

关于江苏中捷精工科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
第三轮审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



安信证券股份有限公司
Essence Securities Co., Ltd.

二〇二一年五月

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 1 月 14 日出具的《关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》（以下简称“《问询函》”）已收悉，安信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“安信证券”）、江苏中捷精工科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“中捷精工”）、国浩律师（杭州）事务所（以下简称“国浩”、“发行人律师”）、大信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“大信”、“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

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

问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
本次补充披露或修订的内容	楷体（加粗）

目 录

目 录.....	2
问题 1: 关于定点模式	3
问题 2: 关于销售返利	15
问题 3: 关于对长城汽车集团销售预计	17
问题 4: 关于产品结构	21
问题 5: 关于注塑零部件	29
问题 6: 关于冲压零部件	35
问题 7: 关于压铸零部件	46
问题 8: 关于外购产品用于销售	54
问题 9: 关于毛利率	61
问题 10: 关于模具业务	72
问题 11: 关于商誉	82
问题 12: 关于其他信息披露及核查情况	89

问题 1：关于定点模式

根据第二轮问询回复，发行人报告期内与下游客户存在定点合作模式，由发行人定点开发和生产的产品，自量产开始至产品项目量产结束，一般情况下始终由发行人独家供货。报告期内，发行人向天纳克销售产品以 2015 年定点产品较多，向博戈销售产品以 2013 年定点产品较多。产品定点时间差异导致原材料成本存在差异，进而导致发行人向不同客户销售毛利率存在较大差异。

请发行人：

(1) 说明发行人关于各类产品与各主要客户的定点合作流程与周期，是否符合行业特征，与同行业可比公司是否一致。

(2) 说明报告期内关于各类产品与各主要客户的定点合作情况，包括定点数量、进展、对应产品、预计需求量及需求实现时间。

(3) 说明报告期内发行人各类产品对各主要客户的收入来自的项目定点时期及数量；结合行业特征及客户产能规划说明对部分客户销售收入来自于 2015 年及以前定点的原因及合理性。

(4) 说明定点合作模式对于发行人产品种类、数量、产品需求量、供货周期、原材料价格、产品定价、毛利率等方面的具体影响。发行人产品定价及毛利率是否受定点时点的原材料价格影响，如是，请说明原因及合理性，以及是否符合行业特征。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 说明发行人关于各类产品与各主要客户的定点合作流程与周期，是否符合行业特征，与同行业可比公司是否一致。

1、说明发行人关于各类产品与各主要客户的定点合作流程与周期

基于汽车零部件对安全质量及供货稳定性的严格要求及行业惯例，发行人与客户采取产品定点合作模式。在发行人作为客户合格供应商的前提下，发行人与客户的产品定点合作流程基本相同，主要包括以下程序：（1）客户提出需求，发行人对项目进行评估及内部评审；（2）针对新产品进行前期报价及技术交流；

(3) 产品定点，双方签订定点协议；(4) 协同研发模具及产品，交付样件及验证；(5) 产品进入批量生产阶段。

由于不同客户内部开发流程区别，发行人与主要客户合作产品的定点周期存在一定差异。具体如下：

客户	由项目接触至定点的一般周期	由产品定点至量产开始的一般周期	量产阶段一般周期
天纳克集团	4个月	12个月	5年
博戈集团	6个月	18个月	5年
威巴克集团	6个月	18个月	5年
住友理工集团	6个月	18个月	5年
长城汽车集团	3个月	6个月	5年

如上表所示，发行人与博戈集团、威巴克集团、住友理工集团合作产品由产品定点至量产开始一般周期相对较长，主要系其开发设计权由集团管控，集团各下属企业的新品开发均需集团参与，故整体周期相对较长；长城汽车集团为整车厂商，发行人向其直接供应产品，涉及到的产品研发验证环节较少，故定点至量产周期较短。

报告期内，发行人与不同客户的定点开发周期存在一定差异，主要系不同客户自身产品开发周期存在差异所致。发行人零部件产品的量产周期与对应车型的生命周期基本相同，市场车型的一般生命周期在五年左右，不同车型根据市场环境及整车厂经营策略存在一定差异。

2、是否符合行业特征，与同行业可比公司是否一致。

定点合作模式为汽车零部件行业惯例。经查询公开信息，发行人同行业可比上市公司拓普集团在公开文件中明确披露事项；另外，同样从事汽车零部件产品企业的公开披露信息，嵘泰工业、长华股份、振华汽车等公司均有披露与客户的定点合作模式，具体如下：

名称	定点模式内容
拓普集团	汽车零件部件供应商必须在新项目中体现出技术、质量和成本这三个环节的综合优势，整车制造商或系统集成供应商才能正式定点，双方签署商务合同，确定项目开发合作关系，项目启动开发至批量生产大约需要二至三年的时间。
嵘泰工业	公司作为客户合格供应商，能及时收到客户新项目的报价要求，公司根据客户所提供的技术指标及产品要求进行内部评估，评估时会结合

名称	定点模式内容
	公司现有的技术实力、生产能力、成本预算等因素。评审通过之后启动项目报价及前期技术沟通工作，双方沟通确定合作意向后签署新产品项目合作合同。确立合作意向后发行人通过客户样品质量检测并取得生产批准。此后发行人取得客户验证批准并开始进行后续批量生产阶段
长华股份	新产品获取阶段，主要包括整车厂新产品询价、公司投标报价、报价跟踪、中标获得新产品定点资格等四步。目前公司与主要整车厂客户的产品供应通常采用“一品一点”的配套模式，即针对某一特定的零部件，整车厂只定点一家配套商进行生产。
无锡振华	整车制造商对供应商的认证，通常需要包括技术评审、质量体系评审、价格竞标、产品试制、小批量试用、批量生产等环节，认证过程较为严格，通常认证周期1年至2年

注：信息源自上述公司的招股说明书或年度报告。

由上表可知，发行人定点开发模式符合行业惯例，与同行业汽车零部件企业不存在显著差异。

(二) 说明报告期内关于各类产品与各主要客户的定点合作情况，包括定点数量、进展、对应产品、预计需求量及需求实现时间。

鉴于汽车零部件产品的生命周期，报告期内发行人与客户定点产品陆续量产，且经历量产上行周期、量产下行周期等阶段。报告期内，发行人与主要客户的定点合作情况如下：

1、冲压零部件定点情况

客户	报告期内定点数量(个)	截至2020年末已定点且量产数量(个)	截至2020年末已定点尚未量产数量(个)	预计需求量(万件)
天纳克集团	14	10	4	1,566.00
博戈集团	21	11	10	431.42
威巴克集团	22	17	5	532.27
住友理工集团	2	2	-	99.00
长城汽车集团	45	43	2	1,047.00

注：预计需求量为根据客户对定点产品的量产阶段平均需求量进行预测。

2、压铸零部件定点情况

客户	报告期内定点数量(个)	截至2020年末已定点且量产数量(个)	截至2020年末已定点尚未量产数量(个)	预计需求量(万件)
天纳克集团	2	2	-	9.80
博戈集团	16	6	10	622.28

客户	报告期内定点数量 (个)	截至 2020 年末已定点且量产数量 (个)	截至 2020 年末已定点尚未量产数量 (个)	预计需求量 (万件)
威巴克集团	12	9	3	220.10
住友理工集团	10	10	-	171.64
长城汽车集团	10	9	1	218.00

注：预计需求量为根据客户对定点产品的量产阶段平均需求量进行预测。

3、注塑零部件定点情况

客户	报告期内定点数量 (个)	截至 2020 年末已定点且量产数量 (个)	截至 2020 年末已定点尚未量产数量 (个)	预计需求量 (万件)
天纳克集团	9	9	-	243.90

4、金工零部件定点情况

客户	报告期内定点数量 (个)	截至 2020 年末已定点且量产数量 (个)	截至 2020 年末已定点尚未量产数量 (个)	预计需求量 (万件)
威巴克集团	16	16	-	327.62

(三)说明报告期内发行人各类产品对各主要客户的收入来自的项目定点时期及数量；结合行业特征及客户产能规划说明对部分客户销售收入来自于 2015 年及以前定点的原因及合理性。

1、说明报告期内发行人各类产品对各主要客户的收入来自的项目定点时期及数量

(1) 冲压零部件收入对应的产品定点情况

2018 年至 2020 年，发行人向天纳克集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2010 年	1,938.58	12	14.93%
2012 年	141.63	11	1.09%
2013 年	560.59	8	4.32%
2014 年	1,946.87	8	14.99%
2015 年	1,796.14	15	13.83%

2016年	2,006.07	12	15.45%
2017年	3,283.76	22	25.29%
2018年	1,077.30	10	8.30%
其他	235.24	-	1.81%
总计	12,986.18	98	100.00%

注：其他包括其他年度及手工样件等收入，下同。

2018年至2020年，发行人向威巴克集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2010年	5,096.60	17	16.24%
2011年	689.38	20	2.20%
2012年	8,160.40	30	26.01%
2013年	1,483.78	12	4.73%
2014年	5,036.30	39	16.05%
2015年	1,886.21	15	6.01%
2016年	1,470.45	8	4.69%
2017年	1,071.13	15	3.41%
2018年	2,164.29	10	6.90%
其他	4,319.20	-	13.77%
总计	31,377.75	166	100.00%

2018年至2020年，发行人向博戈集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2010年	741.07	4	2.93%
2011年	2,897.17	6	11.47%
2012年	5,483.87	14	21.72%
2013年	2,311.99	1	9.16%
2014年	1,458.27	6	5.77%
2015年	660.79	4	2.62%

2016年	7,046.86	7	27.91%
2017年	922.02	14	3.65%
2018年	1,207.93	7	4.78%
其他	2,521.75	-	9.99%
总计	25,251.73	63	100.00%

2018年至2020年，发行人向住友理工集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2011年	5,345.77	2	59.70%
2014年	1,625.89	1	18.16%
2016年	1,048.54	9	11.71%
2017年	833.26	3	9.31%
其他	101.21	-	1.13%
总计	8,954.68	15	100.00%

2018年至2020年，发行人向长城汽车集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2014年	287.94	2	3.09%
2016年	7,861.81	10	84.28%
2018年	12.03	1	0.13%
2019年	1,105.57	25	11.85%
其他	61.07	-	0.65%
总计	9,328.43	38	100.00%

(2) 压铸零部件收入对应的产品定点情况

2018年至2020年，发行人向天纳克集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2014年	3,914.84	44	22.27%
2015年	9,282.36	19	52.81%
2016年	2,678.60	12	15.24%
2017年	38.00	8	0.22%
2018年	150.11	3	0.85%
2019年	1,511.51	9	8.60%
总计	17,575.42	95	100.00%

2018年至2020年，发行人向威巴克集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2014年	246.11	8	8.77%
2015年	1,414.70	6	50.44%
2016年	115.68	6	4.12%
2017年	263.10	10	9.38%
2018年	555.19	8	19.79%
2019年	86.35	11	3.08%
其他	123.60	-	4.41%
总计	2,804.72	49	100.00%

2018年至2020年，发行人向博戈集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2013年	7,435.51	4	53.68%
2014年	1,589.99	4	11.48%
2015年	439.23	2	3.17%
2016年	2,041.26	31	14.74%
2018年	1,747.66	12	12.62%
2019年	596.41	28	4.31%

其他	0.81	-	0.01%
总计	13,850.88	81	100.00%

2018年至2020年，发行人向住友理工集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2015年	2,882.95	23	42.93%
2017年	2,098.66	14	31.25%
2018年	1,284.98	15	19.13%
其他	449.02	-	6.69%
总计	6,715.61	52	100.00%

2018年至2020年，发行人向长城汽车集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2020	471.66	22	98.64%
其他	6.5	-	1.36%
总计	478.16	22	100.00%

(3) 注塑零部件收入对应的产品定点情况

2018年至2020年，发行人向天纳克集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2012年	1,998.81	47	28.02%
2013年	1,522.27	38	21.34%
2014年	236.57	6	3.32%
2015年	1,072.43	63	15.03%
2016年	1,579.74	43	22.14%
2017年	598.08	58	8.38%

其他	126.71	-	1.78%
合计	7,134.61	255	100.00%

2018年至2020年，发行人向威巴克集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2019年	4.35	1	100.00%
总计	4.35	1	100.00%

2018年至2020年，发行人向住友理工集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2012年	13.73	1	22.96%
2017年	46.09	9	77.04%
总计	59.82	10	100.00%

(4) 金工零部件收入对应的产品定点情况

2018年至2020年，发行人向天纳克集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2013年	63.70	1	2.36%
2014年	100.82	1	3.74%
2016年	1,686.85	5	62.51%
2017年	793.28	4	29.39%
其他	54.04	-	2.00%
总计	2,698.70	11	100.00%

2018年至2020年，发行人向威巴克集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2010年	75.72	7	0.63%
2011年	546.74	11	4.54%
2012年	613.76	12	5.10%
2013年	302.44	5	2.51%
2014年	1,773.06	29	14.73%
2015年	1,190.81	14	9.89%
2016年	3,659.12	59	30.40%
2017年	1,776.75	84	14.76%
2018年	819.34	86	6.81%
2019年	360.01	39	2.99%
其他	918.79	-	7.63%
总计	12,036.53	346	100.00%

2018年至2020年，发行人向博戈集团销售收入对应的产品定点及收入比例情况如下：

单位：个，万元

年度	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布	报告期内收入对应产品不同年度定点数量	报告期内收入对应产品不同定点时期的分布比例
2009年	1,377.57	1	68.87%
2010年	621.77	2	31.08%
其他	0.94	-	0.05%
总计	2,000.28	3	100.00%

2、结合行业特征及客户产能规划说明对部分客户销售收入来自于2015年及以前定点的原因及合理性

基于汽车零部件行业定点合作模式，自产品定点至量产一般存在6-18月的周期。另外由于汽车车型的生命周期特性，发行人零部件产品的量产周期同汽车生命周期相同，一般在五年左右。由于客户产品的产能规划涉及商业机密，且公开数据无法查询到客户对于产品量产的产能规划信息，但经对发行人主要客户访谈确认，汽车零部件生产企业均根据终端车型的生命周期进行安排生产及经营计划，汽车生命周期一般在五年左右。

故结合定点合作模式及产品量产周期，发行人对部分客户销售收入来自于2015年及以前定点具有合理性。

(四)说明定点合作模式对于发行人产品种类、数量、产品需求量、供货周期、原材料价格、产品定价、毛利率等方面的具体影响。发行人产品定价及毛利率是否受定点时点的原材料价格影响，如是，请说明原因及合理性，以及是否符合行业特征。

1、说明定点合作模式对于发行人产品种类、数量、产品需求量、供货周期、原材料价格、产品定价、毛利率等方面的具体影响

定点合作能够保证汽车零部件产品质量及供货稳定性，发行人与客户采取定点合作模式供货。经过前期的项目评估、报价、技术交流等程序，发行人与客户进行产品定点合作时，即确定合作产品的具体品类型号、产品定价，并结合未来车型量产预测，对产品的量产阶段需求量及产品供货周期进行预测。

由于发行人与客户在产品定价时主要结合当时原材料价格确定，产品定点及量产后，除部分产品年降及原材料价格大幅波动等因素外，产品价格一般保持稳定。在定点模式下，由于产品在量产周期阶段一般经历量产上行周期、量产下行周期，会导致发行人产品结构不断发生变化，进而一定程度上影响公司的产品均价及毛利率。不过发行人产品种类众多，长期来看，定点合作模式对公司毛利率的影响不具有明显趋势。

2、发行人产品定价及毛利率是否受定点时点的原材料价格影响，如是，请说明原因及合理性，以及是否符合行业特征

在定点合作模式下，发行人与客户进行产品定点合作时，会结合定点时点的原材料价格进行产品定价。产品量产后，除部分产品价格年降、或发生原材料价格较大波动调价等因素外，发行人产品价格相对稳定。故产品量产后，发行人产品定价及毛利率一般情况下仍然受产品定产时原材料价格的潜在影响。

经查询同行业公司公开披露信息，拓普集团在招股说明书中披露“公司产品在内的汽车零部件价格波动较小，公司盈利能力的稳定性和持续性受产品价格影响较小，受原材料价格波动影响相对更大”。故汽车零部件产品一般基于定点当时原材料价格进行定价后产品价格波动较小，产品毛利率一定程度会受到定点时点原材料价格的影响，发行人与同行业公司不存在明显差异。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、获取发行人与客户的产品定点明细及与主要客户的合同，通过访谈发行人销售部门、技术部门人员及查看合同约定内容，核查发行人关于各类产品与各主要客户的定点合作流程与周期、定点数量、进展、产品、预计需求量及量产周期；同时查询汽车行业报告、汽车零部件行业公司公开披露信息，核查发行人产品定点流程与周期是否符合行业惯例；

2、获取报告期内发行人产品销售明细及产品对应的定点时间，分析收入对应的定点期间范围及产品数量；通过查询行业报告及同行业公司公开信息，访谈客户，核查发行人报告期内收入构成中存在前期定点产品的合理性；

3、通过核查报告期内销售产品对应的定点时间及访谈销售部门人员，核查定点合作模式对发行人产品种类、数量、产品需求量等方面的影响；

4、获取并查阅发行人产品报价单及发行人与主要客户的合同，对销售部门进行访谈，核查发行人与主要客户合同中对产品价格调整机制的约定，产品定价及毛利率是否受定点时点的原材料价格影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、基于汽车零部件行业惯例，发行人与下游客户合作采取定点开发模式，定点合作流程及周期符合行业特征，与同行业可比公司不存在明显差异。

2、发行人报告期内对部分客户销售收入来自于 2015 年及以前定点产品，主要系汽车零部件产品一般随车型存在 3-5 年甚至更长的生命周期，故发行人部分 2015 年及以前定点的产品在报告期内仍有销售具有合理性；

3、汽车零部件产品一般基于定点当时原材料价格进行定价后产品价格波动较小，产品毛利率一定程度会受到定点时点原材料价格的影响，发行人与同行业公司不存在明显差异。

问题 2：关于销售返利

根据第二轮问询回复，报告期各期，发行人对威巴克集团销售收入分别为 15,094.07 万元、11,609.89 万元、10,861.75 万元、4,347.48 万元；返利金额分别为 30.42 万元、87.10 万元、77.02 万元、0 万元。

请发行人说明报告期发行人对威巴克集团销售返利的具体测算过程及准确性。报告期内发行人对其返利金额变动与销售收入变动趋势存在较大差异的原因，发行人对销售返利的支付结算方式、会计处理方式。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一)请发行人说明报告期发行人对威巴克集团销售返利的具体测算过程及准确性。报告期内发行人对其返利金额变动与销售收入变动趋势存在较大差异的原因，发行人对销售返利的支付结算方式、会计处理方式。

报告期内发行人对威巴克集团销售返利测算过程如下表所示：

单位：万元

客户名称	销售方	项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
威巴克集团	中捷精工 (母公司)	销售收入，不含模具	5,891.89	7,994.38	10,180.44	14,512.89
		实际返利收入	-	5,924.88	6,700.00	10,140.63
		适用返利比例	-	1.30%	1.30%	0.30%
		实际返利金额	-	77.02	87.10	30.42
	灏昕汽车	销售收入，不含模具	1,074.09	832.46	592.29	305.89
	烟台通吉	销售收入，不含模具	2,711.31	1,753.88	485.62	-
	无锡绿缘	销售收入，不含模具	4.35			
		模具	205.43	281.03	351.53	275.29
	合计	销售收入合计	9,887.07	10,861.75	11,609.89	15,094.07
		返利金额合计	-	77.02	87.10	30.42

注：灏昕汽车未返利原因为 2017 年、2018 年威巴克集团采购金额未达到返利条件，2019 年、2020 年双方未签署返利合同；烟台通吉未返利原因为双方未签署返利合同。**2020 年尚未对威巴克进行实际返利。**

由上表可知，报告期内，发行人对威巴克集团销售返利计算准确。

报告期内，发行人对其返利金额变动与销售收入变动存在较大差异的原因主

要为：①除母公司中捷精工外，其他公司与威巴克集团未发生实际返利情形；其中灏昕汽车未返利原因为2017年、2018年威巴克集团采购金额未达到返利条件，2019年、2020年双方未签署返利合同；无锡绿缘、烟台通吉未返利原因为双方未签署返利合同；。②母公司中捷精工与威巴克集团实际返利收入计算与销售额存在差异，主要系：一方面，发行人与客户实际返利收入计算系依据当年开票金额与客户协商确定；另一方面，威巴克集团部份工厂未实际执行返利政策。③报告期内，发行人与威巴克集团返利结算比例有所调整，由2017年0.3%调整至1.3%；上述因素使得返利金额变动与销售收入变动趋势存在差异。

报告期内，发行人对销售返利的支付结算方式、会计处理方式如下：

支付结算方式	会计处理方式
每个会计年度结束后，发行人与威巴克集团下属各工厂以该会计年度开票金额为准，经友好协商确认返利基数及返利金额，返利通过商业折扣方式执行。	公司各期根据客户的销售情况予以计提，在实际支付返利时冲销相应计提。

综上所述，发行人对威巴克集团销售返利计算准确，返利金额变动与销售收入变动趋势存在差异具有合理性；报告期内，发行人对销售返利支付结算、会计处理方式合理。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

- 1、获取发行人与客户签署的返利合同，查阅合同中关于返利条款的约定；
- 2、对发行人销售负责人进行访谈，了解发行人返利政策，及返利情况；
- 3、获取发行人客户的返利金额、销售收入等数据，分析返利计算的准确性；
- 4、查阅可比公司返利支付结算方式及会计处理方式。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人对威巴克集团销售返利计算准确，返利金额变动与销售收入变动趋势存在差异具有合理性；报告期内，发行人对销售返利支付结算、会计处理方式合理。

问题 3：关于对长城汽车集团销售预计

根据第二轮问询回复：

(1) 报告期内，发行人向长城汽车集团销售收入分别为 2,442.64 万元、1,684.93 万元、1,106.93 万元，逐年下降，主要原因系发行人产品配套长城集团哈佛 H2 车型自 2017 年以来市场销量持续下降。

(2) 发行人预计与长城汽车集团合作在 2021 年批量生产的产品型号数量 38 款，其中 33 款产品为冲压零部件产品，预计 2021 年可实现销量 320 万件左右，增加销售收入 4,500 万元左右；压铸零部件产品 5 款，预计 2021 年可实现销量 43 万件，增加销售收入 640 万元左右，故预计发行人向长城汽车集团 2021 年的销售收入有所增长。

请发行人说明发行人与长城汽车定点合作项目的明细情况、具体进展、配套终端车型、所处生命周期、产量爬坡计算依据等，并结合上述情况详细说明对长城汽车未来销售收入有所增长的预计是否真实准确，是否有预测依据来源，是否存在误导性陈述。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 发行人与长城汽车定点合作项目的明细情况、具体进展、配套终端车型、所处生命周期、产量爬坡计算依据等。

报告期内，发行人与长城汽车集团合作关系稳定，研发合作关系不断加强。截至 2020 年末，发行人与长城汽车集团已定点合作项目的具体情况如下：

单位：万元

序号	产品名称	产品类型	定点时间	项目进展 (2020 年末)	配套终端 车型	所处生 命周期	2021 年预测 实现收入
1	2911102XGW02A	冲压	2020 年 3 月	2020 年 11 月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	307.25
2	2911103XGW02A	冲压	2020 年 3 月	2020 年 11 月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	307.25
3	2911104XGW02A	冲压	2020 年 3 月	2020 年 11 月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	124.50
4	2911105XGW02A	冲压	2020 年 3 月	2020 年 11 月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	124.50

