



**关于浙江华远汽车科技股份有限公司
申请首次公开发行股票并在创业板上市
的审核中心意见落实函的回复**

保荐机构（主承销商）



（上海市广东路 689 号）

二〇二三年二月

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 1 月 16 日印发的审核函（2023）010035 号《关于浙江华远汽车科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（以下简称“意见落实函”）已收悉。按照贵所要求，浙江华远汽车科技股份有限公司与海通证券股份有限公司、北京市竞天公诚律师事务所、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）等相关方已就意见落实函中提到的问题进行了逐项落实并回复，对申请文件进行了相应的补充。本意见落实函回复中所使用的术语、名称、缩略语，除特别说明之外，与其在招股说明书中的含义相同。

类别	字体
问询函所列问题	黑体（不加粗）
问询函问题回复、中介机构核查意见	宋体（不加粗）
招股说明书补充、修订披露内容	楷体（加粗）

目录

1.关于产品特点及业绩成长性	3
2.关于风险揭示及其他事项	46
3.关于股东核查及股权变动	61

1.关于产品特点及业绩成长性

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人产品呈现定制化、单价低和客户分散等特点，其中异型紧固件平均单价 0.3584 元、标准紧固件平均单价 0.2620 元，客户主要为整车厂商和汽车零部件企业；报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 35.69%、35.56%、32.47%和 29.89%。

(2) 发行人核心竞争力主要体现在优质的客户资源以及产品和技术优势。发行人已进入大众中国等知名主机厂、麦格纳等知名汽车零配件供应商，产品已应用于比亚迪、蔚小理等知名新能源客户。发行人所处行业竞争激烈，2021 年发行人紧固件的市场占有率约为 0.79%，汽车座椅锁的市场占有率为 6.48%。

(3) 报告期内发行人收入快速增长的原因主要系智能电子系统、汽车内饰系统、汽车动力系统等结构中应用的市场拓展顺利，收入贡献快速增长。除座椅锁外，2021 年汽车智能电子系统紧固件和汽车内饰系统紧固件产品收入也都超过或接近 3,000 万。

(4) 2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月，发行人新增定点产品带来的收入增长占主营业务收入增长的比例分别为 92.20%、84.68%、83.66%，新增定点产品已成为发行人业务收入增长的主要动力。

请发行人：

(1) 结合期后客户变化、新增定点和量产情况、在手订单金额及对未来收入的预计贡献情况、期后业绩变动情况等，说明在汽车消费整体成长空间有限情况下，发行人拓展新客户的空间是否存在明显瓶颈和障碍，发行人的核心竞争力及未来市场空间和成长性是否不够突出，并完整揭示发行人业绩成长性相关风险。

(2) 结合产品定制化、单价低和客户分散等特点，以及发行人与同行业可比公司在产品内容、应用领域、主要客户分布、技术路线和工艺先进性、发明专利数量、收入规模和市场地位等方面的对比情况，说明发行人与同行业可比公司相比的市场竞争优势和市场地位，并充分揭示发行人产品特点、市场地位及相关风险。

(3) 说明发行人产品在新能源汽车领域的应用情况，新能源汽车发展趋势对发行人业绩的影响。

(4) 结合发行人产品技术先进性和创新性特征、技术门槛和壁垒的具体体现、国内外竞争对手的技术路线及其相较于发行人的优劣势、行业内技术迭代趋势及发行人技术储备情况，说明发行人是否具备相应的技术积累、产品及市场优势以维持现有客户并开拓新客户扩大收入规模。

(5) 结合发行人与同行业可比公司的收入和市场占有率变化情况、发行人向主要客户供应份额以及下游客户的供应商转换成本等，说明在新增定点产品已成为发行人收入增长的主要动力背景下，发行人如何持续有效获取订单新增产品定点及量产，如何持续有效增加对原有客户供应份额及拓展新客户维持收入持续增长。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、结合期后客户变化、新增定点和量产情况、在手订单金额及对未来收入的预计贡献情况、期后业绩变动情况等，说明在汽车消费整体成长空间有限情况下，发行人拓展新客户的空间是否存在明显瓶颈和障碍，发行人的核心竞争力及未来市场空间和成长性是否不够突出，并完整揭示发行人业绩成长性相关风险。

(一) 期后客户变化情况

1、发行人期后客户数量持续增长，新增客户数量及收入均大于退出客户，客户拓展情况呈良性增长态势

报告期后，发行人各应用领域当期收入 5 万元以上的客户变化情况如下：

单位：家、万元

期间	类别	车身部位	客户数量	销售金额	新增客户情况			退出客户情况		
					数量	当期销售金额	占销售金额的比例	数量	上期销售金额	占销售金额的比例
2022 年 7-12 月	紧固件	汽车座椅	99	12,459.77	4	228.73	1.84%	-	4.65	0.04%
		汽车智能电子系统	5	1,095.37	2	88.25	8.06%	-	-	0.00%
		汽车动力系统	6	963.15	2	30.56	3.17%	2	51.37	5.33%

期间	类别	车身部位	客户数量	销售金额	新增客户情况			退出客户情况		
					数量	当期销售金额	占销售金额的比例	数量	上期销售金额	占销售金额的比例
		汽车底盘和车身系统	11	277.94	-	4.78	1.72%	-	1.35	0.49%
		汽车内饰系统	37	2,015.86	-	-	0.00%	1	8.67	0.43%
		其他	25	1,068.73	1	13.70	1.28%	2	37.46	3.51%
	锁具	汽车座椅（座椅锁）	51	8,283.42	2	337.23	4.07%	2	29.72	0.36%
		合计	234	26,164.24	11	703.25	2.69%	7	133.22	0.51%

注 1：新增客户为以前年度均未与发行人建立业务联系的客户；退出客户系 2022 年 1-6 月存在销售收入而 2022 年 7-12 月不存在销售收入的客户；

注 2：出于重要性考虑，客户数量仅统计当期收入 5 万元以上的客户；

注 3：退出客户销售收入系 2022 年 1-6 月的销售收入，收入占比为相应收入占当期收入比例。

由上表，报告期后，发行人持续开拓新客户，2022 年下半年新增客户 11 家，带来收入贡献 703.25 万元；退出客户 7 家，退出客户的上期销售金额合计 133.22 万元。新增客户的数量和收入贡献金额均远大于退出客户的数量及退出客户所带来的收入减少，发行人客户拓展情况呈良性增长态势。

2、发行人期后持续拓展产品应用领域，已成功进入部分知名客户供应体系，客户拓展取得显著成果

报告期后，发行人于 2022 年 11 月成功通过宁德时代供应商认证，取得宁德时代供应商代码，成功进入宁德时代供应链体系，目前已取得若干产品定点，为其供应电池包紧固件产品。宁德时代成功拓展标志着发行人在新能源动力电池包领域的客户开拓取得重大成果，将为发行人未来业绩增长提供重要助力。

在客户拓展上，发行人坚持传统领域深挖和新领域拓展并举，重点开拓行业知名客户，包括宁德时代在内，发行人报告期至今成功拓展的部分行业知名客户如下：

客户名称	客户属性	客户领域	产品应用领域	建立合作关系时间
蜂巢能源	一级供应商	新能源汽车	新能源动力电池包	2019 年 1 月
森萨塔	一级供应商	汽车智能电子	汽车智能电子系统	2019 年 6 月
大众中国	整车厂	新能源汽车、传统燃油车	汽车动力系统	2020 年 6 月
宁德时代	一级供应商	新能源汽车	新能源动力电池包	2022 年 11 月

由上表，报告期至今发行人成功和蜂巢能源、森萨塔、大众中国、宁德时代等行业知名客户建立合作关系，新客户拓展成果显著。报告期内，公司对上述知名客户销售情况如下：

单位：万元

客户名称	2022年合计	2022年7-12月	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
蜂巢能源	321.98	141.86	180.13	357.22	80.75	0.42
森萨塔	2,129.28	932.48	1,196.79	2,497.76	1,307.33	162.97
大众中国	1,272.27	777.8	494.47	228.97	-	-
宁德时代	-	-	-	-	-	-
合计	3,723.53	1,852.14	1,871.39	3,083.95	1,388.08	163.39

注1：2022年7-12月及2022年度数据未经审计；

注2：宁德时代自2022年11月起建立合作关系，预计将于2023年内实现收入，故报告期内未实现收入。

由上表，2019年至2022年，发行人上述知名客户合计贡献收入分别为163.39万元、1,388.08万元、3,083.95万元、3,723.53万元，上述客户在建立合作关系后收入贡献快速增长，为发行人报告期业绩增长提供重要助力。

（二）新增定点和量产情况

报告期内及期后，发行人持续深挖现有市场，同时不断拓宽应用领域，持续获得新增定点，量产产品数量持续增长，带来收入的持续增长。

1、新增定点情况

报告期内及期后，发行人各应用领域新增定点产品种类及收入金额如下：

单位：种，万元

应用车身部位		2022 年度		2022 年 7-12 月		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		新增定 点种类	新增定点 产品收入	新增定 点种类	新增定点 产品收入	新增定 点种类	新增定点 产品收入	新增定 点种类	新增定点 产品收入	新增定 点种类	新增定点 产品收入	新增定 点种类	新增定点 产品收入
紧 固 件	汽车座椅	570	345.39	201	165.99	369	179.40	555	780.29	568	845.87	572	1,244.76
	汽车智能电子 系统	26	14.71	24	6.32	2	8.39	3	109.03	3	96.23	3	167.52
	汽车内饰系统	72	45.90	13	33.32	59	12.58	78	362.88	131	379.33	74	201.96
	汽车动力系统	48	117.09	31	47.23	17	69.86	45	310.39	10	16.51	45	27.77
	汽车底盘和车 身系统	41	40.18	30	36.39	11	3.79	24	40.07	29	34.88	35	15.58
	其他	122	86.30	46	8.84	76	77.46	137	234.74	34	65.62	92	62.58
锁 具	座椅锁	116	368.37	46	313.31	70	55.06	73	1,495.79	41	322.05	73	1,347.22
	其他	9	24.40	4	21.30	5	3.10	25	742.02	4	55.89	23	583.77
合计		1,004	1,042.35	395	632.70	609	409.65	940	4,075.23	820	1,816.38	917	3,651.17

注：2022 年 7-12 月及 2022 年度数据未经审计。

由上表，报告期内及期后，发行人在产品各应用领域持续获取新增定点。其中，汽车座椅是发行人传统优势领域，应用于汽车座椅的紧固件及锁具产品是发行人新增定点的重要来源，2022 年度发行人汽车座椅紧固件及锁具产品的新增定点种类较 2021 年度继续增加，体现出发行人在汽车座椅领域较强的竞争力。传统优势领域汽车座椅产品的持续深挖，是发行人未来业绩增长的重要保障。

除汽车座椅外，发行人在汽车智能电子系统、汽车内饰系统、汽车动力系统、汽车底盘和车身系统等领域均持续获取新增定点，随着未来新增定点产品的逐步量产，将为发行人未来业绩增长提供有力支撑。

2、量产情况

报告期内及期后，发行人各应用领域量产产品数量及销售收入如下：

单位：种，万元

类别	应用车身部位	2022 年度		2022 年 7-12 月		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		量产产品 种类	量产产品 收入	量产产品 种类	量产产品 收入	量产产品 种类	量产产品 收入	量产产品 种类	量产产品 收入	量产产品 种类	量产产品 收入	量产产品 种类	量产产品 收入
紧固件	汽车座椅	2,979	20,051.52	2,979	12,332.31	2,758	7,719.21	2,822	18,415.76	2,629	15,116.56	2,378	12,398.46
	汽车智能电子系统	10	2,408.51	10	1,005.39	10	1,403.12	8	2,962.37	5	1,386.73	2	162.97
	汽车内饰系统	359	3,239.91	359	1,869.05	324	1,370.86	350	3,147.02	298	2,032.41	191	1,068.48
	汽车动力系统	123	1,656.13	123	890.03	78	766.10	78	680.34	55	154.74	49	97.18
	汽车底盘和车身系统	211	491.25	211	216.80	196	274.45	182	691.51	182	880.42	154	634.92
	其他	355	1,481.90	355	788.21	316	693.69	281	758.45	162	400.70	160	322.68
锁具	座椅锁	307	15,111.86	307	8,491.34	286	6,620.52	283	13,879.41	238	10,150.80	228	9,274.42
	其他	65	2,363.72	65	1,525.91	52	837.81	60	2,402.98	50	2,497.88	38	1,495.16
合计		4,409	46,804.80	4,409	27,119.04	4,020	19,685.76	4,064	42,937.84	3,619	32,620.24	3,200	25,454.28

注 1：2022 年 7-12 月数据及 2022 年度数据未经审计；

注 2：2022 年 7-12 月量产产品种类系当年累计产生销售收入的量产产品种类。

由上表，报告期内及期后发行人量产产品种类持续增长，量产产品收入逐年增加。其中汽车座椅为发行人传统优势领域，应用于汽车座椅的紧固件及锁具产品的量产产品种类及收入金额保持平稳增长，是发行人业绩增长的压舱石。除此之外，得益于报告期内新增量产垫片等汽车动力系统用紧固件的影响，发行人汽车动力系统紧固件产品收入迅速增加，量产产品种类持续增长，增长趋势良好。

(三) 在手订单金额及对未来收入的预计贡献情况：发行人在手定点产品充足，未来三年可预期需求量有保证，为发行人业绩持续增长提供有力支撑

由于汽车行业对于交货的时效性要求较高，发行人收到的订单交货周期通常较短，因此在某个时点的在手订单金额仅能反映客户短期内即时性的产品需求，不能完全准确反映客户对发行人产品未来的中长期需求。因此，通过在手定点产品对未来收入情况进行预计更为合理。

截至本回复出具日，在不考虑未来新增定点产品的情况下，发行人已定点产品未来三年销售预测情况如下：

单位：万件，万元

产品类别	应用类别	应用车身部位	截至目前定点产品种类	2023年		2024年		2025年	
				数量	金额	数量	金额	数量	金额
紧固件	传统燃油车	汽车座椅	2,713	46,853.06	17,961.21	46,391.77	18,208.45	46,487.46	18,151.54
		汽车智能电子系统	21	2,774.37	4,767.48	3,164.87	5,385.14	3,600.37	6,092.62
		汽车动力系统	91	4,022.01	3,171.10	4,045.53	3,163.28	4,044.03	3,153.79
		汽车内饰系统	332	7,793.96	2,359.98	7,877.01	2,363.56	7,691.21	2,197.58
		汽车底盘和车身系统	199	1,219.24	937.83	1,293.34	1,034.34	1,299.12	1,047.70
		其他	304	2,053.24	1,026.11	2,314.62	1,090.11	2,511.79	1,141.56
		小计	3,660	64,715.88	30,223.71	65,087.14	31,244.88	65,633.98	31,784.79
	新能源汽车	汽车座椅	307	7,599.16	2,616.14	7,615.05	2,620.80	7,647.95	2,617.70
		汽车动力系统	18	121.00	93.97	275.48	110.29	275.48	110.29
		汽车内饰系统	50	653.45	265.36	577.45	252.76	587.45	255.93
		汽车底盘和车身系统	12	320.80	70.02	382.80	83.55	432.80	94.50
		新能源动力电池包	15	6,028.34	2,976.73	6,576.37	3,247.34	6,576.37	3,247.34
		其他	21	183.00	80.28	183.00	80.28	183.00	80.28
		小计	423	14,905.75	6,102.50	15,610.15	6,395.02	15,703.05	6,406.04
锁具	传统燃油车	283	888.75	16,121.10	958.96	17,238.12	942.24	16,827.81	
	新能源汽车	95	345.07	6,544.25	353.85	6,740.70	351.73	6,571.47	
合计		4,461	80,855.45	58,991.56	82,010.10	61,618.72	82,631.00	61,590.11	

注 1：预计销量数据来源为客户对定点产品在其生命周期内的用量预测基础上综合考虑历史交付情况（如有）后进行预测，实际销量根据市场实际情况可能发生变化，不构成公司的业绩预测或业绩承诺；

注 2：预计销售金额系根据上述预测销量及定点单价（或实际交付单价）计算，并非客户对公司的实际采购承诺。

由上表可知，在不考虑未来新增定点产品的情况下，发行人已定点产品在未来三年销售规模预计将持续增长，为发行人未来业绩增长提供有力支撑。同时，随着发行人持续的市场开拓，未来还将持续获得新增定点，销售规模也将进一步提升。

(四)期后业绩变动情况：发行人 2022 年上半年受疫情影响收入增幅放缓，疫情缓解后下半年期后业绩回升，全年业绩实现增长

发行人 2022 年 1-6 月财务数据已经中汇会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了“中汇会审[2022]7569 号”无保留意见的审计报告；发行人结合最新经营情况、市场需求、成本和期间费用变动情况等有关资料，对 2022 年业绩进行了预计并编制了《盈利预测报告》，并由中汇会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《盈利预测审核报告》（中汇会鉴[2022]8105 号）。发行人 2022 年 1-6 月及 2022 年全年主要业绩情况及与去年同期对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月 (已审计)		2021 年 1-6 月(未审计)	2022 年 7-12 月 (未审计)		2021 年 7-12 月(未审计)	2022 年度 (未审计)		2021 年度 (已审计)
	金额	变动率	金额	金额	变动率	金额	金额	变动率	金额
营业收入	20,420.18	3.83%	19,667.84	28,375.56	10.27%	25,733.01	48,795.74	7.48%	45,400.85
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,453.36	24.24%	1,974.77	4,649.48	50.84%	3,082.40	7,102.84	40.45%	5,057.17
剔除汇兑损益影响后的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,554.04	-27.18%	2,134.20	3,918.74	18.90%	3,295.89	5,472.78	0.79%	5,430.09

1、2022 年 1-6 月

2022 年 1-6 月，发行人营业收入较去年同期仅增长 3.83%，远未达正常经营计划预期，主要是受 2022 年上半年新冠疫情特别是上海疫情的影响，国内多个汽车产业核心城市出现供应链中断或停摆所致。

