应商采购不属于受托加工业务，会计处理符合《企业会计准则》规定

下游终端客户尤其是大型知名企业为保证产品质量和供应链的安全性，对核心原材料的采购，一般采用“合格供应商认证制度”，会设置严格、繁琐的认证程序对产品的核心原材料进行考察和认证。公司和供应商分别属于客户的不同级次的供应商。客户要求公司向指定供应商采购主要是为了实现上述目标。

报告期内，公司存在的客户指定供应商采购的情况，对应的客户主要为科友贸易、华域视觉，指定的供应商分别为上海裕继金属制品有限公司（以下简称“上海裕继”）、台州百朗士橡塑制品有限公司（以下简称“台州百朗士”）。科友贸易为保证公司交付的高耐蚀 ZEC 螺丝产品的质量，指定公司交付产品的电镀加工方为上海裕继，其与科友贸易不存在关联关系。华域视觉指定公司交付产品中使用的 O 型圈供应商为台州百朗士，台州百朗士系华域视觉的合格供应商，其与华域视觉不存在关联关系。

同时，在客户指定供应商模式下，公司与客户、供应商的交易情况符合相互独立交易原则，具体说明如下：

(1) 与客户、供应商签订合同的属性类别以及主要条款规定

公司与客户签定的合同为一般购销合同，双方对产品型号、数量、金额、产品交付、信用政策、结算方式等进行约定，公司是销售合同的首要义务人，负有向客户提供商品的首要责任；公司根据客户订单需求安排生产和采购原材料，在客户指定原材料供应商的情况下，同样是由公司自主向供应商采购原材料，与供应商直接沟通约定原材料型号、价格、数量、付款期限等事项，并签定一般购销合同；在客户指定供应商模式下，公司原材料采购业务和产品销售相互独立。

(2) 原材料生产加工过程中的保管和灭失、价格波动风险

公司从指定供应商采购的原材料为一般的产品购销业务，采购价格由双方协商确定且与市场价格基本一致；原材料经公司验收入库后，所有权归公司所有，公司对存货进行后续管理和核算，在生产加工过程中的保管和灭失、价格波动等风险，均由公司承担。

(3) 是否具备完整销售定价权

公司依据客户具体型号产品的成本加成一定的利润进行报价，与客户协商后确定产品的最终价格。公司参考产品成本及利润自主定价，具备完整销售定价权。

(4) 是否承担产品销售对应收款的信用风险

公司与客户的销售合同中，对信用期和结算方式等进行了约定，公司承担了客户未能按合同约定支付货款的信用风险。

(5) 对原材料加工的负责程度以及变化程度

科友贸易：公司交付产品主要为螺钉、螺栓，公司自行采购钢材，经冷镦成型、螺纹成型、热处理等工序后，将半成品外发客户指定的外协供应商做表面处理。

华域视觉：公司交付产品主要为螺钉，公司自行采购钢材，经冷镦成型、螺纹成型、热处理、外发表面处理等工序后，根据客户需求，将部分成品螺钉与指定采购的O型圈组装成最终产品交付。

综上，公司在客户指定供应商模式下的销售和采购业务，相互独立，不属于受托加工业务，会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

(六) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 查阅了公司采购明细表，访谈公司采购部门负责人，查阅大宗商品公开市场价格，分析不同供应商的价格差异原因；

(2) 通过国家信用信息公示系统，查阅主要供应商的注册资本等基本信息；

(3) 访谈供应商，获取供应商提供的财务报表，获取其经营规模数据；

(4) 访谈了供应商采购部门负责人，查阅政府用地公开信息、环保处罚信息，了解上海金奥注销原因、苏州强新违法原因，查阅上海金奥应付账款结转情况；

(5) 访谈了采购部门负责人，了解公司同建锐机械合作的缘由；

(6) 了解公司是否存在客户指定供应商采购的情形及背景，对主要的指定供应商进行实地访谈；访谈了公司财务总监，了解公司具体会计处理方式，并查阅了《企业会计准则》，判断是否符合相关规定的要求。

2. 核查结论

(1) 公司向不同供应商采购的价格差异系由产品材质、加工工序等不同导致，差异具备合理性；

(2) 公司系太仓市建锐机械零部件厂之主要客户，采购金额占其销售收入的比例为70%左右；公司对其余主要供应商的采购金额占对应供应商的销售收入的比例相对较小，占比区间在3%-35%，发行人不属于其主要客户；

(3) 苏州强新合金材料科技有限公司违法行为与公司业务不相关；公司与主要供应商的合作稳定；

(4) 建锐机械 2015 年成立公司即与其开展合作承接展华模具业务，建锐机械具备相关人员、技术、经验，合作良好，具备合理性，报告期内不存在其他主要供应商成立时间较短公司即与其开展较多业务合作或采购情形；

(5) 公司存在少量客户指定供应商的情形，相关销售和采购业务相互独立，不属于受托加工业务，会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

七、关于营业成本与外协加工

申报材料显示：（1）2019 年发行人营业成本中原材料占比增加，2018 年外协加工费金额较大。发行人外协加工费用主要系产品表面处理、部分机加工以及产品筛选，其中，表面处理外协加工系发行人不具备电镀、盐浴等表面处理的资质。报告期内，外协加工费用分别为 4,036.21 万元、4,581.28 万元和 4,124.25 万元，占当期主营业务成本的比例分别为 21.47%、23.07%和 20.37%。发行人披露了向前五大外协供应商采购情况。（2）外协加工中电镀、涂覆等涉及经营资质及排污问题，发行人外协供应商中存在部分供应商排污资质不全的情形，发行人针对报告期内不具备排污资质的前十大外协供应商，均已通过停止交易或更换供应商的方式进行整改。请发行人：（1）分产品列示发行人单位成本构成，并结合产品结构、原材料价格变化、产量变化、外协采购变化等分析单位成本变化原因；（2）披露发行人电镀、涂覆等表面处理、机加工及产品筛选的外协采购金额及占比，说明发行人未取得电镀、盐浴等表面处理资质的原因，是否为转嫁主要生产工序带来的环保风险；并结合表面处理外协供应商数量、产能、是否为发行人核心工序、外协采购替代性等情况，分析发行人对相应外协供应商是否存在依赖，如有，请补充进行风险提示；（3）披露发行人前十大外协供应商的基本情况，包括名称、设立时间、股权结构、实际控制人、主营业务、经营规模、分布区域、外协内容、采购金额和占比，与发行人、控股股东、实际控制人、公司董监高及其关系密切人员是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在发行人员工或前员工持有外协供应商权益的情形，外协供应商是否存在为发行人代垫成本支出或费用的情形；（4）披露发行人控制外协产品质量的具体措施及发行人与外协企业关于产品质量责任划分的具体安排，发行人报告期内委托资质不全的供应商进行外协加工是否存在环保处罚等相关

风险；截至目前停止交易或更换供应商的整改进展情况，新增外协供应商的基本情况，与发行人、控股股东、实际控制人、公司董监高及其关系密切人员是否存在关联关系或其他利益安排，新增外协供应商的生产工艺水平、产能、区域分布是否能够满足发行人需求，并测算整改后外协采购成本变化对单位成本的影响；（5）结合不同外协商采购价格、市场公允价格、自产成本等分析并披露外协成本公允性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第 10 条）

（一）分产品列示发行人单位成本构成，并结合产品结构、原材料价格变化、产量变化、外协采购变化等分析单位成本变化原因

报告期内，公司主要产品为螺钉螺栓、异形连接件和塑料紧固件，具体单位成本构成情况如下所示：

1. 螺钉螺栓

单位：元/件

项目	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
直接材料	0.0205	34.89%	0.0257	38.20%	0.0236	35.19%	0.0223	34.56%
直接人工	0.0108	18.33%	0.0120	17.90%	0.0125	18.61%	0.0133	20.59%
制造费用	0.0086	14.63%	0.0089	13.26%	0.0097	14.52%	0.0103	15.99%
委外加工费	0.0189	32.16%	0.0206	30.65%	0.0213	31.68%	0.0186	28.86%
合计	0.0588	100.00%	0.0673	100.00%	0.0671	100.00%	0.0645	100.00%

由上表可见，报告期内螺钉螺栓产品成本构成较为稳定，平均单位成本分别为 0.0645 元/件、0.0671 元/件、0.0673 元/件、0.0588 元/件，相对平稳，略有波动。公司螺钉螺栓产品种类繁多，近 1,900 种，且单位成本较低，因此，具体产品构成稍有变化就会较大影响平均单位成本的变动。

2. 异形连接件

单位：元/件

成本构成	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
直接材料	0.54	38.77%	0.49	38.69%	0.40	35.41%	0.34	37.10%
直接人工	0.34	24.81%	0.33	26.00%	0.30	25.87%	0.24	25.90%
制造费用	0.27	19.35%	0.26	20.07%	0.24	20.93%	0.18	19.87%

委外加工费	0.24	17.07%	0.19	15.24%	0.20	17.80%	0.16	17.13%
合计	1.38	100.00%	1.28	100.00%	1.14	100.00%	0.92	100.00%

由上表可见，报告期内异形连接件产品成本构成较为稳定，平均单位成本呈逐年增长趋势，主要受产品结构变化的影响。异形连接件按照不同的应用模块分类的单位成本情况如下：

单位：元/件

应用领域	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比
换挡拉索系统	0.89	23.73%	1.02	23.84%	1.15	21.14%	1.18	20.31%
汽车涡轮增压系统	4.89	15.22%	4.69	14.73%	4.02	15.81%	3.45	12.85%
汽车排气系统	2.28	11.95%	2.02	10.89%	1.76	7.44%	1.76	3.29%
其他	0.32	49.10%	0.24	50.54%	0.24	55.61%	0.28	63.55%
合计	1.38	100.00%	1.28	100.00%	1.14	100.00%	0.92	100.00%

由上表可见，应用于涡轮增压系统和排气系统的异形连接件因生产工艺相对复杂，平均单位成本明显高于其他异形连接产品，报告期内销量占比整体呈增长趋势。

报告期内，应用于不同模块的异形连接件产品的平均单位成本及销量占比变化对异形连接件整体单位成本的影响如下：

单位：元

项目	2020年1-6月/2019年			2019年/2018年			2018年/2017年		
	结构影响	单位成本影响	合计影响	结构影响	单位成本影响	合计影响	结构影响	单位成本影响	合计影响
换挡拉索系统	0.00	-0.03	-0.03	0.03	-0.03	0.00	0.01	-0.01	0.00
汽车涡轮增压系统	0.02	0.03	0.05	-0.05	0.11	0.05	0.12	0.07	0.19
汽车排气系统	0.02	0.03	0.05	0.07	0.02	0.09	0.07	0.00	0.07
其他	0.00	0.04	0.04	-0.01	0.00	-0.01	-0.02	-0.03	-0.05
合计	0.04	0.07	0.11	0.03	0.10	0.13	0.18	0.04	0.22

由上表可见，报告期内，异形连接件的平均单位成本呈逐年增长趋势，主要受以下两方面的影响：

(1) 应用于涡轮增压器的产品销量占比增加及平均单位成本大幅增长

报告期内，应用于涡轮增压器的异形连接件产品销量占比由2017年的12.85%增长至2020年上半年的15.22%，平均单位成本由2017年的3.37元增长

至 2020 年上半年的 4.89 元，主要系公司销售至富奥石川岛的拉杆组件销量增长所致。

(2) 应用于排气系统的产品销量占比增加

报告期内，应用排气系统的异形连接件产品销量占比由 2017 年的 3.29% 增长至 2020 年上半年的 11.95%，主要系公司对佛吉亚的销售增长所致。

3. 塑料紧固件

单位：元/件

项目	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
直接材料	0.08	56.49%	0.11	64.30%	0.07	57.40%	0.06	62.42%
直接人工	0.03	18.22%	0.03	19.20%	0.03	21.20%	0.02	19.74%
制造费用	0.04	25.29%	0.03	16.49%	0.03	21.40%	0.02	17.84%
合计	0.14	100.00%	0.17	100.00%	0.12	100.00%	0.09	100.00%

由上表可见，塑料紧固件平均单位成本的变动主要受单位材料成本变动的影响。报告期内，塑料紧固件生产所需的主要原材料为尼龙原料，平均采购单价如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
平均采购单价（元/kg）	36.36	40.87	35.12	29.40
采购单价变动幅度	-11.03%	16.37%	19.46%	/
单位材料变动幅度	-26.07%	56.96%	18.96%	/

由上表可见，塑料紧固件单位材料成本的变动趋势与原材料价格变动趋势一致。

2019 年和 2020 年上半年，单位材料成本变动幅度明显大于采购单价变动幅度，主要受产品结构变化的影响。2019 年，随着上海易扣汽车类产品销售规模的扩张，部分车用管夹、卡箍的销量明显增加，该等产品单位材料成本较高，2019 年平均单位材料成本约 0.86 元/件，销量占比由 2018 年的 1.32% 增长至 2019 年 4.32%。剔除该等产品的影响后，2018 年、2019 年塑料紧固件的单位材料成本分别为 0.06 元/件、0.07 元/件，增幅 19.00%，与原材料采购变动幅度相近。2020 年上半年，受春节假期及新冠疫情的影响，上述产品的销量占比下滑至 2.94%，

而线夹、隔离柱等单位材料成本仅 0.01-0.03 元的产品销量占比增加，导致单位材料成本下滑幅度明显大于采购单价的下滑幅度。

(二) 披露发行人电镀、涂覆等表面处理、机加工及产品筛选的外协采购金额及占比，说明发行人未取得电镀、盐浴等表面处理资质的原因，是否为转嫁主要生产工序带来的环保风险；并结合表面处理外协供应商数量、产能、是否为发行人核心工序、外协采购替代性等情况，分析发行人对相应外协供应商是否存在依赖，如有，请补充进行风险提示；

1. 披露公司电镀、涂覆等表面处理、机加工及产品筛选的外协采购金额及占比，说明公司未取得电镀、盐浴等表面处理资质的原因，是否为转嫁主要生产工序带来的环保风险

电镀、盐浴等表面处理不属于公司的关键生产环节，而且市场上表面处理供应商众多、工艺成熟、供给充分，因此，公司为实现综合效益最大化、专注于核心生产环节，将此非关键工序委外加工，这是行业内零部件企业的常见做法，并非为转嫁主要生产工序带来的环保风险。

公司外协加工包括表面处理、机加工、产品筛选、防松涂胶等，报告期内采购各类外协加工服务的情况如下：

分类	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
表面处理	1,353.35	70.37%	2,996.86	74.69%	3,436.15	73.61%	3,219.27	72.38%
机加工	158.80	8.26%	261.51	6.52%	305.34	6.54%	372.12	8.37%
产品筛选	146.51	7.62%	179.35	4.47%	187.24	4.01%	233.45	5.25%
防松涂胶	101.71	5.29%	210.20	5.24%	296.47	6.35%	330.15	7.42%
其他	162.90	8.47%	364.64	9.09%	442.69	9.48%	292.61	6.58%
合计	1,923.28	100.00%	4,012.56	100.00%	4,667.90	100.00%	4,447.61	100.00%

2. 结合表面处理外协供应商数量、产能、是否为公司核心工序、外协采购替代性等情况，分析公司对相应外协供应商是否存在依赖，如有，请补充进行风险提示

按照工艺区分，表面处理可以分为电镀、涂覆、盐浴等多种类型。对于不同表面处理工艺，公司均向多个表面处理供应商采购外协加工服务，以保证供给稳定性。表面处理不属于关键生产环节，对单一供应商不存在依赖性。

报告期内，每年采购金额在 50 万以上的主要表面处理供应商数量如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
家数（家）	10	10	14	13
采购金额（万元）	1,257.74	2,717.17	3,294.80	3,048.02
占表面处理采购金额的比重	92.94%	90.67%	95.89%	94.68%

注：为保持采购金额和时间的一致性，2020 年 1-6 月，取采购金额为 25 万以上的外协供应商

截止本回复出具日，主要外协供应商产能如下：

序号	供应商	表面处理供应商的产能
1	太仓市汇湖电镀有限公司	20,000 吨/年
2	南通创源电化学科技有限公司	挂镀锌镍 11.9 万平方米/年、滚镀锌镍 7.86 万平方米/年、滚镀锌 11.35 万平方米/年
3	上海裕继金属制品有限公司	7,000 吨/年
4	梯爱司新材料科技（上海）有限公司	渗层件 8,000 吨/年，镀层件（气相沉积加工）2,000 万平方米/年
5	南通申海工业科技有限公司	镀锌 20 万平方米/年、镀镍铝合金件 25 万平方米/年
6	昆山三民涂赖电子材料技术有限公司	2,000 吨/年
7	上海徽瑞金属制品有限公司	电镀加工 9,000 吨/年
8	英佩格隆表面技术（上海）有限公司	总涂复面积约为 160 万平方米/年
9	上海众新五金有限公司（包括上海松江新桥五金厂有限公司）	25 条电镀生产线，其中镀锌 86.3 万平方米、镀锌镍合金 56.8 万平方米
10	上海达克罗涂复工业有限公司	涂覆紧固件 5 万吨/年
11	昆山世冠金属塑料制品有限公司	铝面板 200 万片/年，五金制品 1,000 万片/年
12	太仓市施美电镀有限公司	电镀生产线 16 条，其中全自动镀铜、镍、铬生产线 5 条，全自动镀锌生产线 3 条，全自动镀镍生产线 2 条，全自动镀银生产线 2 条，全自动镀铜生产线 1 条，全自动阳极氧化生产线 1 条，手工生产线 2 条
13	南通江淤新材料有限公司	高端高强度金属制品（涂覆制造）1 万吨/年

（三）披露发行人前十大外协供应商的基本情况，包括名称、设立时间、股权结构、实际控制人、主营业务、经营规模、分布区域、外协内容、采购金额

和占比，与发行人、控股股东、实际控制人、公司董监高及其关系密切人员是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在发行人员工或前员工持有外协供应商权益的情形，外协供应商是否存在为发行人代垫成本支出或费用的情形；

报告期内，公司前十大外协供应商采购情况如下：

年度	供应商名称	采购内容	采购金额	占当期采购总额比例
2020年 1-6月	上海众新五金有限公司	电镀	221.07	3.41%
	梯爱司新材料科技（上海）有限公司	盐浴	216.02	3.33%
	太仓市汇湖电镀有限公司	电镀	205.56	3.17%
	上海裕继金属制品有限公司	电镀	181.71	2.80%
	南通创源电化学科技有限公司	电镀	131.93	2.04%
	耐落螺丝（昆山）有限公司	防松涂胶	101.56	1.57%
	上海艺嘉金属制品有限公司	筛选	100.63	1.55%
	苏州崑骏精密模具有限公司	机加工	80.11	1.24%
	昆山三民涂赖电子材料技术有限公司	盐浴	75.16	1.16%
	南通申海工业科技有限公司	涂覆	71.37	1.10%
	合 计		1,385.13	21.38%
2019年	上海松江新桥五金厂有限公司	电镀	511.28	3.43%
	太仓市汇湖电镀有限公司	电镀	470.64	3.16%
	南通创源电化学科技有限公司	电镀	381.52	2.56%
	上海裕继金属制品有限公司	电镀	364.68	2.45%
	梯爱司新材料科技（上海）有限公司	盐浴	331.64	2.22%
	上海艺嘉金属制品有限公司	筛选	331.30	2.22%
	南通申海工业技术科技有限公司	涂覆	281.67	1.89%
	耐落螺丝（昆山）有限公司	防松涂胶	210.20	1.41%
	昆山三民涂赖电子材料技术有限公司	盐浴	171.08	1.15%
	苏州崑骏精密模具有限公司	机加工	117.09	0.79%
	合 计		3,171.11	21.26%
2018年	太仓市汇湖电镀有限公司	电镀	577.00	3.79%
	上海松江新桥五金厂有限公司	电镀	473.23	3.11%
	南通申海工业技术科技有限公司	涂覆	435.45	2.86%
	上海裕继金属制品有限公司	电镀	407.60	2.68%
	梯爱司表面处理技术（上海）有限公司	盐浴	345.98	2.27%

年度	供应商名称	采购内容	采购金额	占当期采购总额比例
	南通创源电化学科技有限公司	电镀	319.30	2.10%
	上海艺嘉金属制品有限公司	筛选	310.70	2.04%
	耐落螺丝（昆山）有限公司	防松涂胶	296.47	1.95%
	上海众霖五金有限公司	电镀	162.68	1.07%
	昆山三民涂赖电子材料技术有限公司	盐浴	139.81	0.92%
	合 计			3,468.21
2017年	太仓市汇湖电镀有限公司	电镀	845.03	5.74%
	上海松江新桥五金厂有限公司	电镀	431.65	2.93%
	上海裕继金属制品有限公司	电镀	332.91	2.26%
	耐落螺丝（昆山）有限公司	防松涂胶	330.15	2.24%
	南通申海工业技术科技有限公司	涂覆	308.61	2.09%
	南通创源电化学科技有限公司	电镀	258.34	1.75%
	上海艺嘉金属制品有限公司	筛选	257.93	1.75%
	梯爱司表面处理技术（上海）有限公司	盐浴	194.38	1.32%
	上海众霖五金有限公司	电镀	178.05	1.21%
	英佩格隆表面技术（上海）有限公司	涂覆	98.80	0.67%
	合 计			3,235.85