序号	产品名称	产品类型	定点时间	项目进展 (2020年末)	配套终端 车型	所处生 命周期	2021年预测 实现收入
5	2911113XGW02A	冲压	2020年3月	2020年11月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	16.64
6	2914129AGW01A	冲压	2019年12月	未量产	哈佛H6	即将 量产	280.70
7	2914131XGW01A	冲压	2019年12月	未量产	哈佛H6	即将 量产	280.70
8	2911114XGW02A	冲压	2020年3月	2020年11月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	16.64
9	8400102XGW02A	冲压	2020年3月	2020年11月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	18.84
10	8400103XGW02A	冲压	2020年3月	2020年11月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	18.84
11	3565102XGW02A	冲压	2020年3月	2020年11月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	24.49
12	3565103XGW02A	冲压	2020年3月	2020年11月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	24.49
13	2911114XKR02A	冲压	2020年3月	2020年11月启动 量产	欧拉好猫	量产 初期	3.77
14	2904500XGW02A	冲压	2020年3月	未量产, 2021年 3月份量产	欧拉好猫	即将 量产	248.06
15	2904501XGW02A	冲压	2020年3月	未量产, 2021年 3月份量产	欧拉好猫	即将 量产	248.06
16	2914108XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	157.18
17	2914109XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	157.18
18	2914121XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	174.27
19	2914122XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	174.27
20	2914175XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	81.14
21	2914176XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	81.14
22	2914177XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	53.55
23	2914178XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	53.55
24	2914187XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	5.41
25	2914188XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	5.41
26	2914189XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	4.79
27	2914191XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	4.95
28	2914190XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY	即将 量产	21.62

序号	产品名称	产品类型	定点时间	项目进展 (2020年末)	配套终端 车型	所处生 命周期	2021年预测 实现收入
29	2801724XKM01A	冲压	2020年5月	2020年11月启动 量产	WEY 坦克 300	量产 初期	813.02
30	2801723XKM01A	冲压	2020年5月	2020年11月启动 量产	WEY 坦克 300	量产 初期	92.01
31	2801692XPW01A	冲压	2020年5月	2020年11月启动 量产	WEY 坦克 300	量产 初期	173.56
32	2914102XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY vv5	即将 量产	249.39
33	2914104XGW02A	冲压	2020年5月	未量产, 2021年 3月份量产	WEY vv5	即将 量产	207.83
34	AQAA000209	压铸	2020.05	2021年上半年	DAEA	量产 初期	49.28
35	1001811EGW01A	压铸	2019.12	2020年8月启动 量产	哈佛 H6	量产 初期	422.120
36	2150710XNW01A	压铸	2020.03	2020年8月启动 量产	哈佛 H6	量产 初期	140.83
37	1001620AGW02A	压铸	2020.04	2020年8月启动 量产	WEY vv5	量产 初期	31.00

发行人往往与客户在产品定点阶段即初步确定产品量产情况,包括开始量产时间、量产生命周期、量产结束时间,以及产品量产平稳期的需求量。发行人在进行产品爬坡计算时,主要依据产品量产周期、客户的订单及预测计划。

(二)结合上述情况详细说明对长城汽车未来销售收入有所增长的预计是否真实准确,是否有预测依据来源,是否存在误导性陈述

报告期内,发行人与长城汽车集团合作关系稳定,产品质量及供货能力受到客户认可,自2019年以来,双方加强项目合作开发,2020年项目合作定点增加。发行人与长城汽车集团合作项目具体涉及2021年收入预测涉及的哈佛H6、WEY等车型为长城汽车的主流车型,相关预测主要依据发行人根据车型量产周期、客户的订单及预测来测算未来销量;欧拉好猫为长城集团欧拉系列的新款车型,2020年底已启动量产,发行人主要根据月度订单情况及客户预测来测算2021年销量。

发行人与长城汽车集团合作不断加强、定点产品增加,发行人根据客户订单及预测订单、产品周期等进行收入预测具有合理性,预测依据来源真实准确,不存在误导性陈述。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、获取发行人与长城汽车集团定点合作项目的明细资料，访谈销售部门人员，核查相关产品具体进展、配套终端车型、所处生命周期、收入预测涉及的量产爬坡计算依据；

2、获取发行人关于长城汽车集团的收入预测明细，结合前述程序，核查销售收入未来预测金额的依据来源、真实性、准确性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人根据产品量产周期、客户的订单及预测计划，测算 2021 年向长城汽车集团的销售数量及收入情况具有合理性；同时销售收入增长符合目前与长城汽车集团合作加强、定点产品增加的趋势。发行人对长城汽车未来销售收入有所增长的预计有预测依据来源，真实准确，不存在误导性陈述。

问题 4：关于产品结构

根据第二轮问询回复：

（1）报告期内，发行人冲压零部件产品结构中重量较小的产品销售占比持续上升，同时压铸零部件产品结构中重量较大的产品销售占比持续上升，发行人各类产品单重结构变化存在不一致的情形。

（2）发行人披露了各类产品各年销售前十大产品单价波动情况，但未披露上述产品或项目销售金额及占比情况。

请发行人：

（1）结合各类零部件的用途、技术含量、发展趋势、行业标准等说明各产品单重结构变化不一致的原因。

（2）披露各类零部件各期主要产品或项目的收入金额及占该类零部件当期的收入比重，结合占比情况分析其单价波动的分析是否具备代表性。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。

一、发行人回复：

（一）结合各类零部件的用途、技术含量、发展趋势、行业标准等说明各产品单重结构变化不一致的原因。

冲压零部件产品。报告期内，发行人冲压零部件产品结构中重量较小的产品销售占比持续上升，从产品功能分类看，主要因为报告期内单重较大的支架类产品销售占比下降、单重较小的减震衬套销售占比上升所致。其中，发行人支架类产品销售占比下降的重要因素之一系部分产品轻量结构性改进或替代，从技术角度考虑，结构性改进后产品技术含量相对高于改进前产品，但均能够满足行业标准。报告期内，汽车冲压零部件产品的行业标准未发生明显变化。发行人长期从事冲压零部件的研发和生产，技术开发能力能够充分满足多种冲压零部件产品技术发展要求及行业标准。

压铸零部件产品。报告期内，发行人压铸零部件产品结构中重量较大的产品销售占比持续上升，从产品功能分类看，主要因为报告期内单重较大的衬套产品销售占比上升、单重较小的吊耳产品销售占比下降所致。由于发行人压铸零部件

业务发展相对较晚，前期承接项目多为吊耳类型号较小的产品；通过不断进行研发投入且生产工艺逐步成熟，发行人承接产品结构中较大型号产品占比逐步提升。上述两类产品从技术含量来看，压铸成型中衬套类产品的压铸难度高于吊耳产品。报告期内，汽车压铸零部件产品的行业标准未发生明显变化。目前发行人压铸零部件技术开发能力能够充分满足多种冲压零部件产品技术发展要求及行业标准。

注塑零部件产品。报告期内，发行人注塑零部件产品结构中重量较小的产品销售占比持续上升。发行人注塑零部件分橡胶件和塑料件两种，其中橡胶件产品的重量和价格较高，报告期各期发行人销售均价较高的橡胶件的销售占比分别为70.24%、64.76%、**53.77%**。从技术含量角度看，上述两类产品不存在显著差异。报告期内，汽车注塑零部件产品的行业标准未发生明显变化。经过长期发展和积累，发行人注塑技术及工艺能够满足不同注塑产品的技术发展要求及行业标准。

金工零部件产品。发行人2019年、2020年，发行人金工零部件产品中重量较小的产品销售占比持续上升，主要系自2018年收购烟台通吉后，发行人产品结构中铝挤出产品的销售占比不断提升所致，2018年、2019年、2020年，发行人金工产品中铝挤出产品的占比分别为9.23%、29.80%、**51.36%**。报告期内，汽车金工零部件产品的行业标准未发生明显变化。经过长期发展和积累，发行人原金工零部件技术相对成熟，报告期内通过收购烟台通吉业务，发行人增加铝挤出生产工艺及技术，截至目前发行人上述工艺通过整合已经相对成熟，能够满足技术发展要求及行业标准。

(二)披露各类零部件各期主要产品或项目的收入金额及占该类零部件当期的收入比重，结合占比情况分析其单价波动的分析是否具备代表性。

1、披露各类零部件各期主要产品或项目的收入金额及占该类零部件当期的收入比重

(1) 冲压零部件前十大产品收入金额及占比情况

单位：万元

2020年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	总成 762.135.151.674	2,045.63	8.71%
2	冲压 782.133.148.053	719.31	3.06%

3	总成 2904140XKZ1DA	697.15	2.97%
4	总成 2904130XKZ1DA	697.02	2.97%
5	总成 17.0610702A	674.67	2.87%
6	冲压 17.1721710A	627.39	2.67%
7	冲压 RZ40000306	461.28	1.96%
8	总成 RT1EOK-16	334.45	1.42%
9	总成 RCT1263306A	288.91	1.23%
10	冲压 732.212.153.330	287.20	1.22%
合计		6,833.00	29.08%
2019 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	总成 762.135.151.674	1,971.65	7.15%
2	总成 17.0610702A	1,078.84	3.91%
3	冲压 782.133.148.053	752.24	2.73%
4	冲压 17.1721710A	726.97	2.64%
5	冲压 RZ40000306	711.15	2.58%
6	总成 2904140XKZ1DA	634.91	2.30%
7	总成 2904130XKZ1DA	634.31	2.30%
8	总成 Z31368510	503.98	1.83%
9	总成 Z31368610	346.23	1.26%
10	总成 RT1E-16	323.03	1.17%
合计		7,683.31	27.85%
2018 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	总成 17.0610702A	1,592.16	5.25%
2	总成 2904140XKZ1DA	882.75	2.91%
3	总成 2904130XKZ1DA	882.20	2.91%
4	总成 RZ8825124	794.12	2.62%
5	冲压 RZ40000306	793.34	2.62%
6	总成 RZ8827306	793.19	2.62%
7	总成 782.382.150.222	616.03	2.03%
8	总成 762.135.151.674	595.38	1.96%
9	冲压 782.133.148.053	541.04	1.78%
10	冲压 712.116.139.879-02	397.97	1.31%

合计	7,888.19	26.02%
----	----------	--------

(2) 压铸零部件前十大产品收入金额及占比情况

单位：万元

2020 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	ZY00019	1,620.30	12.04%
2	ZY00256	704.60	5.23%
3	ZY00257	635.68	4.72%
4	ZY00070	557.83	4.14%
5	ZY00083	534.61	3.97%
6	ZY00072	492.99	3.66%
7	ZY00161	492.38	3.66%
8	ZY00028	415.75	3.09%
9	ZY00178	378.03	2.81%
10	ZY00169	356.73	2.65%
合计		6,188.90	45.98%
2019 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	ZY00019	1,826.60	14.43%
2	ZY00070	704.17	5.56%
3	ZY00076	651.55	5.15%
4	ZY00161	595.67	4.71%
5	ZY00072	487.05	3.85%
6	ZY00083	480.54	3.80%
7	ZY00074	450.41	3.56%
8	ZY00040	372.96	2.95%
9	ZY00082	340.62	2.69%
10	ZY00028	313.53	2.48%
合计		6,223.08	49.16%
2018 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	ZY00019	2,111.10	22.40%
2	ZY00070	802.97	8.52%

3	ZY00074	551.79	5.86%
4	ZY00072	461.54	4.90%
5	ZY00076	323.84	3.44%
6	ZY00040	315.58	3.35%
7	ZY00055	253.69	2.69%
8	ZY00020	246.46	2.62%
9	ZY00052	237.41	2.52%
10	ZY00058	235.19	2.50%
合计		5,539.57	58.79%

(3) 注塑零部件前十大产品收入金额及占比情况

单位：万元

2020 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	ZX00045	402.01	15.52%
2	ZS00004	184.05	7.11%
3	ZS00010	128.05	4.94%
4	ZS00065	119.50	4.61%
5	ZS00066	120.31	4.65%
6	ZS00003	97.70	3.77%
7	ZX00078	82.23	3.18%
8	ZS00008	76.28	2.95%
9	ZS00029	71.61	2.77%
10	ZS00001	67.57	2.61%
合计		1,349.30	52.11%
2019 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	ZX00045	427.23	12.47%
2	ZX00001	339.60	9.91%
3	ZS00004	213.72	6.24%
4	ZS00010	134.06	3.91%
5	ZX00078	126.07	3.68%
6	ZX00037/ZX00038	112.68	3.29%
7	ZX00066	106.21	3.10%

8	ZS00003	105.89	3.09%
9	ZX00076	91.83	2.68%
10	ZS00029	87.29	2.55%
合计		1,744.59	50.92%
2018 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	ZX00066	240.87	6.98%
2	ZX00045	191.02	5.54%
3	ZS00004	179.20	5.19%
4	ZX00076	172.55	5.00%
5	ZX00001	171.98	4.99%
6	ZX00078	147.01	4.26%
7	ZS00010	141.46	4.10%
8	ZS00003	119.33	3.46%
9	ZX00037/ZX00038	81.77	2.37%
10	ZX00065	80.85	2.34%
合计		1,526.04	44.23%

(4) 金工零部件前十大产品收入金额及占比情况

单位：万元

2020 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	冲压 IC10B302200	347.16	5.06%
2	机加 CM01B098041	290.72	4.24%
3	D062601B	206.67	3.01%
4	机加 CM01B097591	198.48	2.89%
5	机加 R725Q19201	176.97	2.58%
6	机加 OC03B098030	163.06	2.38%
7	机加 8W0.399.292B	161.51	2.36%
8	RCB0237200A	161.15	2.35%
9	RCB0105210A	148.32	2.16%
10	RCB0253200A	145.02	2.11%
合计		1,999.06	29.15%

2019 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	机加 782.211.138.646	261.10	4.94%
2	机加 8WO.399.292B	247.56	4.68%
3	冲压 IC10B302200	233.58	4.41%
4	机加 R725Q19201	215.21	4.07%
5	机加 CM01B098041	210.14	3.97%
6	机加 725-1155	200.59	3.79%
7	机加 CM01B097591	160.22	3.03%
8	RCB0137224B	156.00	2.95%
9	机加 12740-4	154.48	2.92%
10	机加 OC03B098030	150.63	2.85%
合计		1,989.51	37.60%
2018 年度			
序号	零部件名称	销售金额	销售占比
1	机加 782.211.138.646	702.02	15.38%
2	机加 8WO.399.292B	358.63	7.86%
3	机加 725-1155	288.82	6.33%
4	机加 12740-4	196.93	4.31%
5	机加 R725Q19201	184.28	4.04%
6	冲压 IC10B302200	164.75	3.61%
7	机加 R725115609	160.25	3.51%
8	机加 52010511	137.62	3.01%
9	机加 RZ8203100	131.47	2.88%
10	机加 782.125.143.254	124.38	2.72%
合计		2,449.14	53.65%

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人的销售情况和主要客户”之“(二)公司各主要产品的产量、销量和产销率情况”之“3、各类零部件各期主要产品或项目的收入金额及占该类零部件当期的收入比重”中补充披露。

2、结合占比情况分析其单价波动的分析是否具备代表性

报告期内，发行人冲压零部件产品细分产品类型相对较多，前十大产品占比

为 26%-30%；压铸零部件、注塑零部件、金工零部件前十大产品占比 50%左右及以上，上述产品单价波动分析具有代表性。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、查阅汽车行业报告、访谈发行人销售部门及技术部门人员，结合发行人产品单重变化，核查发行人各类零部件产品在用途、技术含量、发展趋势、行业标准等方面的差异及对产品结构变动的的影响；

2、获取发行人各类零部件产品销售收入明细，核查主要产品销售的销售收入及占比。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人冲压零部件产品中单重较高产品占比下降的原因之一为部分产品因轻量化结构性改进或替代，技术含量有所提升；压铸零部件产品中单重较高产品占比提升系发行人工艺成熟度提升、承接技术含量相对较高较大型号产品增加所致；注塑零部件及金工零部件产品技术要求及行业标准未发生明显变动。

2、发行人各类零部件前十大产品的销售收入占比均超过 25%，其单价波动能够一定程度代表产品价格波动，但发行人产品种类众多，不同产品的价格波动因具体经营情况存在一定差异。

问题 5：关于注塑零部件

根据第二轮问询回复：

(1) 报告期内，发行人注塑零部件业务中单价较高的橡胶件销量占比持续下降，塑料件销量占比持续上升。

(2) 2020 年 1-6 月，发行人塑料件与橡胶件产品中单位产品塑料粒子耗用量与橡胶耗用量分别大幅下降 30.2%、44.64%。

(3) 2020 年 1-6 月，发行人对主要客户之一天纳克销售的橡胶件销售均价与销量占比出现重大变化。

请发行人：

(1) 结合注塑零部件具体客户、具体项目分析并披露橡胶件、塑料件销量占比持续变动的的原因，是否存在并保持高单价客户及产品销售下滑、低单价客户及产品占比上升的趋势。

(2) 结合具体客户、具体项目说明 2020 年 1-6 月发行人塑料件、橡胶件产品种类、单重、单价、销售是否存在重大变化。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 结合注塑零部件具体客户、具体项目分析并披露橡胶件、塑料件销量占比持续变动的的原因，是否存在并保持高单价客户及产品销售下滑、低单价客户及产品占比上升的趋势

1、结合注塑零部件具体客户、具体项目分析并披露橡胶件、塑料件销量占比持续变动的的原因

报告期内，发行人注塑件产品中橡胶件和塑料件销量变动情况如下：

单位：万件

细分品类	2020 年		2019 年		2018 年	
	销售数量	销量占比	销售数量	销量占比	销售数量	销量占比
橡胶件	1,933.33	52.75%	2,864.21	63.17%	2,930.78	66.91%

细分品类	2020年		2019年		2018年	
	销售数量	销量占比	销售数量	销量占比	销售数量	销量占比
塑料件	1,731.58	47.25%	1,670.34	36.84%	1,449.52	33.09%
合计	3,664.91	100.00%	4,534.55	100.00%	4,380.30	100.00%

报告期内，发行人橡胶件产品销售数量相对稳定，塑料件产品销售数量不断提高，使得塑料件销量占比不断提高，橡胶件销量占比有所下降。其中塑料件产品销量不断增长主要受天纳克塑料件业务逐步起量所致。

报告期内，塑料件主要客户销售情况影响如下：

单位：万件

主要客户	2020年		2019年		2018年	
	销售数量	销量占比	销售数量	销量占比	销售数量	销量占比
天纳克	1,286.96	74.32%	1,416.92	84.83%	1,299.76	89.67%
富来思特（无锡）汽车零部件有限公司	230.40	13.31%	96.25	5.76%	42.47	2.93%
井上华翔集团	180.92	10.45%	102.42	6.13%	31.14	2.15%
其他客户	33.30	1.92%	54.75	3.28%	76.15	5.25%
小计	1,731.58	100.00%	1,670.34	100.00%	1,449.52	100.00%

报告期内，天纳克塑料件逐步起量的主要项目情况如下：

单位：万件

主要项目	2020年	2019年	2018年	变动原因
ZS00004	446.4	518.40	486.20	该产品被天纳克开发用于通用旗下D2XX/9BXX等多平台项目，需求量较大
ZS00029	123.46	139.01	45.30	适用于通用旗下T1XX平台项目，处于量产爬坡期
ZS00001	130.23	114.24	26.02	适用于通用旗下C1XX/D2XX平台项目，处于量产爬坡期
ZS00008	105.69	104.59	100.29	适用于奥迪旗下C8/Q5/B9等多款车型，处于量产爬坡期
ZS00067	81.53	60.27	-	适用于通用旗下T1XX平台项目，处于量产爬坡期
ZS00010	38.67	40.57	45.89	适用于通用旗下C1YX平台项目，处于量产爬坡期
ZS00014	5.18	30.28	24.60	适用于奔驰旗下MFA2平台多款车型，处于量产爬坡期

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发

行人的销售情况和主要客户”之“(二)公司各主要产品的产量、销量和产销率情况”之“4、橡胶件、塑料件销量占比持续变动的的原因”中补充披露。

2、是否存在并保持高单价客户及产品销售下滑、低单价客户及产品占比上升的趋势

报告期内，发行人注塑件主要客户的销售情况如下：

单位：元/件，万件

客户	细分品类	2020年		2019年		2018年	
		均价	销量	均价	销量	均价	销量
天纳克	橡胶件	6.56	58.11	1.98	535.20	2.49	575.11
	塑料件	0.64	1,286.96	0.63	1,416.92	0.59	1,299.76
	小计	0.89	1,345.07	1.00	1,952.12	1.17	1,874.87
宁波爱立德汽车零部件有限公司	橡胶件	1.37	358.20	0.79	909.10	0.58	781.97
宁波福尔达智能科技有限公司	橡胶件	0.25	928.06	0.25	905.11	0.24	842.40
井上华翔集团	橡胶件	0.30	134.63	0.28	152.47	0.37	208.46
	塑料件	1.75	180.92	1.96	102.42	3.13	31.14
	小计	1.13	315.56	0.95	254.89	0.73	239.60
富来思特（无锡）汽车零部件有限公司	橡胶件	0.50	230.40	0.57	83.97	0.70	37.48
	塑料件	0.06	202.51	0.07	96.25	0.08	42.47
	小计	0.27	432.91	0.30	180.21	0.37	79.95

由上表可知，由于整体销售均价受各期项目承接及量产周期变动影响，从短期来看，报告期内部分产品爬坡期放量增长导致销售均价及结构有所波动，主要是富来思特（无锡）汽车零部件有限公司低价塑料盖帽产品、宁波福尔达智能科技有限公司低价空调出风口阻尼块产品。

从长期来看，发行人注塑工艺相对成熟，有能力开拓、承接单价较高的产品，持续价格下降下滑风险较低。报告期内，发行人新定点项目情况具体如下：

客户名称	目前合作进度	预计单价 (元/件)	产品 数量 (个)	预计年销售量 (万件)	预计收入 (万元)
康迪泰克集团	已定点并交样	1.70	3	577.00	980.90

客户名称	目前合作进度	预计单价 (元/件)	产品 数量 (个)	预计年销售量 (万件)	预计收入 (万元)
宁波爱立德汽车部件有限公司	已定点并交样	1.41	15	317.50	447.68
富来思特(无锡)汽车零部件有限公司	PPAP 认可	0.41	1	100.00	41.00
上海三立汇众汽车零部件有限公司	部分产品已批量交付	4.77	3	57.51	274.32
宁波井上华翔汽车零部件有限公司	已定点并交样	0.82	4	21.60	17.71
宁波福尔达智能科技有限公司	已定点并交样	0.24	2	21.25	5.10

根据发行人与主要客户注塑零部件定点开发情况来看,发行人与主要客户康迪泰克集团、宁波爱立德汽车部件有限公司等定点产品销售单价较高、且预计销售收入较高;随着与该等客户产品开发推进及销售逐步实现,发行人注塑零部件产品单位价格不存在持续下降情形。因此,整体上看,发行人不存在保持高单价客户及产品销售下滑、低单价客户及产品占比上升趋势。