受汇兑收益大幅增长的影响，发行人 2022 年 1-6 月扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较去年同期增长显著，增幅为 24.24%。发行人剔除汇兑损益影响后的扣非归母净利润较去年同期下滑 27.18%，主要由于发行人综合毛利率较上年同期有所下降。2022 年以来，发行人主营业务成本中的固定资产折旧费用、运费以及租赁费用增长较快，而受 2022 年上半年疫情等因素影响，

发行人收入增长幅度较小，单位产品分摊的直接人工和制造费用等固定成本增加，毛利率有所下降。具体分析参加本题回复之“（2）2022 年度”。

2、2022 年度

公司预计 2022 年扣非归母净利润较上年增长 40.45%，主要系受 2022 年美元升值带来汇兑收益大幅增长的影响，扣非归母净利润显著增长；公司预计 2022 年剔除汇兑损益影响后的扣非归母净利润为 5,472.78 万元，较上年略有增长。

公司预计 2022 年营业收入为 48,795.74 万元，较上年上升 7.48%，收入规模较上年增长较少，主要系受 2022 年上半年新冠疫情特别是上海疫情的影响，国内多个汽车产业核心城市出现供应链中断或停摆，导致公司 2022 年上半年收入同比增长不到 4%，远未达到公司经营计划的正常增长水平。三季度开始，随着新冠疫情缓解，下游市场需求恢复，公司出货量恢复正常增长，业绩相应大幅增长，带动全年整体收入增长率较半年度提升，达到 7.48%，并带动扣除汇率影响后扣非归母净利润实现增长。

公司预计 2022 年剔除汇兑损益影响后的扣非归母净利润为 5,472.78 万元，较上年按同一口径计算的扣非归母净利润略有增长，增幅较小，主要原因系公司基于在手定点产品的预计需求量，以及市场拓展情况良好，预计定点产品种类将持续增加，自 2021 年以来持续进行产能扩充，购置了新的机器设备，扩充了生产人员，但 2022 年上半年受新冠疫情特别是上海疫情的影响，国内多个汽车产业核心城市出现供应链中断或停摆，导致公司 2022 年上半年收入同比增长不到 4%，远未达到公司经营计划的正常增长水平，从而产能利用不足，单位产品分摊的直接人工和制造费用等固定生产成本增加，导致毛利率下降，利润增幅较小。

关于成本增加的具体分析如下：①机器设备折旧和人工成本增加导致生产成本上升。公司基于在手定点产品的预计需求量，以及市场拓展情况良好，预计定点产品种类将持续增加，自 2021 年以来持续进行产能扩充，购置了新的机器设备，扩充了生产人员，固定生产成本有一定幅度的增长。②处置温州华远后，在本次募投项目场地建成前，继续租赁温州华远场地，导致租赁费用增加、生产成本上升。③受疫情影响，运费大幅增加，导致成本上升。

(五) 说明在汽车消费整体成长空间有限情况下, 发行人拓展新客户的空间是否存在明显瓶颈和障碍, 发行人的核心竞争力及未来市场空间和成长性是否不够突出

1、发行人未来市场空间和新客户开拓空间情况分析

发行人的主要产品为异型紧固件和座椅锁, 其中异型紧固件广泛应用于汽车座椅、内饰、智能电子系统等各个不同部位, 座椅锁主要应用在汽车座椅。报告期内及期后, 发行人产品在各细分领域的销售情况如下:

单位: 万元

应用车身部位	2022 年度合计		2022 年 7-12 月		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
一、汽车紧固件产品收入												
汽车座椅	20,294.76	44.87%	12,459.77	47.62%	7,834.99	41.10%	18,722.06	45.28%	15,324.94	50.27%	12,684.39	51.55%
汽车智能电子系统	2,498.49	5.52%	1,095.37	4.19%	1,403.12	7.36%	2,962.37	7.16%	1,386.73	4.55%	162.97	0.66%
汽车内饰系统	3,388.49	7.49%	2,015.86	7.70%	1,372.63	7.20%	3,272.31	7.91%	2,102.98	6.90%	1,404.40	5.71%
汽车动力系统	1,732.11	3.83%	963.15	3.68%	768.96	4.03%	699.24	1.69%	158.35	0.52%	103.27	0.42%
汽车底盘和车身系统	559.06	1.24%	277.94	1.06%	281.12	1.47%	710.5	1.72%	904.31	2.97%	647.23	2.63%
其他	1,794.86	3.97%	1,068.73	4.08%	726.13	3.81%	1,016.54	2.46%	401.47	1.32%	408.54	1.66%
小计	30,267.76	66.92%	17,880.82	68.34%	12,386.94	64.98%	27,383.02	66.23%	20,278.79	66.53%	15,410.79	62.63%
二、锁具产品收入												
汽车座椅 (座椅锁)	14,959.11	33.08%	8,283.42	31.66%	6,675.69	35.02%	13,964.08	33.77%	10,203.64	33.47%	9,196.78	37.37%
合计	45,226.87	100.00%	26,164.24	100.00%	19,062.63	100.00%	41,347.10	100.00%	30,482.43	100.00%	24,607.57	100.00%

注：2022 年 7-12 月及 2022 年度数据未经审计。

由上表，除座椅锁外，发行人的紧固件产品 2021 年收入超过或接近 3,000 万元的应用车身部位是汽车座椅、汽车传感器（属于汽车智能电子系统）、汽车内饰系统。此外，发行人已经开发了新能源动力电池包用紧固件市场，并于报告期后，于 2022 年 11 月成功通过宁德时代供应商认证，进入宁德时代供应链体系，目前已取得若干产品定点，为其供应电池包紧固件产品。宁德时代的成功拓展标志着发行人在新能源动力电池包领域的拓展取得重大成果，将为发行人未来业绩增长提供重要助力。

发行人未来市场空间及新客户拓展空间与产品下游应用领域密切相关，发行人重点细分应用领域的市场空间及发行人主要客户在该细分领域的市场份额情况如下：

单位：亿元

产品类别	细分市场	市场空间 (约) ¹ (①)	发行人主要客 户 ²	发行人主要 客户市场占 有率合计 ³ (②)	发行人主要客 户预计年采购 需求 (③=①*②)	发行人对主 要客户收入 (2021 年) (④)	发行人在主 要客户处的 深挖空间 (⑤=③-④)	发行人对其 他客户收入 (2021 年) (⑥)	发行人在其他客 户和潜在客户处 的待开发空间 (⑦=①-③-⑥)
紧固件	汽车座椅	12	安道拓、李尔、 丰田纺织、佛 吉亚、大世、 麦格纳、诺博 等	76%	9.12	1.32	7.80	0.56	2.32
	汽车内饰系统	27	马瑞利、佛吉 亚、诺博等	17%	4.59	0.12	4.47	0.21	22.20
	汽车智能电子 系统 ⁴	25	森萨塔等	21%	5.25	0.25	5.00	0.05	19.70
	新能源动力电 池包	42	宁德时代、蜂 巢能源等	54%	22.68	0.04	22.64	-	19.32

产品类别	细分市场	市场空间 (约) ¹ (①)	发行人主要客 户 ²	发行人主要 客户市场占 有率合计 ³ (②)	发行人主要客 户预计年采购 需求 (③=①*②)	发行人对主 要客户收入 (2021年) (④)	发行人在主 要客户处的 深挖空间 (⑤=③-④)	发行人对其 他客户收入 (2021年) (⑥)	发行人在其他客 户和潜在客户处 的待开发空间 (⑦=①-③-⑥)
小计		106	-	-	41.64	1.73	39.91	0.82	63.54
锁具	汽车座椅 (座椅锁)	22	安道拓、李尔、 佛吉亚、大世、 麦格纳、诺博等	71%	15.62	1.07	14.55	0.33	6.05
总计		127	-	-	57.26	2.80	54.46	1.15	69.59

注 1：细分领域市场空间数据来源系发行人在行研报告数据、公开披露的财报数据及行业头部企业反馈的经验数的基础上的估算；

注 2：发行人各领域所列主要客户仅包含可经公开渠道统计或估计市场占有率数据的客户，难以获取市场占有率数据的客户未列入主要客户纳入统计；

注 3：发行人主要客户市场占有率数据系根据行研报告、行业公开报道、披露年报、客户提供信息等整理而来，所列数据为左列主要客户市场占有率的合计；因统计口径原因，发行人其他客户因无法获取市场占有率数据原因未纳入统计，因此目前的市场占有率数据偏保守，发行人所有客户的实际市场占有率数据将高于该数字；

注 4：因发行人应用在汽车智能电子系统的主要产品为汽车传感器用紧固件，故此处汽车智能电子系统紧固件市场空间预测主要基于汽车传感器用紧固件。

发行人各细分领域未来市场空间及新客户拓展空间情况分析如下：

(1) 在汽车座椅领域，发行人已覆盖行业主要客户，未来新客户拓展空间相对有限，但现有客户的挖掘潜力较大，未来成长空间主要来自已有客户的持续深挖

发行人深耕汽车座椅市场多年，积累了优质的客户资源，已覆盖安道拓、李尔、丰田纺织、佛吉亚、大世、麦格纳、诺博等行业主要客户。汽车座椅行业集中度较高，上述客户在国内汽车座椅行业的市场占有率合计约 76%，因此，在汽车座椅领域，发行人新客户拓展空间相对有限，未来成长空间主要来自已有客户的持续深挖。

经测算，国内汽车座椅紧固件年采购规模约 12 亿元，发行人上述主要客户市场占有率合计约 76%，据此计算发行人主要客户的年采购需求约 9.12 亿元，发行人 2021 年向上述客户销售的汽车座椅紧固件收入合计为 1.32 亿元，因此发行人对上述客户汽车座椅紧固件待开发空间约 7.80 亿元，相较发行人收入规模而言，仍有较大深挖空间。

锁具方面，发行人座椅锁和座椅紧固件客户重合度较高，已覆盖安道拓、李尔、佛吉亚、大世、麦格纳、诺博等主要客户，合计市场占有率约 71%。国内汽车座椅锁年采购规模约 22 亿元，据此计算发行人主要客户汽车座椅锁的年采购需求约 15.62 亿元，发行人 2021 年向上述客户销售的汽车座椅锁收入合计为 1.07 亿元，因此发行人对上述客户汽车座椅锁待开发空间约 14.55 亿元，相较发行人收入规模而言，仍有较大深挖空间。

(2) 在汽车内饰系统和汽车智能电子系统领域，发行人主要客户市场占有率较低，发行人从客户处取得的收入规模较小，未来新客户拓展空间和已有客户深挖空间均较为广阔

汽车内饰系统和汽车智能电子系统是发行人除汽车座椅外成功开拓的新领域，报告期内收入实现快速增长，是发行人未来业绩持续增长的重要支撑。发行人目前在汽车内饰和智能电子系统领域覆盖的客户还相对较少，从客户处取得的收入还相对较低，未来新客户拓展空间和已有客户深挖空间均较为广阔。

1) 汽车内饰系统领域

在汽车内饰系统领域，发行人已覆盖的主要客户包括马瑞利、佛吉亚、诺博

等，国内汽车内饰市场集中度较低，上述客户市场占有率合计仅约 17%，发行人尚有较大的新客户拓展空间。

具体而言，国内汽车内饰系统紧固件年采购规模约 27 亿元，发行人上述主要客户市场占有率合计约 17%，对应的年采购需求约 4.59 亿元，发行人 2021 年向上述客户销售的汽车内饰紧固件收入合计为 0.12 亿元，尚有 4.47 亿元待开发空间，仍有较大深挖空间。

新客户拓展方面，发行人已覆盖的上述客户市场占有率约 17%，尚有约 83% 的客户待开拓，对应的年采购需求约 22.41 亿元，发行人 2021 年在其他内饰客户处实现的收入为 0.21 亿元，据此计算，发行人在其他客户和潜在客户处的待开发空间约 22.20 亿元，新客户开拓空间较为广阔。发行人在汽车内饰系统领域产品已通过行业主流客户的认证，未来新客户拓展空间不存在明显瓶颈和障碍。

2) 汽车智能电子系统领域

在汽车智能电子系统领域，发行人已覆盖的主要客户为森萨塔等，森萨塔为全球汽车电子巨头，发行人于 2019 年成功与其建立合作关系，为其传感器供应定制化螺栓等产品，成功拓展了产品在汽车智能电子领域的应用。

经测算，国内汽车智能电子系统传感器紧固件年采购规模约 25 亿元，其中森萨塔的市场占有率约 21%，对应的年采购需求约 5.25 亿元，发行人 2021 年向森萨塔销售的汽车传感器紧固件收入为 0.25 亿元，因此，在森萨塔处发行人尚有 5.00 亿元的待开发空间，仍有较大深挖空间。

新客户拓展方面，发行人已覆盖的森萨塔市场占有率约 21%，尚有约 79% 的客户待开拓，对应的年采购需求约 19.75 亿元，发行人 2021 年在其他传感器客户处实现的收入为 0.05 亿元，据此计算，发行人在其他客户和潜在客户处的待开发空间约 19.70 亿元，新客户开拓空间较为广阔。报告期内，发行人已凭借森萨塔传感器项目经验成功开拓三森电子为传感器新客户，不断积累的项目经验将为客户拓展提供助力，未来新客户拓展空间不存在明显瓶颈和障碍。

(3)在新能源动力电池包领域,发行人已成功进入行业头部客户供应体系,且目前发行人从客户处取得的收入规模较小,未来已有客户深挖空间和新客户拓展空间均较为广阔

在新能源动力电池包领域，发行人已覆盖的主要客户为宁德时代、蜂巢能源等，其中蜂巢能源为发行人于 2019 年拓展的客户，已于报告期内实现收入。宁德时代为发行人报告期后，于 2022 年 11 月成功拓展的新客户，发行人为其供应电池包紧固件，目前已取得若干产品定点，预计将自 2023 年起实现收入。

国内动力电池领域呈现寡头垄断格局，宁德时代为国内动力电池领域龙头，2021 年在国内动力电池领域市场占有率达 52%，蜂巢能源市场占有率约 2%，二者市场占有率合计约 54%。经测算，动力电池包紧固件年采购规模约 42 亿元，发行人上述客户市场占有率合计约 54%，对应的年采购需求约 22.68 亿元，发行人 2021 年向蜂巢能源销售的电池包紧固件收入为 0.04 亿元，因此，发行人在上述客户处尚有约 22.64 亿元的待开发空间，深挖空间巨大。

新客户拓展方面，发行人已覆盖的上述客户市场占有率约 54%，尚有约 46% 的客户待开拓，对应的年采购需求约 19.32 亿元，新客户开拓空间较为广阔，且发行人期后成功开拓行业龙头客户宁德时代，将为发行人在新能源动力电池包领域的客户开拓提供新的助力，新客户拓展不存在明显瓶颈和障碍。

综上所述，发行人现有产品主要应用于汽车座椅、汽车内饰系统、汽车智能电子系统、新能源动力电池包等细分领域，其中，在汽车座椅领域的产品包括座椅紧固件和座椅锁，报告期内二者收入合计占主营业务收入的比例分别为 83.53%、77.14%、74.40%、72.91%，是发行人收入重要组成部分。在汽车座椅领域，发行人已覆盖行业主要客户，未来新客户拓展空间相对有限，成长空间主要来自已有客户的持续深挖；在汽车内饰系统和汽车智能电子系统领域，发行人主要客户市场占有率较低，目前发行人从客户处取得的收入规模较小，未来新客户拓展空间和已有客户深挖空间均较为广阔，新客户拓展不存在明显瓶颈和障碍；在新能源动力电池包领域，发行人已成功进入行业头部客户供应体系，目前发行人从客户处取得的收入规模较小，未来已有客户深挖空间和新客户拓展空间均较为广阔，新客户拓展不存在明显瓶颈和障碍。

2、发行人具备较强的核心竞争力，能够持续有效的拓展市场，实现市场空间向收入的有效转化，成长性较为突出

(1) 发行人建立了行之有效的市场拓展策略，有明确的拓展目标和方向

为更加有效的获取新业务，发行人针对不同的客户和产品，建立了行之有效的市场拓展策略，具体如下：

1) 深挖老客户，提升业务深度

在现有体系内客户在手订单充足的前提下，不断深挖老客户业务潜力，不断提高业务占比。对于目前已进入其供应链体系的老客户，发行人的主要拓展策略在于通过良好的服务、先进的工艺、稳定的质量、具备优势的制造成本，提升对老客户的车型及规格型号的覆盖率，覆盖更多车型，获取新增定点，挖掘存量空间。

报告期内，发行人新客户及老客户新增定点产品对于收入增长影响情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
原有客户新增定点产品	785.76	68.59%	6,362.86	58.70%	5,797.74	84.01%
新增客户新增定点产品	172.65	15.07%	2,815.85	25.98%	564.96	8.19%
新增定点产品收入贡献占比	958.41	83.66%	9,178.71	84.68%	6,362.70	92.20%
主营业务收入较上期增加	1,145.58		10,838.82		6,901.10	

由上表，报告期内，发行人老客户新增定点产品对主营业务收入增长的影响比重分别为 84.01%、58.70%、68.59%，是报告期内收入增长的主要来源。

2) 拓展新客户，提高业务广度

对于尚未进入其供应链体系的新客户，发行人以核心优势产品与系列化开发能力为依托，通过“以点带面”的策略拓展新客户：即从个别核心老客户、核心产品出发，积累该产品的研发技术、生产方案和应用案例，在此基础上进行产品各种应用场景的系列化开发，并以此有针对性的筛选尚未进入体系的目标客户进行系列推广及应用，以此实现新客户的不断拓展。

发行人通过此策略，成功拓展的新客户包括：①以森萨塔传感器项目案例为突破口，拓展进入其他传感器客户，如三森电子；②以蜂巢能源电池包项目案例为突破口，拓展进入其他新能源客户，如宁德时代。③以特色冲压工艺紧固件类产品开发经验为突破口，拓展进入其他冲压工艺紧固件客户，如大众中国。

关于发行人报告期内新客户拓展的详细情况请参见本小题回复之“（一）期

后客户变化情况”。

3) 布局新领域，拓展未来业务空间

发行人具有较强的技术实力，侧重于产品的差异化竞争，在新领域的拓展上，发行人的策略在于瞄准客户采购的难点和痛点（如产品被少数供应商垄断、依赖于进口或很难做相应替代等）进行针对性开发，提供有竞争力的解决方案，进而争取新定点机会，实现新领域开拓。