注：上述数据对属于同一控制下供应商进行合并计算，上海众新五金有限公司包括其与子公司上海松江新桥五金厂有限公司

公司前十大外协供应商主要情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	股权结构	实际控制人	主营业务	经营规模	分布区域
1	上海众新五金有限公司	2000年10月	王伟慧持股97.33%；黄龙其持股2.67%	王伟慧	表面处理	2019年销售收入约1亿元	上海
2	梯爱司新材料科技（上海）有限公司	1998年5月	TECHNIQUES SURFACES HLODING 持股100%	TECHNIQUES SURFACES HLODING	表面处理	2019年收入约7,800万元	上海
3	太仓市汇湖电镀有限公司	2001年7月	王文君持股50.56%；袁溱持股11.32%；顾建明持股7.54%；张耀生持股4.15%；胡永华持股3.77%；傅林灿、袁永林、周琴、范利花、钱锦忠、张建刚、高雪忠、严	王文君	表面处理	2019年销售收入约1.37亿元	太仓

			书鸿、丁宝山、岳剑元合计持股 22.66%				
4	上海裕继金属制品有限公司	2008年3月	许继方持股 87.50%; 吴雅清持股 12.50%	许继方	表面处理	2019年销售收入约 2,000 万元	上海
5	南通创源电化学科技有限公司	2011年3月	杭州莱源环保科技有限公司持股 100%	滕芳萍	表面处理	注册资本 2,000 万人民币	南通
6	上海艺嘉金属制品有限公司	2010年4月	查连蓬持股 100%	查连蓬	小五金加工, 金属制品	2019年销售收入约 455 万元	上海
7	耐落螺丝(昆山)有限公司	2000年9月	巨虎有限公司持股(台湾企业) 100%	-	防松涂胶	注册资本 1,400 万美元。耐落集团于 1984 年成立, 在台湾及大陆设有 6 座工厂及实验室	昆山
8	昆山三民涂赖电子材料技术有限公司	2004年8月	三和金属处理有限公司(香港企业)持股 50%; 东洋 DL 株式会社持股 50%	-	表面处理	2019年销售收入约 3,800 万元	昆山
9	南通申海工业科技有限公司	2001年10月	鹰普(中国)有限公司持股 100%	控股股东 鹰普国际有限公司(香港企业)	表面处理	2019年销售收入约 3 亿元	南通
10	上海松江新桥五金厂有限公司	1981年6月	上海众新五金有限公司持股 100%	王伟慧	表面处理	2019年销售收入约 5,700 万元	上海
11	上海众霖五金有限公司	2012年5月	胡军持股 70%; 李进持股 30%	胡军	表面处理	2019年销售收入约 1,160 万元	上海
12	英佩格隆表面技术(上海)有限公司	2009年9月	Impreglon GmbH 持股 100%	-	表面处理	2019年销售收入约 4,000 万元	上海
13	苏州崑骏精密模具有限公司	2007年3月	林志龙持股 100%	林志龙	机加工	2019年销售收入约 1,100 万	苏州

						元	
--	--	--	--	--	--	---	--

经实地走访核查，外协供应商与公司、控股股东、实际控制人、公司董监高及其关系密切人员不存在关联关系或其他利益安排，不存在公司员工或前员工持有外协供应商权益的情形，不存在外协供应商为发行人代垫成本支出或费用的情形。

(四) 披露发行人控制外协产品质量的具体措施及发行人与外协企业关于产品质量责任划分的具体安排，发行人报告期内委托资质不全的供应商进行外协加工是否存在环保处罚等相关风险；截至目前停止交易或更换供应商的整改进展情况，新增外协供应商的基本情况，与发行人、控股股东、实际控制人、公司董监高及其关系密切人员是否存在关联关系或其他利益安排，新增外协供应商的生产工艺水平、产能、区域分布是否能够满足发行人需求，并测算整改后外协采购成本变化对单位成本的影响；

1. 披露公司控制外协产品质量的具体措施及公司与外协企业关于产品质量责任划分的具体安排，公司报告期内委托资质不全的供应商进行外协加工是否存在环保处罚等相关风险

公司委托外协供应商加工的内容主要系产品表面处理、部分机加工以及产品筛选。其中，表面处理外协加工系公司不具备电镀、盐浴等表面处理的资质；机加工和产品筛选的工艺简单、附加值较低，公司产能不足或者规模生产不经济时，会将部分机加工工序以及产品筛选工序外包给满足产品质量要求的供应商，通过外协采购模式进行，公司针对采购事项制定了较为严格的控制措施：

(1) 质量控制措施

报告期内，公司高度重视产品的质量和性能，为控制外协加工产品质量，随着公司制度的完善，公司采取了较为严格的外协供应商准入制度，并对其采取持续的后续管理措施。

1) 准入体系

公司建立了完善的供应商认证体系，在引入新的外协供应商之前，公司会要求外协供应商具有完备的从业资质、较长的从业年限，并组织认证小组对其进行资质审查及现场稽核，只有通过综合评审才能成为公司的合格供应商，由此进入公司的供应商体系。

2) 质量控制措施

为加强供应商的日常管理和供货保障，公司与外协供应商签署了《质量协议》，就外协产品的质量、服务等方面进行详细约定。公司对外协加工过程实施严格的管理和跟踪，以提高对产品品质的管控能力。此外，公司按月度、季度及年度定期对外协供应商进行全方位考核，根据考评结果得分高低依次评级，该评级将直接影响外协供应商后续的订单量。针对评级较低的外协供应商，公司将采取要求整改纠正、减少订单份额等措施予以惩戒，并在后续外协生产过程中加强现场监管力度；针对评级不合格的外协供应商，公司将直接取消其合格供应商资格。

综上，为控制外协加工产品质量，公司采取了较为严格的外协供应商准入制度，并对其采取持续的后续管理措施。

(2) 质量责任划分安排

公司（“甲方”）同供应商（“乙方”）签订《质量协议》，对质量责任划分如下：

“1、经甲方验证不符合国家质量标准和双方协议质量标准的物料，乙方必须接受退货，并由乙方负担甲方的运输费。

2、产品在甲方检验时发现不符合规定要求，判定为不合格，该批产品作退货处理。如不合格项目对产品最终的机械性能、外观及使用无明显影响的，经甲方内部评审让步接收处理的，经乙方确认后，将对该批产品处以降价处罚。

3、来料、后工序及客户端出现的品质异常，乙方须在 24 小时内完成不良确认，并按照甲方要求期限完成不良品处理，72 小时内回复异常分析报告改进计划或纠正/预防措施单至甲方，如因分析难度大，不能在规定时间内作成异常分析和改善报告，须提前通知甲方。

4、甲方对乙方提供的产品抽样验证合格后，并不能免除乙方对产品质量的担保责任；

5、经双方确认的有质量问题的不合格零件，乙方应在接到通知 10 日内进行换货、退货处理；逾期未处理的不合格零件甲方可从货款中扣除 100 元/（日·批）的管理费用。对超过 30 日未处理的不合格零件，由甲方直接报废处理并从货款中扣除相应费用。

6、如乙方提供产品发生质量问题（因乙方原因造成）需由甲方人员协助进行返工、分拣等，乙方必须支付相应的人工、设备、工装折旧、能源等费用。”

根据《质量协议》的相关约定，供应商包括外协供应商提供的产品，不论在公司验收环节发现质量问题或是在终端客户使用环节发现质量问题，均由供应商根据协议约定承担责任并负担相应的费用。

(3) 公司不存在环保重大违法违规行为

经查询国家企业信用信息公示系统及国家环保部、上海市生态环境局、镇江市生态环境局、无锡市生态环境局网站公开的行政处罚信息，未发现公司在工商、环保方面受到行政处罚的情形。

经核查公司环保手续、实地勘察公司环保设备及及其运行情况，并访谈公司负责人，公司环保设备运行良好，能够遵守相关法律法规，各项排放指标符合要求。查看企业营业外支出情况，未发现企业因环保违法行为而遭受处罚缴纳罚款的情形。

综上，公司不存在因违反有关环境保护及防治污染的法律、法规而受到处罚的情形。

(4) 公司不存在因外协供应商资质不全遭受环保处罚的风险

1) 公司外协供应商环保问题现状

我们对公司的主要外协供应商进行了实地走访，并对外协供应商相关人员进行访谈，对其环境影响评价及生产加工资质情况进行了调查，公司的大部分外协供应商均按照要求取得经营资质，其中存在部分外协供应商排污资质不全的情形。

公司已对上述情况进行整改，督促供应商及时办理排污资质，对于不能办理排污资质的供应商，采取停止交易、控制交易量并寻找合格供应商的措施。

2) 相关法律后果

公司在报告期内存在委托资质不全的供应商进行外协加工的行为，不存在遭受环保处罚的风险。根据《中华人民共和国环境保护法(2014 修订)》对违法环境保护相关法律法规的法律责任规定如下：

“第五十九条

企业事业单位和其他生产经营者违法排放污染物，受到罚款处罚，被责令改

正，拒不改正的，依法作出处罚决定的行政机关可以自责令改正之日的次日起，按照原处罚数额按日连续处罚。前款规定的罚款处罚，依照有关法律法规按照防治污染设施的运行成本、违法行为造成的直接损失或者违法所得等因素确定的规定执行。地方性法规可以根据环境保护的实际需要，增加第一款规定的按日连续处罚的违法行为的种类。

第六十条

企业事业单位和其他生产经营者超过污染物排放标准或者超过重点污染物排放总量控制指标排放污染物的，县级以上人民政府环境保护主管部门可以责令其采取限制生产、停产整治等措施；情节严重的，报经有批准权的人民政府批准，责令停业、关闭。

第六十一条

建设单位未依法提交建设项目环境影响评价文件或者环境影响评价文件未经批准，擅自开工建设的，由负有环境保护监督管理职责的部门责令停止建设，处以罚款，并可以责令恢复原状。

第六十二条

违反本法规定，重点排污单位不公开或者不如实公开环境信息的，由县级以上地方人民政府环境保护主管部门责令公开，处以罚款，并予以公告。

第六十三条

企业事业单位和其他生产经营者有下列行为之一，尚不构成犯罪的，除依照有关法律法规规定予以处罚外，由县级以上人民政府环境保护主管部门或者其他有关部门将案件移送公安机关，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员，处十日以上十五日以下拘留；情节较轻的，处五日以上十日以下拘留：（一）建设项目未依法进行环境影响评价，被责令停止建设，拒不执行的；（二）违反法律规定，未取得排污许可证排放污染物，被责令停止排污，拒不执行的；（三）通过暗管、渗井、渗坑、灌注或者篡改、伪造监测数据，或者不正常运行防治污染设施等逃避监管的方式违法排放污染物的；（四）生产、使用国家明令禁止生产、使用的农药，被责令改正，拒不改正的。”

根据以上法规规定，作为从事生产加工业务的主体，外协供应商应办理建设项目环境影响评价手续。公司外协加工中所涉电镀、盐浴工序涉及环境污染，相

关外协供应商需取得环境保护部门核发的污染物排放许可证。

如未能履行相关审批手续，相关外协供应商将会遭受相应的法律后果，而公司虽然向外协供应商采购，但是并不直接从事产生和排放污染物的行为，不会因未采购行为遭受环保处罚。

综上，除客户指定的供应商外，公司针对报告期内不具备排污资质的前十大外协供应商，均已通过停止交易或更换供应商的方式进行整改；对于不具备排污资质的非前十大外协供应商，公司能够采用选择其他供应商进行替代，公司将督促其规范环保手续，若其无法完成环保手续，将采取替换措施。

2. 截至目前停止交易或更换供应商的整改进展情况，新增外协供应商的基本情况，与公司、控股股东、实际控制人、公司董监高及其关系密切人员是否存在关联关系或其他利益安排，新增外协供应商的生产工艺水平、产能、区域分布是否能够满足公司需求，并测算整改后外协采购成本变化对单位成本的影响；

截至目前，停止交易或更换供应商的整改进展情况如下：

供应商	外协加工内容	主要污染物	资质取得及整改情况	是否为外协前十大
上海松江新桥五金厂有限公司	电镀锌、锌镍	废水	停止合作，更换成具备资质的母公司上海众新五金有限公司合作	是
梯爱司新材料科技（上海）有限公司	盐浴 ARCOR	固废、废气	已取得排污许可证	是
上海众霖五金有限公司	镍磷合金	废水	停止合作，更换成具备资质的上海众新五金有限公司合作	是
上海辰锦金属制品有限公司	氮化处理	废水	停止合作	否
上海裕继金属制品有限公司	电镀锌镍	废水	公司客户科友贸易指定供应商，无法更换。裕继承租已取得排污许可证的出租方位于电镀园区的厂房从事出租方经营资质范围内的电镀业务，污染物排放至电镀园区指定的统一排放处，由园区统一处理	是
昆山世冠金属塑料制品有限公司	电镀锌、锌镍	废水	已取得排污许可证	否
上海徽瑞金属制品有限公司	挂镀锌	废水	控制交易量，寻找合格资质供应商，2020年上半年，发行人向其采购金额较少	否

新增外协供应商的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	股权结构	实际控制人	主营业务	产能	分布区域
-------	------	------	-------	------	----	------

上海众新五金有限公司	2000/10/20	王伟慧、黄龙其	王伟慧	表面处理	镀锌 86.3 万平方米/年，镀锌镍合金 56.8 万平方米/年	上海
------------	------------	---------	-----	------	----------------------------------	----

上述新增外协供应商与公司、控股股东、实际控制人、公司董监高及其关系密切人员不存在关联关系或其他利益安排。

新增外协供应商上海众新五金有限公司生产工艺水平成熟，产能较大，与公司同属于上海地区、交通方便，能够满足公司需求。公司主要向其采购镀种为电镀锌、锌镍合金的电镀服务，市场竞争充分，价格公允，不会对外协采购成本造成不利影响。

本次对外协供应商的整改，根据以上停止交易或更换供应商的整改进展情况表所示，部分资质欠缺的供应商通过挂靠具备相关资质的园区或自行申请的方式已经取得了相关资质，部分供应商由母公司或同地域公司承接相关业务，以上外协项目均具有可替代性，公司在相关整改过程中，无需付出额外成本，外协采购成本变化未发生明显变化，不会对单位成本构成较大影响。具体分析如下：

上海松江新桥五金厂有限公司（以下简称“松江新桥”）原为公司提供彩锌电镀业务，本次整改后由上海众新五金有限公司（以下简称“上海众新”）接替，2020 年上半年，公司向松江新桥的采购单价为 4.72 元/kg，向上海众新采购的单价为 4.73 元/kg，不存在明显差异。

上海众霖五金有限公司（以下简称“上海众霖”）原为公司提供镍磷合金电镀业务，本次整改后由上海众新接替，2020 年上半年，公司向上海众霖和上海众新采购该外协服务的单价不存在显著差异，如“表面镀镍磷合金(含磷量 5-10%，镍厚 25um-35um)+热处理”工艺，公司向上海众霖采购的单价为 1.71/件，向上海众新采购的单价为 1.75 元/件。“表面镀无电解镍，镀层厚度 1-5um”公司向上海众霖采购单价为 0.2400 元/件，向上海众新采购单价 0.2586 元/件，且该工艺 2020 年上半年采购金额合计为 32.74 万元（其中上海众霖 30.37 万元，上海众新 2.38 万元），占公司外协采购总量的比例不足 2%。

上海辰锦金属制品有限公司原为公司某项目提供氮化处理服务，目前该项目已终止，暂无新的同类采购需求。

上海徽瑞金属制品有限公司（以下简称“上海徽瑞”）为公司提供挂镀锌电镀服务，虽暂未更换，2020 年 1-6 月，公司向上海徽瑞采购的“三价铬彩锌 8

微米，210° ±10° 去氢 4 小时，72 小时白锈小于 5%，240 小时红锈小于 5%，钝化后 120° 烘干 2h 以上”电镀工艺，单价为 0.38 元/件；向上海众新采购的相近工艺“三价铬彩锌+ 封闭，8-12μ m，去氢 4h，210℃ ±10℃，72 小时无白锈，240 小时无红锈”单价为 0.34 元/件。即使后续发生供应商变更，对公司采购单价也不会产生较大影响。

综上，鉴于以上外协整改情况公司外协采购单价不会造成较大变动，故对公司产品单位成本不会产生较大影响。

(五) 结合不同外协商采购价格、市场公允价格、自产成本等分析并披露外协成本公允性。

公司采购的外协服务以表面处理为主，报告期内表面处理采购金额为别为 3,219.27 万元、3,436.15 万元、2,996.86 万元、1,353.3 万元，占外协采购金额的比例为 72.38%、73.61%、74.69%、70.36%。

公司采购的表面处理服务包括电镀、涂覆、盐浴三种方式。

分类	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额 (万元)	占表面处理采购金额的比例	金额 (万元)	占表面处理采购金额的比例	金额 (万元)	占表面处理采购金额的比例	金额 (万元)	占表面处理采购金额的比例
电镀	925.8	68.41%	2,106.56	70.29%	2,400.28	69.85%	2,389.31	74.22%
盐浴	291.18	21.52%	515.57	17.20%	521.33	15.17%	348.92	10.84%
涂覆	136.32	10.07%	374.73	12.50%	514.54	14.97%	481.04	14.94%
小计	1,353.30	100.00%	2,996.86	100.00%	3,436.15	100.00%	3,219.27	100.00%

1. 电镀

由于不同镀种所需原料、技术要求不同，价格有所差异。公司使用的电镀镀种主要有镀锌、锌镍合金两种。

分类	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额 (万元)	占电镀采购的比例	金额 (万元)	占电镀采购的比例	金额 (万元)	占电镀采购的比例	金额 (万元)	占电镀采购的比例
锌镍合金	477.77	51.61%	1,094.53	51.96%	1,128.70	47.02%	990.68	41.46%
镀锌	276.84	29.90%	539.17	25.59%	567.98	23.66%	645.22	27.00%
合计	754.61	81.51%	1,633.70	77.55%	1,696.68	70.69%	1,635.90	68.47%

1) 镀锌

公司向主要外协供应商采购的金额如下所示：

供应商名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占本镀种 采购金额 的比例	金额 (万元)	占本镀种 采购金额 的比例	金额 (万元)	占本镀种 采购金额 的比例	金额 (万元)	占本镀种 采购金额 的比例
上海松江新桥五金厂有限公司	29.94	10.82%	91.54	16.98%	74.73	13.16%	48.54	7.52%
太仓市汇湖电镀有限公司	184.72	66.72%	378.35	70.17%	435.02	76.59%	554.26	85.90%
合计	214.66	77.54%	469.90	87.15%	509.75	89.75%	602.80	93.43%

公司向主要外协供应商采购的单价如下所示：

单位：元/kg

供应商名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
上海松江新桥五金厂有限公司	4.73	4.71	4.74	4.78
太仓市汇湖电镀有限公司	4.13	4.18	4.13	3.69

报告期内，公司彩锌镀种的主要外协供应商是太仓市汇湖电镀有限公司和上海松江新桥五金厂有限公司，报告期内，占同类镀种采购金额的93.43%、89.75%、87.15%、77.54%。由于公司向太仓市汇湖电镀有限公司采购金额较大，价格谈判中处于有利地位，交易价格较低。

2) 锌镍合金

公司向主要外协供应商采购的金额如下所示：

供应商名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占本镀种 采购金额 的比例	金额 (万元)	占本镀种 采购金额 的比例	金额 (万元)	占本镀种 采购金额 的比例	金额 (万元)	占本镀种 采购金额 的比例
昆山世冠金属塑料制品有限公司	19.89	4.16%	31.68	2.89%	76.38	6.77%	77.62	7.84%
南通创源电化科技有限公司	131.93	27.61%	381.52	34.86%	319.30	28.29%	256.66	25.91%
上海松江新桥五金厂有限公司	180.39	37.76%	389.99	35.63%	330.81	29.31%	324.77	32.78%
上海裕继金属制品有限公司	145.56	30.47%	290.70	26.56%	402.21	35.63%	331.62	33.47%
合计	477.77	100.00%	1,093.89	99.94%	1,128.7	100.00%	990.67	100.00%

公司向主要外协供应商采购的单价如下所示：

单位：元/kg

供应商名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
-------	-----------	-------	-------	-------

昆山世冠金属塑料制品有限公司	10.91	10.29	10.76	10.86
南通创源电化学科技有限公司	10.49	10.72	10.29	9.97
上海松江新桥五金厂有限公司	12.88	12.45	12.41	12.57
上海裕继金属制品有限公司	18.77	20.50	20.45	21.09

公司针对销售给终端客户大金空调的零部件向上海裕继采购电镀服务，由于产品防腐蚀要求高，需要使用价格较贵的特殊原料药液，因此电镀服务价格较高。公司向松江新桥采购的电镀服务中有部分针对另一高端电器终端客户东芝空调的产品，同样使用价格较贵的特殊原料药液，从而拉高了平均采购价格。