(二) 结合具体客户、具体项目说明 2020 年 1-6 月发行人塑料件、橡胶件产品种类、单重、单价、销售是否存在重大变化

2020 年,发行人塑料件、橡胶件较 2019 年变化情况分析如下:

1、塑料件

2020 年,发行人塑料件主要客户销售情况具体如下:

单位: g/件、元/件、万件

主要客户	单重		均价		销量		销量占比	
	2020 年	2019 年	2020 年	2019 年	2020 年	2019 年	2020 年	2019 年
天纳克	16.46	15.79	0.64	0.63	1,286.96	1,416.92	74.32%	84.83%
井上华翔集团	34.62	36.85	1.75	1.96	180.92	102.42	10.45%	6.13%
富来思特(无锡)汽车零部件有限公司	2.01	2.51	0.06	0.07	230.40	96.25	13.31%	5.76%
塑料件整体情况	16.68	16.66	0.69	0.72	1,731.58	1,670.34	100.00%	100.00%

从上表可知,2020 年,发行人塑料件单重、单价及销售等不存在重大变化。

2、橡胶件

2020年,发行人注塑件主要客户中涉及到橡胶件的客户销售变动情况如下:

单位: g/件、元/件、万件

主要客户	单重		均价		销量		销量占比	
	2020年	2019年	2020年	2019年	2020年	2019年	2020年	2019年
天纳克	250.28	74.91	6.56	1.98	58.11	535.20	3.01%	18.69%
宁波爱立德汽车部件有限公司	12.67	7.83	1.37	0.79	358.20	909.10	18.53%	31.74%
宁波福尔达智能科技有限公司	0.86	0.84	0.25	0.25	202.51	905.11	48.00%	31.60%
井上华翔集团	2.36	1.86	0.30	0.28	134.63	152.47	6.96%	5.32%
富来思特(无锡)汽车零部件有限公司	7.94	8.72	0.50	0.57	202.51	83.97	10.47%	2.93%
橡胶件整体情况	12.36	18.75	0.72	0.77	1,933.33	2,864.21	100.00%	100.00%

从上表可知,除天纳克存在较大变化外,其他橡胶件主要客户不存在明显变化。其中天纳克橡胶件产品单重、均价明显提高、销量明显下降,主要系当期单重、价格相对较低的缓冲垫块产品(项目名称 ZX00001)进入 EOP 阶段,该款产品单重为 24.40g/件、售价 0.87 元/件左右、销量从 2019 年的 389.06 万件减少至 2020 年的 3.84 万件、对应的销量占比从 2019 年的 72.69%降低至 6.61%,进而导致天纳克 2020 年单重、均价、销量发生较大变动。

二、保荐机构和申报会计师核查情况:

(一) 核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查:

- 1、查阅销售台账,询问销售部负责人,了解橡胶件、塑料件销量变动的原因;
- 2、获取注塑件主要客户销售情况和注塑件新增需求情况,分析未来注塑件产品价格下降趋势的持续性;
- 3、获取注塑件主要客户销售情况,分析产品种类、单重、单价、销售的变

动情况及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人橡胶件、塑料件销量占比持续变动具有合理原因；发行人注塑件价格持续下降风险较低；

2、除天纳克橡胶件产品存在较大变化外，其余橡胶件主要客户和塑料件主要客户均不存在较大变化；天纳克橡胶件产品变化的原因具有合理性。

问题 6：关于冲压零部件

根据第二轮问询回复：

(1) 报告期内发行人冲压零部件产品销量持续下降，其中对主要客户威巴克集团的销售持续大幅下降，主要由于发行人通过威巴克配套终端的福特、别克品牌整车销量持续下滑、菲亚特品牌退出中国等导致。

(2) 报告期各期，发行人向威巴克集团销售冲压零部件均价分别为 4.70 元/件、5.09 元/件、5.78 元/件、5.30 元/件，主要系发行人向威巴克集团销售产品中对应终端品牌大众、雪佛兰的单价较高的悬置、支架类产品占比提升所致。

(3) 报告期内发行人冲压零部件主要细分产品如总成 2904140XKZ1DA、总成 2904130XKZ1DA、总成 RZ8825124 等产品单价持续大幅下降。

请发行人：

(1) 结合报告期内发行人通过威巴克集团销售冲压零部件配套的具体终端厂商及车型的产量、销量变化情况、对应产品销售种类、数量及金额变化等，说明向威巴克销售冲压零部件数量持续下降的原因，发行人是否具备明确的应对措施，销量未来是否存在进一步下降的风险。

(2) 说明冲压零部件的主要项目各期销售金额及占比，报告期内发行人为各项目供应的主要产品、单重、价格变化，并逐一说明包括且不限于总成 17.0610702A、总成 2904140XKZ1DA、总成 2904130XKZ1DA、总成 RZ8825124 等项目产品单价持续下降的原因。

(3) 结合具体终端厂商、车型及项目说明冲压零部件中支架类产品销量、销售金额、单价持续下降的原因。

(4) 说明报告期内冲压零部件单位产品消耗钢材、铝材的用量变化情况、原因，以及对单位材料成本的影响分析；同时说明冲压零部件单位直接人工成本、单位制造费用变化对产品毛利率的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一)结合报告期内发行人通过威巴克集团销售冲压零部件配套的具体终端厂商及车型的产量、销量变化情况、对应产品销售种类、数量及金额变化等，说明向威巴克销售冲压零部件数量持续下降的原因，发行人是否具备明确的应对措施，销量未来是否存在进一步下降的风险。

1、结合报告期内发行人通过威巴克集团销售冲压零部件配套的具体终端厂商及车型的产量、销量变化情况、对应产品销售种类、数量及金额变化等，说明向威巴克销售冲压零部件数量持续下降的原因

报告期内，发行人向威巴克销售冲压零部件产品数量分别为 1,644.93 万件、1,140.52 万件、**915.86** 万件，呈现逐年下降趋势。报告期内，通过威巴克集团销售冲压零部件包括支架类、悬置、衬套等，下游配套的主要终端厂商及车型销量、发行人对应产品销售数量及金额变化情况如下：

单位：万件，万元

序号	终端整车品牌	发行人通过威巴克集团向终端整车品牌的销售数量及金额						车型销售量变动率	
		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2020 年度	2019 年度
		数量	金额	数量	金额	数量	金额		
1	福特	186.47	1,393.96	179.32	1,550.05	336.38	1,730.29	10.58%	-54.52%
2	雪佛兰	42.69	214.92	174.44	1,279.57	120.28	407.84	-36.72%	11.93%
3	别克	124.95	718.13	196.93	1,079.80	222.43	1,135.33	6.95%	-13.19%
4	日产	263.72	1,086.82	225.72	1,031.33	208.60	912.04	24.21%	-1.05%
5	大众	94.74	555.01	132.54	972.27	325.87	2,722.09	-16.86%	0.56%
6	标致	23.48	99.88	44.20	203.17	70.36	359.54	-51.61%	-42.26%
7	捷豹路虎	2.33	15.55	19.84	133.29	33.76	230.37	23.40%	-19.40%
8	奥迪	62.42	130.05	61.83	112.09	81.73	124.23	5.77%	10.58%
9	现代	81.98	148.34	59.13	108.74	74.89	134.78	-24.94%	3.67%
10	菲亚特	11.28	40.11	17.43	63.03	134.28	576.57	-	-83.33%

数据来源：搜狐汽车、达示数据

报告期内，发行人向威巴克集团销售冲压零部件产品数量持续下降主要系下游车型销量波动及产品量产周期下行等因素导致。其中，2019 年相比 2018 年销售数量下降，主要系发行人通过威巴克集团销售的终端品牌福特销量下降、菲亚

特品牌退出中国等车型销量波动，以及配套大众销售的冲压 RZ8018170、总成 RZ8825124、总成 RZ8827306 等产品量产周期下行所致；2020 年相比 2019 年销售数量下降，主要系发行人通过威巴克集团销售终端的雪佛兰配套总成 Z31368510、总成 Z31368610、RZ20017301 产品临近 EOP 所致。

2、发行人是否具备明确的应对措施，销量未来是否存在进一步下降的风险

针对向威巴克集团销售数量持续下降，发行人将基于与威巴克集团的长期稳定合作关系，不断拓展新产品的开发合作。威巴克（Vibracoustic）是全球领先的汽车 NVH 减震产品制造商，业务范围覆盖超过 19 个国家，其集团为世界百强零部件供应商。发行人自 1998 年成立即开始与威巴克集团开展业务合作，业务关系已经稳定发展 20 余年。长期的合作使得双方形成了稳定的供货及良好的沟通机制。发行人将与威巴克集团持续在新产品方面保持良好沟通，且积极参与威巴克集团新产品开发与合作，提升对该客户的业务增长。

报告期内，发行人通过威巴克集团销售的终端品牌销量下降的原因中福特汽车、别克汽车等品牌车型的销量下降是重要因素，但上述车型为相对成熟车型，2020 年销量已经有所回升。2020 年度，福特汽车、别克汽车等车型的年度销量同比增长均超过 6%。报告期内，发行人积极与威巴克集团沟通合作机会，报告期内新定点项目 57 个，产品陆续量产能够带来新的增长点，另外公司目前正在积极与威巴克集团对接新项目，参与如通用集团等多个新品的报价及合作沟通。未来新产品的合作有望减缓或者扭转发行人向该客户销量持续下降的趋势，但不排除发行人与威巴克集团相关新产品开发失利及进度缓慢，导致发行人对该客户销量短期内进一步下降。

（二）说明冲压零部件的主要项目各期销售金额及占比，报告期内发行人为各项目供应的主要产品、单重、价格变化，并逐一说明包括且不限于总成 17.0610702A、总成 2904140XKZ1DA、总成 2904130XKZ1DA、总成 RZ8825124 等项目产品单价持续下降的原因。

1、说明冲压零部件的主要项目各期销售金额及占比

报告期内，发行人冲压零部件产品主要产品的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

序号	零部件名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售 金额	销售 占比	销售 金额	销售 占比	销售 金额	销售 占比
1	总成 762.135.151.674	2,045.63	8.71%	1,971.65	7.30%	595.38	2.01%
2	总成 17.0610702A	674.67	2.87%	1,078.84	4.00%	1,592.16	5.39%
3	冲压 782.133.148.053	719.31	3.06%	752.24	2.79%	541.04	1.83%
4	冲压 17.1721710A	627.39	2.67%	726.97	2.69%	271.53	0.92%
5	冲压 RZ40000306	461.28	1.96%	711.15	2.63%	793.34	2.68%
6	总成 2904140XKZ1DA	697.15	2.97%	634.91	2.35%	882.75	2.99%
7	总成 2904130XKZ1DA	697.02	2.97%	634.31	2.35%	882.20	2.98%
8	总成 Z31368510	14.54	0.06%	503.98	1.87%	0.00	0.00%
9	总成 Z31368610	59.59	0.25%	346.23	1.28%	0.00	0.00%
10	总成 RT1E-16	334.45	1.42%	323.03	1.20%	143.98	0.49%
11	总成 RZ8825124	3.59	0.02%	37.22	0.14%	794.12	2.69%
12	总成 RZ8827306	93.49	0.40%	315.75	1.17%	793.19	2.68%
13	总成 782.382.150.222	0.00	0.00%	0.00	0.00%	616.03	2.08%
14	冲压 712.116.139.879-02	102.59	0.44%	317.97	1.18%	397.97	1.35%
15	总成 782.382.150.221	0.00	0.00%	0.00	0.00%	113.73	0.38%
16	总成 RZ20012313	150.06	0.64%	153.89	0.57%	300.40	1.02%
17	冲压 RZ8002110	5.96	0.03%	2.55	0.01%	140.67	0.48%
合计		6,686.71	28.46%	8,510.69	31.52%	8,858.50	29.97%

2、报告期内发行人为各项目供应的主要产品、单重、价格变化

报告期内，发行人冲压零部件产品主要产品的产品单重、价格变化情况如下：

单位：克，元/件

序号	零部件名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单重	价格	单重	价格	单重	价格
1	总成 762.135.151.674	140.00	12.70	140.00	12.74	140.00	12.85
2	总成 17.0610702A	291.00	22.63	291.00	22.11	291.00	22.56
3	冲压 782.133.148.053	423.90	6.92	423.90	7.26	423.90	7.04
4	冲压 17.1721710A	451.00	6.40	451.00	6.36	451.00	6.37
5	冲压 RZ40000306	382.10	4.86	382.10	4.91	382.10	5.08
6	总成 2904140XKZ1DA	1,483.60	25.58	1,483.60	26.47	1,483.60	30.67

序号	零部件名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单重	价格	单重	价格	单重	价格
7	总成 2904130XKZ1DA	1,483.60	25.58	1,483.60	26.47	1,483.60	30.67
8	总成 Z31368510	1,088.02	18.03	1,088.02	17.58	0.00	0.00
9	总成 Z31368610	913.13	15.76	913.13	15.27	0.00	0.00
10	总成 RT1E-16	1,670.00	27.12	1,670.00	26.58	1,670.00	26.88
11	总成 RZ8825124	749.60	14.95	749.60	14.95	749.60	17.06
12	总成 RZ8827306	755.70	12.80	755.70	12.86	755.70	14.04
13	总成 782.382.150.222	0.00	-	0.00	0.00	1,219.20	28.38
14	冲压 712.116.139.879-02	375.20	4.52	375.20	4.52	375.20	4.52
15	总成 782.382.150.221	0.00	-	0.00	0.00	1,170.00	27.55
16	总成 RZ20012313	990.00	38.74	990.00	39.10	990.00	39.30
17	冲压 RZ8002110	0.00	14.48	890.00	13.79	890.00	12.38

3、逐一说明包括且不限于总成 17.0610702A、总成 2904140XKZ1DA、总成 2904130XKZ1DA、总成 RZ8825124 等项目产品单价持续下降的原因

报告期内，发行人冲压零部件中总成 17.0610702A、总成 2904140XKZ1DA、总成 2904130XKZ1DA、总成 RZ8825124 等产品价格呈现下降趋势，具体原因如下：

(1) 总成 17.0610702A 产品

报告期各期，发行人冲压零部件产品总成 17.0610702A 产品价格分别为 22.56 元/件、22.11 元/件、**22.63** 元/件，产品价格呈现下降趋势但价格波动较小，主要系发行人报告期内该产品存在少量售后件销售，导致产品价格有一定变动。

(2) 总成 2904140XKZ1DA、总成 2904130XKZ1DA 产品

报告期各期，发行人冲压零部件产品总成 2904140XKZ1DA 价格分别为 30.67 元/件、26.47 元/件、**25.58** 元/件，价格逐年下降，主要系发行人 2018 年与客户协同进行轻量化开发，通过结构调整将产品重量降低、发行人与客户商定产品价格调整所致。

发行人冲压零部件总成 2904130XKZ1DA 与总成 2904140XKZ1DA 为对称组件，产品价格及变动原因相同。

(3) 总成 RZ8825124 产品

报告期各期，发行人冲压零部件产品总成 RZ8825124 价格分别为 17.06 元/件、14.95 元/件、14.95 元/件，产品价格逐年下降主要系产品销售中出口部分的销售占比下降所致。2018 年，发行人该产品外销占比分别为 92.87%，2019 年，该产品因客户原因不再进行外销，价格相对较高的外销部分占比下降导致产品均价有所下降。

(4) 总成 RZ8827306 产品

报告期各期，发行人冲压零部件产品总成 RZ8827306 价格分别为 14.04 元/件、12.86 元/件、12.80 元/件，产品价格逐年下降主要系产品销售中出口部分的销售占比下降所致。2018 年，发行人该产品外销占比分别为 55.96%，2019 年，该产品因客户原因不再进行外销，价格相对较高的外销部分占比下降导致产品均价有所下降。

(三) 结合具体终端厂商、车型及项目说明冲压零部件中支架类产品销量、销售金额、单价持续下降的原因。

报告期内，发行人冲压零部件中支架类产品对应的销量、销售金额、单价情况如下：

单位：万件、万元、元/件

种类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
支架类	2,193.10	11,910.69	5.43	2,490.26	13,728.44	5.51	2,794.33	18,166.65	6.50

报告期内，发行人冲压零部件产品中支架类产品的主要配套终端品牌厂商的产品销售情况如下：

单位：万件、万元、元/件

种类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
大众	543.14	3,088.70	5.69	714.43	4,381.00	6.13	723.99	5,765.99	7.96
别克	271.29	1,631.87	6.02	371.42	2,191.37	5.90	393.57	2,867.18	7.29
长城	97.84	2,431.70	24.85	63.07	1,658.37	26.29	83.74	2,436.14	29.09
日产	277.55	1,137.23	4.10	229.04	1,060.62	4.63	210.77	1,226.16	5.82

种类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
福特	155.13	989.24	6.38	153.34	963.64	6.28	267.71	1,504.53	5.62

报告期内，发行人冲压零部件中支架类产品销售数量分别为 2,794.33 万件、2,490.26 万件、**2,193.10** 万件，销售金额分别为 18,166.65 万元、13,728.44 万元、**11,910.69** 万元，销售数量及金额均呈现下降趋势。其中，2019 年相比 2018 年下降，主要系发行人产品因福特汽车、长城汽车车型销量下滑导致销售数量和金额下降所致。

报告期内，发行人冲压零部件中支架类产品销售单价分别为 6.50 元/件、5.51 元/件、**5.43** 元/件，2019 年相比 2018 年价格下降主要系产品结构变动导致配套大众品牌中产品均价下降，以及配套长城汽车产品价格较高但销售占比下降等因素导致。

（四）说明报告期内冲压零部件单位产品消耗钢材、铝材的用量变化情况、原因，以及对单位材料成本的影响分析；同时说明冲压零部件单位直接人工成本、单位制造费用变化对产品毛利率的影响

1、说明报告期内冲压零部件单位产品消耗钢材、铝材的用量变化情况、原因，以及对单位材料成本的影响分析

报告期内，发行人冲压零部件单位产品消耗钢材、铝材变动情况具体如下：

（1）报告期内，发行人冲压零部件单位产品消耗钢材、铝材用量变动情况具体如下：

单位：kg/件

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	耗用量	变动率	耗用量	变动率	耗用量
钢材	0.29	-6.77%	0.32	-5.85%	0.34
铝材	0.0093	69.82%	0.0055	-30.59%	0.0079

由上表可知，2018 年至 2020 年，发行人冲压零部件单位产品钢材耗用量分别为 0.34 kg/件、0.32 kg/件、**0.29** kg/件，2018 年至 2020 年，同比分别变动 -5.85%、-6.67%；单位产品铝材耗用量分别为 0.0079kg/件、0.0055kg/件、0.0093kg/件，铝材耗用量较低并有所波动。具体分析如下：

①钢材耗用

报告期内，主要材料钢材耗用量不断下降主要系发行人冲压零部件产品中单重相对较轻、定价较低的产品类型占比不断提升，使得发行人冲压零部件产品单位钢材耗用量有所下降，具体分析如下：

报告期内，发行人冲压零部件产品结构变化情况如下：

产品单重	2020年	2019年度	2018年度
≤200g/件	66.02%	62.95%	61.74%
>200g/件	33.98%	37.05%	38.26%

报告期内，发行人冲压零部件产品单位净重具体如下：

单位：kg

产品单重	2020年	2019年度	2018年度
单位产品平均重量	0.19	0.21	0.23
变动比例（%）	-7.70	-8.22	-

注：上述单位产品平均重量系根据各完工销售产品单位净重加权计算。

由上表可知，报告期内，单重相对较低的产品占比不断提升，使得发行人冲压零部件产品钢材耗用量有所下降。

②铝材耗用

报告期内，发行人铝材单位耗用变动主要系铝冲压零部件产品销量变动影响所致。报告期内，发行人铝冲压零部件产品情况具体如下：

单位：万件、kg/件

项目	2020年		2019年		2018年	
	销售数量	耗用量	销售数量	耗用量	销售数量	耗用量
铝材	89.80	0.1169	96.26	0.1299	100.02	0.1241

报告期内，铝冲压零部件产品销售量及占比变化较大造成冲压零部件产品整体单位铝材耗用有所波动，铝冲压产品单位铝材耗用分别为0.1241 kg/件、0.1299 kg/件、0.1169 kg/件，波动相对较小。

(2) 报告期内，发行人冲压零部件单位产品消耗钢材、铝材用量变动情况对单位材料成本影响

报告期内，发行人冲压零部件产品单位材料成本变动情况具体如下：

单位：元/件

单位材料成本	2020 年	2019 年	2018 年
合计	1.83	1.99	2.09
其中：钢材	1.39	1.52	1.64
铝型材	0.18	0.10	0.13

报告期内，冲压零部件单位产品钢材成本分别为 1.64 元/件、1.52 元/件、**1.39** 元/件。受钢材单位耗用减少影响，2019 年、2020 年，冲压零部件单位产品钢材成本不断下降。

报告期内，冲压零部件单位产品铝材成本分别为 0.13 元/件、0.10 元/件、**0.18** 元/件，铝材成本相对较低并有所波动，对冲压零部件单位材料成本影响较小。

2、说明冲压零部件单位直接人工成本、单位制造费用变化对产品毛利率的影响

报告期内，发行人冲压零部件单位直接人工成本、单位制造费用变动具体如下：

单位：元/件

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位材料	1.83	1.99	2.09
单位人工	0.30	0.30	0.31
单位制费	0.87	0.81	0.81
合计	3.00	3.09	3.21

报告期内，冲压零部件产品单位直接人工成本分别为 0.31 元/件、0.30 元/件、**0.30** 元/件；单位制造费用分别为 0.81 元/件、0.81 元/件、**0.87** 元/件。报告期内，发行人冲压零部件产品单位直接人工及制造费用相对稳定。2020 年，冲压零部件单位制造费用有所上升主要系受疫情影响，当期生产规模下降所致。如前所述，报告期内，单重及价格相对较低的冲压零部件产品销量增加，单重及相对较高的冲压零部件产销量下降，发行人冲压零部件整体产销量相对稳定，在直接人工及制造费用相对固定的情况下，单位直接人工及制造费用变动较小。

报告期内，冲压零部件产销量相对稳定，由于平均价格下降，使得冲压零部件产品收入不断下降。在冲压零部件收入下降的情况下，冲压零部件产品直接人工及制造费用变动对毛利率影响具体如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
直接人工	1,869.87	2,037.61	2,143.11
制造费用	5,419.03	5,493.17	5,640.38
小计	72,88.90	7,530.78	7,783.49
占当期收入比重	31.02%	27.30%	25.68%

报告期内，发行人冲压零部件产品直接人工、制造费用整体相对固定，受产品销售收入下降因素影响，该等成本占销售收入比重提升，使得产品毛利率有所下降。**2018年至2020年**，发行人冲压零部件产品直接人工、制造费用占销售收入比重分别为25.68%、27.30%、**31.02%**。