发行人通过此策略，成功拓展的新领域包括：座椅丝杆类产品，目前国内该类产品主要由国外供应商供应，发行人针对该类产品进行针对性开发，目前已取得部分客户定点，未来将推向市场，带来增量空间，具体情况如下：

单位：亿元

开发产品类别	产品名称	功能描述	开发进度	客户信息	预计量产时间	市场空间（约）
汽车座椅水平驱动器	汽车座椅用驱动丝杆	汽车内饰中座椅舒适性调节的重要功能部件，使用部位有：座椅前后驱动调节，腰托、腿托位置调节。	小批量生产 ¹	已取得佛吉亚定点	2023年11月	9

注1：公司按照与相关客户的项目定点信约定完成新产品的开发之后，需按照样品测试-小批量生产-批量化生产三阶段进行产品质量认证后，才能进入批量生产阶段，目前公司对佛吉亚的定点项目已完成小批量生产验证，待进行批量化生产。

(2) 发行人具备拓展市场所需的技术积累和产品优势

发行人长期专注于紧固件和锁具领域，经过多年的研发积累，形成了一整套核心技术及专利，涉及生产加工的特定工艺方法、定制的设备装备、采用的模具工艺等方面。在此技术能力支持下，发行人的产品技术指标超过了行业一线整车厂商要求和行业技术标准，具有较高的产品性能，具有较强的技术先进性和创新性优势，可满足各类客户的需求。

报告期至今，公司与主要客户的合作关系不断加深，并成功拓展了森萨塔、大众中国、宁德时代等新客户，技术水平得到了客户的认可。通过不断地研发、改进，公司的核心技术水平不断提升，为与客户开展长期合作及拓展新客户提供了有力的保障。

通过产品开发方面的创新、创造，公司获得了客户的积极认可，具体评价如下：

序号	客户名称	所获奖项或评价
1	大众汽车自动变速器（大连）有限公司	2021 年度最佳配合奖
2	李尔长安（重庆）汽车系统有限责任公司	2021 年度优秀供应商
3	诺博汽车系统有限公司	2020 年最佳质量供应商
4	大连东风李尔泰极爱思汽车座椅有限公司	2019 年度量产质量奖
5	广州华智汽车部件有限公司	2018 年度优秀供应商

综上所述，发行人具备相应的技术积累和产品优势，为维持现有客户和开拓新客户提供了有力保障。

（3）报告期至今，发行人市场拓展成果显著，成长性较为突出

报告期至今，发行人市场拓展成果显著，成长性较为突出：①发行人期后客户数量持续增长，新增客户数量及收入金额均大于退出客户，客户拓展情况呈良性增长态势；期后成功进入宁德时代供应链，客户拓展取得显著成果，为未来业绩增长提供重要助力；②发行人期后持续获得新增定点，量产产品数量持续增长，带来收入的持续增长；③发行人在手定点产品充足，未来三年可预期需求量有保证，为发行人业绩持续增长提供有力支撑；④发行人 2022 年上半年受疫情影响收入增幅放缓，疫情缓解后下半年期后业绩回升，全年业绩实现增长。

综上所述，发行人建立了行之有效的市场拓展策略，有明确的拓展目标和方向，具备拓展市场所需的技术积累和产品优势，并在报告期至今取得了显著的市场拓展成果，核心竞争力和成长性较为突出。

（六）发行人已进一步完善业绩成长性相关风险提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”部分进一步完善业绩成长性相关风险提示，具体如下：

“（一）业务成长性的风险

报告期内，发行人营业收入分别为 27,368.47 万元、34,574.47 万元、45,400.85 万元和 20,420.18 万元，营收规模持续增长，2022 年上半年受新冠疫情特别是上海疫情的影响，发行人营收规模增速较为缓慢，下半年疫情缓解后，发行人营收恢复正常增长，预计 2022 年全年收入同比增长 7.48%。

目前，发行人最大的产品应用领域是汽车座椅，发行人报告期内在汽车座椅

领域的产品收入（含紧固件和锁具）分别为 21,881.17 万元、25,528.58 万元、32,686.14 万元和 14,510.68 万元，占发行人各期主营业务收入的比例为 83.53%、77.14%、74.40%和 72.91%，是发行人收入的重要组成部分。

发行人汽车座椅领域主要客户包括李尔、安道拓、佛吉亚、麦格纳、大世、诺博、丰田纺织等，已基本覆盖国内汽车座椅行业主要供应商，汽车座椅行业集中度较高，上述主要客户国内市场占有率合计达 75%以上，因此发行人汽车座椅领域新客户开拓空间相对有限，发行人主要业绩增长来源于已有客户的持续深挖和新领域的持续开拓。

若未来发行人主要客户的生产经营状况发生重大不利变化，或市场竞争格局发生重大变化，或发行人未能维持竞争力，未能持续有效拓展市场获取客户新增定点，或因发行人的产品质量或技术水平等达不到客户要求等原因导致在主要客户供应商体系中竞争地位发生变化，或发行人无法持续开拓新领域，发行人将面临成长性风险，将会对发行人的经营业绩产生不利影响。”

二、结合产品定制化、单价低和客户分散等特点，以及发行人与同行业可比公司在产品内容、应用领域、主要客户分布、技术路线和工艺先进性、发明专利数量、收入规模和市场地位等方面的对比情况，说明发行人与同行业可比公司相比的市场竞争优势和市场地位，并充分揭示发行人产品特点、市场地位及相关风险。

（一）结合产品定制化、单价低和客户分散等特点，以及发行人与同行业可比公司在产品内容、应用领域、主要客户分布、技术路线和工艺先进性、发明专利数量、收入规模和市场地位等方面的对比情况，说明发行人与同行业可比公司相比的市场竞争优势和市场地位

1、产品定制化、单价低和客户分散等特点及与同行业可比公司的对比情况

（1）发行人产品以定制化为主，定制化产品占比较高

从产品结构看，发行人产品以定制化为主，包括异型紧固件和座椅锁，都属于按照汽车款型定制化开发的产品，报告期内发行人异型紧固件和座椅锁收入合计占主营业务收入比例分别为 79.14%、78.00%、81.89%、84.25%，是发行人收入的主要组成部分。

报告期内发行人与同行业可比公司各类产品定制化情况对比如下：

公司名称	产品类别	各类产品收入占其主营业务收入比例				产品定制化情况
		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	
超捷股份	螺钉螺栓	35.30%	38.72%	36.53%	39.39%	公司的螺钉螺栓类产品通用性、标准化程度较高；异形连接件产品定制化程度高
	异形连接件	39.05%	42.49%	47.59%	43.00%	
	其他金属件/其他	8.16%	5.13%	4.67%	5.68%	
	塑料件	17.49%	13.66%	11.20%	11.93%	
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
长华集团	紧固件	未披露	53.70%	55.33%	57.24%	公司冲焊件产品主要适用于特定车型，而紧固件产品多为标准件
	冲焊件	未披露	46.30%	44.67%	42.76%	
	合计	未披露	100.00%	100.00%	100.00%	
瑞玛精密	汽车行业/汽车零部件	56.21%	50.82%	47.25%	42.43%	公司产品主要以小批量、多种类、更新快的定制化精密金属零部件为主
	其他	43.79%	49.18%	52.75%	57.57%	
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
发行人	异型紧固件	50.71%	50.10%	47.17%	44.03%	以定制化的异型紧固件和座椅锁为主
	标准紧固件	11.53%	12.23%	14.10%	14.80%	
	座椅锁	33.54%	31.78%	30.83%	35.11%	
	其他锁具	4.22%	5.89%	7.90%	6.06%	
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

注 1：上述比例根据可比公司招股说明书等公开资料计算；

注 2：瑞玛精密仅披露各类产品占营业收入比例，故此处占比为瑞玛精密各类产品收入占营业收入比例；瑞玛精密年度报告收入披露口径有所变更，2019 年比例为汽车零部件销售收入占营业收入比例，2020、2021 年度及 2022 年 1-6 月占比为汽车行业销售收入占营业收入比例；

注 3：超捷股份 2022 年 1-6 月仅披露了螺钉螺栓、异形连接件和塑料件收入，未披露其他金属件销售收入，因此于其他金属件/其他处列示除上述产品外收入。

由上表，与同行业公司相比，发行人产品结构中定制化产品的占比较高，与各公司产品的下游应用领域有关。发行人异型紧固件具有定制化、非标准的特点，座椅锁也具有高度定制化的特点，两种主要产品具有较高的附加值，体现了公司以定制化产品为核心的产品结构特点。

(2) 汽车紧固件产品单价较低情形在行业普遍存在，发行人产品价格特点与同行业上市公司一致，符合行业特征

报告期内，发行人主要产品的销售量和平均销售价格的情况如下：

单位：万件、元/件

产品	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	销量	平均单价	销量	平均单价	销量	平均单价	销量	平均单价
异型紧固件	28,160.77	0.3584	62,952.18	0.3497	44,835.67	0.3482	34,392.69	0.3353
标准紧固件	8,755.48	0.2620	21,274.97	0.2525	18,750.76	0.2489	16,264.68	0.2384
座椅锁	371.13	17.99	832.28	16.78	587.28	17.37	540.35	17.02

由上表，发行人异型紧固件和标准紧固件均价均在 1 元/件以下，座椅锁均价在 15 元/件-20 元/件之间，紧固件产品均价较低。公司紧固件产品的上述价格特点在汽车紧固件行业普遍存在，与同行业上市公司公开披露的价格信息一致，符合行业特征。具体分析如下：

单只车用紧固件产品的体积大小、单价与具体下游应用的汽车部位及产品性能技术指标要求密切相关。车用紧固件因其应用在汽车上的各个系统有各自的特点和要求，在车辆轻量化、省空间的趋势下，车的各个结构部件亦呈现出越做越小和越来越精密的趋势，单车合计紧固件用量较大，但单个紧固件产品的体积一般较小。因此，汽车紧固件平均单价较低，是其本身的应用需求特点所决定的。

报告期内发行人与同行业可比公司紧固件产品平均销售价格的对比情况如下：

单位：元/件

公司名称	产品类别	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
超捷股份	异形连接件、螺栓及螺钉	未披露	未披露	0.1907	0.1885
长华集团	紧固件	未披露	0.3502	0.3443	0.3497
瑞玛精密	汽车零部件	未披露	0.7312	0.6616	0.7090
发行人	紧固件产品	0.3355	0.3251	0.3189	0.3042

注 1：超捷股份 2019、2020 年度单价根据招股说明书异形连接件、螺栓及螺钉产品销售收入及销量计算平均销售单价；2021 年度报告未单独披露螺钉螺栓及异形连接件销量，因此无法计算平均销售单价；

注 2：长华集团 2019 年度单价来源于招股说明书；2020 及 2021 年单价根据年度报告中紧固件收入与紧固件销量计算；

注 3：瑞玛精密 2019、2020 年度单价根据年度报告披露汽车零部件销售收入及销量计算，2021 年度单价根据年度报告汽车行业销售收入及销量计算。

由上表可以看出，发行人与同行业可比公司的紧固件产品价格区间基本一致，均在 1 元/件以下，均具有单价低的特点。因此，产品单价低属于汽车紧固件行业的行业特点，发行人的产品价格特征与行业特点相符。

(3) 汽车紧固件行业下游主要为一级供应商或整车厂，行业集中度较高，发行人和同行业可比公司普遍存在客户集中的特点

汽车紧固件行业下游主要为一级供应商或整车厂，行业集中度较高，发行人和同行业可比公司普遍存在客户集中的特点。报告期内，发行人及同行业可比公司前五大客户收入占比情况如下：

公司	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
超捷股份	未披露	40.72%	43.56%	42.97%
长华集团	62.01%	58.42%	60.61%	64.52%
瑞玛精密	未披露	33.44%	36.38%	39.86%
算数平均数	62.01%	44.19%	46.85%	49.12%
发行人	50.79%	47.83%	52.22%	57.09%

由上表，2019年至2021年发行人与超捷股份、长华集团前五大客户收入占主营业务收入比例均在40%以上，客户较为集中；瑞玛精密前五大客户收入占比低于40%，主要系其产品以精密结构件为主，精密结构件产品除应用于汽车行业外还应用于其他众多下游领域，由于产品下游领域众多，因此相较于发行人，瑞玛精密前五大客户集中度相对较低。

总体而言，发行人与同行业可比公司前五大客户收入占比水平处于同一区间，客户均较为集中，符合汽车紧固件行业特点。

2、结合发行人与同行业可比公司在产品内容、应用领域、主要客户分布、技术路线和工艺先进性、发明专利数量、收入规模和市场地位等方面的对比情况，说明发行人与同行业可比公司相比的市场竞争优势和市场地位

发行人与同行业可比公司在产品内容、应用领域、主要客户分布、技术路线和工艺先进性、发明专利数量、收入规模和市场地位等方面的对比情况如下：

项目	发行人	超捷股份	长华集团	瑞玛精密	对比情况
产品内容	以定制化的异型紧固件和座椅锁为主	螺钉螺栓、异形连接件、塑料紧固件等，以标准紧固件和异形连接件为主	螺栓、螺母和冲焊件，紧固件产品多为标准紧固件	移动通信零部件、汽车零部件、电力电气零部件、精密模具等	发行人与同行业可比公司产品类别存在重合，但结构存在差异，发行人以定制化产品为主，定制化产品占比较高
应用领域	产品主要应用于汽车座椅、汽车智能电子系统、	产品主要应用于汽车发动机涡轮增压系统，换挡	产品广泛应用于汽车车身、底盘及动力总	汽车领域精密金属零部件产品应用于汽车多个系	发行人与同行业可比公司产品侧重点不同，在细分应用领域

项目	发行人	超捷股份	长华集团	瑞玛精密	对比情况
	汽车内饰系统、汽车动力系统、汽车底盘和车身系统等	驻车控制系统，汽车排气系统，汽车座椅、车灯与后视镜等内外饰系统的汽车关键零部件的连接、紧固	成系统，强度等级覆盖汽车常用紧固件及关键部位	统，主要为安全及转向系统的支架组件、保持架组件等；电子电器系统的多媒体屏蔽罩、外壳等；动力总成系统的气门油封骨架、壳体、隔热罩等；各类支架等配件系统部件，以及应用于多系统的紧固件产品	上存在较大差异
主要客户分布	李尔集团、上海汽车集团股份有限公司、安道拓集团、长城汽车股份有限公司、森萨塔集团、重庆宏立至信科技发展集团有限公司、东风李尔汽车座椅有限公司、佛吉亚等，主要客户为一级供应商	富奥石川岛、科友贸易、华域视觉、佛吉亚、上海菱重增压器有限公司等，主要客户为一级供应商	东风本田汽车有限公司、一汽大众汽车有限公司、上汽通用汽车有限公司、大众汽车（中国）投资有限公司、上汽大众汽车有限公司、广汽本田汽车有限公司、重庆市永川区长城汽车零部件有限公司等，主要客户为整车厂商	采埃孚天合、哈曼、敏实、安波福、赫斯可等，主要客户为一级供应商	（1）客户结构上，长华集团以整车厂客户为主，发行人及超捷股份、瑞玛精密主要以一级供应商客户为主。 （2）发行人与超捷股份前五大客户中仅佛吉亚存在重合，与瑞玛精密前五大客户不存在重合。整体而言，发行人与同行业公司主要客户差异较大。
技术路线和工艺先进性	已掌握包括冷镦、温镦、机加工、冲压、热处理等在内的工艺，掌握的主要工艺种类与可比公司超捷股份、长华集团相近	超捷股份、长华集团的技术多集中在如冷镦、车削（机加工）、热处理、铆接等具体工艺，瑞玛精密的技术主要集中在铆接、组装和模具等方面			发行人掌握的主要工艺种类与超捷股份、长华集团相近，与瑞玛精密存在一定差异。同行业可比公司未公布其技术指标，发行人有关产品技术指标在超过行业一般技术标准的同时，也超过行业一线整车厂商要求
发明专利数量（个）	4	7	20	未披露	发行人发明专利数量低于超捷股份、长华集团，专利总数量高于超捷股份，低于长华集团
专利总数量（个）	121	88	184	未披露	
收入规模（2021年，万元）	45,400.85	39,397.08	149,630.35	75,489.51	发行人2021年收入规模高于超捷股份，低于长华集团、瑞玛精密
市场地位	紧固件产品方面，经过多年的研发投入和持续积累，公司已与下游主要汽车整车厂商及汽车零部件企业建立了合作关系，深入	公司长期致力于高强度精密紧固件、异形连接件等产品的研发、生产与销售。公司的主要大客户为汽车行业内规模较大的知名企	公司拥有较强的自主创新能力和技术研发实力，拥有多项核心技术及专利，具备产品、工艺、模具全过程开发	公司是一家具有模具设计、研发和生产能力的移动通信、汽车、电力电气等领域金属零部件供应商，公司以模具开发、冲压工艺设计为核	同行业可比公司均无锁具业务，且发行人紧固件产品以异型紧固件为主，发行人在锁具及异型紧固件市场领域均具有较强的竞争力，产品主要细分应用领域与同行业

项目	发行人	超捷股份	长华集团	瑞玛精密	对比情况
	参与了汽车零部件供应链，是国内重要的汽车异型紧固件供应商之一。 锁具产品方面，公司是国内汽车座椅锁的主要供应商之一，在诸多品牌中尤其是自主品牌整车厂商的座椅锁配套市场有较高的渗透率，具有较强的市场竞争力	业，公司属于汽车紧固件行业的重要供应商	能力和紧固件全工艺自制能力，能够实现与整车厂的同步开发，是整车厂一级供应商	心技术；公司的模具开发、工艺设计等研发实力在行业中处于领先地位	可比公司也存在较大差异，市场地位不具有直接可比性
市场占有率（2021 年度）	发行人 2021 年度紧固件产品市场占有率约为 0.79%，座椅锁产品市场占有率约为 6.48%	未披露			目前市场尚无权威统计数据，同行业亦未披露市场占有率情况，发行人披露数据系根据 2021 年我国乘用车产量进行的估算