2. 涂覆

公司向主要外协供应商采购的金额如下所示：

供应商名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占涂覆采 购总金额 的比例	金额 (万元)	占涂覆采 购总金额 的比例	金额 (万元)	占涂覆采 购总金额 的比例	金额 (万元)	占涂覆采 购总金额 的比例
南通申海工业科技有限公司	54.82	40.21%	235.25	62.78%	371.41	72.18%	295.20	61.37%
上海达克罗涂复工业有限公司	18.11	13.28%	41.80	11.15%	75.74	14.72%	85.32	17.74%
英佩格隆表面技术（上海）有限公司	4.51	3.31%	49.70	13.26%	63.59	12.36%	98.80	20.54%
南通江淤新材料有限公司	58.45	42.87%	44.27	11.81%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
合计	135.88	99.68%	371.02	99.01%	510.74	99.26%	479.32	99.64%

公司向主要外协供应商采购的单价如下所示：

单位：元/kg

供应商名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
南通申海工业科技有限公司	10.17	10.50	10.51	10.35
上海达克罗涂复工业有限公司	7.76	7.44	7.39	7.26
英佩格隆表面技术（上海）有限公司	3.93	4.15	4.01	4.66
南通江淤新材料有限公司	10.50	10.81	-	-

由于产品防腐蚀性等性能要求不同、产品规格大小不同，涂覆价格有所差异。报告期内，上述外协供应商价格变化趋势稳定。

3. 盐浴

公司向主要外协供应商采购的金额如下所示：

供应商名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
-------	-----------	-------	-------	-------

	金额 (万元)	占盐浴采 购总金额 的比例	金额 (万元)	占盐浴采 购总金额 的比例	金额 (万元)	占盐浴采 购总金额 的比例	金额 (万元)	占盐浴采购总 金额的比例
昆山三民涂赖电子材料技术有限公司	75.16	25.81%	171.08	33.18%	139.81	26.82%	70.15	20.10%
上海辰锦热处理有限公司	0.00	0.00%	0.00	0.00%	35.54	6.82%	86.34	24.74%
梯爱司新材料科技(上海)有限公司	216.02	74.19%	344.48	66.82%	345.98	66.36%	192.43	55.15%
合计	291.18	100.00%	515.57	100.00%	521.33	100.00%	348.92	100.00%

公司向主要外协供应商采购的单价如下所示：

单位：元/pcs

供应商名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
昆山三民涂赖电子材料技术有限公司	0.63	0.69	0.57	0.53
上海辰锦热处理有限公司	-	-	0.86	0.98
梯爱司新材料科技(上海)有限公司	1.09	1.08	1.28	1.31

梯爱司由于拥有盐浴专利技术，产品单价较高，公司向其采购的外协服务主要应用于终端客户为大众汽车的产品。

综上所述，公司参照市场行情，综合考虑供应商供应能力、产品质量、售后服务、物流便利性及市场竞争情况进行报价，通过多家比价后协商确定外协加工价格，外协加工费公允。

(六) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 对公司管理层进行访谈，了解报告期内产品结构变化、原材料价格、外协采购价格的变化情况；取得收入成本表，分析各类产品单位成本的构成情况及变动原因；

(2) 访谈公司生产部门负责人，了解生产流程关键环节；访谈采购部门负责人，获取并查阅外协采购明细表；

(3) 通过国家信用信息公示系统查阅外协供应商基本情况，查阅外协供应商环评报告取得其产能情况，通过走访及外协供应商提供的财务数据了解其经营规模；

(4) 查看公司关于外协产品质量控制制定的控制措施，访谈采购部门负责人了解相关情况；询问律师关于委托资质不全的外协供应商进行外协加工是否存在

环保处罚风险；获取外协采购明细，查看外协供应商的变动情况；查询国家企业信用信息公示系统，了解公司主要外协供应商的股权结构；访谈主要外协供应商，了解其生产工艺、产能，与公司合作的情况及关联关系；访谈采购部门负责人，了解公司整改资质不全的外协供应商的进展情况及涉及的外协产品，分析外协采购单价的变动对公司成本的影响；

(5) 获取了外协采购明细，访谈了采购部门负责人，了解公司采购的外协服务类型、不同外协服务的定价方式。

2. 核查结论

(1) 公司螺钉螺栓和异形连接件产品单位成本结构较为稳定，平均单位成本变动主要受产品结构变化的影响；塑料紧固件单位成本变动主要受原材料价格及产品结构变化的影响；

(2) 公司采购的表面处理服务不属于核心工序，将此非关键工序委外加工，目的是为实现综合效益最大化、专注于核心生产环节，并非为转嫁主要生产工序带来的环保风险；公司外协供应商数量较多，外协产能比较充足，外协采购替代性较强，公司对相应外协供应商不存在依赖；

(3) 前十大外协供应商与公司、控股股东、实际控制人、公司董监高及其关系密切人员不存在关联关系或其他利益安排，不存在公司员工或前员工持有外协供应商权益的情形，不存在为公司代垫成本支出或费用的情形；

(4) 为控制外协加工产品质量，公司采取了较为严格的外协供应商准入制度，并对其采取持续的后续管理措施；外协供应商提供的产品在公司验收环节发现质量问题或是在终端客户使用环节发现质量问题，均由其根据协议约定承担责任并负担相应的费用；公司委托资质不全的外协供应商，不存在重大环保处罚等相关风险；外协整改情况对公司产品单位成本不会产生较大影响；

(5) 针对同类外协加工服务，不同外协供应商的价格差异不大，外协加工费公允。

八、关于主要产品毛利率

据招股说明书披露，报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 31.89%、33.42%、32.94%，主要产品中仅异形连接件毛利率呈上升趋势，发行人解释系

高单价、高附加值的拉杆组件销量增长所致，该等产品主要应用于汽车涡轮增压系统，产品附加值较高。发行人塑料紧固件毛利率较高，分别为 53.34%、44.74%、40.60%。2018 年、2019 年发行人金属制品毛利率略高于同行业可比公司平均水平。请发行人：（1）结合异形连接产品应用具体领域的销售金额（如汽车涡轮增压系统）及占比变化，量化分析异形连接件毛利率上升的原因，并披露发行人异形连接件毛利率水平与同行业可比公司同类产品比较情况，异形连接件毛利率变化与同行业可比公司同类产品毛利率变化趋势是否一致；（2）结合拉杆组件技术水平、相关产品技术参数和行业标准、同行业可比公司同类产品技术参数比较情况，分析拉杆组件“高水平技术能力”的具体体现；（3）披露发行人塑料紧固件产品毛利率较高且高于金属制品的原因及合理性，与同行业可比公司同类产品业务毛利率比较情况，是否存在差异及原因；（4）按照销售地区列示毛利率情况，对于明显高于平均毛利率水平的区域，请进一步分析原因及合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第 11 条）

（一）结合异形连接产品应用具体领域的销售金额（如汽车涡轮增压系统）及占比变化，量化分析异形连接件毛利率上升的原因，并披露发行人异形连接件毛利率水平与同行业可比公司同类产品比较情况，异形连接件毛利率变化与同行业可比公司同类产品毛利率变化趋势是否一致

1. 量化分析异形连接件毛利率上升的原因

报告期内，公司异形连接件的毛利率分别为 32.43%、36.00%、37.79%和 43.93%，毛利率逐年上升，其中应用于各模块的异形连接件毛利率及其收入占比情况如下：

单位：万元

应用模块	2020 年 1-6 月			2019 年		
	销售额	收入占比	毛利率	销售额	收入占比	毛利率
涡轮增压系统	4,165.41	65.59%	54.05%	8,226.13	63.38%	46.82%
换挡拉索系统	708.33	11.15%	22.86%	1,938.16	14.93%	20.32%
汽车排气系统	807.06	12.71%	13.24%	1,524.22	11.74%	8.41%
其他	670.03	10.55%	40.21%	1,291.12	9.95%	41.18%
合计	6,350.83	100.00%	43.93%	12,979.63	100.00%	37.79%

（续上表）

应用模块	2018年			2017年		
	销售额	收入占比	毛利率	销售额	收入占比	毛利率
涡轮增压系统	7,390.92	61.81%	42.31%	5,581.16	52.19%	37.69%
换挡拉索系统	2,094.25	17.52%	22.26%	2,471.76	23.12%	24.22%
汽车排气系统	972.02	8.13%	9.72%	467.94	4.38%	3.03%
其他	1,499.6	12.54%	41.11%	2,172.21	20.31%	34.57%
合计	11,956.79	100.00%	36.00%	10,693.07	100.00%	32.43%

鉴于主营业务综合毛利率等于各类产品毛利率与其占公司销售收入比例的乘积之和，故主营业务综合毛利率主要受产品销售结构和各类产品毛利率波动的影响。报告期内，上述两个因素对异形连接件毛利率影响情况如下表所示：

应用模块	2020年1-6月/2019年度			2019年度/2018年度			2018年度/2017年度		
	销售结构变动影响	毛利率变动影响	合计影响	销售结构变动影响	毛利率变动影响	合计影响	销售结构变动影响	毛利率变动影响	合计影响
涡轮增压系统	1.19%	4.58%	5.78%	0.74%	2.79%	3.52%	4.07%	2.41%	6.48%
换挡拉索系统	-0.86%	0.38%	-0.48%	-0.52%	-0.34%	-0.87%	-1.25%	-0.45%	-1.70%
汽车排气系统	0.13%	0.57%	0.70%	0.30%	-0.11%	0.20%	0.36%	0.29%	0.66%
其他	0.24%	-0.10%	0.14%	-1.07%	0.01%	-1.06%	-3.19%	1.33%	-1.87%
合计	0.70%	5.43%	6.14%	-0.55%	2.35%	1.79%	0.00%	3.57%	3.57%

注：销售结构变化因素影响=当期毛利率*（本期销售占比-上期销售占比）；毛利率波动因素影响=上期销售占比*（本期毛利率-上期毛利率）

从上表的定量分析可以看出，异形连接件毛利率逐年上升主要系受应用于涡轮增压系统的异形连接件销售情况变动的的影响。

应用于涡轮增压系统的异形连接件毛利率逐年上涨，主要系受高毛利率的连接杆组件的销量和毛利率逐年增加所致，具体分析如下：

类别	2020年1-6月			2019年		
	销售金额(万元)	占比	毛利率	销售金额(万元)	占比	毛利率
连接杆组件	3,913.29	93.95%	55.35%	7,131.51	86.69%	49.47%
其它	252.12	6.05%	33.84%	1,094.63	13.31%	29.53%
合计	4,165.41	100.00%	54.05%	8,226.13	100.00%	46.82%

(续上表)

类别	2018年			2017年		
	销售金额(万元)	占比	毛利率	销售金额(万元)	占比	毛利率

连接杆组件	6,195.24	83.82%	42.79%	4,313.57	77.29%	36.64%
其它	1,195.67	16.18%	39.80%	1,267.58	22.71%	41.27%
合计	7,390.92	100.00%	42.31%	5,581.16	100.00%	37.69%

连接杆组件主要应用于大众 EA211 1.4T 涡轮增压器，对应的主要客户为富奥石川岛、上海菱重、锋宏集团（供货给博格华纳）。不同涡轮增压器供应商对公司产品的生产工艺、技术要求、参与方式等存在差异，例如富奥石川岛的连接杆组件系由公司参与设计并经大众研发部门认可的，且生产工艺已取得国内发明专利《汽车涡轮增压耐磨型传动连杆组件的制造方法》（专利号：ZL201510615047.3）；而上海菱重、博格华纳的连接杆组件系公司根据客户提供的设计方案生产的。上述差异导致公司产品在销售价格、生产成本、毛利率上亦存在差异。

报告期内，受富奥石川岛、上海菱重、博格华纳三家涡轮增压器供应商在大众 EA211 1.4T 项目中供应份额的变化，公司连接杆组件的毛利率呈逐年增长趋势。

2. 公司异形连接件毛利率水平与同行业可比公司同类产品比较情况，异形连接件毛利率变化与同行业可比公司同类产品毛利率变化趋势是否一致

同行业可比公司中，浙江长华的紧固件产品主要为螺栓螺母及应用于车架或底盘的通孔类、花键轴、轴套等；瑞玛工业的车用紧固件产品主要为安全转向系统用支架及螺钉螺栓、电子电器系统和动力总成系统用壳体及支架、车身及底盘系统用螺钉螺母；泉峰汽车的产品主要为汽车空调压缩机缸体组件、汽车引擎零部件、传动零部件；华培动力的产品主要为放气阀组件、涡轮壳和中间壳，专供于涡轮增压零部件制造商。因此，华培动力的放气阀组件与公司异形连接件产品较为相似，两者毛利率对比情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
华培动力-放气阀组件毛利率	-	39.53%	45.72%	51.24%
公司-异形连接件毛利率	43.93%	37.79%	36.00%	32.43%

注：华培动力2020年半年度报告未披露放气阀组件分部信息

华培动力的放气阀组件主要包括盖板、连接板及衬套。报告期内，受镍、铬、钢、钴等主要金属材料价格上涨影响，毛利率呈下降趋势。而公司报告期内毛利

率呈上升趋势，主要系用于涡轮增压器的高附加值拉杆组件产品销量的提升所致。同时，公司异形连接件的原材料以钢材为主，其大宗市场价格相比镍、铬、钴等金属而言，较为稳定，成本相对可控。因此，虽然与同行业可比公司相比，异形连接件主营业务毛利率存在差异且趋势不一致，但内在的逻辑相同，差异主要系产品结构与材料成本变动所致。

(二) 结合拉杆组件技术水平、相关产品技术参数和行业标准、同行业可比公司同类产品技术参数比较情况，分析拉杆组件“高水平技术能力”的具体体现

公司将应用于传统螺钉螺栓生产的冷镦成型技术升级延伸到复杂的异形连接件生产上，充分发挥了其在螺钉螺栓冷镦工艺中积累的工艺经验，应用于动力系统涡轮增压器的拉杆组件是公司异形连接件的代表产品。目前，全球涡轮增压器供应商石川岛播磨国内子公司长春富奥石川岛、三菱重工国内子公司上海菱重、博世马勒国内子公司博马科技、盖瑞特以及国内配套吉利汽车的涡轮增压器领先供应商宁波丰沃、长城汽车子公司蜂巢动力均为公司客户，充分体现了公司在细分领域的领先地位。由于产品定制化程度高，在细分领域，国内上市公司中尚无与公司产品高度重合的企业，无法获取同行业可比公司的技术参数作为对比。

公司在拉杆组件产品生产中解决的技术难点、技术先进性以及申请的相应专利详见招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、发行人的核心技术和研发情况”之“（二）发行人的技术先进性及具体表征”披露。

(三) 披露发行人塑料紧固件产品毛利率较高且高于金属制品的原因及合理性，与同行业可比公司同类产品业务毛利率比较情况，是否存在差异及原因；

1. 塑料紧固件产品毛利率较高且高于金属制品的原因及合理性

公司塑料紧固件产品主要由子公司上海易扣研发、生产及销售。塑料紧固件的原材料主要为尼龙，制造环节的主要工序为注塑，而金属制品的原材料主要为钢材，制造环节的工序一般为冷镦成型、螺纹成型/机加工、热处理、表面处理等多道工序。两者生产工序差异较大，属于不同的细分领域。在塑料紧固件的细分领域，目前国内从事该行业的专业型公司相对较少，竞争环境较金属制品相对宽松，而且，上海易扣在开拓汽车类客户时，以同步设计开发服务为核心竞争力，

积极参与整车厂相关零部件的前期设计开发，设计方案通过后，整车厂的研发部门将指定其供应商使用上海易扣的零件，开发环节的产品附加值相对较高，因此毛利率较高。

虽然塑料紧固件与金属紧固件同属于紧固件行业，但两者所处的竞争环境、研发设计需求、生产工序、产品材质、产品具体应用功能等多个方面均存在明显差异，因此毛利率不具备可比性。

2. 与同行业可比公司同类产品业务毛利率比较情况，是否存在差异及原因
公司塑料紧固件产品主要包括汽车管卡及卡箍、汽车线束用扎带、汽车内饰座椅门板用 CLIP 产品等，江阴标榜汽车部件股份有限公司（以下简称“江阴标榜”）的部分产品与公司产品较为接近。

江阴标榜主营尼龙管路的生产销售，其 2017-2019 年的综合毛利率分别为 27.14%、24.44%和 27.46%，其中其他产品中的接头壳体、管夹等精密注塑件与公司塑料紧固件产品较为接近。该等其他产品的毛利率分别为 37.35%、41.49%和 44.45%，对应的收入规模分别为 1,502.92 万元、2,553.60 万元、4,150.94 万元。

报告期内，上海易扣塑料紧固件产品收入规模略小于江阴标榜，毛利率在 40%-50%左右，与江阴标榜同类产品的毛利率相近，略有差异，主要系塑料紧固件产品工艺较为简单，单位成本较低，小幅的溢价对毛利率影响较大，因此上海易扣与江阴标榜的产品种类、客户结构及溢价水平稍有不同即会导致毛利率存在差异。

（四）按照销售地区列示毛利率情况，对于明显高于平均毛利率水平的区域，请进一步分析原因及合理性。

报告期内，公司主营业务毛利率分销售地区列示情况如下：

地区	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
华东地区	33.30%	58.46%	28.96%	63.03%	32.97%	71.68%	32.23%	71.00%
东北地区	56.95%	22.72%	52.30%	18.10%	47.54%	8.97%	43.01%	5.42%
境外	28.86%	9.30%	25.69%	9.43%	27.22%	8.04%	26.58%	8.64%
华中地区	32.10%	3.28%	28.38%	4.18%	29.23%	5.80%	28.66%	7.85%
华南地区	32.45%	2.45%	25.00%	2.22%	27.60%	2.90%	29.09%	4.61%

第 91 页 共 144 页

西南地区	34.60%	1.92%	32.80%	1.73%	29.31%	2.11%	30.43%	2.15%
华北地区	43.61%	1.87%	37.62%	1.31%	43.37%	0.51%	38.82%	0.33%
合计	38.42%	100.00%	32.94%	100.00%	33.42%	100.00%	31.89%	100.00%

公司业务主要集中在华东地区和东北地区。报告期内，华东地区的毛利率相对平稳，与平均毛利率水平相近，而东北地区的毛利率显著高于平均毛利率，且呈逐年增长趋势，具体分析如下：

如本问询函回复第三题第（六）问所述，公司东北地区的客户主要为长春富奥石川岛增压器有限公司，其销售收入占东北地区收入的比例由 2017 年的 38.98%增长至 2020 年上半年的 84.31%。

公司向长春富奥石川岛增压器有限公司销售的产品主要为涡轮增压器中用于电子执行器与气门的连接与传动的拉杆组件。公司通过多年的深耕经营，采用冷锻成型、精密机加工等多种成型技术为长春富奥石川岛增压器有限公司设计出符合其要求的拉杆组件，并成为其 1.4T 涡轮增压器拉杆组件的独家供应商，因此产品附加值相对较高。

2019 年，随着国五排放标准向国六的切换，长春富奥石川岛增压器有限公司需求大幅增长，进一步拉动了公司东北地区的毛利率。

公司华北地区的毛利率较平均毛利率高主要因华北地区销售额较小，而其中毛利率相对较高的塑料件销售收入占华北地区销售额比例比较高，因此提升了华北地区平均毛利率。

（五）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）通过访谈公司技术人员、业务人员，了解公司产品生产的工艺流程、不同产品的应用范围和特性、公司产品售价及利润情况；

（2）获取了公司报告期收入成本明细表，计算了各年度分产品类别、分地区的毛利率水平，并进一步分析产品各年度毛利率变动情况、不同地区毛利率水平差异原因；

（3）获取可比上市公司的招股说明书、年度报告等公开财务数据信息，通过公司与同行业可比公司经营模式、生产成本、产品结构等方面差异情况进行比较，对报告期内公司同类产品毛利率与同行业可比公司的差异原因进行分析。

2. 核查结论

(1) 异形连接件毛利率逐年上升主要是受毛利率较高的应用于汽车涡轮增压的产品销量增加所致；受产品结构与材料成本变动趋势影响，公司异形连接件与同行业可比公司毛利率变动趋势虽然不一致，但毛利率变化趋势的内在逻辑一致；

(2) 塑料紧固件与金属紧固件同属于紧固件行业，但两者所处的竞争环境、研发设计需求、生产工序、产品材质、产品具体应用功能等多个方面均存在明显差异，因此毛利率不具备可比性；公司塑料紧固件产品与可比公司江阴标榜的相关产品毛利率相近，略有差异，主要系产品种类、客户结构及溢价水平存在差异所致；

(3) 公司东北地区的毛利率明显高于平均水平且逐年增长，主要系向长春富奥石川岛增压器有限公司销售的拉杆组件附加值较高，销量逐年大幅增长所致；华北地区收入占比较小，毛利率较高主要系高毛利的塑料紧固件产品销售占比相对较高所致。

