



关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
的第二轮审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

二〇二二年十月

深圳证券交易所：

根据贵所于 2022 年 9 月 12 日出具的《关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2022〕010886 号）（以下简称“问询函”）的要求，中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投证券”、“保荐机构”或“保荐人”）作为深圳市骏鼎达新材料股份有限公司（以下简称“骏鼎达”、“发行人”或“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），会同发行人及发行人律师广东华商律师事务所（以下简称“华商”、“发行人律师”）和申报会计师天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“天健”、“申报会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。具体回复内容附后。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《深圳市骏鼎达新材料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）》一致；

2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致；

3、招股说明书中对问询函中要求披露的回复内容，进行了补充披露。考虑到问询函中回复的完整性，不同问题存在重复内容的情况。因此招股书补充披露时，考虑招股书上下文联系及可读性，进行适当合并、节略，并按照招股说明书中编号重新进行了编排。

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）
引用原招股说明书内容	宋体（不加粗）
对招股书的修改、补充	楷体（加粗）

目录

问题1、关于创业板定位.....	3
问题2、关于收入与客户.....	16
问题3、关于成本与毛利率.....	52
问题4、关于股份支付.....	75
问题5、关于关联方及关联交易.....	87
问题6、关于环保及合规事项.....	91
问题7、关于其他事项.....	96

问题 1、关于创业板定位

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 发行人产品相较于外资竞争对手具有一定价格优势，享受更多的国产替代红利，产品毛利率较高。

(2) 报告期内，发行人收入增长较快。发行人产品在盖茨工业、中车集团、比亚迪等核心客户中供应份额占比较高。

(3) 根据下游汽车应用领域的市场数据测算，2021 年功能性保护套管在国内汽车行业细分市场规规模接近 50 亿元。发行人未说明其产品在其他应用领域的预计市场容量。

请发行人：

(1) 结合与同行业国内及外资领先厂商的代表性直接竞争产品的价格、产品性能比较情况，说明发行人产品相较于外资竞争对手具有一定价格优势的具体依据。

(2) 结合报告期内在核心客户供应份额变动情况、核心客户需求变动情况、发行人产品国产替代进程等进一步说明报告期内营业收入增长驱动因素，收入增长是否具有可持续性；结合发行人在部分核心客户中供应份额占比已经较高的情况、未来客户拓展方向及进展等说明发行人的成长性及依据。

(3) 结合功能性保护套管在工程机械、轨道交通、通讯电子、医疗设备等其他领域预计市场规模或市场前景，说明发行人产品是否存在市场容量较小、未来增长受限的风险及具体依据。

请保荐人发表明确意见。

【发行人回复】

一、结合与同行业国内及外资领先厂商的代表性直接竞争产品的价格、产品性能比较情况，说明发行人产品相较于外资竞争对手具有一定价格优势的具体依据

由于公司所处细分领域尚不存在与产品价格相关的行业统计数据，同时主

要同行业国内及外资领先厂商如辉门、德芬根等未公开披露其功能性保护套管产品价格、成本等信息，故无法直接定量分析公司产品与同行业领先厂商的价格差异。公司主要在产品定价策略、成本优势等方面体现产品价格优势，结合优异的产品性能水平，从而获得客户对公司产品的广泛认可。

（一）公司的产品定价策略确立价格优势

公司所处细分领域竞争对手以外资厂商为主，外资优势跨国公司为国内高品质功能性保护套管市场建立了较高的价格标杆，公司采取“一客一议”和跟随型定价策略，通过在客户的目标价基础上给予一定折扣或多轮议价的方式形成整体价差优势，特别是相较于外资竞争对手具有一定价格优势，有助于扩张市场份额，享受更多的国产替代红利。

公司产品下游应用的工况环境较为复杂，不同应用领域的客户对产品性能、规格提出不同的要求，采购批次和数量存在差异，产品定制化程度不同。公司根据客户所属行业或者下游终端品牌对于产品的需求，并结合面临的市场竞争程度，向不同应用领域的不同客户销售的产品实施差异化定价。

综上，以上定价策略有利于公司相较于外资竞争对手具有一定价格优势。

（二）在产品性能比肩外资领先厂商的同时，公司产品更具成本优势

公司经过多年的持续研发投入和生产经验积累，已形成了围绕材料配方和产品结构设计、成型方面的核心技术，产品满足客户的性能要求，且整体性能指标比肩外资领先厂商同类产品水平，具体的产品性能对比分析可参见首轮问询回复之“问题 2、关于行业”之“发行人回复”之“二、结合自身技术水平和专业生产经验，在产品外观、精度、质量、使用寿命等方面与其他竞争对手的竞争优势，说明发行人进入主要客户供应商目录的原因，供应商资质认定情况”。

在产品成本方面，公司的研发和生产基地位于国内，且主要集中在华东、华南等汽车产业较为集中的区域，贴近客户生产，及时响应客户的需求，相比外资厂商，公司产品在直接人工、研发成本、运营成本等方面具有一定成本优势；原材料方面，单丝系公司主要产品编织套管、纺织套管的重要原材料，与国内外主要竞争对手相比，公司是少有掌握功能性单丝配方设计和改性生产能

力的功能性保护套管企业之一，通过实现单丝自产，将产业链向上游延伸，不仅能保证产品品质，而且更具成本优势。

综上，基于以上产品性能及成本优势，有利于公司形成和保持一定的价格优势。

（三）公司产品的价格优势取得主要核心客户的广泛认可

报告期内，公司对安波福、盖茨工业、古河电工、中车集团和比亚迪等核心客户的整体销售金额呈持续增长态势，相较于主要竞争对手，公司具有良好的价格优势。

根据安波福确认的访谈回复，相较于其他同行业外资厂商的销售价格，公司功能性保护套管有一定的价格优势。公司向安波福提供的功能性保护套管主要应用在上汽通用、东风日产等主机厂的车型。

根据盖茨工业确认的访谈回复，相较于其他同行业外资厂商的销售价格，公司功能性保护套管在其流体动力领域采购的总体价格具有竞争优势，公司为其同类产品的主要供应商。

根据古河电工确认的访谈回复，古河电工在中国地区对公司产品采购价格相较其他厂商具有一定的价格优势，从而成为其同类产品的主要供应商之一。

根据中车集团确认的访谈回复，株洲中车时代电气股份有限公司和中车株洲电力机车有限公司对公司的采购价格相较其他同类产品供应商具有一定的价格优势。株洲中车时代电气股份有限公司授予公司 2020 年度和 2021 年度“优质合作伙伴”奖项。

比亚迪是公司 2022 年上半年第一大客户，同时是报告期内增速最快的主要客户，根据比亚迪的公开竞标信息和公司占其同类产品采购份额显示，公司的编织套管和挤出套管产品具有一定价格优势。

综上所述，外资优势跨国公司为国内高品质功能性保护套管市场建立了较高的价格标杆，公司采取“一客一议”和跟随型定价策略。公司的研发和生产基地等主要经营场所位于国内，且布局在汽车产业等下游应用领域较为集中的区域，并实现了重要原材料之一单丝的自产，具备一定的成本优势。以上定价

策略及成本优势有利于公司产品形成和保持一定的价格优势。公司主营产品的价格优势获得了主要核心客户的认可，具有较强的市场竞争力。

二、结合报告期内在核心客户供应份额变动情况、核心客户需求变动情况、发行人产品国产替代进程等进一步说明报告期内营业收入增长驱动因素，收入增长是否具有可持续性；结合发行人在部分核心客户中供应份额占比已经较高的情况、未来客户拓展方向及进展等说明发行人的成长性及依据。

(一) 结合报告期内在核心客户供应份额变动情况、核心客户需求变动情况、发行人产品国产替代进程等进一步说明报告期内营业收入增长驱动因素，收入增长是否具有可持续性

1、公司核心客户的订单金额保持增长

报告期内，公司核心客户通常为汽车、工程机械、轨道交通等领域规模较大的境内外知名公司，报告期内主营业务收入快速增长与主要客户订单需求的增长密不可分。随着下游客户需求量的不断增长，公司销售订单金额持续上升，最近三年，公司历年前五大客户的销售收入复合增长率达到 36.75%，具体如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入金额	6,076.02	19.63%	11,197.49	55.55%	7,198.59	20.23%	5,987.40

2、公司在核心客户的订单份额持续增加

报告期内，凭借突出的产品性能水平、价格及服务优势，公司对安波福、盖茨工业、古河电工、中车集团和比亚迪等主要核心客户的销售金额呈持续增长态势，而且公司在上述主要核心客户集团内主要交易主体中取得了较高的同类型产品采购份额占比，具体如下：

单位：万元

客户名称	集团内主要交易主体	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
安波福	安波福电气系统有限公司烟台分公司、江门分公司、芜湖分公司及重庆分公司等	市场份额	20%以上	20%	20%	较低
		销售金额	1,073.63	2,431.23	1,786.74	983.98
盖茨	盖茨工业的流体	市场份额	60%-70%	60%-70%	60%-70%	60%-70%

客户名称	集团内主要交易主体	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
工业	动力业务线	销售金额	1,047.97	1,507.04	506.38	801.17
古河电工	古河电工（深圳）有限公司、武汉古河汽车系统有限公司	市场份额	50%以上	50%以上	50%以上	50%以上
		销售金额	379.14	625.48	614.82	604.54
中车集团	株洲中车时代电气股份有限公司、中车株洲电力机车有限公司	市场份额	50%-60%	50%-60%	50%-60%	30%-40%
		销售金额	616.12	1,213.98	735.22	269.73
比亚迪	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	市场份额	-	50%以上	-	-
		销售金额	1,200.53	1,061.27	224.08	194.24

注：上表中部分核心客户部分年度的市场份额占比数据未能取得；比亚迪的数据来自其旗下弗迪动力有限公司（主要负责动力总成及新能源整体解决方案的开发和生产）的邮件回复，其统计口径下同类产品仅包括适用于高压线束（未包含低压线束）的功能性保护套管

公司在国内汽车功能性保护套管细分市场处于国内企业领先地位，在核心客户集团中主要交易主体的订单份额具有优势，且行业空间广阔。

3、公司产品处于国产替代进程的红利期，收入增长具有可持续性

公司所处细分领域竞争对手以外资厂商为主，公司经过多年的技术积累和研发投入，掌握了材料配方开发、产品结构设计和成型等多项自主开发的核心技术，主要产品功能性保护套管具有较强的市场竞争力，并成功打入汽车、工程机械、轨道交通及通讯电子产业链的配套供应体系，逐步提升自身市场份额，销售收入快速增长。

（1）公司逐步提高对外资厂商的产品供应份额的替代

公司对安波福、古河电工、住友电工、盖茨工业等国际零部件供应商的整体销售金额实现持续增长，有效获得部分原属于外资厂商的产品供应份额，成功获得多家合资及外资主机厂如上汽通用、东风本田、广汽本田、东风日产、福特等终端主机厂的认证，是国内少数进入合资与外资品牌主机厂供应链体系的功能性保护套管企业之一，逐步提高了细分领域的国产化水平。

（2）公司深入挖掘新的国产替代空间

公司在国产替代方面仍有进一步的市场挖掘空间，例如，丰田汽车和宝马集团的主要上游配套零部件供应商分别为国际一流汽车线束厂商的矢崎和莱尼，

而目前公司尚未全面进入上述终端主机厂的供应链，相关交易规模还较小，此外，公司还未进入梅赛德斯奔驰等德系终端主机厂供应商体系，以上市场空缺是公司当前及未来业务拓展以及产品实现国产替代的主要方向之一。

(3) 我国新能源汽车产品的发展将助力自主零部件供应链走向世界

过往传统燃油汽车由欧美和日本等发达国家或地区为先行主导，因此无论在传统燃油汽车的整车还是零部件供应领域，我国长期处于追赶者的位置。近年来，我国作为新能源汽车行业革新的重要参与者，市场规模不断发展壮大，在全球新能源汽车前十畅销车型中国品牌占据六席。我国新能源汽车产业的快速发展和新能源自主汽车品牌的崛起，有效提升包括国内功能性保护套管厂商在内的上游零部件供应商在汽车产业发展新形势下的市场地位。

以纯电动汽车为代表的新能源汽车，由于复杂的电气结构以及动力系统的调整，对功能性保护套管有着更严苛的产品标准以及更大的市场需求。随着国内相关车型出货量的逐步增长，公司产品的市场应用空间有望进一步深化。公司与比亚迪、蔚来汽车、理想汽车、广汽集团、北汽集团等头部新能源车企及其零配件供应厂商建立的深度合作关系，将助力公司产品进一步享受到行业发展的红利，为公司产品开拓国际市场提供发展机遇。

综上所述，报告期内，公司在核心客户供应份额保持扩大、从核心客户取得订单金额保持增长，主营产品处于国产替代的红利期，业务规模获得快速增长，主营业务收入增长具有良好的可持续性。

(二) 结合发行人在部分核心客户中供应份额占比已经较高的情况、未来客户拓展方向及进展等说明发行人的成长性及依据

1、公司对存量核心客户的销售具有较大增长空间

公司高度重视对于存量核心客户的维护和再开发，在确保核心客户集团主要交易主体中的产品份额优势地位的同时，通过不断开发客户集团中的其他潜在交易主体或者推出新的定制化产品方案进而导入其他细分类型产品的方式，努力获得存量客户更多的采购份额。以如下主要核心客户为例：

(1) 公司报告期内对安波福销售的产品主要用于适配上汽通用的现有车型，目前公司正在争取或增加适配特斯拉和梅赛德斯奔驰车型的订单金额，有望在

现有销售金额的基础上实现进一步增长；

(2) 公司报告期内对于盖茨工业的销售主要集中在盖茨美国主体，销售的产品主要为应用于工程机械液压系统的空心纺织套管和螺旋管。目前，公司又逐步开拓了盖茨工业欧洲等主体客户，并实现小批量供货，销售产品也扩展了高性能纤维编织套管等产品，通过不断开拓新的交易主体及扩展新的产品类别，公司对盖茨工业的整体销售规模有望进一步扩大；

(3) 公司报告期内对于中车集团的销售主要集中在株洲中车时代电气股份有限公司、中车株洲电力机车有限公司两个交易主体，目前公司正积极开发、覆盖中车集团供应体系内其他的交易主体以逐步增加对该集团客户的总体销售规模；

(4) 公司报告期内对于比亚迪的销售金额快速增长，销售产品主要应用于新能源汽车内部高压线束的防护。随着持续针对新能源车“三电系统”相关防护产品进行研发，公司将进一步丰富新能源汽车应用领域的产品线。2022年上半年，公司取得了比亚迪低压线束相关的功能性保护套管产品的供应商代码，未来，公司对于比亚迪销售的产品类别及总体销售规模有望持续提升。

2、公司对存量高潜力客户提升产品渗透率

公司始终坚持从客户的需求出发，充分发挥产品和服务综合优势，围绕存量高潜力客户的潜在订单需求，积极提升产品渗透率和业务覆盖范围。

报告期内，公司客户数量众多，其中不乏一些虽然目前交易规模尚小但未来上升空间很大的优质客户，例如，报告期内公司存量客户矢崎为国际一流的汽车线束厂，但公司与其交易的产品类型主要为挤出套管且交易额较小，故未将其覆盖至前十大客户中，矢崎对功能性保护套管产品的大额采购需求是公司产品的重要潜在市场之一，公司正在积极取得其对应主机厂的编织套管的产品认可，有望取得后续量产订单。

3、公司对产品线不断升级完善，快速响应客户一站式需求

公司以市场、客户需求和最新产品前沿应用为导向制定产品研究和开发计划，不断增加研发投入，进行技术创新，积极拓展产品品类及应用领域。公司围绕功能性保护套管和功能性单丝为代表的核心产品线，进一步研发及生产套

管接头等配套产品，为客户提供一站式多元化采购服务。此外，公司逐步掌握了以芳纶纤维、碳纤维等特种纤维和特种树脂为原材料的保护套管产品的结构设计、工艺创新和批量化生产，实现更优异的阻燃、耐高温等性能，有效满足精细化和电气化程度日益提升下的汽车、工程机械、轨道交通、通讯电子领域的多元防护需求。

4、新兴应用领域如新能源汽车带来更多业务增量

报告期内，公司针对行业发展趋势和客户增量需求，除相对传统的燃油汽车、工程机械、轨道交通和通讯电子领域外，还开展包括应用于新能源汽车、医疗器械、航空航天等新兴领域的一系列新技术预研和新产品的开发，其中部分技术研发项目已进入量产阶段，公司已推出一系列适用于新能源汽车的自卷式套管、波纹管、热收缩纺织套管、编织套管等产品，并取得了下游客户的订单。

凭借对新能源产品技术持续研发及不断提升定制化服务水平等有效举措，报告期内，公司的新能源汽车产品实现较快增长，销售金额分别为 2,698.73 万元、2,266.87 万元、5,206.72 万元和 4,192.67 万元，近三年复合增长率达 38.90%。公司新能源汽车产品已应用到主流新能源车车型，终端客户包括比亚迪、小鹏汽车、蔚来汽车、理想汽车、广汽集团、北汽集团等乘用车品牌以及金龙客车等商用车制造厂商。

新能源汽车行业发展日新月异，公司根据车型的工况条件和防护要求，提供定制化解决方案，实现与产品适配车型的同步研发，以期在下游客户相关车型推出同时，快速响应客户对于功能性保护套管产品配套供应需求。随着国家双碳战略的长久贯彻实施，公司新能源汽车产品收入有望随着下游应用行业的持续景气而保持增长。

5、未来客户的拓展将引入新的增量

公司经过多年的技术积累和市场开拓，凭借自身的产品和服务优势，与知名终端品牌商、零部件供应商建立了良好的合作关系，并取得多家合资品牌和国内自主品牌终端主机厂的认证，是国内少数同时进入国产、合资与外资品牌主机厂供应链体系的功能性保护套管企业之一。

在此基础上，公司现有业务版图中仍存在德系品牌车零部件、商用车零部件和国外主机厂零部件等市场缺口，尚需进一步加强对新客户的开发拓展。目前，公司未来客户拓展的部分计划和进展如下：

（1）取得戴姆勒奔驰、大众汽车集团的产品认可，以部分优势产品、小批量订单作为切入点，实现批量销售；

（2）凭借与盖茨工业、上汽通用和北美福特的合作经验，进一步树立海外市场口碑；拓展核心客户如安波福、古河电工和住友电工等集团的海外市场份额；

（3）随大量高铁、动车组、城市轨道交通线路车辆批量进入检修期，积极跟进各轨道交通运营单位运营维护产品需求，并做好产品配套工作。

综上所述，报告期内，公司在核心客户集团中主要交易主体的订单份额情况良好，从核心客户取得订单金额保持增长，主营产品处于国产化替代的红利期；公司通过不断开发客户集团中的其他潜在交易主体或者不断推出新产品，存量核心客户的销售仍具有较大增长空间；公司对于汽车等领域目标客户潜在订单需求进行持续开发，逐步补齐市场缺口，扩大市场份额；通过产品和技术研发，推出更多适用于新能源汽车等新兴应用领域的产品，以获得更多业务增量，因此，公司业务具有良好的成长性。

三、结合功能性保护套管在工程机械、轨道交通、通讯电子、医疗设备等其他领域预计市场规模或市场前景，说明发行人产品是否存在市场容量较小、未来增长受限的风险及具体依据。

（一）国内外汽车领域的市场空间达百亿级规模

2021年开始，由于下游市场需求的释放，全球汽车销售进一步回暖，根据国际汽车制造商协会统计数据，2021年全球汽车销量为8,268万辆，同比增长4.56%；根据国际能源机构（IEA）发布数据，2021年全球的电动汽车（EV）和混合动力汽车（PHV）的总销量达到近660万辆，刷新历史最高纪录。随着中国、巴西、印度为代表的新兴市场的汽车需求不断增长，全球汽车供应链产业整体仍处于增长态势。据中国汽车工业协会、光大证券研究所和华安证券研究所等机构预测，2025年全球及中国汽车市场销量有望分别达到9,033万辆和

3,000 万辆左右。

在碳达峰、碳中和的时代背景下，新能源汽车正凭借强大的节能、环保属性得到了消费者的青睐，市场渗透率逐步走高。根据国家工信部数据，2021 年我国新能源乘用车产量 309 万辆，约占全球市场份额一半；2022 年上半年我国新能源汽车产销分别完成 266.1 万辆和 260 万辆，同比均增长 1.2 倍，市场渗透率达 21.6%。此外，据彭博新能源财经《新能源汽车市场长期展望》预测，到 2025 年，全球新能源汽车销量将超过 2,000 万辆，其中，中国的销量将接近 1,000 万辆。

公司所处行业为细分市场领域，根据下游应用领域的市场数据，结合国内汽车产销量和功能性保护套管的单位价值等测算，2021 年度公司主营产品在主要应用领域汽车行业的国内市场规模约 50 亿元。全球市场方面，根据全球汽车的产销量和主要零部件汽车线束和管路系统的市场数据推算得出，公司主营产品在汽车行业的全球市场规模可达约 150 亿元。

新能源汽车领域的蓬勃发展为功能性保护套管带来了巨大的市场增量需求。特别是新能源汽车领域应用的智能化程度和系统集成度更高、工况更复杂，相关产品或装备涉及的线束系统和管路系统需要更高要求的安全防护。鉴于以上原因，相比于燃油汽车，应用于新能源汽车的功能性保护套管产品的单位价值更高，随着新能源汽车渗透率的持续上升，公司产品在汽车行业的整体市场规模有望进一步增加。根据前述关于汽车整体销量及新能源汽车销量的预测数据，假设新能源汽车耗用的功能性保护套管的单位价值不变，到 2025 年，公司主营产品在汽车行业的全球市场规模可进一步提升至约 190 亿元。

（二）工程机械、轨道交通、通讯电子以及医疗设备等其他领域的市场前景良好，有利于未来公司业务持续增长

除汽车外，公司主营产品在工程机械、轨道交通、通讯电子以及医疗设备等下游领域的应用场景繁多、终端设备类别众多且单机用量差异较大，故依据产销量和单机用量测算市场规模会导致精准度和参考价值非常有限。

公司的功能性保护套管产品是广大下游终端设备提高安全系数、延长使用寿命的重要零部件，在工程机械、轨道交通和通讯电子等领域具有广阔的市场应

用基础，产品质量、性能和需求亦将不断提升，市场前景良好，预计市场规模和发展空间仍将得到进一步扩展。

1、工程机械领域的市场前景

工程机械涵盖挖掘机械、混凝土机械、筑养路机械等 20 个品类，主要可用于基础设施建设、房地产开发、大型工程、抢险救灾、交通运输、自然资源采掘等方面，工程机械行业俨然是我国国民经济建设的重要支柱产业。

近年来，我国主要工程机械产品销售量大幅攀升，市场运行情况良好。以挖掘机、装载机、叉车等重要品类为例，根据《中国工程机械年鉴 2021》等公开资料，2015 年至 2021 年，挖掘机年销售量由 60,514 台增长至 342,784 台，复合增长率为 33.51%；装载机年销售量由 73,581 台增长至 140,509 台，复合增长率为 11.38%；叉车年销售量由 327,626 辆增长至 1,099,382 辆，年复合增长率为 22.36%。

在工程机械领域，公司功能性保护套管产品主要应用于发动机系统、液压动力系统、控制系统等，保障整车运行稳定性、耐久性和安全性等，出于国外在工程机械领域的安全及环保理念发展较早、相关行业规范和法律法规较完善等原因，当前国外市场对公司功能性保护套管的需求量较大，公司在工程机械领域的客户主要为盖茨工业等外资厂商。截至目前，公司已进入三一集团等国内知名的工程机械客户的供应商体系，随着国内工程机械设备需求的增长和安全防护意识的提升，未来国内工程机械领域对于公司产品的市场需求有望进一步得到释放。

2、轨道交通领域的市场前景

《“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要》中便明确提出要加快建设交通强国，优化铁路货客布局；同时根据《中长期铁路网规划》，到 2025 年，铁路网规模将达到 17.5 万公里；到 2030 年基本实现内外互通、区际多路畅通、省会高铁连通、地方快速通达、县域基本覆盖。此外，自 2008 年我国高铁开始投入运营到现在，高铁即将迎来检修高峰期，检修市场规模有望突破 200 亿元。

在轨道交通领域，公司功能性保护套管广泛应用于轨道交通领域，为普通铁路、高铁和城市轨道交通列车的线束系统提供耐磨、屏蔽、密封、防碎石冲

击、防火等安全防护，轨道交通领域的建设和维修需求预计将带动功能性保护套管市场需求的增长。

3、通讯电子领域的市场前景

近年来，国内“宽带中国”战略的推动、三网融合以及大规模 5G 建设的持续投入构成我国光纤光缆行业大发展的长期驱动要素，推动我国的光纤光缆行业进入新一轮的增长周期。根据中国信通院数据显示，2021 年我国数据中心行业市场收入达到 1,500.2 亿元，近三年年均复合增长率为 30.69%。此外，5G 时代小基站技术应用将推动通信基站的大规模建设需求，根据工信部统计数据，2021 年来我国 5G 网络建设进一步加快，2021 年底我国 5G 基站达到了 142.5 万个，全年新建超 65 万个。

公司功能性保护套管在通讯电子领域应用非常广泛多元，既可对网络数据中心、移动通讯系统、消费类电子产品等通讯设施提供针对性的安全防护功能，还可应用于消费电子领域，主要用于包覆家用电器线束、HDMI 线及电脑电源线等，可起到耐磨、整理等安全防护作用。我国的数字化转型、数据网络建设和消费电子市场的发展将为功能性保护套管市场提供良好的增长空间。

4、医疗设备及其他新兴领域的市场前景

随着制造强国战略和双碳战略的组织实施，我国大力发展航空航天、高性能医疗器械、海洋工程装备、高技术船舶、光伏以及风电等重点产品和重大装备产业，借此提升自主设计水平和系统集成能力，突破共性关键技术与工程化、产业化瓶颈。由于智能化程度和系统集成度更高、工况更复杂，相关产品或装备涉及的线束系统和流体管路系统需要更高要求的安全防护。

在医疗领域，高分子材料随着医学的发展得到广泛的应用，通常要求材料力学性能稳定且具备良好的抗菌性、生物相容性。介入诊疗导管、硅橡胶医用导管等材料在临床护理方面发挥着越来越重要的作用。根据 Market Research Future 预测，全球医用导管市场在 2017-2022 年以 6.14% 的增速增长至 468 亿美元。2020 年受新冠疫情刺激影响，医用导管需求井喷式放量，市场规模加速增长。在老龄化加速、新医改政策落实、医疗体系完善、医用导管技术发展等因素的驱动下，国内医疗器械市场保持较快的增长，根据国盛证券的预测，预计

国内医用导管市场将在 2022 年增至 943.40 亿元。当前，公司医疗导管新产品项目处于起步阶段，计划于 2022 年下半年投产，市场规模具有一定不确定性，随着顺利投产及不断开拓，将进一步拓宽公司产品的下游应用领域。

综上，根据相关测算，公司主营产品市场规模在国内外汽车市场已达百亿级规模，若叠加新能源汽车单车所使用公司主营产品价值以及未来渗透率进一步提高的影响，公司主营产品在汽车行业的市场容量有望进一步扩大。另一方面，公司主营产品在工程机械、轨道交通、通讯电子以及其他新兴应用领域的市场应用前景广阔，预计市场规模和发展空间仍将得到进一步扩展，不存在未来增长受限的情形。

【中介机构核查情况】

一、核查程序

1、查询发行人主要竞争对手的产品价格信息，与发行人管理层进行访谈，了解发行人产品定价策略、成本优势及价格竞争优势等情况，访谈主要核心客户，了解核心客户对发行人产品价格的评价情况等；

2、取得并查阅发行人销售明细、主要客户相关资料，访谈发行人销售负责人，了解发行人对核心客户的订单及收入情况、未来客户拓展的计划、下游应用领域的市场前景等情况，访谈并与主要核心客户确认发行人占该客户同类产品采购占比等相关情况；

3、查询发行人主营产品下游应用领域的市场报告等公开资料，与发行人管理层进行访谈，了解发行人产品技术和工艺特点、具体应用，复核发行人提供的产品市场规模测算资料，了解发行人主营产品在各应用领域的市场规模或市场前景。

二、核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、外资优势跨国公司为国内高品质功能性保护套管市场建立了较高的价格标杆，发行人采取“一客一议”和跟随型定价策略。发行人的研发、生产基地等主要经营场所位于国内，且布局在汽车产业等下游应用领域较为集中的区域，

并实现了重要原材料之一单丝的自产，具备一定的成本优势。以上定价策略及成本优势有利于发行人主营产品形成和保持一定的价格优势。发行人主营产品价格优势获得了主要核心客户的认可，具有较强的市场竞争力；

2、报告期内，发行人在主要核心客户集团中主要交易主体的订单份额情况良好，从核心客户取得订单金额保持增长，主营产品处于国产化替代的红利期；发行人通过不断开发客户集团中的其他潜在交易主体或者不断推出新产品，存量核心客户的销售仍具有较大增长空间；发行人对于汽车等领域目标客户潜在订单需求持续开发，逐步补齐市场缺口，扩大市场份额；通过产品和技术研发，推出更多适用于新能源汽车等新兴应用领域的产品，以获得更多业务增量，因此，发行人业务具有良好的成长性；

3、根据相关测算，发行人主营产品市场规模在国内外汽车市场已达百亿级规模，若叠加新能源汽车单车所使用发行人主营产品的价值以及未来渗透率进一步提高的影响，发行人主营产品在汽车行业的市场容量有望进一步扩大。另一方面，发行人主营产品在工程机械、轨道交通、通讯电子以及其他新兴应用领域的市场应用前景广阔，预计市场规模和发展空间仍将得到进一步扩展，不存在未来增长受限的情形。