注 1：收入规模为 2021 年度营业收入；

注 2：超捷股份和长华集团的专利数量来源于 2022 年半年度报告，瑞玛精密 2022 年半年度报告未披露专利数量；

注 3：同行业可比公司业务与技术资料均来自于其定期报告或招股说明书；

注 4：同行业可比公司主要客户来源于 2019 年以来可比公司公开资料列示的各期前五大客户，其中瑞玛精密摘录的主要客户为招股说明书披露的汽车领域前五大客户。

由上表，发行人与同行业可比公司产品类别存在重合，但在细分应用领域上存在较大差异，主要客户差异较大，直接竞争关系较弱，因而在市场地位、市场竞争优劣势等方面不具有直接可比性。

（二）充分揭示发行人产品特点、市场地位及相关风险

1、产品特点：为匹配下游应用需求，车用紧固件具有小而精的定制化特点，体积小重量轻，因而单价较低，但性能要求和技术含量较高

单只车用紧固件产品的体积大小、单价与具体下游应用的汽车部位及产品性能技术指标要求密切相关。车用紧固件因其应用在汽车上的各个系统有各自的特点和要求，在车辆轻量化、省空间的趋势下，车的各个结构部件亦呈现越做越小和越来越精密的发展趋势，单车合计紧固件用量较大，但单个紧固件产品的体积一般较小。因此，汽车紧固件平均单价较低，是其本身的应用需求特点所决定的。

因此，发行人主要生产的单只车用紧固件，重量一般以克为单位，个体大小一般以毫米为单位，精密度要求视各自所应用的汽车结构要求的差异，会达到

0.1mm 或者 0.01mm，在部分要求特别高的位置甚至会达到微米级。对于个体如此微小且具有高精度要求的紧固件的生产，为实现特定构造要求下的高精度、高强度、耐久性强等技术指标要求，发行人应用的技术及专利主要是经过多年研发积累的，涉及生产加工的特定工艺方法、定制的设备装备、采用的模具工艺等 know-how 方面，多项技术指标在超过行业一般技术标准的同时，也超过行业一线整车厂商要求。同时，发行人需要保证产品的较高良品率、具备较强的成本管控能力，以保证产品报价具备竞争性，从而在市场竞争中赢得新增定点产品的合作机会。

此外，由于各个车身应用部位对紧固件产品的性能、技术等需求特点存在较大差异，导致车身不同应用部位车用紧固件的单价也存在较大差异。以应用在汽车座椅和汽车智能电子系统的紧固件为例，发行人应用在汽车座椅的紧固件平均单价为 0.32 元，单价相对较低，应用在汽车智能电子系统的紧固件平均单价则高达 1.70 元，是应用在汽车座椅的紧固件平均单价的 5 倍以上。因此，紧固件在车身不同应用部位的需求特点决定了其价格情况。

2、市场地位

发行人的主要产品为异型紧固件和座椅锁，其中异型紧固件广泛应用于汽车座椅、内饰、智能电子系统等各个不同部位，座椅锁主要应用在汽车座椅。

汽车座椅为发行人传统优势领域，发行人深耕汽车座椅市场多年，积累了优质的客户资源，已覆盖安道拓、李尔、丰田纺织、佛吉亚、大世、麦格纳、诺博等行业主要客户。国内汽车座椅行业集中度较高，发行人上述客户在国内汽车座椅行业的市场占有率合计达 76%，发行人在汽车座椅行业客户覆盖度较高，拥有较强的竞争力和市场地位。

汽车内饰系统和汽车智能电子系统是发行人除传统优势领域外成功开拓的新领域，报告期内收入实现快速增长，是发行人未来业绩持续增长的重要支撑。发行人目前在汽车内饰系统和汽车智能电子系统领域覆盖的客户还相对较少，从客户处取得的收入还相对较低，未来新客户拓展空间和已有客户深挖空间均较为广阔，未来市场份额有较大提升空间。

新能源动力电池包同样为发行人成功开拓的新领域，发行人已覆盖的主要客

户为宁德时代、蜂巢能源等，其中蜂巢能源为发行人于 2019 年拓展的客户，已于报告期内实现收入。宁德时代为发行人报告期后，于 2022 年 11 月成功拓展的新客户，发行人为其供应电池包紧固件，目前已取得若干产品定点，预计将自 2023 年起实现收入。国内动力电池领域呈现寡头垄断格局，宁德时代为国内动力电池领域龙头，2021 年在国内动力电池领域市场占有率达 52%，蜂巢能源市场占有率约 2%，二者市场占有率合计约 54%。目前发行人从上述客户处取得的收入规模较小，未来已有客户深挖空间和新客户拓展空间均较为广阔，未来市场份额有较大提升空间。

3、相关风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营风险”部分就市场竞争相关风险进行提示：

“（十四）竞争性供应商替代的风险

发行人主要产品为定制化产品，具有非通用的特点，供应商转换重新研发的成本较高，且汽车行业供应商认证周期较长，导致上游客户的供应商切换难度较大。但在争取定点产品的过程中，如发行人未能满足客户对于定点产品相关需求，则下游客户可能引入竞争性供应商，并在车型改款换代等阶段将定点产品生产交由竞争性供应商，进而对发行人的经营业绩产生一定的不利影响。

（十五）市场占有率较低风险

公司主要产品的市场占有率均相对较低。根据测算，2021 年度公司紧固件销量约 8.42 亿件，在全国乘用车紧固件市场中占有率约为 0.79%；座椅锁销量 832.28 万件，在全国乘用车座椅锁市场中占有率约为 6.48%。

汽车零部件行业是充分竞争的行业，市场竞争激烈。公司整体市场占有率较低，面临的市场竞争压力较大。若公司不能在市场中提升公司影响力及产品竞争力，或因市场环境变化导致竞争进一步加剧，导致公司不能有效保持及提高市场占有率，将会对公司长期经营和盈利能力产生不利影响。”

三、说明发行人产品在新能源汽车领域的应用情况，新能源汽车发展趋势对发行人业绩的影响。

随着汽车产业的发展，新能源逐渐成为汽车行业的发展趋势。报告期至今，发行人紧跟新能源发展趋势，大力拓展新能源车适配产品市场，取得显著成果：①新能源产品收入持续快速增长，收入占比持续上升。2019年至2022年，发行人应用于新能源汽车领域产品的收入金额分别为1,078.07万元、1,672.79万元、3,449.73万元和7,210.12万元，四年收入复合增长率达88.41%，远超同期燃油车收入增长率；新能源领域收入占主营业务收入比例分别为4.12%、5.05%、7.85%和15.05%，占比持续上升；②在手订单充足，2023年一季度新能源收入预计仍将保持增长。截至2022年末，发行人新能源汽车领域产品在手订单及2023年一季度预测订单金额合计为1,685.12万元，较2022年一季度新能源领域收入增长49.22%；③在手定点产品充足，未来三年可预期需求量有保证，为业绩持续增长提供有力支撑。截至本回复出具日，在不考虑未来新增定点产品的情况下，发行人在新能源领域已定点产品未来三年销售预测收入分别为12,646.75万元、13,135.72万元和12,977.51万元，已定点产品收入规模持续增长，为发行人未来业绩增长提供有力支撑。同时，随着发行人持续的市场开拓，未来还将持续获得新能源领域的新增定点，销售规模也将进一步提升。

关于发行人产品在新能源汽车领域应用的详细情况具体分析如下：

（一）发行人产品在新能源汽车领域的应用情况

1、发行人产品已应用于多家主流新能源汽车品牌

报告期内，发行人作为一级供应商或二级供应商为多家新能源厂商供应产品，具有代表性的产品应用情况如下所示：

序号	品牌	品牌类型	供应级别	主要产品	主要适配的新能源车型
1	比亚迪	自主品牌	二级	异型紧固件、锁具	海豚、秦 Pro、元 Pro、E2、E3 等
2	广汽埃安	自主品牌	二级	异型紧固件、锁具	Aion S、Aion V、Aion Y 等
3	吉利汽车	自主品牌	二级	异型紧固件、锁具	帝豪新能源、星越新能源、极星、领克 09 PHEV 等
4	蔚来汽车	自主品牌	二级	异型紧固件	ES8、ES6 等

5	长城汽车	自主品牌	一级/二级	异型紧固件	欧拉黑猫、欧拉白猫、欧拉好猫等
6	小鹏汽车	自主品牌	二级	异型紧固件、锁具	G3、P5 等
7	合创汽车	自主品牌	一级/二级	异型紧固件、锁具	合创 007、合创 Z03 等

2、报告期内发行人新能源领域收入占比持续上升，与新能源行业发展趋势一致

随着汽车产业的发展，新能源逐渐成为汽车行业的发展趋势。2019 年至今，我国新能源汽车产量逐年增加，在汽车总产量中的占比逐年上升。与之相对应的，发行人适配于新能源汽车的产品不断拓展，适配于新能源汽车的产品销售收入逐年增加，与我国新能源汽车产量占汽车总产量比重提高的趋势基本保持一致，具体情况如下：

单位：万元

时间	新能源汽车产量占汽车总产量比例	发行人应用于新能源汽车的产品销售收入	新能源汽车产品收入占主营业务收入比例
2019 年	4.83%	1,078.07	4.12%
2020 年	5.42%	1,672.79	5.05%
2021 年	13.59%	3,449.73	7.85%
2022 年 1-6 月	21.96%	2,843.60	14.29%

注：新能源汽车产量占汽车总产量比例计算的数据来源为中国汽车工业协会。

如上表所示，发行人产品适配于新能源汽车的情况与行业趋势一致，均呈现快速上升趋势，发行人产品在新能源领域的应用不断扩展。

（二）新能源汽车发展趋势对发行人业绩的影响

1、发行人紧跟新能源发展趋势，持续拓展新能源领域收入，新能源汽车发展趋势持续带动发行人业绩增长

发行人紧跟新能源发展趋势，持续拓展新能源领域收入。报告期内发行人应用于新能源汽车的产品收入金额、占主营业务收入比例及增长情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2022 年 7-12 月		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应用于新能源汽车的产品销	7,210.12	109.01%	4,366.52	88.58%	2,843.60	150.69%	3,449.73	106.23%	1,672.79	55.17%	1,078.07

售收入											
占主营业务收入比例	15.05%	-	15.59%	-	14.29%	-	7.85%	-	5.05%	-	4.12%

注：2022年7-12月及2022年度数据未经审计；2022年1-6月、2022年7-12月变动率均系与上年同期比较。

由上表，报告期内发行人应用于新能源汽车的产品销售收入逐年增长，占主营业务收入的比重亦不断增加，新能源汽车发展趋势持续带动发行人业绩增长。

2、发行人传统汽车市场收入仍保持持续增长，新能源汽车发展趋势未对发行人传统汽车市场收入造成重大不利影响

报告期内发行人应用于传统燃油车的产品收入金额、占主营业务收入比例及增长情况如下：

单位：万元

项目	2022年度		2022年7-12月		2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应用于传统燃油车的产品销售收入	40,698.41	0.53%	23,639.37	3.40%	17,059.04	-3.20%	40,484.64	28.84%	31,422.76	25.11%	25,116.38
占主营业务收入比例	84.95%	-	84.41%	-	85.71%	-	92.15%	-	94.95%	-	95.88%

注：2022年度数据及2022年7-12月数据未经审计；2022年1-6月、2022年7-12月变动率均系与上年同期比较。

由上表可知，2019年至2022年，发行人应用于传统燃油车产品销售金额整体保持增长，新能源汽车发展趋势未对发行人传统汽车市场收入造成重大不利影响。

四、结合发行人产品技术先进性和创新性特征、技术门槛和壁垒的具体体现、国内外竞争对手的技术路线及其相较于发行人的优劣势、行业内技术迭代趋势及发行人技术储备情况，说明发行人是否具备相应的技术积累、产品及市场优势以维持现有客户并开拓新客户扩大收入规模。

汽车紧固件属于小而重要的关键结构件，其功能作用和应用特征决定了其体积小重量轻单价较低的同时具有较高的性能要求和技术含量，具有较高的技术门槛和技术壁垒。

紧固件行业发展较为成熟，技术路线基本相似，不同厂商的技术能力主要体现在对于既有技术路线下行业常见技术难点的针对性解决方案上。发行人经过多年的研发积累，形成了一整套核心技术及专利，涉及生产加工的特定工艺方法、定制的设备装备、采用的模具工艺等方面。在此技术能力支持下，发行人的产品技术指标超过了行业一线整车厂商要求和行业技术标准，具有较高的产品性能，具有较强的技术先进性和创新性优势。

同时，面对行业内新能源和智能化的技术发展趋势，发行人针对性研发和储备了相应技术，目前使用相应技术生产的产品已成功进入新能源和智能电子领域实现销售。

除技术和产品具备优势外，发行人还具有较强的市场拓展能力，报告期内和期后，发行人现有客户收入规模持续增长的同时新客户不断增加，业务发展势头良好。

综上所述，发行人具备相应的技术积累、产品及市场优势以维持现有客户并开拓新客户扩大收入规模。

（一）发行人产品技术具有较强的先进性和创新性，具有较高的技术门槛和壁垒

发行人产品技术具有较强的先进性和创新性，具有较高的技术门槛和壁垒，具体分析如下：

类别	技术先进性的分析								
	技术要求	技术要求的应用领域	主要技术指标名称	技术难点	技术先进性及具体表征	公司技术能力	行业一线整车厂商要求	行业一般技术标准	技术指标说明
紧固件	强度	汽车座椅、车身底盘	机械性能强度等级	<p>以高强度紧固件中的高强度螺栓为例，其最突出的问题就是对应力集中的缺陷表现非常敏感，这种敏感会带来高强度螺栓的耐疲劳特性降低，甚至产生断裂失效的严重后果。如何避免应力集中的缺陷产生，是生产高强度螺栓要克服的技术难点和要突破的技术核心，下列缺陷会带来应力集中：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、原材料表面有损伤； 2、螺栓的头部与杆部 R 角损伤； 3、螺纹加工有细小的裂缝； 4、二次机加车削导致金属流线被切断； 5、表面被腐蚀； 6、淬火组织不均匀。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、为避免原材料表面损伤，发行人开发了原材料球化退火和冷拉拔工艺，对原材料球化组织、冷拉拔的材料变形量、原材料表面磷化滑润，进行了多年工艺摸索和验证、改进，并形成了系列技术，有效的攻克了原材料表面损伤缺陷的技术难题； 2、发行人通过模拟仿真技术，不断优化成型工艺和模具设计，防止多工位冷镦成型时，过模产生的头杆 R 角损伤缺陷； 3、发行人通过精密的“马波斯”压力监控感应设备，在螺纹成型过程监测微小的压力变化，防止有细小裂纹缺陷的产品被生产； 4、发行人通过优化变形工艺设计，提高高强度合金结构钢的冷镦成形能力，对复杂结构的高强度零件，采取一次冷镦成型，避免二次机加工； 5、发行人对表面的抗腐蚀工艺进行了多年的研究、开发和改进，制定详细的驱氢工艺，防止高强度螺栓氢脆产生； 6、发行人通过多年对高强度螺栓的热处理工艺进行开发和改进，达到了 95% 的马氏体转化率，有效避免淬火组织不均的现象发生。 	14.9 级及以下	12.9 级及以下	10.9 级及以下	强度等级越高，产品的可应用范围越广
	稳定性	汽车座椅、智能电子系统	过程能力指数 (Ppk)	<p>衡量过程稳定性的重要指标即为过程能力指数，其是产品质量稳定性重要表现，其目的是控制和减少零件变差，防止不合格品被生产，如何控制和减少零件变差，需要克服和解决以下技术问题：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、冷镦过程中会出现模具磨损带来的零件尺寸超差，这很难及时发现和制止，因为冷镦的效率高，往往发现时已经发生批量不良； 2、冷镦变形工艺不合理，金属流动不规律，模腔不能被完全填充，零件尺寸超差； 	<ol style="list-style-type: none"> 1、为避免模具磨损带来的零件尺寸超差，发行人通过精密的“马波斯”压力监控感应设备，来监控冷镦合模时微小的压力变化，监测零件尺寸的异常和变差，及时对设备发出停机和警示指令； 2、发行人通过模拟仿真技术，预测成形时金属流动的规律，避免变形工艺的缺陷； 3、发行人引进行业先进的冷镦成型设备，合模行程的精度达到 0.05mm 以内，确保了零件的轴向加工精度； 4、发行人采取零间隙凸轮驱动的方式，有效控制原材料的进给量达到 0.01mm 的增量调整，确保零件体积和重量的一致性。 	≥2.00	≥1.67	≥1.33	数值越大，生产过程质量控制越稳定

类别	技术先进性的分析								
	技术要求	技术要求的应用领域	主要技术指标名称	技术难点	技术先进性及具体表征	公司技术能力	行业一线整车厂商要求	行业一般技术标准	技术指标说明
				3、冷锻设备合模的行程不稳定或发生偏差,导致零件的尺寸不稳定或发生偏离; 4、原材料的进给量不稳定,多给料或少给料,会带来零件体积不能稳定控制,尺寸不稳定或发生偏离。					
耐久性	汽车座椅、车身底盘	合金结构钢冷锻成形能力	因强耐久性要求,为防止机加工导致结构损伤,高强度紧固件往往需要一次冷锻成形,不允许被二次车削加工,这给高强度合金结构钢的冷锻变形能力发挥和最大限度的利用带来了很大技术挑战,主要面临的技术难题有: 1、合金结构钢里面的合金成份是材料强化的基础,这不利于大的变形; 2、冷锻工序的变形量如果不能被合理的分布,在局部受力的不均的情况下,会引起材料开裂; 3、合金结构钢在模具内变形,金属是朝着阻力最小的方向流动,材料表面与模具内壁的摩擦系数降低到最小,是充分发挥冷锻变形能力的关键。	1、为解决合金原材料不利于大变形的问题,发行人开发了合金材料球化退火工艺,通过对原材料的改性软化处理,提高了合金原材料的许用变形量; 2、发行人开发了非标异型零件冷锻变形工艺,通过 CAE 模拟仿真测算,工艺验证,探索出多种冷锻变形工艺,避免受力不均引起的材料开裂; 3、发行人开发了原材料表面滑润,冷锻模具光亮处理工艺,有效降低成型过程中的模内摩擦系数,使金属朝着可预测的方向流动,提高合金结构钢的冷锻变形能力。	≥74%	≥70%	65%	数值越大,冷锻可生产的产品结构复杂度越高	
精密度	汽车座椅智能电子汽车内饰系统	冷锻轴向加工精度	冷锻变形是依据体积不变原理,通过截取等体积的原材料,分步冷挤压达到最终目标形状,目标形状中的径向尺寸是由金属模具内腔约束来保证的,相对比较容易控制,轴向精度如果不达标,对于高精密的智能电子紧固件,就不能被顺利组装,电子传感器也不能正常工作,而轴向尺寸精度与下列因素相关:	1、原材料的初始形态为圆盘条,需要在给料前对弯曲的材料进行校直,再通过高精密切料模剪断,发行人采取零间隙凸轮驱动的方式,能有效控制原材料的进给量达到 0.01mm 的增量调整,确保零件的体积和重量的一致性; 2、发行人引进行业先进的冷锻成型设备,合模行程的精度达到 0.05mm 以内,确保了零件的轴向加工精度。	≤0.05mm	≤0.1mm	0.125mm	数值越小,产品的加工精度越高	