九、关于关联交易

据招股说明书披露：

(1) 报告期内，发行人与关联方汕头超艺、上海森下发生关联采购和关联销售，其中关联采购金额较小，关联销售金额分别为 1,430.70 万元、410.98 万元和 175.84 万元。(2) 发行人向上海森下销售的产品主要系通过上海森下经销并最终销售给夏普的电子电器类塑料紧固件。2016 年夏普被富士康收购后，对供应链体系进行变革，由原来的“通过经销商采购”模式逐渐转变为“向原材料生产商直接采购”模式。(3) 供应商上海艺嘉向发行人提供组装、分拣包装、全检外观等加工服务，金额分别为 257.93 万元、310.70 万元和 331.30 万元。2019 年，公司向上海宜欧采购少量五金件，金额为 136.65 万元。上海艺嘉和上海宜欧系发行人业务部经理储旦的配偶实际控制的企业。请发行人补充披露：(1) 2016 年夏普被富士康收购后，报告期内发行人向夏普或富士康直接销售电子电器类塑料紧固件情况，是否保持相应的供应商地位和供货量，是否存在重大不利变化；(2) 结合发行人向关联方汕头超艺、上海森下以及供应商上

海艺嘉、上海宜欧的交易价格与市场价格比较情况，分析相关交易价格的公允性，向汕头超艺、上海森下销售毛利率与同类产品平均毛利率差异情况及原因；

(3) 除上海艺嘉、上海宜欧以外，发行人是否存在员工、前员工及其近亲属或者关系密切的人员投资的企业为发行人客户、供应商的情形，是否存在机构股东及其穿透后出资人、关联对外投资主体为发行人客户、供应商的情形，如有，请披露相关情况。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第 12 条）

(一) 2016 年夏普被富士康收购后，报告期内发行人向夏普或富士康直接销售电子电器类塑料紧固件情况，是否保持相应的供应商地位和供货量，是否存在重大不利变化。

公司塑料紧固件产品均由子公司上海易扣生产、销售。报告期内，上海易扣向夏普/富士康或其一级供应商直接销售电子电器塑料紧固件的金额及销量与通过上海森下销售塑料紧固件的金额及销量对比情况具体如下：

单位：万元

销售方式	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
直接销售	263.21	595.15	551.65	203.49
向夏普一级供应商销售	36.47	192.46	173.85	42.46
小计	299.68	787.61	725.50	245.95
通过上海森下销售	39.49	163.71	404.55	1,109.82
合计	339.17	951.32	1,130.05	1,355.76

由上表可见，报告期内公司直接向夏普/富士康或其一级供应商销售塑料紧固件销售收入总体呈增长趋势。但是，通过经销和直销方式最终向夏普销售塑料紧固件的合计收入呈逐年下滑趋势，主要是受中国彩电零售市场持续低迷，夏普自身市场份额减少的影响，同时考虑到公司向夏普/富士康的收入占比仅约 3%左右，占比较低，因此夏普采购方式的转变未对公司的供应商地位和供货量造成重大不利影响。

(二) 结合发行人向关联方汕头超艺、上海森下以及供应商上海艺嘉、上海宜欧的交易价格与市场价格比较情况，分析相关交易价格的公允性，向汕头超艺、上海森下销售毛利率与同类产品平均毛利率差异情况及原因。

1. 结合公司向关联方汕头超艺、上海森下以及供应商上海艺嘉、上海宜欧的交易价格与市场价格比较情况，分析相关交易价格的公允性，向汕头超艺、上海森下销售毛利率与同类产品平均毛利率差异情况及原因

(1) 公司与汕头超艺的关联销售价格情况及同类产品销售毛利率差异分析

2017年，公司向汕头超艺销售少量金属紧固件，销售金额为48.04万元，占营业收入的比例为0.17%，平均销售单价为0.02元/个，销售毛利率为-50.02%。该等产品为家用电器用螺钉螺栓，因长期闲置，公司于2017年折价销售给汕头超艺，故毛利率为负。上述交易金额较小，对公司财务状况和经营成果的影响很小。2018年起已停止向汕头超艺销售与采购。

(2) 公司与上海森下的关联销售价格情况及同类产品销售毛利率差异分析

报告期内，公司向上海森下销售的金额分别为1,382.65万元、410.98万元、175.84万元和39.49万元，主要为子公司上海易扣向上海森下销售塑料紧固件，产品交易价格以市场价格协商确定，定价公允，销售产品的毛利率与同类产品毛利率不存在显著差异，具体分析详见本回复“四、关于经销模式”之“(二) 同类产品经销模式下毛利率与直销模式下毛利率比较情况及差异原因”。

2. 结合公司向供应商上海艺嘉、上海宜欧的交易价格与市场价格比较情况，分析相关交易价格的公允性。

(1) 公司向上海艺嘉的采购价格及公允性分析

1) 公司向上海艺嘉采购五金件

2018年、2019年和2020年1-6月，公司因生产需要向上海艺嘉采购少量五金件产品，金额分别为41.36万元、9.78万元和2.85万元，占营业成本的比例分别为0.20%、0.05%和0.03%，占比很小。

公司向上海艺嘉采购的五金件主要为EP026-014型号单模螺钉，该产品的采购单价为0.019元/个。2020年上半年，公司逐渐减少与上海艺嘉的合作，在生产需要时向其他供应商采购同款产品，采购单价亦为0.019元/个。因此，公司向上海艺嘉采购的五金件定价公允。

2) 公司向上海艺嘉采购外协服务

报告期内，上海艺嘉向公司提供组装、分拣包装、全检外观等加工服务，金额分别为 257.93 万元、310.70 万元、331.30 万元和 100.63 万元，占营业成本的比例分别为 1.36%、1.54%、1.61%和 1.17%。

2020 年起，公司逐步减少对上海艺嘉的外协采购，并将部分产品组装、分拣包装、全检外观的工序转移至上海顺翼紧固件有限公司、澳森五金塑胶（苏州）有限公司等第三方外协供应商。2020 年 1-6 月，公司与上海艺嘉及其他两家外协供应商交易的平均单价分别 0.017 元/个、0.018 元/个、0.016 元/个，平均单价略有差异主要系委外加工产品及对应的工序存在差异所致。

为准确对比公司接受上海艺嘉外协服务的交易价格与接受其他第三方外协服务的交易价格，选取各类加工服务中的主要产品型号进行分析，具体对比情况如下所示：

单位：元/个

加工内容	委外货品型号	上海艺嘉交易价格	第三方交易价格
组装	EP026-302/ EP118-015	0.026	0.026
	EP069-133	0.021	0.021
全检外观	EM028-005	0.012	0.012
	EM183-022/1991460X	0.175	0.175
	EP028-003	0.011	0.011
	MY090-001	0.182	0.186
分拣包装	EM173-001	0.032	0.032
	EP008-017	0.110	0.110

由上表可见，公司接受上海艺嘉外协服务的交易价格与接受其他第三方外协服务的交易价格基本一致，定价公允。

(2) 公司向上海宜欧的采购价格及公允性分析

2019 年和 2020 年 1-6 月，公司向上海宜欧采购少量螺栓螺母，金额分别为 136.65 万元、66.47 万元，占当期营业成本的比例分别为 0.67%和 0.77%。该批紧固件系用于电动平衡车，公司从上海宜欧采购之后，销售给纳恩博（常州）科技有限公司及其关联公司（以下简称“纳恩博”）。

2019 年及 2020 年上半年，公司向纳恩博的销售毛利率分别为 10.55%、11.02%，即为发行人获取的毛利。

截至本回复出具之日，公司已终止与上海宜欧的交易。综合考虑交易性质，公司向上海宜欧采购价格公允，且上述采购行为具有偶发性、金额较小，对公司财务状况和经营成果的影响很小。

(三) 除上海艺嘉、上海宜欧以外，发行人是否存在员工、前员工及其近亲属或者关系密切的人员投资的企业为发行人客户、供应商的情形，是否存在机构股东及其穿透后出资人、关联对外投资主体为发行人客户、供应商的情形，如有，请披露相关情况。

2015年，公司与无锡全盛安仁机械有限公司达成合作，该公司系公司持股5%以上的股东祥禾涌原出资5.53%的公司。报告期内，公司向无锡全盛安仁机械有限公司销售的产品为螺钉螺栓和异形功能件，销售金额分别为1.49万元、1.34万元、1.15万元和37.42万元，占营业收入的比例不足0.3%，占比很小。

除上海艺嘉、上海宜欧及无锡全盛安仁机械有限公司外，公司不存在员工、前员工及其近亲属或者关系密切的人员投资的企业为其主要客户、供应商的情形，不存在机构股东及其穿透后出资人、关联对外投资主体为其客户、供应商的情形。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 对公司子公司上海易扣的管理层进行访谈，并通过收入成本表分析上海易扣直接和间接向夏普供货的供货量和供货金额的变动趋势；对富士康上海办公室的采购人员进行实地访谈，了解夏普采购模式转变的原因等信息；

(2) 取得了报告期各期的收入成本表、公司采购及外协明细表，计算了公司与汕头超艺、上海森下的交易价格及销售毛利率，并与第三方交易价格及毛利率情况进行了比对；计算了公司向上海艺嘉采购的交易价格，并与第三方交易价格进行比对；比对了公司向上海宜欧的采购价格与向纳恩博的销售价格；

(3) 对公司管理层进行访谈，并取得公司出具的声明，了解除上海艺嘉、上海宜欧外，公司是否存在员工、前员工及其近亲属或者关系密切的人员投资的企业为公司客户、供应商的情形，是否存在机构股东及其穿透后出资人、关联对外投资主体为公司客户、供应商的情形；

(4) 通过国家企业信用信息公示系统查询公司主要客户、供应商的股东以及董事、监事、高级管理人员等信息，并与公司员工名册进行交叉比对，确认是否存在员工、前员工及其近亲属或者关系密切的人员投资的情形；

(5) 获取公司董事、监事、高级管理人员及其他经理层以上员工、员工持股平台合伙人、采购人员、销售销售、财务人员、主要行政管理人员填写的《调查表》；

(6) 对 49 家客户进行访谈，确认其股东、实际控制人、董监高及其他核心人员与公司主要股东、董监高是否存在亲属、持股、任职关系，确认公司员工是否在客户处任职或持股，对应收入金额覆盖报告期各期营业收入的比例分别为 76%、77%、78%和 75%；

(7) 对 52 家供应商进行访谈，确认其股东、实际控制人、董监高及其他核心人员与公司主要股东、董监高是否存在亲属、持股、任职关系，确认公司员工是否在供应商处任职或持股，对应采购金额覆盖报告期各期采购总额的比例分别为 72%、82%、82%和 75%；

(8) 获取机构股东祥禾涌原、宁波嘉展、赣州超逸的股权穿透图以及同行业对外投资清单，判断机构股东及其穿透后出资人、关联对外投资主体是否存在为公司客户、供应商的情形。

2. 核查结论

(1) 报告期内，公司向夏普或富士康直接销售塑料紧固件的收入总体呈小幅上升趋势；虽然直接和间接向夏普销售塑料紧固件的收入呈小幅下降趋势，但主要受市场环境低迷及夏普自身市场份额减少的影响，夏普采购方式的转变未对公司的供应商地位和供货量造成重大不利影响；

(2) 公司为处理闲置产品将部分金属紧固件以折价方式销售给汕头超艺，具有商业合理性，且金额较小，对公司财务状况和经营成果的影响很小；公司与上海森下的销售价格定价公允，销售毛利率与同类产品毛利率不存在显著差异；公司与供应商上海艺嘉、上海宜欧的交易价格定价公允；

(3) 经核查，除上海艺嘉、上海宜欧、无锡全盛安仁机械有限公司外，公司不存在员工、前员工及其近亲属或者关系密切的人员投资的企业为公司主要客

户、供应商的情形，不存在机构股东及其穿透后出资人、关联对外投资主体为公司客户、供应商的情形。

十、关于销售费用

据招股说明书披露，发行人报告期各期销售费用分别为 911.4 万元、956.52 万元、945.72 万元，占营业收入比例分别为 3.28%、3.16%、3.09%，高于同行业平均水平。销售费用主要为职工薪酬、仓储运输费、咨询服务费、质量保证费。报告期内发行人咨询服务费逐年下降，系依赖于第三方机构进行的市场开拓减少所致。2018 年，发行人质量保证费金额较大，主要系公司产品质量瑕疵导致上海三协国际贸易有限公司遭受终端客户索赔，公司根据双方签署的《不良产品补偿协议》计提质量保证费。请发行人：（1）结合仓储运输费的具体构成、仓库分布、仓储费用的收费标准、运输方式和运输价格，分析仓储运输费与营业收入的匹配关系，发行人仓储运输费率与同行业可比公司是否存在较大差异及差异原因；（2）披露业务招待费 2019 年涨幅较大的原因，业务招待费的构成，是否存在商业贿赂；发行人减少通过第三方机构进行市场开拓的原因、对发行人业绩影响，报告期内第三方机构基本情况，市场开拓费用支付比例和支付依据；（3）披露各报告期销售人员平均薪酬水平，是否明显低于同行业、同地区平均薪酬水平；（4）披露发行人质量保证费计提比例及依据，2018 年除因上海三协国际贸易有限公司遭受终端客户索赔计提质量保证费外，其他质量保证费计提原因，并结合报告期内退换货情况、产品质量纠纷发生情况以及整车厂客户通过质量追溯机制向发行人索赔情况，分析质量保证费计提是否充分。请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明对期间费用的完整性、是否存在关联方或第三方为发行人代为承担费用等情形的核查方法、核查证据和结论。（反馈意见第 13 条）

（一）结合仓储运输费的具体构成、仓库分布、仓储费用的收费标准、运输方式和运输价格，分析仓储运输费与营业收入的匹配关系，发行人仓储运输费率与同行业可比公司是否存在较大差异及差异原因；

1. 仓储运输费的具体构成

公司仓储运输费主要包括进仓费、仓储费及运输费。

进仓费为外销产品送达海关，海关仓库收取的费用。

仓储费为公司产品送至客户指定第三方仓库后支付的保管费，一般情况下，第三仓收费标准主要有三种方式：按月租金固定收费、按物料管理数量一定比例收费和按占用面积收费。报告期内，公司涉及第三方仓库数量分别为 9 个、12 个、18 个和 16 个，主要集中在华东地区、华北地区、华中地区，对应的主要客户为佛吉亚、华域视觉、长沙卡斯马汽车系统有限公司，与实际业务开展情况一致。

运输费用的承担方式根据与客户的合同或订单约定执行，内销客户的运输费主要由公司承担；对于外销业务，由公司承担送货至出口报关港口的运输费，境外运输费用除少量以 DAP 结算方式的客户，一般由客户承担。运输费一般以产品重量及运输距离为依据计算。

报告期内，公司仓储运输费具体构成如下：

单位：万元

项目	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
进仓费	22.85	13.70%	37.93	10.53%	40.72	14.90%	42.26	13.91%
仓储费	13.35	8.00%	34.95	9.71%	17.14	6.27%	14.71	4.84%
运输费	130.64	78.30%	287.23	79.76%	215.49	78.83%	246.93	81.25%
合计	166.85	100.00%	360.12	100.00%	273.35	100.00%	303.90	100.00%

注：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，2020 年 1-6 月仓储运输费计入营业成本

由上表可知，公司仓储运输费主要系运输费，进仓费和仓储费的金额均较小。

2. 仓储运输费与营业收入的配比关系

报告期内，公司仓储运输费与主营业务收入的配比情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
仓储运输费	166.85	360.12	273.35	303.90
主营业务收入	13,834.29	30,186.85	29,828.85	27,594.63
占比	1.21%	1.19%	0.92%	1.10%

由上表可见,报告期内公司仓储运输费占主营业务收入的比例分别为1.10%、0.92%、1.19%和1.21%,整体保持稳定,略有波动,主要系运输费受运输方式及销售区域变化的影响,具体分析如下:

报告期内,公司运输费分运输方式构成情况如下:

单位:万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
快递费	12.23	17.77	18.67	75.29
运费	118.41	269.46	196.82	171.64
合计	130.64	287.23	215.49	246.93

由上表可见,2018年运输费较2017年减少31.44万元,其中快递费减少56.62万元,运费增长25.18万元。2017年快递费中主要是急件产生的空运费,公司通过优化“排期-交货”方面的控制,以海运替代空运,因此2018年快递费大幅下降。

2019年,公司运输费较2018年减少71.74万元,主要系东北地区销售收入增长,华东、华中、华南地区销售减少所致。报告期内,公司主营业务收入分区域划分情况如下:

单位:万元

区域划分	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
东北地区	3,143.25	22.72%	5,464.54	18.10%	2,675.11	8.97%	1,496.92	5.42%
华北地区	258.62	1.87%	396.37	1.31%	152.90	0.51%	90.12	0.33%
华东地区	8,088.05	58.46%	19,026.43	63.03%	21,381.80	71.68%	19,591.80	71.00%
华南地区	339.11	2.45%	670.79	2.22%	863.77	2.90%	1,272.62	4.61%
华中地区	453.82	3.28%	1,260.69	4.18%	1,729.09	5.80%	2,164.99	7.85%
境外	1,286.43	9.30%	2,845.21	9.43%	2,396.80	8.04%	2,383.75	8.64%
西南地区	265.03	1.92%	522.83	1.73%	629.38	2.11%	594.42	2.15%
总计	13,834.29	100.00%	30,186.85	100.00%	29,828.85	100.00%	27,594.63	100.00%

由上表可见,2019年,公司东北地区的销售收入占比较2018年增长9.13%,运输距离的拉长导致运输费增长。

3. 仓储运输费率与同行业可比公司对比情况

报告期内,公司仓储运输费率与同行业可比公司对比情况如下:

公司名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
浙江长华	-	1.31%	1.51%	1.42%
华培动力	0.71%	1.23%	1.88%	0.81%
泉峰汽车	2.41%	2.61%	2.20%	1.90%
瑞玛工业	0.88%	1.34%	0.95%	0.96%
平均值	1.33%	1.62%	1.64%	1.27%
剔除泉峰汽车后平均值	0.80%	1.21%	1.45%	1.06%
公司	1.21%	1.19%	0.92%	1.10%

注：浙江长华于2020年9月16日披露《招股说明书》，报告期为2017-2019年

由上表可见，公司仓储运输费率与同行业可比公司相比较低，主要原因是泉峰汽车运输费率较高，拉高了同行业均值所致。泉峰汽车产品种类规格众多，主要产品为汽车热交换零部件、传动零部件和引擎零部件，具体包括汽车空调压缩机缸体、压缩机壳体、变速箱、阀体等，单件产品重量和体积较大，不同的产品结构导致同行业公司间运输费率存在差异，剔除泉峰汽车的影响后，公司仓储运输费率与同行业可比公司均值相近，不存在明显差异。

(二) 披露业务招待费 2019 年涨幅较大的原因，业务招待费的构成，是否存在商业贿赂；发行人减少通过第三方机构进行市场开拓的原因、对发行人业绩影响，报告期内第三方机构基本情况，市场开拓费用支付比例和支付依据；

1. 业务招待费

报告期内，公司业务招待费分别为 18.56 万元、24.42 万元、41.91 万元和 20.55 万元，主要为公司维系老客户、开拓新业务过程中发生的餐饮费等费用，单笔发生金额较小，不存在商业贿赂情况。2019 年，业务招待费较 2018 年涨幅较大，主要系 2019 年汽车整体市场行情较差，公司为加大新客户的开拓力度以及积极维系原有客户，发生较多餐费支出所致。

2. 咨询服务费

公司咨询服务费主要由以下两方面构成：(1) 公司聘请第三方机构针对特定客户提供市场开拓、协调处理货物运输、仓储、配送服务而支付的款项；(2) 子公司上海易扣根据其上海森下紧固件国际贸易有限公司签订的共同开发客户协议而支付的客户开发费用和顾问费。

报告期内，公司咨询服务费构成情具体况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
第三方咨询服务费	-	4.01	83.18	172.45
上海森下市场开拓费	2.40	23.40	7.80	-
合计	2.40	27.41	90.98	172.45

由上表可见，报告期内公司咨询服务费呈下降趋势，主要系依赖于第三方机构进行的市场开拓减少所致。

报告期内，公司支付给第三方机构的咨询服务费构成情况如下：

单位：万元

第三方机构	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
重庆超艺贸易有限公司	-	-	-	47.88
上海菱克贸易有限公司	-	4.01	74.31	68.10
上海盈吉贸易有限公司	-	-	-	43.91
上海迈礴企业管理咨询事务所（普通合伙）	-	-	-	12.57
高新技术产业开发区诚德机械厂	-	-	8.86	-
合计	-	4.01	83.18	172.45

上述第三方服务机构基本情况如下所示：

第三方服务机构名称	成立时间	企业住所地	注册资本	股权结构	主要成员
重庆超艺贸易有限公司	2012.08.13	重庆市九龙坡区	50万元	李先东100%	执行董事兼总经理：李先东；监事：王小洪
上海菱克贸易有限公司	2008.08.18	上海市青浦区	2,000万元	彭金钦100%	执行董事：彭金钦；监事：周雷
上海盈吉贸易有限公司	2013.05.09	上海市嘉定区	80万元	陈家年50%、郑荣其50%	执行董事：郑荣其；监事：陈家年
上海迈礴企业管理咨询事务所（普通合伙）	2016.09.09	上海市崇明区	100万元	方宗元99%、王华1%	执行事务合伙人：方宗元
高新技术产业开发区诚德机械厂	2012.03.02	重庆市九龙坡区	-	-	个体工商户