问题 2、关于收入与客户

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期内，发行人功能性保护套管销售收入快速增长，但产销率有所下滑；2020 年单丝销售收入同比增长 97.49%，2021 年则较为平稳。发行人收入分布存在一定季节性，其中 2020 年第四季度占比较高。

(2) 发行人客户数量多、集中度低，各期新增和退出客户数量均超过 700 家；发行人对贸易商客户采用买断式销售，报告期内贸易商客户数量在 300 家左右，各期新增和退出较多，年销售规模在 10 万元以下的贸易商数量占比超过 70%并以境外为主、核查配合度较低，部分贸易商通过电商平台或商超平台销售。

(3) 发行人的子公司和分公司较多，包括昆山骏鼎达、深圳杰嘉、武汉分

公司、重庆分公司等。

(4) 发行人在部分销售合同中约定质保条款。

请发行人：

(1) 区分应用领域说明主要产品销售收入增长与下游行业景气度变化是否匹配；区分境内主要地区列示对应客户数量、实现销售收入及占比，结合细分客户收入变动、发行人产业布局、市场拓展等，分析说明各区域销售收入变动的原因及合理性。

(2) 结合报告期各期主要客户需求变动、发行人新增订单、细分产品产销率、产品单价及销量变动，分析说明各类功能性套管收入增长的原因及合理性、2020年单丝销售收入大幅增长但2021年相对稳定的原因。

(3) 结合上述问题、在手订单、与主要客户协议续签安排及进展、下游行业景气度，进一步分析说明与相关客户合作的稳定性，未来收入增长是否具备可持续性。

(4) 对比同行业可比公司收入的季节性分布分析差异原因，结合客户订单进一步说明2020年第四季度销售收入占比较高的合理性、相关收入确认时点是否准确。

(5) 说明2022年上半年业绩情况，并结合疫情影响、各主要子公司及分公司运营情况、原材料价格变动等分析主要财务数据的变动情况及原因。

(6) 结合各应用领域与主要客户销售合同中的质保条款内容、售后维修及保修费用的实际发生情况，说明未计提预计负债的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并详细说明：

(1) 对销售金额在50万元以下客户的核查程序、核查方法、核查比例及核查结论。

(2) 对退出贸易商客户最终实现销售实施核查的具体情况及其核查结论，在销售金额10万元以下贸易商占比较高且贸易商核查配合度较低情况下的替代测试程序是否充分，贸易商客户收入是否真实。

(3) 对通过电商平台或商超平台进行销售的贸易商客户的核查程序、核查

方法、核查比例，“主要贸易商客户不存在为发行人囤货的情形”的结论依据是否充分。

(4) 对外销各国家/地区实现销售收入的核查方法及核查比例，外销收入是否真实。

【发行人回复】

一、区分应用领域说明主要产品销售收入增长与下游行业景气度变化是否匹配；区分境内主要地区列示对应客户数量、实现销售收入及占比，结合细分客户收入变动、发行人产业布局、市场拓展等，分析说明各区域销售收入变动的原因及合理性

(一) 公司主要产品销售收入增长与下游行业景气度变化基本匹配

报告期内，公司主要产品在各应用领域的销售收入整体呈现增长趋势，具体情况如下：

单位：万元

主要产品	应用领域	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
		销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
功能性保护套	汽车	11,014.32	14.95%	20,147.20	41.53%	14,235.38	22.06%	11,662.49
	工程机械	3,351.49	14.16%	6,084.85	91.54%	3,176.84	-14.69%	3,723.66
	通讯电子	2,796.53	0.72%	5,678.35	34.88%	4,209.78	10.02%	3,826.23
	轨道交通	954.93	26.51%	2,028.15	14.54%	1,770.66	2.73%	1,723.68
功能性单丝	厨卫	519.04	-42.79%	1,687.28	2.55%	1,645.26	100.59%	820.22

除 2020 年工程机械行业收入受境外疫情影响下滑外，公司各应用领域的收入变动情况与下游行业景气度变化相匹配，具体情况分析如下：

1、汽车行业

报告期内，汽车行业是公司产品最主要的应用领域，公司在汽车行业的收入持续增长，该增长趋势与汽车行业的景气度，尤其是新能源汽车行业的高景气度相匹配：

(1) 根据中国汽车工业协会统计数据，2019 至 2022 年上半年，我国汽车产量分别为 2,577 万辆、2,531 万辆、2,627 万辆、1,205.7 万辆，整体呈现稳中有增的发展态势；

(2) 近年来，我国作为新能源汽车行业革新的重要参与者，市场规模不断发展壮大。根据国家统计局数据，2022 年上半年我国新能源汽车产量同比增长高达 111.2%；根据国家工信部数据，2021 年我国新能源乘用车产量 309 万辆，约占全球市场份额一半，全球新能源汽车前十畅销车型中国品牌占据六席。

2020 年至 2022 年上半年，公司各类新能源汽车产品销售收入分别为 2,266.87 万元、5,206.72 万元、4,192.67 万元，2021 年、2022 年上半年同比增长分别为 129.69%、122.89%，呈现快速增长趋势。

2、工程机械

报告期内，国内工程机械行业景气度持续向好，以挖掘机为例，根据《中国工程机械年鉴 2021》等公开资料，2019 年至 2021 年，挖掘机年销售量分别为 235,695 辆、327,605 辆、342,784 辆，各年均保持增长，公司 2020 年工程机械收入有所下滑，与景气度不一致，主要原因系：

公司工程机械行业境外收入占比相对较高，各期均高于 50%。受 2020 年新冠疫情在境外持续蔓延的影响，公司 2020 年工程机械行业收入有所下降。

3、通讯电子

报告期内，公司在通讯电子行业的收入持续增长，该增长趋势与通讯电子行业的景气度相匹配：

近年来，国内“宽带中国”战略的推动、三网融合以及大规模 5G 建设的持续投入构成我国光纤光缆行业大发展的长期驱动要素，推动我国的光纤光缆行业进入新一轮的增长周期。根据中国信通院数据显示，2021 年我国数据中心行业市场收入达到 1,500.2 亿元，近三年年均复合增长率为 30.69%。

4、轨道交通

报告期内，公司在轨道交通行业的收入持续增长，该增长趋势与轨道交通行业的景气度相匹配：

(1) 我国高铁营业里程仍处于不断扩大的状态下，根据交通运输部、中国国家铁路集团有限公司、国家铁路局统计数据，2019-2021 年我国高铁营业里程分别为 3.5 万公里、3.8 万公里、4.0 万公里。

(2) 我国城市轨道交通运营总长度逐步攀升，根据中国城市轨道交通协会数据显示，2019-2021 年我国城市轨道交通运营线路总长度分别为 6,736.2 公里、7,969.7 公里、9,206.8 公里。

5、厨卫行业

公司功能性单丝基本在境内销售，客户主要为国内厨卫软管的生产商，厨卫行业受到地产行业景气度的影响，根据国家统计局数据，报告期内房地产开发投资完成额分别为 7.52 万亿元、8.19 万亿元、8.89 万亿元、4.03 万亿元，2020 年至 2022 年 1-6 月建筑及装潢材料零售额同比增长率分别为 12.90%、7.50%、-4.90%。

报告期内，公司功能性单丝呈现先升后降的趋势，与地产行业的景气度变化一致，受房地产调控政策影响，2022 年以来房地产行业景气度有所下降，故公司功能性单丝销售下降幅度较大。

鉴于功能性单丝报告期各期的销售收入占公司营业收入的比重均未超过 6%，功能性单丝的销售收入波动对公司整体经营业绩的影响较小。另外，在单丝销售订单减少的情况下，公司可以将更多的单丝生产产能用于生产自用单丝，从而减少外购单丝的数量和金额，2022 年上半年，公司外购单丝的金额为 483.68 万元，同比下降 39.27%，单丝自产比例的提高有利于降低公司原材料采购成本。

综上所述，公司主要产品销售收入增长与下游行业景气度变化基本匹配。

(二) 公司境内主要区域收入与细分客户收入变动、公司市场拓展等因素一致，具有合理性

报告期内，公司境内各区域客户数量、收入及占比情况如下：

单位：万元

主要区域	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度		
	客户数量	销售金额	占比	客户数量	销售金额	占比	客户数量	销售金额	占比	客户数量	销售金额	占比
华东地区	655	6,842.84	40.37%	902	14,475.31	43.36%	850	10,390.77	41.99%	869	8,149.38	40.68%
华南地区	441	5,171.49	30.51%	567	8,826.05	26.44%	556	6,521.03	26.35%	624	5,538.91	27.65%
华中地区	171	2,061.35	12.16%	209	4,223.04	12.65%	192	2,664.88	10.77%	181	1,910.19	9.54%
西南地区	117	1,444.92	8.52%	143	2,187.95	6.55%	134	1,295.57	5.24%	109	796.95	3.98%

主要区域	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度		
	客户数量	销售金额	占比	客户数量	销售金额	占比	客户数量	销售金额	占比	客户数量	销售金额	占比
华北地区	111	945.59	5.58%	148	2,160.55	6.47%	147	2,213.46	8.95%	157	2,106.85	10.52%
东北地区	43	308.37	1.82%	63	891.04	2.67%	64	953.31	3.85%	64	939.00	4.69%
西北地区	15	176.24	1.04%	27	617.67	1.85%	31	704.45	2.85%	26	590.34	2.95%
合计	1,553	16,950.80	100.00%	2,059	33,381.62	100.00%	1,974	24,743.48	100.00%	2,030	20,031.61	100.00%

注：上表中的客户数量为单体客户的数量，同一实控人控制下的客户未合并计算

公司境内市场下游行业主要集中在汽车、通讯电子、轨道交通等应用领域，涉及的主要客户集中在华东、华南地区，报告期内，公司上述两个区域合计收入占境内收入比重分别为 68.33%、68.35%、69.80%和 70.88%，公司境内主要销售区域的分布与当地经济发展水平、产业布局特点相符。

报告期各期，华东地区、华南地区系公司境内主要销售区域，上述销售区域的销售收入变动情况如下：

单位：万元

主要区域	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	销售金额	销售金额同期变动比例	销售金额	销售金额同期变动比例	销售金额	销售金额同期变动比例	销售金额
华东地区	6,842.84	5.55%	14,475.31	39.31%	10,390.77	27.50%	8,149.38
华南地区	5,171.49	28.13%	8,826.05	35.35%	6,521.03	17.73%	5,538.91

公司主要销售区域的产业布局、公司市场开拓情况及区域内主要客户需求变动等情况具体如下：

1、华东地区

2019至2021年，公司华东地区收入快速增长，主要原因系：

(1) 华东地区汽车产业基础雄厚，汽车产业体系健全，可供开发的客户众多。整车生产企业上汽集团、吉利集团、奇瑞汽车、特斯拉等在华东地区建设有生产基地；同时，上海也是我国重要的汽车零配件生产基地，安波福、大陆集团等汽车零部件巨头中国总部均设在上海。

(2) 公司通过设立属地化的子公司，加大对华东地区客户的开发。为实现更快的信息获取以及客户响应目标，公司分别于2013年成立昆山骏鼎达、2022年成立苏州骏鼎达，在当地设立生产基地、销售团队，缩短与客户的距离，

深耕该区域市场，客户数量由 2019 年的 869 家增加至 2021 年的 902 家。

(3) 公司聚焦大客户需求，通过开拓新的合作产品类别及集团型客户内的其他交易主体等方式，进一步拓展与大客户合作的深度与广度，报告期内，华东地区前五大客户的合计收入及占比逐步提升，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
安波福	439.14	6.42%	1,276.84	8.82%	1,088.71	10.48%	214.52	2.63%
安费诺	429.46	6.28%	351.72	2.43%	205.07	1.97%	191.73	2.35%
美晨生态	409.02	5.98%	746.92	5.16%	440.44	4.24%	354.77	4.35%
乐清市八达光电科技股份有限公司	345.87	5.05%	456.68	3.15%	171.77	1.65%	405.02	4.97%
温州明德	252.41	3.69%	670.58	4.63%	532.56	5.13%	269.44	3.31%
合计	1,875.90	27.41%	3,502.73	24.20%	2,438.55	23.47%	1,435.48	17.61%

注：上表中前五大客户是指报告期内华东地区合计销售收入前五大的客户

受 2022 年第二季度上海疫情的影响，部分华东区域客户生产基地停工停产，相应减少了对公司产品的采购，导致 2022 年上半年公司华东地区的收入增长有所放缓。

2、华南地区

报告期内，公司华南地区收入快速增长，主要原因系：

(1) 珠三角地区经济发达，传统汽车工业基础雄厚，整车生产企业包括广汽集团、广汽本田、广汽丰田，华南地区车企日系品牌集中，广汽本田及广汽丰田等日系厂商在中国的总部均设在珠三角地区，受此影响，公司在本地地区的客户开拓中，与日系品牌客户合作较多。同时，比亚迪等总部设在珠三角的新能源车企近年来发展迅猛，直接或间接来自上述客户的采购订单快速增长。

报告期内，公司日系直接客户主要为住友电工、古河电工、矢崎总业株式会社（以下简称“矢崎”）等，公司产品通过上述一级供应商最终供应至广汽本田、东风本田、东风日产等汽车厂商，公司对上述主要日系直接客户境内交易主体的销售收入情况如下：

单位：万元

直接客户	主要终端汽车厂商	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
		销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
住友电工	广汽本田、东风本田	566.96	-14.14%	1,215.91	-2.74%	1,250.17	71.08%	730.74
古河电工		377.17	18.30%	618.50	0.94%	612.76	1.36%	604.54
小计		944.13	-3.58%	1,834.41	-1.53%	1,862.94	39.52%	1,335.27
矢崎	东风日产	111.80	-11.84%	290.26	58.50%	183.13	108.56%	87.81
合计		1,055.93	-4.52%	2,124.67	3.84%	2,046.07	43.78%	1,423.08

注：以上直接客户均为国际大型汽车零配件厂商，上表中的销售金额为公司与上述集团型客户境内主体的交易金额

报告期内，公司产品对应的主要日系汽车厂商零售销量情况如下：

单位：辆

终端日系厂商	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	销量	增长率	销量	增长率	销量	增长率	销量
广汽本田	352,671	-3.49%	770,406	-4.48%	806,546	5.43%	765,025
东风本田	328,024	-22.25%	793,272	-3.31%	820,393	3.99%	788,916
小计	680,695	-13.55%	1,563,678	-3.89%	1,626,939	4.70%	1,553,941
东风日产	444,705	-21.90%	1,134,889	-6.35%	1,211,893	-6.26%	1,292,871

数据来源：中国汽车流通协会

公司对日系直接客户的销售收入变动通常取决于多个方面，具体包括：①终端需求，终端车型产销量的增加将会相应地增加对于上游汽车零配件的采购需求；②直接客户的市场份额，各主机厂商通常会与多个同类产品的一级供应商进行合作，公司的各直接客户在终端主机厂的市场份额的变动也将显著影响其对于公司产品的采购；③公司在直接客户中的市场份额，与主机厂类似，一级供应商也会同时合作和储备多家同类产品的二级供应商。公司一般通过提高产品渗透率以及开发该直接客户集团内其他交易主体等方式提升或者保持市场份额。

2019年至2021年，广汽本田、东风本田、东风日产的销量整体较为稳定且有小幅下滑。其中，2020年，公司产品在住友电工及矢崎等直接客户的市场份额有较为明显的提升，从而使得公司对于上述直接客户的销售金额增幅较大；2021年，公司对住友电工和古河电工的销售收入保持稳定。随着公司产品在矢崎的市场份额进一步提升，公司对于矢崎的销售金额保持了较高幅度的增长，

但整体交易规模较小。

2022年1-6月，受新能源汽车放量对于传统燃油汽车冲击等因素的影响，公司产品对应的主要日系品牌汽车的整体销售量均有一定程度的下滑。虽然公司对在上述直接客户同类供应商中的市场份额保持稳定，但受终端主机厂需求减少的影响，公司当期对于日系直接客户的销售金额也相应有所下降。

(2) 深圳骏鼎达成立于2004年，为公司总部所在地，另外，公司分别于2017年成立东莞骏鼎达、2020年成立江门骏鼎达，在深圳、东莞、江门均设有生产基地，并在华南区域配有完善的销售团队，经过多年市场开拓，凭借优质的产品和服务，公司积累了包括比亚迪、住友电工、泰科电子等数量众多的优质客户。

(3) 公司聚焦大客户需求，通过开拓新的合作产品类别及集团型客户内的其他交易主体等方式，进一步拓展与大客户合作的深度与广度，报告期内，华南地区前五大客户合计收入及占比逐步提升，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
比亚迪	1,200.53	23.21%	1,061.27	12.02%	224.08	3.44%	194.24	3.51%
住友电工	566.96	10.96%	1,214.91	13.77%	1,250.17	19.17%	730.74	13.19%
泰科电子	422.70	8.17%	501.78	5.69%	223.10	3.42%	153.16	2.77%
深圳市得润电子股份有限公司	248.83	4.81%	444.19	5.03%	244.80	3.75%	330.90	5.97%
特发信息	178.35	3.45%	224.58	2.54%	308.33	4.73%	236.37	4.27%
合计	2,617.37	50.61%	3,446.72	39.05%	2,250.49	34.51%	1,645.41	29.71%

注：上表中前五大客户是指报告期内华南地区合计销售收入前五大的客户

公司在华南地区市场布局完善，以深圳为总部基地，以东莞、江门为支点深耕华南市场，建立了本地化的市场与服务团队。汽车领域内，除进一步巩固与该区域内日系品牌汽车供应商的合作关系外，公司加大了对于新能源汽车行业客户及产品的开发，以比亚迪为代表的新能源汽车行业客户的销售订单大幅增加。截至2022年6月末，公司华南地区在手订单金额分别为2,120.71万元，同比增长37.38%，在手订单充足且保持增长态势，未来收入具有可持续性。

综上所述，公司境内主要区域收入增长与区域产业布局特点、区域内客户

的需求变动以及公司的市场拓展等因素息息相关，具有合理性。

二、结合报告期各期主要客户需求变动、发行人新增订单、细分产品产销率、产品单价及销量变动，分析说明各类功能性套管收入增长的原因及合理性、2020年单丝销售收入大幅增长但2021年相对稳定的原因

（一）受境内新能源行业持续景气、境外疫情、产品结构改善等因素的影响，公司报告期内各类功能性保护套管整体保持增长

报告期各期，公司各类功能性保护套管的销售收入、产销率情况如下：

单位：万元

主要产品	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度	
	收入	收入同比增长比率	产销率	收入	收入同比增长比率	产销率	收入	收入同比增长比率	产销率	收入	产销率
纺织套管	8,986.33	11.14%	102.39%	17,223.52	42.59%	93.02%	12,079.13	5.33%	98.65%	11,468.40	96.22%
编织套管	5,162.64	17.61%	104.59%	9,313.76	46.85%	90.12%	6,342.30	11.94%	90.63%	5,665.58	99.33%
挤出套管	3,654.15	18.24%	98.26%	6,488.27	45.57%	99.52%	4,457.25	6.11%	95.98%	4,200.63	98.84%
复合套管	1,587.59	-12.63%	91.97%	3,886.62	35.25%	94.46%	2,873.62	61.01%	95.59%	1,784.77	80.78%
合计	19,390.71	11.55%	101.63%	36,912.17	43.34%	93.83%	25,752.30	11.39%	94.20%	23,119.37	98.16%

注：部分复合套管的规格与其它商品差别较大，无法统一度量衡，但该部分收入占比低，影响较小，因此在计算产销率时对该部分进行了剔除

报告期内，公司各功能性套管的产销率较高，公司产出的产品适销情况良好，与公司实际经营情况一致。2020年、2021年产销率有所下降主要原因系：随着下游客户订单快速增加，为满足客户的供货需求并保证供货效率，公司加大了主要生产产品的生产力度，至期末，部分产品尚未交付给客户或达到收入确认条件实现销售所致。

2022年1-6月，受华东地区疫情的影响，公司主要生产基地之一昆山骏鼎达停工约1个月，导致部分产品产销率超过100%。

报告期内，公司根据订单情况，并通过购置生产设备、优化工艺等方式持续增加生产产能以满足订单生产，新建的江门骏鼎达已于2022年6月建设完成并投入使用，因此，公司的产品销售不存在产能受限的情况。

报告期内，公司持续拓展与存量客户的业务合作，同时不断开发新客户，使得主营产品在不同应用领域的销售整体呈现增长趋势，具体如下：

1、纺织套管

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，公司纺织套管的销售收入分别同比增加 610.72 万元、5,144.39 万元和 900.59 万元，同比增幅分别为 5.33%、42.59%和 11.14%，呈现持续增长的趋势。

报告期内，公司纺织套管的收入变动主要受境内新能源汽车等行业需求增加、境外疫情变动引起的客户需求变化等因素影响，具体如下：

（1）2020 年，受境外疫情及停工、停产的影响，公司纺织套管的主要境外客户盖茨工业、Zippertubing、益升华等减少了对公司纺织套管的订单，境外纺织套管的销售收入由 2019 年的 3,796.10 万元下降至 2020 年的 2,863.10 万元，受此影响，公司该年度的纺织套管销售收入增速较低；

（2）2021 年，盖茨工业、Zippertubing、益升华等主要境外客户因新冠疫情而推迟的生产计划、采购需求重新启动，且随着合作深入，公司产品质量及服务获得上述客户的认可，公司对该等客户的销售金额随之大幅增加；同时，随着新能源汽车等行业的需求快速增加，公司纺织套管的内销收入也保持增长趋势。

2、编织套管

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，公司编织套管的销售收入分别同比增加 676.72 万元、2,971.47 万元和 773.10 万元，同比增幅分别为 11.94%、46.85%和 17.61%，呈现持续增长的趋势。

报告期内，公司编织套管的收入变动主要受境内新能源汽车等行业需求增加、境外疫情变动引起的客户需求变化等因素影响，具体如下：

（1）报告期内，公司编织套管单价分别为 1.01 元/米、1.04 元/米、1.14 元/米、1.25 元/米，持续上涨，主要原因系 2020 年下半年以来，新能源汽车行业持续利好，相关客户向公司采购了较多单价较高的金属编织套管以满足新能源汽车线束的屏蔽等性能需求，受此影响，公司报告期内境内编织套管收入持续增长；

（2）与纺织套管类似，2020 年，受境外疫情及停工、停产的影响，编织

套管境外客户减少了对公司编织套管的订单，受此影响，公司该年度的编织套管收入增速较低；2021年，境外客户因新冠疫情而推迟的生产计划、采购需求重新启动，公司对境外客户的编织套管的销售收入大幅上升。

3、挤出套管

2020年度、2021年度和2022年1-6月，公司挤出套管的销售收入分别同比增加256.62万元、2,031.01万元和563.76万元，同比增幅分别为6.11%、45.57%和18.24%，呈现持续增长的趋势。

报告期内，公司挤出套管收入的变动主要受产品结构变化、新能源汽车行业需求增加等因素的影响，具体如下：

(1) 报告期内，公司挤出套管单价分别为0.88元/米、0.89元/米、0.98元/米、1.03元/米，持续上涨，主要原因系：

①新开发产品持续放量，螺旋管系公司新开发的挤出套管类产品，该产品在报告期内获得盖茨工业等客户的订单，持续放量，该产品主要应用于工程机械领域，相比于其他类型的挤出套管，螺旋管的厚度更厚、口径更大，因此单价较高；

②应用领域的变化，2020年下半年以来，新能源汽车行业持续利好，公司波纹管中来自新能源汽车行业的订单持续增加，因新能源汽车对波纹管性能要求高，且规格较大，单价较高。

(2) 报告期内，公司加大对新能源汽车行业客户的开拓，相关产品已直接或间接进入比亚迪、蔚来、小鹏、理想等新能源整车厂商的供应链体系，随着新能源汽车行业的快速发展，来源于该应用领域客户的订单数量、产品销量增加。

4、复合套管

2020年度、2021年度和2022年1-6月，公司复合套管的销售收入分别同比增加1,088.86万元、1,012.99万元和减少229.50万元，同比分别提升61.01%、35.25%和下降12.63%。

2019至2021年，公司复合套管的收入变动主要受产品结构变化带来的单价、销量变化影响：

2019 至 2021 年，安波福等客户增加了对公司的隔热型复合套管的采购，隔热型复合套管的销售金额占复合套管总销售收入的比例分别为 23.32%、44.40%、49.36%，销售数量和金额增长较快。隔热型复合套管原材料包括铝箔、玻纤等多种材料，单价较高。

2022 年 1-6 月，复合套管销售收入同比下降的原因主要系：受 2022 年第二季度华东地区疫情的影响，安波福等华东地区的客户停工停产，进而减少了对公司复合套管的采购。

综上所述，2022 年上半年，受华东地区疫情影响，复合套管收入有所下降，除此之外，受境内新能源行业持续景气、产品结构改善等因素的影响，公司报告期内各类功能性保护套管持续增长。

（二）分析说明 2020 年单丝销售收入大幅增长但 2021 年相对稳定的原因

公司自主生产的尼龙 6 等材质的功能性单丝可直接向厨卫软管生产企业销售，作为原材料编织在软管外表面，起到耐磨、抗爆破等安全防护功能。公司掌握尼龙 6 等卫浴单丝的改性技术，制备的功能性单丝产品能够满足室内外紫外光照条件下的特殊应用要求，例如，按照 GB/T16422.3 标准，卫浴单丝产品可在辐照度 $0.76\text{W}/\text{m}^2/\text{nm}@340\text{nm}$ 的曝光环境下持续测试 96 小时后不发生变色、脆裂等现象。相比于金属等材质编织的卫浴软管，使用公司卫浴单丝所制备的卫浴软管的耐磨、抗爆破等性能更为优越，且柔软度更好、重量更轻，在抽拉时所产生的噪音更小。

报告期内，公司功能性单丝的销售收入分别为 870.66 万元、1,719.50 万元、1,772.93 万元和 551.71 万元,功能性单丝销售收入各期波动的主要原因具体如下：

1、受部分客户因内部组织架构调整而更换采购地等因素的影响，公司 2020 年功能性单丝收入大幅增长但 2021 年相对稳定

报告期内，公司功能性单丝的销售收入的波动主要由莱仕普集团采购公司单丝的订单金额变动导致，报告期内，公司向莱仕普集团销售的功能性单丝的金额分别为 146.42 万元、490.68 万元、94.77 万元和 0.00 万元，波动较大。公司对该客户销售收入波动的原因：公司最早是与莱仕普集团境内主体海南莱仕普卫浴有限公司交易，2020 年，莱仕普集团对内部组织架构进行了调整，向

公司采购的主体由海南莱仕普卫浴有限公司变更为境外主体 LSP Products Group, Inc., 并随后注销了境内主体海南莱仕普卫浴有限公司。由于 LSP Products Group, Inc.经营地为境外, 导致其向公司采购功能性单丝的运输成本较高, 2021年, LSP Products Group, Inc.基于节省运输成本等原因就近选择了境外的其他供应商, 随后不再向公司采购。

剔除上述对莱仕普集团销售收入的影响, 2019年至2021年, 公司功能性单丝的销售收入分别为724.24万元、1,228.82万元和1,678.15万元, 保持较快速增长。

2、受厨卫行业市场需求变动的影响, 公司2022年上半年功能性单丝销售金额有所下降, 但对公司整体经营业绩影响较小

2022年1-6月, 受厨卫行业市场需求下降, 公司功能性单丝的销售收入同期减少403.09万元, 下降42.22%。鉴于功能性单丝报告期各期的销售收入占公司营业收入的比重均未超过6%, 功能性单丝的销售收入波动对公司整体经营业绩的影响较小。另外, 在单丝销售订单减少的情况下, 公司可以将更多的单丝生产产能用于生产自用单丝, 从而减少外购单丝的数量和金额, 2022年上半年, 公司外购单丝的金额为483.68万元, 同比下降39.27%, 单丝自产比例的提高有利于降低公司原材料采购成本。

三、结合上述问题、在手订单、与主要客户协议续签安排及进展、下游行业景气度, 进一步分析说明与相关客户合作的稳定性, 未来收入增长是否具备可持续性

(一) 公司主要客户在手订单充足, 合作时间长且大部分已签订长期合作协议, 合作关系稳定

截至2022年6月30日, 公司在手订单金额为8,519.20万元, 在手订单充足, 其中, 报告期各期前五大客户的在手订单、协议签订情况具体如下:

单位: 万元

集团客户名称	截至2022年6月底在手订单金额	主要单体客户	合作开始时间	合同有效期	合同金额	履行情况
比亚迪	907.77	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	2009年	长期有效	以订单为准	正在履行
安波福	359.97	安波福电气系统有	2019年	2019.12.30-2023.12.31	以订单	正在