类别	技术先进性的分析									
	技术要求	技术要求的应用领域	主要技术指标名称		技术难点	技术先进性及具体表征	公司技术能力	行业一线整车厂商要求	行业一般技术标准	技术指标说明
					1、原材料的进给量需要得到精准控制； 2、冷敏设备合模行程需要得到精准控制。					
	汽车动力系统	超高精密平面研磨精度	厚度	常规磨削加工，工件翘曲必须小于磨削量，否则容易造成变形及损伤。	1、采用载盘带压力磨削，产品水平放置具备托起作用。在经过磨削时受力均匀，即使有轻微变形，也不易造成损伤； 2、自动进料，效率高。	±0.004mm	±0.005mm	±0.05mm	数值越小，产品精密度越高	
			平行度	1、冲压加工，断面形成撕裂带，受力情况下有断裂隐患； 2、生产效率及且材料利用率低。	绕制替代传统冲压，挡圈无撕裂带避免断裂风险，生产效率及材料利用率高。	≤0.01mm	≤0.01mm	-		
锁具	轻量化	汽车座椅系统	锁体静强度		产品在一定体积尺寸限定的前提下，要求负载承受零件具备相当高的物理强度，不能简单靠增加材料用量来达成，需要在材料本身的性能，截面形状及力的传递方向来考虑。	1、零件设计过程中，充分考虑最大受力截面的性能，以最小的材料用量获得较高的惯性矩，提高抗弯曲系数； 2、将强度薄弱部位设置到对产品强度无影响或小影响位置，通过可控的变形吸收载荷（吸能）保障整体的高强度。	34kN	32kN	15kN	锁体在工作过程中承受座椅惯性力的极限值，该值越高说明强度越高
	耐久性		操作耐久性能		产品在承受高频率操作循环过程中，内部零件能够抵抗摩擦，疲劳等影响而造成的磨损和变形。	零件材料选取具备高抗磨损性，表面处理和热处理工艺保障表面的及芯部的硬度，同样通过热处理工艺保障弹性零件的抗衰减性。	>10000 次	10000 次	5000 次	锁产品常规操作步骤操作下可以重复进行且无异常发生的次数，该值越高说明产品耐久性越强
	强度		锁体侧向刚度		1、产品在一定体积尺寸限定的前提下，且材料弹性模量基本一定的前提下，需要通过控制零件设计的截面形状获取较高的刚度，同等受力情况下变形量要尽可能小； 2、零件加工过程中要求关键配合位置的尺寸精度高（变差小），使得零件间的间隙受控到极小范围（0.02~0.04 mm）。	1、零件设计过程中，充分考虑最大受力截面的性能，以最小的材料用量获得较高的惯性矩，提高抗弯曲系数； 2、高精度的加工方式使得零件间的间隙控制到较小范围。	2.04mm @147N	≤3mm @147N	-	锁体安装状态下侧向施加力值，测量出的其顶部最大偏移量，数值越小，刚度越好

类别	技术先进性的分析								
	技术要求	技术要求的应用领域	主要技术指标名称	技术难点	技术先进性及具体表征	公司技术能力	行业一线整车厂商要求	行业一般技术标准	技术指标说明
精密度			锁体锁止力	既要保证产品内部零件在弹性装置的作用下具有自动回位的驱动力,有不能因驱动力过强而导致操作困难或操作人机性差,要解决的问题是具有对立性和匹配性的关系。	零件材料选取具备高抗磨损性,零件间的摩擦力降到最低,严格考虑弹性元件的布置位置,从力学的范湊考虑弹性元件的施力方向,正向保证灵活作动,反向则不会过分提高操作力。	10~49N	≤50N	≤250N	锁由开启状态到锁闭状态需要用的操作力,该值越小越省力

注 1: 行业一般技术标准指 QC/T 845-2011 等行业或国家标准;

注 2: 行业一线整车厂商要求指行业相关知名汽车整车厂商的技术要求。

由上表可以看出,针对紧固件和锁具产品各应用领域所具有的特定技术要求,发行人针对性研发了相应的核心技术,攻克了技术难点、行业痛点,成功满足了相关产品的技术要求,具备创新性。从量化指标看,发行人多项技术指标同时超过了行业一线整车厂商要求和行业一般技术标准,具有较高的技术壁垒和门槛,具备技术先进性。

（二）国内外竞争对手的技术路线及其相较于发行人的优劣势

1、产品技术基本情况

紧固件产品方面，紧固件行业发展较为成熟，技术路线基本相似，不同竞争对手的技术能力主要体现在对于既有技术路线下行业常见技术难点的针对性解决方案上。

锁具产品方面，公司无同行业可比上市公司，无公开的技术路线可供对比。公司可完成从产品需求输入到产品输出的全流程。在整个产品开发过程中，公司可完成软件建模、力学模拟、材料选取、工艺路线设计、样件装配验证的全流程，体现出较强的设计及研发能力。

2、与同行业上市公司对比

与同行业可比公司相比，超捷股份、长华集团的核心技术多为如冷镦、车削（机加工）、热处理、铆接等具体工艺，瑞玛精密的核心技术主要集中在铆接、组装和模具等方面。

发行人已掌握包括冷镦、温镦、机加工、冲压、热处理等在内的工艺，掌握的主要工艺种类与可比公司超捷股份、长华集团相近。发行人的核心技术多为在已有技术或工艺上的综合创新，因公司以定制化产品为主，所以在材料应用、高精度加工、结构设计等技术方面体现了公司以定制化、非标准化产品为主的特点。与此同时，公司的核心技术着重于解决市场已有的技术或工艺难点，贴合市场需求，体现了公司技术以市场或行业需求为导向的特点。

作为一家专注于异型紧固件和座椅锁产品的公司，公司已与下游主要汽车整车厂商及汽车零部件企业建立了合作关系，深入参与了汽车零部件供应链，是国内重要的汽车异型紧固件供应商之一，同时也是国内主要的汽车座椅锁供应商。经过长期积累，发行人在紧固件业务和锁具业务方面积累了丰富的研发设计经验，并形成了自身的核心技术，在有关产品的主要技术指标上具有较强的先进性。

发行人有关产品的技术指标情况具体参见本回复“问题 1/四/（一）发行人产品技术具有较强的先进性和创新性，具有较高的技术门槛和壁垒”。

（三）行业内技术迭代趋势及发行人技术储备情况

目前，行业内技术迭代趋势主要包括新材料的应用、生产工艺的持续创新、精密度要求的提升、轻量化要求的提升等，发行人具有与之对应的核心技术储备，具体如下所示：

技术迭代趋势	具体表现	发行人主要对应核心技术储备
新材料的应用	传统的碳钢拥有热硬性差、密度高的缺点，难以满足新能源汽车发展需求。因此包括各类铝合金、不锈钢在内的多种新型材料的应用在行业逐渐拓展，可以满足各类结构设计、加工、恶劣环境要求，克服传统材料在性能上的不足	1、奥氏体不锈钢冷锻/温锻成型技术 2、铝合金零件的近净锻造成形技术
生产工艺的持续创新	通过改良产品生产工艺，以使生产制造企业能够更好的适应我国制造业的转型升级。在保证批量化高质量交付产品的前提下降低生产成本、实现绿色化生产是行业技术迭代趋势之一	1、奥氏体不锈钢冷锻/温锻成型技术 2、铝合金零件的近净锻造成形技术 3、汽车关键部位无干涉台阶紧固件的研发和工艺技术 4、高强度自挤牙汽车专用紧固件研发和工艺技术
精密度要求的提升	由于下游行业产品的智能化、高端化发展趋势，与之对应的汽车结构的精密度要求也随之提升，以满足装配一致性需求	1、铝合金零件的近净锻造成形技术 2、超高精密平面研磨技术 3、汽车连接部位的公差补偿和间隙调节设备的研发和工艺技术
轻量化要求的提升	随着国家节能减排政策的持续推进、新能源汽车产业的不断发展，通过轻量化提高燃油车的燃油经济性、新能源汽车的续航里程成为新的趋势	1、汽车关键部位无干涉台阶紧固件的研发和工艺技术 2、汽车座椅用高强度安全性三角自挤牙防松紧固件的研发和工艺技术

（四）说明发行人是否具备相应的技术积累、产品及市场优势以维持现有客户并开拓新客户扩大收入规模

1、公司具备相应的技术积累和产品优势，为维持现有客户并开拓新客户扩大收入规模提供了保障

鉴于公司的长期技术积累，公司的核心技术已可满足各类客户的需求，在多项技术指标上超过了行业一线整车厂商的技术要求，体现出较强的先进性优势。报告期至今，公司与主要客户的合作关系不断加深，并成功拓展了森萨塔、大众中国、宁德时代等新客户，技术水平得到了客户的认可。通过不断地研发、改进，公司的核心技术水平不断提升，为与客户开展长期合作及拓展新客户提供了有力的保障。

通过产品开发方面的创新、创造，公司获得了客户的积极认可，具体评价如

下：

序号	客户名称	所获奖项或评价
1	大众汽车自动变速器（大连）有限公司	2021 年度最佳配合奖
2	李尔长安（重庆）汽车系统有限责任公司	2021 年度优秀供应商
3	诺博汽车系统有限公司	2020 年最佳质量供应商
4	大连东风李尔泰极爱思汽车座椅有限公司	2019 年度量产质量奖
5	广州华智汽车部件有限公司	2018 年度优秀供应商

综上所述，发行人具备相应的技术积累和产品优势，为维持现有客户和开拓新客户提供了有力保障。

2、公司具有较强的市场拓展能力，能维持现有客户持续获取新增定点，同时不断拓宽应用领域开拓新客户

（1）公司具备良好的客户拓展能力

2019 年至 2022 年，发行人当期贡献收入 100 万元以上的客户数量分别为 49 家、65 家、75 家、82 家，客户数量不断上升。报告期至今，发行人陆续取得森萨塔、大众中国、宁德时代等知名客户的供应商资质，持续获得行业知名客户的认可并成功进入其供应商体系，体现出发行人具有良好的开拓新客户的能力。

（2）发行人能维持现有客户持续获取新增定点

报告期内，原有客户新增定点产品对发行人主营业务收入增长的影响情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
原有客户新增定点产品贡献	785.76	68.59%	6,362.86	58.70%	5,797.74	84.01%
主营业务收入较上期增加	1,145.58		10,838.82		6,901.10	

发行人通过对已经进入供应链体系的原有客户的持续挖掘，不断提升自身在原有客户相关车型及产品中的覆盖率，报告期内发行人原有客户新增定点产品对主营业务收入增长的影响比重分别为 84.01%、58.70%、68.59%，是报告期内收入增长的主要来源。

(3) 不断拓宽应用领域开拓新客户

报告期内，发行人不断拓展产品应用领域、持续拓展新客户，为业务持续增长提供保障。报告期内，发行人与合创汽车、森萨塔等公司建立了合作关系，拓展了产品在新能源和智能电子等方面的应用，为业绩增长提供新的助力。

新能源产品应用方面，报告期内，发行人作为一级供应商或二级供应商为多家新能源厂商供应产品，与合创汽车等建立了合作关系，适配新能源汽车产品收入占比由 2019 年的 4.12% 提升至 2022 年上半年的 14.29%。

智能电子产品应用方面，报告期内，发行人对森萨塔的销售收入分别为 162.97 万元、1,307.33 万元、2,497.76 万元和 1,196.79 万元，2019 年至 2021 年发行人智能电子领域收入复合增长率达到 326.35%，产品在智能电子领域的应用持续扩大。

五、结合发行人与同行业可比公司的收入和市场占有率变化情况、发行人向主要客户供应份额以及下游客户的供应商转换成本等，说明在新增定点产品已成为发行人收入增长的主要动力背景下，发行人如何持续有效获取订单新增产品定点及量产，如何持续有效增加对原有客户供应份额及拓展新客户维持收入持续增长。

发行人与同行业可比公司细分产品应用领域存在较大差异，主要客户差异较大，直接竞争关系较弱，因而收入和市场占有率变化情况不具有直接可比性。就同类产品而言，发行人在主要一级供应商客户供应体系中地位较为重要，且由于汽车零部件行业供应商认证时间较长、认证过程严格，而发行人产品主要为定制化产品，下游客户的供应商转换成本较高，发行人供应关系较为稳固。

在新增定点产品已成为发行人收入增长的主要动力背景下，发行人将通过以下措施持续有效获取订单新增产品定点及量产，持续有效增加对原有客户供应份额及拓展新客户维持收入持续增长：①进一步提升对已有客户的车型和定点产品种类的覆盖率，并大力开发新客户；②持续研发和创新，提升技术实力和公司核心竞争力；③扩充产能，提高供应能力。

(一) 发行人与同行业可比公司细分产品应用领域存在较大差异，主要客户差异较大，直接竞争关系较弱，收入和市场占有率变化情况无法直接相比

发行人与同行业可比公司细分产品应用领域存在较大差异，主要客户差异较大，直接竞争关系较弱，因而收入和市场占有率变化情况不具有直接可比性，具体情况参见本题回复之“二/(一)结合产品定制化、单价低和客户分散等特点，以及发行人与同行业可比公司在产品内容、应用领域、主要客户分布、技术路线和工艺先进性、发明专利数量、收入规模和市场地位等方面的对比情况，说明发行人与同行业可比公司相比的市场竞争优势和市场地位”。

(二) 发行人向主要客户供应份额以及下游客户的供应商转换成本

1、就同类产品而言，发行人在主要一级供应商客户供应体系中地位较为重要

发行人在报告期各期前十大单体一级供应商客户采购体系中的地位如下：

序号	客户	产品类型	发行人在采购体系中地位
1	上海李尔汽车系统有限公司	紧固件	核心
		锁具	核心
2	广州安道拓汽车座椅有限公司	紧固件	核心
		锁具	核心
3	李尔长安（重庆）汽车系统有限责任公司	紧固件	核心
		锁具	核心
4	森萨塔科技（常州）有限公司	紧固件	核心
5	湖北航嘉麦格纳座椅系统有限公司	紧固件	独家
		锁具	独家
6	诺博汽车系统有限公司	紧固件	独家
		锁具	独家
7	广州华智汽车部件有限公司	紧固件	核心
		锁具	独家
8	重庆安道拓锋奥汽车部件系统有限公司	紧固件	核心
		锁具	核心
9	深圳佛吉亚汽车部件有限公司	紧固件	核心
		锁具	独家

序号	客户	产品类型	发行人在采购体系中地位
10	重庆安道拓汽车部件系统有限公司	紧固件	核心
		锁具	核心
11	南方佛吉亚汽车部件有限公司	紧固件	核心
		锁具	独家
12	大连东风李尔泰极爱思汽车座椅有限公司	紧固件	重要
		锁具	重要
13	南昌安道拓汽车部件系统有限公司	紧固件	核心
		锁具	核心
14	郑州东风李尔泰新汽车座椅有限公司	紧固件	独家
		锁具	独家
15	Sensata Technologies Bulgaria EOOD	紧固件	未提供
16	重庆飞驰汽车系统有限公司	紧固件	核心

注：发行人在采购体系中地位以报告期最后一年为准，按发行人的客户同类产品采购占比确定，分为独家（100%）、核心（50%-100%）、重要（20%-50%）、一般（20%以下）。

由上表，报告期各期发行人前十大单体一级供应商客户合计为 16 家，报告期各期上述客户收入金额占当期主营业务收入的的比例分别为 50.96%、50.38%、49.56%、52.00%，其中发行人为其独家或核心供应商的客户数量为 14 家，占比较高。发行人在主要客户同类产品的供应体系中地位较为重要。

2、汽车零部件行业供应商认证时间较长、认证过程严格，且发行人产品主要为定制化产品，下游客户的供应商转换成本较高

公司是国内主要的异型紧固件供应商之一，同时也是主要的汽车座椅锁供应商之一，与李尔、安道拓、佛吉亚、麦格纳等零部件企业及多家整车厂商建立了良好的合作关系。

鉴于汽车行业对产品的质量、性能和安全性具有较高的标准和要求，汽车整车厂商、零部件供应商均有严格、完备的供应商认证和考核体系，认证时间周期较长，一旦进入供应商体系一般不会轻易发生变更。此外，发行人主要产品为定制化产品，具有非通用的特点，供应商转换重新研发的成本较高。因此，发行人供应关系较为稳固。

(三) 发行人如何持续有效获取订单新增产品定点及量产, 如何持续有效增加对原有客户供应份额及拓展新客户维持收入持续增长

1、进一步提升对已有客户的车型和定点产品种类的覆盖率, 并大力开发新客户

目前, 通过与诸多优质客户建立良好的合作关系, 发行人产品销售已经实现对主要汽车厂商、新能源厂商的覆盖, 产品广泛应用于市场热门车型中。但与客户的体量相比, 发行人每年对有关客户的销售额仍相对较小, 定点产品种类和车型的覆盖率仍具有很大的提升空间。发行人将不断加强与已有优质客户的合作, 不断开发符合客户要求的产品, 以持续不断获得已有优质客户的产品定点, 提高对已有客户的车型和定点产品种类的覆盖率。