上述第三方服务机构与公司主要股东、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系。

公司为积极拓展业务区域，寻求第三方销售服务商开展产品销售与服务合作，约定由第三方销售服务商为公司提供市场开拓、客户关系维护、送货、销售

回款的催收及产品的售后服务等相关服务，公司一般根据对应服务客户的销售情况向第三方销售服务商支付销售服务费。报告期内，第三方机构市场开拓费分别为172.45万元、83.18万元、4.01万元和0.00万元。随着公司与服务客户之间合作越来越稳定，公司逐步减少了相关支出。报告期内，第三方咨询服务费占对应客户的营业收入比例分别为12.03%、6.24%、0.50%和0.00%，逐年减少，故对公司业绩影响较小。

(三) 披露各报告期销售人员平均薪酬水平，是否明显低于同行业、同地区平均薪酬水平

公司可比同行业浙江长华位于浙江宁波、华培动力位于上海、泉峰汽车位于江苏南京、瑞玛工业位于江苏苏州，与公司同处于经济发达的长三角地区。

报告期内，公司销售人员平均薪酬与上述同行业同地区的公司对比情况如下：

单位：万元/人

公司名称	2019年	2018年	2017年
浙江长华	9.48	8.83	8.62
华培动力	26.49	23.78	13.48
泉峰汽车	20.18	19.50	23.21
瑞玛工业	15.39	14.84	14.64
平均值	17.89	16.74	14.99
公司	15.41	14.13	13.89

注1：年度人均薪酬=销售费用中职工薪酬/期末人数

注2：同行业上市公司2020年半年报未披露销售人员人数，无法计算平均薪酬，故上表未作列示

由上表可见，公司销售人员平均薪酬高于浙江长华，与瑞玛工业相近，低于华培动力与泉峰汽车，与同地区同行业的平均水平不存在明显差异。

报告期内，上海城镇私营单位就业人员平均工资与公司销售人员平均薪酬对比如下：

单位：万元/人

项目	2019年	2018年	2017年
公司销售人员平均薪酬	15.41	14.13	13.89
上海城镇私营单位就业人员平	6.42	5.71	5.20

均工资			
-----	--	--	--

由上表可见，公司销售人员平均薪酬高于上海城镇私营单位就业人员平均工资。

(四) 披露发行人质量保证费计提比例及依据，2018 年除因上海三协国际贸易有限公司遭受终端客户索赔计提质量保证费外，其他质量保证费计提原因，并结合报告期内退换货情况、产品质量纠纷发生情况以及整车厂客户通过质量追溯机制向发行人索赔情况，分析质量保证费计提是否充分。

质量保证费主要为客户因产品质量问题的扣款及索赔。报告期内，公司质量保证费分别为 15.85 万元、142.95 万元、38.31 万元和 27.34 万元。2018 年，质量保证费金额较大主要系公司产品质量瑕疵导致上海三协国际贸易有限公司遭受终端客户索赔，公司根据双方签署的《不良产品补偿协议》计提销售费用-质量保证费 79.47 万元。除因上海三协国际贸易有限公司遭受终端客户索赔支付质量保证费外，其余质量保证费为少量由于生产加工、包装、运输过程中产生的外观或质量瑕疵而补偿客户的费用。

报告期内，公司与客户未发生质量纠纷，发生的退换货、质量扣款、质量索赔的情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
退换货	96.91	205.78	308.91	76.41
质量扣款	27.34	38.31	63.48	15.85
质量索赔	-	-	79.47	-
小计	124.25	244.09	451.86	92.26
营业收入	13,973.63	30,650.20	30,247.15	27,793.34
占比	0.89%	0.80%	1.49%	0.33%

由上表可知，报告期内，公司发生的退换货、质量扣款金额较小，占营业收入比例非常低，公司质量索赔更是具有偶发性，整体对公司经营业绩的影响较小。

当公司产品出现质量问题时，一般通过退换货方式以及和客户协商质量扣款方式处理；当发生特定的因质量追溯机制向公司索赔的情况时，根据公司与客户签订的协议确定应承担的赔偿义务，进行相应的会计处理。

由于质量扣款及索赔具有一定的偶发性，公司通常不存在因某种产品质量不稳定造成持续退换货的情况，无法合理的预计相关支出金额，因此一般情况下公司不预提，会计处理方式与同行业不存在重大差异。

(五) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取报告期内所有的仓储费合同，并对公司财务、业务部负责人进行访谈，明确第三方仓库分布情况，查看仓储费约定收费标准；

(2) 获取主要承运商合同，查看运输价格，了解运输方式并分析运输费与营业收入的匹配关系，并分析仓储运输费与同行业可比公司对比差异情况并说明原因；

(3) 对比分析业务招待费报告期内变动情况，结合记账凭证和发票查看是否存在异常支出；

(4) 查看公司提供的与第三方销售服务商签署的相关协议，了解市场开拓费支付依据及比例，并登陆国家企业信用信息公示系统查询，核查报告期内公司合作的第三方销售服务商与公司及服务客户是否存在关联关系；

(5) 分析报告期内销售人员人数及其变化、人均薪酬及当地平均薪酬水平情况，分析说明销售人员职工薪酬变动的原因及合理性，并与同行业可比公司或同地区公司对比差异情况并说明原因；

(6) 通过公开网站查询公司法律纠纷事项，并与律师沟通，核实公司是否存在重大产品质量纠纷；

(7) 对公司财务、主要管理部门的负责人进行访谈，了解并分析报告期内公司各项期间费用的变动情况及原因；

(8) 获取主要费用合同，并结合发票、记账凭证、付款银行单据等进行细节测试。

同时，就期间费用的完整性、是否存在关联方或第三方为公司代为承担费用等情形，我们履行的主要核查程序包括：

(1) 对期间费用实施分析性程序，分析异常情况是否合理；

(2) 对大额期间费用实施细节测试，分析是否按照合同完整确认费用；

(3) 对期间费用实施截止测试，确认是否存在重大跨期；

(4) 对关联方进行访谈以及核查董监高的银行流水记录, 确认是否存在为公司代为承担费用的情况。

2. 核查结论

(1) 通过仓储运输费与销售收入的匹配分析, 与营业收入变动趋势不一的原因合理, 两者具有配比关系; 仓储运输费率与同行业可比公司对比未见异常;

(2) 业务招待费 2019 年大幅上涨主要系为公司增强开拓市场的力度, 未见异常, 不存在商业贿赂; 第三方服务机构与公司及对应客户均无关联关系, 减少通过第三方机构进行市场开拓对公司业绩影响较小;

(3) 报告期内销售人员人数、人均薪酬变化与公司实际情况一致, 具有合理性, 人均薪酬与同地区公司和可比上市公司对比基本一致;

(4) 报告期内, 公司发生的退换货、质量扣款金额较小, 质量索赔具有偶然性, 质量保证费计提充分;

(5) 公司期间费用计提完整, 不存在关联方或第三方为公司代为承担费用等情形。

十一、关于应收账款

据招股说明书披露, 发行人应收账款账面价值分别为 7,816.59 万元、7,935.30 万元和 9,405.73 万元, 占营业收入的比例分别为 29.86%、27.86%、33.29%。发行人应收账款周转率分别为 3.95 次、3.84 次、3.53 次。报告期内, 同行业可比上市公司应收账款周转率的平均值分别为 4.31 次、4.09 次、4.28 次。2017 年、2018 年期末发行人无商业承兑汇票, 2019 年末发行人商业承兑汇票余额为 617.14 万元。请发行人: (1) 披露报告期内逾期账款的客户情况、余额、逾期时间、坏账准备计提情况以及期后回款情况; (2) 披露报告期内发行人对主要客户信用政策, 相关信用政策是否严格执行, 对新增客户是否存在放宽信用政策的情形; (3) 分析发行人 2019 年应收商业承兑汇票的主要客户、商业承兑汇票余额增加的原因; (4) 结合主要客户经营情况、资金实力、回款周期等, 进一步分析并披露应收账款周转率低于同行业可比公司的原因。请保荐人、申报会计师发表明确意见。(反馈意见第 14 条)

(一) 披露报告期内逾期账款的客户情况、余额、逾期时间、坏账准备计提情况以及期后回款情况

报告期内，逾期账款的客户情况、余额、逾期时间、坏账准备计提情况以及期后回款情况如下：

单位：万元

项目	逾期客户数量	应收账款余额	逾期金额		坏账准备金额	坏账计提方式	截止2020.9.15回款情况
			1年以内	1年以上			
2017年末	1	57.60	40.89	16.71	57.60	单项全额	未回款
	21	1,598.89	421.14	1.51	83.24	账龄组合	已全部回款
小计	22	1,656.49	462.03	18.22	140.84		
2018年末	1	57.60	-	57.60	57.60	单项全额	未回款
	22	1,534.52	430.27	-	83.84	账龄组合	已全部回款
小计	23	1,592.12	430.27	57.60	141.44		
2019年末	1	275.58	233.12	-	275.58	单项全额	未回款
	28	1,777.88	504.08	-	88.89	账龄组合	已全部回款
小计	29	2,053.46	737.20	-	364.47		
2020年6月末	1	285.25	113.39	171.86	285.25	单项全额	未回款
	32	971.39	354.13	-	58.35	账龄组合	回款比例为79.62%
小计	33	1,256.64	467.52	171.86	343.60		

公司逾期应收账款产生的主要原因系应收账款形成时间、信用期起算时点、对方结算付款周期存在暂时性差异。公司与客户约定的信用期一般自开具发票日的下月起算，对方结算周期主要为每月10日或15日结算一次，该部分逾期款项于信用期满后到达客户付款结算日一般均能及时结算货款。报告期内，逾期金额前五大客户（不包括单项计提坏账的客户）情况如下：

单位：万元

时间	客户名称	应收账款余额	逾期金额	坏账准备计提	截止2020.9.15回款比例
			1年以内		
2020年6月末	华域视觉	269.55	71.54	13.48	100.00%
	佛吉亚	58.60	30.55	2.93	59.95%
	上海畅宏汽车电子照明有限公司	63.40	29.16	3.17	100.00%

	天津鹏翎集团股份有限公司	53.99	26.89	2.70	100.00%
	南通康达鑫电子有限公司	55.95	24.41	2.80	100.00%
	小计	501.49	182.56	25.07	93.24%
2019 年末	凌云工业股份有限公司	135.97	95.13	6.80	100.00%
	安弗施	67.78	59.85	3.39	100.00%
	佛吉亚	220.46	47.70	11.02	100.00%
	上海汽车空调配件股份有限公司	158.19	44.87	7.91	100.00%
	博世马勒	348.48	43.68	17.42	100.00%
	小计	930.89	291.23	46.54	100.00%
2018 年末	盛瑞传动股份有限公司	161.33	92.07	8.07	100.00%
	安弗施	151.38	67.22	7.57	100.00%
	华域视觉	213.20	36.98	10.66	100.00%
	佛吉亚	76.54	28.91	3.83	100.00%
	湘潭地通汽车制品有限公司	28.88	28.88	8.56	100.00%
	小计	631.33	254.06	38.68	100.00%
2017 年末	安弗施	140.01	82.61	7.00	100.00%
	德韧	140.84	74.59	7.04	100.00%
	美嘉帕拉斯特	222.22	40.91	11.11	100.00%
	上海森下紧固件国际贸易有限公司	484.01	40.30	24.20	100.00%
	盛瑞传动股份有限公司	113.80	25.70	5.69	100.00%
	小计	1,100.88	264.11	55.04	100.00%

注：单项计提坏账客户具有偶然性，因此未在上表中列示，单独列示说明，详见下述单项计提坏账准备的情况说明

1. 单项计提坏账准备的情况

报告期内，公司单项计提坏账准备的情况如下：

单位：万元

客户名称	时间	应收账款余额	逾期金额	
			1年以内	1年以上
上海达优塑模有限公司	2017年末	57.60	40.89	16.71
	2018年末	57.60	-	57.60
DURA Automotive Systems Inc (以下简称“美国德韧”)	2019年末	275.58	233.12	-
	2020年6月末	285.25	113.39	171.86

(1) 上海达优塑模有限公司

公司于 2017 年对上海达优塑模有限公司拖欠货款行为提起诉讼，由于预计款项无法收回，故全额计提了坏账准备；2018 年 4 月，公司取得民事判决书，2018 年 11 月向法院申请实施强制执行程序，发现其已无可执行财产且实际控制人下落不明，公司于 2019 年经审批后核销了该笔应收账款。

(2) 美国德韧

2019 年，美国德韧经营出现异常，于 10 月申请破产重组。公司经内部决策，决定采用先预收货款再发货的方式继续合作。2019 年末，公司就应收与预收差额单项全额计提了坏账准备。公司已聘请了美国柏隆律师事务所，申请美国德韧破产债权，预计收回可能性较小，因此全额计提坏账准备。

2. 账龄组合计提坏账准备的情况

报告期内，公司按账龄组合计提坏账准备的情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
客户逾期应收款余额(万元)	354.13	504.08	430.27	422.65
应收账款余额(万元)	8,649.07	10,204.67	8,425.86	8,298.37
逾期应收账款占比	4.09%	4.94%	5.11%	5.09%
逾期客户坏账计提金额(万元)	58.35	88.89	83.84	83.24
账龄组合计提坏账准备金额(万元)	438.90	523.37	432.96	424.18
逾期客户坏账占账龄组合比例	13.35%	16.98%	19.36%	19.62%

报告期各期末，按账龄组合计提坏账准备的逾期款项金额占应收账款的比例在 4%-5%左右。公司在履行超期审批后，继续与客户发生交易，同时在期后积极催回收款。2017-2019 年末按账龄计提坏账准备的逾期客户款项均在期后已全部回款。截至 2020 年 9 月 15 日，2020 年 6 月末逾期款项尚有 72.18 万元尚未收回，但预计无法收回的风险较低。

(二) 披露报告期内发行人对主要客户信用政策，相关信用政策是否严格执行，对新增客户是否存在放宽信用政策的情形

1. 公司的主要客户信用政策

报告期内，公司对主要客户（前五大客户）的信用政策情况如下：

序号	合并披露名称	客户名称	信用期	信用政策是否变化
1	富奥石川岛	长春富奥石川岛增压器有限公司	60 天	否
2	科友贸易	科友贸易(上海)有限公司	超捷股份 40 天；	否

			上海易扣 60 天	
3	上海菱重增压器有限公司	上海菱重增压器有限公司	超捷股份 30 天； 上海易扣 90 天	否
3	华域视觉	华域视觉科技有限公司（上海、 武汉、烟台）	75 天	否
		华域视觉科技有限公司（重庆）	90 天	否
		吉林东光车灯有限公司	120 天	否
4	佛吉亚	上海红湖、青岛、南京、欧美地 区佛吉亚	90 天	否
		上海排气、北京、宁波、武汉、 重庆、长沙、泰国、日本佛吉亚	120 天	否
5	锋宏集团	锋宏海力汽车技术（昆山）有限 公司	60 天	否
		锋宏机械工业（昆山）有限公司	90 天	否
6	上海森下	上海森下紧固件国际贸易有限公 司	60 天	否

由上表可知，报告期内，公司对上述主要客户的信用政策未发生变更，执行情况良好。对于存在应收账款逾期的客户，公司相关业务人员在经过超期审批后继续与客户进行交易，有效控制货款回收风险。每月末，财务部向业务部反馈超期款项情况，提请催收，并负责追踪回款情况。2017-2019 年末按账龄计提坏账准备的逾期款项期后均已全部收回，截止 2020 年 9 月 15 日，2020 年 6 月末按账龄计提坏账准备的逾期款项回款比例为 79.62%，公司信用政策得到了较为严格的执行。

2. 对新增客户的信用政策

报告期内，公司对主要的新增客户的信用政策情况如下：

序号	客户名称	信用期	信用政策是否变化	信用政策执行情况
1	上海卓尹贸易有限公司	60 天	否	按期执行
2	纳恩博（常州）科技有限公司	75 天	否	按期执行
3	上海马勒热系统有限公司	90 天	否	按期执行
4	宁波丰沃涡轮增压系统有限公司	90 天	否	按期执行

由上表可见，报告期内，公司主要新增客户的信用政策与主要客户不存在明显差异，不存在放宽信用政策的情形。

（三）分析发行人 2019 年应收商业承兑汇票的主要客户、商业承兑汇票余额增加的原因

2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应收商业承兑汇票的主要客户如下所示：

单位：万元

客户名称	承兑人	2020年6月末	2019年末
长春富奥石川岛增压器有限公司	一汽财务有限公司	346.00	591.31
上海亚大汽车塑料制品有限公司	兵工财务有限责任公司	38.49	25.84
深圳市比亚迪供应链管理 有限公司	深圳市比亚迪供应链管理 有限公司	1.19	-
合计		385.67	617.14

2019年末及2020年6月末，公司应收商业承兑汇票对应的主要客户为长春富奥石川岛增压器有限公司。公司与该客户约定的款项支付方式为“50%现金+50%商业承兑汇票”。2019年，公司对长春富奥石川岛增压器有限公司的销售快速增长，由公司第五大客户成为公司第一大客户，公司获取的商业承兑汇票增长，导致2019年末余额相应增加，该等商业承兑汇票期后均已兑付，不存在回收风险。

(四) 结合主要客户经营情况、资金实力、回款周期等，进一步分析并披露应收账款周转率低于同行业可比公司的原因

报告期内，公司应收账款周转率与同行业公司对比情况如下：

项目		浙江长华	瑞玛工业	华培动力	泉峰汽车	平均值	超捷股份	剔除浙江长华后均值
应收账款周转率(次)	2020年6月末/2020年1-6月	-	2.57	3.69	3.55	3.27	3.23	3.27
	2019年末/2019年	5.88	3.25	4.44	3.61	4.30	3.53	3.77
	2018年末/2018年	5.74	3.24	3.93	3.47	4.09	3.84	3.55
	2017年末/2017年	6.17	3.18	4.11	3.79	4.31	3.95	3.69

注：浙江长华于2020年9月16日披露《招股说明书》，报告期为2017-2019年

报告期内，公司应收账款周转率高于瑞玛工业，与泉峰汽车接近，略低于同行业平均水平，主要原因是浙江长华应收账款周转率较高，拉高了同行业均值所致。浙江长华在汽车零部件行业中处于一级供应商地位，其客户主要为国内知名整车生产供应商，信用期一般为30-90天，导致应收账款周转率相对较高。剔除浙江长华的影响后，公司应收账款周转率略高于同行业平均水平。

(五) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 访谈销售部门负责人及财务负责人，了解公司应收账款管理相关内控制度，并进行控制测试，评价应收账款相关内部控制设计是否合理，执行是否有效；

(2) 获取报告期内公司主要客户信用政策文件，取得延期收款的内部审批文件，并结合应收账款余额情况对信用期进行复核、对应收账款逾期进行分析；

(3) 实施细节测试，对公司报告期内主要销售及回款进行了核查，检查销售订单或合同、销售出库单、回款等信息，以核实公司信用政策执行情况；

(4) 获取报告期内应收票据台账，查看汇票类型、出票人、承兑人等基础信息，以分析 2019 年商业承兑汇票余额增加的原因；

(5) 查阅可比上市公司招股说明书、定期报告、年报问询函等文件，关注可比公司情况，并对应收账款周转率差异情况进行对比分析。

2. 核查结论

(1) 公司逾期账款金额主要在 1 年以内，且期后回款状况良好，不会对发行人生产经营造成重大不利影响；

(2) 报告期内，公司对主要客户的信用政策基本保持稳定，未发生重大变化，执行情况良好，对新增客户不存在放宽信用期的情形；

(3) 2019 年末商业承兑汇票余额增加的原因主要系公司对富奥石川岛销售增长所致，具有合理性；

(4) 综合考虑发行人所处供应商层级以及主要客户的信用政策，公司应收账款周转率与同行业可比公司不存在明显差异。

十二、关于存货

据招股说明书披露，报告期各期末，公司存货账面价值分别为 6,129.16 万元、6,994.19 万元和 6,942.12 万元，主要为库存商品、发出商品和在产品，库存商品占存货账面价值比例分别为 43.75%、49.12%、45.03%。报告期内，发行人存货周转率分别为 3.56 次、3.08 次、2.95 次。同期，同行业可比上市公司存货周转率的平均值分别为 4.33 次、3.58 次、3.70 次。请发行人补充披露：

(1) 各期末存货余额结构特征与产品结构和生产特点是否相符，发行人库存商品期末余额较高、2017 年原材料占比较高的原因及合理性；(2) 发行人库存商

品、发出商品中订单支持比例；发行人发出产品至客户验收或领用并通知公司核对确认的时间，报告期内发行人发出商品期后结转平均时间，2019 年发出商品大幅增加、与收入变化不匹配的原因、期后结转收入的情况和周期；（3）各期末各存货类别的存货周转率，并结合经营模式说明其合理性和变化原因，详细分析公司存货周转率与同行业可比公司的差异原因；（4）计提存货跌价准备的具体方式，结合库龄情况、同行业可比公司情况说明公司的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。（反馈意见第 15 条）