综上所述，虽然报告期内，冲压零部件产品单位产品直接人工、制造费用相对稳定，但受冲压零部件业务收入整体下降影响，直接人工、制造费用拉低冲压零部件整体毛利率水平。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、获取报告期内发行人向威巴克集团销售冲压零部件产品的明细及对应终端车型，查询对应终端车型的产量、销量变化情况，并访谈销售部门人员，分析报告期内威巴克冲压零部件产品销售数量持续下降原因；获取发行人与威巴克定点开发产品资料，并访谈销售部门人员，分析未来该客户冲压零部件产品收入趋势及应对措施；

2、获取发行人冲压零部件项目产品销售明细，分析报告期内主要产品单价变动的原因；

3、结合发行人冲压零部件销售明细及对应终端车型，查阅行业产销数据，访谈销售部门人员，核查发行人冲压零部件中支架类产品销售变动原因；

4、获取发行人冲压零部件单位产品消耗钢材、铝材的用量数据，分析变化原因。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人向威巴克集团销售冲压零部件产品数量持续下降主要系下游车型销量波动及产品量产周期下行等因素导致；

2、报告期内，发行人冲压零部件中支架类产品销量、销售金额、单价持续下降系别克、福特等车型对应支架类产品销售下降所致。

3、虽然报告期内，冲压零部件产品单位产品直接人工、制造费用相对稳定，但受冲压零部件业务收入整体下降影响，直接人工、制造费用拉低冲压零部件整体毛利率水平。

问题 7：关于压铸零部件

根据第二轮问询回复：

(1) 报告期内，发行人压铸零部件产品平均单价分别同比增长 3.50%、4.37%、7.24%，但从前十位主要产品型号来看，产品价格保持平稳或下降。

(2) 2019 年，发行人压铸零部件产量较 2018 年增加 25.08%，同期直接人工、制造费用成本分别同比增长 8.94%、4.28%；其中，能源动力、机物料消耗、包装费用等变动成本整体随压铸零部件产品产量变动同比增长；直接人工、加工费、设备折旧模具摊销费、模具修理费等费用增长相对较小。

请发行人：

(1) 结合产品单价及结构，量化分析说明报告期各期主要压铸零部件产品单价平稳或下降，但该产品总体单价呈上升趋势的原因及合理性。

(2) 结合报告期内与发行人压铸零部件业务有关的成本、费用结构、归集方式、数据来源、人力物料消耗配比关系，逐一量化分析其成本、费用上升比例与产量增长不一致的原因及合理性；结合费用来源及构成说明压铸零部件产量大幅上升但加工费同期下降的原因及合理性，发行人其他产品或其他成本费用如存在类似情形，请一并说明。

(3) 结合数据来源、计算过程进一步说明压铸模具单位摊销较 2018 年下降 53.57% 是否真实准确。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 结合产品单价及结构，量化分析说明报告期各期主要压铸零部件产品单价平稳或下降，但该产品总体单价呈上升趋势的原因及合理性

1、压铸件主要产品销售情况

报告期内，发行人压铸件整体均价分别为 5.03 元/件、5.25 元/件和 **5.81 元/件**，主要产品单价及结构情况如下：

价格区间	2020年	2019年	2018年
3元以下	34.57%	35.06%	31.79%
3-5元	14.22%	19.91%	26.53%
5-7元	12.75%	10.85%	7.10%
7元以上	38.46%	34.19%	34.58%

由上表可知，发行人压铸件主要产品单价波动较小，但销售结构变动较大，特别是高单价产品销量占比持续提升，以单位为5元/件以上产品为例，报告期内销量占比持续上升。因此，发行人压铸件产品整体均价持续上升主要系产品结构变动所致。

2、压铸件整体均价持续上涨的合理性分析

报告期内，发行人压铸件产品整体均价持续上涨具有合理性，具体分析如下：

报告期内，发行人压铸件产品定价主要以其原材料成本为基础，综合市场竞争、毛利率等因素确定，压铸件产品种类分为衬套、支撑件和排气管吊耳，其中排气管吊耳质量较轻、支撑件和衬套产品质量较重，因此排气管吊耳的单价低于支撑件和衬套。以典型产品为例：

项目	衬套	支撑件	排气管吊耳
典型产品型号	ZY00020	ZY00257	ZY00062
典型产品图示			
产品重量	0.267kg	0.45kg	0.077kg

报告期内，发行人压铸件产品细分种类销售情况如下：

单位：元/件

细分品类	2020年		2019年		2018年	
	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比
衬套	7.39	21.51%	6.41	18.40%	5.36	16.85%
支撑件	9.35	33.67%	8.79	32.25%	8.36	33.56%
排气管吊耳	2.38	44.82%	2.50	49.35%	2.66	49.59%
合计	5.81	100.00%	5.25	100.00%	5.03	100.00%

由上表可知，发行人压铸件产品整体均价的上升主要系产品结构变动，单价较高的衬套产品销量占比提高而单价较低的排气管吊耳产品销量占比下降所致。

衬套产品销量占比提高主要系博戈衬套产品销量占比从 2018 年的 8.11% 提升至 2020 年的 14.17%，排气管吊耳产品销量占比下降主要系天纳克相关产品销量占比从 2018 年的 37.79% 减少至 2020 年的 25.14%。

综上所述，发行人压铸件产品整体均价持续上涨具有商业合理性，与发行人实际经营情况匹配。

(二) 结合报告期内与发行人压铸零部件业务有关的成本、费用结构、归集方式、数据来源、人力物料消耗配比关系，逐一量化分析其成本、费用上升比例与产量增长不一致的原因及合理性；结合费用来源及构成说明压铸零部件产量大幅上升但加工费同期下降的原因及合理性，发行人其他产品或其他成本费用如存在类似情形，请一并说明

1、结合报告期内与发行人压铸零部件业务有关的成本、费用结构、归集方式、数据来源、人力物料消耗配比关系，逐一量化分析其成本、费用上升比例与产量增长不一致的原因及合理性

2018 年、2019 年，发行人压铸零部件业务相关成本、费用构成及变动情况如下：

单位：万元

科目	成本构成	2018 年	2019 年	增长率	与产量提升幅度的比较情况
直接人工	职工薪酬及五险一金	502.24	547.13	8.94%	存在差异
制造费用	能源动力	693.50	891.38	28.53%	基本一致
	加工费	1,134.92	1,127.67	-0.64%	存在差异
	机物料消耗、包装费用	343.85	420.97	22.43%	基本一致
	间接人员职工薪酬及五险一金	355.03	376.94	6.17%	存在差异
	设备折旧	346.99	385.13	10.99%	
模具摊销费、模具修理费	446.27	304.70	-31.72%		

2019 年，发行人压铸零部件产量较 2018 年增加 25.08%，其产量提升更多通过提升人员及设备使用效率、并加强工艺管理方式实现，使得人工成本（包括直接人工、制造费用中的间接人工）、加工费、设备折旧以及模具成本（即模具摊销费、模具修理费）等成本变动与产量增长存在差异，具体分析如下：

(1) 人工成本

2018年、2019年，发行人压铸件人工成本变动情况如下：

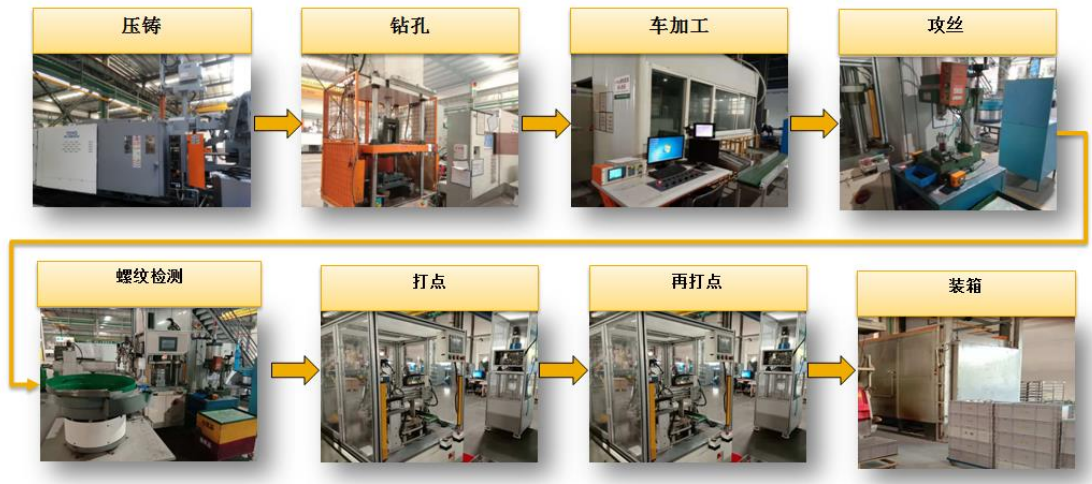
单位：万元、人、万元/人

项目	2019年	2018年
直接生产人员职工薪酬	547.13	502.24
间接生产人员职工薪酬	376.94	355.03
直接生产人员平均人数	61	63
间接生产人员平均人数	44	45
直接生产人员年均薪酬	8.97	7.97
间接生产人员年均薪酬	8.57	7.89

发行人压铸件人工成本包括直接人工和间接人工，直接人工的薪资结构主要是基本工资和加班工资，间接人工的薪资结构主要是基本工资和绩效工资，上述人员薪资结构的计算方式与产量不直接挂钩，相关人员平均薪酬增幅较小。2018年、2019年，直接生产人员工资分别为7.97万元/人、8.97万元/人，间接生产工人平均薪酬分别为7.89万元/人、8.57万元/人；此外，通过优化生产工序和产线布局，提高自动化生产水平，发行人将原压铸零部件生产流程需7人减少至5人，使得人员数量相对稳定的情况下压铸零部件产量明显提高。具体做法如下：首先，前道产线改造成机加工专线；其次，后道产线通过提前与客户沟通检测技术标准，制作符合要求的检具以减少后道产线人工检测项目。综合上述因素，发行人压铸零部件人工成本增长幅度小于产量增长幅度。

上述改善前后的对比情况如下：

改善前：



改善后:



②加工费成本

加工费成本变动与产量变动不一致的分析详见本题第 2 小问“结合费用来源及构成说明压铸零部件产量大幅上升但加工费同期下降的原因及合理性”。

③设备折旧成本

2018 年、2019 年，发行人压铸零部件生产设备情况具体如下：

设备/生产线	设备数量（台）			账面原值（万元）		
	2019 年	2018 年	增加值	2019 年	2018 年	增加值
压铸机	18	17	1	2,063.79	2,010.87	52.92
熔化炉	4	3	1	151.45	142.22	9.23
机加工设备	6	4	2	137.32	127.60	9.72
合计	28	24	4	2,352.56	2,280.69	71.87

报告期内，发行人压铸零部件生产设备增加相对较少，发行人更多增加设备开工率及开工时间提升产能利用率方式，满足压铸零部件产品产量提升需求；2018 年、2019 年，单台压铸设备开工时间分别为 4,261.98 小时/年、5,350.09 小时/年，发行人压铸零部件产能利用率分别为 87.30%、117.03%。因此，在压铸

设备利用率显著提高的情形下，发行人当期设备投入增加较少，当期设备折旧摊销增加较少。

④模具成本

模具成本变动与产量变动不一致的分析详见本题第 3 小问“结合数据来源、计算过程进一步说明压铸模具单位摊销较 2018 年下降 53.57%是否真实准确”。

综上所述，部分成本构成项目与产量增长不一致具有合理原因。

2、结合费用来源及构成说明压铸零部件产量大幅上升但加工费同期下降的原因及合理性，发行人其他产品或其他成本费用如存在类似情形，请一并说明

(1) 结合费用来源及构成说明压铸零部件产量大幅上升但加工费同期下降的原因及合理性

报告期内，发行人压铸件产品成本构成中的加工费项目为委外加工费用，来源于委外加工明细表，按当期各产品实际发生的加工费用进行归集，并以当期实际入库金额计入。2018 年、2019 年，发行人压铸件产能利用率、产量、销量的变动情况与加工费的变动趋势情况如下：

单位：万件、万元

项目	2019 年	2018 年
产能利用率	117.03%	87.30%
产量	2,513.90	2,010.19
加工费【注】	1,127.67	1,134.92

注：此处的加工费指计入制造费用科目的加工费，与采购端的外协金额存在口径差异

2018 年、2019 年压铸件产品自产数量、外协数量的比例情况如下：

项目	产量		产量占比	
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年
自产	2,062.93	1,514.71	82.06%	75.35%
外协	450.97	495.49	17.94%	24.65%
合计	2,513.90	2,010.19	100.00%	100.00%

2019 年，发行人压铸零部件加工费较 2018 年有所减少，主要系当期压铸零部件外协加工中压铸成型工序自产比例提升，外协数量减少所致。2018 年及 2019 年的外协采购加工费金额构成如下：

单位：万元

项目	2019年	2018年
机加工	361.17	349.12
压铸成型	823.87	849.90
总计	1,185.04	1,199.03

随着发行人压铸零部件产品生产工艺不断成熟、规模效应逐步显现，压铸零部件自产成本不断下降；此外，随着生产管控水平的提升，压铸零部件产品生产效率提高，从而减少部分产品的外协加工，使得当期加工费略有下降。2019年，发行人外协产量由2018年495.49万件下降至450.97万件，并使得当期压铸零部件加工费用有所下降。

2019年，发行人产量同比上涨25.08%，主要系发行人自产产量明显提高所致。一方面，发行人通过提升设备利用效率，使得当期产能利用率有所提高；2018年、2019年，发行人单台压铸设备开工时间分别为4,261.98小时/年、5,350.09小时/年，压铸零部件产能利用率分别为87.30%、117.03%；另一方面，当期设备投入有所增加。考虑到压铸设备数量，2018年、2019年，发行人压铸设备累计加工工时分别为72,453.66小时、96,301.62小时，2019年累计工时增长32.91%，同期发行人自产产量增加36.19%，设备加工与自产产量变动整体较为匹配。

综上所述，发行人压铸零部件产量大幅上升但加工费同期下降主要系当期外协加工下降所致，具有合理性。

(2) 发行人其他产品或其他成本费用如存在类似情形，请一并说明

报告期内，涉及外协加工的其他产品主要是冲压件，冲压件产量与外协金额变动趋势存在差异，具体情况如下：

单位：万件、万元

项目	2020年	2019年	2018年
产能利用率	87.08%	104.45%	125.28%
产量	6,137.28	6,741.38	6,775.88
产值	23,253.78	27,302.59	29,610.60
外协金额	1,089.55	1,337.01	1,543.18

注：产值=当期产量*当期销售均价

2018年至2020年，发行人通过购置设备、提高自动化水平等方式缓解冲压

件满负荷生产状况，产能利用率分别为 125.28%、104.45%和 87.08%，产能利用率有所降低。随着冲压件临时性产能不足情况有所缓解，发行人减少了相关委外业务，导致外协金额逐步下降而产量基本保持稳定。

除此之外，发行人不存在类似情形。

二、保荐机构和申报会计师核查情况：

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、查阅销售台账，获取压铸件主要产品销售情况，量化分析压铸件产品单价平稳或下降但该产品总体单价呈上升趋势的原因及合理性；

2、获取压铸件营业成本明细，询问人事、生产、设备等部门负责人，了解压铸件成本费用变动与产量变动不一致的原因并分析合理性；同时，询问财务部负责人了解其他产品或成本费用是否存在类似情形；

3、了解压铸模具摊销的核算方式及制造费用模具摊销费的具体构成，获取压铸零部件的产量数据，分析主要型号产品及摊销金额变动的的原因。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人报告期各期主要压铸零部件产品单价平稳或下降，但该产品总体单价呈上升趋势，具有合理原因；

2、压铸件成本费用与产量变动不一致具有合理原因；除冲压件、压铸件外，发行人其他主要产品不存在产量与加工费变动不一致情形；

3、报告期内，受模具结算、摊销核算及维修费用下降等因素影响，当期模具摊销、维修费用同比有所下降，在压铸零部件产品产值上升较多情况下，当期模具单位摊销下降较多。

4、压铸模具单位摊销较 2018 年下降 53.57%真实准确。

问题 8：关于外购产品用于销售

根据第二轮问询回复,报告期内,发行人冲压零部件产销率持续高于 100%,主要由于存在少量外购产品。另外,注塑零部件、金工零部件也存在少量产品外购情形。

请发行人:

(1) 说明报告期内外购各类零部件用于销售的情形,包括采购方、对应采购数量、种类、单价及金额。

(2) 说明发行人采购后是否再加工或直接用于出售,发行人是否将外购产品单独出售或与自制产品混同销售。

(3) 披露各类外购零部件各期的主要销售客户情况及对应产品销量、金额。

(4) 结合行业惯例及发行人与客户的协议约定等,说明外购零部件用于销售是否存在质量风险或法律纠纷。

请保荐人、申报会计师对问题(1)-(3)发表明确意见,请保荐人、发行人律师对问题(4)发表明确意见。

一、发行人回复:

(一) 说明报告期内外购各类零部件用于销售的情形,包括采购方、对应采购数量、种类、单价及金额。

报告期内,发行人向外购零部件前五大供应商采购情况如下表所示:

单位:万元,万件,元/件

2020 年				
种类	供应商	金额	采购数量	单价
冲压零部件	张家港市港捷金属制品有限公司	90.57	64.33	1.41
	张家港市东盛金属制品厂	31.96	9.80	3.26
	锡山区秋豪车辆配件厂	21.25	0.73	29.25
	无锡市乔氏五金配件厂	2.20	3.11	0.71
金工零部件	英明精密机件(苏州)有限公司	33.99	12.97	2.62
	无锡市乔氏五金配件厂	12.38	10.88	1.14
合计		192.35	101.80	-

2019年				
种类	供应商	金额	采购数量	单价
冲压零部件	无锡市乔氏五金配件厂	64.95	71.47	0.91
	张家港市港捷金属制品有限公司	55.83	52.19	1.07
	锡山区秋豪车辆配件厂	26.37	0.98	26.88
	无锡生力金属科技有限公司	19.66	7.18	2.74
注塑零部件	无锡市新超电器科技有限公司	60.77	123.4	0.49
金工零部件	无锡市乔氏五金配件厂	61.00	64.10	0.95
合计		288.58	319.32	-
2018年				
种类	供应商	金额	采购数量	单价
冲压零部件	无锡市乔氏五金配件厂	53.68	65.98	0.81
	张家港市港捷金属制品有限公司	42.07	45.60	0.92
	锡山区秋豪车辆配件厂	45.70	1.59	28.81
注塑零部件	无锡市新超电器科技有限公司	78.80	72.74	1.08
金工零部件	无锡市乔氏五金配件厂	39.82	42.93	0.93
	英明精密机件（苏州）有限公司	124.97	52.98	2.36
合计		385.05	281.80	-

由上表可知，报告期内发行人外购产品主要为冲压零部件、注塑零部件、金工零部件，上述外购产品经发行人抽检、更换包材后入库，后续根据客户实际需求进行出库销售。

报告期内，发行人存在外购产品主要系该部分零部件多为小批量、加工工序简单产品或发行人临时性产能不足，该部分产品外购有利于发行人合理安排生产计划。另一方面，报告期内，发行人外购零部件逐渐减少，主要系部分客户后续减少采购及发行人自行生产所致。

（二）说明发行人采购后是否再加工或直接用于出售，发行人是否将外购产品单独出售或与自制产品混同销售。

报告期内，发行人外购零部件不再进行加工，经抽检、更换包材后入库，后续根据客户实际需求进行出库销售，发行人不再对外购零部件进行加工。发行人存在少量外购品与自制产品混同销售情况。报告期各期，发行人外购产品中单独

出售、与自制产品混同销售情况下表所示：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
单独出售	315.58	175.34	306.11
与自制产品混同销售	223.36	246.56	358.22
合计	538.94	421.90	664.33

由上表可知，报告期内发行人自产及外购混同销售金额较小，对发行人影响较小。存在该情况主要系该部分零部件多为小批量、加工工序简单产品或临时性产能不足。

（三）披露各类外购零部件各期的主要销售客户情况及对应产品销量、金额

报告期内，发行人外购零部件前五大客户销售情况如下表所示：

单位：万元，万件

2020年				
种类	客户	金额	销售数量	外购分别占该客户销售总额的占比
冲压零部件	富卓集团	100.95	38.88	46.94%
	麦格纳集团	86.28	33.29	9.30%
	康迪泰克集团	69.13	1.98	9.34%
	长城汽车集团	48.58	6.66	1.58%
金工零部件	博戈集团	61.78	4.17	0.60%
	麦格纳集团	42.60	14.40	9.30%
合计		409.32	99.38	-
2019年				
种类	客户	金额	销售数量	外购占该客户销售总额的占比
冲压零部件	富卓集团	80.16	70.09	26.59%
	麦格纳集团	46.86	18.09	6.38%
	威巴克集团	5.27	4.85	0.05%
注塑零部件	上海通工汽车零部件有限公司	48.69	21.72	100.00%
	井上华翔集团	42.49	11.33	17.53%
金工零部件	威巴克集团	104.04	73.20	0.96%
合计		327.50	199.27	-

2018年				
种类	客户	金额	销售数量	外购占该客户销售总额的占比
冲压零部件	富卓集团	92.04	76.65	27.04%
	麦格纳集团	19.27	7.44	3.67%
	康迪泰克集团	51.65	1.51	7.42%
	威巴克集团	14.86	8.85	0.13%
注塑零部件	上海通工汽车零部件有限公司	151.89	67.97	100.00%
金工零部件	威巴克集团	61.85	49.75	0.53%
	麦格纳集团	137.62	44.64	26.19%
合计		529.18	256.80	-

注：上述销售金额为涉及外购类的产品对客户销售情况。

报告期内，发行人销售外购零部件前五大客户中威巴克集团、长城汽车集团，上述客户的基本情况详见招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人的销售情况和主要客户”之“（四）公司前五名客户情况”之“10、各类外购零部件各期的主要销售客户情况及对应产品销量、金额”。其他客户主要情况如下表所示：

集团名称	公司名称	设立时间	注册地址	注册资本 (实缴)	(5%及以上) 主要股东
富卓集团	富卓汽车零部件(无锡)有限公司	2013-06-25	无锡惠山经济开发区风电科技产业园风能路检测平台标准厂房1号和标准厂房3号	6382.5799 万元人民币 (1040 万元人民币)	嘉兴聚惠投资合伙企业(有限合伙)
井上华翔集团	郑州井上华翔汽车零部件有限公司	2017-06-27	郑州经济技术开发区第二十二大街以西、京珠东环路以东、南三环以北、经南六路以南	1000 万元人民币 (1000 万元人民币)	宁波井上华翔汽车零部件有限公司
	宁波井上华翔汽车零部件有限公司	2002-12-05	宁波市江北区长兴路525号	2613.2847 万美元 (800 万美元)	宁波华翔电子股份有限公司
					POLYFOAM ASIA AUTOMOTIVE PTE.LTD. KENJOU INVESTMENT CO.,LTD.
上海井上	2010-02-01	上海市嘉定区	12500 万元人民币	宁波井上华翔汽车零部件有限公司	