集团客户名称	截至2022年6月底在手订单金额	主要单体客户	合作开始时间	合同有效期	合同金额	履行情况
		限公司			为准	履行
		Hellermann Tyton GmbH	2012年	未签订框架合同，以客户实际下达订单为准	以订单为准	正在履行
中车集团	259.24	株洲中车时代电气股份有限公司	2015年	采购产品最终保证期限届满日期即为合同的终止日期	以订单为准	正在履行
住友电工	161.13	港电商贸（深圳）有限公司	2015年	一年，合同届满180天前任何一方未书面表明异议，合同延续一年，以此类推	以订单为准	正在履行
Zippertubing	154.58	Zipper-Technik GmbH	2008年	2020.01.01-2024.12.31	以订单为准	正在履行
古河电工	93.73	武汉古河汽车系统有限公司	2015年	一年，合同期满的3个月前双方均未提出终止合同的，则每年自动更新，存续一年	以订单为准	正在履行
益升华	80.53	Essentra Plastics LLC	2013年	一年，到期后自动续期，除非提前3个月通知终止	以订单为准	正在履行
鹏翎股份	67.22	天津鹏翎集团股份有限公司	2019年	2020.01.01-2022.12.31，合同届满一个月内无异议，合同延续一年，以此类推，最高不超过5年	以订单为准	正在履行
盖茨工业	50.67	Gates Corporation	2017年	2020.08.10-2021.08.11，合同到期后自动续期，每次续期12个月，除非一方在现行期限结束之前，提前至少30天发出不续期书面通知	以订单为准	正在履行
合计	2,134.84	——	——	——	——	——

截至 2022 年 6 月 30 日，上述主要客户在手订单合计为 2,134.84 万元，主要客户在手订单充足，为公司收入的持续增长带来动力。

公司与主要客户的合作时间多数超过五年，部分客户如比亚迪、安波福的合作时间已超过十年，优质且稳定的客户资源为公司收入增长的可持续性提供了有效保障。汽车、工程机械、轨道交通等公司产品下游应用行业对零部件的性能指标要求较高，对供应商管理的体系较为严格，出于对产品质量稳定性、转换成本等方面的综合考虑，客户一般不会轻易更换供应商，且公司已与大部分主要客户签订了长期合作协议，合作稳定性较高。

（二）公司报告期内功能性保护套管产品销售收入持续增长、在手订单充足、与主要客户合作稳定、下游行业发展趋势良好，未来收入增长具备可持续性

1、报告期内，公司功能性保护套管产品销售收入持续增长，发展态势良好

报告期内，公司功能性保护套管产品的销售收入呈现增长趋势，详见本题

回复之“发行人回复”之“二、结合报告期各期主要客户需求变动……”。

2022 年上半年，在华东地区疫情对汽车等产业造成较大影响的情况下，公司实现销售收入 23,885.02 万元，同比增长 8.45%，净利润 5,352.87 万元，同比增长 9.12%，公司 2022 年上半年度经营状况良好，营业收入和净利润保持稳步增长，展现了良好的发展态势。

2、公司在手订单充足，与主要客户合作稳定

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在手订单金额为 8,519.20 万元，在手订单充足，未来收入具有可持续性。

公司与主要客户合作稳定，为公司收入的持续增长带来动力，详见本题回复之“发行人回复”之“三、上述问题、在手订单……”之“（一）公司主要客户在手订单充足……”。

3、公司下游行业景气度和发展趋势良好

公司下游行业景气度和发展趋势良好，公司未来收入增长具备可持续性，具体分析详见本回复之“问题 2、关于收入与客户”之“发行人回复”之“一、区分应用领域说明主要产品销售收入……”之“（一）公司主要产品销售收入……”。

综上所述，公司报告期内功能性保护套管收入持续增长，发展态势良好，在手订单充足，与主要客户合作稳定，下游行业景气度和发展趋势良好，公司未来收入增长具备可持续性。

四、对比同行业可比公司收入的季节性分布分析差异原因，结合客户订单进一步说明 2020 年第四季度销售收入占比较高的合理性、相关收入确认时点是否准确

（一）报告期各期，公司各季度收入占比与可比公司均较为匹配，不存在重大差异

报告期内，公司与可比公司各季度收入占比情况对比如下：

年份	项目	必得科技	天普股份	沃尔核材	科创新源	合兴股份	泛亚微透	超捷股份	平均值	公司
2022年	第一季度	37.96%	52.74%	45.49%	46.84%	53.42%	51.37%	55.38%	49.03%	48.71%

年份	项目	必得科技	天普股份	沃尔核材	科创新源	合兴股份	泛亚微透	超捷股份	平均值	公司
1-6月	第二季度	62.04%	47.26%	54.51%	53.16%	46.58%	48.63%	44.62%	50.97%	51.29%
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2021年	第一季度	19.27%	27.69%	21.77%	25.18%	22.22%	21.77%	23.66%	23.08%	22.25%
	第二季度	33.55%	22.80%	25.13%	27.64%	24.96%	23.34%	25.19%	26.09%	25.08%
	第三季度	16.28%	23.13%	25.60%	26.76%	23.91%	21.45%	24.94%	23.15%	26.86%
	第四季度	30.90%	26.38%	27.50%	20.42%	28.90%	33.44%	26.21%	27.68%	25.81%
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2020年	第一季度	11.78%	20.39%	16.75%	19.54%	16.63%	15.11%	16.95%	16.74%	15.63%
	第二季度	33.62%	21.71%	24.44%	32.25%	21.95%	24.46%	23.63%	26.01%	24.96%
	第三季度	20.69%	25.66%	26.20%	22.48%	26.18%	26.98%	26.29%	24.93%	25.92%
	第四季度	33.91%	32.24%	32.60%	25.73%	35.25%	33.45%	33.13%	32.33%	33.50%
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2019年	第一季度	11.46%	---	20.72%	27.21%	---	22.95%	19.17%	20.30%	23.16%
	第二季度	29.98%	---	25.30%	28.85%	---	22.95%	24.65%	26.35%	22.34%
	第三季度	26.90%	---	25.52%	20.66%	---	22.54%	26.06%	24.34%	24.64%
	第四季度	31.66%	---	28.46%	23.28%	---	31.56%	30.12%	29.02%	29.86%
	合计	100.00%	---	100.00%	100.00%	---	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：文依电气未按季度披露营业收入情况；天普股份、合兴股份未完整披露 2019 年各季度营业收入；以上数据来源定期报告、招股说明书

由上表可见，报告期各期，公司各季度收入占比与可比公司均较为匹配，不存在较大差异。

（二）公司 2020 年第四季度收入占比较高，符合经营实际和行业惯例，公司收入确认时点准确，不存在年末集中发货确认收入的情形

1、受新冠疫情导致的上半年订单需求延后、汽车行业订单需求增加等因素的影响，公司 2020 年第四季度收入占比较高

2020 年公司各季度收入、订单构成如下：

单位：万元

项目	收入		订单		订单与收入差异	
	金额	占比	金额	占比	差异金额	差异率
第一季度	5,089.45	15.63%	5,957.44	16.75%	867.99	14.57%
第二季度	8,127.71	24.96%	7,383.29	20.76%	-744.42	-10.08%

项目	收入		订单		订单与收入差异	
	金额	占比	金额	占比	差异金额	差异率
第三季度	8,440.57	25.92%	9,865.40	27.74%	1,424.83	14.44%
第四季度	10,910.71	33.50%	12,355.34	34.74%	1,444.63	11.69%
合计	32,568.43	100.00%	35,561.47	100.00%	2,993.04	8.42%

注：差异金额=订单金额-收入金额；差异率=（订单金额-收入金额）/订单金额

由上表可见，2020年，公司各季度订单金额持续增长，第四季度订单金额达到较高水平，相应带动对应季度的收入金额不断上升，各季度收入占比与订单金额占比匹配，具体分析如下：

（1）2020年1月新型冠状病毒疫情爆发后，公司及下游客户响应国家关于疫情防控的相关规定，在2020年2-4月进行了大规模停产停工，并于2020年第二季度逐步进行了复产复工，上半年的订单需求有所推迟；

（2）随着2020年下半年中国疫情防控形势的好转以及海外疫情的蔓延恶化，直接或间接来自境外的部分订单开始转移并由境内供应商承接，相应地，公司对安波福、住友电工等全球性客户在2020年三、四季度的销售收入出现较快增长；

（3）随着2020年下半年汽车行业回暖及疫情影响减弱，根据中国汽车工业协会数据显示，我国2020年第四季度乘用车销量增长9.4%、新能源汽车的交付量显著增加，公司下游市场的需求在下半年逐步释放，公司汽车行业相关收入在2020年第四季度收入占比亦较高；

（4）安波福、中车集团系公司2020年前五大客户，公司对上述客户在2020年第四季度的销售收入占该客户当年的销售收入的比重较高，且2021年的销售收入延续了快速增长的态势，因此，2020年四季度收入的快速增长具有合理性。具体情况见下表：

单位：万元

客户	2020年第四季度销售额占全年销售额比重	销售额				备注
		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	
安波福	38.06%	1,073.63	2,431.23	1,786.74	983.98	公司产品相较于国外竞品较有竞争力，客户国产替代的动力

客户	2020年第四季度销售额占全年销售额比重	销售额				备注
		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	
						强，因此2020年以来该客户向公司采购的订单持续增加
中车集团	37.38%	616.12	1,213.98	735.22	269.73	2020年以来，公司与该客户合作日趋紧密，并开拓了该客户集团旗下其他交易主体，合并口径的各主要产品销售金额均持续增加

2、公司 2020 年第四季度收入占比较高，与可比公司基本一致，符合行业惯例

2020 年度，公司与可比公司第四季度收入占比情况对比如下：

必得科技	天普股份	沃尔核材	科创新源	合兴股份	泛亚微透	超捷股份	平均值	公司
33.91%	32.24%	32.60%	25.73%	35.25%	33.45%	33.13%	32.33%	33.50%

注：文依电气未按季度披露营业收入情况；以上数据来源定期报告、招股说明书

由上表可见，除科创新源外，公司与其他可比公司 2020 年四季度收入占比均较高，且数值接近，公司 2020 年第四季度收入占比较高，与可比公司基本一致，符合行业惯例。

3、公司收入确认时点准确，不存在提前确认收入的情况

2020 年 7 月至 2021 年 1 月，公司各月份确认收入的情况具体如下：

单位：万元

时间	当月收入	当月收入占对应年度收入比例
2020年7月	2,634.39	8.09%
2020年8月	2,902.99	8.91%
2020年9月	2,903.18	8.91%
2020年10月	3,216.98	9.88%
2020年11月	3,975.67	12.21%
2020年12月	3,718.05	11.42%
2021年1月	4,325.19	9.28%

如上表所示，2020 年下半年以来，公司营业收入整体上逐月增加，2020 年

12月确认收入金额为3,718.05万元，低于2020年11月和2021年1月，因此，从各月收入分布来看，公司不存在年末集中发货确认收入的情形，收入确认时点准确。

综上所述，报告期各期，公司2020年各季度收入占比与订单金额占比匹配；受新冠疫情影响导致客户推迟订单需求、海外疫情蔓延恶化导致订单转移至国内、汽车行业回暖尤其是新能源汽车行业持续景气、部分主要客户2020年四季度以来订单持续增加等因素的影响，公司2020年第四季度收入占比较高；公司2020年第四季度收入占比较高，与可比公司基本一致，符合行业惯例；公司收入确认时点准确，不存在年末集中发货确认收入的情形。

五、说明2022年上半年业绩情况，并结合疫情影响、各主要子公司及分公司运营情况、原材料价格变动等分析主要财务数据的变动情况及原因

2022年1-6月，公司营业收入为23,885.02万元，同比增长8.45%，净利润为5,352.87万元，同比增长9.12%，营业收入、净利润较同期保持稳步增长。公司的经营业绩及同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	同比增长率
营业收入	23,885.02	22,024.71	8.45%
剔除运费后的毛利率	46.94%	50.56%	下降3.62个百分点
净利润	5,352.87	4,905.68	9.12%

注：2022年1-6月数据已经审计，2021年1-6月数据未经审计

（一）营业收入变动情况及原因

2022年1-6月，公司营业收入增长1,860.30万元，同比增长8.45%，主要原因系：

1、新能源汽车行业的收入快速增长

2022年上半年，新能源汽车市场保持高速增长，根据国家统计局数据，2022年上半年我国新能源汽车产量同比增长高达111.2%，行业市场规模不断壮大；同时公司采取直接销售模式，直接对接客户，通过采取新产品和新能源产品技术的研发及针对新能源汽车客户的定制化服务等有效举措，来自新能源汽车行业客户的订单数量快速增加，2022年上半年，公司各类新能源汽车产品销

售收入 4,192.67 万元，同比增长 122.89%，继续保持快速增长趋势。

2、受疫情影响的子公司经营已恢复正常

2022 年第一季度以来，国内多地散点式爆发的疫情对公司各经营主体的经营、物流运输等产生了一定程度影响，尤其是 2022 年 3 至 4 月，华东地区疫情爆发导致公司昆山骏鼎达以及该区域内的客户停工停产，对公司的收入产生阶段性负面影响。面对疫情导致的不利影响，公司及时组织各分子公司进行跨区域产能、库存调节，并制定产能、库存调节应用方案，以降低疫情导致的不利影响。

2022 年 1-6 月，公司主要分子公司营业收入较为稳定，未出现大幅波动，目前经营正常。

（二）毛利率变动情况及原因

2022 年 1-6 月，公司剔除运费后的毛利率为 46.94%，相比去年同期下降 3.62 个百分点，由于该期价格较高的新能源产品大幅上升，公司产品整体单价同比略有上升，毛利率下降主要原因系原材料价格持续处于高位，具体分析如下：

报告期内，公司主营业务成本中材料成本占比较高，各期占比约 65%，系占比最大的成本项目。公司主营产品功能性保护套管、功能性单丝的主要原材料树脂材料、复丝等系石油化工制品。2022 年上半年，受上游石油价格的影响，公司主要原材料一直保持在较高的价位，进而导致公司单位成本相比于去年同期增加约 15%，从而拉低了公司毛利率水平。

公司的主要原材料树脂材料、复丝等的价格具有一定的波动性，为应对该类材料价格的波动，公司对其价格走势进行跟踪、分析和预测，并根据安全库存情况提前备货或锁价。同时，公司优化采购渠道，引入多家供应商，对同类原材料实施集中采购、集中谈判，增加规模效益，降低高价位原材料对公司经营业绩的影响。

根据敏感性测试，公司主要产品的毛利率波动幅度远小于主要原材料采购价格的变动幅度，原材料价格波动对毛利率的影响相对较小。详见本回复之“问题 3、关于成本与毛利率”之“发行人回复”“五、结合主要产品耗用原材

料种类……”。

2022年6月中旬以来，国际石油价格有所下降，原材料采购价格有所回落，原材料上涨导致公司毛利率下降的影响有所缓解。

（三）净利润变动情况及原因

2022年1-6月，公司净利润增长447.19万元，较去年同期增长9.12%，主要原因系：

1、营业收入的增长带来毛利额的增加，2022年上半年，公司新能源汽车行业收入4,192.67万元，同比增长122.89%，得益于新能源相关的收入快速增长，2022年1-6月，公司营业收入同比增长8.45%；

2、受2022年第一季度以来国内多地散点式爆发的疫情和防控的影响，公司2022年1-6月业务拜访和招待客户的活动减少，相应的销售费用有所减少；

3、2022年上半年美元总体处于升值趋势，汇兑收益增加，对净利润产生积极影响。2022年1-6月美元兑人民币汇率走势如下：



注：数据来源 wind 资讯

公司外销产品主要以美元计价，如上图所示，由于自2022年3月底至2022年6月末，美元兑人民币汇率总体处于快速上升趋势，即美元快速升值，公司2022年1-6月财务费用中汇兑收益为227.85万元，较上年同期增加约362.68万元。

综上，2022年第一季度以来国内多地散点式爆发的疫情对公司的收入产生

阶段性负面影响，但由于新能源汽车行业相关收入快速增长，及 2022 年上半年美元总体处于升值趋势，汇兑收益增加，对净利润产生积极影响，上述因素共同导致公司 2022 年上半年营业收入、净利润稳中有升；受石油价格上升导致原材料价格持续处于高位，公司 2022 年上半年的毛利率略有下降，但根据敏感性测试，公司原材料价格波动对毛利率的影响相对较小，同时，2022 年 6 月中旬以来，国际石油价格有所下降，原材料采购价格有所回落，原材料上涨导致公司毛利率下降的影响有所缓解。

六、结合各应用领域与主要客户销售合同中的质保条款内容、售后维修及保修费用的实际发生情况，说明未计提预计负债的合理性

（一）各应用领域与主要客户销售合同中的质保条款内容、售后维修及保修费用的实际发生情况

1、各应用领域与主要客户销售合同中的质保条款内容

报告期内，公司各应用领域主要客户中涉及质保条款的相关情况如下：

应用领域	客户名称	质量保证范围和内容
汽车行业	客户1	凡在质量保质期（最终消费者购买相关车辆之日起36个月或该车辆行驶1万公里，以先到者为准）内由于供方原因导致的产品质量问题，供方应赔偿由此给需方造成的全部损失
	客户4	对于装配在整车、发动机上的所有零部件，乙方配套产品的保修规定及服务政策应与甲方配套的主机厂相应的规定、政策保持一致。在甲方产品质量保证期内，市场上因乙方产品质量问题而造成的一切损失由乙方承担
	客户6	自甲方接受产品起一年内，乙方提供免费售后服务。如另有约定更长期限的，适用更长期限。如产品有瑕疵或不符合本约、附件或订单的规定，甲方除享有法律上及本约所述权利，还可以选择：1) 退回不符合规定产品，并由乙方予以替换或修理；2) 修复不符合规定产品
	客户12	如有质量差异，买方应在发现质量差异后立即提出索赔。对于已装运货物和交货通知之间的数量差异，买方可以在商品地点目的港后的15天内提出索赔。未开封箱内的数量差异，应在发现后立即提出索赔，否则，任何索赔不予受理
	客户14	自需方或需方客户经销商/服务店向终端用户出具机动车销售统一发票销售凭证当日起至需方就该产品向终端用户承诺的售后质保期截止日止。如果供方因产品质量问题导致供方在售前或售后出现质量事故，需求除有权要求供方赔偿损失外，有权要求供方按标准支付违约金
轨道	客户13	如若出现产品质量问题：（1）买方及时反馈相关信息，卖方在规定的时间内提交整改措施报告，24小时内未按时提交扣罚200元，重复质量问题，按照整改节点处以不同程度罚款（如整改过程不低于2000元，最终节点不低于10000元，整改结束后按照实际损失2倍处罚）；（2）若卖方要求返工或挑选，买方应在规定时间内处理；（3）产品质量缺陷不影响最终性能，按照双方协定做出让步接受品级使用，同时视质量影响程度按照相应批次货款总额的10%作为降级补偿索赔，影响交付的按客户罚款的1.2倍处罚；因产品缺陷需排查挑选造成停线的按照停工期间损失进行赔偿；因产品质量问题造成退货，按照每批1000元处罚；（4）因买方某一零部件造成卖方产品损失，按照所有损失金额的1.2倍进行赔偿
	客户7	自产品验收合格之日起24月，由于供方原因出现质量问题，需方可以自行决定

应用领域	客户名称	质量保证范围和内容
交通		采用以下任何一种方式或任何几种方式的组合：（1）需方拒绝接受商品，并且在供方承担违约责任和相关费用的前提下，将合同标的退回供方。供方应当在需方提出书面要求后5日内交付合格产品，逾期交付合格产品的，按本合同第九条执行。（2）需方根据供方的要求，在供方承担相关责任和费用的前提下，需方可以修理或采取其他方法使商品符合质量标准。（3）以需方认可的合理折扣价格接受商品。（4）出现以下情况，除供方承担违约责任外，需方有权解除合同：a、供方产品无法修理；b、供方产品连续两次不能通过验收。保证期后，如确定属于供方责任影响商品正常使用的缺陷时，需方有权利要求供方赔偿因该缺陷造成的损失
通讯电子	客户8	在质保期间，卖方应在不增加买方额外成本的情况下修理或更换在任一方面不能达到性能保证要求的任何产品，而且在修理或更换之后，该产品应在所有方面均符合性能保证要求

由上表可见，公司与客户之间约定的质量保证条款，是为向客户保证所提供产品满足合同约定的规格质量等既定标准，保护客户免于承担购买不合格产品的风险，属于法定的要求和行业惯例。

2、售后维修及保修费用的实际发生情况

公司主营产品主要面向汽车、工程机械、轨道交通、通讯电子等领域，应用的工况环境较为复杂，市场需求多样，整体表现出“多品种、定制化”特点。公司在产品进行批量生产之前，通常会根据生产工艺和质量要求生成样品交于客户确认，因此产品出厂后，较少出现因生产工艺不达标而导致的质量问题。

报告期内，公司主要客户未发生售后维修及保修费用，但个别客户因产品质量问题产生赔偿款，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	质量赔偿款			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
安费诺汽车连接系统（常州）有限公司	-	-	64.55	-
其他	1.20	6.95	8.53	-
合计	1.20	6.95	73.08	-

2020年度罚没支出主要为公司对安费诺的质量赔款，公司就该质量问题进行了有效地改进和沟通，2021年针对该客户的销售金额有所提升。

由上表可见，报告期内产品质量赔偿金额及占比均较小，具有偶然性。公司不存在因产品质量问题引起的重大纠纷或目前处于未决状态的重大诉讼案件，公司产品整体质量可靠。

（二）说明未计提预计负债的合理性

《企业会计准则第 13 号--或有事项》的规定，与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：1、该义务是企业承担的现时义务；2、履行该义务很可能导致经济利益流出企业；3、该义务的金额能够可靠地计量。

报告期内，公司主要客户未发生售后维修及保修费用，个别客户因产品质量问题产生赔偿款亦较小，不具有规律性，不能合理估计发生可能性，公司在该等费用发生时直接计入当期损益，未计提预计负债，符合会计准则的上述规定，具有合理性。

【中介机构核查情况】

一、核查程序

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅下游市场报告、部分客户披露的公开财务数据等，访谈发行人管理层，了解发行人主营业务下游应用领域的景气度和发展趋势、发行人区域布局及市场开拓情况等；取得并查阅发行人收入明细表，分析主要产品收入增长是否与下游行业景气度变化匹配，发行人各区域收入变动的原因及合理性；

2、取得并查阅发行人收入明细表、产销率数据，访谈发行人销售负责人，分析各类功能性保护套管、单丝等产品的收入变化的原因及合理性；

3、取得并查阅发行人收入明细表、在手订单明细、与主要客户的协议，分析发行人与主要客户合作的稳定性，了解发行人主要产品下游应用领域的发展现状和趋势，分析发行人未来收入的可持续性；

4、查询同行业可比公司招股说明书、年度报告等公开资料，分析发行人收入季节性分布与同行业之间的差异情况，取得并查阅发行人收入明细表并访谈发行人销售负责人、财务负责人，分析发行人 2020 年第四季度收入占比较高的合理性及收入确认时点是否准确；

5、取得并查阅发行人 2022 年 1-6 月的审计报告、销售收入明细、原材料采购明细等资料，对 2022 年 1-6 月较去年同期的经营业绩进行比较，分析经营业绩波动的具体原因；访谈发行人管理层，了解发行人 2022 年上半年各主要子

公司及分公司的运营情况，分析疫情及原材料价格变动等对发行人经营业绩的影响；

6、取得并查阅主要客户的销售合同，并访谈发行人管理层，了解发行人与主要客户关于质保条款、售后维修及保修费用的相关约定，获取报告期内相关质量赔偿协议、营业外支出明细等，了解发行人实际发生质量赔偿的相关情况，分析发行人售后维修及保修费用未计提预计负债是否符合《企业会计准则》的相关规定。

二、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、除 2020 年工程机械行业收入受境外疫情影响下滑外，发行人各应用领域的收入变动情况与下游行业景气度变化相匹配；发行人境内主要区域收入增长与区域产业布局特点、区域内客户的需求变动以及发行人的市场拓展等因素息息相关，具有合理性；

2、2022 年上半年，受华东地区疫情影响，复合套管收入有所下降，除此之外，受境内新能源行业持续景气、产品结构改善等因素的影响，发行人报告期内各类功能性保护套管持续增长；受报告期内部分客户因内部组织架构调整而更换采购地等因素的影响，发行人 2020 年功能性单丝收入大幅增长但 2021 年相对稳定；

3、报告期内，发行人功能性保护套管收入持续增长，发展态势良好，在手订单充足，与主要客户合作稳定，下游行业景气度和发展趋势良好，未来收入增长具备可持续性；

4、报告期各期，发行人各季度收入占比与可比公司不存在较大差异；发行人 2020 年各季度收入占比与订单金额占比匹配；受新冠疫情影响导致客户推迟订单需求、海外疫情蔓延恶化导致订单转移至国内、汽车行业回暖尤其是新能源汽车行业持续景气、部分主要客户 2020 年四季度以来订单持续增加等因素的影响，发行人 2020 年第四季度收入占比较高，与可比公司基本一致，符合行业惯例；发行人收入确认时点准确，不存在年末集中发货确认收入的情形；

5、2022 年第一季度以来，国内多地散点式爆发的疫情对发行人 2022 年上

半年的销售收入产生阶段性负面影响，但新能源汽车行业相关收入快速增长及美元升值趋势导致的汇兑收益增加对净利润产生积极影响，上述因素共同导致发行人 2022 年上半年营业收入、净利润稳中有升；受石油价格上升导致原材料价格持续处于高位，发行人 2022 年上半年的毛利率略有下降，但根据敏感性测试，发行人原材料价格波动对毛利率的影响相对较小，同时，2022 年 6 月中旬以来，国际石油价格有所下降，原材料采购价格有所回落，原材料上涨导致发行人毛利率下降的影响有所缓解；

6、报告期内，发行人主要客户未发生售后维修及保修费用，个别客户因产品质量问题产生赔偿款亦较小，不具有规律性，不能合理估计发生可能性，发行人在该等费用发生时直接计入当期损益，未计提预计负债，符合会计准则的相关规定，具有合理性。

三、对销售金额在 50 万元以下客户的核查程序、核查方法、核查比例及核查结论

对销售金额在 50 万元以下客户，保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序、核查方法：

（一）访谈发行人销售负责人，了解销售业务模式、业务流程、产品类别、客户结构等；对发行人销售收入确认的相关内部控制设计和运行进行了解、评价，并执行穿行测试，检查关键内部控制流程运行的有效性；

（二）执行分析性复核程序，对报告期各期 50 万元以下客户的销售结构、销售单价、毛利率等变动情况及其合理性进行分析；

（三）客户访谈及函证

通过访谈确认交易背景，核实客户是否真实存在，是否处于正常经营，了解报告期合作背景、销售条款、销售交易数据、关联关系等，了解该客户是否与发行人存在关联关系，是否存在利益安排。通过函证核查报告期内销售收入的真实性和准确性。报告期各期，对所有客户及销售金额在 50 万元以下客户函证、访谈核查比例情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
所有客户	营业收入①	23,846.73	46,596.05	32,568.43	28,112.12
	发函确认金额②	14,787.62	31,713.24	22,441.98	18,898.06
	访谈确认金额③	15,977.57	30,196.42	21,215.23	17,921.73
	发函、访谈确认合计金额④	18,221.70	34,293.90	23,922.60	20,318.91
	合计确认比例⑤=④/①	76.41%	73.60%	73.45%	72.28%
销售金额 在50万以 下客户	营业收入①	7,119.38	10,636.72	8,762.31	8,225.65
	发函确认金额②	992.61	689.27	1,418.18	1,290.41
	访谈确认金额③	2,051.70	1,481.17	1,392.76	1,221.09
	发函、访谈确认合计金额④	2,640.41	1,867.01	2,249.27	2,122.05
	合计确认比例⑤=④/①	37.09%	17.55%	25.67%	25.80%

报告期各期，保荐机构、申报会计师通过发函及访谈对发行人营业收入的核查比例分别为 72.28%、73.45%、73.60%和 76.41%，各期总体核查比例较为接近。发行人 2021 年销售收入大幅增长，销售金额在 50 万元以上的客户（尤其是 500 万元以上客户）占比明显高于其他各期，基于上述原因，保荐机构、申报会计师根据重要性原则选取 2021 年营业收入的核查样本时，所选取的销售金额在 50 万元以下的客户样本占比相对较小，从而导致上表中 2021 年销售金额在 50 万元以下客户的核查比例相对较低，保荐机构和申报会计师适当增加了该年度细节测试的抽查笔数。

（四）对收入实施细节测试

发行人产品特性呈现客户群体分散，销售订单多，单笔订单交易金额较小的特征。在各年度细节测试中，我们主要在发行人收入循环内部控制的基础上确定各年度细节测试的样本量。鉴于发行人订单频繁且单笔订单金额较小，我们对销售金额 50 万以下客户采用随机抽取测试样本，对报告期各期销售金额 50 万以下客户细节测试样本笔数为 76 笔、70 笔、78 笔、65 笔。在细节测试中我们抽查了主要客户的销售合同、订单、出库单、对账单、提单、银行收款回单、销售发票等原始单据，并关注了期后的回款情况。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人报告期各期销售金额在 50 万元以下客户收入真实。

四、对退出贸易商客户最终实现销售实施核查的具体情况 & 核查结论，在销售金额 10 万元以下贸易商占比较高且贸易商核查配合度较低情况下的替代测试程序是否充分，贸易商客户收入是否真实

(一) 对退出贸易商客户最终实现销售实施核查的具体情况 & 核查结论

最近三年，发行人贸易商客户数量分别为 315 家、299 家和 336 家，占客户数量的比重分别为 13.57%、13.15%和 14.01%，占比较为稳定。报告期内，发行人新增和退出的贸易商客户数量虽然较多，但整体交易量较小。