（一）各期末存货余额结构特征与产品结构和生产特点是否相符，发行人库存商品期末余额较高、2017 年原材料占比较高的原因及合理性

1. 报告期各期末，公司存货余额的构成情况如下

单位：万元

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	673.37	8.79%	717.14	9.53%	677.25	8.88%	919.27	14.01%
库存商品	3,515.59	45.87%	3,389.29	45.03%	3,747.37	49.12%	2,871.10	43.75%
发出商品	1,329.98	17.35%	1,125.28	14.95%	728.16	9.54%	857.22	13.06%
在产品	1,451.17	18.93%	1,582.12	21.02%	1,821.08	23.87%	1,361.32	20.74%
周转材料	694.22	9.06%	712.59	9.47%	655.44	8.59%	553.96	8.44%
合计	7,664.34	100.00%	7,526.43	100.00%	7,629.30	100.00%	6,562.87	100.00%
跌价准备	638.70	-	584.31	-	635.11	-	433.71	-
账面价值	7,025.64	-	6,942.12	-	6,994.19	-	6,129.16	-

公司主要生产的产品具有定制化特点，公司主要采用“以销定产”的生产模式，根据客户订单及主要客户提供的需求预测组织采购、安排生产，并根据双方对账情况确认收入。公司期末存货余额受客户订单、预计需求、产品生产周期、原材料价格以及对账的及时性等因素的影响。报告期各期末公司存货余额呈上升趋势，各期末存货余额结构相对稳定，以在产品、发出商品及库存商品为主。

（1）原材料

公司自行采购原材料生产，金属类产品主要原材料是钢材，包括线材和棒材两种。塑料类产品主要原材料是 PA66 等塑料粒子。公司根据销售订单及预测订单制定生产计划，再根据生产计划和库存量制定采购计划，并结合原材料价格变

动趋势进行采购调整，主要所需原材料制造商数量众多，原材料供应充足，一般情况下无需大量备货。

2017年末，原材料占比较高，主要系2017年钢材价格不断上涨，在年末时，公司预计宝钢将于2018年1月份上调钢材价格，故在2017年末涨价前对部分周转快、需求量大的钢材型号进行采购备库。2018年末、2019年末及2020年6月末，原材料占比稳定，在8%-10%之间，总体占比较低，符合公司的产品结构和生产特点。

(2) 在产品

报告期各期末，在产品余额主要为已领用尚未投料的材料、各生产环节中未完工的半成品，以及转外协供应商进行表面处理和特殊热处理的委托加工物资。公司的生产流程涵盖冷镦成型、螺纹成型、机加工、热处理等工序，随后转外协供应商进行表面处理和特殊热处理，平均生产周期为30-45天。报告期各期末在产品占比在18%-24%之间，余额呈现先升后降的趋势，与产品销量变动趋势一致，符合公司的生产特点。

(3) 库存商品

公司库存商品为根据客户需求已生产但尚未向客户发送销售的产品，公司根据订单及预测订单生产备货，以缩短交货周期、提高快速响应能力，故存在一定金额的库存商品，存放地点包括公司仓库和各中间仓，具体如下：

单位：万元

存放地点	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有仓库	2,670.48	75.96%	2,470.02	72.88%	3,145.65	83.94%	2,321.16	80.85%
中间仓	845.11	24.04%	919.27	27.12%	601.72	16.06%	549.94	19.15%
合计	3,515.59	100.00%	3,389.29	100.00%	3,747.37	100.00%	2,871.10	100.00%

中间仓系公司为满足部分客户及时供货和零库存管理的要求所设，公司将货物运至指定的中间仓库，客户领用货物后与公司进行对账结算，公司发出货物后做调拨出库，对账结算之前仍在库存商品中核算。

存放于公司自有仓库的库存商品系公司为满足交货需求进行的正常备货，报告期各期末金额分别为2,321.16万元、3,145.65万元、2,470.02万元和2,670.48万元，主营业务成本规模对比情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月 /2020年6月30日	2019年/2019 年12月31日	2018年/2018 年12月31日	2017年/2017年 12月31日
主营业务成本	8,519.67	20,242.09	19,861.10	18,795.35
单月主营业务成本①	1,419.95	1,686.84	1,655.09	1,566.28
自有仓库库存商品余额②	2,670.48	2,470.02	3,145.65	2,321.16
比例②/①	1.88	1.46	1.90	1.48

注：为便于比较，2020年1-6月主营业务成本剔除仓储运输费的影响

由上表可知，报告期内各期末，公司自有仓库结存余额为正常1-2个月的销售备货，总体保持稳定。

报告期各期末，公司库存商品余额分别为2,871.10万元、3,747.37万元、3,389.29万元和3,515.59万元，占存货比重分别为43.75%、49.12%、45.03%、45.87%，占比稳定，库存商品金额呈现先升后降的趋势，与产品销量变动趋势一致，符合公司的生产特点。

(4) 发出商品

公司发出商品主要为已发出但尚未与客户对账确认的产品，公司根据客户订单需求进行生产、发货，客户签收后，根据双方约定，按月通过纸质对账单或电子邮件等方式将验收入库或产品领用情况告知公司，公司核对无误后，双方据此结算确认收入。从公司发出产品至客户验收或领用并通知公司核对确认有一定的时间差，导致部分产品已发至客户但尚未结算，从而形成发出商品。报告期各期末，公司发出商品余额分别为857.22万元、728.16万元、1,125.28万元和1,329.98万元，不断增长主要受距离较远、结算周期较长的客户收入变动影响。

(5) 周转材料

公司周转材料包括包装物、低值易耗品、模具等，主要以模具为主。报告期内周转材料占存货比例分别为8.44%、8.59%、9.47%、9.06%，占比稳定。

(二) 发行人库存商品、发出商品中订单支持比例；发行人发出产品至客户验收或领用并通知公司核对确认的时间，报告期内发行人发出商品期后结转平均时间，2019年发出商品大幅增加、与收入变化不匹配的原因、期后结转收入的情况和周期；

1. 库存商品、发出商品中订单支持比例

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
期末在手订单金额	8,660.72	7,858.90	4,076.43	7,173.36
订单成本金额[注]	5,333.60	5,270.18	2,714.08	4,885.78
期末库存商品及发出商品账面余额	4,845.58	4,514.57	4,475.53	3,728.32
订单支持比例	110.07%	116.74%	60.64%	131.04%

注：订单成本金额系根据期末在手订单金额乘以（1-主营业务毛利率）估算

2018年下半年起，受消费者信心不足、环保标准切换和国六标准实施时间不确定等因素影响，整个汽车供应链行业比较萎靡，客户新订单减少，导致公司2018年末在手订单较少，订单支持率不高。2017年末、2019年末及2020年6月末，公司库存商品及发出商品订单支持率分别为131.04%、116.74%和110.07%，订单覆盖率较高。

2. 公司发出产品至客户验收或领用并通知公司核对确认的时间、报告期内公司发出商品期后结转平均时间

公司发出产品至客户验收后确认收入的，通常在发出的次月对账确认收入；待客户领用并通知公司核对确认的，通常在1-3个月内领用，少部分会在3个月以上，客户每月将领用情况与公司对账确认，公司对账后结转成本，发出商品期后结转平均时间为1-3个月。

报告期内各期末发出商品库龄情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1月以内	945.81	71.11%	851.80	75.70%	494.46	67.90%	730.90	85.26%
1-2月	280.61	21.10%	221.29	19.67%	79.92	10.98%	114.54	13.36%
2-3月	34.27	2.58%	24.03	2.14%	109.21	15.00%	2.24	0.26%
3月以上	69.29	5.21%	28.16	2.50%	44.57	6.12%	9.54	1.11%
合计	1,329.98	100.00%	1,125.28	100.00%	728.16	100.00%	857.22	100.00%

报告期内，各期末发出商品库龄主要集中在1月以内，部分库龄为1-3月，库龄3个月以上的金额较小，与公司发出商品期后平均结转时间相符。

3. 2019年发出商品大幅增加、与收入变化不匹配的原因、期后结转收入的情况和周期

发出商品期末余额主要受公司与客户之间的路途距离及客户收货后与公司对账结算的周期等影响。

2019年发出商品余额较2018年大幅增加，2020年1-6月发出商品余额持续增加，主要受距离较远、结算周期较长的客户收入变动影响。虽然2019年与2018年产品收入基本持平，但不同区域的销售比例变动较大。2018年、2019年、2020年1-6月华东地区以外的销售额占比分别为28.32%、36.97%、41.54%，长途客户销售额占比于2019年、2020年1-6月不断增加，其中东北地区分别增加了9.13%、4.62%。此外，客户收货后与公司对账的周期存在差异，不同客户办理验收入库规定和耗时长短不同。其中，富奥石川岛、南通海泰科特精密材料有限公司、辽宁圣加伦控制系统有限公司等到货后办理验收入库手续时间较长；部分客户为上线使用后对账结算，如宁波丰沃等。

上述距离较远、结算周期相对较长的客户2018年、2019年、2020年1-6月收入合计情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30/ 2020年1-6月	2019-12-31/ 2019年	2018-12-31/ 2018年
收入小计	3,582.83	5,576.39	2,789.26
主营业务收入	13,834.29	30,186.85	29,828.85
占比	25.90%	18.47%	9.35%
发出商品余额	1,329.98	1,125.28	728.16

由上表可见，2019年、2020年1-6月发出商品余额变动与上述四家客户收入变动趋势相吻合。

2020年6月30日发出商品账面余额1,329.98万元，截止2020年9月15日，2020年6月30日发出商品账面余额已结转1,265.92万元，结转比例95.18%，结转周期在3个月以内。

(三) 各期末各存货类别的存货周转率，并结合经营模式说明其合理性和变化原因，详细分析公司存货周转率与同行业可比公司的差异原因；

1. 各期末各存货类别的存货周转率

报告期各期末，公司各存货类别的周转次数及周转天数情况如下所示：

时间	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
----	------------	------------	------------	------------

项目	周转次数	周转天数	周转次数	周转天数	周转次数	周转天数	周转次数	周转天数
原材料	25.08	14.35	29.76	12.10	25.42	14.16	24.39	14.76
在产品	11.34	31.74	12.06	29.84	12.69	28.38	16.21	22.21
库存商品	5.94	60.57	6.81	52.85	7.16	50.26	9.91	36.32
发出商品	14.53	24.77	23.34	15.42	26.80	13.43	19.21	18.74
周转材料	24.46	14.72	30.01	12.00	33.38	10.78	39.16	9.19
合计	2.46	146.16	2.95	122.21	3.08	117.02	3.56	101.22

(1) 原材料、在产品

报告期内，原材料周转天数在 15 天左右，周转速度较快，反映了公司良好的原材料管理能力，与公司实行以销定产和需求预测相结合的生产模式相适应；在产品周转天数在 22-32 天左右，周转速度较快，且与公司产品从备货到入库平均 30-45 天的实际情况相符。

原材料、在产品均系为生产成品而储备，只是期末结存状态不同，故合并分析其变动情况。报告期内原材料及在产品的合计周转天数分别为 36.97 天、42.54 天、41.94 天、46.09 天，呈小幅上升趋势，主要原因系公司产品结构变化所致。公司螺钉螺栓的生产工期一般为 30 天左右，异形连接件工艺较为复杂，工期较长，一般为 45 天左右，报告期内异形连接件的收入占比分别为 38.75%、40.08%、43.00%和 45.91%，占营业收入比例逐年上升，导致公司的原材料及在产品的合计周转天数上升。

(2) 产成品（库存商品、发出商品）

报告期内产成品周转天数分别为 55.06 天、63.70 天、68.27 天、85.34 天，呈逐年上升趋势，主要系客户结构变化所致。其中，主要受到验收入库时间较长的客户如富奥石川岛、辽宁圣加仑、南通海泰科的销售额逐年增加，拉低了产成品周转时间。

2. 公司存货周转率与同行业可比公司的差异原因

报告期内，公司存货周转率与同行业可比公司对比情况如下：

项目		浙江长华	瑞玛工业	华培动力	泉峰汽车	平均值	超捷股份
存货周转率 (次)	2020 年 1-6 月	-	3.82	2.87	2.91	3.23	2.46
	2019 年	3.42	4.48	3.31	3.59	3.70	2.95

项目	浙江长华	瑞玛工业	华培动力	泉峰汽车	平均值	超捷股份
2018年	3.43	4.33	3.15	4.48	3.85	3.08
2017年	3.48	4.99	3.26	5.57	4.33	3.56

注：浙江长华于2020年9月16日披露《招股说明书》，报告期为2017-2019年

报告期内，公司存货周转率分别为3.56、3.08、2.95和2.46，略低于同行业可比公司平均水平。公司与浙江长华和华培动力的存货周转率接近，低于瑞玛工业和泉峰汽车。

瑞玛工业主要产品包括移动通讯零部件、汽车金属零部件、电力电气金属零部件等，其移动通讯和电力电气金属零部件收入占比约为60%-70%，与汽车零部件分属于不同的行业领域，对应下游客户在订单交期和库存管理模式方面存在较大差异。公司70%以上产品来源于汽车金属零部件，对应下游客户以生产预测为主的方式提前将需求库存订单向上游供应商转移管理，满足下游客户低库存或零库存管理，因此发行人存货周转率低于瑞玛工业。

而泉峰汽车其产品首道生产工艺以压铸成型为主，机加工辅助的工艺路线，其生产原料的制备周期短，工艺路线单一，因此相对公司的库存周转率要高。

综上，不同公司在产品结构、生产模式、应用领域、管理模式等方面均存在差异，因此各家公司存货周转率存在一定程度上的差异具有合理性。

(四) 计提存货跌价准备的具体方式，结合库龄情况、同行业可比公司情况说明公司的存货跌价准备计提是否充分。

1. 报告期各期末库龄情况

(1) 2020年6月30日

单位：万元

项目	金额	库龄		跌价计提金额
		1年以内	1年以上	
原材料	673.37	555.29	118.08	9.32
库存商品	3,515.59	2,838.22	677.37	588.25
发出商品	1,329.98	1,319.33	10.66	41.13
在产品	1,451.17	1,451.17		
委托加工物资				
其他周转材料	694.22	694.22		

合计	7,664.34	6,858.23	806.11	638.70
----	----------	----------	--------	--------

(2) 2019年12月31日

单位：万元

项目	金额	库龄		跌价计提金额
		1年以内	1年以上	
原材料	717.14	600.83	116.31	9.66
库存商品	3,389.29	2,796.30	593.00	527.88
发出商品	1,125.28	1,094.63	30.65	46.77
在产品	1,579.93	1,579.93		
委托加工物资	2.20	2.20		
其他周转材料	712.59	712.59		
合计	7,526.43	6,786.47	739.96	584.31

(3) 2018年12月31日

单位：万元

项目	金额	库龄		跌价计提金额
		1年以内	1年以上	
原材料	677.25	632.75	44.50	5.09
库存商品	3,747.37	3,346.06	401.30	582.06
发出商品	728.16	721.22	6.94	47.97
在产品	1,819.71	1,819.71		
委托加工物资	1.37	1.37		
其他周转材料	655.44	655.44		
合计	7,629.30	7,176.56	452.74	635.11

(4) 2017年12月31日

单位：万元

项目	金额	库龄		跌价计提金额
		1年以内	1年以上	
原材料	919.27	820.04	99.23	3.33
库存商品	2,871.10	2,580.26	290.84	399.55
发出商品	857.22	857.22		30.83
在产品	1,357.48	1,357.48		
委托加工物资	3.84	3.84		
其他周转材料	553.96	553.96		
合计	6,562.87	6,172.80	390.07	433.71

2. 存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，公司对存货进行全面清查后，综合考虑是否存在滞销存货、存货质量是否良好，以及比较存货成本和可变现净值等方式进行存货跌价准备的计提。

具体来说，对于库龄在 1 年以上的经识别分析后认定为陈旧、呆滞、无利用价值的存货计提跌价准备，对于可变现净值低于成本的库存商品、发出商品计提存货跌价准备。其中，直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

3. 公司存货跌价准备占存货余额比与同行业上市公司对比情况

公司	2020. 6. 30	2019. 12. 31	2018. 12. 31	2017. 12. 31
浙江长华	-	5. 67%	7. 47%	7. 83%
瑞玛工业	9. 80%	10. 64%	8. 10%	7. 98%
华培动力	4. 68%	4. 06%	3. 82%	5. 50%
泉峰汽车	2. 33%	2. 11%	0. 87%	0. 99%
平均值	5. 60%	5. 62%	5. 07%	5. 58%
公司	8. 33%	7. 76%	8. 32%	6. 61%

注：浙江长华于 2020 年 9 月 16 日披露《招股说明书》，报告期为 2017-2019 年

由上表可见，公司存货跌价准备计提比例略高于同行业平均水平，较为谨慎，报告期内存货跌价准备计提的比例相对稳定，公司存货跌价准备计提充分。

(五) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取公司报告期内存货明细表，核查了公司报告期内存货的结构及明细情况；

(2) 获取公司的报告期各期的订单执行统计表，统计各期末在手订单清单，抽样检查相关订单是否真实有效，并核查公司报告期各期末存货的订单覆盖情况；

(3) 访谈业务和生产部门的主管人员，了解公司备货及生产流程，核查公司存货余额结构与产品结构和生产特点是否相符，核查各期末存货结存情况与备货政策是否一致；取得或计算同行业存货周转率，分析比对公司与同行业存货周转率的差异；

(4) 结合公司的经营模式和生产周期、销售周期分析报告期各期末公司存货结构与变动的合理性，是否与业务发展相匹配、是否与在手订单相匹配；

(5) 获取各期末发出商品明细表，抽查发出商品对应的订单，并抽查期后确认收入的对账单，将发出商品的规模与收入进行对比，并结合库龄进行分析，判断其商业合理性；

(6) 查阅公司与发货相关的内部控制制度，获取公司发出商品退回的明细表；

(7) 获取公司的存货跌价准备政策，了解存货可变现净值的确认依据，评价公司的存货跌价准备政策的合理性，抽查计提存货跌价准备的项目，检查其可变现净值是否低于成本并记录在跌价准备明细表中；

(8) 获取报告期内公司存货跌价准备转销明细表，检查相关业务原因及合理性。

2. 核查结论

(1) 公司报告期内各期末存货余额结构特征与产品结构和生产特点相符；2017 年原材料占比增加主要系公司为应对原材料价格上涨，增加了原材料的采购量和储备量所致；公司库存商品分自有仓及中间仓库存，自有仓库存保有量为 1-2 月，具备合理性；

(2) 报告期末存货中有订单支持的比例符合公司生产特点，备货政策合理；

(3) 存货余额结构变动符合公司产品结构特征，各期末发出商品余额较高具有合理性；公司存货周转率略高于同行业平均水平，主要受不同公司之间产品特性、生产流程及对应的下游客户不同影响；

(4) 报告期内发出商品均有订单支持，不存在潜在的质量问题纠纷，公司建

立了与发货相关的内部控制制度；报告期内公司退货率较低，且各期末发出商品无跌价迹象，对发出商品不计提跌价准备符合会计准则要求；

(5) 公司存货跌价政策合理，存货跌价准备计提比例略高于同行业平均水平，各期末存货跌价计提充分；公司报告期内存货跌价准备转销的会计处理符合《企业会计准则》规定。

十三、关于固定资产与无形资产

据招股说明书披露：(1) 报告期内，发行人固定资产价值分别为 5,756.40 万元、5,583.35 万元和 5,316.14 万元，其中专用设备占比分别为 77.69%、78.93%、80.05%，报告期专用设备账面值从 7,918.88 万元增长至 8,997.73 万元。(2) 报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 693.21 万元、746.41 万元和 3,335.05 万元，占非流动资产比例分别为 9.84%、10.94%和 36.30%。2019 年末公司无形资产账面价值增加主要系子公司无锡超捷受让新厂区土地使用权所致。请发行人补充披露：(1) 专用设备、通用设备的主要内容、构成、主要用途、数量、可使用年限与已使用年限情况，专用设备增加对发行人产能的影响情况；相关专用设备的主要供应商情况、发行人对其是否存在设备依赖，并结合主要用途和使用年限情况，固定资产报废毁损情况，分析固定资产计提减值准备的充分性；(2) 2019 年末土地使用权的明细、获取方式、入账成本、后续核算、实际使用情况。请保荐人、申报会计师发表明确意见。(反馈意见第 16 条)

(一) 专用设备、通用设备的主要内容、构成、主要用途、数量、可使用年限与已使用年限情况，专用设备增加对发行人产能的影响情况；相关专用设备的主要供应商情况、发行人对其是否存在设备依赖，并结合主要用途和使用年限情况，固定资产报废毁损情况，分析固定资产计提减值准备的充分性；