集团名称	公司名称	设立时间	注册地址	注册资本 (实缴)	(5%及以上) 主要股东
	华翔汽车零部件有限公司		恒永路 501 号 1 幢 1 层 B 区	(500 万元人民币)	件有限公司
麦格纳集团	卡斯马汽车系统(上海)有限公司长春分公司	2010-08-25	长春汽车经济技术开发区长虹大路与常富街交汇 666 号	-	-
	卡斯马汽车系统(上海)有限公司	2005-09-13	上海市嘉定区安亭镇百安公路 1501 号	3000 万美元 (2500 万美元)	Magna International (Hong Kong) Limited
	广州卡斯马汽车系统有限公司	2015-05-29	广州市黄埔区白新街 1 号	2600 万美元	MAGNA INTERNATIONAL (HONG KONG) LIMITED 广汽零部件 有限公司
康迪泰克集团	康迪泰克(中国)橡塑技术有限公司	2009-01-07	江苏省常熟高新技术产业开发区久隆路 60 号	6502.1 万美元 (4127.1 万美元)	ContiTech AG (康迪泰克股份有限公司)

报告期内，发行人通过少量外购的形式满足下游客户订单需求。从外购产品对应客户来看，报告期内，发行人外购产品销售对应的客户除上海通工汽车零部件有限公司外，发行人外购产品占当期发行人向上述客户销售占比均不高。其中，针对上海通工汽车零部件有限公司的业务，发行人前期因考虑设备切换对设备的影响，发行人将相关产品外购销售，不过相应模具为发行人设计开发且发行人对相应产品进行严格质量控制，能够保证该部分产品的技术指标及质量水平。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人的销售情况和主要客户”之“（四）公司前五名客户情况”之“10、各类外购零部件各期的主要销售客户情况及对应产品销量、金额”中补充披露。

（四）结合行业惯例及发行人与客户的协议约定等，说明外购零部件用于销售是否存在质量风险或法律纠纷

发行人以自主生产为主，仅在公司产能临时紧张时对少量需求且工艺简单的订单会采取直接外购后销售的方式，公司报告期各期外购零部件的金额分别约为 428 万元、299 万元、**240 万元**，呈逐年下降趋势。

根据发行人提供的报告期内存在向其销售外购零部件的客户清单及与其签订的销售合同或订单中关于外购（外协）零部件的约定，客户对外购零部件的限制性要求可以划分为：未禁止外购、获得客户认可后可以外购两类。报告期内，发行人外购零部件的主要销售客户合同约定情况具体如下：

序号	客户名称	合同约定
1	富卓集团	未禁止外购
2	井上华翔集团	未禁止外购
3	康迪泰克集团	未禁止外购
4	麦格纳集团	获得客户认可后可以外购
5	上海通工汽车零部件有限公司	未禁止外购
6	天纳克集团	获得客户认可后可以外购
7	威巴克集团	获得客户认可后可以外购
8	长城汽车集团	未禁止外购

对于不禁止外购的产品，公司依据自身排产情况，选择小部分产品交由外购厂商完成；对于需要经客户认可后可以外购的产品，公司已获得客户对已交付产品的确认，且未因此发生纠纷或争议，公司对该等产品按照协议约定在质保期内承担质量保证责任，合同权利义务仍然由公司承担。

发行人已就外购（外协）厂商生产质量管控建立和完善了供应商及委外加工商遴选标准和制度，制定了《采购管理制度》《QM 质量手册》《供方控制程序》及配套的《外购外协配套申报书》《外购外协件料样确认表》等制度，通过筛选外购（外协）厂商、生产过程监控及进厂验收等关键节点控制来保证产品质量；同时，公司与供应商均签署《采购合同》，在合同中对外购零部件生产流程及质量验收标准进行了明确的规定，若外购零部件生产的工序或产品质量不符合公司质量标准，该零部件供应商应当承担相应的维修、退换货、赔偿等责任。

根据发行人主管市场监督管理局出具的证明文件，报告期内，发行人未出现国家或省级产品质量监督抽查不合格记录，未发现违反质量技术监督相关法律、法规的记录。

根据对发行人总经理访谈，查阅人民法院出具的证明文件以及发行人报告期内的营业外支出明细账，本所律师在中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn/>）、人民法院公告网（<https://www.court.gov.cn/>）

//rmfygg.court.gov.cn/web/rmfyportal)对发行人的诉讼情况、开庭信息的网络查询结果,并经发行人书面确认,报告期内,发行人与该等客户未因外购零部件或产品质量问题发生过争议或纠纷,与该等客户亦不存在任何重大诉讼、仲裁等法律纠纷。同时,发行人实际控制人魏鹤良、魏忠亦已做出承诺,若发行人客户对公司销售的外购零部件提出任何索赔要求的,其将代发行人履行由此可能产生的全部赔偿义务。

二、保荐机构、发行人律师及申报会计师核查情况

(一) 核查过程

保荐机构、发行人律师及申报会计师进行了如下核查:

- 1、获取发行人外购产品采购及销售清单;
- 2、对发行人相关负责人进行访谈,了解发行人外购产品原因,以及外购产品与自制产品混同销售原因;
- 3、到国家企业信用信息公示系统查询各类外购零部件各期的主要销售客户情况。

(二) 核查意见

经核查,保荐机构、发行人律师及申报会计师认为:

- 1、报告期内,发行人外购零部件经发行人抽检、更换包材后入库,后续根据客户实际需求进行出库销售;
- 2、发行人存在少量外购品与自制产品混同销售情况;发行人对于不限制外购的产品,公司依据自身排产情况,选择部分工序或产品交由外协厂商完成;对于需要经客户同意后可以外购的产品,公司已获得客户对已交付产品的确认。
- 3、报告期内,发行人与客户未因外购零部件或产品质量问题发生过争议或纠纷,与该等客户亦不存在任何重大诉讼、仲裁等法律纠纷。

问题 9：关于毛利率

根据第二轮问询回复：

（1）报告期内，发行人冲压零部件业务向天纳克、威巴克、博戈、住友理工、长城等主要客户销售毛利率均出现大幅下降。

（2）报告期内，发行人压铸零部件业务向天纳克、威巴克、博戈、住友理工等主要客户销售毛利率均持续上升。2019 年发行人向天纳克与博戈销售压铸零部件金额相近，但毛利率差异较大。

（3）报告期内，发行人存在采取低价策略获取订单情况，包括且不限于博戈踏板产品订单等。

（4）报告期内，发行人主要产品冲压零部件与压铸零部件外销毛利率均远高于同类产品内销毛利率，与同行业可比公司差异较大。

请发行人：

（1）结合具体项目及产品种类、定价模式、单重变化等分析并披露发行人冲压零部件业务向各主要客户销售毛利率持续大幅下降的原因及合理性。

（2）结合具体项目及产品种类、定价模式、单重变化等分析并披露发行人压铸零部件业务向各主要客户持续上升的原因及合理性；并说明向天纳克与博戈销售压铸零部件的毛利率差异的具体原因。

（3）披露报告期内发行人实施或拟实施的低价策略获取订单情形，并分析相关策略对相应客户、相应产品销售金额以及毛利率的影响。

（4）结合具体项目及产品种类披露冲压零部件、压铸零部件内、外销毛利率差异较大的原因及合理性，压铸零部件主要内销收入来自于重量较重的支撑及衬套、主要外销收入来自于重量较轻的排气管吊耳，但外销毛利率远高于内销的原因及合理性；并披露内、外销毛利率差异水平与同行业可比公司不一致的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 结合具体项目及产品种类、定价模式、单重变化等分析并披露发行人冲压零部件业务向各主要客户销售毛利率持续大幅下降的原因及合理性

报告期内，发行人主要客户冲压零部件产品单重、毛利率及收入占比情况具体如下：

单位：g/件

客户	种类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		单重	毛利率	收入占比	单重	毛利率	收入占比	单重	毛利率	收入占比
天纳克	支架类	220.85	18.33%	13.22%	275.83	19.66%	16.59%	431.76	22.45%	20.95%
	减震衬套	78.45	20.48%	86.53%	84.92	20.52%	82.98%	103.62	24.56%	78.52%
	其他	497.94	15.76%	0.25%	445.67	21.67%	0.43%	372.32	24.31%	0.53%
	小计	91.40	20.18%	100.00%	101.03	20.39%	100.00%	122.58	24.12%	100.00%
威巴克	支架类	335.19	26.29%	54.50%	374.91	30.62%	50.60%	332.65	32.48%	54.63%
	减震衬套	148.02	14.96%	23.28%	157.04	18.92%	18.95%	143.26	20.63%	18.89%
	减震悬置	437.50	46.68%	20.42%	545.27	43.28%	29.54%	377.65	42.15%	25.54%
	其他	473.79	12.85%	1.80%	506.91	20.21%	0.91%	474.76	32.98%	0.94%
	小计	264.68	27.57%	100.00%	305.32	32.05%	100.00%	260.46	32.72%	100.00%
博戈	支架类	386.36	24.59%	33.07%	326.11	23.56%	39.42%	378.49	24.69%	60.97%
	减震衬套	107.08	15.34%	29.61%	148.37	17.47%	29.24%	162.40	22.52%	29.39%
	其他	152.86	7.28%	37.32%	162.36	7.92%	31.34%	186.09	7.60%	9.64%
	小计	205.26	15.39%	100.00%	224.46	16.88%	100.00%	275.51	22.40%	100.00%
住友理工	支架类	232.22	34.27%	80.31%	258.94	36.75%	84.29%	253.47	44.28%	83.57%
	减震衬套	10.34	57.46%	2.93%	10.01	56.51%	2.67%	10.00	55.57%	2.31%
	减震悬置	615.03	3.57%	15.70%	577.38	8.39%	12.26%	489.92	12.62%	13.46%
	其他	165.68	33.18%	1.07%	165.63	33.71%	0.78%	165.58	35.50%	0.65%
	小计	159.43	30.12%	100.00%	157.99	33.78%	100.00%	140.64	40.22%	100.00%
长城	支架类	994.20	18.34%	97.32%	956.53	18.29%	98.41%	1,095.34	23.88%	100.00%
	其他	309.17	12.53%	2.68%	309.76	22.62%	1.59%	-	-	-
	小计	969.67	18.18%	100.00%	943.77	18.36%	100.00%	1,095.34	23.88%	100.00%

报告期内，发行人冲压件主要客户的定价模式和成本核算模式不存在重大差异，产品单重对冲压件价格影响较大，与产品毛利率变动不存在直接相关关系。

报告期内，发行人主要客户冲压零部件产品毛利率变动具体分析如下：

2019年，发行人主要客户冲压零部件细分产品毛利率均有所下降，主要受当期冲压零部件收入减少，制造费用、直接人工等固定成本分摊增加影响；2019年，公司冲压零部件制造费用、直接人工成本占收入比例由25.68%提高至27.30%。其中博戈冲压毛利率下降较多主要系毛利率较低的踏板等其他产品收入上升所致，由2018年9.64%提升至2019年31.34%；住友理工毛利率下降较多主要系当期个别高毛利率收入占比下降所致，毛利率较高的总成ZZ00161产品销售由2018年67.05%下降至2019年43.63%。

2020年，发行人冲压零部件毛利率同比下降**2.77个百分点**，主要系单位制造费用上涨较多所致。**一方面**，受新冠肺炎疫情影响，公司开工情况受到一定影响，产能利用率下降使得单位制造费用分摊增加，并导致产品毛利率下降；**另一方面**，**公司根据新收入准则规定将运费计入成本，公司将该类费用归入制造费用，进而影响当期毛利率-0.82个百分点。**

报告期内，发行人主要客户毛利率的变动趋势与整体变动趋势基本一致，冲压件毛利率变动的原因主要受具体产品单位价格变动、原材料价格波动及制造费用、人工分摊等因素影响，具体分析详见第一轮问询回复之“问题5：关于毛利率”之“第1小问：披露报告期内四大零部件产品的单位售价和单位成本（单位成本按照原材料、人工成本、制造费用进一步拆解），量化分析四大零部件产品毛利率变动的原因及合理性”。

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

（二）结合具体项目及产品种类、定价模式、单重变化等分析并披露发行人压铸零部件业务向各主要客户持续上升的原因及合理性；并说明向天纳克与博戈销售压铸零部件的毛利率差异的具体原因

1、结合具体项目及产品种类、定价模式、单重变化等分析并披露发行人压铸零部件业务向各主要客户持续上升的原因及合理性

报告期内，发行人主要客户压铸零部件产品单重、毛利率及收入占比情况具体如下：

单位：g/件

客户	种类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		单重	毛利率	收入占比	单重	毛利率	收入占比	单重	毛利率	收入占比
天纳克	衬套	393.50	34.68%	0.11%	436.63	24.22%	0.66%	509.92	43.73%	0.11%
	支撑件	381.87	17.14%	72.83%	359.23	17.39%	68.78%	328.84	11.31%	60.89%
	排气管吊耳	69.83	18.28%	27.05%	72.90	20.84%	30.55%	82.84	10.82%	39.00%
	小计	179.41	17.47%	100.00%	170.20	18.49%	100.00%	156.83	11.16%	100.00%
威巴克	衬套	199.52	31.04%	67.24%	183.42	29.67%	72.86%	197.47	17.84%	86.29%
	支撑件	381.03	26.55%	32.76%	316.12	27.74%	27.14%	241.45	14.30%	13.71%
	排气管吊耳	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	244.18	29.57%	100.00%	212.12	29.15%	100.00%	202.94	17.35%	100.00%
博戈	衬套	194.66	28.73%	48.82%	183.75	30.85%	45.31%	167.59	14.92%	27.20%
	支撑件	265.30	27.45%	51.18%	252.41	30.19%	54.69%	231.28	20.51%	72.80%
	小计	225.91	28.08%	100.00%	216.27	30.49%	100.00%	208.93	18.99%	100.00%
住友理工	衬套	98.73	15.45%	10.61%	70.05	20.58%	8.04%	44.68	20.02%	23.93%
	支撑件	242.69	15.97%	38.90%	241.81	21.22%	34.28%	240.42	21.53%	17.60%
	排气管吊耳	64.57	31.93%	50.49%	67.52	35.38%	57.68%	70.88	30.08%	58.47%
	小计	107.65	23.97%	100.00%	101.99	29.34%	100.00%	78.30	26.17%	100.00%
长城	衬套	508.84	15.58%	69.50%	-	-	-	138.77	21.97%	100.00%
	支撑件	496.70	16.34%	30.50%	-	-	-	-	-	-
	小计	505.12	15.81%	100.00%	-	-	-	138.77	21.97%	100.00%

由上表可知，整体上看发行人压铸零部件主要细分产品毛利率变动趋势基本一致。2019年，除住友理工外，发行人主要客户压铸零部件细分产品毛利率上涨较多，主要系当期原材料铝材采购价格及人工、制造费用占比下降所致。2019年，发行人主要原材料铝锭采购价格同比下降2.99%，人工及制造费用占营业收入比例下降9.07%，使得压铸零部件主要客户细分产品毛利率整体上升较多。主要客户住友理工细分产品毛利率波动较小，主要系该客户产品主要通过外协生产完成，产品成本波动相对较小所致。具体分析详见第一轮问询回复之“问题5：关于毛利率”之“第1小问：披露报告期内四大零部件产品的单位售价和单位成本（单位成本按照原材料、人工成本、制造费用进一步拆解），量化分析四大零部件产品毛利率变动原因及合理性”及本轮问询回复之“问题7：关于压铸零部件”之“第2小问：结合报告期内与发行人压铸零部件业务有关的成本、费用

结构、归集方式、数据来源、人力物料消耗配比关系，逐一量化分析其成本、费用上升比例与产量增长不一致的原因及合理性”。

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

2、说明向天纳克与博戈销售压铸零部件的毛利率差异的具体原因

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

报告期内，发行人向天纳克与博戈销售压铸零部件的毛利率差异主要系当期销售产品定点时间差异所致。如前所述，定点时铝锭市场价格直接影响产品价格，并对后续产品毛利率产生重大影响。2019年，天纳克压铸零部件产品以铝锭市价较低的2015年定点产品为主，而博戈以铝锭市价较高的2013年定点产品为主，因此，天纳克产品定价相对较低，其毛利率水平低于博戈。

2020年，天纳克与博戈压铸件产品毛利率定点差异情况如下：

定点时间	天纳克		博戈		铝锭平均 采购价格
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	
报告期内	31.61%	18.05%	31.57%	29.71%	注
2016年	20.84%	18.92%	21.99%	26.84%	10.68
2015年	34.92%	17.10%	1.37%	28.56%	10.31
2014年	12.15%	14.40%	8.48%	26.33%	11.52
2013年	0.48%	20.87%	36.58%	27.79%	12.39
合计	100.00%	17.47%	100.00%	28.08%	-

注：2017年铝锭年均采购价格 12.34 元/kg；2018年铝锭年均采购价格 12.14 元/kg；2019年铝锭年均采购价格 11.92 元/kg；**2020年铝锭年均采购价格 12.56 元/kg**

(三)披露报告期内发行人实施或拟实施的低价策略获取订单情形，并分析相关策略对相应客户、相应产品销售金额以及毛利率的影响

发行人具备自主定价权，综合考虑市场因素及自身战略制定价格策略，对于战略客户、战略产品会自主选择低价策略开拓相关市场，如开拓整车厂客户长城

集团、开拓博戈集团踏板产品以及开拓注塑件产品等。采用上述策略后对主要客户、产品销售金额及毛利率的影响情况如下：

1、对相应产品的影响

单位：万元

产品种类	项目	2020年		2019年		2018年	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
冲压	整体销售	23,498.97	20.79%	27,585.49	23.56%	30,312.75	26.52%
	低价策略部分	2,724.38	7.20%	3,069.62	7.56%	2,030.61	6.31%
	其他正常销售部分	20,774.58	22.57%	24,515.87	25.57%	28,282.14	27.97%
压铸	整体销售	13,460.33	24.97%	12,660.02	26.17%	9,423.43	15.06%
	低价策略部分	318.52	9.04%	396.82	6.20%	566.39	4.05%
	其他正常销售部分	13,141.80	25.36%	12,263.20	26.82%	8,857.04	15.76%
注塑	整体销售	2,589.50	27.31%	3,426.46	30.00%	3,449.98	32.84%
	低价策略部分	15.57	1.94%	3.10	5.81%	24.82	6.62%
	其他正常销售部分	2,573.93	27.47%	3,423.36	30.03%	3,425.16	33.03%
金工	整体销售	6,856.79	25.23%	5,290.77	21.78%	4,564.99	25.47%
	低价策略部分	113.18	6.04%	32.78	5.16%	1.00	14.57%
	其他正常销售部分	6,743.61	25.55%	5,257.99	21.88%	4,563.99	25.47%

2、对相应客户的影响

单位：万元

客户名称	项目	2020年		2019年		2018年	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
天纳克	整体销售	12,389.69	25.97%	11,209.06	22.07%	10,958.08	20.20%
	低价策略部分	421.46	3.41%	590.77	4.16%	694.21	6.76%
	其他正常销售部分	11,968.23	26.77%	10,618.29	23.07%	10,263.87	21.11%
威巴克	整体销售	9,681.64	25.56%	10,558.78	28.46%	11,229.87	30.44%
	低价策略部分	232.80	13.46%	153.20	9.16%	109.86	5.33%
	其他正常销售部分	9,448.84	25.86%	10,405.59	28.75%	11,120.01	30.69%
博戈	整体销售	10,239.48	18.89%	11,606.99	22.21%	10,497.89	21.81%
	低价策略部分	2,501.09	7.44%	2,728.37	8.03%	1,511.59	4.85%

客户名称	项目	2020年		2019年		2018年	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
	其他正常销售部分	7,738.39	22.58%	8,878.62	26.57%	8,986.30	24.67%
住友理工	整体销售	4,398.71	26.57%	4,940.75	31.45%	3,574.44	35.29%
	低价策略部分	15.22	0.64%	3.10	5.81%	24.82	6.62%
	其他正常销售部分	4,383.49	26.66%	4,937.64	31.47%	3,549.62	35.49%
长城	整体销售	2,974.98	17.81%	1,684.93	18.36%	2,442.64	23.87%
	低价策略部分	0.74	-15.98%	26.88	2.49%	282.34	8.92%
	其他正常销售部分	2,974.24	17.82%	1,658.05	18.62%	2,160.29	25.83%

注：以上客户销售金额包括冲压、压铸、注塑及金工零部件业务金额。

报告期内，发行人冲压零部件、压铸零部件业务存在少部分低价策略获取订单情形，但该部分订单金额占比相对较小，对发行人主要产品毛利率及主要客户毛利率影响相对较小。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人的销售情况和主要客户”之“（三）报告期内主要产品的销售价格变动情况”之“3、报告期内发行人实施或拟实施的低价策略获取订单情形”中补充披露。

（四）结合具体项目及产品种类披露冲压零部件、压铸零部件内、外销毛利率差异较大的原因及合理性，压铸零部件主要内销收入来自于重量较重的支撑及衬套、主要外销收入来自于重量较轻的排气管吊耳，但外销毛利率远高于内销的原因及合理性；并披露内、外销毛利率差异水平与同行业可比公司不一致的原因

1、结合具体项目及产品种类披露冲压零部件、压铸零部件内、外销毛利率差异较大的原因及合理性，压铸零部件主要内销收入来自于重量较重的支撑及衬套、主要外销收入来自于重量较轻的排气管吊耳，但外销毛利率远高于内销的原因及合理性

（1）冲压件内、外销毛利率情况

报告期内，发行人冲压件内外销毛利率情况如下：

销售渠道	产品种类	2020年		2019年		2018年	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
内销	支架类	24.02%	51.02%	25.42%	50.75%	27.75%	60.49%

销售渠道	产品种类	2020年		2019年		2018年	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
	减震衬套	16.19%	29.18%	16.42%	28.76%	20.48%	26.78%
	减震悬置	26.01%	6.47%	30.33%	6.65%	33.17%	6.13%
	其他	5.23%	13.34%	12.27%	13.84%	8.87%	6.60%
	小计	19.36%	100.00%	21.34%	100.00%	24.89%	100.00%
外销	支架类	35.53%	46.18%	38.90%	41.29%	35.21%	54.17%
	减震衬套	43.03%	13.59%	46.44%	8.19%	51.22%	8.39%
	减震悬置	45.05%	39.67%	42.96%	50.52%	40.22%	36.44%
	其他	45.82%	0.57%	-	-	56.68%	1.00%
	小计	40.38%	100.00%	41.57%	100.00%	38.59%	100.00%

(2) 压铸件内、外销毛利率情况

报告期内，发行人压铸件内外销毛利率情况如下：

销售渠道	产品种类	2020年		2019年		2018年	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
内销	衬套	23.32%	30.18%	29.11%	25.76%	13.56%	17.94%
	支撑件	26.05%	57.56%	24.52%	57.89%	13.68%	59.47%
	排气管吊耳	18.41%	12.27%	21.65%	16.35%	11.21%	22.58%
	小计	24.29%	100.00%	25.23%	100.00%	13.10%	100.00%
外销	衬套	41.20%	8.36%	43.18%	5.82%	42.21%	18.14%
	支撑件	17.87%	31.41%	18.39%	34.49%	18.48%	26.33%
	排气管吊耳	34.17%	60.23%	36.94%	59.69%	32.59%	55.53%
	小计	29.64%	100.00%	30.91%	100.00%	30.62%	100.00%