最近三年，发行人新增及退出贸易商客户的情况如下：

单位：家、万元

期间	客户数量	销售金额	新增贸易商客户情况			退出贸易商客户情况		
			数量	销售金额	占本年销售金额的比例	数量	上一年的销售金额	上一年销售金额占本年销售金额的比例
2022年1-6月	240	2,785.46	57	158.51	5.69%	—	—	—
2021年度	336	6,415.05	117	656.97	10.24%	80	291.77	4.55%
2020年度	299	4,352.99	90	384.51	8.83%	106	358.65	8.24%
2019年度	315	4,221.50	102	359.69	8.52%	102	203.12	4.81%

注 1：本年新增、本年退出仅系与上年相比新增和退出客户的数量；

注 2：上表中的客户数量为单体客户的数量，同一实控人控制下的客户未合并计算；

注 3：由于客户采购周期的影响，2022 年上半年未发生交易的客户，无法直接判断是否属于退出客户，因此未统计 2022 年上半年退出客户情况

近三年，各期退出贸易商客户经营规模较小，其自身经营不稳定或者属于偶发性采购，无法形成对发行人的连续采购，因此近三年各期均有一定数量的贸易商客户退出。但鉴于近三年退出贸易商客户数量与交易金额较小，且部分客户仅是个别年度未与发行人交易，并未终止与发行人的合作关系，该等变化不会对发行人业绩造成重大不利影响。

针对退出贸易商客户最终实现销售情况，保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解、评价发行人与收入确认相关的内部控制，并对关键控制运行有效性进行了测试；

2、访谈发行人销售负责人、财务负责人，了解发行人贸易商客户开发及退出情况、合作模式、信用政策、退换货情况；

3、获取发行人的银行对账单、应收账款明细账，对退出贸易商客户回款情况进行检查，了解客户是否及时支付销售款项，判断销售的真实性，经检查，发行人近三年末退出贸易商应收账款金额小，且基本已回款；

4、查询境内主要退出贸易商客户的工商信息，了解其成立时间、地址、营业范围、高管信息、股东情况等，核查发行人与境内贸易商客户是否存在关联关系；

5、对发行人退出贸易商客户执行函证、访谈程序，报告期各期，贸易商客户及退出贸易商客户具体核查比例如下：

单位：万元

客户类型	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
所有贸易商客户	营业收入①	2,785.46	6,415.05	4,352.99	4,221.50
	发函确认金额②	1,630.56	4,026.20	2,894.22	2,609.97
	访谈确认金额③	1,387.23	3,541.21	2,419.03	2,059.82
	发函、访谈确认合计金额④	1,809.92	4,272.57	3,005.43	2,703.29
	合计确认比例⑤=④/①	64.98%	66.60%	69.04%	64.04%
退出贸易商客户	营业收入①	---	---	291.77	358.65
	发函确认金额②	---	---	87.93	49.41
	访谈确认金额③	---	---	106.16	3.75
	发函、访谈确认合计金额④	---	---	106.16	53.16
	合计确认比例⑤=④/①	---	---	36.38%	14.82%

注 1：由于客户采购周期的影响，2022 年上半年未发生交易的客户，无法直接判断是否属于退出客户，因此无法统计 2022 年上半年退出客户情况；

注 2：上表退出贸易商客户各期的数据指下一期退出贸易商对应的本期销售收入及核查比例情况，由于注 1 的原因未统计 2022 年 1-6 月退出贸易商的情况，进而无法统计 2022 年上半年退出客户对应的 2021 年销售收入及核查比例情况

6、对收入实施细节测试

在细节测试中，我们主要在发行人收入循环内部控制的基础上确定细节测试的样本量。我们对退出贸易商客户中销售额较大的客户执行细节测试，并对其他金额较小的退出贸易商客户采用随机方式抽取测试样本执行细节测试，对 2021 年、2020 年退出贸易客户在 2020 年、2019 年的收入进行细节测试，笔数为 7 笔、6 笔。在细节测试中我们抽查了主要客户的销售合同、订单、出库单、对账单、提单、银行收款回单、销售发票等原始单据；

7、对退出贸易商客户退换货情况进行检查，经检查，发行人报告期内退出贸易商客户无退换货情况。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人对退出贸易商客户已实现真实销售、最终销售。

（二）在销售金额 10 万元以下贸易商占比较高且贸易商核查配合度较低情况下的替代测试程序是否充分，贸易商客户收入是否真实

保荐机构和申报会计师对贸易商收入真实性的核查详见首轮问询回复之“问题 10、关于销售模式”之“发行人回复”之“三、说明主要贸易商客户的基本情况……”之“（二）主要贸易商客户最终销售实现及库存情况……”。

公司贸易商客户数量较多，报告期内，年销售规模在 10 万元以下的贸易商数量占比分别为 74.92%、74.58%、70.54%和 73.33%，但销售规模普遍较小，销售金额占比分别为 13.42%、13.53%、8.29%和 13.90%，销售金额占比较小。

针对发行人销售金额 10 万元以下贸易商，保荐机构和申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、通过工商信息查询、官方网站查询等方式，核查 10 万元以下贸易商终端客户的经营类别、产品类别，与发行人产品功能的相关性，终端客户采购的合理性，与发行人是否存在关联关系；

2、报告期内，我们对发行人 10 万元以下贸易商客户执行函证、访谈程序，核查比例如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
10万元以下贸易商营业收入①	387.28	531.74	588.99	566.54
发函确认金额②	-	13.77	9.76	7.75
访谈确认金额③	11.13	6.65	4.74	12.89
发函、访谈确认合计金额④	11.13	13.77	12.21	13.25
合计确认比例⑤=④/①	2.87%	2.59%	2.07%	2.34%

3、对收入实施细节测试

我们对 10 万以下贸易商客户采用随机方式抽取测试样本执行细节测试，对

10 万元以下贸易商客户各期细节测试样本笔数为 7 笔、10 笔、8 笔、7 笔。在细节测试中我们抽查了客户的销售合同、订单、出库单、对账单、提单、银行收款回单、销售发票等原始单据。

4、对 10 万元以下贸易商客户回款情况进行检查

获取发行人的银行对账单、应收账款明细账，对 10 万元以下贸易商客户回款情况进行检查，了解客户是否及时支付销售款项，判断销售的真实性，经检查，发行人报告期各期末，10 万元以下贸易商应收账款回款情况良好，且期后未回款金额较小，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末
10万元以下贸易商应收账款金额	79.53	49.86	60.38	45.74
期后回款金额	41.74	48.16	52.38	39.96
期后回款比例	52.48%	96.60%	86.75%	87.36%

注：上述期后回款数据截至 2022 年 8 月末

5、对 10 万元以下贸易商客户退换货情况进行检查

发行人对贸易商客户销售属于买断式销售，交易完成后，相应的风险和报酬即完成转移。报告期各期 10 万元以下贸易商客户退换货金额分别为 12.87 万元、1.72 万元、2.30 万元和 0.39 万元，占各期 10 万元以下贸易商收入的比例分别为 2.27%、0.29%、0.43%和 0.10%，金额与占比均较小。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人对贸易商客户的核查程序充分，贸易商客户销售真实。

五、对通过电商平台或商超平台进行销售的贸易商客户的核查程序、核查方法、核查比例，“主要贸易商客户不存在为发行人囤货的情形”的结论依据是否充分

（一）对通过电商平台或商超平台进行销售的贸易商客户的核查程序、核查方法、核查比例

基于商业秘密等原因，部分主要贸易商客户未向发行人提供终端客户信息。根据已提供的主要贸易商客户的终端客户信息，通过电商平台或商超平台进行销售的贸易商客户列示如下：

单位：万元

直接客户	2022年1-6月销售额	2021年销售额	2020年销售额	2019年销售额	终端客户的情况
温州明德	252.41	670.58	532.56	269.44	该贸易商主营出口美国业务，主要是通过亚马逊等电商平台进行线上销售
Electriduct, Inc	299.69	378.29	420.30	399.49	Electriduct位于美国，是线路管理和交通管控产品的境外贸易商。Electriduct向发行人采购产品后在境外销售，销售渠道、对象包括境外电子商务平台、工业品销售公司
TRAGANT Handels-und Beteiligungs GmbH	41.89	215.10	56.92	24.50	该贸易商位于德国，主要通过自有网店等网络电商平台进行线上销售，销售产品是电子、电脑周边线材及相关材料，销售自主品牌Delock和Navilock
Birgma Asia Trading Limited	59.25	140.13	105.34	168.01	该贸易商是Biltema下设主要负责采购等业务的公司，Biltema是欧洲知名的工业品商超平台，集合功能性保护套管等各类基础零部件，进行全球采购和欧洲销售
合计	653.23	1,404.09	1,115.13	861.43	——

保荐机构和申报会计师对电商平台或商超平台进行销售的贸易商客户执行的核查程序和核查比例如下：

1、通过工商信息查询、官方网站查询等方式，核查终端客户的经营类别、产品类别，与发行人产品功能的相关性，终端客户采购的合理性，与发行人是否存在关联关系；

2、实施相关的分析程序，评估各期收入和毛利率变动的合理性；

3、检查与境外贸易商客户收入确认相关的支持性文件，包括与客户签订的销售合同、订单、销售发票、发货单、出口报关单、销售回单等；

4、对已知的通过电商平台或商超平台进行销售的主要贸易商客户发函，确认交易情况，发函比例 100%，且均已回函确认（贸易商客户 TRAGANT Handels-und Beteiligungs GmbH 已对 2019-2021 年销售收入等数据回函确认相符。但由于受疫情导致的客户经办人员居家办公、物流运输缓慢的影响，该贸易商

客户回函时间晚于审计报告出具日，故未将该客户回函情况涵盖在相关核查比例统计数据中)。

5、访谈电商平台或商超平台进行销售的主要贸易商客户，获取访谈记录，了解客户采购金额变化情况，了解交易的真实性、完整性以及终端销售情况，访谈比例为 100%；

6、现场访谈第一大贸易商客户温州市明德国际贸易有限公司并获取了其终端销售情况，具体为：

(1) 访谈确认其向发行人采购的主要产品为纺织套管和编织套管，主要用于出口贸易，其下游客户包括境外贸易商和知名电商平台；

(2) 获取温州市明德国际贸易有限公司营业执照、库存明细表、货物出口报关单等资料，获取资料与其访谈确认的终端销售渠道及与向公司采购情况相匹配；

(3) 网络核查其工商信息，确认与发行人及主要关联方不存在关联关系或其他利益安排。

(二) “主要贸易商客户不存在为公司囤货的情形”的结论依据是否充分

保荐机构和申报会计师对“主要贸易商客户不存在为公司囤货的情形”执行了如下核查程序：

1、对主要贸易商客户进行访谈，了解其与发行人的交易情况；发函确认报告期各期末采购数据，并实施相关的分析程序，评估贸易商客户的采购频次及各期收入和毛利率变动的合理性等；

2、分析贸易商客户采购行为

贸易商客户报告期各期第一季度向发行人的采购金额及同比增长情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-3月	2021年1-3月	2020年1-3月	2019年1-3月
采购金额	1,273.99	1,260.78	577.99	947.14
同比变动	1.05%	118.13%	-38.97%	——

由上表可见，贸易商客户各期第一季度向发行人的采购金额同比未呈现显

著下降趋势，且基本无退货。2020年1-3月份客户向发行人采购金额下降38.97%，主要系疫情爆发导致停工所致，如若各期末上述客户协助发行人囤货，则其较大可能存在下一报告期初向发行人大额退货或采购金额出现显著下降情形，因此，上述客户通过囤货协助发行人提升业绩的可能性较低。

3、贸易商客户信用政策分析

报告期内，发行人不存在通过放宽主要贸易商客户信用政策促进销售的情形。如若发行人需要客户配合囤货，则存在故意放宽该等客户信用政策的可能，从而减少该等客户因为囤货造成的资金压力，因此，主要贸易商通过囤货协助发行人提升业绩的可能性较低。

综上，通过对主要贸易商客户访谈、函证、分析客户采购行为和信用政策方面的核查，保荐机构和申报会计师认为“主要贸易商客户不存在为公司囤货的情形”的结论依据充分。

六、对外销各国家/地区实现销售收入的核查方法及核查比例，外销收入是否真实

针对外销各国家/地区实现销售收入，保荐机构和申报会计师执行了以下主要核查程序：

（一）访谈发行人销售负责人，检查销售合同、订单条款，了解发行人境外客户的开发方式、合作模式、订单签订方式、信用政策及其变化情况；

（二）了解发行人与销售和收款业务有关的内部控制，并测试关键内部控制是否得到执行，以评价其内部控制是否有效，并得到执行；

（三）访谈发行人主要外销客户，了解境外客户与发行人合作的历史、业务开展情况、支付方式等情况，发函询证境外主要客户的销售金额，以确认报告期内发行人与主要客户的交易情况，报告期各期，发行人外销各地区访谈、函证的核查比例如下：

单位：万元

地区	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
北美洲	营业收入	2,775.20	5,324.56	2,853.03	2,969.47
	走访确认金额	2,063.87	4,069.52	2,096.05	2,297.61

地区	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
	走访确认比例	74.37%	76.43%	73.47%	77.37%
	发函确认金额	2,227.69	4,082.51	2,168.06	2,358.40
	发函确认比例	80.27%	76.67%	75.99%	79.42%
欧洲	营业收入	2,176.52	4,534.37	2,754.74	2,938.55
	走访确认金额	1,321.05	2,983.31	1,675.47	1,911.63
	走访确认比例	60.70%	65.79%	60.82%	65.05%
	发函确认金额	1,599.31	3,219.26	1,873.91	2,173.60
	发函确认比例	73.48%	71.00%	68.02%	73.97%
亚洲（除中国大陆外）	营业收入	1,251.94	2,223.83	1,345.11	1,364.36
	走访确认金额	438.84	1,040.24	667.32	534.74
	走访确认比例	35.05%	46.78%	49.61%	39.19%
	发函确认金额	703.32	824.59	428.12	455.13
	发函确认比例	56.18%	37.08%	31.83%	33.36%
大洋洲	营业收入	535.80	729.30	607.43	555.97
	走访确认金额	338.90	387.76	368.92	337.43
	走访确认比例	63.25%	53.17%	60.73%	60.69%
	发函确认金额	384.48	425.17	424.87	385.46
	发函确认比例	71.76%	58.30%	69.95%	69.33%
其他	营业收入	156.48	402.37	264.64	252.16
	走访确认金额	70.97	168.01	147.60	112.08
	走访确认比例	45.36%	41.76%	55.77%	44.45%
	发函确认金额	-	139.61	124.33	105.18
	发函确认比例	-	34.70%	46.98%	41.71%
合计	营业收入	6,895.93	13,214.42	7,824.95	8,080.51
	走访确认金额	4,233.64	8,648.84	4,955.35	5,193.49
	走访确认比例	61.39%	65.45%	63.33%	64.27%
	发函确认金额	4,914.79	8,691.12	5,019.29	5,477.77
	发函确认比例	71.27%	65.77%	64.14%	67.79%

（四）执行收入细节测试。公司产品特性呈现客户群体分散，销售订单多，单笔订单交易金额较小的特征，在各年度细节测试中，我们在执行公司销售与收款循环内部控制测试的基础上确定各年度细节测试的样本量。鉴于公司订单频繁且单笔订单金额较小，我们对外销客户中销售额较大的客户执行细节测试，

并对其他金额较小的外销客户采用随机抽样方式抽取测试样本执行细节测试，抽查了主要客户的销售合同、订单、出库单、对账单、提单、银行收款回单、销售发票等原始单据；

（五）核查客户回款情况，获取银行对账单、应收账款明细账，对外销客户回款情况进行检查，了解客户是否及时支付销售款项，判断销售的真实性，截至 2022 年 8 月 31 日，发行人境外客户应收账款期后回款情况良好，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
应收账款余额	2,495.29	1,653.40	1,088.60	1,357.69
期后回款金额	2,007.99	1,602.16	1,088.60	1,357.69
回款占比	80.47%	96.90%	100.00%	100.00%

（六）获取境外客户中信保海外资信报告，了解境外客户的相关背景等，分析相关客户是否与发行人存在关联关系，是否存在利益安排；

（七）获取发行人海关出口数据以及出口退税数据，分析与账面境外销售收入的差异及原因。

经核查，保荐机构和申报会计师认为发行人外销收入真实。

问题 3、关于成本与毛利率

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人主要原材料包括石油化工下游产品，为控制采购成本与部分原材料供应商签订锁价合同并预付一定比例货款。

（2）报告期内，发行人对贸易商客户的销售毛利率高于生产型客户，但从单价来看，对贸易商客户的平均销售单价逐期下降，对生产型客户的平均销售单价则逐期上升。

（3）报告期内四类保护套管毛利率均较高，其中纺织套管和编织套管的成本构成中原材料占比超过 50%，挤出套管的成本构成中原材料占比约 30%；四类套管成本构成中单位人工成本和单位制造成本的变动趋势存在一定差异。

(4) 报告期内，发行人各期毛利率分别为 49.36%、48.75%和 45.96%，逐期下滑，同行业可比公司毛利率均值呈现先升后降趋势，其中 2021 年下降 4.43 个百分点。

请发行人：

(1) 说明与主要供应商签订锁价合同的基本情况，包括供应商名称、原材料种类、锁价期间、锁定价格、预付比例，报告期内原材料入库与预付材料款波动及结转情况的匹配性；结合上述情况及市场价格变动趋势，量化分析锁价协议对控制原材料采购成本的影响。

(2) 列示主营业务成本中单位材料成本、单位人工成本及单位制造费用的金额及占比，分析各期变动的的原因；结合各类产品生产工艺、产能利用率变动、人工工时等因素，分析四类功能性保护套管的单位人工成本和单位制造成本的变动趋势存在差异的原因及合理性。

(3) 结合主要客户、产品结构等，分析对贸易商客户平均销售单价逐期下滑但对生产型客户销售单价逐期上升的原因，说明两类客户销售毛利率存在差异的合理性。

(4) 结合发行人与同行业可比公司在原材料采购、产品定价、客户结构、成本构成等方面的差异，分析说明发行人 2020 年毛利率变动趋势与可比公司相反、2021 年毛利率较为平稳的原因及合理性。

(5) 结合主要产品耗用原材料种类及比例测算原材料价格波动对发行人毛利率的敏感性分析；结合报告期内原材料价格变动及 2022 年上半年主要原材料价格，进一步分析说明主要产品的毛利率是否存在大幅波动的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、说明与主要供应商签订锁价合同的基本情况，包括供应商名称、原材料种类、锁价期间、锁定价格、预付比例，报告期内原材料入库与预付材料款波动及结转情况的匹配性；结合上述情况及市场价格变动趋势，量化分析锁价协议对控制原材料采购成本的影响

报告期内，公司主要原材料树脂材料、复丝等均需要对外采购。材料成本是公司产品主要的成本组成部分，其中，纺织套管、挤出套管、复合套管的成本构成中原材料占比均超过了50%，编织套管成本构成中原材料占比在30%左右。

2020年以来，受上游石油化工产品价格波动影响，公司原材料采购成本的波动较大，为了减少材料成本波动对于公司经营的影响，提高成本管控的主动性，公司加大了树脂材料、复丝等原材料的备货或锁价，其中，锁价的方式通常为：公司与原材料供应商签订采购订单，并支付一定比例的预付款，约定在未来一定时间内公司以约定价格采购原材料。

（一）报告期内原材料入库与预付材料款波动及结转情况相匹配

报告期内，公司锁价采购中的前三大供应商金额占比超过80%，公司与上述主要供应商的锁价的相关情况如下：

序号	供应商名称	原材料种类	锁价期间	预付比例
1	海安县晋宏化纤有限公司	尼龙复丝	2019年12月-2021年1月	-
			2019年12月-2021年7月	55.37%
			2020年5月-2021年6月	80.69%
			2021年6月-2021年9月	65.00%
			2021年6月至今	59.11%
			2021年10月-2022年1月	74.04%
			2022年4月至今	50.00%
		2022年4月至今	50.00%	
		特多龙复丝	2021年6月-2022年2月	66.96%
2	武汉安捷塑胶有限公司	PET	2019年12月-2021年2月	10.00%
			2020年4月-2020年6月	-
			2020年5月-2020年11月	-

序号	供应商名称	原材料种类	锁价期间	预付比例
			2020年9月-2021年5月	-
			2020年11月-2021年7月	-
			2020年12月至今	10.00%
			2021年6月-2022年6月	10.00%
3	供应商5	涤纶复丝	2019年5月-2020年1月	30.00%
			2019年11月-2019年11月	23.00%
			2019年12月-2020年3月	30.00%
			2019年12月-2020年9月	30.00%
			2020年1月-2020年3月	30.00%
			2020年9月-2021年2月	30.00%
			2020年11月-2021年4月	20.54%
			2020年11月-2021年9月	30.00%
			2021年2月-2021年8月	30.00%
			2021年3月-2021年8月	30.00%
			2021年3月-2021年9月	30.00%
			2021年3月-2022年1月	30.00%
			2021年6月-2021年12月	30.00%
			2021年6月-2021年12月	30.00%
2021年6月至今	30.00%			
2022年1月-2022年6月	30.00%			

注：公司大部分锁价合同未约定锁价期间，对已执行完毕的锁价合同，锁价期间指支付第一笔预付款日期至最后一笔货物入库日期，对尚未执行完毕的锁价合同，锁价期间指支付第一笔付款日期起

报告期各期，公司锁价合同涉及的原材料入库、预付款情况如下：

单位：万元

年份	原材料入库金额（含税）	预付款结转金额	预付款结转金额/原材料入库金额	当期末预付款金额
2022年1-6月	1,549.25	745.73	48.13%	1,008.22
2021年	2,421.72	1,026.78	42.40%	1,093.09
2020年	1,028.43	290.48	28.25%	439.36
2019年	50.32	16.55	32.89%	138.71

由上表可见，2020年以来公司锁价采购增加，锁价涉及的预付款结转金额、年末预付款金额有所增加。公司向海安县晋宏化纤有限公司锁价采购的预付比

例较高，2020年至2022年1-6月，公司向该供应商锁价采购原材料入库的比例提高，从而导致公司相应期间预付款结转金额/原材料入库金额比例有所上升。

综上所述，由于入库的原材料预付比例有所差别，导致各期预付款结转金额/原材料入库金额比例有所波动，公司报告期内原材料入库与预付材料款波动及结转情况相匹配。

（二）量化分析锁价对控制原材料采购成本的影响

报告期内，公司涉及锁价的原材料为树脂材料、复丝，锁价协议对原材料采购成本的影响测算如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
锁价引起的采购成本变动金额（A）	-126.43	-265.53	55.18	1.45
当年度原材料采购金额（B）	5,666.99	10,375.83	5,818.61	5,805.64
锁价引起的采购成本变动比例（C=A/B）	-2.23%	-2.56%	0.95%	0.02%

注 1：锁价引起的采购成本变动金额=（市场价格-锁定价格）×入库数量，市场价格=锁定价格×可比产品价格/在锁价期间的价格变动幅度；

注 2：涉及锁价的树脂材料包括 PA、PA6、PA66、PE、PET、PP，复丝包括尼龙复丝、特多龙复丝、涤纶复丝，其中可比产品价格来源分别为：PA 来自 wind 资讯锦纶切片市场价，PA6 来自 wind 资讯 PA6 常规纺切片市场价，PA66 来自 wind 资讯 PA66 华南地区市场价，PE 来自 wind 资讯高密度聚乙烯出厂价，PET 来自 wind 资讯常州华润聚酯市场价，PP 来自 wind 资讯 PP 国内现货价，尼龙复丝、特多龙复丝来自 wind 资讯锦纶 FDY 市场价，涤纶复丝来自 wind 资讯涤纶长丝 DTY（150D/48F）华东地区市场主流价格

报告期各期，公司通过锁价安排有效地缓解了原材料采购价格的波动对采购成本的影响，2021年至2022年1-6月，石油制品的市场价格持续上行，公司锁价效果较为显著，分别减少了265.53万元和126.43万元的原材料采购成本。

二、列示主营业务成本中单位材料成本、单位人工成本及单位制造费用的金额及占比，分析各期变动的原因；结合各类产品生产工艺、产能利用率变动、人工工时等因素，分析四类功能性保护套管的单位人工成本和单位制造成本的变动趋势存在差异的原因及合理性

（一）列示主营业务成本中单位材料成本、单位人工成本及单位制造费用的金额及占比，分析各期变动的原因

报告期内，公司功能性保护套管的销售收入占主营业务收入的比例约为80%，系公司主要产品。报告期内，公司功能性保护套管单位材料成本、单位

人工成本及单位制造费用的金额及占比情况如下：

单位：元/米

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位材料	0.56	58.58%	0.48	54.80%	0.41	52.04%	0.46	55.78%
单位人工	0.18	18.44%	0.19	21.28%	0.18	22.49%	0.18	22.28%
单位制造费用	0.22	22.98%	0.21	23.92%	0.20	25.47%	0.18	21.94%
合计	0.95	100.00%	0.87	100.00%	0.78	100.00%	0.83	100.00%

注：因部分复合套管因其规格型号差异大需按件计量，其不同种类产品的材质和工序的差异较大，不同期间销量不具可比性。因此，本表以及本题其他回复列示的单位材料、单位人工、单位制造费用为可按统一度量单位计量的功能性保护套管的成本

1、单位材料

功能性保护套管产品的主要原材料树脂材料、复丝、单丝系石油化工制品，单位材料成本及占比在报告期内呈现先降后升的趋势，变动趋势与国际石油价格变动趋势一致。报告期内，国际石油价格变动情况如下：



注：数据来源于 Wind，单位为美元/桶

2、单位人工

报告期内，单位人工成本波动较小，由于报告期内单位材料、单位制造费用的占比整体呈现上升的趋势，导致单位人工占比有所下降。

3、单位制造费用

报告期内，随着生产规模的扩大，公司增加了设备投入，机器设备的规模

不断扩大，功能性保护套管的单位制造费用持续增加。

报告期内，功能性保护套管的产能利用率和相关机器设备的价值如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
产能利用率	86.36%	96.90%	87.79%	89.75%
产能利用率变化率	-10.54%	9.12%	-1.96%	——
期初相关机器设备原值	3,767.55	2,839.41	2,000.19	1,664.93
期末相关机器设备原值	3,852.84	3,767.55	2,839.41	2,000.19
期末相关机器设备原值增长率	2.26%	32.69%	41.96%	20.14%

注 1：本表以及本题其他回复列示的为影响对应产品产能的关键生产设备价值

注 2：受 2020 年新冠疫情影响，公司功能性保护套管的主要生产基地武汉、重庆和昆山分别停工 1 至 2 个月，造成当年产能利用率略低于报告期内平均水平；2022 年 1-6 月受华东地区疫情的影响，公司功能性保护套管的主要生产基地昆山停工约 1 个月，进而导致产能利用率有所下降

由上表可见，相关机器设备规模的扩大及产能利用率的略微下降，共同导致 2020 年度、2022 年 1-6 月单位制造费用的上升；2021 年度相关机器设备规模扩大的比例高于产能利用率的提升幅度，故当年度单位制造费用亦有所上升。

（二）结合各类产品生产工艺、产能利用率变动、人工工时等因素，分析四类功能性保护套管的单位人工成本和单位制造成本的变动趋势存在差异的原因及合理性

1、单位人工成本

报告期内，公司四类功能性保护套管的单位人工成本情况如下表所示：

单位：元/米

产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
纺织套管	0.35	-2.39%	0.36	1.30%	0.35	-9.76%	0.39
编织套管	0.11	-7.12%	0.12	-2.62%	0.13	-7.41%	0.14
挤出套管	0.09	-0.04%	0.09	6.84%	0.09	-11.60%	0.10
复合套管	1.20	8.71%	1.10	22.23%	0.90	15.51%	0.78

（1）受技术升级、工艺改进的影响，纺织套管、编织套管及挤出套管单位人工成本整体呈现下降趋势，另外，由于 2021 年人工薪酬增幅较大，导致该年度上述功能性保护套管的单位人工成本有所上升或下降幅度有所减缓

①受技术升级、工艺改进的影响，纺织套管、编织套管及挤出套管单位人工成本整体呈现下降趋势

公司根据上述产品的工艺特点进行有针对性地技术升级和改进，有效提升自动化生产水平、生产效率和良品率，纺织套管、编织套管及挤出套管单位人工成本整体呈现下降趋势，主要情况如下：

提升和改进方向	纺织套管	编织套管	挤出套管
自动化生产水平	运用大盘头及大纱架等定制化设备使产品的接纱次数减少5倍以上	应用全自动化打纱机、自动锁扣式走马锭，实现工序简化，提高自动化程度	-
生产效率	内添加改性阻燃复丝技术可简化织带烫带处理工序，阻燃特性更加稳定、杜绝了失效的风险	---	-
良品率	自动温控渐变式成型技术创新运用在线热切，可实现自卷式套管在175℃高温条件下，避免出现张口变形和脆裂等不良情况	上述设计可有效减轻编织张力，使得编织套管的外管更加平整，提升了作业的质量稳定性	剖口定位的工艺创新可保证开口位置在合模线的90°方向，实现挤出套管的自锁式结构工艺，保证产品套线后不张口或露线

②由于 2021 年人工薪酬大幅上升，导致该年度上述功能性保护套管的单位人工成本有所上升或下降幅度有所减缓

报告期内，公司直接人工成本中的职工薪酬的变动与人数、薪酬水平情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
职工薪酬（万元）	1,844.21	3,799.65	2,653.48	2,520.66
期初人员数量	376	320	319	301
期末人员数量	389	376	320	319
人均薪酬（万元/年）	9.64	10.92	8.31	8.13
人均薪酬增幅	-11.68%	31.47%	2.14%	---