与此同时, 发行人也将大力开发新客户。发行人将基于在汽车零部件行业的已有客户群和技术实力的优势, 加大对包括新能源客户、智能电子客户在内的新客户的开发力度, 以进入诸如森萨塔等优质客户的供应链, 进一步拓展产品在新能源与智能电子领域的应用, 为发行人业务增长提供持续不断的动力。

2、持续研发和创新, 提升技术实力和公司核心竞争力

经过多年发展, 发行人积累了丰富的核心技术, 在紧固件产品的机械性能强度、加工精度等指标, 以及锁具产品的锁体静强度、操作耐久性等指标上具有较强的先进性, 这些核心技术是公司竞争力的重要支撑。公司将始终把研发放在重要地位, 持续加大研发投入, 以客户和终端市场需求为导向, 加强研发和创新, 推进新技术、新工艺等的研发, 持续提升公司核心竞争力, 巩固竞争优势。

3、扩充产能, 提高供应能力

目前发行人产能利用率整体较高, 随着发行人业务的持续拓展, 发行人将面临较大的供应压力。未来发行人将持续扩充产能, 进一步提升产品的生产、制造能力, 不断提升各类核心产品的产能, 以满足客户对各类产品的需求。

六、中介机构核查情况

(一) 核查程序

保荐机构主要履行了如下核查程序:

1、查阅行业研究报告、中国汽车工业协会及中国乘用车市场信息联席会等网站的公开资料，了解行业竞争情况；取得发行人主要客户合同、销售预测及订单统计表、财务报表，取得发行人定点产品相关台账，了解发行人业务成长性及业绩情况；访谈发行人业务负责人、销售负责人，了解未来市场空间、业务发展现状及发展计划等；查阅行研报告、行业公开报道、客户披露年报等公开信息，与客户沟通，了解各领域主要客户市场占有率情况；

2、查阅同行业可比公司公开资料，了解其产品内容、应用领域、主要客户分布等相关情况；获取发行人技术资料及销售明细表，访谈发行人业务负责人、销售负责人与技术负责人，了解发行人产品特点、市场竞争情况；

3、取得发行人新能源销售订单统计资料，了解发行人新能源产品应用情况；查阅新能源行业公开研究报告，访谈发行人业务负责人、技术负责人，了解发行人新能源应用拓展情况；

4、取得了相关紧固件、锁具技术指标资料及行业或国家标准，查阅汽车行业相关资料、同行业公司公开资料中披露的技术和产品资料等情况，了解汽车行业技术及公司相关技术情况；访谈发行人业务负责人、销售负责人与技术负责人，了解发行人技术发展规划及客户拓展情况；

5、取得同行业可比公司公开资料，了解其市场竞争地位、收入及市场占有率情况；获取了主要客户的确认函，了解主要客户与发行人的合作情况；访谈发行人业务负责人，了解发行人客户及业务拓展方向和规划。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人现有产品主要应用于汽车座椅、汽车内饰系统、汽车智能电子系统、新能源动力电池包等细分领域，其中，在汽车座椅领域的产品包括座椅紧固件和座椅锁，报告期内二者收入合计占主营业务收入的比例分别为 83.53%、77.14%、74.40%、72.91%，是发行人收入重要组成部分。在汽车座椅领域，发行人已覆盖行业主要客户，未来新客户拓展空间相对有限，成长空间主要来自已有客户的持续深挖；在汽车内饰系统和汽车智能电子系统领域，发行人主要客户市场占有率较低，目前发行人从客户处取得的收入规模较小，未来新客户拓展空

间和已有客户深挖空间均较为广阔，新客户拓展不存在明显瓶颈和障碍；在新能源动力电池包领域，发行人已成功进入行业头部客户供应体系，目前发行人从客户处取得的收入规模较小，未来已有客户深挖空间和新客户拓展空间均较为广阔，新客户拓展不存在明显瓶颈和障碍。发行人的核心竞争力及成长性较为突出，发行人已完整揭示业绩成长性相关风险；

2、发行人与同行业可比公司产品类别存在重合，但在细分应用领域上存在较大差异，主要客户差异较大，直接竞争关系较弱，因而在市场地位、市场竞争优劣势等方面不具有直接可比性；发行人已充分揭示产品特点、市场地位及相关风险；

3、发行人产品已应用于多家主流新能源汽车品牌，报告期内发行人新能源领域收入占比持续上升，与新能源行业发展趋势一致。发行人紧跟新能源发展趋势，持续拓展新能源领域收入，新能源汽车发展趋势持续带动发行人业绩增长，同时，发行人传统汽车市场收入仍保持持续增长，新能源汽车发展趋势未对发行人传统汽车市场收入造成重大不利影响；

4、发行人具备相应的技术积累、产品及市场优势以维持现有客户并开拓新客户扩大收入规模；

5、在新增定点产品已成为发行人收入增长的主要动力背景下，发行人将通过以下措施持续有效获取订单新增产品定点及量产，持续有效增加对原有客户供应份额及拓展新客户维持收入持续增长：①进一步提升对已有客户的车型和定点产品种类的覆盖率，并大力开发新客户；②持续研发和创新，提升技术实力和公司核心竞争力；③扩充产能，提高供应能力。

2.关于风险揭示及其他事项

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人在招股说明书“重大事项提示”部分表述缺乏针对性，未按照重要性原则排序，未对业务成长性风险、锁具业务发展相关风险、“能耗双控”导致的限电风险、盈利能力下滑的风险、毛利率下滑的风险、重要客户合作变动风险、原材料价格波动风险等进行充分、准确披露。

(2) 发行人董事、董事会秘书陈锡颖于 2019 年向发行人拆借资金 1,045.00 万元。

(3) 报告期内，发行人同一控制下收购了浙江华瓯和浙江华悦 2 家企业。发行人出售子公司温州华远 100.00%股权后仍租赁温州华远的房屋且面积较大，大部分租赁期限为 2022 年底。发行人募投项目已完成主体建筑工程的封顶，预计将于 2022 年末逐步开始上述搬迁工作。

(4) 2020 年 12 月发行人员工持股平台温州天璇、温州天权、温州天玑通过增资方式获得股权激励并确认股份支付费用。本次股权激励的权益公允价值参照 2020 年 11 月尹锋入股价格 14 元/注册资本，而尹锋入股价格与 2019 年 11 月外部投资人麦特逻辑、台州谱润的增资价格相同。

请发行人：

(1) 在招股说明书“重大事项提示”部分按照重要性原则重新排序并量化分析具体风险因素，增强针对性，强化风险导向，删除冗余表述，避免误导性表述。

(2) 说明陈锡颖大额资金占用的原因，说明上述资金是否存在流向发行人客户供应商或其他股东等异常情形，发行人内控制度的整改情况。

(3) 说明刘时权、戴政勋和温州长江汽车电子有限公司在相关资产收购或出售后与发行人及其实际控制人、董监高、客户供应商、实际控制人控制的其他企业之间是否存在资金业务往来或其他特殊利益安排，上述主体未入股发行人的原因，是否存在股权代持或未披露的关联关系。

(4) 结合发行人出售温州华远的 100.00%股权且仍租赁其房屋情况，以及

租赁即将到期情况，募投项目进展情况等，分析说明发行人厂房搬迁进展情况、房屋租赁即将到期的应对措施，搬迁对发行人生产经营和主要财务数据的影响，上述情况对发行人资产完整和独立性是否构成不利影响。

(5) 结合 2020 年 12 月股份支付的权益公允价值与 2019 年 11 月外部投资人增资价格相同但间隔 1 年时间，以及与同行业可比公司 PE、PB 对比情况，说明股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值的计量方法和结果是否合理。

请保荐人发表明确意见，发行人律师对问题 (1) (3) 发表明确意见，申报会计师对问题 (2) (4) (5) 发表明确意见。

回复：

一、在招股说明书“重大事项提示”部分按照重要性原则重新排序并量化分析具体风险因素，增强针对性，强化风险导向，删除冗余表述，避免误导性表述。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”部分按照重要性原则重新排序并量化分析具体风险因素，增强针对性，强化风险导向，删除冗余表述。具体如下：

“(一) 业务成长性的风险

报告期内，发行人营业收入分别为 27,368.47 万元、34,574.47 万元、45,400.85 万元和 20,420.18 万元，营收规模持续增长，2022 年上半年受新冠疫情特别是上海疫情的影响，发行人营收规模增速较为缓慢，下半年疫情缓解后，发行人营收恢复正常增长，预计 2022 年全年收入同比增长 7.48%。

目前，发行人最大的产品应用领域是汽车座椅，发行人报告期内在汽车座椅领域的产品收入（含紧固件和锁具）分别为 21,881.17 万元、25,528.58 万元、32,686.14 万元和 14,510.68 万元，占发行人各期主营业务收入的比例为 83.53%、77.14%、74.40%和 72.91%，是发行人收入的重要组成部分。

发行人汽车座椅领域主要客户包括李尔、安道拓、佛吉亚、麦格纳、大世、诺博、丰田纺织等，已基本覆盖国内汽车座椅行业主要供应商，汽车座椅行业集中度较高，上述主要客户国内市场占有率合计达 75%以上，因此发行人汽车座椅领域新客户开拓空间相对有限，发行人主要业绩增长来源于已有客户的持续深挖

和新领域的持续开拓。

若未来发行人主要客户的生产经营状况发生重大不利变化,或市场竞争格局发生重大变化,或发行人未能维持竞争力,未能持续有效拓展市场获取客户新增定点,或因发行人的产品质量或技术水平等达不到客户要求等原因导致在主要客户供应商体系中竞争地位发生变化,或发行人无法持续开拓新领域,发行人将面临成长性风险,将会对发行人的经营业绩产生不利影响。

(二) 毛利率下滑的风险

报告期内,公司主营业务毛利率分别为 35.69%、35.56%、32.47%和 29.89% (已剔除与销售相关运输费用的影响),毛利率整体呈下降趋势。随着未来行业竞争加剧、技术变革加快,客户要求提升等因素的影响,如公司不能适应市场变化,不能及时推出满足市场及客户需求、具备竞争力的新产品,或受市场需求下降的影响,新增产能未得到充分利用,单位产品分摊的固定生产成本增加,或下游客户要求的产品价格年降幅度加大且超过公司的预期水平,公司将面临产品毛利率下滑的风险。

(三) 原材料价格波动风险

公司采购的主要原材料为线材,报告期内公司采购线材的金额占原材料采购总额的比重分别为 24.08%、28.30%、31.04%和 31.73%,占比逐年提升。根据 Wind 的统计数据,报告期内线材价格持续上涨,2019 年初至 2022 年 6 月 30 日普钢线材的价格指数上升了 17.43%。报告期各期直接材料成本占主营业务成本 (剔除与销售相关运输费用的影响) 的比例分别为 57.04%、57.37%、57.81%和 55.30%,占比均高于 50%,未来如果线材价格持续大幅度上涨,而公司不能合理安排采购计划、控制原材料成本或及时调整产品价格,会导致公司产品成本大幅上升和毛利率显著下降,发行人将存在经营业绩大幅下滑的风险。

(四) 盈利能力下滑的风险

2019 年至 2021 年,公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为 2,080.83 万元、3,443.44 万元、5,057.17 万元,2022 年公司预计扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 7,102.84 万元;2019 年至 2021 年,公司剔除汇兑损益影响后的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为

2,081.67 万元、4,543.28 万元、5,430.09 万元，2022 年公司预计剔除汇兑损益影响后的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 5,472.78 万元，实现持续增长。但若未来下游整车市场景气度持续下行、主要客户需求减少，发行人盈利能力也将面临下滑的风险。

（五）重要客户合作变动风险

报告期内，公司向前五大客户的销售金额分别为 14,953.77 万元、17,283.14 万元、21,013.77 万元和 10,108.97 万元，占主营业务收入的比例分别为 57.09%、52.22%、47.83%和 50.79%，客户集中度较高。发行人报告期内前五大客户共 8 家，均是国内外知名或具有较高市场地位的大客户，相关大客户已成为发行人收入的重要支撑。

发行人已与相关重要客户建立长期稳定的合作关系，但未来若市场竞争格局发生重大变化，**或未来竞争对手推出了更具有竞争力的产品导致发行人市场竞争能力下降**，或发行人不能持续开发出符合客户要求的产品，将可能导致重要客户与发行人的合作出现不利变动，从而对发行人的持续经营及盈利能力产生不利影响。

（六）锁具业务发展相关风险

报告期内，发行人锁具产品收入占主营业务收入的比例分别为 41.17%、38.73%、37.67%和 37.76%，为发行人主营业务收入的重要组成部分。

针对锁具产品，公司以定制化产品设计为核心，可依据客户的不同需求，针对不同的产品环境提供相应的产品方案，并通过全供应链管理实现高附加值的产出。未来若客户对锁具产品的技术参数、功能特点等提出新的更高要求，**或锁具业务整体竞争加剧、技术变革加快**，而公司不能及时开发出满足相应要求的锁具产品，则会导致发行人锁具业务的市场竞争力下降，**重要客户与发行人的合作出现不利变动**，进而对发行人的经营业绩产生不利影响。

（七）“能耗双控”导致的限电风险

2021 年 8 月 12 日，国家发改委印发了《2021 年上半年各地区能耗双控目标完成情况晴雨表》（发改办环资〔2021〕629 号），将多个省（区、市）列为能耗双控的预警区域；2021 年 9 月 11 日，国家发改委发布了《完善能源消费强度

和总量双控制度方案》（发改环资〔2021〕1310号），对实行能源消费强度和总量双控提出了具体要求。在此背景下，多地政府相继出台了限产、限电政策。

发行人主要生产经营地位于浙江省和广东省，分别属于能耗双控的二级和一级预警区域。2021年9月，公司收到浙江温州和广东梅州当地有关部门的有序用电通知，**2022年8月公司亦收到浙江温州有关部门的有序用电通知**，要求公司控制用电负荷。目前，公司已按要求暂停执行有序用电措施。但未来若相关限电政策继续收紧，将导致公司的部分生产线运行时间减少，预计将对公司的经营业绩产生一定的不利影响。**除此之外若下游客户因限电原因缩减订单规模，或上游供应商因限电原因降低产量，公司有可能面临订单不足或原料不能及时供应的风险，预计对公司经营业绩产生一定影响。**

（八）汽车行业芯片短缺的风险

在新冠疫情的影响下，全球汽车芯片自2021年以来进入阶段性供应短缺的状态。作为汽车的重要零部件，汽车芯片的供应短缺已经导致全球众多品牌整车厂面临减产甚至停产危机。**目前芯片短缺问题尚未得到彻底解决**，若芯片制造企业未能通过扩大产能或调整生产计划等措施保障汽车行业芯片的供应，芯片短缺情况持续发生，公司有可能面临因下游减产带来的订单取消或大幅减少的情形，从而对公司短期经营业绩造成不利影响。

（九）新冠疫情导致的风险

自2020年初新型冠状病毒肺炎疫情爆发以来，汽车行业由于产业链较长、劳动用工量较大且产业终端直接面向消费者等原因，受疫情的影响较大，一方面体现在延迟开工、**生产效率降低及物流成本增加**带来的产值损失，另一方面则是下游汽车消费需求的减弱。**目前公司及主要客户的生产经营活动均能正常开展。但是由于新冠疫情后续变化具有不确定性，未来如果疫情出现反复，公司可能面临产品需求下降、订单交付延迟等风险**，对公司的经营业绩产生不利影响。

（十）市场占有率较低风险

公司主要产品的市场占有率均相对较低。根据测算，2021年度公司紧固件销量约8.42亿件，在全国乘用车紧固件市场中占有率约为0.79%；座椅锁销量832.28万件，在全国乘用车座椅锁市场中占有率约为6.48%。

汽车零部件行业是充分竞争的行业，市场竞争激烈。公司整体市场占有率较低，面临的市场竞争压力较大。若公司不能在中提升公司影响力及产品竞争力，或因市场环境变化导致竞争进一步加剧，导致公司不能有效保持及提高市场占有率，将会对公司长期经营和盈利能力产生不利影响。

（十一）共同控制不稳定风险

本次发行前，公司实际控制人姜肖斐、尤成武合计控制公司 68.46% 的股份，并签署了《一致行动协议》。若公司实际控制人在《一致行动协议》约定的期间内违约，或者《一致行动协议》到期后实际控制人不再续签，或者未来公司上市后锁定期届满股东减持、公司发行证券或重组等，公司的共同控制结构可能存在不稳定的风险。”

二、说明陈锡颖大额资金占用的原因，说明上述资金是否存在流向发行人客户供应商或其他股东等异常情形，发行人内控制度的整改情况。

报告期内陈锡颖与发行人之间资金拆借情况如下：

单位：万元

资金拆出方	资金拆入方	2019年1月1日资金拆借余额	2019年度		2020年度		2021年度		2022年1-6月		2022年6月30日资金拆借余额
			拆入方借入资金	拆入方归还资金	拆入方借入资金	拆入方归还资金	拆入方借入资金	拆入方归还资金	拆入方借入资金	拆入方归还资金	
浙江华远、浙江华悦	陈锡颖	300.00	1,045.00	1,345.00	-	-	-	-	-	-	-

由上表可知，陈锡颖与发行人之间资金拆借仅发生在 2019 年度，2019 年之后未发生相关资金拆借情形。

上述资金拆借具体情况如下：

单位：万元

资金拆入方	资金拆出方	拆入金额	拆入时间	归还金额	归还时间	资金流向
陈锡颖	浙江华远	200.00	2018.12.29	200.00	2019.1.2	款项借入后均留存于陈锡颖自有账户内，不存在流向发行人客户供应商或其他股东等异常情形
	浙江华悦	100.00		100.00		
	浙江华远	395.00	2019.3.29	395.00	2019.4.1	
	浙江华远	300.00	2019.6.28	300.00	2019.7.2	
	浙江华远	350.00	2019.9.30	350.00	2019.10.8	
	合计	1,345.00	-	1,345.00	-	