由上表可知，发行人冲压零部件、压铸零部件产品各主要产品均存在外销毛利率高于内销毛利率情形，主要系外销产品定价相对较高。发行人采用成本加成的方式，综合考虑原材料成本、产品技术含量、订货规模、贸易条款、运输费用、包装材料费用、汇率、市场竞争情况和产品毛利率等综合因素确定初始报价。一般而言，产品外销较境内运输距离较长，运输费用较高，且包含报关等其他出口费用；境内采用循环包装材料，境外采用一次性木质包装，境外包装费较高；另外，外销产品产品质量跟踪和维护难度及成本相对较高，基于上述定价原则，发行人主要产品境外定价一般高于境内产品。而内外销产品成本核算系整体核算，

上述包装费用核算过程中采用整体分摊方式，而运输费用及报关费用通过销售费用进行核算，使得外销成本毛利率计算过程中成本低于产品报价时成本，使得外销毛利率相对较高。

以同时存在境内外销售的某款产品初始定价为例：

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

报告期内，压铸零部件主要内销收入来自于重量较重的支撑及衬套、主要外销收入来自于重量较轻的排气管吊耳，但外销毛利率远高于内销具体分析如下：如前所述，发行人主要产品内销、外销毛利率差异主要系因包装费用、运输及报关等费用差异定价影响；在内销收入来自于重量较重的支撑及衬套，即原材料成本占成本比重相对较高，上述差异对产品定价影响反而相对较小；而主要外销收入来自于重量较轻的排气管吊耳，原材料成本占成本比重相对较低，上述差异对产品定价影响较大，使得外销毛利率高于内销。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）利润表项目的逐项分析”之“4、毛利构成及毛利率分析”中补充披露。

2、内、外销毛利率差异水平与同行业可比公司不一致的原因

报告期内，披露内外销毛利率的同行业可比公司内外销毛利率差异水平情况如下：

公司	2020 年	2019 年	2018 年
正裕工业	6.58%	5.06%	9.96%
中鼎股份	-13.07%	-17.88%	-17.08%
拓普集团	7.56%	10.69%	10.33%

公司	2020 年	2019 年	2018 年
本公司汽车零部件产品	14.75%	14.29%	13.06%

注 1：毛利率差异水平=外销毛利率-内销毛利率；

注 2：中鼎股份内销毛利率高于外销的原因主要系其外销主要通过国外子公司生产并销售，国外运营成本较高，因此外销毛利率低于内销。

此外，除上述可比公司外，汽车零部件行业其他公司亦存在内外销毛利率差异水平较高的情况，具体如下：

公司	主营业务	2020 年	2019 年	2018 年
金鸿顺 (603922.SH)	汽车车身和底盘冲压件及其相关模具	17.03%	19.47%	14.61%
旭升股份 (603305.SH)	铝压铸件产品	15.04%	24.41%	23.69%

除中鼎股份内销毛利率高于外销外，其余披露内外销毛利率信息的同行业可比公司均呈现外销毛利率高于内销的情况，发行人与大部分同行业可比公司情况一致。同时，从上表可知，由于汽车零部件行业细分产品领域众多，同行业各公司的产品类型、销售结构、成本结构、销售区域、所处市场竞争情况均有所不同，因此各公司内外销毛利率差异水平之间均存在一定差异。其中，正裕工业内外销毛利率差异水平不断收窄得益于其在 2018 年 10 月通过收购芜湖荣基拓展高毛利率的发动机密封件产品，该产品毛利率在 40% 以上，较正裕工业 25% 左右的综合毛利率高。综上所述，内外销毛利率差异水平符合行业惯例，具有商业合理性。

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

二、保荐机构和申报会计师核查情况：

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、获取冲压零部件产品主要客户分类情况，结合询问销售部人员，分析主要客户毛利率持续下降的原因及合理性；

2、获取压铸零部件产品主要客户分类情况，结合询问销售部人员，分析主要客户毛利率持续上升的原因及合理性；

3、询问销售部负责人，了解 2019 年压铸件产品向天纳克、博戈销售规模接近但毛利率存在差异的原因，结合两家客户产品定点结构情况，分析合理性；

4、询问销售部负责人了解低价策略涉及的主要客户及产品，模拟测算低价策略前后收入、毛利率的影响情况；

5、获取冲压零部件、压铸零部件内外销毛利率情况，结合询问销售部人员，分析内外销毛利率差异的原因及合理性；同时，通过查阅公开资料，了解并分析发行人与同行业公司之间内外销毛利率差异水平不一致的原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人冲压零部件主要客户毛利率持续下降具有合理原因；

2、发行人压铸零部件主要客户毛利率持续上升具有合理原因；天纳克与博戈销售压铸零部件的毛利率差异具有合理原因；

3、发行人实施低价策略获取的订单对相应客户、相应产品销售金额及毛利率不存在重大影响；

4、发行人冲压零部件、压铸零部件内外销毛利率差异较大具有合理原因；发行人内外销毛利率差异水平与同行业可比公司不一致具有合理原因。

问题 10：关于模具业务

根据第二轮问询回复：

（1）报告期内发行人模具业务销售的主要客户为威巴克集团、博戈集团、住友理工集团、上汽集团、富来思特（无锡）汽车零部件有限公司。

（2）报告期内发行人自产模具对应产品销售金额占各期收入比例较小，且模具业务客户与发行人产品客户存在差异。

（3）报告期内，发行人对主要客户模具销售价格存在较大差异，发行人根据客户需求、新品量产后的收益情况、制造工艺的难易及工序复杂程度，采取“一模一价”的定价策略。

请发行人：

（1）说明报告期各期末发行人各类业务中与产品生产有关的模具来源情况，包括自制、外购、客户或供应商提供的各自数量、占比及对应产品收入金额及占比；发行人是否存在主要销售产品对应模具来自外部提供的情形，如是，请说明原因并说明发行人是否存在技术劣势或外部供应商依赖。

（2）说明各期各类模具实际使用口径下的期初期末、增减变动情况与摊销费用口径下的期初期末、增减变动情况是否一致。如存在差异，请分析原因及合理性。

（3）结合客户需求、新品量产后的收益情况、制造工艺的难易及工序复杂程度，分析说明发行人“一模一价”的定价策略以及各类模具各期销售单价差异较大的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一)说明报告期各期末发行人各类业务中与产品生产有关的模具来源情况，包括自制、外购、客户或供应商提供的各自数量、占比及对应产品收入金额及占比；发行人是否存在主要销售产品对应模具来自外部提供的情形，如是，请说明原因并说明发行人是否存在技术劣势或外部供应商依赖。

1、说明报告期各期末发行人各类业务中与产品生产有关的模具来源情况，包括自制、外购、客户或供应商提供的各自数量、占比及对应产品收入金额及占比；

(1) 报告期各期末，发行人与产品生产有关的模具来源及占比情况如下表所示：

单位：套

模具类型		2020年		2019年		2018年	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比
冲压模具	自制	471	96.52%	517	95.92%	561	96.56%
	外购	17	3.48%	22	4.08%	20	3.44%
	小计	488	100.00%	539	100.00%	581	100.00%
压铸模具	自制	112	49.56%	77	44.25%	67	39.41%
	外购	114	50.44%	97	55.75%	103	60.59%
	小计	226	100.00%	174	100.00%	170	100.00%
注塑模具	自制	18	31.58%	11	15.28%	3	4.55%
	外购	38	66.67%	59	81.94%	60	90.90%
	客户提供	1	1.75%	2	2.78%	3	4.55%
	小计	57	100.00%	72	100.00%	66	100.00%

报告期内，发行人冲压零部件业务模具主要来自自制、少部分来自于外购，其中自制模具数量占比分别为 96.56%、95.92%、**96.52%**。报告期内，压铸零部件业务模具主要来自外购。随着压铸零部件业务的不断增长，发行人加大压铸零部件业务自制模具的开发力度，自制模具占比不断提升。报告期内，压铸业务自制模具业务占比分别为 39.41%、44.25%、**49.56%**。报告期内，压铸业务自制模具业务占比分别为 39.41%、44.25%、**49.56%**。报告期内，注塑零部件业务模具主要来自外购；报告期内，注塑零部件业务外购模具占比分别为 90.90%、81.94%、**66.67%**。

(2) 报告期内，模具对应产品收入如下表所示：

单位：万元

产品类型		2020年		2019年		2018年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
冲压零部件	自制	23,093.81	98.28%	26,643.73	96.59%	30,125.24	99.38%
	外购	405.15	1.72%	941.76	3.41%	187.51	0.62%
	小计	23,498.97	100.00%	27,585.49	100.00%	30,312.75	100.00%
压铸零部件	自制	2,648.47	19.68%	2,138.22	16.89%	802.54	8.52%
	外购	1,651.05	12.27%	1,418.60	11.21%	1,127.40	11.96%
	自制兼外购	9,160.81	68.06%	9,103.20	71.91%	7,493.49	79.52%
	小计	13,460.33	100.00%	12,660.02	100.00%	9,423.43	100.00%
注塑零部件	自制	87.58	3.38%	30.65	0.89%	12.00	0.35%
	外购	2,484.19	95.93%	3,374.58	98.49%	3,339.40	96.79%
	客户提供	17.73	0.68%	21.23	0.62%	98.58	2.86%
	小计	2,589.50	100.00%	3,426.46	100.00%	3,449.98	100.00%

注：压铸零部件因生产特性，模具实际使用时间较短，需大量的复制模，同一型号产品模具有来源于外购和自制，收入分类未作明确区分。

报告期内，发行人冲压零部件收入基本来自自制模具、少量收入来自外购模具，自制模具收入占比分别为 99.38%、96.59%、**98.28%**；报告期内，压铸零部件收入主要来自自制兼外购情形，完全依赖外购模具占比相对较低，其中自制兼外购产品对应收入占比为 79.52%、71.91%、**68.06%**。而随着自制模具开发数量的增加，完全来自自制模具收入占比提升，由 8.52% 提高至 **19.68%**；报告期内，发行人注塑零部件收入主要来自外购模具，其收入占比分别为 96.79%、98.49%、**95.93%**。

2、发行人是否存在主要销售产品对应模具来自外部提供的情形，如是，请说明原因并说明发行人是否存在技术劣势或外部供应商依赖

长期以来，发行人根据客户的需求不断对产品生产工艺进行创新，重视模具开发能力的提升。发行人目前已有完备的冷作模具、热作模具工艺，取得了如冲压工艺和冷锻工艺相结合握减震器连杆冲压工艺及冲压模具技术、卷圆一次成形模具技术、用于翻孔倒角一体工艺的冷冲压装置、设计自动加油润滑的连续模等技术，且相关技术下产品已经广泛应用于大众、奥迪、通用等知名品牌终端车型。

在自身模具产能有限的情况下，发行人需要向外部模具生产厂家采购部分模具满足生产需要，具体采购过程系由发行人向外部模具厂家提供产品设计方案，由其按照发行人技术要求完成生产，最终发行人向其采购模具成品。上述采购过程中，发行人整体掌握模具的技术及工艺标准要求，外部模具厂家更多完成生产要求，且目前能满足发行人模具生产要求的模具厂家相对较多。因此，虽然发行人销售产品存在采购模具情形，主要系产能受限所致，发行人不存在技术劣势或供应商依赖。

报告期内，发行人冲压零部件模具主要来自自制，压铸零部件及注塑零部件业务模具主要来自外购，主要系发行人模具自身产能受限或成本因素所致，具体分析如下：

① 冲压零部件业务以自制为主，少量来自外购。发行人具备多年冲压零部件生产经验，建立独立的模具车间，拥有 MAZAK、台湾威力等高精度模具成套加工设备，并配置经验丰富、对冲压模具加工工艺深刻理解的技术人员，可最大化满足客户定制化产品需求，并保证了发行人冲压产品的性能达标及质量稳定。报告期内，公司自制冲压模具占比分别为 96.56%、95.92%、**96.52%**。

② 压铸零部件业务外购模具较多，主要系模具产能有限所致，单一类型产品完全依赖外购模具较少。压铸零部件业务因生产特性，模具实际使用时间较短，需要较多复制模。而发行人压铸零部件模具开发产能相对有限，在发行人具备相关产品模具技术开发能力的情况下，对于同类型产品除自制模具外，发行人需要外购部分模具满足生产需要。报告期内，发行人压铸零部件业务完全来自于外购模具业务比重较低，仅 12% 左右；此外，随着压铸零部件业务的快速发展，发行人加大压铸零部件模具开发的设备及人员投入，压铸零部件自制模具数量及占比不断提高。报告期内，自制压铸模具占比分别为 39.41%、44.25%、49.56%，自制模具占比逐步提升。对于注塑零部件业务，发行人生产模具主要通过外购，主要系模具结构相对简单、单位价值量较低，且生产过程实际使用数量相对有限，发行人处于经济考虑，更多使用外购模具满足生产需要。

报告期内，发行人对外采购模具整体技术工艺要求相对简单，可满足发行人产品工艺要求的模具供应商相对较多，不存在对单一供应商依赖的情形。报告期内，公司模具主要供应商采购情况如下：

单位：万元

期间	供应商名称	主要采购内容	金额	占外购模具总额比例
2020 年度	苏州博弘特模具有限公司	压铸模具	141.37	29.51%
	昆山杰博辉精密模具有限公司	压铸模具	88.05	18.38%
	无锡杰立鑫五金制造有限公司	压铸模具	53.52	11.17%
	无锡市拓勤科技有限公司	注塑模具	33.91	7.08%
	无锡丰骏机械有限公司	压铸模具	28.76	6.00%
	合计		345.62	72.15%
2019 年	无锡精凯威模具有限公司	压铸模具	93.35	33.78%
	苏州博弘特模具有限公司	压铸模具	50.95	18.44%
	苏州麦爱斯精密模具有限公司	压铸模具	28.19	10.20%
	无锡市帆顺金属制品厂	冲压模具	21.88	7.92%
	无锡市迈科密精密机械有限公司	注塑模具	19.07	6.90%
	合计		213.44	77.24%
2018 年	无锡市拓勤科技有限公司	注塑模具	56.98	16.03%
	无锡精凯威模具有限公司	压铸模具	45.47	12.79%
	苏州博弘特模具有限公司	压铸模具	35.05	9.86%
	上海际馨精密模具有限公司	压铸模具	29.63	8.34%
	昆山精腾佳精密模具有限公司	压铸模具	27.59	7.76%
	合计		194.71	54.78%

报告期内，发行人模具采购总额分别为 355.43 万元、276.36 万元、**345.62** 万元，采购金额整体规模较小，且单一供应商模具采购金额亦较小，不存在供应商依赖情形。报告期内，模具采购金额下降主要系压铸模具自产增加导致。

综上所述，发行人部分产品模具主要来自外购，主要系自身产能有限所致，具有合理性。发行人不存在技术劣势和供应商依赖情形。

(二) 说明各期各类模具实际使用口径下的期初期末、增减变动情况与摊销费用口径下的期初期末、增减变动情况是否一致。如存在差异，请分析原因及合理性。

报告期各期末，实际使用口径下的模具构成情况如下表所示：

单位：套

模具类型		2020年		2019年		2018年	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比
冲压模具	发行人承担	216	44.26%	270	50.09%	218	37.52%
	客户承担	272	55.74%	269	49.91%	363	62.48%
	小计	488	100.00%	539	100.00%	581	100.00%
压铸模具	发行人承担	185	81.86%	136	78.16%	121	71.18%
	客户承担	41	18.14%	38	21.84%	49	28.82%
	小计	226	100.00%	174	100.00%	170	100.00%
注塑模具	发行人承担	31	54.39%	41	56.94%	45	68.18%
	客户承担	26	45.61%	31	43.06%	21	31.82%
	小计	57	100.00%	72	100.00%	66	100.00%

注：发行人承担的模具计入长期待摊费用核算，客户承担的模具计入存货核算。

由于模具的摊销年限和实际使用时间存在差异，且实际使用口径下包含未纳入长期待摊费用核算的客户承担价款的模具，各期各类模具实际使用口径下的期初期末、增减变动情况与摊销费用口径下的期初期末、增减变动情况不一致，具体原因及数量如下：

单位：套

差异原因	模具类型	项目	2020年	2019年	2018年
1、客户承担的模具	冲压模具	期初数量	269	363	449
		本期增加	35	46	53
		本期减少	32	140	139
		期末数量	272	269	363
	压铸模具	期初数量	38	49	21
		本期增加	22	18	41
		本期减少	19	29	13
		期末数量	41	38	49
	注塑模具	期初数量	31	21	25
		本期增加	15	26	6
		本期减少	20	16	10
		期末数量	26	31	21
2、摊销期限与实际使用	冲压模具	期初数量	32	13	0
		本期增加	0	0	0

差异原因	模具类型	项目	2020年	2019年	2018年	
期限差异		本期减少	-4	-19	-13	
		期末数量	36	32	13	
	压铸模具	期初数量	52	43	10	
		本期增加	0	0	0	
		本期减少	-51	-9	-33	
		期末数量	103	52	43	
	注塑模具	期初数量	18	13	2	
		本期增加	0	0	0	
		本期减少	5	-5	-11	
		期末数量	13	18	13	
	合计差异	冲压模具	期初数量	301	376	449
			本期增加	35	46	53
本期减少			28	121	126	
期末数量			308	301	376	
压铸模具		期初数量	90	92	31	
		本期增加	22	18	41	
		本期减少	-32	20	-20	
		期末数量	144	90	92	
注塑模具		期初数量	49	34	27	
		本期增加	15	26	6	
		本期减少	25	11	-1	
		期末数量	39	49	34	

报告期内，发行人考虑了模具的实际使用特点及不同模具使用的损耗程度的差异性制定模具摊销政策，冲压模具按照 36 个月摊销，压铸模具、注塑模具按照 12 个月摊销，但在模具的实际使用过程中，存在提前报废或提足摊销仍在使用的模具，及客户承担模具价款在存货核算的模具，因此导致实际使用口径下的期初期末、增减变动情况与摊销费用口径下的期初期末、增减变动情况不一致，该差异具有合理性。

(三) 结合客户需求、新品量产后的收益情况、制造工艺的难易及工序复杂程度，分析说明发行人“一模一价”的定价策略以及各类模具各期销售单价差异较大的原因。

报告期内，发行人对主要客户模具销售价格存在较大差异，发行人根据客户需求、新品量产后的收益情况、制造工艺的难易及工序复杂程度，采取“一模一价”的定价策略。报告期内各类模具销售单价及变化如下表：

单位：万元/套

模具种类	2020年		2019年		2018年	
	金额	变化率	金额	变化率	金额	变化率
冲压模具	8.82	2.92%	8.57	574.80%	1.27	-80.13%
压铸模具	7.46	-9.02%	8.20	0.24%	8.18	112.47%
注塑模具	4.98	55.14%	3.21	-14.40%	3.75	-18.30%
合计	8.14	2.65%	7.93	321.81%	1.88	-66.19%

注：2018年上汽集团向发行人采购工装夹具400套，金额合计0.45万元，剔除该部分工装夹具，2018年模具平均价格为9.45万元/套。

模具属于定制化产品，模具定价除了考虑制作模具的成本因素外，还综合考虑新品量产后的收益情况、新品投标竞争情况。客户对模具制作的需求差异较大，模具精度、模具使用寿命、体积、形态、组件等各不相同，模具价格通常经过协商确定，从而导致公司各类模具的销售单价变动较大。具体分析如下：

① 冲压模具

项目	小/低/简单	中/一般/中等	大/高/复杂
模具大小	尺寸一般 600*400*350 以下	尺寸一般 700*500*540	尺寸 1200*500*540 以上
制造工艺 难易度	精度要求低	精度要求一般	精度要求高
工序复杂程度	6道工序以下	6-12道工序	12道工序以上

报告期内，发行人冲压模具销售构成情况如下：

单位：万元/套

模具类型	制造工艺难度	2020年		2019年		2018年	
		平均单价	销售占比	平均单价	销售占比	平均单价	销售占比
冲压模具	高	44.68	55.60%	30.31	52.74%	28.73	63.67%
	中	11.31	26.58%	13.36	24.62%	8.89	18.19%

模具类型	制造工艺难度	2020年		2019年		2018年	
		平均单价	销售占比	平均单价	销售占比	平均单价	销售占比
	低	2.30	17.82%	2.79	22.64%	0.24	18.14%
	平均单价	8.82	100.00%	8.57	100.00%	1.27	100.00%

剔除2018年上汽集团夹具采购影响，报告期内，发行人冲压模具销售单价分别为9.45万元/套、8.57万元/套、**8.82**万元/套，其中2018年平均模具销售价格相对较高，主要系当期模具较大、制造工艺及工序较复杂的高端冲压模具占比较高所致。

②压铸模具

项目	小/低/简单	中/一般/中等	大/高/复杂
模具大小	适配250-280吨压铸机	适配350-400吨压铸机	适配500-650吨压铸机
制造工艺难易度	无滑块、型腔结构简单	带滑块、型腔结构复杂	滑块、局部挤压、抽真空
工序复杂程度	1模1腔	1模2腔	1模4-8腔

报告期内，发行人压铸模具销售构成情况如下：

单位：万元/套

模具类型	制造工艺难度	2020年度		2019年		2018年	
		平均单价	销售占比	平均单价	销售占比	平均单价	销售占比
压铸模具	高	16.81	32.20%	11.06	25.51%	16.92	19.70%
	中	8.57	43.75%	9.75	35.34%	8.80	51.26%
	低	3.77	24.05%	6.26	39.16%	5.54	29.04%
	平均单价	7.46	100.00%	8.20	100.00%	8.18	100.00%

报告期内，发行人压铸模具销售单价分别为8.18万元/套、8.20万元/套、7.46万元/套。

③注塑模具

项目	小/低/简单	中/一般/中等	大/高/复杂
模具大小	硫化适配200t以下，注塑适配120t以下	硫化适配300t，注塑适配260t	硫化适配500t，注塑适配320t
制造工艺难易度	硫化模压、注塑普通流道无抽芯滑块结构	硫化注射、注塑普通流道有抽芯滑块结构或热流道无抽芯滑块结构	硫化冷流道、注塑热流道有抽芯滑块结构
工序复杂程度	单穴	2-20穴	20穴以上

报告期内，注塑模具销售单价分别为 3.75 万元/套、3.21 万元/套、4.08 万元/套，注塑模具制作难度及工艺复杂度均适中，各期平均单价相差较小。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

1、获取发行人财务核算依据的模具台账记录，核对模具记录与账面金额，确认账面数据是否记载无误。

2、获取生产车间实际使用口径下模具期初期末、增减变动情况的台账，访谈模具车间负责人，确认车间使用模具是否存在提前报废或经维护可以延长使用寿命的情况。

3、查阅发行人与客户的销售合同，了解客户向发行人单独支付模具购买价格的合同条款。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人外购模具原因合理且对供应商不存在依赖；

2、发行人实际使用口径下的期初期末、增减变动情况与摊销费用口径下的期初期末、增减变动情况不一致的原因具有合理性；

3、发行人各类模具各期销售单价差异较大具备合理性。

问题 11：关于商誉

根据申报文件及第二轮问询回复：

(1) 发行人 2018 年 8 月收购烟台通吉形成商誉 448.94 万元，发行人 2018 年末未披露对烟台通吉的商誉减值测试情况，发行人于 2019 年末和 2020 年 6 月末对烟台通吉商誉执行减值测试结果均显示不存在商誉减值的情形。