注：人均薪酬=职工薪酬/人员平均数量；2022年1-6月的人均薪酬为年化后的数据

为激励员工积极性，公司于 2021 年度对员工薪酬进行了大幅度调薪，当年度直接人工成本中人均薪酬增幅 31.47%，从而导致该年度纺织套管、挤出套管的单位人工成本有所上升，编织套管的单位人工成本下降幅度有所放缓。

（2）受产品结构改变的影响，复合套管单位人工成本逐年上升

报告期各期，不同复合套管的销售比例、单位人工成本情况如下：

单位：元/米

产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	占复合套管销售的比例	单位人工成本	占复合套管销售的比例	单位人工成本	占复合套管销售的比例	单位人工成本	占复合套管销售的比例	单位人工成本
隔热型复合套管	59.65%	1.96	49.36%	2.14	44.40%	1.69	23.32%	0.84
常规型复合套管	34.55%	0.49	41.74%	0.48	47.06%	0.48	56.43%	0.61
屏蔽型复合套管	5.79%	2.59	8.90%	2.25	8.54%	2.09	20.25%	2.73
合计	100.00%	1.20	100.00%	1.10	100.00%	0.90	100.00%	0.78

公司复合套管主要分为常规型复合套管、隔热型复合套管，由于工序复杂程度不同，两者生产所耗用的人工工时差别较大：常规型复合套管主要是通过纺织带、编织带和布料上贴附魔术贴、按扣、拉链等材料而复合制成，工序相对简单，耗用人工工时相对较少；隔热型复合套管根据具体情况需要编织、定型、模切或分切、贴合、针车、超声波焊接、热熔、打扣或贴覆等多种工序复合而成，复杂度高，进而所耗用的人工工时相对较多。

报告期内，部分客户增加了对公司的隔热型复合套管的采购，隔热型复合套管的销售金额占复合套管总销售收入的比例分别为 23.32%、44.40%、49.36% 和 59.65%，增长较快，受隔热型复合套管销售占比上升的影响，报告期内，复合套管的单位人工成本逐年上升。

综上，报告期内，受技术升级、工艺改进的影响，纺织套管、编织套管及挤出套管单位人工成本整体呈现下降趋势，而产品结构改变导致复合套管单位人工成本逐年上升，因此，上述产品的单位成本变动趋势存在差异符合公司经营实际，具有合理性。

2、单位制造费用

报告期内，公司四类功能性保护套管的单位制造费用情况如下：

单位：元/米

产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
纺织套管	0.34	9.80%	0.31	8.45%	0.29	3.61%	0.28
编织套管	0.28	3.09%	0.27	-2.22%	0.28	9.17%	0.26
挤出套管	0.05	11.81%	0.05	18.36%	0.04	8.46%	0.04
复合套管	0.41	22.02%	0.34	8.16%	0.31	26.43%	0.25

由上表可见，除 2021 年编织套管单位制费略有下降外，各类功能性保护套管各期单位制造费用均有所上升，主要原因系随着生产规模的扩大，公司增加了设备投入，机器设备的规模不断扩大，单位制造费用持续增加。

2021 年，编织套管单位制造费用略有下降，主要原因系：一方面当期应用全自动化打纱机等工艺改进的效果明显，自动化水平提高，编织套管的实际生产效率有所提升；另外，当期公司来自境外的编织套管订单有所增加，相比于境内，境外编织套管单个订单量一般较大，机器设备连续生产不中断的时间较长，因此，单位制造费用有所下降。

三、结合主要客户、产品结构等，分析对贸易商客户平均销售单价逐期下滑但对生产型客户销售单价逐期上升的原因，说明两类客户销售毛利率存在差异的合理性

报告期内，公司对生产型客户与贸易商客户销售的产品均以功能性保护套管为主，具体的产品种类、单价和毛利率如下表所示：

单位：元/米

项目	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度			
	销售占比	单价	毛利率	销售占比	单价	毛利率	销售占比	单价	毛利率	销售占比	单价	毛利率	
生产型客户	纺织套管	47.13%	3.78	57.52%	47.99%	3.78	60.82%	47.42%	3.87	64.59%	51.94%	4.09	60.31%
	编织套管	25.22%	1.30	39.67%	23.76%	1.19	44.24%	23.18%	1.05	43.97%	22.24%	1.03	43.88%
	挤出套管	19.57%	1.03	36.55%	18.98%	1.00	38.54%	18.67%	0.88	39.96%	19.78%	0.87	31.53%
	复合套管	8.07%	11.61	53.93%	9.28%	12.06	57.88%	10.72%	10.37	59.64%	6.03%	8.25	62.60%
	小计	100.00%	1.92	48.62%	100.00%	1.89	52.38%	100.00%	1.75	54.68%	100.00%	1.72	51.10%
贸易商客户	纺织套管	39.36%	2.90	66.43%	37.25%	2.67	66.77%	43.10%	2.97	70.32%	34.41%	3.90	71.52%
	编织套管	39.12%	1.02	45.28%	35.68%	0.95	47.60%	35.31%	0.98	44.77%	39.20%	0.97	43.99%
	挤出套管	12.34%	1.08	49.30%	7.65%	0.78	39.44%	7.20%	1.05	47.81%	7.68%	1.06	49.01%
	复合套管	9.19%	7.49	56.04%	19.42%	6.64	53.20%	14.39%	6.18	60.14%	18.71%	8.63	62.87%
	小计	100.00%	1.55	55.09%	100.00%	1.55	55.21%	100.00%	1.67	58.21%	100.00%	1.70	57.38%

注：公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将运输费计入营业成本，为增加可比性，本表计算 2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月毛利率时成本均不含运输费；本表计算单价不包括无法统一度量衡的少量复合套管

2019 年-2021 年，公司对生产型客户的平均销售单价分别为 1.72 元/米、1.75 元/米和 1.89 元/米，逐年上升，对贸易商客户的平均销售单价分别为 1.70 元/米、1.67 元/米和 1.55 元/米，逐年下降。2022 年 1-6 月，公司对两种类型客

户的销售单价保持稳定。两种类型客户销售毛利率和最近三年销售单价变动趋势存在一定差异，主要系对两种类型客户销售的产品结构差异、客户及订单特征不同所致，具体如下：

（一）产品结构差异系生产型客户和贸易商客户最近三年平均销售单价的变化趋势不同的主要原因

1、最近三年，公司向生产型客户销售的金属材质编织套管、螺旋管、隔热型复合套管等单价较高的产品的比例不断增加，导致对生产型客户的平均销售单价逐年上升

2019年-2021年，公司对生产型客户销售的编织套管、挤出套管和复合套管的平均销售单价均逐年上升，主要原因系：

（1）编织套管平均单价分别为 1.03 元/米、1.05 元/米和 1.19 元/米，逐年上升，主要原因系：比亚迪等生产型客户增加了对金属材质编织套管的采购，公司对生产型客户销售的金属材质编织套管的金额占其对该类型客户销售的编织套管的收入总金额的比例分别为 4.44%、4.63%和 9.79%，而金属材质编织套管的平均销售单价分别为 4.68 元/米、4.71 元/米和 6.01 元/米，远高于生产型客户编织套管平均销售价格，随着金属材质编织套管的销售金额的上升，编织套管的平均销售单价逐年上升；

（2）挤出套管平均单价分别为 0.87 元/米、0.88 元/米和 1.00 元/米，逐年上升，主要原因系：盖茨工业等生产型客户增加了对螺旋管的采购，公司对生产型客户销售的螺旋管的金额占其对该类型客户销售的挤出套管的收入总金额的比例分别为 2.29%、3.63%和 9.28%，而螺旋管平均销售单价分别为 4.60 元/米、4.49 元/米和 4.71 元/米，远高于生产型客户挤出套管平均销售单价，随着螺旋管的销售金额的上升，挤出套管的平均销售单价逐年上升；

（3）复合套管平均单价分别为 8.25 元/米、10.37 元/米和 12.06 元/米，逐年上升，主要原因系：安波福等生产型客户增加了对隔热型复合套管的采购，公司对生产型客户销售的隔热型复合套管的金额占其对该类型客户销售的复合套管的收入总金额的比例分别为 31.41%、50.35%和 58.70%，而隔热型复合套管平均销售单价分别为 6.52 元/米，12.86 元/米和 15.94 元/米，高于生产型客户

复合套管平均销售价格，其中上述客户 2020 年开始增加对隔热型复合套管中隔热套筒的采购，而隔热套筒的单价远高于其他隔热型复合套管，导致了隔热型复合套管的单价有所上升。

随着生产型客户对隔热型复合套管采购的增加，复合套管的平均销售单价逐年上升。

2、最近三年，贸易商客户增加对规格较小的自卷式纺织套管的采购，导致平均销售单价有所下降

2019 年-2021 年，公司对贸易型客户销售的各类产品中，纺织套管占比最大，且其销售价格逐年下降，系公司对贸易商客户平均销售单价逐年下降的主要原因，具体为：

2019 年-2021 年，贸易商客户采购的纺织套管主要是直径为 15MM 以下的自卷式纺织套管，采购金额占其纺织套管销售收入总金额的比例分别为 29.73%、40.25%和 46.41%，而由于直径为 15MM 以下自卷式纺织套管规格较小，其销售单价分别为 2.39 元/米、2.05 元/米和 1.88 元/米，低于对贸易商客户销售的纺织套管平均销售单价，并且基于市场竞争因素，公司对直径为 15MM 以下自卷式纺织套管主要贸易商客户的销售价格进行下调，进而导致了直径为 15MM 以下自卷式纺织套管价格下降。随着贸易商客户对规格较小的自卷式纺织套管采购的增加，贸易商客户的平均销售单价有所下降。

(二) 由于生产型客户和贸易商客户在客户及订单特征、产品结构等方面存在差异，导致贸易商客户的整体销售毛利率水平略高于生产型客户

1、客户及订单特征不同系导致贸易商客户的销售毛利率高于生产型客户的原因之一

相比于生产型客户主要为境内外大型的汽车、工程机械、轨道交通等主机厂或大型零配件配套厂商，贸易商客户规模及订单金额一般较小，公司对贸易商客户拥有更强的议价能力。另外，公司在开拓大型生产型客户时所面临的竞争更为激烈。上述客户及订单特征的不同系导致贸易商客户的销售毛利率高于生产型客户的原因之一。

2、公司向贸易商客户销售的自卷式纺织套管等毛利率较高的产品的比例较高，系导致贸易商客户的销售毛利率高于生产型客户的又一重要因素

以自卷式纺织套管为例，报告期内，公司销售的自卷式纺织套管的毛利率分别为 67.25%、67.76%、65.94%和 65.44%，属于公司毛利率水平较高的细分产品。报告期内，公司向贸易商客户销售的自卷式纺织套管占贸易商客户功能性保护套管的总销售金额的比例分别为 29.54%、36.24%、31.85%和 34.36%，高于生产型客户的 27.15%、29.90%、30.51%和 29.50%，上述产品结构差异系导致贸易商客户销售毛利率高于生产型客户的又一重要因素。

3、2022 年 1-6 月，生产型客户大幅增加了对公司的金属材质编织套管的采购，导致毛利率有所下降

2022 年 1-6 月，生产型客户大幅增加了对公司的金属材质编织套管的采购，当期采购金属材质编织套管的金额占生产型客户编织套管销售总金额的比例由 2021 年的 9.79%上升至 21.66%，而公司金属材质编织套管的销售毛利率低于编织套管整体销售毛利率，拉低了生产型客户的整体销售毛利率水平。

综上所述，生产型客户和贸易商客户平均销售单价变化趋势不同和销售毛利率存在差异的原因主要系客户及订单特征、产品结构不同所致，具有合理性。

四、结合发行人与同行业可比公司在原材料采购、产品定价、客户结构、成本构成等方面的差异，分析说明发行人 2020 年毛利率变动趋势与可比公司相反、2021 年毛利率较为平稳的原因及合理性

（一）由于执行新收入准则导致计算口径的差异系造成公司 2020 年毛利率与可比公司变动趋势相反的主要原因

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将运输费计入营业成本，而计算 2019 年毛利率时营业成本未包含运输费用，以上由于执行新收入准则导致计算口径的差异系造成公司当年毛利率与可比公司变动趋势相反的主要原因。

如果统一报告期各期毛利率的计算口径，计算各期综合毛利率时均将运输费用计入营业成本，报告期内，公司的毛利率分别为 45.96%、48.75%、45.96%和 43.67%，而同行业可比公司的毛利率平均值分别为 40.08%、42.98%、38.55%和 37.52%，二者变动趋势均为先上升后下降，保持一致，具体情况如下

表所示：

公司名称	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度		
				毛利率	运费占营业收入的比例	毛利率 (考虑运费影响)
必得科技	58.25%	54.97%	49.05%	63.00%	2.06%	60.93%
天普股份	35.61%	37.83%	42.46%	41.66%	0.76%	40.90%
沃尔核材	31.17%	32.49%	37.47%	35.63%	2.71%	32.93%
科创新源	26.35%	29.19%	48.99%	41.84%	1.18%	40.66%
合兴股份	29.79%	30.93%	34.17%	30.10%	1.57%	28.53%
泛亚微透	46.07%	44.75%	45.88%	46.80%	2.74%	44.06%
超捷股份	30.59%	34.56%	39.79%	33.03%	1.17%	31.86%
文依电气	42.34%	43.72%	46.05%	42.89%	2.13%	40.76%
平均值	37.52%	38.55%	42.98%	41.87%	1.79%	40.08%
公司	43.67%	45.96%	48.75%	49.36%	3.40%	45.96%

数据来源：上市公司招股说明书、定期报告

注：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将运输费计入营业成本，为增加可比性，计算可比公司 2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月的毛利率时成本均含运输费

相比于同行业可比公司，公司运费占营业收入的比例较高的原因主要为：

1、公司产品销售具有显著的“小批量、多批次”特征，客户集中度较低，单一订单的金额较小而订单数量较多，因此，实现相同销售收入的情况下，公司送货的次数更多，运费更高；

2、公司产品多为管状形态，产品包装的体积较大，单位价值量的货物运费价格更高。

(二) 2021 年公司综合毛利率变动较为平稳的主要原因系公司产品单价和产品结构保持相对稳定且公司综合毛利率受主要原材料价格波动的影响较小

2021 年公司综合毛利率较 2020 年下降 2.79 pct，而同行业可比公司的平均综合毛利率下降 4.43 pct，公司综合毛利率波动较为平稳的主要原因分析如下：

1、公司主要产品结构和产品单价保持相对稳定以及公司综合毛利率水平受到原材料价格波动的影响较小，进而导致公司综合毛利率变动幅度较小

报告期内，公司主要产品功能性保护套管销售占比分别为 82.24%、79.07%、79.22%和 81.31%，产品结构保持稳定，并且功能性保护套管的平均单价分别为

1.71 元/米、1.74 元/米、1.84 元/米和 1.87 元/米，变动较小，具体参见招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(二) 产品销售收入变动情况”和“(四) 产品销售价格的变动情况”。

公司综合毛利率下降主要系受到主要原材料价格波动所致，根据敏感性测算，主要原材料价格上涨 10%，公司综合毛利率波动幅度约为 1.90 pct，原材料价格波动对毛利率的影响相对较小，所以公司 2021 年综合毛利率水平较 2020 年变动相对平稳。

2、公司产品结构和成本构成与同行业可比公司存在差异，导致公司毛利率波动幅度与同行业可比公司存在差异

公司主营产品为功能性保护套管和功能性单丝，应用领域涵盖了汽车、工程机械、轨道交通、通讯电子等领域，公司的主要产品、应用领域、客户结构与同行业可比公司存在较大差异，进而导致公司毛利率波动幅度与同行业可比公司不同。具体可参见招股说明书之“十、经营成果分析”之“(三) 主营业务毛利及毛利率分析”之“4、同行业上市公司毛利率比较分析”。

2021 年公司综合毛利率同比下降 2.79 pct，与合兴股份、文依电气的毛利率下降幅度较为接近，而与必得科技、沃尔核材、科创新源和超捷股份的毛利率波动幅度差异较大，主要原因系产品结构和成本构成存在差异，具体分析如下：

可比公司	2021年综合毛利率较2020年变动幅度	对比分析
必得科技	5.92 pct	根据必得科技的年报显示，必得科技城轨车辆配套产品毛利率为58.96%，高于整体毛利率水平，而该产品销售占比增加6.28%，进而导致其毛利率有所上升
沃尔核材	-4.98 pct	根据沃尔核材的年报显示，其毛利率下降主要由原材料价格的上涨所致。沃尔核材的营业成本中直接材料占比约为75%，而公司直接材料占比约为65%，所以沃尔核材毛利率受原材料价格波动影响较大
科创新源	-19.80 pct	根据科创新源的年报显示，2021年科创新源新开发消费电子行业、传统家电行业，收入占比为45.11%，毛利率分别为15.66%、14.25%，其原电力、通讯行业产品毛利率分别为56.24%、46.72%，较低毛利率水平产品的销售占比提升较大，导致毛利率明显下降
超捷股份	-5.23 pct	根据超捷股份的年报显示，2021年超捷股份的毛利率下降较多的主要原因系以钢材为主要原材料的异形连接件毛利率下降9.39 pct，而与公司产品原材料材质相近的塑料紧固件产品的毛利率下降了3.04 pct，与公司毛利率波

可比公司	2021年综合毛利率较2020年变动幅度	对比分析
		动不存在较大差异
公司	-2.79 pct	报告期内公司主要产品结构和成本构成较为稳定

数据来源：上市公司招股说明书、定期报告

3、公司产品毛利率水平高于同行业可比公司平均值的主要原因

(1) 自主研发的核心技术以及产品竞争力为公司取得较高毛利打下坚实基础

公司经过多年的持续研发投入和生产经验积累，已形成了围绕材料配方和产品结构设计、成型方面的核心技术。公司产品已取得多个下游应用领域关键技术和性能指标的测试或认证，满足客户的性能要求，且整体性能指标比肩外资领先厂商同类产品水平，部分关键技术具有行业先进性和独创性，形成一定的产品性能竞争优势。自主研发的核心技术以及产品竞争力为公司取得较高毛利打下坚实基础。

(2) 公司掌握关键原材料单丝的自主生产，实现供应链垂直一体化，凸显产品性能、研发、成本优势

功能性单丝系编织套管、纺织套管的主要原材料之一，国内外主要竞争对手基本依靠向单丝生产厂商采购单丝以满足自身生产需要，而公司是少数掌握功能性单丝配方设计和改性生产能力的功能性保护套管企业之一。公司通过实现功能性单丝的自产，实现向自身所处产业链条的上游延伸，可在以下方面提升产品竞争力：

①有利于保证产品品质和提升产品性能

公司从树脂材料开始，自主开发改性配方，生产功能性单丝，可以有效贯彻研发理念，保证单丝性能的稳定性和一致性，并与公司产品结构设计及成型技术适配，共同实现功能性保护套管产品在各种极端工况下对于线束系统或流体管路系统的安全防护功能。因此，公司通过多年积累、不断适配而自主掌握的功能性单丝的配方设计和改性生产能力是保证功能性保护套管产品品质以及提升产品性能的关键之一。

②有利于缩短研发周期，快速响应客户需求

公司下游客户需求具有很强的多样性和多变性，产品种类多、更新换代快，例如主机厂的新车型或原有车型升级。功能性保护套管的生产企业往往通过研发新的材料配方或者优化产品结构及成型技术两个途径来提升产品的性能。同时兼具上述两种核心技术的企业因不需要材料供应商的配合，在研发新产品时更具优势和效率，进而能够快速响应下游客户对于产品性能的新需求。

③降低原材料采购成本

公司通过大部分单丝自主生产有效降低了原材料采购成本，根据公司外购单丝的单价以及自产单丝的单位成本测算，报告期内，公司通过自产单丝减少的原材料采购成本分别约为 404.73 万元、644.66 万元、846.85 万元和 364.13 万元，未来随着公司单丝产能的扩张和企业的经营规模的扩大，公司成本优势将进一步凸显，有利于公司持续保持或提高产品的毛利率水平。

(3) 产品应用领域、在产业链中所处的位置等有利于公司保持较高毛利率

同行业可比公司中，泛亚微透、文依电气与公司毛利率水平较为接近，必得科技毛利率水平高于公司，而其他可比公司毛利率水平低于公司，从产品应用领域及在产业链所处位置具体分析如下：

①产品应用领域集中度差异导致毛利率水平不同

从下游应用领域来看，公司主营产品主要应用于汽车、工程机械、轨道交通、通讯电子等传统领域，其中汽车领域销售收入占主营业务收入的比例约为 50%，系公司产品的主要下游应用领域。公司针对行业发展趋势和客户增量需求，能够在传统行业和新兴领域中获得更多高毛利率的产品应用机会，并进行一系列新产品品类和技术的开发，从而提高公司竞争力。

同行业可比公司中，必得科技的产品主要集中应用于轨道交通，毛利率水平高于公司；沃尔核材主营产品中电线产品销售占比较高，该类产品的毛利率较低，进而拉低了沃尔核材的整体毛利率水平；科创新源 2019 年、2020 年的毛利率分别为 41.84%和 48.99%，与公司较为接近，2021 年科创新源新开发了消费电子和传统家电行业，受此影响，整体毛利率大幅下降。

②公司为汽车产业链的二级供应商，且产品的单位价值较低，来源于下游的价格压力相对较小

公司主营产品主要应用于汽车行业，且为汽车产业链中的二级供应商，可比公司中，泛亚微透、文依电气、合兴股份和超捷股份与公司上述特点相似，其中，泛亚微透、文依电气与公司的毛利率水平较为接近，而合兴股份、超捷股份由于产品构成中金属类产品占比较大，其整体毛利率低于公司，超捷股份主营产品中与公司产品材质较为相似的塑料紧固件产品的毛利率约 41.67%，与公司较为接近。另外，天普股份为汽车产业链的一级供应商，产品单位价值较高，且面临的下游汽车主机厂的降本压力相对较大，进而毛利率水平低于公司。

另外，相较于同行业其他可比公司的产品，公司主营产品功能性保护套管在客户的采购成本中占比相对较小，单位价值量较低，同时，功能性保护套管产品对汽车、工程机械、轨道交通等线束系统及流体管路系统具有重要的安全防护作用，相比于采购单价，客户更加注重相应产品的保护性能。因此，公司面临的来自于终端主机厂、一级供应商的价格压力相对较小，有利于公司产品保持较高的毛利率水平。

(4) 公司具有丰富的产品线布局，并提供定制化的保护功能技术解决方案，形成一站式和个性化的服务能力

为适用不同的应用领域、实用工况和材质要求，公司功能性保护套管产品种类从早期单一的编织套管类别逐步向纺织套管、挤出套管、复合套管等多品类拓展，并从提供单一产品到提供整体定制化解决方案，逐步实现向综合型服务商的转变。公司通过多年生产实践积累，能够覆盖各主要类型的线束系统和流体管路安全防护需求，并主动总结不同细分领域的共性需求，推出定制化的保护功能技术解决方案，形成一站式服务能力。

公司具有丰富的产品品类和定制化服务能力，能够满足客户一站式、个性化的需求，有助于公司维系现有的客户关系和维持较高的毛利率水平。与公司毛利率相近或者毛利率水平高于公司的同行业可比公司中，必得科技和文依电气也具有产品品类丰富、定制化服务的特点，具体如下：

同行业可比公司	产品优势
必得科技	在通风系统方面，公司开发出新型软风道、轻量化风道、功能风道、主电动机风道和废排装置等系列产品，种类齐全
文依电气	提供约 13,000 种不同规格型号的产品，能满足客户的多样化需求。此外，公司还可以根据客户的个性化需求，进行产品

同行业可比公司	产品优势
	的定制开发和设计。
公司	公司下游应用领域广泛，产品类型、型号众多，能够提供超过20,000种不同规格型号的产品，并且能够为客户提供定制化的保护功能技术解决方案，满足一站式采购和个性化需求

资料来源：上市公司招股说明书、定期报告

(5) 公司生产布局完善，销售服务网络覆盖主要下游客户聚集区域，有利于及时响应客户的需求

公司主要下游客户集中在长三角、珠三角以及长江中上游地区，因此，公司相应建立了深圳、东莞、昆山/苏州、武汉、重庆、江门六大生产基地，不仅能够就近客户生产，有效缩短交付周期，也可以及时获取客户需求信息，并方便调配生产资源，应对局部疫情反复导致停工等突发事件，满足客户对按时交付的需求。

相比于外资厂商的管理、研发、采购、生产等机构分布在全球不同地区，公司更为贴近境内客户，因而更加具有响应及时、沟通效率高、运营成本低等方面的优势，上述方面也为公司产品保持较高毛利率奠定了一定基础。

综上所述，与同行业可比公司和国内外竞争对手相比，公司在产品性能、垂直一体化生产、一站式和个性化服务能力、应用领域广泛、面临下游价格压力、生产布局和销售网络等方面具有一定竞争优势，有利于公司产品保持较高毛利率水平。

五、结合主要产品耗用原材料种类及比例测算原材料价格波动对发行人毛利率的敏感性分析；结合报告期内原材料价格变动及 2022 年上半年主要原材料价格，进一步分析说明主要产品的毛利率是否存在大幅波动的风险

(一) 结合主要产品耗用原材料种类及比例测算原材料价格波动对发行人毛利率的敏感性分析

报告期内，除配套商品外，公司其他产品均为自主生产，公司自主产品耗用主要原材料种类和比例的情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月末		2021年末		2020年末		2019年末	
	耗用金额	耗用占比	耗用金额	耗用占比	耗用金额	耗用占比	耗用金额	耗用占比
树脂材料	1,745.83	25.41%	3,188.08	24.89%	2,334.77	29.66%	2,332.76	32.09%
复丝	1,458.82	21.23%	2,602.35	20.31%	1,371.82	17.43%	1,895.20	26.07%
单丝	472.20	6.87%	1,515.60	11.83%	842.94	10.71%	500.47	6.88%
功能助剂	819.88	11.93%	1,416.25	11.06%	903.10	11.47%	737.14	10.14%
合计	4,496.73	65.44%	8,722.29	68.09%	5,452.63	69.27%	5,465.58	75.19%

注：上述占比计算的合计数不包括配套商品采购金额；报告期各期自主产品产销率较高，期初和期末存货中所含原材料成本的差异相对较小，对各期结转成本的影响有限，因此自主产品当期耗用原材料金额可以反映当期原材料结转金额

报告期内，公司功能性保护套管等自主产品销售毛利率分别为 51.81%、55.62%、53.09%和 50.02%，在假设其他条件不变的情况下，公司主要原材料价格下降/上涨 5%、10%和 15%对自主产品的毛利率的影响值的相关情况如下：

单位：pct

类别	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度		
	下降/上涨5%	下降/上涨10%	下降/上涨15%	下降/上涨5%	下降/上涨10%	下降/上涨15%	下降/上涨5%	下降/上涨10%	下降/上涨15%	下降/上涨5%	下降/上涨10%	下降/上涨15%
树脂材料	±0.43	±0.85	±1.28	±0.40	±0.80	±1.21	±0.42	±0.84	±1.26	±0.48	±0.97	±1.45
复丝	±0.36	±0.71	±1.07	±0.33	±0.66	±0.98	±0.25	±0.49	±0.74	±0.39	±0.78	±1.18
单丝	±0.12	±0.23	±0.35	±0.19	±0.38	±0.57	±0.15	±0.30	±0.45	±0.10	±0.21	±0.31
功能助剂	±0.20	±0.40	±0.60	±0.18	±0.36	±0.54	±0.16	±0.32	±0.49	±0.15	±0.31	±0.46
合计	±1.10	±2.20	±3.30	±1.10	±2.20	±3.30	±0.98	±1.96	±2.94	±1.13	±2.26	±3.39

注：对自主产品的毛利率的影响值=自主产品主要原材料耗用金额*价格变动比率/自主产品当期营业收入

由上表测算可知，公司自主产品的毛利率波动幅度远小于当期结转主要原材料采购价格的变动幅度，原材料价格波动对自主产品的毛利率的影响相对较小。

(二) 结合报告期内原材料价格变动及 2022 年上半年主要原材料价格，进一步分析说明主要产品的毛利率是否存在大幅波动的风险

报告期内，公司主要原材料采购价格的情况如下表所示：

单位：元/kg

类别	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度	
	采购占比	单价	同比变动	采购占比	单价	同比变动	采购占比	单价	同比变动	采购占比	单价
树脂材料	26.65%	9.59	5.75%	25.65%	9.06	8.53%	29.14%	8.35	-11.24%	31.40%	9.41
复丝	21.67%	19.67	16.47%	20.01%	16.89	14.82%	17.16%	14.71	-30.33%	26.41%	21.11
单丝	6.70%	34.86	77.18%	11.54%	19.67	11.16%	10.92%	17.70	-18.09%	7.53%	21.61
功能助剂	10.53%	45.24	10.85%	11.15%	40.81	14.96%	11.43%	35.50	7.69%	9.87%	32.97
合计	65.55%	15.21	8.54%	68.35%	14.02	14.28%	68.65%	12.27	-14.58%	75.22%	14.36

注：上述占比计算的合计数不包括配套商品采购金额

2020年至2022年1-6月，公司主要原材料平均采购单价较去年变动比例分别为-14.58%、14.28%和8.54%，而公司报告期内剔除运费后的综合毛利率分别为49.36%、52.04%、49.57%和46.94%，分别变动2.69 pct、-2.47 pct和-2.63 pct，变动较小，与原材料采购单价变动趋势保持一致。