1. 专用设备、通用设备的主要内容、构成、主要用途、数量、可使用年限与已使用年限情况，专用设备增加对公司产能的影响情况

(1) 专用设备

报告期各期末，公司固定资产价值分别为 5,756.40 万元、5,583.35 万元、5,316.14 万元和 5,150.96 万元，其中专用设备占比分别为 77.69%、78.93%、80.05%和 80.86%，主要包括数控机、成型冷镦机等生产加工设备。

报告期内，专用设备的主要内容、构成、主要用途、数量、成新率情况如下：

1) 2020 年 6 月末

主要生产设备分类	用途/工序	数量	原值	净值	成新率
冲床	冲压	12	205.09	97.06	47.33%
搓牙机	搓牙	69	361.30	70.67	19.56%
多工位冷镦机	冷镦成型	16	680.62	296.45	43.56%
攻牙机	攻牙	17	185.44	126.32	68.12%
焊接机器人	焊接	1	50.83	31.99	62.93%
螺母成型机	冷镦成型	9	758.81	418.53	55.16%
抛丸机	抛丸	4	33.85	23.40	69.13%
普通机加工设备	机械加工	94	319.82	158.79	49.65%
普通冷镦机	冷镦成型	79	669.71	97.97	14.63%
数控机加工设备	机械加工	184	2,612.01	1,405.95	53.83%
网带式热处理炉	热处理	2	242.31	103.87	42.87%
影像筛选机	筛选	36	626.85	312.20	49.80%
注塑机	注塑成型	18	339.70	142.25	41.88%
小计		541	7,086.33	3,285.45	46.36%
全部专用设备			9,159.32	4,165.79	45.48%
占比			77.37%	78.87%	

2) 2019 年末

主要生产设备分类	用途/工序	数量	原值	净值	成新率
冲床	冲床	12	205.09	106.62	51.98%
搓牙机	搓牙	72	374.65	78.68	21.00%
多工位冷镦机	冷镦成型	16	680.62	326.80	48.01%
攻牙机	攻牙	16	181.50	130.73	72.03%
焊接机器人	焊接	1	50.83	34.28	67.44%
螺母成型机	冷镦成型	9	758.81	453.51	59.77%
抛丸机	抛丸	4	33.85	24.90	73.57%
普通机加工设备	机械加工	104	325.35	138.97	42.71%

普通冷镦机	冷镦成型	86	707.93	114.88	16.23%
数控机加工设备	机械加工	156	2,474.95	1,347.66	54.45%
网带式热处理炉	热处理	2	242.31	116.38	48.03%
影像筛选机	筛选	34	592.34	304.40	51.39%
注塑机	注塑成型	17	322.44	144.34	44.77%
小计		529	6,950.67	3,322.13	47.80%
全部专用设备			8,997.73	4,255.50	47.30%
占比			77.25%	78.07%	-

3) 2018 年末

主要生产设备分类	用途/工序	数量	原值	净值	成新率
冲床	冲压	12	205.09	128.37	62.59%
搓牙机	搓牙	71	369.47	93.08	25.19%
多工位冷镦机	冷镦成型	14	602.46	302.60	50.23%
攻牙机	攻牙	14	162.42	126.79	78.06%
焊接机器人	焊接	1	50.83	38.85	76.43%
螺母成型机	冷镦成型	9	747.44	511.61	68.45%
抛丸机	抛丸	4	33.85	27.93	82.51%
普通机加工设备	机械加工	100	316.60	160.81	50.79%
普通冷镦机	冷镦成型	86	707.93	148.96	21.04%
数控机加工设备	机械加工	144	2,325.62	1,395.70	60.01%
网带式热处理炉	热处理	2	242.31	136.58	56.37%
影像筛选机	筛选	33	574.24	338.86	59.01%
注塑机	注塑成型	16	271.11	126.45	46.64%
小计		506	6,609.37	3,536.59	53.51%
全部专用设备			8,346.98	4,406.92	52.80%
占比			79.18%	80.25%	-

4) 2017 年末

主要生产设备分类	用途/工序	数量	原值	净值	成新率
冲床	冲压	11	179.23	121.81	67.96%
搓牙机	搓牙	68	362.78	104.52	28.81%
多工位冷镦机	冷镦成型	14	602.46	356.14	59.11%
攻牙机	攻牙	9	120.56	98.49	81.69%
焊接机器人	焊接	1	50.83	43.42	85.42%

螺母成型机	冷锻成型	7	550.18	370.23	67.29%
抛丸机	抛丸	4	33.85	31.03	91.67%
普通机加工设备	机械加工	79	306.63	135.90	44.32%
普通冷锻机	冷锻成型	76	692.05	178.11	25.74%
数控机加工设备	机械加工	123	2,137.65	1,390.07	65.03%
网带式热处理炉	热处理	2	242.31	158.39	65.37%
影像筛选机	筛选	32	545.24	359.24	65.89%
注塑机	注塑成型	14	221.11	115.03	52.02%
小计		440	6,044.89	3,462.37	57.28%
全部专用设备			7,918.88	4,472.38	56.48%
占比			76.34%	77.42%	-

专用设备用于首道工序时统计产能，而用于中间工序的设备起辅助作用，并不影响产能。2017年末至2018年末，公司专用设备账面原值从7,918.88万元增长至8,346.98万元，主要系为螺母成型机新增了2台，因螺母成型机可用于异形连接件产品制作的首道工序，因此2018年异形连接件产能增加；2018年末至2020年6月末，公司专用设备账面原值从8,346.98万元增长至9,159.32万元，主要系用于中间工序的数控机加工设备的增加，因此产能未有变化。从总体上看，报告期内公司增加的专用设备主要因产品结构发生变化而购进，主要用于中间工序，对产能影响较小。

(2) 通用设备

报告期各期末，公司通用设备的账面价值分别为39.84万元、37.70万元、34.51万元和28.81万元，占固定资产的比重分别为0.69%、0.68%、0.65%和0.56%，成新率分别为25.20%、23.15%、20.29%和17.27%，主要为电脑、空调等办公电子设备及家具。

2. 相关专用设备的主要供应商情况、公司对其是否存在设备依赖

公司主要专用设备的主要供应商情况如下：

设备类别	主要供应商
数控机加工设备	忠辉机械（东莞）有限公司、九龙机械有限公司、宁波英创精密机械有限公司、九龙机械（广州）有限公司、福鼎市益友机械设备经营部、常州克迈特数控科技有限公司、浙江宝宇数控机床有限公司、嘉善同清贸易有限公司昆山分公司
普通冷锻机	铭基机械（东莞）有限公司、长岩机械（上海）有限公司

多工位冷镦机	浙江友信机械工业有限公司、长岩机械（上海）有限公司、上海春日机械工业有限公司、台湾智品精密机械有限公司
影像筛选机	华磊（嘉兴）智能科技有限公司、昆山全盈自动化设备有限公司
普通机加工设备	忠辉机械（东莞）有限公司、张家港名阳精密机械制造有限公司、张家港捷阳精密机械制造有限公司、东莞市嵩濠五金机械有限公司、济南拓为机械有限公司、上海良笠机械电机有限公司、天津洽群机械设备经营部、上海洪双精密机械有限公司
注塑机	卡尔德拉（苏州）精密机械有限公司、宁波力劲机械公司、上海博盛特种包装材料有限公司、上海力应塑胶科技有限公司
冲床	无锡金沃机床有限公司、上海徐锻机床有限公司、江苏省徐州锻压机床厂集团有限公司、丹阳明扬自动化设备有限公司
攻牙机	昆山见盛新机械有限公司、浙江强毅机械科技有限公司
焊接机器人	奥福尼斯（上海）贸易有限公司、昆山纬可为机械有限公司
螺母成型机	东莞市岸盛五金机械有限公司、秉锋兴业股份有限公司
抛丸机	无锡康力抛丸设备有限公司、张家港市斯特尔涂装设备有限公司、昆山恩通机械制造科技有限公司

从上表可以看出，公司同类专用设备存在多个供应商，不存在对单一供应商的依赖。上述供应商与公司之间亦不存在关联关系。

3. 结合主要用途和使用年限情况，固定资产报废毁损情况，分析固定资产计提减值准备的充分性

公司对机器设备定期巡视和保养，实时监督设备使用状况，掌握每台设备的运行情况，保证公司设备运行状况良好。必要时公司及时进行维修并对设备进行评估，对不能满足生产需求的设备及时进行报废处理。报告期内，公司已积极处理报废不满足生产需求的设备，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
期末设备原值	9,159.32	8,997.73	8,346.98	7,918.88
处置或报废的设备原值	207.89	86.68	344.18	16.71
处置或报废原值占比	2.27%	0.96%	4.12%	0.21%

报告期各期末，公司固定资产成新率分别为 57.42%、53.39%、47.81% 和 45.68%。公司主要的生产设备性能良好，处于正常运转状态，不存在闲置等减值迹象，因此未计提固定资产减值准备。

(二) 2019 年末土地使用权的明细、获取方式、入账成本、后续核算、实际使用情况

2019 年末，公司土地使用权的明细情况如下：

序号	权利人	权证编号	坐落	入账成本 (万元)	获取 方式	后续 核算	实际使 用情况
1	无锡超捷	苏(2019)无锡市不动 产权第 0241082 号	锡山区锡北镇 锡港路北、港 南路西	2,567.09	出让	按使用年限 平均摊销	募投项目生 产基地,建 造中
2	超捷股份	沪房地嘉字(2010)第 028118 号	马陆镇丰硕路 100 弄 39 号	822.36	出让	按使用年限 平均摊销	已投入使用

(三) 核查程序及结论

1. 核查程序

- (1) 获取公司报告期内固定资产卡片账,检查专用设备、通用设备的主要内容、构成、用途,分析其成新率以及专用设备的增加对产能的影响;
- (2) 检查专用设备的主要供应商情况,分析公司对其是否存在设备依赖;
- (3) 结合主要用途和使用年限情况,固定资产报废毁损情况,分析固定资产计提减值准备的充分性;
- (4) 检查土地使用权的获取方式,出让协议、入账成本以及后续核算和实际使用情况。

2. 核查结论

- (1) 公司专用设备、通用设备使用良好;报告期内,新增的专用设备主要用于中间工序,对产能影响较小;公司专用设备存在较多供应商,不存在对单一设备供应商的依赖;公司主要的生产设备性能良好,处于正常运转状态,不存在闲置等减值迹象,因此未计提固定资产减值准备;
- (2) 公司土地使用权均为出让取得,按实际取得成本入账,采用年限平均法进行摊销,符合企业会计准则规定。

十四、关于境外收入

据招股说明书披露,发行人境外销售占主营业务收入比例为 8.64%、8.04%、9.43%,主要出口客户位于日本、美国、墨西哥、欧洲等国家和地区。请发行人:

- (1) 按照国别或者地区补充披露发行人外销零部件种类、销量、销售金额、信用政策、结算币种、定价原则、对应主要客户及变动情况;
- (2) 披露对不同国家或地区销售的同类产品的平均单价、单位成本和毛利率情况,并分析差异的原因及合理性;
- 披露外销和内销同类产品的平均单价、单位成本和毛利率,并分析存在差异的原因及合理性;
- (3) 结合发行人向美国地区销售情况,分析中

美贸易摩擦对发行人经营业绩影响，发行人采取的应对措施。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第 17 条）

（一）按照国别或者地区补充披露发行人外销零部件种类、销量、销售金额、信用政策、结算币种、定价原则、对应主要客户及变动情况；

1. 不同国别/地区外销零部件情况

报告期内，公司向不同国家和地区销售的零部件种类主要为车用螺钉螺栓、异形连接件，不同国家或地区的销量、销售金额情况具体如下：

单位：万件、万元

国家/地区	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	销量	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额
美国	114.66	125.71	233.17	291.99	408.13	513.17	779.20	777.43
日本	262.81	240.48	706.39	653.87	665.00	577.93	696.10	558.18
墨西哥	808.96	226.31	1,807.67	330.83	1,106.33	152.40	452.50	59.09
欧洲	248.37	509.66	567.36	1,039.91	469.44	816.35	310.22	740.09
其他	195.30	184.27	389.52	528.60	374.38	336.96	384.88	248.96
合计	1,630.10	1,286.43	3,704.11	2,845.21	3,023.28	2,396.80	2,622.90	2,383.75

2. 不同国家/地区的信用政策、结算币种、定价原则、对应主要客户及变动情况

报告期内，不同国家/地区的信用政策、结算币种、定价原则、对应主要客户情况如下：

地区	信用政策	结算币种	定价原则	主要客户
美国	90 天	美元	市场价	美国德韧
日本	60 天	日元	市场价	日本神菱
墨西哥	60-90 天	美元	市场价	墨西哥阿斯莫、墨西哥佛吉亚
欧洲	90-120 天	欧元	市场价	西班牙佛吉亚、葡萄牙佛吉亚、法国佛吉亚等
其他	60-120 天	美元/欧元	市场价	南非佛吉亚、阿根廷佛吉亚、奥地利博世马勒等

报告期内，不同国家/地区的主要客户基本保持稳定。

（二）披露对不同国家或地区销售的同类产品的平均单价、单位成本和毛利率情况，并分析差异的原因及合理性；披露外销和内销同类产品的平均单价、单位成本和毛利率，并分析存在差异的原因及合理性；

1. 不同国家或地区销售的同类产品的平均单价、单位成本和毛利率情况

报告期内，公司境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 8.64%、8.04%、9.43%和 9.30%，占比较低，不足 10%，对公司业绩影响较小。

报告期内，公司外销零部件主要为螺钉螺栓、异形连接件，同类产品在不同国家或地区销售的的平均单价、单位成本和毛利率情况具体如下：

单位：元/件

产品类别	国家/地区	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
螺钉螺栓	美国	0.44	0.29	34.58%	0.43	0.31	29.11%	0.39	0.28	28.47%	0.37	0.25	31.55%
	日本	0.08	0.06	30.85%	0.10	0.05	56.89%	0.13	0.06	55.61%	-	-	-
	墨西哥	0.15	0.09	39.33%	0.12	0.08	35.67%	0.13	0.08	39.10%	0.12	0.08	37.66%
	欧洲	0.61	0.40	34.01%	1.11	0.75	32.44%	0.99	0.70	29.37%	1.78	1.25	29.47%
	其他	0.38	0.25	34.09%	0.34	0.24	28.86%	0.22	0.16	28.51%	0.30	0.22	26.51%
异形连接件	美国	1.55	1.01	35.14%	1.77	1.27	28.16%	1.85	1.35	27.15%	1.94	1.41	27.24%
	日本	0.93	0.65	30.53%	0.98	0.71	28.09%	0.86	0.62	28.57%	0.80	0.58	27.08%
	墨西哥	0.54	0.32	40.43%	0.32	0.21	33.80%	0.19	0.11	38.36%	0.17	0.11	37.31%
	欧洲	2.73	2.19	19.93%	2.31	1.88	18.50%	2.43	1.89	22.00%	2.78	2.13	23.18%
	其他	2.46	1.74	29.00%	2.51	1.87	25.70%	2.22	1.62	26.84%	2.38	1.76	26.19%

由上表可见，同类产品在不同国家或地区销售的平均单价、单位成本和毛利率存在差异，主要原因系客户结构、产品结构存在差异所致。公司外销产品均为定制汽车零部件，由于不同国家对应的主要客户存在差异，客户所需具体产品型号、技术要求亦有不同，因此同类产品在不同国家/地区销售的平均单价、单位成本和毛利率存在差异具备合理性。

2. 外销和内销同类产品的平均单价、单位成本和毛利率

报告期内，公司外销零部件主要为螺钉螺栓、异形连接件，上述产品在境内销售和境外销售不同销售区域下平均单价、单位成本和毛利率情况具体如下：

单位：元/件

产品类别	外销/内销	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
螺钉	外销	0.24	0.16	36.25%	0.27	0.18	32.99%	0.28	0.19	32.01%	0.39	0.27	31.01%

螺栓	内销	0.08	0.06	32.07%	0.09	0.07	28.74%	0.09	0.07	30.24%	0.09	0.06	29.32%
异形连接件	外销	1.32	0.96	27.66%	1.24	0.94	24.75%	1.30	0.96	26.18%	1.39	1.03	25.97%
	内销	2.99	1.58	47.22%	2.38	1.41	40.58%	1.92	1.19	37.85%	1.36	0.9	33.76%

由上表可见，报告期内，境内销售和境外销售的同类产品的平均单价、单位成本、毛利率存在差异，主要系客户结构、产品结构存在差异所致。境内销售的异形连接件的毛利率明显高于境外销售的异形连接件毛利率，主要系毛利率相对较高的应用于涡轮增压的异形连接件主要在境内销售所致。

(三) 结合发行人向美国地区销售情况，分析中美贸易摩擦对发行人经营业绩影响，发行人采取的应对措施。

报告期内，公司向美国区域销售情况如下：

单位：万元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年1-6月
美国地区	777.43	523.26	293.57	125.71
其中：美国德勃	714.27	510.90	290.20	124.94
占公司主营业务收入比重	2.80%	1.73%	0.96%	0.90%

报告期内，美国区域客户集中且单一，客户主要是美国德勃，公司销售至美国区域的销量呈逐年下降趋势，其主要原因是公司针对美国德勃的新品开发减少导致。

中美贸易摩擦过程中，美国政府加征关税的范围几乎涵盖了所有紧固件产品，但鉴于汽车紧固件产品本身单价较低，客户对紧固件价格变动的敏感度相对较低，而客户转换供应商的成本较高，因此在客户可承受范围内不会轻易更换供应商。此外，公司对美国地区的销售占比较小，不足 3%，中美贸易摩擦对公司业绩影响很小。

公司将紧抓汽车零部件国产化的机遇，在保持传统汽车紧固件的基础上，继续深耕汽车关键异形连接件的研发与生产，丰富产品种类，满足市场不断变化的需求，提升公司的竞争优势和盈利能力以抵消中美贸易摩擦带来的影响。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 我们对公司管理层进行访谈，了解公司内外销、在不同国家/地区销售的产品差异；取得了公司报告期内的收入成本表，按不同国家/地区、内销与外

销分析同类产品的销售单价、单位成本及毛利率差异原因及合理性；

(2) 我们对公司管理层进行了访谈，了解中美贸易摩擦对公司的影响以及应对措施；分析了报告期内美国地区的销售额占比及变动情况，通过对客户的访谈，了解合作进展情况。

2. 核查结论

(1) 报告期内公司外销金额较小，占主营业务收入的比例不足 10%，对公司业绩影响较小。同类产品的平均单价、单位成本、毛利率在不同国家/地区、内销和外销间均存在差异，主要系客户结构、产品结构存在差异所致，具备合理性；

(2) 公司对美国地区的销售占比很小，不足 3%，中美贸易摩擦对公司经营业绩的影响很小。

十五、关于员工持股平台

据招股说明书披露，上海誉威持有发行人 5.09% 股份、上海文超持有发行人 1.65% 股份，为发行人的员工持股平台。2019 年 12 月，公司实施股权激励计划，实际控制人宋广东通过转让其持有的上海誉威 20.02% 的股权，相当于以 5.15 元/股的价格授予公司员工 43.67 万股公司股份，构成股份支付，确认股份支付 488.30 万元。请发行人补充披露前述员工持股平台的人员构成、任职情况，员工持股平台股份内部流转、退出机制和持有发行人股权的管理机制；报告期内持股平台员工持有份额变化具体情况，包括转让双方身份、转让事件、转让价格及作价公允性等，分析说明是否存在应确认股份支付而未确认的情形。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第 22 条）

（一）员工持股平台的人员构成、任职情况

1. 上海誉威

截止本回复出具之日，上海誉威持有公司股份数为 2,181,200 股，占公司总股本的 5.09%，系公司的员工持股平台，其人员构成和任职情况如下：

序号	名称	出资额（万元）	出资比例（%）	在公司及其子公司处任职部门
1	宋广东	87.17	19.67	董事长、总经理
2	邹勇	75.36	17.00	监事
3	义勤峰	60.30	13.61	副总经理

4	闫明军	37.60	8.48	子公司副总经理
5	李新安	37.60	8.48	副总经理
6	唐 群	37.60	8.48	财务部
7	李红涛	30.48	6.88	董事会秘书、财务总监
8	储 旦	18.84	4.25	业务部
9	陈立宝	3.62	0.82	研发部
10	高松峰	3.45	0.78	研发部
11	周 华	3.25	0.73	子公司研发部
12	向忠冬	3.25	0.73	研发部
13	徐 江	3.25	0.73	子公司研发部
14	易妙凤	3.13	0.71	子公司营业部
15	罗晓峰	2.93	0.66	研发部
16	丁 瑞	2.93	0.66	子公司研发部
17	王 丹	2.93	0.66	研发部
18	陈 阵	2.93	0.66	研发部
19	上官焕军	2.84	0.64	生产部
20	罗渊研	2.84	0.64	监事
21	刘 翠	2.84	0.64	内审部
22	罗高朋	2.84	0.64	生产部
23	陈 岭	2.80	0.63	研发部
24	范俊杰	2.68	0.61	物控部
25	张云飞	2.66	0.60	子公司营运部
26	义雅峰	2.44	0.55	研发部
27	罗 凯	2.40	0.54	生产部
28	雷石桥	2.24	0.50	生产部
合计		443.20	100.00	