报告期内，陈锡颖与发行人发生资金拆借，主要系为维护发行人与银行关系，

帮助银行完成其季度末存款指标，于季度末向发行人借入款项存入银行，次季度初即归还发行人，占用时间较短，未出现流向发行人客户供应商或其他股东等异常情形。

2019年10月陈锡颖与发行人资金拆借已清理完毕，后续陈锡颖与发行人之间未再发生资金拆借。报告期内发行人针对上述资金占用情况进行了积极整改，发行人通过了《关联交易管理办法》等制度文件，针对关联交易进行了规范，并由全体董事、监事、高级管理人员分别出具了《关于规范和减少关联交易的承诺》。2019年9月之后陈锡颖等董监高未发生资金拆借，相关内控制度整改有效。

三、说明刘时权、戴政勋和温州长江汽车电子有限公司在相关资产收购或出售后与发行人及其实际控制人、董监高、客户供应商、实际控制人控制的其他企业之间是否存在资金业务往来或其他特殊利益安排，上述主体未入股发行人的原因，是否存在股权代持或未披露的关联关系。

(一)刘时权、戴政勋和温州长江汽车电子有限公司在相关资产收购或出售后与发行人及其实际控制人、董监高、客户供应商、实际控制人控制的其他企业之间是否存在资金业务往来或其他特殊利益安排

报告期内，刘时权、戴政勋相关资产出售情况以及温州长江汽车电子有限公司资产收购情况如下：

单位：万元

交易对方	交易内容	交易时间	交易价格
刘时权、戴政勋	收购浙江华悦 40.61%股权	2020年11月	1,756.82
温州长江汽车电子有限公司	处置温州华远 100%股权	2021年6月	20,125.88

处置浙江华悦 40.61%股权相关交易完成后，刘时权、戴政勋与发行人及其实际控制人、董监高、主要客户供应商、实际控制人控制的其他企业之间不存在资金业务往来，亦不存在其他特殊利益安排。

收购温州华远 100%股权相关交易完成后，温州长江汽车电子有限公司与发行人及其实际控制人、董监高、主要客户供应商、实际控制人控制的其他企业之间不存在资金业务往来，亦不存在其他特殊利益安排。

(二) 刘时权、戴政勋和温州长江汽车电子有限公司未入股发行人的原因，是否存在股权代持或未披露的关联关系

刘时权、戴政勋系发行人子公司浙江华悦原少数股东，与发行人合作仅限于子公司层面，发行人无引入投资者的相关计划，因此在浙江华悦股权收购完成后刘时权、戴政勋未入股发行人。

温州长江汽车电子有限公司收购温州华远 100%股权系出于取得温州华远名下土地及厂房，用以扩充生产场地并发展自有业务的考虑。温州长江汽车电子有限公司主营业务为电子类汽车零部件，与发行人业务差异较大，而发行人亦无引入投资者的相关计划，因此在温州华远处置完成后温州长江汽车电子有限公司未入股发行人。

综上所述，刘时权、戴政勋和温州长江汽车电子有限公司未入股发行人具有合理性，不存在股权代持或未披露的关联关系。

四、结合发行人出售温州华远的 100.00%股权且仍租赁其房屋情况，以及租赁即将到期情况，募投项目进展情况等，分析说明发行人厂房搬迁进展情况、房屋租赁即将到期的应对措施，搬迁对发行人生产经营和主要财务数据的影响，上述情况对发行人资产完整和独立性是否构成不利影响。

(一) 结合发行人出售温州华远的 100.00%股权且仍租赁其房屋情况，以及租赁即将到期情况，募投项目进展情况等，分析说明发行人厂房搬迁进展情况、房屋租赁即将到期的应对措施

1、发行人租赁温州华远房屋情况

截至本回复出具之日，发行人租赁温州长江汽车科技有限公司（以下简称“长江汽车”，即原发行人子公司温州华远）场地的具体情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	面积 (m ²)	租赁用途	原租赁期限	新租赁期限
1	浙江华悦	长江汽车	温州经济技术开发区滨海二道 299 号厂房	900.00	生产经营	2021.4.26-2023.4.25	-
2	浙江华瓯	长江汽车	温州经济技术开发区滨海二道 299 号厂房	729.55	生产经营	2021.7.1-2022.12.31	2023. 1. 1-2023. 4. 30
3	浙江华瓯	长江汽车	温州经济技术开发区滨海二道 299 号厂房	1,633.00	生产经营	2021.1.1-2022.12.31	2023. 1. 1-2023. 6. 30
4	浙江华瓯	长江汽车	温州经济技术开发区滨海二道 299 号厂房	4,235.60	生产经营	2021.1.1-2022.12.31	2023. 1. 1-2023. 4. 30

序号	承租方	出租方	地址	面积 (m ²)	租赁用途	原租赁期限	新租赁期限
5	发行人	长江汽车	温州经济技术开发区滨海二道 299 号厂房	4,936.35	仓库	2021.1.1-2022.12.31	2023. 1. 1-2023. 4. 30

截至本回复出具之日, 发行人已完成原场地租赁合同续签事宜, 上述第 2 项、第 4 项及第 5 项租赁期限已延长至 2023 年 4 月 30 日, 第 3 项租赁期限已延长至 2023 年 6 月 30 日。

2、募投项目进展情况、厂房搬迁进展情况及房屋租赁即将到期的应对措施

(1) 募投项目进展情况及厂房搬迁进展情况

截至本回复出具日, 发行人募投项目已完成主体建筑工程的封顶, 正进行附属道路、绿化等配套设施的施工, 发行人的场地搬迁暂未开始进行。依据业务发展规划及募投项目的建设进度, 具体时间安排如下:

时间	搬迁计划
2023 年 3 月末前	浙江华远租赁长江汽车的场地 (上述租赁第 5 项) 租赁期结束后, 将搬入位于温州民营经济科技产业基地的自有场地进行
	浙江华悦租赁长江汽车的场地 (上述租赁第 1 项) 租赁期结束后, 将搬入自有的丁香路 611 号场地进行
	浙江华瓯租赁长江汽车的场地 (上述租赁第 2/4 项) 租赁期结束后, 将搬入自有的丁香路 611 号场地进行
2023 年 6 月末前	浙江华瓯租赁长江汽车的场地 (上述租赁第 3 项) 租赁期结束后搬入自有的丁香路 611 号场地进行

(2) 房屋租赁即将到期的应对措施

针对房屋租赁即将到期的情形, 发行人一方面与长江汽车提前进行沟通, 2022 年末到期的合同均已续期至 2023 年 4 月末或 2023 年 6 月末; 另一方面发行人积极推进募投项目相关建设, 并计划 2023 年逐步将长江汽车场地上进行的业务逐步搬迁至自有场地进行, 从而应对房屋租赁即将到期的情形。

(二) 搬迁对发行人生产经营和主要财务数据的影响, 上述情况对发行人资产完整和独立性是否构成不利影响

1、搬迁对发行人生产经营的影响

搬迁对于发行人整体生产经营影响较小。搬迁过程中发行人部分产线将出现停工的情形, 为应对上述影响, 发行人采取措施包括: ①根据生产计划分批进行设备搬迁工作, 避免因搬迁对于生产计划产生较大影响; ②发行人将结合在手订

单和预测需求进行提前生产备货，避免因搬迁停工影响产品交付。通过上述措施发行人将降低搬迁期间产线停工对于发行人生产经营的影响，整体影响较小。

2、搬迁对发行人主要财务数据的影响

搬迁对于发行人主要财务数据的影响包括：①厂房转固新增的折旧费用；②租赁合同结束减少的租赁费用；③新增搬迁费用。具体分析如下：

（1）厂房转固新增的折旧费用

发行人预计将于 2023 年 3 月末之前将浙江华远租赁长江汽车的场地（即前述租赁第 5 项）上的业务搬入位于温州民营经济科技产业基地的新建厂房部分区域内进行。上述厂房系发行人募投项目，按照 3 月末厂房转固计算，则发行人预计 2023 年度因厂房转固新增的折旧费用为 471.70 万元。

（2）租赁合同结束减少的租赁费用

发行人租赁长江汽车场地的租赁期间将于 2023 年 4 月至 6 月陆续结束，2023 年度租赁费用预计较 2022 年度下降 262.33 万元。

（3）新增搬迁费用

发行人预计在厂房搬迁过程中将发生一次性的搬迁费用 107.06 万元，上述费用主要用于设备运输等用途，金额相对较小。

上述事项对于发行人 2023 年成本费用影响金额如下：

单位：万元

项目	2023 年度
厂房转固新增的折旧费用	471.70
租赁合同结束减少的租赁费用 ¹	-262.33
搬迁费用	107.06
合计	316.43
净利润影响金额	-282.60

注 1：租赁费用减少系 2023 年度较 2022 年度发行人租赁长江汽车场地租赁费用减少的金额。

综上所述，搬迁预计将导致发行人 2023 年成本费用增加 316.43 万元，净利润减少 282.60 万元，相较于发行人整体营收规模而言金额较低，对于发行人未来主要财务数据预计不会产生重大不利影响。

3、对发行人资产完整和独立性是否构成不利影响

报告期内发行人上述事项对发行人资产完整性和独立性未构成不利影响，具体原因如下：

（1）发行人租赁价格公允，不会对发行人独立性构成不利影响

发行人租赁价格依据市场价格确定，租赁价格与其他承租方向长江汽车租赁厂房的价格不存在重大差异，相关租赁价格具有公允性，未对发行人独立性构成不利影响。

（2）发行人资产完整，上述租赁仅为过渡，募投建设完成后即会停止该租赁，不会对资产完整性构成不利影响

发行人已于报告期内取得温州民营经济科技产业基地 B-21-2 地块、温州民营经济科技产业基地 B-20-1 地块的土地使用权，除此之外发行人还拥有温州经济技术开发区丁香路 611 号、广州（梅州）产业转移园畲江园区科创大道东侧相关土地使用权，上述资产权属清晰，发行人拥有生产经营所需的土地厂房，资产完整。

由于发行人募投项目相关地块仍在建设过程中，因此在处置子公司后，仍租赁长江汽车土地厂房用于生产经营。该租赁行为仅为发行人自有募投场地建设完成前的过渡安排，随着发行人募投建设有序推进，2023 年搬迁工作将陆续展开，预计在现有租赁期限内可以完成搬迁工作。搬迁完成后发行人将在自有土地上进行生产，租赁行为即会终止。

综上所述，上述租赁及搬迁事项不会对发行人资产完整性和独立性构成不利影响。

五、结合 2020 年 12 月股份支付的权益公允价值与 2019 年 11 月外部投资人增资价格相同但间隔 1 年时间，以及与同行业可比公司 PE、PB 对比情况，说明股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值的计量方法和结果是否合理。

（一）2019 年 11 月外部投资人增资入股价格情况

2019 年 11 月，麦特逻辑和台州谱润增资入股发行人，增资价格系综合考虑以下因素基础上各方协商确定：①发行人当前主营业务的经营情况、盈利能力及

未来发展预期；②发行人未来产业资源整合预期。麦特逻辑所属基金自身有相关产业资源，且中国汽车零部件市场有较为广阔的市场空间。因此，麦特逻辑入股的目的**主要**为协助发展前景较好的发行人进行相关产业资源整合，**增资款主要**用于适时对海外优质资产进行收购。为此，麦特逻辑入股发行人投入的增资款为等值人民币 20,000.00 万元的美金。

综合考虑以上因素后，发行人与相关股东经协商，2019 年 11 月增资价格确定为 14.00 元/出资额，增资价格对应 PE、PB 与部分同行业上市公司的 PE、PB 比较如下：

股票代码	公司名称	市盈率	市净率
601799.SH	星宇股份	33.21	5.37
002434.SZ	万里扬	31.73	2.06
000700.SZ	模塑科技	31.64	1.37
平均值		32.19	2.93
发行人		33.13	2.00

注 1：发行人同行业可比公司超捷股份、长华集团、瑞玛精密在 2019 年末均未上市，故其无相关数据可供参考；

注 2：上述选取的同行业三家上市公司市盈率=2019 年 12 月 31 日的总市值/2019 年度归属于母公司所有者的净利润，市净率=2019 年 12 月 31 日的总市值/2019 年 12 月 31 日归属于母公司所有者权益，发行人市盈率=2019 年 11 月外部股东增资价格对应的估值/2019 年度归属于母公司所有者的净利润，发行人市净率=2019 年 11 月外部股东增资价格对应的估值/2019 年 12 月 31 日归属于母公司所有者权益。

由上表，2019 年 11 月发行人外部股东增资的市盈率水平与部分同行业上市公司相近，如考虑上市公司估值具有流动性溢价，发行人为非上市公司，一般非上市公司估值普遍低于上市公司，但考虑到发行人有产业资源整合预期，外部股东入股估值包含了产业资源整合预期的溢价，因此整体估值市盈率水平与上市公司相近，具备公允性和合理性。

(二)2020 年 12 月股份支付公允价值的计算情况及与同行业可比公司 PE、PB 对比情况

2020 年 12 月，发行人实施员工股权激励，所使用的公允价值与 2019 年 11 月外部股东增资价格相同，主要考虑因素如下：

2019 年外部股东增资价格考虑了增资后未来产业资源整合预期，由于 2020 年初新冠疫情爆发，导致产业资源整合计划无法推进，因此在 2020 年 12 月时点

上的公允价值，应剔除产业资源整合预期溢价；同时，考虑到发行人 2020 年的业绩增长和经营情况改善，公司自身业务的成长使公司公允值得以提升。两因素对发行人公允价值“一增一减”影响后，经综合考虑，发行人在 2020 年 12 月时点上仍使用 2019 年 11 月外部股东增资价格作为股份支付的公允价值，具备合理性。此外，以 2020 年财务数据为基础计算的股份支付公允价值与同行业可比公司 PE、PB 对比后亦具有合理性，具体如下：

发行人 2020 年 12 月股份支付公允价值对应的 PE、PB 水平与同行业可比公司对比情况如下：

股票代码	公司名称	市盈率	市净率
301005.SZ	超捷股份 ²	26.64	2.88
605018.SH	长华集团	25.74	2.66
002976.SZ	瑞玛精密	47.33	3.48
同行业可比公司平均值		33.24	3.01
剔除瑞玛精密后同行业可比公司平均值 ³		26.19	2.77
发行人		20.92	1.75

注 1：上述选取的同行业可比公司市盈率=2020 年 12 月 31 日的总市值/2020 年度归属于母公司所有者的净利润，市净率=2020 年 12 月 31 日的总市值/2020 年 12 月 31 日归属于母公司所有者权益；发行人市盈率=2019 年 11 月外部股东增资价格对应的估值/2020 年度归属于母公司所有者的净利润，发行人市净率=2019 年 11 月外部股东增资价格对应的估值/2020 年 12 月 31 日归属于母公司所有者权益；

注 2：超捷股份 2020 年尚未上市，因此此处市盈率为超捷股份 IPO 发行时的市盈率及市净率；

注 3：瑞玛精密与其他可比公司客户及产品结构存在差异，汽车零部件收入占瑞玛精密 2020 年度营业收入的比例为 43.91%，其估值不能完全反映汽车紧固件行业估值，因此在计算平均值时予以剔除。

由上表，剔除瑞玛精密后发行人同行业可比公司平均 PE 为 26.19，发行人以 2020 年归母净利润计算的 PE 为 20.92，略低于同行业可比公司估值水平。考虑到上市公司估值具有流动性溢价，发行人为非上市公司，因此 PE 倍数略低于同行业可比上市公司具有合理性。除此之外，由于发行人规模体量相对较小，处于快速成长阶段，市净率无法准确衡量其价值，故市净率参考意义较小。

综上所述，2020 年 12 月股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值的计量方法和结果合理。

六、中介机构核查情况

(一) 核查程序

1、针对问题 (1)、(3)

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

(1) 查阅同行业可比公司招股说明书等公开资料、行业研究报告、中国汽车工业协会及中国乘用车市场信息联席会等网站的公开资料，访谈发行人业务负责人，了解发行人生产经营面临的相关风险；

(2) 获取报告期内发行人、发行人子公司、发行人控股股东、实际控制人、实际控制人配偶及其成年子女、董事（不含外部董事）、监事（不含外部监事）、高级管理人员、控股股东及实际控制人控制的其他企业报告期内的银行账户流水（包括报告期内注销的银行账户），核查相关资产收购或出售后是否存在与刘时权、戴政勋和温州长江汽车电子有限公司之间的资金往来；访谈刘时权、戴政勋及温州长江汽车电子有限公司负责人；访谈发行人实际控制人。

2、针对问题 (2)、(4)、(5)

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 获取报告期内发行人及陈锡颖银行账户流水；就资金占用相关事项访谈陈锡颖；

(2) 查阅发行人与温州长江汽车科技有限公司之间租赁合同；获取搬迁计划及搬迁费用计算表；查阅发行人土地使用权证；

(3) 访谈公司实际控制人，了解麦特逻辑、台州谱润入股的背景和原因、入股价格的定价依据；查询有关案例并计算其对应 PE、PB 倍数，分析入股价格的公允性。

(二) 核查意见

1、针对问题 (1)、(3)

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

(1) 发行人已在招股说明书“重大事项提示”部分按照重要性原则重新排

序并量化分析具体风险因素，增强针对性，强化风险导向，删除冗余表述；

（2）刘时权、戴政勋和温州长江汽车电子有限公司在相关资产收购或出售后与发行人及其实际控制人、董监高、主要客户供应商、实际控制人控制的其他企业之间不存在资金业务往来或其他特殊利益安排；上述主体未入股发行人具有合理性，不存在股权代持或未披露的关联关系。

2、针对问题（2）、（4）、（5）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）陈锡颖与发行人发生资金拆借，主要系为维护发行人与银行关系，帮助银行完成其季度末存款指标，于季度末向发行人借入款项存入银行，次季度初即归还发行人，占用时间较短，未出现流向发行人客户供应商或其他股东等异常情形。报告期内发行人针对上述资金占用情况进行了积极整改，2019年10月陈锡颖与发行人资金拆借已清理完毕，后续陈锡颖与发行人之间未再发生资金拆借，内控制度整改有效；