基于以下原因，公司主要产品的毛利率随原材料价格变动而大幅波动的风险较小：

(1) 根据敏感性测试，公司主要产品的毛利率波动幅度远小于主要原材料采购价格的变动幅度，原材料价格波动对毛利率的影响相对较小。

(2) 公司原材料主要为石油化工类产品，2022年6月中旬以来，国际石油价格有所下降，原材料采购价格有所回落，原材料上涨导致公司毛利率下降的影响有所缓解。



注：数据来源于 Wind，单位为美元/桶

(3) 公司通过适当备货等方式，对部分原材料价格进行锁定，有效缓解了原材料价格波动对经营业绩的影响。具体参见本回复“问题 3、关于成本和毛利率”之“发行人回复”之“一、说明与主要供应商签订锁价合同……”之“(二) 量化分析锁价对控制原材料采购成本的影响”。

(4) 公司持续增加研发投入，不断开发新产品、新技术，以提升公司产品的竞争力，保证产品的利润空间。为了保证公司产品的核心竞争力，公司以市场、客户需求和最新产品前沿应用为导向不断制定新产品研发计划，截至本回复意见出具之日，公司在研产品及其相应技术项目的数量为 17 项，项目预算总金额约 1,994 万元，研发产品应用方向主要包括新能源汽车、商用车、轨道交通和医疗等多个领域，具体参见招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、发行人技术水平及研发情况”之“(三) 研发费用及在研项目情况”之“2、正在从事的主要研发项目”。

综上所述，根据敏感性测试，公司主要产品的毛利率波动幅度远小于主要原材料采购价格的幅度，另外，公司通过主动备货以及不断研发新产品和新技术，有效缓解原材料价格波动对公司毛利率的影响，因此，公司主要产品的毛利率随主要原材料价格变动而大幅波动的风险较小。

【中介机构核查情况】

一、核查程序

针对上述事项，保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、取得并查阅发行人与主要供应商的采购订单、预付账款明细表、采购明细表，分析原材料入库与预付材料款波动及结转的匹配性；查询主要原材料公开市场价格，分析锁价对原材料采购成本的影响；

2、取得并查阅发行人成本明细表、固定资产明细表，访谈发行人财务负责人，分析发行人单位材料成本、单位人工成本及单位制造费用的变动原因，取得并查阅发行人产能利用率数据，与发行人管理层进行访谈，了解发行人产品技术和工艺特点，分析各类功能性保护套管单位人工成本和单位制造费用变动趋势存在差异的原因及合理性；

3、取得并查阅发行人收入成本明细表等资料，并访谈发行人销售负责人和

财务负责人，对比分析发行人向生产型客户和贸易商客户销售单价变动趋势不同及毛利率存在差异的原因；

4、查询同行业可比公司披露的公开资料，访谈发行人管理层，分析发行人综合毛利率水平与同行业可比公司变动趋势存在差异的原因和发行人产品毛利率水平高于同行业可比公司平均值的主要原因；

5、取得并查阅发行人主要原材料采购和耗用的明细表，测算原材料价格波动对发行人毛利率的影响；访谈发行人管理层，分析主要产品的毛利率是否存在随主要原材料价格变动而大幅波动的风险。

二、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、2020 年来公司锁价采购增加，锁价涉及的预付款结转金额、年末预付款金额均有所增加，报告期内原材料入库与预付材料款波动及结转情况相匹配；公司通过锁价有效平缓了原材料采购成本的波动；

2、报告期内，受国际石油价格变动的的影响，发行人功能性保护套管的单位材料成本及占比在报告期内呈现先降后升的趋势；随着发行人设备投入的增加，单位制造费用呈现上升的趋势；单位人工成本波动较小，由于单位材料、单位制造费用的占比整体呈现上升的趋势，导致单位人工占比有所下降；受技术升级、工艺改进、人工薪酬、产品结构、订单规模等因素的影响，公司部分功能性保护套管的单位人工成本和单位制造费用变动趋势存在一定差异，符合发行人经营实际，具有合理性；

3、生产型客户和贸易商客户平均销售单价变化趋势不同和销售毛利率存在差异的原因主要系客户及订单特征、产品结构不同，具有合理性；

4、由于执行新收入准则导致计算口径的差异系造成发行人 2020 年毛利率与可比公司变动趋势相反的主要原因，将 2019 年运输费用计入营业成本后，报告期内发行人综合毛利率水平先上升后下降，与同行业可比公司平均毛利率变动趋势保持一致；2021 年发行人综合毛利率变动较为平稳的主要原因系发行人产品单价和产品结构保持相对稳定且发行人自主产品的毛利率受主要原材料价格波动的影响较小，而公司产品结构和成本构成与同行业可比公司存在差异，

进而导致公司毛利率波动幅度与同行业可比公司存在差异；与同行业可比公司和国内外竞争对手相比，发行人在产品性能、垂直一体化生产、一站式和个性化服务能力、应用领域广泛、面临下游价格压力、生产布局和销售网络等方面具有一定竞争优势，有利于发行人产品保持较高毛利率水平；

5、根据敏感性测试，发行人主要产品的毛利率波动幅度远小于主要原材料采购价格的幅度，另外，发行人通过主动备货以及不断研发新产品和新技术，有效缓解原材料价格波动对发行人毛利率的影响，因此，发行人主要产品的毛利率随主要原材料价格变动而大幅波动的风险较小。

问题 4、关于股份支付

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 发行人有新余博海和新余骏博两个持股平台，用于对核心员工实施股权激励，分别直接持有公司 8.66%和 1.73%的股份，发行人按照股权激励的服务期分摊计入管理费用，报告期各期确认股份支付金额为 134.89 万元、40.37 万元和 41.28 万元。

(2) 2020 年 11 月，许介兰、陈海滨、李琴等非员工合伙人将持有的财产份额转让给公司员工并退伙，系持股平台清理非员工合伙人，双方属于自由转让，未进行股份支付处理。

(3) 新余博海授予的限制性股权自授予之日起至 2019 年度审计报告出具之日止为第一次锁定期（总计约五年）。发行人 2018 年的净利润超过了 3,600 万，达到了解锁条件，股份解锁后确认的股份支付则在确认当期一次性计入管理费用。根据员工持股计划约定，新余博海员工辞职或劳动合同到期后不与公司续签的，该合伙人持有的合伙企业的出资额由合伙企业的普通合伙人以该合伙人取得激励股权所支付的对价予以回购。

(4) 发行人实际控制人杨凤凯的亲属徐学良间接持有发行人股份，招股说明书中未披露其股份锁定承诺情况。

请发行人：

(1) 说明 2020 年 11 月，许介兰、陈海滨、李琴等非员工合伙人退伙原因、股份转让价格公允性，是否涉及发行人换取受让方服务的原因及依据，并测算如进行股份支付对发行人财务数据影响情况。

(2) 结合新余博海员工持股计划关于锁定期、员工离职后股份转让安排等，说明新余博海服务期情况，发行人在各服务期内股份支付确认金额及依据；新余博海 2018 年达到解锁条件后是否仍存在锁定期等隐形服务期，发行人股份支付金额确认准确性。

(3) 列表说明发行人实际控制人亲属持股情况、任职情况，是否已经按照相关规定出具股份锁定承诺。

请保荐人、申报会计师对问题（1）、（2）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（3）发表明确意见。

【发行人回复】

一、说明 2020 年 11 月，许介兰、陈海滨、李琴等非员工合伙人退伙原因、股份转让价格公允性，是否涉及发行人换取受让方服务的原因及依据，并测算如进行股份支付对发行人财务数据影响情况

（一）非员工合伙人退伙原因、股份转让价格公允性

1、非员工合伙人退伙的原因

自持股平台新余博海设立以来，曾出现三名非员工合伙人入股，分别为许介兰、陈海滨、李琴，退出前，三人通过新余博海间接持有公司的股份比例合计为0.56%，比例较低。2020年11月，上述三名非员工合伙人将持有的新余博海的财产份额转让给其他员工合伙人，从而退出员工持股平台，至此，公司员工持股平台的所有合伙人均为公司员工。非员工合伙人退伙的原因主要为：

（1）随着公司经营业绩持续增加，公司将IPO提上日程，为进一步明确员工持股平台的员工激励属性，方便合伙企业对于各合伙人转让财产份额、退伙等事务进行统一管理，并确保持股平台合伙人能够严格遵守上市后股份减持等相关法律法规以及承诺，经友好协商，公司于2020年11月对持股平台中的非员工合伙人进行清退；

(2) 受让非员工合伙人财产份额的员工合伙人分别为林铭钊、王宁和罗彪，上述三人分别担任东莞骏鼎达厂长、昆山骏鼎达厂长和厂务经理，均系担任公司重要岗位的核心员工，通过本次受让，将进一步增加上述核心员工的持股份额，提高公司对于核心员工的激励力度。

2、退伙时转让价格的公允性

2020年11月，三名非员工合伙人将持有的新余博海的财产份额转让给其他员工合伙人，从而退出员工持股平台，转让价格及定价依据具体如下表所示：

序号	非员工合伙人	转让时间	股数（股）	转出价格	定价依据
1	许介兰	2020.11	51,936	13元/股	参照最近一次外部投资者的入股价格，具体为：2018年2月深创投等外部投资人入股价格为15.58元/股，2019年8月，公司资本公积转增股本后，股本数增加至3,000万股，除权后的深创投等外部股东入股价格约为12元/股
2	陈海滨		64,920		
3	李琴		51,936		

注：上表以及本题中其他涉及的持股平台合伙人持有的股数均为该合伙人持有的持股平台的财产份额穿透后对应的公司的股数

转让双方通过协商确定转让价格为13元/股，定价依据参照了最近一次外部投资者的入股价格（除权后为12元/股）。

2019年11月，公司实际控制人杨巧云通过新余骏博对部分核心员工实施股权激励，授予价格为13元/股。非员工合伙人退伙时的股权转让价格与新余骏博的股权授予价格保持一致。

综上，非员工合伙人退伙时的股权转让价格系双方协商确定，参照了最近一次外部投资者的入股价格，且与公司最近一次股权激励的股份授予价格保持一致，因此，定价具有公允性。

(二) 是否涉及发行人换取受让方服务的原因及依据，并测算如进行股份支付对发行人财务数据影响情况

1、非员工合伙人入股不涉及发行人换取受让方服务的情形

2016年7月，陈海滨、李琴参与了新余博海的第二次股权激励，股权受让价格为6元/股，系当次股权激励中的最高授予价格；2017年1月，经杨凤凯介绍，新余博海员工合伙人曹素荣因个人资金需求将其持有的新余博海的财产份额转让给许介兰，转让价格为曹素荣取得激励股权所支付的对价。

三名非员工合伙人入股背景情况如下：

(1) 陈海滨，因其具备一定的汽车零部件行业的渠道资源，自2009年起为公司拓展客户资源，系公司的销售服务商之一，因与公司合作多年并看好公司发展前景，2016年从杨凤凯处受让部分新余博海的财产份额。陈海滨与公司签署销售服务合同，公司依据合同约定向其支付销售服务费，相关情况详见首轮问询回复之“问题14、关于期间费用”之“发行人回复”之“二、列示报告期内主要销售服务商的基本情况.....”，因此，陈海滨向公司提供的销售服务均已按照合同约定向公司收取相关费用，不涉及公司通过上述股权安排换取受让方服务的情形；

(2) 李琴、许介兰，与公司实际控制人杨凤凯为朋友关系，因看好公司发展，2016年7月、2017年1月，李琴、许介兰分别从杨凤凯、新余博海的员工合伙人曹素荣处受让股份。出于朋友关系，李琴、许介兰曾向杨凤凯及骏鼎达提供过零星的业务信息，但均未与公司建立长期、正式的业务合作关系。

李琴主要从事国际货运代理等方面的工作，入股前后分别任职于深圳市尚世国际货运代理有限公司、深圳市沃购电商科技有限公司、深圳市邦太供应链管理有限公司等，其中，深圳市尚世国际货运代理有限公司曾于2015年以前为公司提供过少量的货运服务，交易金额较小；许介兰于2004年退休，退休前于上海铁路局担任列车话务员、事务员。

经对李琴、许介兰以及报告期内主要客户、供应商进行网络查询、访谈确认等核查，除上述李琴的关联公司曾在2015年以前为公司的货运供应商外，李琴、许介兰均不存在在公司客户、供应商中任职或以任何方式直接或者间接拥有权益的情况，也不涉及公司通过上述股权安排换取受让方服务的情形。

2、非员工合伙人入股时均进行了股份支付处理

三名非员工合伙人入股时，公司均已按照《企业会计准则》相关规定对三名非员工合伙人入股时的受让价格与公司股份的公允价值之间的差异进行股份支付处理，其中，公允价值参照了公司2017年1月向招商证券等做市商定向发行股票时的价格8.50元/股，具体情况如下表所示。

非员工 合伙人	入股 时间	受让 股数 (股)	受让价格 (元/股)	受让价格 对应的 PE倍数	是否进行股 份支付处理	公允价值 (元/股)	已确认 股份支付 (万元)
陈海滨	2016.07	50,000	6.00	6.94	是	8.50	12.50
李琴	2016.07	40,000	6.00	6.94	是	8.50	10.00
许介兰	2017.01	40,000	4.00/4.50	4.63/5.20	是	8.50	17.25

3、非员工合伙人退伙系持股平台清退非员工合伙人，未进行股份支付处理，如进行股份支付对公司财务数据影响较小

2020年11月，许介兰、陈海滨、李琴等非员工合伙人将持有的财产份额转让给公司员工并退伙，系持股平台清退非员工合伙人，公司未进行股份支付处理，如进行股份支付对公司财务数据的影响如下：

单位：万元

事项	转让股数 (股)	转让 价格	公允价值	股份 支付	2020年度 净利润	占比
许介兰、陈海滨、李琴等 三名非员工合伙人退伙	168,792	13元/股	16.95元/股	66.67	7,062.51	0.94%

经测算，如对非员工合伙人转出股份确认股份支付，股份支付费用为66.67万元，占当期净利润的比例为0.94%，影响较小。

二、结合新余博海员工持股计划关于锁定期、员工离职后股份转让安排等，说明新余博海服务期情况，发行人在各服务期内股份支付确认金额及依据；新余博海2018年达到解锁条件后是否仍存在锁定期等隐形服务期，发行人股份支付金额确认准确性

(一) 结合新余博海员工持股计划关于锁定期、员工离职后股份转让安排等，说明新余博海服务期情况，发行人在各服务期内股份支付确认金额及依据

1、结合新余博海员工持股计划关于锁定期、员工离职后股份转让安排等，说明新余博海服务期情况

(1) 锁定期

公司实际控制人杨凤凯、杨巧云通过新余博海分别于2015年7月和2016年7月实施了两次股权激励。依据与员工持股平台新余博海相关的股权激励方案，新余博海员工持股计划关于锁定期的相关约定具体为：

①授予的限制性股权自授予之日起至2019年度审计报告出具之日止为第一

次锁定期（总计约五年）。如公司在第一次锁定期内任一年度营业收入达到或者超过 2 亿元人民币且净利润达到或者超过 3,600 万元人民币，自公司该年度审计报告出具之日起，限制性股权提前解锁；

②除根据本方案规定进行的转让、回购外，激励对象根据本激励方案获授的限制性股权在锁定期内不得转让、用于担保获偿还债务；

③在锁定期届满之后，激励对象可根据股权转让发生时的市场价格，转售其所享有比例的激励股权，有限合伙的普通合伙人享有优先购买权。在激励对象转让其激励股权后，即不再享有公司的利润分配权。

（2）员工离职后股份转让安排

根据新余博海合伙协议、股权激励等相关文件的约定，在股权激励锁定期内，新余博海员工合伙人离职后股份处理办法具体如下：

序号	离职原因	股份转让安排
1	因不能胜任岗位工作、触犯法律、违反职业道德、泄露公司机密、失职或渎职等行为损害公司利益或声誉等情况，导致公司解除与激励对象劳动关系的	在情况发生之日，该合伙人持有的合伙企业的出资额由合伙企业的普通合伙人以该合伙人取得激励股权所支付的对价予以回购；若限制性股权在授予后，公司发生派息且派息已支付予合伙人的，回购价格应相应扣除合伙人已取得的派息额（含税）
2	辞职或劳动合同到期后不与公司续签	在情况发生之日，该合伙人持有的合伙企业的出资额由合伙企业的普通合伙人以该合伙人取得激励股权所支付的对价予以回购；若限制性股权在授予后，公司发生派息且派息已支付予合伙人的，回购价格应相应扣除合伙人已取得的派息额（含税）
3	因工伤丧失劳动能力而离职	在情况发生之日，对合伙人将完全按照丧失劳动能力前《股权激励方案》规定的程序进行，其个人绩效考核条件不再纳入解锁条件
4	非因工伤丧失劳动能力而离职	在情况发生之日，该合伙人持有的合伙企业的出资额由合伙企业的普通合伙人回购，回购价格以合伙人取得激励股权所支付的对价加上银行同期基准定期存款利率计算所得的利息计算
5	其他未说明情况	由公司董事会认定并确定其处理方式

（3）新余博海服务期情况

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》中关于“等待期内自资产负债表日的处理”的相关规定如下：

①完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以

权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积；

②在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间；对于可行权条件为规定业绩的股份支付，应当在授予日根据最可能的业绩结果预计等待期的长度。

公司 2018 年的净利润超过 3,600 万，达到了规定业绩相关的解锁条件。2018 年资产负债表日，公司根据 2018 年业绩情况等信息调整了对于可行权权益工具数量的估计。

鉴于以上锁定期约定、员工离职后股份转让安排、股份解锁情况等，公司将自股份授予日至解锁日的期间认定为服务期，并在服务期每个资产负债表日，对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。实际控制人通过新余博海实施的两次股权激励的服务期情况如下：

股权激励	服务期
2015 年 7 月，实际控制人杨凤凯和杨巧云合计将新余博海出资份额 200 万元中的 123.05 万元转让予袁昌根等 28 名公司员工	授予日至 2018 年末
2016 年 7 月，实际控制人杨凤凯将其持有的新余博海出资 78.15 万元份额转让予张军等 35 名股权激励对象，其中新增王宁等 23 名股权激励对象入伙	授予日至 2018 年末

2、各服务期内股份支付确认金额及依据

服务期内，公司通过员工持股平台新余博海实施股权激励及历次合伙人变动相关的股份支付确认情况如下表所示：

单位：元/股、万股、万元

事件	变动情况	转让价格	公允价值	股数	股份支付金额
首次授予	2015年7月，实际控制人杨凤凯和杨巧云合计将新余博海出资份额200万元中的123.05万元转让予袁昌根等28名公司员工	4.00	5.00	88.25	88.25
		5.00		34.80	
第二次	2016年7月，实际控制人杨凤凯将其持有的	4.50	8.50	25.40	101.60

事件	变动情况	转让价格	公允价值	股数	股份支付金额
授予	新余博海出资78.15万元份额转让予张军等35名股权激励对象，其中新增王宁等23名股权激励对象入伙	5.00		14.35	50.23
		5.50		6.00	18.00
		6.00		32.40	81.00
员工离职等情形下财产份额转让	2016年10月-2017年1月，覃付全、曹素荣转让其持有的财产份额	6.00	8.50	2.00	5.00
		4.00		2.50	11.25
		4.50		1.50	6.00
	2018年1月-2018年11月，陈莉、方青莹、李琦兴、代慧俊转让其持有的财产份额	4.00	15.58	1.00	11.58
		6.00		4.40	42.15

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》的相关规定，公司在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积，具体为：

(1) 针对上表中首次授予和第二次授予所确认的股份支付费用在服务期内分期确认，其中，2015 年至 2017 年，由于公司业绩未达到解锁条件，公司以自授予之日起至 2019 年度审计报告出具之日止为作为服务期，分摊股份支付费用；2018 年，由于当年度公司业绩达到解锁条件，公司调整可行权日期，将总的股份支付费用减去以前年度已确认的股份支付费用一次性在 2018 年确认；

(2) 员工合伙人因离职或者资金需求将股份转让给其他员工时，公司将该转让视同新的股份授予，并根据转让时的公允价值再次确认股份支付费用。上述已离职或退伙的员工尚未分摊的股份支付费用则不再分摊。2015 年至 2017 年，公司以自转让之日起至 2019 年度审计报告出具之日止为作为服务期，分摊股份支付费用；2018 年度，以前年度尚未分摊完毕的以及本年度因员工合伙人将股份转让给其他员工而产生的股份支付费用在当期一次性进入管理费用。

根据以上原则及方法，公司针对新余博海员工持股在各期确认的股份支付费用分别为：

单位：万元

年度	2015年	2016年	2017年	2018年
2015年首次授予	17.65	17.65	17.65	35.30

年度	2015年	2016年	2017年	2018年
2016年第二次授予	-	61.46	58.46	103.84
员工离职等原因向其他员工合伙人转让	-	0.33	8.23	67.42
合计	17.65	79.44	84.34	206.55

**(二) 新余博海 2018 年达到解锁条件后是否仍存在锁定期等隐形服务期，
发行人股份支付金额确认准确性**

1、新余博海 2018 年达到解锁条件后的锁定期相关情况

2019年7月，经新余博海全体合伙人一致决议通过，对2015年6月制定的《深圳市骏鼎达新材料股份有限公司股权激励方案》进行了修订，补充约定了关于第二次锁定期的相关内容；2021年6月，经新余博海全体合伙人一致决议通过，不再执行《深圳市骏鼎达新材料股份有限公司股权激励方案》（2015年6月制定、2019年7月修订），并一致同意制定并执行《新余博海投资合伙企业（有限合伙）合伙人稳定计划》。

上述《深圳市骏鼎达新材料股份有限公司股权激励方案》（2015年6月制定、2019年7月修订）、《新余博海投资合伙企业（有限合伙）合伙人稳定计划》中关于锁定期以及锁定期内员工辞职或不续签劳动合同的股份安排的主要内容如下：

文件	锁定期相关主要内容	锁定期内员工辞职或不续签劳动合同的股份安排的主要内容
《深圳市骏鼎达新材料股份有限公司股权激励方案》（2015年6月制定、2019年7月修订）	（1）激励股权自处置窗口期满之日（2019年7月16日）起进入第二次锁定期； （2）为配合公司的未来上市计划，并保证合伙企业的稳定性，本方案设置第二次锁定期为五年。如果公司上市成功，但对合伙企业持有的公司股票锁定时间长于第二次锁定期的，第二次锁定期延长至上述股票锁定解锁之日；对合伙企业持有的公司股票锁定时间短于第二次锁定期的，则经执行事务合伙人同意后第二次锁定期提前届满。	在锁定期内，激励对象辞职或劳动合同到期后不与公司续签的，在情况发生之日，该激励对象持有的合伙企业的出资额由合伙企业的执行事务合伙人或其指定的第三人按照公司上一年度末的每股净资产值换算出的该出资额所间接对应的股权价值作为对价予以回购
《新余博海投资合伙企业（有限合伙）合伙人稳定计划》	（1）从2019年7月开始计算5年（以下简称“稳定期”），在此期限内，除根据本计划规定进行的转让、回购外，合伙人所持的合伙份额不得转让、用于担保或偿还债务。	在稳定期内，合伙人辞职或劳动合同到期后不与公司（含子公司）续签的，在情况发生之日，该合伙人持有的合伙企业的出资额由合伙

文件	锁定期相关主要内容	锁定期内员工辞职或不续签劳动合同的股份安排的主要内容
	(2) 如果公司上市成功,但对合伙企业持有的公司股票锁定时间长于上述稳定期的,上述稳定期延长至公司股票锁定解锁之日;对合伙企业持有的公司股票锁定时间短于上述稳定期的,则经执行事务合伙人同意后上述稳定期提前届满	企业的执行事务合伙人或其指定的第三人按照公司上一年度末的每股净资产值换算出的该出资额所间接对应的股权价值作为对价予以回购

根据上述锁定期及锁定期内员工辞职或不续签劳动合同的股份安排的相关约定,公司将第二个锁定期(后改为“稳定期”,自2019年7月16日开始)作为新余博海员工持股的服务期,相关股份支付费用将在上述服务期内进行分摊。

2、2018年达到解锁条件后,新余博海涉及股份支付的相关情况

2018年达到解锁条件后至报告期末,新余博海员工合伙人或者财产份额变动以及股份支付相关情况如下表所示:

单位:万股、万元

时间	变动情况	转让价格	公允价值	股数	股份支付
2019年6月	杨凤凯将其剩余财产份额分别转给彭俊杰等3名对象	8.21元/股	16.95元/股	7.25	63.37
	李发元、杨树金、袁昌根等员工离职并转让其持有的财产份额	8.21元/股	16.95元/股	7.80	68.17
2020年11月	许介兰、陈海滨、李琴等非员工合伙人分别将其财产份额转让给林铭钊等员工合伙人	13.00元/股	16.95元/股	16.88	0.00
合计					131.54

(1) 2019年6月,杨凤凯、李发元、杨树金、袁昌根等将财产份额转让给其他员工合伙人,以上财产份额转让发生在股份解锁之后且在第二次锁定期之前,因此,相关股份支付计入2019年管理费用。

(2) 2020年11月,许介兰、陈海滨、李琴等非员工合伙人分别将其财产份额转让给林铭钊等员工合伙人并退伙,系持股平台清理非员工合伙人,未进行股份支付处理。如进行股份支付对公司的财务数据影响较小,具体详见本回复之“问题4、关于股份支付”之“发行人回复”之“一、说明2020年11月,许介兰、陈海滨、李琴等非员工合伙人退伙原因、股份转让价格公允性,是否涉及发行人换取受让方服务的原因及依据,并测算如进行股份支付对发行人财务数据影响情况”。

综上，2018 年达到解锁条件后，公司员工持股平台新余博海通过对股权激励方案进行修订或者制定合伙人稳定计划，约定了新的锁定期（或稳定期）。但自进入新的锁定期后至报告期末，除清退非员工合伙人外，新余博海的合伙人以及合伙人的财产份额均未发生变化，因此未涉及新的股份支付费用。自 2018 年达到解锁条件后，公司确认的股份支付金额准确。

三、列表说明发行人实际控制人亲属持股情况、任职情况，是否已经按照相关规定出具股份锁定承诺

截至本回复出具日，公司实际控制人亲属持股情况、任职情况以及股份锁定承诺情况如下：

姓名	亲属关系	持股方式	间接持股数量	间接持股比例	任职公司及岗位	承诺股份锁定期限
徐学良	杨凤凯的弟弟	通过新余博海间接持股	77,904股	0.2597%	东莞骏鼎达生产主管	36个月

注：上表亲属关系按照《民法典》第一千零四十五条第一款中关于“亲属”的范围划分确定，具体包括配偶、血亲和姻亲。发行人实际控制人杨凤凯、杨巧云为夫妻关系，承诺锁定期均为 36 个月，未在上表中重复列示

《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 9 规定“共同控制人签署一致行动协议的，应当在协议中明确发生意见分歧或纠纷时的解决机制。对于作为实际控制人亲属的股东所持的股份，应当比照实际控制人自发行人上市之日起锁定 36 个月。”

《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 3 规定“发行人控股股东和实际控制人所持股份自发行人股票上市之日起 36 个月内不得转让，控股股东和实际控制人的亲属所持股份应比照该股东本人进行锁定。”

经核查，徐学良已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺锁定期为 36 个月，股份锁定承诺符合相关规定。

【中介机构核查情况】

一、核查程序

保荐机构针对问题（1）至（3）履行了核查程序，申报会计师针对问题（1）至（2）履行了核查程序，发行人律师针对问题（3）履行了核查程序，具体如下：

1、取得并查阅发行人持股平台的合伙协议、股权激励方案、非员工合伙人出资及转出财产份额的相关协议和凭证，访谈持股平台执行事务合伙人、历史上存在的非员工合伙人，了解非员工合伙人退伙原因、转让价格公允性以及发行人是否存在通过持股安排换取非员工合伙人服务的情形；复核发行人对于非员工合伙人入股时股份支付金额的准确性，并测算如对非员工合伙人转出股权时进行股份支付对发行人财务数据的影响情况；

2、取得并查阅持股平台的合伙协议、股权激励方案、《新余博海投资合伙企业（有限合伙）合伙人稳定计划》等资料，并访谈新余博海执行事务合伙人和发行人财务负责人，了解新余博海员工持股的锁定期、解锁情况、员工离职后的股份安排情况，复核各期股份支付的计算过程及结果等；

3、取得并查阅发行人实际控制人填写的调查表，并对实际控制人进行访谈，了解与发行人实际控制人存在亲属关系的人员情况；取得并查阅发行人《员工花名册》《股东名册》、员工持股平台的《合伙协议》以及各合伙人填写的调查表、《劳动合同》等材料，核查与发行人实际控制人存在亲属关系的人员的持股情况、任职情况；取得并查阅发行人实际控制人亲属徐学良出具的《关于股份锁定的承诺函》，核查其股份锁定承诺是否符合相关规定。

二、核查结论

经核查，保荐机构针对问题（1）至（3）发表核查结论，申报会计师针对问题（1）至（2）发表核查结论，发行人律师针对问题（3）发表核查结论，具体如下：

1、发行人为推进 IPO 工作、进一步明确员工持股平台的员工激励属性以及便于统一管理，2020 年 11 月，对非员工合伙人进行清退；非员工合伙人退伙时的股权转让价格参照了最近一次外部投资者的入股价格，且与发行人最近一次股权激励的股份授予价格保持一致，定价具有公允性；非员工合伙人入股不涉及发行人换取受让方服务的情形，且入股时均进行了股份支付处理，如进行股份支付对公司财务数据影响较小；