2. 上海文超

截止本回复出具之日，上海文超持有公司股份数为708,500股，占公司总股本的1.65%，系公司的员工持股平台，其人员构成和任职情况如下：

序号	名称	出资额（万元）	出资比例（%）	在公司及其子公司处任职部门
1	宋述省	60.00	50.00	董事、副总经理
2	嵇宏慧	30.00	25.00	监事、品质部经理

序号	名称	出资额（万元）	出资比例（%）	在公司及其子公司处任职部门
3	宋广东	30.00	25.00	董事长、总经理
合计		120.00	100.00	

（二）员工持股平台股份内部流转、退出机制和持有发行人股权的管理机制

公司制定了《股权激励管理办法》，对股份内部流转、退出机制和持有公司股权的管理机制规定如下：

1. 激励对象

激励对象原则上应系能为公司发展做出贡献的管理人员、技术骨干人员。激励对象不得具有下列情形之一：a. 拒绝服从公司工作任务和工作地点安排，严重违反公司的规章制度；b. 严重失职，营私舞弊，给公司造成重大损害；c. 同时与其他用人单位建立劳动关系，对完成公司的工作任务造成严重影响；d. 利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会；e. 自营或者为他人经营与公司同类的业务；f. 因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，或因违反国家其他法律法规，被依法追究刑事责任；g. 不能胜任工作，且不服从工作岗位调整，或经过培训或者调整工作岗位，仍不能胜任工作。

2. 股权授予

激励对象取得公司股权的方式为：由公司实际控制人宋广东向激励对象转让员工持股平台的股权，激励对象通过持有员工持股平台的股权间接持有公司股权。

公司股权激励采取自愿原则，即激励对象可选择认购上述全部股权份额，也可以选择认购上述全部股权份额的 50%，或全部放弃。对于完全放弃股权激励的员工，仍按原有工资奖金制度执行。

激励对象取得公司股权后，如果由于新增注册资本导致其取得股权的数量占公司注册资本比例发生变化的，激励对象获授的股权数量保持不变。

3. 股权激励的终止

激励对象出现下列情形之一的，公司实际控制人宋广东有权回购其通过员工持股平台持有的公司股权：a. 激励对象无论任何原因从公司离职，除非激励对象自取得股权之日起已为公司服务 8 年以上或发生退休、死亡特殊情况；b. 激励对象出现本办法“激励对象”所列的禁止情形之一的。

激励对象所持公司股权的回购价格参照回购情形出现当时该等股权对应的公司最近一期的净资产协商确定（注：合并报表口径）。但激励对象出现本办法所列的激励对象的禁止情形，其回购价格视具体情况协商确定；激励对象尚未支付对价部分的股权，其回购价格按照原激励价格确定。

激励对象出现回购情形的，应在公司实际控制人发出书面通知之日起 10 日内与公司实际控制人指定的主体签署股权转让协议，将其持有的该等股权按照本办法规定的价格转让给其指定的主体。

4. 利润分配

在激励对象取得公司股权后，如无特殊原因每年利润分配的金额按照不低于年度净利润的 30% 执行。

5. 特别条款

在激励对象符合本激励办法的规定及其他承诺约定的前提下，可通过在员工持股平台中减资的形式取回出资。员工持股平台每半年至少集中办理一次减资程序，届时由激励对象申报后由员工持股平台于申报日最近一个交易日减持其对应的股份，并于最近一个办理日通过减资程序使其取回出资。上述具体过程由员工持股平台的董事会或执行董事决定，因此产生的一切税费及其他成本由激励对象承担。

（三）报告期内持股平台员工持有份额变化具体情况，包括转让双方身份、转让事件、转让价格及作价公允性等，分析说明是否存在应确认股份支付而未确认的情形

报告期内，公司员工持股平台内部存在三次出资额转让情形，具体情况如下：

序号	转让时间	持股平台	转让方	受让方	转让价格	转让原因	是否确认股份支付
1	2017 年 7 月	上海誉威	孙维琦（原物控部经理）	宋广东（实际控制人）	1 元/出资额	实际控制人作为持股平台实际管理人收回离职员工原激励股权	不适用股份支付准则，未确认
2	2020 年 1 月	上海文超	柏英英（原业务经理）	宋广东（实际控制人）	1.67 元/出资额		不适用股份支付准则，未确认
3	2019 年 12 月	上海誉威	宋广东（实际控制人）	注	2.53 元/出资额	实施股权激励	确认股份支付 488.30 万元

注：2019 年，公司股权激励对象及其任职情况详见上述本题“（一）员工持股平台的人员构成、任职情况”

由上表可见，报告期内，员工持股平台员工持股份额的变化不存在应确认股份支付而未确认的情形，作价公允性及股份支付的具体确认情况详见本回复“问题一、关于报告期内股权转让”之“（三）报告期内其他增资及股份转让是否涉及股份支付”。

（四）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）获取并查阅了公司上海誉威、上海文超的公司档案，访谈了公司管理层了解报告期内持股平台份额变化情况；

（2）访谈了股权激励对象及回购对象，了解其任职情况、受让/转让持股平台份额的背景、定价方式等；

（3）查阅了公司股权激励办法，对公司股份支付的确认情况进行复核。

2. 核查结论

员工持股平台员工持股份额的变化不存在应确认股份支付而未确认的情形。

十六、关于子公司

据招股说明书披露：（1）截至招股说明书签署之日，公司拥有 3 家全资子公司，分别为无锡超捷、江苏超捷和上海易扣精密件制造有限公司，无参股公司。（2）江苏超捷主要负责金属紧固件、异形连接件的部分工序的生产，是发行人重要的生产基地，由超捷股份、超艺螺丝于 2014 年共同出资设立，2019 年净利润为-123.84 万元。2016 年江苏超捷进行减资和股权转让，转让后企业类型由中外合资企业变更为内资企业，江苏超捷 50%股权作价 744.312 万元。（3）发行人 2016 年向柳巧婵、吕海军购买上海易扣 61%的股权，支付价款 523.22 万元；2017 年向上海国勋购买上海易扣 27%的股权，支付价款 351.27248 万元；2018 年向上海森下紧固件国际贸易有限公司购买上海易扣 12.00%的股权，支付价款 400 万元，2019 年上海易扣净利润为 618.79 万元。（4）发行人（母公司）所得税税率为 15%，子公司江苏超捷所得税税率为 25%。请发行人补充披露：（2）发行人购买江苏超捷、上海易扣股权的定价依据及公允性，2018 年、2019 年购买上海易扣股权价格增加较多的原因及合理性，请结合江苏超捷、上海易扣经营情况、财务数据、评估情况等进行分析；（3）江苏超捷作为发行人重要生产

基地截至 2019 年仍然亏损的原因，是否存在持续经营风险；（4）报告期内母公司、子公司之间的交易情况，是否利用内部转移定价进行税务筹划，相关交易安排是否具有商业合理性。请保荐人、申报会计师对上述问题（2）-（4）发表明确意见。（反馈意见第 23 条第 2-4 点）

（一）发行人购买江苏超捷、上海易扣股权的定价依据及公允性；购买上海易扣股权价格增加较多的原因及合理性

1. 江苏超捷

2016年9月3日，股份公司召开股东大会，决议如下：同意公司派生分立为超捷股份与上海祯楷两个公司，公司财产分割方案如下：分立前公司资产中汕头超艺75%的股权22,065,032.87元、杭州超杰75%的股权3,129,245.48元及超艺螺丝100%的股权14,132,355.56元（超艺螺丝持有汕头超艺和杭州超杰各25%股权）由新设立的上海祯楷继承，其余财产由分立后的超捷股份继承。

在此之前超捷股份和超艺螺丝分别持有江苏超捷各50%股权，为了便于后续的分立以及使得江苏超捷继续留在超捷股份体系内，2016年3月15日，江苏超捷作出董事会决议通过：超艺螺丝将其持有的江苏超捷50%股权（120万美元份额）按成本价转让给超捷股份。2016年9月，公司办妥工商变更登记。由于江苏超捷正式开展经营活动时间不久，净资产变动不明显，因此采用成本价交易公允、合理。

2. 上海易扣

2016年12月23日，上海易扣股东会决定如下：同意柳巧婵、吕海军分别将其各自持有的上海易扣30.5%的股权（出资额564,250元）转让给发行人，转让价款均为261.61万元（转让价格为4.64元/出资额），其他股东放弃优先购买权。本次转让后，超捷股份持有上海易扣61%的股权，为上海易扣的控股股东。本次交易定价以2016年11月30日未经审计的每股净资产为基础协商确定。

上述股权转让事项于2017年2月9日办妥工商变更，并于2017年3月1日正式接管上海易扣的经营管理，2019年3月股权转让价款支付完毕。因此，将2017年3月1日作为合并日。2020年，公司委托坤元评估对上海易扣2017年2月28日的净资产进行了追溯评估，出具了《资产评估报告》（坤元评报〔2020〕304号），经评估的单位净资产为6.23元/出资额。

2017年10月23日，上海易扣股东会决定如下：同意上海国勋将其持有的

上海易扣 27%的股权（出资额 499,500 元）转让给发行人，作价 351.27248 万元（转让价格为 7.03 元/出资额），其他股东放弃优先购买权。本次转让后，超捷股份持有上海易扣 88%的股权。本次交易定价以 2017 年 7 月 31 日未经审计的每股净资产为基础协商确定。2020 年，公司委托坤元评估对上海易扣 2017 年 7 月 31 日的净资产进行了追溯评估，出具了《资产评估报告》（坤元评报〔2020〕305 号），经评估的单位净资产为 8.12 元/出资额。

上述两次交易定价依据均为股权转让基准日的账面净资产，不存在超捷股份高价收购的情形，相关股权转让价款已结清，不存在纠纷及潜在纠纷，交易定价公允、合理。

2018 年 7 月 10 日，上海易扣股东会决议，同意上海森下紧固件国际贸易有限公司将其持有的上海易扣精密件制造有限公司 12.00%的股权（出资额 222,000 元）转让给超捷股份，转让价款为 400 万元（转让价格为 18.02 元/出资额）。本次转让完成后，上海易扣成为超捷股份全资子公司。

上海易扣业务发展良好，盈利能力较为突出，其塑料紧固件业务同发行人金属紧固件、异形件业务存在互补和协同效应，将上海易扣收购为全资子公司有利于发行人对子公司局面的全面把控；有利于输出、贯彻关系公司全局的战略和决策；有利于发行人实践为客户提供全系列紧固件的发展愿景以及未来步入资本市场有更好的发展前景。基于以上原因，本次转让价格系是股权转让双方综合考虑的决定。相关股权转让价款已结清，不存在纠纷及潜在纠纷，交易定价公允、合理。

（二）江苏超捷作为发行人重要生产基地截至 2019 年仍然亏损的原因

江苏超捷成立于 2014 年，2015 年起开始少量生产，成立之初以承接超捷股份的旧设备为主，定位为超捷股份的一个车间，以委托加工的形式为超捷股份加工产品，产品种类为利润较低为主的产品。因成立之初产能利用率较低、管理不完善、产品利润较低等原因，江苏超捷一直处于亏损状态。

自 2017 年起，江苏超捷陆续开始自行采购原材料进行生产，产品附加值有所提升；自 2019 年起，江苏超捷陆续添置新的设备、生产线，产品类型也从承接上海接近淘汰的旧产品转变为承接部分新品的生产，承接部分超捷股份因产能不足而溢出的新品订单。

报告期各期，江苏超捷营收及盈利情况如下：

单位：万元

年度	营业收入	营业成本	毛利	毛利率	净利润
2017年	1,407.19	1,491.67	-84.48	-6.00%	-245.79
2018年	1,753.86	1,791.47	-37.61	-2.14%	-358.44
2019年	1,961.80	1,817.47	144.33	7.36%	-123.84
2020年1-6月	1,215.15	1,081.52	133.63	11.00%	18.38

如上表所示，报告期内江苏超捷营业收入及毛利率整体呈现出上升趋势，2018年起逐步扭亏，2020年上半年已实现盈利，不存在持续经营风险。

(三) 报告期内母公司、子公司之间的交易情况；相关交易安排具有商业合理性

1. 报告期内，母公司与子公司之间的交易情况如下：

销售方	采购方	交易内容	2020年 1-6月	2019年	2018年	2017年	原因
江苏超捷	超捷股份	产品销售	1,060.65	1,812.11	1,482.85	338.67	销售金属紧固件
江苏超捷	超捷股份	加工费	144.74	145.20	237.95	1,067.04	受托加工产品
江苏超捷	超捷股份	材料销售	4.94	-	16.13	1.48	销售金属原料
上海易扣	超捷股份	产品销售	66.15	134.26	166.50	119.32	销售塑料紧固件、模具
超捷股份	上海易扣	产品销售	0.27	1.58	0.37	2.42	销售金属紧固件
超捷股份	江苏超捷	产品销售	-	-	-	23.43	销售金属紧固件
超捷股份	江苏超捷	材料销售	8.71	19.59	41.23	72.02	销售金属原料

江苏超捷定位为超捷股份的车间，向超捷股份销售产品及提供加工服务，因此超捷股份也存在向江苏超捷销售材料和半成品的情况。超捷股份向上海易扣采购的主要系塑料垫片，用于产品组合销售，同时超捷股份也存在出售少量金属件给上海易扣的情况。因此，相关交易安排具有商业合理性。

2. 未利用内部转移定价进行税务筹划

公司在考虑与子公司上海易扣、江苏超捷之间的内部交易时，按照独立交易原则，综合考虑了各子公司的定位、交易内容、人员成本等因素并根据合理的利润率进行定价，交易具有真实的商业背景。

公司及上海易扣、江苏超捷各年度向税务机关报送年度企业所得税纳税申报表时，就其与关联方之间的业务往来附送了《中华人民共和国企业年度关联业务往来报告表》，向税务机关如实申报了内部交易的情况供税务机关审核。根据国

家税务总局上海市嘉定区税务局、国家税务总局镇江经济技术开发区税务局出具的关于公司及子公司上海易扣、江苏超捷的证明/告知书，2017年1月1日至2020年6月30日期间，未发现重大税收违法事项。

综上，公司母公司、子公司之间的内部交易安排均系根据业务实际需要发生，具有商业合理性，且定价合理，不存在利用内部转移定价进行税务筹划的情形。

十七、关于其他业务收入

据招股说明书披露，报告期内发行人其他业务收入主要来自于模具费收入、废料销售、房租收入，金额为198.71万元、418.29万元和463.35万元。根据发行人提供的销售合同，销售零部件合同中一般约定“发行人应根据客户要求，购买或制作供应部件的制造模具及工装夹具，客户负担专用模具购买费或制作相关费用，由客户在自发行人产品PPAP认可并最终得到OEM客户认可后一年以内按季度支付给发行人，但模具经客户同意用于其他目的的，双方按照其使用比例减少该支付金额。”请发行人补充披露：（1）报告期内模具收入具体金额。结合合同典型条款，说明模具相关收入确认和成本计量和结转的具体方法，是否符合《企业会计准则》相关规定，相关会计处理是否符合行业惯例，模具收入金额和分摊成本金额与产量是否具有配比关系；（2）报告期内销售废料收入金额，废料重量、收入是否与发行人产量、废料率等相匹配。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（反馈意见第28条）

（一）报告期内模具收入具体金额。结合合同典型条款，说明模具相关收入确认和成本计量和结转的具体方法，是否符合《企业会计准则》相关规定，相关会计处理是否符合行业惯例，模具收入金额和分摊成本金额与产量是否具有配比关系；

1. 公司关于模具收入的论述

报告期内，公司其他业务收入中模具收入分别为64.94万元、110.90万元、97.58万元和23.41万元，占其他业务收入的比例分别为32.68%、26.51%、21.06%和16.80%。

报告期内，公司与客户之间关于模具收入的主要合同条款如下：报告期内，公司与客户之间关于模具收入的主要合同条款如下：

产品	客户名称	合同条款	收入确认方式	成本计量和结转方法
金属紧固件	长春富奥石川岛增压器有限公司	根据客户要求，购买或制作供应部件的制造模具及工装夹具，客户负担专用模具购买费或制作相关费用，由客户在自公司产品 PPAP 认可并最终得到 OEM 客户认可后一年以内按季度支付给公司，但模具经客户同意用于其他目的的，双方按照其使用比例减少该支付金额	在公司开发的模具经过客户认可，并取得客户确认文件时确认收入	由于无法确认模具是否可单独取得收入，对应模具成本领用时即结转至产品成本
	上海索菲玛工业过滤器有限公司	样件 PPAP 认可合格后一次性支付模具费 100%		
	佛吉亚	样件 PPAP 认可合格后一次性支付模具费 100%		
	德韧	样件 PPAP 认可合格后一次性支付模具费 100%		
塑料紧固件	上海菱重增压器有限公司	单独签订《零部件模具制作通知单》，约定“供应商在模具验收合格后凭此单和验收凭证，向采购担当审前付款”	在公司开发的模具经过客户认可，并取得客户确认文件时确认收入	公司不单独开发模具，模具开发委托外部供应商，模具成本对应为外购模具成本。根据客户可确认收入的模具款或模具阶段款，结转对应的模具采购成本
	安弗施	单独签订模具采购合同，在产品交付之时所有权发生转让；然而，当产品是服务（包括：软件开发、研究或研发工作）时，产品的所有权应在完成之时，或最晚在交付之时移至采购方		
	玛汀瑞亚汽车配件（上海）有限公司	单独签订模具采购合同，根据进度支付款项，模具设计批准后支付 30%；模具开发完成后支付 35%；经客户确认后支付 15%；PPAP 后支付 10%；SOP 后支付 10%		

公司金属件的模具收入通常在产品量产以后收取，且与特定产品产量挂钩。在生产时由于无法确认模具成本能否完全被以后可收取的模具收入部分覆盖，因此对应模具成本领用时即结转分摊至产品成本，公司在收到相应模具收入时，也分摊计入产品收入。

公司塑料紧固件模具收入与客户通常在开模前即已约定，即使未量产产品也应支付模具费，模具在初始开模时或者开模阶段中即可确定未来可收取的对价，因此对模具单独确认收入，计入其他业务收入。

同行业模具收入确认情况：

同行业	模具收入确认时点	模具成本归集和结转
华培动力、浙江长华	未单独披露模具收入	
泉峰汽车	公司模具收入以达到生产件批准程序（PPAP）时点确认，样品收入以客户验收时点确认	未做描述
瑞玛工业	模具收入：在公司开发的模具经过客户认可，并取得客户确认文件时确认收入	针对每套模具均建立独立的模具料号、搭建模具 BOM 清单和生产工艺路线，并开立模具生产工单，按照工单独立核算成本。模具产品生产制作过程中发生的成本包括直接材料、直接人工和制造费用。

综上，公司关于模具收入与成本的处理符合企业会计准则的规定，符合行业惯例。

（二）报告期内销售废料收入金额，废料重量、收入是否与发行人产量、废料率等相匹配

公司金属紧固件的生产过程会产生部分可变卖的废弃金属，包括不锈钢钉、不锈钢屑、铁钉、铁屑等，公司对收集的废料分类处理，产生废料收入。报告期内，公司废料销售情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
废料重量（吨）	123.15	472.11	295.23	216.79
废料销售收入（万元）	39.81	165.91	114.15	61.41
主营业务收入-金属件(万元)	12,287.25	26,586.96	26,970.42	25,048.78
废料销售占主营收入比例	0.32%	0.62%	0.42%	0.25%
废料销售均价（元/KG）	3.23	3.51	3.87	2.83

报告期内，公司废料销售收入占主营业务收入比重较低，2017-2019年呈小幅上升趋势，2020年1-6月废料收入下降。

公司2018年、2019年废料产量逐年上涨，主要受产品结构变动影响。华域视觉、富奥石川岛、佛吉亚部分产品的废料率相对较高，2017-2019年上述三家销量上升明显，因此废料率增加。另外，新品开发过程中需要不断调机和试模，2019年新品相对较多，进一步提高了2019年的废料率。

2020年1-6月废料率下降，主要系受新冠疫情影响，佛吉亚产品对应的调机技术人员系湖北户口，无法及时回沪，因此公司由自产改为外购毛坯件再加工，导致废料减少。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）检查主要客户合同中关于模具收入的约定条款，判断公司的处理是否符合企业会计准则的规定；查阅同行业公司报告中关于模具收入的相关披露与处理，检查公司的处理是否与同行业存在重大差异；

（2）查阅公司废料相关管理制度流程，访谈了解各类型产品废料产生的原因，抽查废料销售相关的过磅单、收款单据等原始单据，了解主要废料客户背景情况及交易合理性，计算分析废料重量与收入的配比关系。

2. 核查结论

（1）公司模具收入与成本的处理符合会计准则的规定，符合行业惯例；金属件的模具收入及分摊成本与产量具有配比关系，计入产品收入与成本；塑料紧

固件的模具收入与成本相互配比，但与产量不具有配比关系；

(2) 公司废料重量、收入与公司产量、产品收入基本配比。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师:  

中国注册会计师:  

二〇二〇年九月二十一日