（2）发行人已说明厂房搬迁进展情况、房屋租赁即将到期的应对措施、搬迁对发行人生产经营和主要财务数据的影响；上述情况对发行人资产完整和独立性不构成不利影响；

（3）发行人股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值的计量方法和结果具有合理性。

3.关于股东核查及股权变动

申请文件及问询回复显示：

(1) 2019年11月和2020年11月，发行人引入外部股东麦特逻辑（香港企业）、台州谱润、尹锋，上述主体之间存在关联关系，合计持有发行人29.32%股份。

(2) 发行人外资股东麦特逻辑穿透核查后存在较多间接股东未穿透至自然人的情况，其中Pine Tree Hill Investments Limited等间接股东的持股金额较大。中介机构核查后认为可将该14名未穿透至自然人的外资股东认定为“最终持有人”，无需进一步穿透。

请发行人说明麦特逻辑的入股背景和公允性，麦特逻辑及其相关主体与发行人及其实际控制人等相关主体之间是否存在未披露的利益安排，麦特逻辑的增资款长期未使用的原因，麦特逻辑的未来持股安排。

请保荐人、发行人律师说明麦特逻辑及其相关主体投资拟上市公司和上市公司情况，并在股东信息披露核查报告中补充将未穿透至自然人的外资股东认定为“最终持有人”的核查程序、依据及是否足以支持核查结论。

回复：

一、请发行人说明麦特逻辑的入股背景和公允性，麦特逻辑及其相关主体与发行人及其实际控制人等相关主体之间是否存在未披露的利益安排，麦特逻辑的增资款长期未使用的原因，麦特逻辑的未来持股安排。

(一) 麦特逻辑的入股背景和公允性

1、入股背景

(1) 麦特逻辑背景

麦特逻辑为AI Automation Limited的全资子公司，AI Automation Limited为Principle Capital Fund IV,L.P.的全资子公司。麦特逻辑与AI Automation Limited系专门为投资发行人而设立的主体。LIN-LIN ZHOU（周林林）为Principle Capital Fund IV,L.P.的实际控制人。

Principle Capital Fund IV,L.P.设立的背景为LIN-LIN ZHOU（周林林）对中国

市场科技转型背景下的技术需求增长以及企业发展持续看好，故拟通过设置投资基金对境内企业进行长期布局并获取投资回报。LIN-LIN ZHOU（周林林）接触了若干业内较为知名的境外投资机构，境外投资机构亦有意于对中国市场进行投资以实现资产增值，且对 LIN-LIN ZHOU(周林林)的投资管理经验都较为认可。因此，各方于 2016 年 3 月在英属开曼群岛注册成立投资基金 Principle Capital Fund IV, L.P.，并通过相关架构对中国境内进行投资。

（2）投资入股发行人背景

发行人自成立至 2019 年以前，从未进行股权融资，主要依靠自身经营积累支持经营规模的扩大。为引入外部股东资源、完善治理结构，并充实公司资金实力，发行人决定寻找外部投资者、引入外部股东。

此时，恰逢 LIN-LIN ZHOU（周林林）控制的投资基金在寻找汽车制造行业投资标的阶段，且发行人董事会秘书陈锡颖与 LIN-LIN ZHOU（周林林）担任董事长的上海谱润股权投资管理有限公司的员工陈岩系浙江大学校友，基于此关系，经过接洽后，LIN-LIN ZHOU（周林林）看好发行人的发展前景，且希望未来能协助发行人进行相关产业资源的整合，遂由 Principle Capital Fund IV,L.P.成立 AI Automation Limited 与麦特逻辑对发行人进行投资。

2、入股公允性

2019 年 11 月发行人引入麦特逻辑时对应发行人估值、PE 情况如下所示：

项目	数值	计算过程
麦特逻辑取得股权比例	20%	A
麦特逻辑累计投入资金数额	等值人民币 20,000.00 万元	B
对应发行人估值	100,000.00 万元	C=B/A
发行人 2019 年度归属于母公司所有者的净利润	3,018.73 万元	D
PE 倍数	33.13	F=C/D

本次交易价格对应的市盈率水平与部分同行业上市公司 2019 年末市盈率对比情况如下：

股票代码	公司名称	市盈率
601799.SH	星宇股份	33.21

股票代码	公司名称	市盈率
002434.SZ	万里扬	31.73
000700.SZ	模塑科技	31.64
平均值		32.19
发行人		33.13

注 1：发行人同行业可比公司超捷股份、长华集团、瑞玛精密在 2019 年末均未上市，故其无相关数据可供参考；

注 2：上述选取的同行业三家上市公司市盈率=2019 年 12 月 31 日的总市值/2019 年度归属于母公司所有者的净利润。

外部股东麦特逻辑入股时的价格为与发行人主要股东协商确定，如上表所示，2019 年 11 月发行人引入外部股东麦特逻辑的市盈率水平与部分同行业上市公司数据相比不存在重大差异，具备公允性。

因此，外部股东麦特逻辑入股发行人的价格具备公允性。

（二）麦特逻辑及其相关主体与发行人及其实际控制人等相关主体之间是否存在未披露的利益安排

作为专业投资机构，麦特逻辑入股发行人的原因为看好发行人的发展，在发行人企业发展关键阶段注入资金、协助发行人持续发展的同时，未来也实现自身的投资增值。

经保荐机构核查麦特逻辑、LIN-LIN ZHOU（周林林）、发行人实际控制人出具的调查问卷、承诺函，对 LIN-LIN ZHOU（周林林）、发行人实际控制人及董事、监事、高级管理人员等进行访谈，核查发行人及实际控制人、董事、监事、高级管理人员等人员的银行流水情况，并对麦特逻辑入股协议及发行人历次股权变更协议相关条款进行检查，麦特逻辑及其相关主体与发行人及其实际控制人等相关主体之间均不存在未披露的利益安排。

（三）麦特逻辑的增资款长期未使用的原因

2019 年 11 月，麦特逻辑入股发行人，投入增资款为等值人民币 20,000.00 万元的美元。麦特逻辑所属基金自身有相关产业资源，且中国汽车零部件市场有较为广阔的市场空间。因此，麦特逻辑入股的目的**主要**为协助发展前景较好的发行人进行相关产业资源整合，**增资款主要用于**适时对海外优质资产进行收购。

2020 年初，新冠疫情爆发，导致产业资源整合计划无法推进，麦特逻辑入

股发行人投入的等值人民币 20,000.00 万元的美元增资款除少量用于购买进口设备外其他部分即以美元存款的形式一直存放在公司银行账户暂未使用。

（四）麦特逻辑的未来持股安排

麦特逻辑看好发行人未来发展，未来计划长期持有发行人股票，其已出具关于持股与减持意向的承诺，并已在招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、本次发行相关各方的重要承诺”之“（二）关于持股及减持意向的承诺”之“2、股东台州谱润、麦特逻辑、尹锋承诺”披露如下：

“（1）拟长期持有发行人股票；

（2）如果在锁定期满后，拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划；

（3）减持发行人股份应符合相关法律、法规、规范性文件的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

（4）减持发行人股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；持有发行人股份低于 5%以下时除外；

（5）如果在锁定期满后两年内，拟减持股票的，减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发价价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）；

（6）因发行人进行权益分派、减资缩股等导致其所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

（7）如果未履行上述减持意向承诺，将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和投资者道歉；

如本企业/本人违反上述股份锁定及减持承诺的规定擅自减持发行人股份的，承诺违规减持发行人股票所得收益（以下简称“违规所得”）归发行人所有，如未将违规所得上交发行人，则发行人有权扣留应付其现金分红中与其应上交发行人的违规所得金额相等的现金分红。”

二、请保荐人、发行人律师说明麦特逻辑及其相关主体投资拟上市公司和上市公司情况,并在股东信息披露核查报告中补充将未穿透至自然人的外资股东认定为“最终持有人”的核查程序、依据及是否足以支持核查结论

(一) 麦特逻辑及其相关主体投资拟上市公司和上市公司情况

除发行人外,麦特逻辑无其他对外投资。麦特逻辑作为专为投资发行人设立的投资主体,其相关主体包括麦特逻辑的管理人 Principle Capital Fund IV GP, Limited、麦特逻辑的管理人管理的基金投资平台、麦特逻辑的实际控制人 LIN-LIN ZHOU (周林林)控制的基金投资平台 Principle Capital Fund IV, L.P.。

截至本回复出具之日,除发行人外,麦特逻辑无其他对外投资。麦特逻辑相关主体无对外投资上市公司情况,其对外投资境内其他拟上市公司的主要情况如下所示:

序号	公司名称	拟上市板块	受理日期	当前所处上市阶段	投资时间	投资平台	持股比例
1	华鸿画家居股份有限公司	上交所主板	2022年9月	已反馈	2020年	Principle Capital Fund IV, L.P.	5.00%
2	浙江星星冷链集成股份有限公司	上交所主板	2022年6月	已预披露更新	2016年	Principle Capital Fund IV, L.P.	12.97%
3	苏州康代智能科技股份有限公司	上交所科创板	2020年6月	-	2017年	Principle Capital Fund IV, L.P.	100.00%

注1:上述投资时间与持股比例为麦特逻辑相关主体初次投资时间及持股比例;

注2:苏州康代智能科技股份有限公司于2020年6月申报上交所科创板IPO审核,在公告第二轮审核问询函回复后于2020年12月终止审核。

此外,麦特逻辑相关主体投资境内其他非上市公司的主要情况如下所示:

序号	公司名称	投资时间	投资平台	持股比例
1	上海百赛生物技术股份有限公司	2021年	Principle Capital Fund IV, L.P.	11.46%

注:上述投资时间与持股比例为麦特逻辑相关主体初次投资时间及持股比例。

(二) 麦特逻辑实际控制人 LIN-LIN ZHOU (周林林) 相关投资情况

麦特逻辑的实际控制人为 LIN-LIN ZHOU (周林林), LIN-LIN ZHOU (周林林) 为投资行业资深从业人员,其为上海谱润股权投资管理有限公司(以下简称“上海谱润”)董事长。上海谱润管理的投资平台主要有上海谱润股权投资企业(有限合伙)(以下简称“谱润一期”)、上海谱润二期股权投资合伙企业(有限

合伙) (以下简称“谱润二期”)、上海谱润创业投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“谱润三期”)、上海谱润四期股权投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“谱润四期”)、台州谱润股权投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“台州谱润”)等。除发行人外,相关投资平台曾投资过诸多其他上市公司和非上市公司,主要情况如下所示:

(1) 上市公司

序号	公司名称	股票代码	上市时间	投资平台
1	英杰电气	300820.SZ	2020年	谱润三期
2	绿的谐波	688017.SH	2020年	谱润三期

(2) 非上市公司

序号	公司名称	投资时间	投资平台	持股比例
1	上海百赛生物技术股份有限公司	2021年	台州谱润	6.36%
2	上海沪佳装饰服务集团股份有限公司	2020年	台州谱润	16.18%
3	道生天合材料科技(上海)股份有限公司	2019年	台州谱润	6.74%
4	上海吉凯基因医学科技股份有限公司	2019年	台州谱润	6.92%
		2015年	谱润三期	7.00%
5	浙江星星冷链集成股份有限公司	2017年	台州谱润	4.50%
6	常州百瑞吉生物医药有限公司	2016年	谱润三期	5.16%
7	慧云新科技股份有限公司	2015年	谱润三期	8.64%
8	天昊基因科技(苏州)有限公司	2015年	谱润三期	12.00%
9	上海文华财经资讯股份有限公司	2014年	谱润三期	10.00%
10	江西国鸿集团股份有限公司	2009年	谱润一期	7.50%

注:除上海吉凯基因医学科技股份有限公司外,上述投资时间与持股比例为初次投资时间及持股比例;上海吉凯基因医学科技股份有限公司的投资时间与持股比例为台州谱润、谱润三期两个投资平台各自的初次投资时间及持股比例。

(三)在股东信息披露核查报告中补充将未穿透至自然人的外资股东认定为“最终持有人”的核查程序、依据及是否足以支持核查结论

根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》《监管规则适用指引—发行类第2号》《关于创业板落实首发上市企业股东信息披露监管相关事项的通知》等文件要求,保荐人、发行人律师审慎履行核查义务,已对直接或间接持有发行人的上层机构股东或权益持有人完全穿透核查至“最终持

有人”。

根据《关于股东信息核查中“最终持有人”的理解与适用》，除自然人外，“最终持有人”还包括以下类型：上市公司（含境外上市公司）、新三板挂牌公司等公众公司，或者穿透核查至国有控股或管理主体（含事业单位、国有主体控制的产业基金等）、集体所有制企业、境外政府投资基金、大学捐赠基金、养老基金、公益基金以及公募资产管理产品。除此之外的外资股东，如果中介机构能以适当核查方式确认外资股东的出资人不存在境内主体，并充分论证该外资股东入股发行人的价格不存在明显异常，可将该外资股东视为“最终持有人”。因此，保荐人、发行人律师已在股东信息披露核查报告中补充将未穿透至自然人的外资股东认定为“最终持有人”的核查程序、依据，相关主要核查程序、依据如下所示：

（1）查阅罗拔臣律师事务所、CAREY OLSEN Singapore LLP 就相关外资股东合法有效存续情况、出资人情况等事项出具的境外法律意见书；

（2）查阅麦特逻辑提供的股权穿透表、《直接或间接非自然人股东情况调查问卷》《股权穿透非自然人股东确认函》、间接出资人的出资结构表；

（3）查阅部分间接股东就其关于出资来源、出资人中不存在中国境内主体等事项出具的《间接权益持有人调查问卷》；

（4）查阅部分间接股东提供的商业登记资料、境外 KYC（Know Your Customer）文件、股东持股情况分类统计表、股权穿透图等资料；

（5）查阅未穿透至自然人的股东或其上层管理人关于其出资来源、出资人中不存在中国境内主体、股东背景或性质等事项的书面说明或邮件说明；

（6）对麦特逻辑实际控制人 LIN-LIN ZHOU（周林林）就麦特逻辑上层股东情况进行访谈；

（7）登录境外相关网站查询部分间接股东出资人的公司登记情况等信息；

（8）通过百度、必应、境外交易所官网等网站检索核查未穿透至自然人的外资股东是否属于境外上市公司、是否存在境内主体；

（9）登录境外相关股东官方网站，获取其背景情况、出资人情况以及业务

情况介绍。

上述相关核查程序、依据足以支撑核查结论，未穿透至自然人的外资股东均可认定为“最终持有人”。

为更加清晰表述穿透后的发行人上层机构股东或权益持有人的股本/出资结构，保荐人、发行人律师进一步完善了股东信息披露核查报告，具体内容详见股东信息披露核查报告。

三、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、访谈麦特逻辑实际控制人 LIN-LIN ZHOU（周林林），了解麦特逻辑入股发行人的背景、原因、定价情况、与发行人及实际控制人等相关主体间是否存在未披露的利益安排；

2、核查麦特逻辑、LIN-LIN ZHOU（周林林）、发行人实际控制人出具的调查问卷、承诺函，对 LIN-LIN ZHOU（周林林）、发行人实际控制人及董事、监事、高级管理人员等进行访谈，核查发行人及实际控制人、董事、监事、高级管理人员等人员的银行流水情况，并对麦特逻辑入股协议及发行人历次股权变更协议相关条款进行检查；

3、访谈发行人实际控制人、财务负责人，了解增资款的使用情况及原因；

4、取得麦特逻辑出具的持股与减持意向的承诺，了解麦特逻辑的未来持股安排；

5、获取麦特逻辑及其相关主体投资拟（非）上市公司和上市公司情况统计表，网络查询麦特逻辑及其相关主体投资情况；取得麦特逻辑的境外股东穿透资料。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、麦特逻辑入股系因发行人自成立至 2019 年以前，从未进行股权融资，主

要依靠自身经营积累支持经营规模的扩大。为引入外部股东资源、完善治理结构，并充实公司资金实力，发行人决定寻找外部投资者、引入外部股东。麦特逻辑实际控制人 LIN-LIN ZHOU（周林林）看好发行人的发展前景，且希望未来能协助发行人进行相关产业资源的整合，遂由 Principle Capital Fund IV,L.P.成立 AI Automation Limited 与麦特逻辑对发行人进行投资；

2、麦特逻辑及其相关主体与发行人及其实际控制人等相关主体之间不存在未披露的利益安排；

3、麦特逻辑的增资款长期未使用，系麦特逻辑入股的目的**主要**为协助发展前景较好的发行人进行相关产业资源整合，**增资款主要用于**适时对海外优质资产进行收购，后新冠疫情爆发，导致产业资源整合计划无法推进，因此麦特逻辑入股发行人投入的等值人民币 20,000.00 万元的美元增资款**除少量用于购买进口设备外其他部分**即以美元存款的形式一直存放在公司银行账户暂未使用；

4、麦特逻辑看好发行人未来发展，未来计划长期持有发行人股票；

5、保荐人、发行人律师已详细说明麦特逻辑及其相关主体投资拟（非）上市公司和上市公司情况；保荐人、发行人律师已在股东信息披露核查报告中补充将未穿透至自然人的外资股东认定为“最终持有人”的核查程序、依据，相关核查程序、依据足以支撑核查结论，未穿透至自然人的外资股东均可认定为“最终持有人”。

（此页无正文，为浙江华远汽车科技股份有限公司《关于浙江华远汽车科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之盖章页）

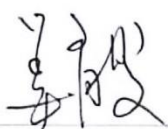


浙江华远汽车科技股份有限公司

2023年2月15日

发行人董事长声明

本人已认真阅读浙江华远汽车科技股份有限公司本次审核中心意见落实函的回复报告的全部内容，确认本次审核中心意见落实函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

发行人董事长签名： 

姜肖斐



浙江华远汽车科技股份有限公司

2023 年 2 月 15 日

（此页无正文，为海通证券股份有限公司《关于浙江华远汽车科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签名：

陈相君

陈相君

衡硕

衡 硕

保荐机构董事长签名：

周杰

周 杰



海通证券股份有限公司

2023年2月15日

声 明

本人已认真阅读浙江华远汽车科技股份有限公司本次审核中心意见落实函的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，审核中心意见落实函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长签名：



周 杰



2023年2月15日