(2) 烟台通吉 2019 年发生亏损的原因系搬迁所致。发行人 2018 年收购烟台通吉采取的收益法估值参数显示，发行人预计烟台通吉 2021-2023 年的营业收入增长率分别为 8.95%、7.96%和 5%；2019 年末和 2020 年 6 月末商誉减值测试过程中发行人 2021-2023 年的营业收入增长率预测数为 20%。

请发行人：

(1) 结合《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，披露 2018 年末对前述商誉执行减值测试的情况，商誉减值测试的执行是否符合前述规定。

(2) 披露 2019 年因搬迁导致的相关损失金额，扣除该部分费用后，烟台通吉是否仍然处于亏损状态；结合烟台通吉的主营业务和行业环境变化情况，分析发行人商誉减值期间预测期营业收入增长率估计数与收益法存在较大差异的原因，发行人商誉减值测试的相关参数估计是否不谨慎。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复：

(一) 结合《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，披露 2018 年末对前述商誉执行减值测试的情况，商誉减值测试的执行是否符合前述规定。

2018 年末，公司根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，发行人对收购烟台通吉形成的商誉进行减值测试。具体减值测试过程如下：

1、关键参数假设及依据

项目	主要参数
预测期	预测期为报表日的后 5 年，后续为稳定期。预测期 5 年符合证监会《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》等法规的相关规定。
营业收入	2019 年、2020 年、2021 年、2022 年、2023 年营业收入增长率分别为 50.00%、23.70%、8.95%、7.96%、5%，2024 年及以后年度趋于稳定。

项目	主要参数
	随着烟台通吉产品和客户的不断开发，2018 年度收入较 2017 年增长 184.32%，较大幅度增长。基于烟台通吉历史业绩、战略布局及市场需求的了解，以及其有客户及新品开发情况分析，预测较为合理。
营业成本	根据 2018 年毛利率为基础预测各期营业成本，公司近年平均毛利水平维持在 20%。
费用类	根据历史年度费用明细项并结合市场状况预测未来年度费用
折现率	管理层根据烟台业务预期未来业绩发展情况和同行业上市公司的风险市场溢价情况，计算并确定折现率为 12.55%，管理层进行减值测试所采用的折现率相对比较谨慎，符合公司及其所处行业的发展情况，具备合理性

2、商誉具体测算过程

(1) 2018 年 12 月 31 日商誉减值测试过程

单位：万元

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	永续期
营业收入	2,197.04	2,717.71	2,960.84	3,196.56	3,356.39	3,356.39
营业利润	135.19	210.84	240.26	268.17	283.16	283.16
预计未来现金流量 (税前)	253.67	91.09	184.34	213.95	246.40	246.40
折现率(加权平均资本成本 WACC)	12.55%					
现金流现值	234.82	72.25	125.30	124.61	122.97	846.21
资产组可收回金额	1,526.16					

公司在收购烟台通吉时，聘请中京民信（北京）资产评估有限公司以 2018 年 2 月 28 日为基准日，对烟台通吉进行评估并出具的京信评报字（2018）第 454 号《江苏中捷精工科技股份有限公司拟核实烟台通吉汽车零部件有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（以下简称《资产评估报告》）。该报告预测的 2018 年度的营业收入、营业利润当年实现程度分别为 112.87%、109.54%，实际与预测偏差较小，同时考虑到商誉减值评估时点 2018 年 12 月 31 日距离 2018 年 2 月 28 日不超过一年，且公司生产经营未发生重大变化，商誉减值测试营业利润预测与收购时的预测保持一致。

(2) 商誉减值测试结果如下所示:

单位: 万元

项目	2018年12月31日
商誉账面余额①	448.94
商誉减值准备余额②	-
商誉的账面价值③=①-②	448.94
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	39.04
调整后整体商誉的账面价值⑤=④+③	487.98
资产组的账面价值⑥	906.15
包含整体商誉的资产组的账面价值⑦=⑤+⑥	1,394.13
资产组预计未来现金流量的现值(可回收金额)⑧	1,526.16
商誉减值损失(大于0时)⑨=⑦-⑧	

2018年12月31日发行人与商誉相关的资产组预计未来现金流量现值远高于资产组账面价值与商誉之和, 商誉不存在减值迹象, 故无需对商誉计提减值。

3、2018年商誉减值

(1) 烟台通吉实际经营业绩与股权收购时收益法预测比较

单位: 万元

年度	项目	预测数	实际数	完成度
2020年度	营业收入	2,717.71	3,822.25	140.64%
	营业利润	210.84	561.99	266.55%
2019年度	营业收入	2,197.04	2,228.99	101.45%
	营业利润	135.19	-44.74	-33.09%

从历史数据看, 烟台通吉盈利能力及经营状况与发行人预测的经营数据不存在重大差异, 营业收入均超额完成, 2019年度营业利润实际数为-44.74万元, 主要系烟台通吉2019年工厂搬迁导致当期成本费用较高所致。搬迁完成后, 烟台通吉业务快速恢复, 2020年度实现业务收入3,822.25万元, 较收入预测增长40.64%; 实现营业利润**561.99**万元, 较收购时预测增长**166.55%**

综上所述, 发行人商誉减值测试符合《企业会计准则第8号——资产减值》的规定。

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

（二）披露 2019 年因搬迁导致的相关损失金额，扣除该部分费用后，烟台通吉是否仍然处于亏损状态；结合烟台通吉的主营业务和行业环境变化情况，分析发行人商誉减值期间预测期营业收入增长率估计数与收益法存在较大差异的原因，发行人商誉减值测试的相关参数估计是否不谨慎。

1、披露 2019 年因搬迁导致的相关损失金额，扣除该部分费用后，烟台通吉是否仍然处于亏损状态

2019 年 3 月，由于原租赁厂房产于 2019 年 5 月到期，综合原出租人安排、设备布置等综合考虑，烟台通吉厂房搬迁。由于该事项导致的烟台通吉成本费用增加 143.41 万元。具体明细如下：

单位：万元

项目	金额	具体内容
搬迁费用	34.99	主要场地转移发生的吊装、运费、装修费用
搬迁损失	33.14	烟台通吉搬迁自 3 月 7 日开始到 3 月 25 日结束，设备转移、安装调试等前后 22 天时间。烟台通吉 3 月份人员工资、折旧费、房租、电费等主要固定支出 46.70 万元，停工 22 天综合测算误工损失 33.14 万元（46.70/31*22=33.14）。
环评等中介费用	13.95	主要为转场租赁中发生的环评、消防、咨询等中介费用
通勤费用	21.28	主要为因新厂房离市区较远，增加通勤车辆费用
租金	40.05	由于新增厂房租金较之前租金高且过渡期原厂房产于 2019 年 5 月到期导致租赁费增加
总计	143.41	

2019 年，烟台通吉营业利润为-44.74 万元，扣除上述搬厂增加的成本和费用外，2019 年度公司营业利润为 98.67 万元，不存在扣除该部分成本费用后，利润为负数的情形。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”之“（三）2018 年收购烟台通吉”之“2、烟台通吉自成立以来的经营业绩及财务状况情况”中补充披露。

2、结合烟台通吉的主营业务和行业环境变化情况，分析发行人商誉减值期间预测期营业收入增长率估计数与收益法存在较大差异的原因，发行人商誉减值测试的相关参数估计是否不谨慎

商誉减值期间预测期营业收入增长率估计数与收益法差异明细如下表：

项目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
收购时收益法预测	69.31%	23.70%	8.95%	7.96%	5.00%	
2018年末商誉减值测试	50.00%	23.70%	8.95%	7.96%	5.00%	
2019年度商誉减值测试		30.00%	20.00%	20.00%	20.00%	10.00%
2020年末商誉减值测试			10.00%	8.00%	6.00%	4.00%

如上表，2018年末公司对烟台通吉商誉减值时预测其收入增长率基本相当，主要考虑到收购时收益法预测2018年度的营业收入、营业利润当年实现程度分别为112.87%、109.54%，实际与预测偏差较小；同时考虑到商誉减值评估时点2018年12月31日距离2018年2月28日不超过一年，且烟台通吉实际经营与收益法预测时点未发生重大变化。

2019年末及2020年末，商誉减值测试收入增长预测较收益法预测增长率略高，主要2019年、2020年实际收入增速较高，在商誉减值测试时适当调高收入增速。随着发行人完成对烟台通吉的收购，对烟台通吉的技术、资金、客户等资源整合，协同效应显现；同时，加大原有威巴克等客户的新品开发，并开拓了天津平和、文灿股份等新客户，部分项目于报告期内进入量产阶段。2019年度收入较2018年收入增长52.19%，2020年度实现业务收入3,822.25万元，较收入预测增长40.64%；实现营业利润561.99万元，较收购时预测增长166.55%，且后续增长预期良好，因此在2019年末以及2020年末商誉减值测试时，公司调整了收入增长预期。

综上所述，发行人2019年末商誉减值测试时，收入增长比率较收益法高，主要原因为随着公司客户开发、产品逐步量产，预期未来销售较好，公司根据变化对预期值进行调整。2020年度收入及利润均超额实现，结合期后实现情况来看，公司预测较为客观、合理，符合其业务实际情况。

二、保荐机构和申报会计师核查情况

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师进行了如下核查：

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

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

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

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

5、评价由发行人管理层聘请的外部评估机构的独立性、客观性、经验和资质；

6、分析并统计烟台通吉 2019 年度搬厂对损益的影响，包括向公司管理人员询问搬迁的相关处理及检查公司的账务记录，租赁合同、搬迁合同、账务处理等；

7、复核收益法及商誉减值测试时预测的关键数据的差异，并分析其合理性；

8、复核发行人业务实际实现情况与预测的差异情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人 2018 年末商誉减值测试的方法、过程、结果以及可回收金额的确定方法合理，符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》要求；报告期内烟台通吉业绩实现程度较好，业务持续增长，发行人未对烟台通吉商誉计提减值审慎、合理。

2、2019年3月,由于烟台通吉厂房搬迁,导致其成本费用增加143.41万元。扣除上述搬厂增加的成本和费用外,2019年度公司营业利润为98.67万元,不存在扣除该部分成本费用后,利润为负数的情形。

3、发行人2019年末商誉减值测试时,收入增长比率较收益法高,主要原因为随着公司客户开发、产品逐步量产,预期未来销售较好,公司根据变化对预期值进行调整。2020年度收入及利润均超额实现,结合期后实现情况来看,公司预测较为客观、合理,符合其业务实际情况。

问题 12：关于其他信息披露及核查情况

根据申请文件及第二轮问询回复：

(1) 发行人披露报告期内金属件主要供应商如锡山区东港鑫之旺五金加工厂、无锡市乔氏五金配件厂等为个体工商户，但未披露其股东、实际控制人及主要管理人员情况。

(2) 发行人认为公司拥有接近 2,000 种品类的产品，能够稳定满足客户的产品开发和及时供应需求，公司具备较为突出的产品和模具创新开发和创造生产能力；近两年轻量化产品和新能源汽车产品订单及销售额均取得突破性增长。

(3) 发行人主要产品已配套多个国内外知名厂商，综合竞争力和品牌影响力得到持续提升。近年来被无锡安维斯授予“优秀合作伙伴”，被上海通用授予“年度优秀绿色供应商”“冲压工艺 CAE 分析能力银牌证书”等。

请发行人：

(1) 说明锡山区东港鑫之旺五金加工厂、无锡市乔氏五金配件厂、锡山区秋豪车辆配件厂、无锡市帆顺金属制品厂、北杰五金等主要金属件供应商股东情况、实际控制人及主要管理人员，是否与发行人及实际控制人、董监高、现员工或前员工及上述人员近亲属存在关联关系或资金往来。

(2) 结合发行人产品特点、技术水平、核心技术及知识产权等情况，列表披露发行人产品的创新优势，以及与同行业可比公司在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的对比情况。

(3) 结合具体项目说明发行人产品和模具创新开发和创造生产能力。结合具体产销数据说明发行人轻量化产品和新能源汽车产品订单及销售额取得突破性增长的依据。分析发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条、第三条的规定。

(4) 说明发行人获得无锡安维斯、上海通用等合作伙伴荣誉情况与发行人主要客户来源、报告期年份存在不一致的原因。

(5) 披露发行人与报告期内主要客户是否存在正在履行的长期合作协议或重大合同，如是，请列表披露履行情况。

请保荐人、发表明确意见，并说明对发行人是否符合创业板定位发表的核查结论及依据。

请申报会计师对问题（1）发表明确意见，同时说明对报告期内发行人营业收入的核查方法、核查比例及核查结论。

一、发行人回复：

（一）说明锡山区东港鑫之旺五金加工厂、无锡市乔氏五金配件厂、锡山区秋豪车辆配件厂、无锡市帆顺金属制品厂、北杰五金等主要金属件供应商股东情况、实际控制人及主要管理人员，是否与发行人及实际控制人、董监高、现员工或前员工及上述人员近亲属存在关联关系或资金往来。

根据公司提供的题述供应商的营业执照、自工商部门获取的基本情况表、其工商登记经营者、实际控制人、主要管理人员的身份证复印件、题述供应商出具的确认文件，题述供应商的相关情况如下：

编号	供应商名称	类型	工商登记经营者	实际控制人	主要管理人员
1	锡山区东港鑫之旺五金加工厂	个体工商户	程克平	程克平	销售负责人：程克平
					生产负责人：程雪君
2	无锡市乔氏五金配件厂	个体工商户	乔利元	乔利元	王佳滨 (乔利元之女婿)
3	锡山区秋豪车辆配件厂	个体工商户	李秋婷	石伟 (李秋婷之丈夫)	销售负责人：石伟
					生产负责人：周志强
4	无锡市帆顺金属制品厂	个人独资企业	宋国裕	宋国裕	宋国裕
5	北杰五金	个体工商户	顾建兵	顾建兵	魏红 (顾建兵之妻子)

注：北杰五金已于2018年9月完成注销手续。

除无锡市乔氏五金配件厂的实际控制人乔利元为公司前员工（乔利元已于2017年12月退休）、主要管理人员王佳滨为乔利元之女婿，锡山区秋豪车辆配件厂的工商登记经营者李秋婷之母亲吴惠芹为发行人实际控制人之一魏鹤良配偶的妹妹、公司员工（仓管员），北杰五金的实际控制人顾建兵为公司员工、发行人实际控制人之一魏忠之妹夫，北杰五金主要管理人员魏红为发行人实际控制人之一魏忠之妹妹外，题述供应商及其工商登记经营者、实际控制人及主要管理

人员与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属、报告期内现员工或前员工不存在其他关联关系。

经核查发行人及其控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、主要管理层员工报告期内的银行流水，以及题述供应商出具的确认文件，报告期内，题述资金往来情况具体如下：

序号	资金流出方	资金流入方	金额 (万元)	出借时间	归还时间	资金用途
1	张君立	乔利元	45	2020.06	尚未归还	资金周转
2	顾建兵	北杰五金	30	2017.06	2017.08	用于北杰五金生产经营
3	北杰五金	顾建兵	100	2017.12	无需归还	北杰五金分红款
4	顾建兵	张叶飞	149	2017.12	2018.01	个人资金周转，临时拆借
5	张叶飞	顾建兵	40	2020.01	2020.01	临时周转
6	顾建兵	张万芹	30	2018.01	2018.02	个人资金周转，临时拆借

除上述情形外，题述供应商及其工商登记经营者、实际控制人及主要管理人员与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要管理层员工不存在其他资金往来。

（二）结合发行人产品特点、技术水平、核心技术及知识产权等情况，列表披露发行人产品的创新优势，以及与同行业可比公司在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的对比情况。

1、结合发行人产品特点、技术水平、核心技术及知识产权等情况，列表披露发行人产品的创新优势，

发行人产品的创新优势，如下表所示：

序号	产品的创新优势	具体创新优势
1	产品工艺创新	长期以来发行人根据客户的需求不断对产品生产工艺进行创新，提高生产效率，降低生产成本，提升产品精度及品质。一方面，发行人不断对产品结构创新设计，采用更优工艺进行生产，例如发行人采用上下翻边取代局部翻边加焊接结构生产变速箱支架组件、采用冲压工艺代替浇铸工艺生产皮带轮、采用铆接工艺代替焊接工艺生产液压底盘衬套等，进一步简化工艺、提高材料利用率及生产效率。另一方面，发行人优化创新工艺，例如利用插入式扣接替代压入式扣接方式，提高卷管扣接圆度及稳定性；将冲压工艺和冷镦工艺相结合掌握减震器连

序号	产品的创新优势	具体创新优势
		<p>杆冲压工艺及冲压模具技术，提高产品稳定性、精度并降低成本；采用冷流道模具代替普通流道模具，同时通过先进的配方优化混炼胶性能；综合真空压铸、局部挤压技术、超低速压铸、模具温控技术等形成的高压铸造工艺，最大限度减少铸造缺陷，提高过程稳定性，提升产品质量。</p> <p>截至目前，发行人已经形成较好的工艺创新研发体系，相关工艺创新产品已经广泛应用于大众、奥迪、通用等品牌，具备较强的产品工艺创新优势。</p>
2	产品工序优化创新	<p>发行人注重对产品工序的优化创新，追求更加高效的生产效率。一方面，发行人创新简化产品生产工序，例如发行人已取得的卷圆一次成形模具发明专利、用于翻孔倒角一体工艺的冷冲压装置发明专利以及一种减震衬套压装检具复合式工装及安装结构专利等，减少原有工序数量，降低生产成本；再如发行人提高压铸模穴数，提高单次压铸产量，提升生产效率。另一方面，发行人对现有工序进行优化，例如采用滑槽的形式进行导料，从而确保送料过程的平顺和步距定位准确，保证了桶形零件的加工质量；再如发行人设计自动加油润滑的连续模，提高了润滑油的利用率，降低生产成本；发行人对拉伸桶的工艺重新安排，提高了产品的品质；</p> <p>此外，在工序优化创新方面，经过不断的积累，发行人已经掌握了机器人自动化焊接技术、自动化冲压铆接焊接生产线技术、压铸模具开发技术、激光焊接工艺等核心技术。因此，发行人在产品工序优化创新方面具备较大优势。</p>
3	产品轻量化创新	<p>作为实现节能减排的重要手段，汽车轻量化概念已成为汽车制造业不可逆转的发展趋势。整车厂商愈发重视汽车在减重节能方面的表现，对汽车零部件产品重量、强度、制造成本等方面性能的要求进一步提高。</p> <p>在汽车轻量化背景下，发行人尝试采用铝材、铝合金、高强度钢等材料对原有材料进行替代，不断降低产品重量。例如发行人的一种汽车刹车踏板专利，采用新型空心管成型与冲压工艺相结合，取代传统钢板冲压加大量焊接工艺，降低产品重量、减少过多的焊接；再如发行人采用减薄的更高强度原材料，代替低强度厚材料，满足性能的前提下做到轻量化等。</p> <p>随着发行人不断在产品轻量化方面创新尝试，发行人已经掌握铝冲压工艺技术、铝合金焊接技术、新能源电动车电池盒制造技术、强力压板精冲工艺等核心技术，具备了一定的产品轻量化创新优势，能够满足客户对产品的轻量化需求，目前，发行人轻量化创新产品广泛应用于丰田、长城、菲亚特、别克、奥迪、上汽等品牌。</p>

2、与同行业可比公司在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的对比情况。

发行人与同行业可比公司在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面对比情况如下：

公司名称	工艺和技术路线	业务模式		核心技术	研发投入	市场竞争力
		生产模式	销售模式			
凯众股份	<p>聚氨酯类减震元件：原材料熔化→混合→浇注→固化成型→脱模→修边→热处理→检验→预装配→旋卯→扭力检测→喷码→外观检查→上支撑成品</p> <p>塑料类减震元件：塑料粒子→混合→注塑或吹塑成型→修整→成品</p>	(1) 以销定产，接单生产；(2) 自产和委外相结合；	(1) 直销；(2) 内销为主，主要面向中端整车厂和国内一级供应商；	未披露	7.05%	(1) 产品材料配方技术以及产品制造技术处于国际领先水平；(2) 客户资源覆盖面广且结构完善；(3) 产品质量优良、质量管理体系能够得到众多客户认可；(4) 已形成了有特色的、较为完善的经营管理制度和内部控制制度。
正裕工业	通过下料、粗洗、倒角、粗磨等进行部件制作→零件组装→喷漆包装	(1) 按订单生产；(2) 柔性化生产，结合自主开发的精益生产管理系统，最大限度提高生产的规模化和标准化水平；(3) 自产和委外相结合；	(1) 直销；(2) 外销为主，主要面向中高端欧美汽车售后市场；	(1) 单筒减震器技术；(2) 阻尼力可调式减震器开发制造技术；(3) 在线集成检测系统；(4) 气囊可调式减震器开发制造技术；(5) 转向系统用减震器开发制造技术；(6) 悬架支柱总成开发制造技术。	4.69%	(1) 可根据市场及客户需求情况实施产品的同步、快速开发；(2) 产品和型号种类丰富；(3) 具备“多品种、小批量、多批次”生产的精益生产管理系统；(4) 稳定的产品质量；(5) 客户为行业知名的汽车零部件生产商或采购商；(6) 具备全面的成本控制优势。
拓普集团	<p>基本部件制作： 内芯：裁料→落料→拉伸→冲孔→弯折→焊接→清洗*、磷化*→涂胶*→硫化* 铝骨架、组装件制作：铝锭熔炼→压铸→切边修毛刺→X光探伤→喷砂*→超声波清洗*→涂胶* 齿环：裁料→落料→拉伸→施压→施压机加工→冲孔→清洗、磷化→涂胶 支架铸件：机加工→转孔→清洗、磷化→涂胶</p>	(1) 以销定产，兼顾短期需求；(2) 自产和委外相结合；(3) 按产品进行单元化生产，提高生产效率；	(1) 直销；(2) 内销为主，主要面向中端整车厂；	(1) 无切削旋压冷成型技术；(2) 高精高效机加工技术；(3) 橡胶配方和密炼全自动控制技术；(4) 自动硫化成型技术；(5) 全过程质量检验技术；(6) 全自动零件表面处理技术；(7) 力位移全程控制组装技术；(8) 全自动平	5.45%	(1) 能为客户提供系统级、模块化的产品与服务；(2) 与国内外主流整车厂及新兴造车企业建立了良好的业务关系并不断深入合作。(3) 是国内为数不多具备与主机厂全球同步开发能力的供应商。