2、鉴于新余博海股权激励方案中的锁定期约定、员工离职后股份转让安排、股份解锁情况等，发行人将自股份授予日至解锁日的期间认定为服务期，并在

服务期每个资产负债表日，对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积，服务期各期间确认的股份支付费用准确，符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》的相关规定；2018 年达到解锁条件后，发行人员工持股平台新余博海通过对股权激励方案进行修订或者制定合伙人稳定计划，约定了新的锁定期（或稳定期）。但自进入新的锁定期后至报告期末，除清退非员工合伙人外，新余博海的合伙人以及合伙人的财产份额均未发生变化，因此未涉及新的股份支付费用。自 2018 年达到解锁条件后，发行人确认的股份支付金额准确；

3、发行人实际控制人亲属涉及持有发行人股份的，已经出具股份锁定承诺，股份锁定承诺符合相关规定。

问题 5、关于关联方及关联交易

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 深圳市子灵塑胶电子有限公司系发行人关联方，公司董事、副总经理杨巧云的姐夫周亮持股 50%。

(2) 深圳市宝安区松岗骏鼎达电子塑胶经营部、深圳市宝安区沙井子灵塑胶电子配件部系发行人曾经的关联方，为公司董事、副总经理杨巧云的姐夫周亮经营的个体工商户，截至目前已注销。

请发行人：

(1) 说明杨巧云亲属经营企业基本情况，周亮经营的企业名称中包含“骏鼎达”的原因，相关关联方是否存在代持。

(2) 说明关联方、曾经的关联方与发行人是否存在从事相同或相似业务的情形，如有，请进一步说明该事项是否对发行人独立性构成重大不利影响；发行人与关联方、曾经的关联方是否存在客户、供应商重叠的情形，如有，请说明相关交易情况及发行人与相关客户、供应商交易价格公允性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。

【发行人回复】

一、说明杨巧云亲属经营企业基本情况，周亮经营的企业名称中包含“骏鼎达”的原因，相关关联方是否存在代持

（一）杨巧云亲属经营企业的基本情况

杨巧云与杨凤凯系夫妻关系，报告期内，双方亲属经营企业的基本情况如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系	经营状态	成立时间	注册资本/资金数额(万元)	股权结构	董监高/经营者	经营规模	主营业务
1	深圳市宝安区沙井迪耐科电子经营部	实际控制人杨凤凯的姐夫胡忠平经营的个体工商户	存续	2010年	1.00	不适用	胡忠平	2021年营业收入约为20万元	裁切电热工具的销售
2	深圳市子灵塑胶电子有限公司	实际控制人杨巧云的姐夫周亮持股50%	存续	2011年	50.00	周亮持股50%，周益谋持股50%	执行董事兼总经理：周益谋 监事：周亮	2021年营业收入约为60.43万元	塑胶扎带和端子的销售
3	深圳市宝安区沙井源丰模具经营部	实际控制人杨巧云的妹夫陈加力经营的个体工商户	存续	2012年	3.00	不适用	陈加力	2019年营业收入约为93万元，2020-2021年未开展实际经营	模具加工服务
4	深圳市宝安区松岗骏鼎达电子塑胶经营部	实际控制人杨巧云的姐夫周亮经营的个体工商户	2020年3月注销	2003年	1.00	不适用	周亮	报告期内未有实际经营	塑胶扎带和端子的销售
5	深圳市宝安区沙井子灵塑胶电子配件部	实际控制人杨巧云的姐夫周亮经营的个体工商户	2021年4月注销	2007年	0.50	不适用	周亮	报告期内未有实际经营	塑胶扎带和端子的销售
6	深圳市宝安区松岗键源丰模具经营部	实际控制人杨巧云的妹夫陈加力经营的个体工商户	2021年10月注销	2014年	5.00	不适用	陈加力	报告期内未有实际经营	模具加工服务

上述主体均是杨巧云亲属因个人创业成立的主体，经营规模较小，不属于公司上下游企业，报告期内与公司之间不存在交易及资金往来。

（二）周亮经营的企业名称中包含“骏鼎达”的原因，相关关联方是否存在代持

深圳市宝安区松岗骏鼎达电子塑胶经营部（以下简称“松岗经营部”）是周亮于2003年创立的个体工商户，上述个体工商户的名称中包含“骏鼎达”的原因系：2003年，在亲友聚会时，公司实际控制人之一杨凤凯首先提出“骏鼎达”这个名称，周亮对该名称较为认可，于当年使用该名称注册了松岗经营部。2004年，杨凤凯和杨巧云投资成立了深圳市骏鼎达科技有限公司。

松岗经营部已于2020年注销，在报告期内无实际经营，与公司不存在任何

的利益安排或资金往来。截至本回复出具日，周亮对“骏鼎达”作为公司的商号、商标没有任何异议，也未与公司因名称使用问题发生过任何争议或者纠纷。

公司与松岗经营部均为独立自主经营，双方的相关关联方不存在股份代持的情形。

二、说明关联方、曾经的关联方与发行人是否存在从事相同或相似业务的情形，如有，请进一步说明该事项是否对发行人独立性构成重大不利影响；发行人与关联方、曾经的关联方是否存在客户、供应商重叠的情形，如有，请说明相关交易情况及发行人与相关客户、供应商交易价格公允性

（一）关联方、曾经的关联方与发行人不存在从事相同或相似业务的情形

截至本回复出具日，关于杨巧云的关联方、曾经的关联方及其主营业务、主要产品/服务情况，请参见本问题之“发行人回复”之“一、说明杨巧云亲属经营企业……”之“（一）杨巧云亲属经营企业的基本情况”。

公司主营业务为高分子改性保护材料的设计、研发、生产与销售，主要产品为功能性保护套管和功能性单丝等，上述关联方、曾经的关联方所从事的业务不存在与公司上述主营业务相同或相似的情形。

（二）发行人与关联方、曾经的关联方是否存在客户、供应商重叠的情形，如有，请说明相关交易情况及发行人与相关客户、供应商交易价格公允性

报告期内，公司与深圳市宝安区沙井迪耐科电子经营部存在少量客户重叠的情形，该部分客户向公司主要采购功能性保护套管，与向深圳市宝安区沙井迪耐科电子经营部采购的产品种类不同；公司个别零星采购的配套商品供应商与深圳市子灵塑胶电子有限公司、深圳市宝安区沙井迪耐科电子经营部的部分供应商存在重叠，具体情况如下：

1、客户重叠情况

单位：万元

关联方名称	公司向重叠客户主要销售内容	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
深圳市宝安区沙井迪耐科电子经营部	功能性保护套管	10.98	0.05%	104.06	0.22%	62.90	0.19%	10.42	0.04%

报告期内，公司向重叠客户的销售金额分别为 10.42 万元、62.90 万元、104.06 万元和 10.98 万元，分别占公司同期营业收入的 0.04%、0.19%、0.22% 和 0.05%，金额及占比均较小。

重叠客户向公司采购的主要产品为功能性保护套管，而向深圳市宝安区沙井迪耐科电子经营部采购的产品为热裁切刀具，采购的主要产品种类不同，且报告期内，公司向上述重叠客户销售金额及占比均较小，对公司的生产经营影响较小，双方交易真实独立、定价公允。

2、供应商重叠情况

单位：万元

关联方名称	公司向重叠 供应商主要 采购内容	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占营业 成本比例	金额	占营业 成本比例	金额	占营业 成本比例	金额	占营业 成本比例
深圳市子昊塑胶 电子有限公司	配套商品	15.04	0.11%	46.14	0.18%	22.60	0.14%	39.32	0.28%
深圳市宝安区沙 井迪耐科电子经 营部	配套商品	0.64	0.00%	4.18	0.02%	0.53	0.00%	3.84	0.03%
合计		15.68	0.12%	50.32	0.20%	23.13	0.14%	43.15	0.30%

报告期内，公司向重叠供应商的合计采购金额分别为 43.15 万元、23.13 万元、50.32 万元和 15.68 万元，分别占公司同期营业成本的 0.30%、0.14%、0.20%和 0.12%，金额及占比均较小。

重叠供应商为公司零星采购的配套商品供应商，交易规模较小，对公司的生产经营影响较小，交易真实独立、定价公允。

除上述情形外，报告期内，公司与杨巧云的关联方及曾经关联方不存在客户、供应商重叠的情形。

【中介机构核查情况】

一、核查程序

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、取得并查阅发行人控股股东、实际控制人的调查表以及关联企业的工商档案、注销证明等文件，走访杨巧云亲属经营企业，了解其相关情况；访谈周亮并对深圳市子昊塑胶电子有限公司进行走访，了解周亮曾经经营的企业名

称中包含“骏鼎达”的原因以及双方对于发行人使用“骏鼎达”这一名称是否发生过争议或纠纷，核查相关关联方是否存在股权代持的情形；

2、取得并查阅杨巧云的关联方、曾经的关联方出具的说明，了解上述企业的主营业务、主要产品以及经营规模；取得并查阅杨巧云的关联方、曾经的关联方的客户和供应商清单，逐一与发行人的客户和供应商清单进行比对，筛选出发行人与上述企业重叠的客户和供应商；获取发行人的收入成本明细表和采购明细表，分析发行人与重叠客户和重叠供应商的交易情况，分析其交易价格的公允性。

二、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、杨巧云亲属经营的企业均为因个人创业成立的主体，经营规模较小，不属于发行人的上下游企业，与发行人之间不存在交易及资金往来。周亮与发行人未因“骏鼎达”作为发行人的商号、商标发生过任何争议或者纠纷。松岗经营部已于 2020 年注销，在报告期内无实际经营，与公司之间不存在任何交易及资金往来，相关关联方不存在股份代持的情形；

2、发行人主营业务为高分子改性保护材料的设计、研发、生产与销售，主要产品为功能性保护套管和功能性单丝等，实际控制人的关联方、曾经的关联方所从事的业务不存在与发行人主营业务相同或相似的情形。报告期内，发行人与实际控制人的关联方、曾经的关联方存在少量重叠客户及供应商，发行人与重叠客户、供应商的交易真实独立、定价公允，交易规模及占比均较小，对发行人的生产经营影响较小。

问题 6、关于环保及合规事项

申请文件及首轮问询回复显示，发行人不属于高污染高排放行业，募投项目之一“生产功能性保护材料华东总部项目”的环境影响评价手续正在办理之中。报告期内，发行人及其子公司、分公司存在超环评批复产能生产、先产的情形。

请发行人：

(1) 说明其使用的原材料是否涉及高污染、高环境风险产品，如是，请说明使用相关高污染、高环境风险产品所采取的相应环保、安全生产的内控措施及执行情况，发行人是否存在因使用高污染、高环境风险原材料而导致污染事故的情形。

(2) 说明“生产功能性保护材料华东总部项目”是否存在未批先建的情形，该项目环境影响评价手续办理进展、是否存在实质性障碍和风险，对募投项目实施的影响情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【发行人回复】

一、说明其使用的原材料是否涉及高污染、高环境风险产品，如是，请说明使用相关高污染、高环境风险产品所采取的相应环保、安全生产的内控措施及执行情况，发行人是否存在因使用高污染、高环境风险原材料而导致污染事故的情形

(一) 发行人使用的原材料涉及高污染、高环境风险产品的情况

公司主要原材料包括单丝、复丝、金属丝、树脂材料、功能助剂等，经对报告期各期采购金额在 5 万元以上的原材料与《环境保护综合名录（2021 年版）》规定的“高污染、高环境风险”产品名单进行比对，生产使用的原材料中涉及“高污染、高环境风险”产品的为玻纤纱、聚氯乙烯、耐高温剂。

报告期内，公司对上述原材料的采购金额及占原材料采购总额的比例情况如下：

单位：万元

原材料名称	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	采购金额	采购金额占采购总额比例	采购金额	采购金额占采购总额比例	采购金额	采购金额占采购总额比例	采购金额	采购金额占采购总额比例
玻纤纱	17.69	0.31%	42.71	0.41%	32.86	0.56%	18.21	0.31%
聚氯乙烯	68.61	1.21%	90.75	0.87%	56.79	0.98%	50.86	0.88%
耐高温剂	-	-	-	-	14.29	0.25%	-	-
合计	86.30	1.52%	133.46	1.29%	103.94	1.79%	69.07	1.19%

由上表可见，公司生产使用的主要原材料中涉及“高污染、高环境风险”

产品的采购额占发行人原材料采购总额的比例较小，对公司的生产经营影响较小。

上述涉及高污染、高环境风险的原材料的污染环节主要集中在制造环节。公司采购后的运输和储存环节中，在妥善包装和储存的情况下不会发生“跑、冒、滴、漏”等污染环节。

公司生产环节中不产生废水，针对生产环节产生的废气，公司采用集气罩进行收集，此后通过二级活性炭吸附装置，利用固体表面吸附能力，实现气体混合物分离，达到净化目的后排放，符合废气排放标准。针对生产环节产生的固废，公司委托有资质的单位进行处置，无固体废物外排情况。

综上，报告期内，公司采购的部分原材料涉及“高污染、高环境风险产品”的范畴，采购金额占比较小，公司在对上述原材料进行运输、储存和加工使用的过程中，对外排放符合相关标准，对环境造成的影响较小。

（二）相关高污染、高环境风险产品所采取的相应环保、安全生产的内控措施及执行情况

1、建立了完善的环境保护、安全生产方面的内控制度体系

在环境保护方面，公司制定了包括《环境手册》《环境监测控制程序》《废弃物管理办法》《化学品管理办法》《环境物质管理规定》等环境保护管理制度，在环境监测、污染防治、废弃物处理各环节建立了完善的制度体系。另外，公司已建立较为完善的环境管理体系，已通过 ISO14001 环境管理体系认证。

在安全生产方面，公司制定了《风险管理控制程序》《应急计划控制程序》《安全管理措施》《公司经营过程中潜在风险汇总》《消防器材使用规范》《应急管理程序》《危险化学品管理与使用规范》《生产安全事故应急预案》等多个内控管理制度，以保证公司的安全生产和人员的安全工作。

2、从采购、储存到使用各个环节对属于高污染产品名录的原材料进行严格规范

从采购环节起，公司制定了供应商相关的管理和考核制度，对供应商的合法合规、质量及服务等多个方面进行考核，保证供应商是经过国家有关部门注

册批准的企业。要求供应商严格遵守包装及运输规范，避免在途破损等。储存时需要符合相关场地及环境要求，领用时及时办理交接，在部分涉及到上述原材料加工使用过程中要求操作工人必须佩戴口罩、手套等劳保用品，保证操作流程规范。

3、持续开展环境保护、安全生产的宣传、教育、培训

公司各分子公司的厂长具体负责环境保护和安全生产工作，日常生产经营过程中，公司持续地开展环境保护、安全生产等方面的宣传教育工作，不定期举办相关培训、宣讲活动，不断提高员工对环境保护、安全生产等方面的认识。

4、不定期开展环保及安全生产检查

按照公司管理制度相关规定，公司会不定期组织环保与安全检查，并持续关注环保设备的运行及使用情况、原材料等仓储是否符合要求、生产操作是否规范，及时消除潜在的环保及安全隐患。针对排污设备、安全生产设备定期检修，确保设备正常运转、使用。

综上，公司已建立了较为完善的环保、安全生产的内控措施且被有效执行。

（三）发行人是否存在因使用高污染、高环境风险原材料而导致污染事故的情形

公司及其子公司、分公司经营所在地环境保护主管部门均出具了相关合法合规证明。通过网络公开信息查询，报告期内，公司不存在因使用高污染、高环境风险原材料而导致污染事故的情形。

二、说明“生产功能性保护材料华东总部项目”是否存在未批先建的情形，该项目环境影响评价手续办理进展、是否存在实质性障碍和风险，对募投项目实施的影响情况

（一）“生产功能性保护材料华东总部项目”不存在未批先建的情形

截至本回复出具日，“生产功能性保护材料华东总部项目”尚未开工建设，不存在未批先建的情形。2022年9月15日，苏州市相城区黄埭镇规划建设管理局出具《证明》：苏州骏鼎达的“生产功能性保护材料华东总部项目”尚未开工

建设。苏州骏鼎达在 2022 年 1 月 10 日至本证明出具日期间内，遵守国家和地方房屋建设和工程建设等相关法律、法规、规范性文件规定，不存在未批先建、擅自施工等违规情形。

（二）该项目环境影响评价手续办理进展、是否存在实质性障碍和风险，对募投项目实施的影响情况

2022 年 10 月 11 日，苏州市生态环境局向苏州骏鼎达出具《关于苏州骏鼎达新材料科技有限公司新建生产功能性保护材料华东总部项目建设项目环境影响报告表的批复》（苏环建〔2022〕07 第 0204 号），同意《苏州骏鼎达新材料科技有限公司新建生产功能性保护材料华东总部项目建设项目环境影响报告表》的环境影响评价总体结论及拟采取的生态环境保护措施。

因此，“生产功能性保护材料华东总部项目”的环境影响评价文件已经获得生态环境主管部门审批同意，不存在实质性障碍和风险，对募投项目的实施不存在不利影响。

【中介机构核查情况】

一、核查程序

保荐机构、发行人律师履行的核查程序如下：

1、查阅《环境保护综合名录（2021 年版）》，比照发行人提供的原材料采购明细，了解发行人使用的原材料涉及的高污染、高环境风险产品情况及相关占比；取得并查阅发行人报告期内相关供应商出具的说明，核实发行人报告期内用于生产产品所使用的主要原材料是否属于《环境保护综合名录（2021 年版）》的“高污染、高环境风险”产品以及除外情况；取得并查阅发行人及其子公司、分公司环境影响评价相关文件、第三方检测机构检测报告等资料，了解发行人原材料涉及的高污染、高环境风险产品的生产工序、污染物排放等情况；查阅发行人制定的与环保、安全生产相关的内部控制制度、《内部控制鉴证报告》及《环境管理体系认证证书》等材料，分析发行人相关内控制度是否健全并有效执行；查阅发行人及其子公司、分公司经营所在地环保主管部门出具的合规证明，了解发行人及其子公司、分公司的环保守法性；通过发行人当地环保部门网站、国家企业信用信息公示系统、企查查、百度、搜狗等网站公开信息适

当核查，了解发行人是否存在因使用高污染、高环境风险原材料而导致污染事故以及相关行政处罚的情形；

2、取得并查阅主管部门出具的关于苏州骏鼎达不存在未批先建情形的专项说明；查询苏州市生态环境局网站所涉建设项目审批公示栏目，了解发行人“生产功能性保护材料华东总部项目”的环境影响评价文件的受理及批准公示情况；取得并查阅苏州市生态环境局出具的《关于苏州骏鼎达新材料科技有限公司新建生产功能性保护材料华东总部项目建设项目环境影响报告表的批复》（苏环建〔2022〕07第0204号）。

二、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、报告期内，发行人采购的小部分原材料涉及到高污染、高环境风险产品的范畴，采购金额占比较小，发行人在对上述原材料进行运输、储存和加工使用的过程中，对外排放符合相关标准，对环境造成的影响较小；发行人已建立了较为完善的环保、安全生产的内控措施且被有效执行；发行人不存在因使用高污染、高环境风险原材料而导致污染事故的情形。

2、“生产功能性保护材料华东总部项目”不存在未批先建的情形，该项目的环评文件已经获得生态环境主管部门审批同意，不存在实质性障碍和风险，对募投项目的实施不存在不利影响。

问题 7、关于其他事项

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人存货中在产品及库存商品均尚未达到匹配客户订单的阶段，为保证经济生产量或最低开机量，针对通用型产品通常汇总多个订单后进行生产；1 年库龄以上的存货以原材料和库存商品为主，两类存货的期后结转率逐期下滑。

（2）发行人单丝主要用于编织套管和纺织套管生产，外购单丝品种包括 PA66、PET 等六种。

(3) 发行人存在部分境内外销售服务商，境内销售服务费占收入比重逐期下滑，境外则呈现波动趋势；主要的法人销售服务商成立时间均较短，发行人与境外自然人 Enrico Renzi 自 2006 年起开始合作。

(4) 发行人研发材料投入主要去向包括形成样品赠送客户、合理损耗和直接报废的废料。

请发行人：

(1) 区分主要产品说明成本中的单丝种类、金额及占比，各期单丝耗用量与对应产品产量的是否匹配；结合同行业可比公司存货跌价计提方法，说明在“在产品及库存商品尚未达到匹配客户订单阶段”的情形下，发行人对在产品和库存商品的减值测试的具体方法，是否符合行业惯例。

(2) 结合上述问题、发行人生产和销售周期、原材料和库存商品结转率变动、分库龄的跌价准备计提比例，分析说明部分存货是否存在滞销的风险、1 年库龄以上存货的跌价准备是否计提充分。

(3) 说明主要销售服务商成立时间较短即与发行人开始合作的原因，与境外自然人 Enrico Renzi 的合作背景和原因；结合销售服务费计提标准、终端客户销售收入变动，分析说明境内、境外销售服务费占对应收入比重的变动趋势的原因及合理性。

(4) 区分研发材料投入的主要去向列示各期的金额及占比，与各期研发项目数量是否匹配；结合同行业可比公司研发材料投入及产出情况，分析说明废料处理方式是否符合行业惯例；发行人针对废料回收及管理的相关内控措施及执行情况，是否存在体外实施资金循环的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、区分主要产品说明成本中的单丝种类、金额及占比，各期单丝耗用量与对应产品产量的是否匹配；结合同行业可比公司存货跌价计提方法，说明在“在产品及库存商品尚未达到匹配客户订单阶段”的情形下，发行人对在产品 and 库存商品的减值测试的具体方法，是否符合行业惯例

(一) 区分主要产品说明成本中的单丝种类、金额及占比，各期单丝耗用量与对应产品产量的是否匹配

1、主要产品成本中的单丝种类、金额及占比

报告期内，公司自产及外购的单丝主要用于编织套管和纺织套管，考虑到报告期各期初、期末产成品中所含的单丝成本的差异相对较小，对各期结转成本的影响有限，因此，当期各类产品耗用的单丝的情况基本可以反映当期成本中单丝的情况。各主要产品各期耗用的单丝种类、金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

产品类别	耗用单丝种类	各产品耗用单丝成本及占比											
		2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
		金额	金额占比	数量占比	金额	金额占比	数量占比	金额	金额占比	数量占比	金额	金额占比	数量占比
编织套管	PET	371.05	51.63%	85.55%	832.15	52.73%	86.19%	637.38	61.96%	90.76%	599.61	70.96%	91.64%
	PA66	332.04	46.20%	13.33%	728.84	46.18%	13.61%	316.40	30.76%	8.59%	233.03	27.58%	8.19%
	其他	15.64	2.18%	1.12%	17.30	1.10%	0.19%	74.86	7.28%	0.65%	12.33	1.46%	0.17%
	小计	718.73	100.00%	100.00%	1,578.29	100.00%	100.00%	1,028.63	100.00%	100.00%	844.97	100.00%	100.00%
纺织套管	PET	215.30	69.90%	92.41%	537.58	79.90%	92.83%	331.69	70.89%	88.52%	340.93	76.35%	87.16%
	PE	77.19	25.06%	7.30%	74.83	11.12%	6.61%	76.10	16.26%	10.97%	76.95	17.23%	12.52%
	其他	15.51	5.03%	0.29%	60.37	8.97%	0.56%	60.11	12.85%	0.52%	28.66	6.42%	0.32%
	小计	308.00	100.00%	100.00%	672.79	100.00%	100.00%	467.90	100.00%	100.00%	446.53	100.00%	100.00%

报告期内，编织套管耗用的单丝类别主要为PET单丝和PA66单丝，纺织套管耗用的单丝类别主要为PET单丝和PE单丝。

(1) 编织套管耗用的各类主要单丝的金额占比波动的原因主要为：

报告期内，公司耗用PA66单丝的编织套管的销售收入持续增加，分别为702.97万元、906.07万元、1,533.43万元和848.16万元，因此，所耗用的PA66单丝的金额和数量整体上有所增加，另外，PA66单丝的单位成本远高于PET单丝，

导致PA66单丝的金额占比的涨幅远高于其数量占比的涨幅。随着编织套管耗用PA66单丝的金额占比增减波动，PET单丝的耗用金额占比也随之变动；

(2) 纺织套管耗用的主要单丝类别为PET单丝，报告期各期的数量占比在90%左右，金额占比分别为76.35%、70.89%、79.90%和69.90%，其中：

①2020年，PET单丝耗用金额占比下降主要为当期部分耗用PEEK单丝的纺织套管的销售收入大幅上升，从2019年64.89万元上升至2020年119.55万元，所耗用的PEEK材质单丝的数量显著增加，而此类单丝性能较高，并主要依靠进口，单价远高于PET单丝，因此当期耗用PEEK单丝的金额占比明显增加，进而导致PET单丝的耗用金额占比有所下降；

②2022年1-6月，公司在综合考虑单丝的自产产能及成本后，提高了耗用最多的PET单丝的自产比例，由2021年的69.92%提升至92.17%，同时减少了耗用量较小的PE单丝的自产比例，由2021年的94.80%降低至45.21%。而外购单丝的价格高于自产单丝的单位成本，此消彼长，进而导致上述两类单丝当期的金额占比的波动较大。

综上，耗用的各类的单丝成本占比的波动主要与使用该类单丝生产的产品销售收入变化以及该类单丝自产和外购的比例相关，符合公司经营实际，具有合理性。

2、各期单丝耗用量与对应产品产量相匹配

报告期各期，单丝的耗用量与对应产品产量的匹配情况如下表所示：

单位：千米、吨、千克/千米

产品类别	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
	单丝耗用量	产品产量	配比	单丝耗用量	产品产量	配比	单丝耗用量	产品产量	配比	单丝耗用量	产品产量	配比
编织套管	495.17	39,500.14	12.54	1,111.13	91,003.77	12.21	816.37	67,521.05	12.09	637.12	56,205.69	11.34
纺织套管	266.01	23,797.11	11.18	573.70	51,025.24	11.24	380.43	32,689.13	11.64	337.74	29,252.27	11.55

注：配比=单丝耗用量*1,000/产品产量

报告期内，各期单丝的耗用量与对应产品产量的配比关系较为稳定，编织套管、纺织套管的产量与单丝耗用量配比的波动趋势及原因具体如下：

(1) 编织套管产品产量与其单丝耗用量的匹配情况

报告期内，单丝耗用量和对应编织套管的产品产量的配比关系总体较为稳

定，呈现持续上升的趋势。

由于编织密度及原材料材质不同，不同类型编织套管的单位重量具有差异，进而影响单丝的耗用量。另外，金属编织套管系主要用金属丝经编织工艺制成，基本不耗用单丝。报告期内，区分原材料材质、克重规格的编织套管的产量占比情况如下表所示：

产品	编织套管类型	克重规格	该类型的编织套管的产量占编织套管总产量比例			
			2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
编织套管	塑胶材质的编织套管	10克以上	57.88%	56.06%	52.83%	46.75%
		10克及以下	37.98%	40.49%	45.31%	51.55%
	金属编织套管（基本不耗用单丝）	4.14%	3.45%	1.86%	1.70%	
合计			100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：克重系每米编织套管产品耗用单丝的重量

由于产品的编织密度越大，单位长度的编织套管的克重越大，进而耗用的单丝数量越多，报告期内，单位克重较大的编织套管的产量占比呈持续上升的趋势，与单丝耗用量和对应编织套管产量的配比的波动趋势匹配。

（2）纺织套管产品产量与其单丝耗用量的匹配关系

根据工艺、材质等方面的不同，纺织套管可进一步细分为空心纺织套管、热收缩纺织套管和自卷式套管，其中，空心纺织套管系用复丝经纺织工艺制成，不耗用单丝。报告期内，耗用单丝的纺织套管中，不同克重规格的纺织套管产量占比具体如下表所示：

产品	纺织套管类型	克重规格	该类型的纺织套管的产量占纺织套管（除空心纺织套管）的产量比例			
			2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
纺织套管	自卷式套管、热收缩纺织套管	10克以上	30.12%	37.86%	27.94%	28.52%
		10克及以下	69.88%	62.14%	72.06%	71.48%
合计			100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：克重系每米纺织套管产品耗用单丝的重量

报告期内，在耗用单丝的纺织套管产品类别中，单丝克重规格在10克以上的产品产量占比分别为28.52%、27.94%、37.86%和30.12%；剔除空心纺织套管的影响后，报告期内，纺织套管产品产量与其耗用单丝量的配比分别为19.29千

克/千米、19.25千克/千米、29.81千克/千米和22.07千克/千米，配比的波动趋势与克重规格较大的纺织套管产品产量占比的波动趋势一致，具有匹配性。

综上所述，报告期内，各期单丝的耗用量与对应产品产量的配比关系较为稳定，配比的波动主要与各类产品中单丝克重规格较大的产品产量占比的变动相关，具有匹配性。

（二）结合同行业可比公司存货跌价计提方法，说明在“在产品及库存商品尚未达到匹配客户订单阶段”的情形下，发行人对在产品 and 库存商品的减值测试的具体方法，是否符合行业惯例

1、同行业可比公司的存货跌价计提方法

公司及同行业可比公司的存货计提方法均为：在资产负债表日，采用成本与可变现净值孰低计量，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。其中，可变现净值的确认依据分别为：

可比公司	可变现净值确认依据
必得科技	<p>(1) 产成品、商品和用于出售的材料等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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础；</p> <p>(2) 需要经过加工的材料存货，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。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备</p>
天普股份	<p>资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。可变现净值是基于评估存货的可售性、市场价格及产品的更新换代等确定的。存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。</p>
沃尔核材	<p>(1) 产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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；</p> <p>(2) 需要经过加工的材料存货，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；</p> <p>(3) 为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算</p>
科创新源	<p>(1) 产成品、发出商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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；</p> <p>(2) 需要经过加工的材料存货，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；</p> <p>(3) 为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算</p>
合兴股份	<p>(1) 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；</p>