公司名称	工艺和技术路线	业务模式		核心技术	研发投入	市场竞争力
		生产模式	销售模式			
	<p>总成制作： 悬置产品：衬套产品→高温时效处理并加入组装件、内芯→组装→罐装→MTS 在线监测→喷码→总成监测→包装 衡圈轮毂部件：衡圈、轮毂→清洗、磷化→涂胶→加入二段混炼胶→硫化→机加工 扭振产品：齿环、支架铸件、二段混炼胶→硫化→机加工，加入衡圈轮毂部件→组装→铣孔→动平衡→清洗、磷化→总成喷漆→激光打标→总成检验→包装 衬套产品：内芯、骨架、二段混炼胶→硫化→包装</p>			<p>衡去重技术；（9）全自动喷漆技术；（10）非织造多向纤维成型技术；（11）衣帽架成组生产技术；（12）顶篷全自动生产技术。</p>		
中鼎股份	<p>橡胶原材料→检验→混炼→预成型并加入骨架→硫化→修边→普检→抽检→包装→入库检验→入库→出厂检验</p>	未披露		未披露	4.38%	<p>（1）拥有成熟的国际化管理经验；（2）拥有国家认定的企业技术中心、院士工作站和博士后科研工作站；（3）自动化水平不断提升。</p>
中捷精工	<p>冲压零部件：卷料开平→剪板落料→冲压→组焊*→涂覆*→组装*→检验入库 压铸零部件：铝液熔炼→压铸成型→机加工→清洗→装配→气密封检测→检验入库 注塑零部件：模具安装预热→设定工艺参数→添加材料→注塑成型→保压→冷却→脱模（取出工件）→检查→包装及入库 金工零部件：铝挤出*→上架→机加工→检验→下架</p>	<p>（1）以销定产； （2）自产和委外相结合；</p>	<p>（1）直销；（2）内销为主，主要面向国际知名汽车一级供应商；</p>	<p>（1）铝合金焊接技术； （2）减震器连杆冲压工艺及冲压模具技术；（3）铝冲压工艺技术；（4）汽车变速箱内部选换挡装置的选换挡控制机构技术；（5）精冲工艺技术与精冲模具技术；（6）变速器结合齿圈锥齿精冲成形技术；（7）变速</p>	4.29%	<p>（1）主要产品已配套多个国内外知名厂商；（2）工艺技术储备丰富，核心技术指标高于同行业可比水平；（3）质量管理能力及零部件产品质量长期获得客户的认可；（4）拥有稳定、专业的管理及技术团队；（5）供应稳定性强；（6）取得客户及多家下游整车厂的认证资质。</p>

公司名称	工艺和技术路线	业务模式		核心技术	研发投入	市场竞争力
		生产模式	销售模式			
				箱操纵机构设计与动态模拟仿真技术；（8）变速箱操纵机构智能制造与在线检测技术；（9）自动变速箱离合器毂滚压与旋压成型技术；（10）乘用车驻车机构总成开发制造技术；（11）机器人自动化焊接技术；（12）新能源电动车电池盒制造技术；（13）自动化冲压铆接焊接生产线技术；（14）高压铸造工艺；（15）压铸模具开发技术；（16）强力压板精冲工艺；（17）激光焊接工艺。		

注：1、同行业可比公司工艺和技术路线、业务模式、核心技术来自招股说明书、重大资产置换暨关联交易报告书；2、研发投入=2020年研发费用/2020年营业收入，数据来自同行业可比公司《2020年度报告》；3、市场竞争力来自同行业可比公司《2019年度报告》；4、*为非必要工序。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人在行业中的竞争地位”之“（三）公司的竞争优势”之“5、发行人其他竞争优势”中补充披露。

（三）结合具体项目说明发行人产品和模具创新开发和创造生产能力。结合具体产销数据说明发行人轻量化产品和新能源汽车产品订单及销售额取得突破性增长的依据。分析发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条、第三条的规定。

1、结合具体项目说明发行人产品和模具创新开发和创造生产能力

报告期内，发行人积极协同客户进行新产品、新模具的研发，并不断提升生产制造工艺。其中，发行人在产品方面进行的创新开发及创造情况如下：

产品	技术创新成果	创新性及创造性表征
管子踏板 762.135.155.601	一种汽车刹车踏板 ZL201920706499.6	轻量化、减少过多的焊接，变形小，保证装配尺寸精度；新型空心管成型与冲压工艺相结合，取代传统钢板冲压加大量焊接工艺
卷管	冲压产品卷圆圆度： 0.05mm/φ50mm	一般采用压入式扣接，圆度 0.5，采用插入式扣接，圆度 0.05
皮带轮 KK-TP0017-201	采用冲压模具，能够保证皮带轮的精度，提高材料利用率，生产效率高，产品质量轻，平衡性好，无需平衡处理	皮带轮的传统制造工艺是采用铸造工艺制成毛坯，再经 CNC 切削加工制成
变速箱支架组件 06 24992/06 24948	降低加工成本，提高产品稳定性	产品采用上下翻边结构取代之之前局部翻边加焊接的结构
灯笼壳 40037-311	液压底盘衬套 ZL201920285382.5，冲压铆接结构，结构简单、紧凑、合理，能够保证悬挂与车身的连接强度，成本较低，加工容易，使用寿命长	行业内采用冲压加焊接结构
732.216.148.005 支撑壳体	产品平面度<0.15，压变<0.05	行业平面度<0.3，压变<0.15
CM99B081157 支撑法兰	旋铆开裂比例<0.2%	行业旋铆开裂<1%
732.291.153.558 支撑法兰	压爆值>65KN	行业压爆值<55KN
732.225.151.746 内芯	压变<0.1	压变<0.3
1730110A 内芯	孔隙度<D5-1	行业孔隙度<D10-3

报告期内，发行人在模具方面进行的创新开发及创造情况如下：

模具	技术创新成果	创新性及创造性表征
管子踏板 762.135.155.601	通过特殊结构冲压模具，提高效率，减低加工成本	普通冲压无法完成3维弯曲管件成型，采用CNC机加工
卷管	卷圆一次成形模具 ZL201010157306.X	传统冲压卷圆工序一般3道工序，此产品一道工序完成
皮带轮 KK-TP0017-201	采用挤压胀形模具结构，一次成型，表面光洁，保证跳动0.15	传统模具结构采用6瓣哈夫结构，产品表面有挤料现象，跳动0.5
06 24992/06 24948	减少工序为冲孔+正反倒角2道工序，提高同心度，降低成本	传统模具工艺为装配孔正反方向倒C角要求，原工艺为冲孔+倒角+倒角+冲孔4道工序
灯笼壳 40037-311	两个型腔同时冲压成型，通过连接板折弯后铆接，形成产品	行业内采用两个型腔单独成型后焊接形成产品
732.216.148.005 压铸模	推板顶出	行业内多采用顶杆顶出
732.225.151.746 压铸模	模内挤压+真空压铸	行业内一般采用局部冷却
CM99B081157 压铸模	多点模温控制	行业内多采用直通式冷却水
1730110A 压铸模	1模4腔，8滑块	行业内1模2腔，4滑块
1717018A 压铸模	1模8腔	行业内1模4腔
橡胶冷流道模具	成功申请一种橡胶注射成型模具的实用新型专利	1. 节约用料 2. 飞边少，产品精度可达到 $\pm 0.1\text{mm}$
注塑热流道模具	成功申请一种潜伏式进胶结构的实用新型专利	1. 节约用料 2. 产品无飞边
橡胶飞边切边模	成功申请一种用于橡胶件的切边装置	使用工装代替手工撕边，效率高
出风口阻尼块硫化模具	成功申请一种汽车嵌件阻尼块的制造工艺的发明专利	产品精度可达到 $\pm 0.05\text{mm}$

长期以来，发行人高度重视产品、模具技术及工艺的研发创新，在多项生产工艺方面拥有充分的技术经验。如前所述，发行人报告期内通过自主开发在产品领域实现多项创新开发，并完成多项模具的研发生产，突显了公司较强的创新创造能力。

2、结合具体产销数据说明发行人轻量化产品和新能源汽车产品订单及销售金额取得突破性增长的依据

报告期内，发行人积极顺应汽车行业轻量化发展及新能源汽车快速增长的背景，发行人积极开发轻量化发展领域增长速度较快的铝压铸零部件，同时积极承

接下游新能源汽车知名车企如特斯拉的项目订单。报告期内，发行人上述两项业务销售收入均快速增长，具体如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
轻量化领域产品	16,981.98	14,236.67	9,844.78
新能源汽车产品	2,067.51	1,576.40	915.30

注：汽车轻量化的实现途径包括铝合金或镁合金、高性能钢、塑料、碳纤维等轻质化材质替代钢材，也包括产品结构轻量化设计等，其中铝材质替代在汽车轻量化领域占主导地位，故上表轻量化领域产品选取发行人铝压铸、铝挤出等工艺产品的收入金额；由于目前主流传统车企新能源汽车与传统汽车较多共用相同平台，部分新能源无法完全对应，故以特斯拉纯新能源车作为代表统计。

如上表所示，报告期内，发行人轻量化领域产品及新能源汽车配套产品均快速增长。

3、分析发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条、第三条的规定

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条及第三条规定：创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。支持和鼓励符合创业板定位的创新创业企业申报在创业板发行上市。

(1) 公司所属行业不属于不支持申报的负面清单行业

公司主营业务为汽车精密零部件的研发、生产和销售。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业为“汽车制造业”（C36）；根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类与代码（GB/T4754—2017）》，公司所属行业为“C3670 汽车零部件及配件制造业”。公司是经江苏省科技厅、江苏省财政厅、江苏省国税局和江苏省地税局联合认定的高新技术企业。

发行人所处行业不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中原则上不支持申报的负面清单行业。

(2) 公司业务在创新、创造、创意方面的体现

公司产品主要为汽车精密零部件，主要应用于汽车减震（NVH）领域。近年来，在国家行业政策的支持下，我国汽车零部件行业通过企业自主研发、技术引进及合资企业的技术外溢效应，持续加大重点技术攻关与创新创造体系建设。汽车零部件制造企业整体管理能力、创新、创造、创意能力大幅提高，一方面，汽车零部件制造企业加快自主平台研发建设，以企业研发中心为载体，构建了较为系统的开发设计流程，并完善了生产管理、采购流程、质量管理体系，逐步形成了对产品设计、工艺改进的创意、创新、创造能力，提升了与一级零部件供应商及整车厂商同步开发能力。另一方面，我国汽车零部件制造企业高度重视技术设备的改造升级，在研发方面的投入持续增加，不断的引进先进自动化、智能化制造设备。这些都有力地推动了我国汽车零部件行业技术与产品创新、创造、创意能力的全面升级。公司长期从事精密汽车零部件的研发、生产及销售，在自主生产、生产工艺、协同开发等方面积累了大量经验成果并保持较强的市场竞争力，具有较为典型的创新、创造、创意属性。

(3) 公司业务与新技术、新产业、新业态、新模式融合方面的体现

公司目前掌握并运用多种生产工艺组织生产制造，包括冲压焊接、压铸、注塑、铝挤出、金工、涂覆等。公司技术骨干均为从业时间较长的技术人员，熟练掌握各项工艺的经营管理。在相对成熟的工艺基础上，公司不断进行创新升级，一方面，公司引入多种自动化机械手，自动化生产线，将传统工艺与自动化高端制造工艺进行结合，节省大量人力的同时有效提升了生产效率，另一方面，公司在现有工艺基础上不断进行创新、创意改造，在模具材质选取、模具设计、工艺流程等方面进行改善提升，在降低成本的同时提升产品质量。报告期内公司产值和利润增加，而整体人员数量在逐步降低，即展现出公司工艺创新、创意改善的能力。

综上，发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条、第三条的规定。

(四) 说明发行人获得无锡安维斯、上海通用等合作伙伴荣誉情况与发行人主要客户来源、报告期年份存在不一致的原因。

发行人获得无锡安维斯、上海通用等合作伙伴荣誉情况与发行人主要客户来源、报告期年份存在不一致的原因如下表所示：

序号	所获荣誉证书	授予单位	颁发日期	与发行人主要客户来源存在不一致原因	报告期年份存在不一致的原因
1	“优秀合作伙伴”	无锡安维斯	2012 年度	安维斯（无锡）橡胶减震器有限公司 2017 年 5 月股东变更为 SUMIRIKO AVS NETHERLANDS B.V.，因此其于同月变更名称为住理工橡塑（无锡）有限公司，为发行人主要客户；	报告期前获取
2	“年度优秀绿色供应商”	上海通用	2014 年 3 月	中捷精工为上海通用认可的表面处理工艺专业二级供应商及可使用自制模具冲压零部件二级供应商，通过一级供应商为上海通用间接供货，因此上海通用未作为发行人客户出现在披露信息中；	报告期前获取
3	“冲压工艺 CAE 分析能力银牌证书”	上海通用	2013 年 12 月		
4	“成本贡献奖”	无锡威巴克	2016 年	不存在差异	报告期前获取
5	“革新优秀奖”	上海三立汇众	2017 年 1 月	不存在差异	不存在差异
6	“2017 年度最佳服务表现供应商”	苏州天纳克	2018 年 2 月	不存在差异	不存在差异

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人在行业中的竞争地位”之“（一）发行人的行业地位”之“2、公司产品在下游汽车品牌中覆盖率较高”及“第六节 业务和技术”之“八、发行人获得的专业资质和相关荣誉”之“（二）公司获得的主要荣誉”中补充披露。

(五)披露发行人与报告期内主要客户是否存在正在履行的长期合作协议或重大合同，如是，请列表披露履行情况。

根据发行人提供的关于其报告期各期主要客户的名单及其与主要合同签订
的框架合同等文件，发行人与报告期内主要客户签订的正在履行的长期合作协议
或重大合同如下：

编号	签订主体	客户名称	合同类型	合同期限
1	中捷精工	天纳克汽车工业(苏州)有限公司	框架协议	2020年4月29日至2021年4月28日,到期后若任何一方未提前6个月书面通知终止,则该协议自动续期一年。
2	灏昕汽车	天纳克汽车工业(苏州)有限公司	框架协议	2014年11月14日至2015年11月13日,到期后若任何一方未提前6个月书面通知终止,则该协议自动续期一年。
3	无锡绿缘	天纳克汽车工业(苏州)有限公司	框架协议	2014年11月14日至2015年11月13日,到期后若任何一方未提前6个月书面通知终止,则该协议自动续期一年。
4	中捷精工	威巴克(无锡)减震器有限公司	框架协议	2019年4月11日至2023年4月10日,到期后若任何一方未提前12个月书面通知终止,则该协议自动续期12个月。
5	烟台通吉	威巴克(无锡)汽车零部件有限公司	框架协议	2020年4月14日至2024年4月13日,到期后若任何一方未提前12个月书面通知终止,则该协议自动续期12个月。
6	中捷精工	博戈橡胶金属(上海)有限公司	框架协议	2020年4月30日至2025年12月31日
7	中捷精工	精诚工科汽车系统有限公司	框架协议	2018年12月5日至2023年12月31日,到期后若任何一方均未在有效期限届满日之前90日内书面通知终止,则该协议自动续期一年。
8	中捷有限	长城汽车股份有限公司	框架协议	2016年12月31日至2021年12月31日,到期后若任何一方均未在有效期限届满日之前90日内书面通知终止,则该协议自动续期一年。

上述楷体加粗部分内容已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“一、重要合同”之“(六)发行人与报告期内主要客户正在履行的长期合作协议或重大合同”中补充披露。

二、保荐机构、发行人律师及申报会计师核查情况

(一) 核查过程

保荐机构、发行人律师、申报会计师进行了如下核查:

1、取得题述供应商的营业执照、自工商部门获取的基本情况表、题述供应商的工商登记经营者、实际控制人、主要管理人员的身份证复印件,及其出具的确认文件;

2、取得题述供应商或其负责人与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高及近亲属、现任员工或前任员工是否存在关联关系的回函文件;审阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的调查表(含近亲属情况)

及其出具的声明文件；通过国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、天眼查（<https://www.tianyancha.com/>）、企查查（<https://www.qcc.com>）等网站查询发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员对外投资及担任董事、高级管理人员的情况；

3、审阅发行人报告期内的员工花名册，并与题述供应商工商登记经营者、实际控制人、主要管理人员的名单进行比对；

4、核查发行人及其控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、主要管理层员工报告期内的银行流水；

5、获取发行人核心技术、专利证书等资料，访谈公司技术负责人、开发部相关人员，了解发行人产品创新优势及创造情况；

6、查阅同行业可比公开信息，了解同行业可比公司与发行人在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的对比情况；取得发行人报告期内轻量化领域及新能源汽车产品的销售数据，并对发行人总经理、财务负责人访谈确认；

7、获取发行人报告期内产品、工艺、模具等方面的资料，并访谈技术开发人员，了解公司创新、创造及创意性的表征，以及与新产业、新模式等融合情况；

8、取得发行人取得的合作伙伴荣誉证书并与发行人报告期内的主要客户名单进行比对，访谈公司总经理并对题述客户进行网络查询；

9、取得发行人关于其报告期各期主要客户的名单，确定发行人报告期内的主要客户，并核查发行人与其主要客户签订的正在履行的长期合作协议或重大合同。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、除无锡市乔氏五金配件厂的实际控制人乔利元为公司前任员工（乔利元已于2017年12月退休）、主要管理人员王佳滨为乔利元之女婿，锡山区秋豪车辆配件厂的工商登记经营者李秋婷之母亲吴惠芹为发行人实际控制人之一魏鹤良配偶的妹妹、公司员工（仓管员），北杰五金的实际控制人顾建兵为公司员工、

发行人实际控制人之一魏忠之妹夫，北杰五金主要管理人员魏红为发行人实际控制人之一魏忠之妹妹外，锡山区东港鑫之旺五金加工厂、无锡市乔氏五金配件厂、锡山区秋豪车辆配件厂、无锡市帆顺金属制品厂、北杰五金等主要金属件供应商及其工商登记经营者、实际控制人及主要管理人员与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属、报告期内现员工或前员工不存在其他关联关系；

报告期内，除无锡市乔氏五金配件厂的实际控制人乔利元与发行人员工张君立（亦为实际控制人魏忠之妻弟）存在个人借款（2020年6月借出，尚未归还）、北杰五金与其实际控制人顾建兵（亦为公司员工）存在分红款及个人借款、北杰五金实际控制人顾建兵与发行人董事张叶飞、员工张万芹存在个人借款（均在1个月内归还）外，锡山区东港鑫之旺五金加工厂、无锡市乔氏五金配件厂、锡山区秋豪车辆配件厂、无锡市帆顺金属制品厂、北杰五金等主要金属件供应商及其工商登记经营者、实际控制人及主要管理人员与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要管理层员工不存在资金往来；

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

2、发行人具备产品工艺创新优势、产品工序优化创新优势、产品轻量化创新优势；

3、发行人产品及工艺具有创新性、创造性及创意性，业务发展与新技术、新产业、新业态、新模式能够有效融合；公司不属于负面清单范围，故发行人符合符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条、第三条的规定；

4、发行人获得过无锡安维斯、上海通用等合作伙伴荣誉情况，其中无锡安维斯已被公司主要客户住友理工集团收购，另外发行人通过一级供应商为上海通用间接供货，故上述客户披露与公司主要客户存在一定差异。

（三）申报会计师说明对报告期内发行人营业收入的核查方法、核查比例及核查结论

1、核查方法、核查比例

针对申报报表中收入的真实性、准确性、完整性，申报会计师履行了以下核

查程序：

(1) 了解和评价与收入确认相关的关键内部控制设计的合理性，并测试关键内部控制执行的有效性；

(2) 针对已识别需要运用分析程序的有关项目，并基于对被审计单位及其环境的了解，通过进行以下比较，同时考虑有关数据间关系的影响，以建立有关数据的期望值：

1) 将本期的主营业务收入与上期的主营业务收入进行比较，分析产品销售的结构和价格变动是否异常，并分析异常变动的原因；

2) 计算本期重要产品的毛利率，与上期比较，检查是否异常，各期之间是否存在重大波动，查明原因；

3) 比较本期各月各类主营业务收入的波动情况，分析其变动趋势是否正常，是否符合被审计单位季节性、周期性的经营规律，查明异常现象和重大波动的原因；

4) 将本期重要产品的毛利率与同行业公司进行对比分析，检查是否存在异常；

5) 根据增值税发票或普通发票，估算全年收入，与实际收入金额比较；

(3) 抽样检查购销合同、订单等文件，检查出库单、对账单等资料，复核计算收入确认金额，核查大额收入项目。报告期内收入核查比例如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
外销收入	3,849.73	6,314.16	5,889.13
外销抽查金额	3,086.95	4,734.65	4,526.96
外销抽查比例	80.19%	74.98%	76.87%
内销收入	48,649.78	49,589.21	48,785.79
内销抽查金额	36,796.44	36,742.51	36,631.74
内销抽查比例	75.64%	74.09%	75.09%
主营业务收入合计	52,499.51	55,903.37	54,674.91
主营业务收入抽查比例	75.97%	74.19%	75.28%

(4) 执行函证程序，对报告期内应收账款余额、收入发生额、发出商品期末余额进行函证。报告期内，公司向前五名集团客户收入占比分别为 76.88%、

78.35%、**76.24%**，客户集中度相对较高。在考虑合并范围内各公司实际执行的重要性水平的基础上，为保证发函比例和回函比例，我们适当的下调了函证选取标准，扩大发函的范围，对各公司前五大客户全部发函，对其他客户则采用系统抽样方法（分层、等距抽样）确定函证样本，**2018年-2020年发函比例均达87%以上**。并通过工商信息网络检查了客户的注册地址并与发函地址核对，复核发函信息是否准确。营业收入函证比例如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
发函金额 A	45,932.26	51,977.13	51,621.31
主营业务收入 B	52,499.51	55,903.37	54,674.91
发函率 C=A/B	87.49%	92.98%	94.41%
回函金额 D	41,866.15	48,710.20	48,458.53
回函占收入比例 E=D/B	79.75%	87.13%	88.63%

针对回函差异，积极核实差异原因。针对未回函的客户执行替代程序：①检查发行人与客户签订的框架协议、订单等文件；②检查发行人对客户发货的对账单；③检查外销相关的报关单或对账单；④对发行人销售形成的应收款项进行回款查验以及期后检查，检查银行回单、票据等原始单据。

(5) 针对客户访谈，由于发行人客户集中度较高，前五名客户收入占比分别为 76.88%、78.35%、**76.24%**，我们选择对五大集团及其部分下属公司进行实地访谈，同时对未包括在五大集团的客户中，选择主要客户作为访谈对象；访谈主要确认双方开始交易的时间、交易条款、产品质量及退换货情况、公司与客户双方股东、董监高、近亲属之间是否存在关联关系等。报告期内访谈客户收入占比如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
走访覆盖金额	36,766.47	45,539.85	44,661.86
主营业务收入	52,499.51	55,903.37	54,674.91
走访比例	70.03%	81.46%	81.69%

(6) 报告期内，公司外销收入占比 10.77%、11.29%、**7.33%**。针对外销业务，除细节测试及函证程序外，我们获取发行人的海关数据，与账面数据进行核

对。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人的销售与收款相关的内部控制制度设计合理、运行有效；发行人收入核算符合企业会计准则的相关规定；发行人 2018 年、2019 年和 2020 年营业收入真实、合理；发行人营业收入确认在恰当的会计期间，且确认的依据充分。

【本页无正文，为江苏中捷精工科技股份有限公司《关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函回复》之签署页】

为江苏中捷精工科技股份有限公司（盖章）

法定代表人（签名）：_____



2021年5月27日

发行人董事长的声明

本人已认真阅读《关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函回复》全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长签名：



魏 忠

江苏中捷精工科技股份有限公司（盖章）



2021 年 5 月 27 日

【本页无正文，为《安信证券股份有限公司关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函回复》之签署页】

保荐代表人签名：



万能鑫



林文坛



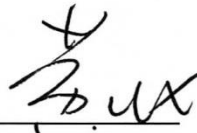
安信证券股份有限公司

2021年5月27日

问询函回复的声明

本人已认真阅读《关于江苏中捷精工科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函回复》的全部内容，了解回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长签名：



黄炎勋



安信证券股份有限公司

2021年5月27日