可比公司	可变现净值确认依据
	<p>(2) 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；</p> <p>(3) 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</p>
泛亚微透	<p>(1) 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；</p> <p>(2) 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；</p> <p>(3) 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</p>
超捷股份	<p>(1) 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；</p> <p>(2) 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；</p> <p>(3) 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</p>
文依电气	<p>(1) 产成品、发出商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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；</p> <p>(2) 需要经过加工的材料存货，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；</p> <p>(3) 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，应当分别确定其可变现净值，并与其相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</p>
公司	<p>(1) 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；</p> <p>(2) 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；</p> <p>(3) 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</p>

数据来源：招股说明书、定期报告

从上表可知，除表述略有差异外，公司与同行业可比公司的存货跌价计提方法基本一致。

2、说明在“在产品及库存商品尚未达到匹配客户订单阶段”的情形下，发行人对在产品和库存商品的减值测试的具体方法，是否符合行业惯例

公司采用成本与可变现净值孰低计量，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。针对各期末尚未达到匹配客户订单阶段的在产品和库存商品，根据其预计售价计算可变现净值。

报告期内，公司主要产品的单价较为稳定，具体如下：

产品类型	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	销售均价	变动	销售均价	变动	销售均价	变动	销售均价

功能性保护套管 (元/米)(注)	1.87	0.03	1.84	0.10	1.74	0.03	1.71
功能性单丝 (元/千克)	21.58	-0.65	22.22	-2.70	24.92	2.51	22.41

注：已剔除部分无法统一度量单位的产品收入和销量

基于以上，公司确定预计售价的依据具体如下：

(1) 针对各期末尚未匹配客户订单的库存商品：如公司期后有同类型库存商品销售，则将期后售价作为预计售价计算可变现净值；如期后没有同类型库存商品销售，则将最近一年的同类型库存商品的销售平均价格作为预计售价计算可变现净值；

(2) 在产品：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。其中，产成品的估计售价确认方法参照上述库存商品可预计售价的确认方法。

同行业可比公司中未具体披露在计算尚未匹配订单的库存商品及在产品的可变现净值时的预计售价的确认方法。可比公司超捷股份披露了针对库龄在一年以上的不能对应销售订单的库存商品的预计售价的确认依据，另外，与公司同为“橡胶和塑料制品业”的家联科技、玲珑轮胎、赛轮轮胎等披露了预计售价的确认依据，具体情况如下表所示：

可比公司	可变现净值确认依据
超捷股份	①项目停产或受阻等情况及售后维护服务产品：经识别分析后认定为陈旧、呆滞、无利用价值的库存商品全额计提跌价，对于可用于售后市场的，对可用部分，按期后售价或预期售价计算可变现净值，对于可变现净值低于成本的产品计提存货跌价准备；对于无法使用部分全额计提跌价准备； ②对于库龄在一年以上的样品，未通过样品 PPAP 检验的，全额计提跌价；尚未检验的不计提跌价；已通过检验的按预计售价或期后售价计算可变现净值后判断是否计提存货跌价准备
家联科技	对于尚未签订销售合同/订单的存货，预计售价按照同类产品最近的销售合同/订单的价格或市场售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定
玲珑轮胎	产成品预计售价按照同型号、同花纹轮胎在资产负债表日次月的出厂价计算，若次月无同型号、同花纹轮胎销售，则采用资产负债表日当月销售价格。可变现净值按照预计售价扣除相关税费计算
赛轮轮胎	公司在评估产成品可变现净值时，已按照各单项产品的近期销售价格作为其预计售价，以预计售价乘以折扣率并扣除相关税费计算可变现净值，从而考虑计提存货跌价准备

数据来源：招股说明书、首次公开发行问询函回复以及上市公司再融资问询回复

公司针对各期末尚未匹配客户订单的库存商品、在产品按照同类产品的期后售价或者近期售价作为预计售价计算存货的可变现净值，与上表公司不存在显著差异，符合行业惯例。

二、结合上述问题、发行人生产和销售周期、原材料和库存商品结转率变动、分库龄的跌价准备计提比例，分析说明部分存货是否存在滞销的风险、1年库龄以上存货的跌价准备是否计提充分

(一) 公司存货周转天数与生产周期和销售周期相匹配，并且各期之间周转天数差异较小

报告期内，公司存货周转天数、产品生产和销售周期如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业成本（万元）	13,455.13	25,214.06	16,707.62	14,260.59
在产品+委托加工物资（万元）	1,148.58	1,309.91	737.40	584.86
库存商品+发出商品（万元）	3,649.57	3,463.49	2,513.71	1,799.35
“在产品+委托加工物资”周转天数（天）	16.44	14.62	14.25	14.68
“库存商品+发出商品”周转天数（天）	47.58	42.67	46.47	44.85
生产周期（天）	10-20			
销售周期（天）	29-52			

注：计算周转天数时，一年按 360 天计算；2022 年 1-6 月存货周转率和存货周转天数为年化后数据

报告期内，公司“在产品+委托加工物资”周转天数分别为14.68天、14.25天、14.62天和16.44天，与生产周期相匹配；“库存商品+发出商品”周转天数分别为44.85天、46.47天、42.67天和47.58天，与销售周期相匹配。报告期各期周转天数之间差异较小。

(二) 公司存货库龄结构持续改善，长库龄存货跌价准备计提比例整体上逐期上升

报告期内，各类存货分库龄的跌价准备计提比例如下：

单位：万元

项目	2022年6月末		2021年末		2020年末		2019年末		
	余额	跌价计提比例	余额	跌价计提比例	余额	跌价计提比例	余额	跌价计提比例	
一年	原材料	2,526.76	-	2,181.68	0.27%	1,228.76	0.03%	1,114.83	-

项目		2022年6月末		2021年末		2020年末		2019年末	
		余额	跌价计提比例	余额	跌价计提比例	余额	跌价计提比例	余额	跌价计提比例
以内 存货	库存商品	2,008.15	4.34%	1,683.95	6.49%	868.88	7.58%	756.06	6.95%
	在产品	1,022.28	2.52%	965.00	1.01%	598.56	0.84%	474.58	0.83%
	发出商品	1,450.50	2.05%	1,557.97	1.02%	1,254.06	0.44%	781.99	0.77%
	委托加工物资	49.80	-	236.12	-	70.60	-	42.03	-
	小计	7,057.48	2.02%	6,624.73	2.12%	4,020.86	1.91%	3,169.49	1.97%
一年 以上 存货	原材料	276.75	44.00%	221.87	46.82%	176.36	45.61%	243.22	42.20%
	库存商品	170.04	57.60%	213.33	37.72%	199.59	11.63%	182.12	8.10%
	在产品	76.50	58.96%	108.17	3.14%	68.20	0.52%	65.95	1.04%
	发出商品	20.89	1.05%	8.25	-	191.18	0.42%	79.18	0.64%
	委托加工物资	-	-	0.61	-	0.04	-	2.30	-
	小计	544.18	48.71%	552.23	34.00%	635.37	16.50%	572.77	20.71%
合计		7,601.66	5.36%	7,176.96	4.58%	4,656.23	3.90%	3,742.26	4.84%

报告期各期末，一年以上存货余额分别为 572.77 万元、635.37 万元、552.23 万元和 544.18 万元，占存货总额比例分别为 15.31%、13.65%、7.69%和 7.16%，比例不断下降，库龄结构持续改善。

报告期各期末，公司存货跌价计提比例整体有所上升，其中，一年以上存货的跌价计提比例分别为 20.71%、16.50%、34.00%和 48.71%。公司按照可变现净值与成本孰低的方法对长库龄存货的跌价情况进行测算，并基于谨慎性的原则，综合考虑了存货的库龄情况，逐年提高了跌价计提比例。

（三）公司存货滞销风险较低，并已对长库龄存货充分计提跌价准备

报告期内，公司一年以上各类存货余额、跌价计提比例和期后结转比例情况如下：

单位：万元

类别	2022年6月末			2021年末			2020年末			2019年末		
	余额	跌价计提比例	期后结转比例	余额	跌价计提比例	期后结转比例	余额	跌价计提比例	期后结转比例	余额	跌价计提比例	期后结转比例
原材料	276.75	44.00%	34.49%	221.87	46.82%	48.19%	176.36	45.61%	71.46%	243.22	42.20%	83.54%
库存商品	170.04	57.60%	14.12%	213.33	37.72%	47.69%	199.59	11.63%	66.89%	182.12	8.10%	83.59%
在产品	76.50	58.96%	18.82%	108.17	3.14%	55.79%	68.20	0.52%	56.24%	65.95	1.04%	73.78%
发出商品	20.89	1.05%	3.49%	8.25	-	27.58%	191.18	0.42%	97.65%	79.18	0.64%	95.13%

类别	2022年6月末			2021年末			2020年末			2019年末		
	余额	跌价计提比例	期后结转比例	余额	跌价计提比例	期后结转比例	余额	跌价计提比例	期后结转比例	余额	跌价计提比例	期后结转比例
委托加工物资	-	-	-	0.61	-	100.00%	0.04	-	100.00%	2.30	-	100.00%

注：期后指的是截至 2022 年 8 月末

由于是以截至 2022 年 8 月末完成结转的数据计算各类存货期后结转比例的，因此，随着计算期后结转的时间的缩短，报告期各期的存货期后结转率有所下滑。

1、原材料

报告期各期末的一年以上原材料存货跌价计提比例和期后结转比例合计数分别为 125.74%、117.07%、95.01%和 78.49%，比例较高，而且公司原材料主要是树脂材料、单丝、复丝等，材料保存期间长，不易变质且适用于生产各类产品，尚未计提跌价准备的原材料无法实现期后结转的风险较低。公司基于成本和可变现净值孰低的原则进行减值测试，充分计提了原材料存货跌价准备。

2、在产品、库存商品

报告期各期末，公司对在产品 and 库存商品进行跌价测试时综合考虑到以下因素：

(1) 由于公司产品具有性能可向下兼容的特点，公司可将长库龄的库存商品销售给不同客户，例如公司为某汽车领域客户备货生产了部分高性能产品，后续该客户需求减少而导致上述备货的产品结转较慢，公司可以将上述备货的产品销售给汽车或者通讯电子等领域中对产品性能要求相对较低的其他客户，进而逐渐消化长账龄的库存商品。报告期内，长库龄的在产品、库存商品在期后陆续结转；

(2) 报告期内，公司主要产品的单价保持稳定，毛利率维持在较高水平，可变现净值未发生较大改变。

基于以上情况，公司按照可变现净值与成本孰低的方法对长库龄存货的跌价情况进行测算，并基于谨慎性的原则，综合考虑了存货的库龄情况，逐年提高了跌价计提比例。截至 2022 年 6 月末，公司对在产品 and 库存商品分别计提了 58.96%和 57.60%的跌价准备，跌价计提充分。

3、发出商品、委托加工物资

报告期各期末，发出商品和委托加工物资均有订单覆盖，期后结转比例较高，公司对其计提存货跌价准备的比例较低，具有合理性。

综上所述，报告期各期末，公司存货周转天数与生产周期和销售周期相匹配，并且各期之间周转天数差异较小；公司存货结构持续改善，长库龄存货跌价准备计提比例整体上逐期上升；公司存货滞销风险较低，并已对长库龄存货充分计提跌价准备。

三、说明主要销售服务商成立时间较短即与发行人开始合作的原因，与境外自然人 Enrico Renzi 的合作背景和原因；结合销售服务费计提标准、终端客户销售收入变动，分析说明境内、境外销售服务费占对应收入比重的变动趋势的原因及合理性

（一）部分主要销售服务商成立时间较短即与发行人开始合作的原因，与境外自然人 Enrico Renzi 的合作背景和原因

1、部分主要销售服务商成立时间较短即与发行人开始合作的原因

公司主要销售服务商中，淳然信息科技（上海）有限公司（以下简称“淳然上海”）成立于 2018 年 2 月 9 日，并从 2019 年 2 月开始为公司提供销售服务，在与公司开始合作时成立时间刚满一年，成立时间相对较短。

淳然上海的实际控制人从事汽车零部件行业多年，对汽车零部件市场和流程较为熟悉，积累了较为丰富的客户资源和业务经验。2019 年初，公司与淳然上海经商务谈判建立合作关系，约定以交易额为基础和固定收费比例结算费用。合作初期，双方在 2019 年度的合作主要是项目前期的沟通等工作，业务量较小，2020 年开始，随着公司开始向相应的客户实现供货，双方结算费用金额逐渐增加。

综上，尽管淳然上海成立于 2018 年初，但其实际控制人具有较为丰富的行业经验，已具备为公司提供销售服务的能力。公司与淳然上海于 2019 年初建立合作关系，但是前期交易规模较小，从 2020 年开始逐渐增加，交易情况与上述背景和汽车零部件行业开发周期等特点相符，双方合作具有合理性。

2、与境外自然人 Enrico Renzi 的合作背景和原因

中国企业通过销售服务商开拓和维护境外客户，在包括新材料行业在内的多个行业都较为常见。对于公司而言，由于未在当地设立子公司或经营机构，获取境外客户信息的途径相对有限，也较难在当地开拓和维系客户；对于部分境外客户而言，由于其对中国企业的了解相对有限，但是又存在从中国企业采购物美价廉产品的需求，因此，通常需要由销售服务商作为沟通媒介，协助中国企业和境外客户建立和维持合作关系。

Enrico Renzi 出生于 1977 年，系意大利籍自然人，经朋友介绍在早年间已进入中国市场，开始为中国企业提供欧洲尤其意大利当地的销售服务。2006 年前后，Enrico Renzi 根据当地客户需求在中国寻找编织套管供应商，经其他服务对象介绍，其与公司建立了联系和合作关系并持续至今，双方合作关系稳定。除公司外，Enrico Renzi 多年来提供销售服务的对象主要包括温州龙华日用电子有限公司等。

综上，公司与 Enrico Renzi 合作和公司未在欧洲地区设立经营机构的情况相符，属于中国企业开拓和维护境外客户的常见方式，具有合理性。

（二）结合销售服务费计提标准、终端客户销售收入变动，分析说明境内、境外销售服务费占对应收入比重的变动趋势的原因及合理性

报告期内，公司仅通过销售服务商协助小部分客户的业务开发与维护，因此，随着公司自主开发客户收入的占比提高，公司境内外销售服务费占整体收入的比重均呈现下降趋势。就销售服务对应收入而言，占比则主要随服务商费用标准的构成变化而有所变化，具体情况如下：

单位：万元

地区	指标	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内	销售服务费	125.89	246.14	202.02	270.90
	销售服务对应收入	985.89	2,258.39	1,747.09	570.45
	占比	12.77%	10.90%	11.56%	47.49%
	主营业务收入	16,950.80	33,381.62	24,743.48	20,031.61
	占比	0.74%	0.74%	0.82%	1.35%
境外	销售服务费	85.09	186.67	128.47	116.15

地区	指标	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
	销售服务对应收入	856.66	1,561.35	1,154.73	988.57
	占比	9.93%	11.96%	11.13%	11.75%
	主营业务收入	6,895.93	13,214.42	7,824.95	8,080.51
	占比	1.23%	1.41%	1.64%	1.44%

境内市场方面，销售服务费占相应收入比例较报告期初有所下降，主要原因是 2019 年，公司聘请伍怀怀及其关联方提供产品认证和项目导入的辅导、咨询服务，上述费用属于项目销售前期导入的咨询服务费用，费用按固定金额标准结算，与公司当期和后续销售均不挂钩，因此，公司 2019 年境内销售服务费占收入比重相对较高，而 2020 年以来则保持相对稳定。整体而言，报告期内随着公司自主开发和维护的客户收入占比有所提高，费用占境内总营业收入的比例有所降低。

境外市场方面，报告期内销售服务商以 Enrico Renzi 为主，费用标准较为固定，因此销售服务费占相应收入的比例保持相对稳定，2022 年 1-6 月占比有所下降主要是因为公司新引入两家印度地区销售服务商的费率相对较低，费用占相应收入比例约 3%。

综上，公司报告期内销售服务费的变动与各服务商的收费标准、对应的收入变动相匹配，占整体收入的比例随着公司自主开发客户收入的占比提高而呈现下降趋势，具有合理性。

四、区分研发材料投入的主要去向列示各期的金额及占比，与各期研发项目数量是否匹配；结合同行业可比公司研发材料投入及产出情况，分析说明废料处理方式是否符合行业惯例；发行人针对废料回收及管理的相关内控措施及执行情况，是否存在体外实施资金循环的情形

（一）区分研发材料投入的主要去向列示各期的金额及占比，与各期研发项目数量是否匹配

1、区分研发材料投入的主要去向列示各期的金额及占比

报告期内，公司的研发费用中材料费的金额分别为 292.31 万元、346.94 万元、438.53 万元和 182.38 万元，占研发费用的比例分别为 22.20%、25.00%、

22.32%和 18.82%。研发材料经研发处理后，去向包括研发试验消耗后形成废料、形成样品和合理损耗等，构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
研发试验消耗后形成废料	162.03	88.85%	400.56	91.34%	322.74	93.03%	272.15	93.10%
形成样品	8.73	4.79%	16.02	3.65%	9.80	2.82%	7.72	2.64%
合理损耗及其他	11.61	6.37%	21.96	5.01%	14.39	4.15%	12.44	4.26%
合计	182.38	100.00%	438.53	100.00%	346.94	100.00%	292.31	100.00%

公司在研发试制过程中会采用不同的配方和工艺参数进行反复测试研发，研发试制的投入较大，而该过程会因为配方试验和耐磨、阻燃、隔热、抗冲击等测试而产出废弃料，相比之下，最终完成试制形成样品送样的金额较小。因此，研发试验消耗后形成废料是公司报告期内研发领料的主要去向。

2、研发材料投入与各期研发项目数量是否匹配

报告期内，公司研发材料费用与研发项目数量的配比保持相对稳定，研发投入与研发项目数量相匹配，具体情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
研发材料费（万元）	182.38	438.53	346.94	292.31
研发项目数量（个）	21	24	21	17
单个研发项目材料投入（万元/个）	8.68	18.27	16.52	17.19

单个研发项目的材料投入金额取决于具体项目的研发内容、预算、难度、周期等多个因素，因此不同研发项目之间的材料投入金额存在差异。报告期内，单个研发项目材料投入金额随项目的变化而略有波动，整体保持相对稳定水平。

（二）结合同行业可比公司研发材料投入及产出情况，分析说明废料处理方式是否符合行业惯例

公司研发材料均在领用时计入当期损益。公司研发活动形成的废料主要是试验后形成的废弃塑料、金属丝、已耗损的保护套管等，回收价值较低，对于有回收价值的废料，通常对外销售给废品回收商，相关收入计入其他业务收入；对于无回收价值的部分，公司委托前述废品回收商一并处理，但不额外产生废

品销售收入或处置费用，不再另外进行会计处理。

与生产形成的废料相比，研发废料较少，出于管理成本考虑，公司没有对研发废料和生产废料分仓库进行管理，通常将研发废料和生产废料一并集中处置，因此无法进一步区分统计研发废料销售的金额。公司对研发废料的上述处理方式和会计处理与可比公司不存在重大差异。

1、公司研发废料处理方式符合行业惯例

上市公司和拟上市公司一般仅在首发问询过程中被问及研发材料的投入和产出时才披露相关情况，公司选取的同行业可比公司均未披露具体的研发材料投入和产出情况。部分橡胶和塑料制品业、应用材料行业的上市公司/拟上市公司披露的研发材料投入和产出情况如下：

可比公司	所属行业	研发材料投入及产出情况
聚石化学 (688669.SH)	橡胶和塑料制品业	<p>(1) 研发材料最终去向包括在各研发项目中继续留存使用、损耗、其他研发项目中继续使用、作为样品赠送客户或销售给客户、作为废料对外销售；</p> <p>(2) 研发材料在领用时计入当期损益；部分研发产出物作为样品赠送客户，公司会进行相关记录，若相关样品转为销售订单，取得的销售收入直接冲减研发费用，报告期内该部分金额均低于 10 万元；对于研发过程中产生的废料会与生产过程中产生的废料一同处理，由生产管理部将所有废料统一收集处理变卖，计入其他业务收入</p>
珠海冠宇 (688772.SH)	电气机械和器材制造业	<p>(1) 研发实验室制作的样品在研发活动完成后主要形成废料报废，一般不会入样品仓；研发领料的最终去向为：①研发试制废品；②形成合格样品、半成品；③合理损耗；</p> <p>(2) 对于废极片、铝箔、铜箔、废电芯等存在可回收价值的废料，公司参考相关材料市场价格根据市场询价情况协商定价对外销售给废品回收商，废品回收商对其进行循环再生利用处理。对于无销售价值、无危害的废料，公司委托前述废品回收商一并处理，不产生废品销售收入以及废品处置费用</p>
德冠新材 (主板在审)	橡胶和塑料制品业	<p>(1) 公司在研发材料领用后，经过产品研发试制和检测，研发材料的去向由研发损耗、送检样品和研发废料处置三部分收入构成；</p> <p>(2) 公司研发领用物料，直接记入研发支出，研发形成的损耗和样品由于无对应的销售收入，账面不作会计处理；研发过程报废处理的材料，财务部门会计算废膜处理的价值，以回收价值冲减研发支出直接投入</p>
美科科技 (创业板在审)	金属制品业	<p>(1) 发行人研发材料在研发活动中会形成研发样品、回料、废料以及处于研发活动中的在研材料；</p> <p>(2) 直接材料投入形成废弃料无法再次利用。发行人研发废料为研发过程中产生的不符合预期性能标准的废弃</p>

可比公司	所属行业	研发材料投入及产出情况
		物，由于其不符合预期性能标准，无法对外送样或销售，对其进行报废处理，作为废弃料符合行业通行做法； (3) 由于研发废料较少，考虑到管理成本，不会单独搬运或直接处置，一般都会与生产产生的废料一起搬运到废料仓集中处置，当研发废料进入废料仓时，无法再区分生产废料与研发废料，因此废弃料的处理记录与研发直接材料投入无法直接匹配
鼎泰高科 (创业板已提交注册)	金属制品业	(1) 公司研发领用钨钢的最终去向包括形成研发产品(钻针、铣刀及其他刀具)、废料(废金属材料、钨钢粉)及合理损耗； (2) 公司研发和生产领用的钨钢和设备部件，都会形成废料，因废料具有同质性，公司从降低管理成本考虑，在日常经营中，没有对研发和生产过程中形成的废料分仓库进行管理，导致不能单独统计研发领用直接材料形成的废料，各期的销售金额情况

资料来源：可比公司招股说明书、问询回复等公开资料

如上表所示，上述上市/拟上市公司的研发材料投入去向主要包括形成研发样品、废料和合理损耗等，其中废料的处理方式包括对外销售、免费处置等，与公司的研发废料处理方式不存在重大差异。公司将研发废料处置收入计入其他业务收入，与聚石化学的会计处理方式一致，符合企业会计准则的要求，具有合理性。

2、公司的主要废料回收商情况

报告期内，公司前五大废料回收商相应的其他业务收入合计为 142.36 万元，占公司其他业务收入比例约 79.09%，基本情况如下：

序号	回收商	其他业务收入金额（万元）			
		2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
1	佛山市三水区胜再生资源回收中心	16.31	11.87	-	16.70
2	东莞市桥头年永再生资源回收站	7.79	13.49	4.37	-
3	东莞市峻栖再生资源有限公司	7.44	10.19	5.33	3.85
4	昆山金鑫海物资再生利用有限公司	2.89	9.44	3.30	7.12
5	东莞市企石废旧物资回收有限公司	-	-	11.02	11.23
合计		34.45	45.00	24.02	38.90

报告期内，公司的主要废料回收商与公司均不存在关联关系，双方参考市场价格商议定价，由于废料回收价值较低，因此，其他业务收入金额较小，各

期间占公司营业收入的比例均低于 1%。

（三）发行人针对废料回收及管理的相关内控措施及执行情况，是否存在体外实施资金循环的情形

公司针对研发费用建立了《研发费用管理与核算办法》，对研发费用的管理流程、审批程序、结算方式、科目设置等进行了规范管理；公司针对生产和研发废料的生产和处置流程建立了《废品出售内控制度》等内控制度，对废料的收集、管理、处置和收款等流程进行了规范管理。

废料处置时，公司依据过磅记录确认销售重量，按照双方确认一致的销售价格进行结算，公司根据相应结算单确认其他业务收入；由于研发废料是公司研发过程的合理损耗，是研发领料的组成部分，且公司从研发领料到形成废料的周期较短，因此，公司在研发材料领用时已计入当期损益，在废料处置时不再单独核算废料成本。上述废料处置相关的会计处理符合企业会计准则规定。

公司对废料成本核算内容、核算流程、结转和处置的会计处理及具体会计分录等进行规范，严格执行内部控制制度，原料的领用及消耗与废料处置具有匹配性，公司废料收入完整入账，不存在通过体外实施资金循环的情形。

【中介机构核查情况】

一、核查程序

保荐机构、申报会计师针履行了如下核查程序：

1、取得并查阅各类产品耗用单丝的明细，分析单丝耗用量与对应产品产量的匹配关系；查询同行业可比公司存货跌价计提方法以及“在尚未达到匹配客户订单阶段”情形下减值测试方法，分析发行人的减值测试方法是否符合行业惯例；

2、取得并查阅存货库龄、跌价准备和期后结转明细表，将生产周期、交付周期等情况与存货周转天数进行对比；访谈发行人管理层，了解 1 年以上各类存货跌价计提比例和期后结转情况变动的的原因，分析存货期后滞销风险和长库龄存货的跌价计提的充分性；

3、取得并查阅销售服务费明细，访谈发行人管理层和主要销售服务商，了

解主要销售服务商的基本情况及其合作背景，结合费用明细和收入明细分析销售服务费占收入比重的变动原因；

4、取得并查阅研发费用和研发项目明细，访谈发行人管理层，并抽查发行人研发费用明细账进行实质性程序，了解发行人研发材料投入的去向；搜集并查阅同行业可比公司的招股说明书、问询回复等公开资料，对比废料处理方式、会计处理与可比公司之间是否存在重大差异；访谈发行人管理层，了解发行人废料处理的内控情况，并执行穿行测试检查其执行情况；访谈发行人管理层并查阅发行人其他业务收入明细，了解其废料回收商情况，取得发行人、实际控制人出具的无关联关系承诺函，并通过互联网检索查询主要废料回收商与发行人之间是否存在关联关系；取得并查阅发行人、实际控制人、控股股东、董监高和其他关键人员的银行流水，核查是否存在体外实施资金循环的情形。

二、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、各类产品耗用各类单丝的成本占比的波动主要与使用该类单丝生产的产品销售收入变化以及该类单丝自产和外购的比例相关，符合发行人经营实际，具有合理性；报告期内，各期单丝的耗用量与对应产品产量的配比关系较为稳定，配比的波动主要与各类产品中单丝克重规格较大的产品产量占比的变动相关，具有匹配性。发行人针对各期末尚未匹配客户订单的库存商品、在产品按照同类产品的期后售价或者近期售价作为预计售价计算存货的可变现净值，符合行业惯例；

2、报告期各期末，发行人存货周转天数与生产周期和销售周期相匹配，并且各期之间周转天数差异较小；发行人存货结构持续改善，长库龄存货跌价准备计提比例整体上逐期上升；发行人存货滞销风险较低，并已对长库龄存货充分计提跌价准备；

3、个别销售服务商成立时间一年即与发行人开始合作，与销售服务商的实际控制人背景和经验情况相符，也与其报告期内的交易额变动相符，具有合理性；发行人通过境外自然人 Enrico Renzi 在欧洲地区开拓和维护客户，与发行人未在欧洲地区设立经营机构的情况相符，属于中国企业开拓和维护境外客户

的常见方式，具有合理性；报告期内境内外销售服务费占相应收入比例的变动与各家销售服务商的收费标准相匹配，占总体收入的比例均随发行人自主开发客户收入占比提高而呈现下降趋势；

4、发行人报告期内的研发材料投入和主要去向与各期项目研发项目数量相匹配，研发材料形成废料的处理方式、会计处理与可比公司不存在重大差异，符合行业惯例；发行人报告期内的主要废料回收商与发行人之间不存在关联关系；发行人已建立研发费用、废料管理相关的内控并有效执行，不存在体外实施资金循环的情形，研发费用核算准确。

(本页无正文，为《关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告》之签章页)

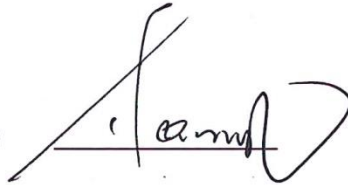
深圳市骏鼎达新材料股份有限公司



发行人董事长声明

本人已认真阅读深圳市骏鼎达新材料股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，确认本次审核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、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长：



杨凤凯

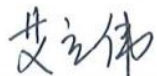
深圳市骏鼎达新材料股份有限公司



2022年00月13日

(本页无正文,为《关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告》之保荐机构签章页)

保荐代表人:



艾立伟



温杰



关于本次反馈意见回复报告的声明

本人作为深圳市骏鼎达新材料股份有限公司保荐机构中信建投证券股份有限公司的董事长，现就本次反馈意见回复报告郑重声明如下：

“本人已认真阅读深圳市骏鼎达新材料股份有限公司本次反馈意见回复报告的全部内容，了解报告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，反馈意见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、完整性承担相应法律责任。”

法定代表人/董事长签名：



王常青

