

目 录

一、 关于成长性.....	第 1-7 页
二、 关于收入变动.....	第 7-18 页

关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2023〕3-101 号

深圳证券交易所：

我们已对《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，以下简称审核问询函）所提及的深圳市骏鼎达新材料股份有限公司（以下简称骏鼎达公司或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明》（天健函〔2022〕3-360 号）。因公司补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报如下。

一、关于成长性。申请文件及问询回复显示：根据发行人测算，到 2021 年，发行人主营产品在汽车行业的全球市场规模可达约 150 亿元。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，发行人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。请发行人：（1）详细说明产品在全球市场的全球市场规模计算方式及计算过程。（2）结合期后业绩变动情况、新客户开拓情况、2022 年疫情对发行人生产经营影响、主要客户、供应商情况等进一步说明发行人成长性情况。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（意见落实函第 1 条）

（一）详细说明产品在全球市场的全球市场规模计算方式及计算过程

公司所处行业为功能性保护套管细分市场领域，目前市场上暂无相关的第三方市场报告。公司通过收集下游主要零部件汽车线束和管路系统的市场数据、相关上市公司公开数据，根据全球汽车产销量和功能性保护套管的单位价值等因素，测算出 2021 年公司主营产品在主要应用领域汽车行业的全球市场规模约 150 亿

元，测算过程如下：

应用场景	项目	备注	燃油汽车	新能源汽车
2021 年全球整车销量（万辆）		①	7,608.00	660.00
汽车线束	汽车单位线束价值（元/辆）	②	2,000.00	5,000.00
	汽车线束毛利率参考值	③	9.50%	9.50%
	功能性保护套管占汽车线束成本比例参考值	④	7.00%	7.00%
	汽车线束功能性保护套管单位价值（元/辆）	⑤=②*(100%-③)* ④	126.70	316.75
	汽车线束功能性保护套管市场规模（亿元）	①*⑤/10,000	96.39	20.91
	汽车线束功能性保护套管市场规模小计（亿元）			117.30
汽车管路	汽车单位管路价值（元/辆）	⑥	500.00	1,000.00
	汽车管路毛利率参考值	⑦	30.00%	30.00%
	功能性保护套管占汽车管路成本比例参考值	⑧	9.50%	9.50%
	汽车管路功能性保护套管单位价值（元/辆）	⑨=⑥*(100%-⑦)* ⑧	33.25	66.50
	汽车管路功能性保护套管市场规模（亿元）	①*⑨/10,000	25.30	4.39
	汽车管路功能性保护套管市场规模小计（亿元）			29.69
汽车行业功能性保护套管市场规模（亿元）				146.98

汽车销量数据来源：Wind 资讯、国际汽车制造商协会、国际能源机构(IEA)；
2022 年的相关数据尚未公开

汽车单位线束、管路价值及毛利率、套管成本占比参考值数据来源：EV WIRE（上海国际新能源汽线束连接器技术展览会），沪光股份、溯联股份等相关产业公司公开数据

鉴于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，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。根据中国汽车工业协会、光大证券研究所、华安证券研究所和彭博新能源财经等机构预测的汽车销量数据，预计 2025 年全球汽车销量约 9,033

万辆，其中新能源汽车销量将增加至 2,000 万辆。假设燃油汽车、新能源汽车耗用的功能性保护套管单位价值不变，结合上述销量预测数据，预计 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。

综上，公司根据行业协会、第三方研究机构和相关产业公司公开数据测算得出汽车单位产品价值，结合行业协会、第三方研究机构的销量数据测算得出公司主营产品目前和 2025 年汽车行业的全球市场规模，数据来源客观，测算过程合理。

(二) 结合期后业绩变动情况、新客户开拓情况、2022 年疫情对发行人生产经营影响、主要客户、供应商情况等进一步说明发行人成长性情况

公司主营产品具有广阔的市场应用基础，报告期内，主要应用于燃油汽车、工程机械、轨道交通、通讯电子等传统领域，此外，公司产品还适用于新能源汽车、移动通信、航空航天、光伏、医疗、风电等战略新兴市场领域。

1. 2022 年疫情影响及期后业绩情况

(1) 受疫情影响的情况

2022 年 1 月以来，疫情在国内多地有所反复，对各地的经营、物流运输等产生了一定程度的影响，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。

受此影响，2022 年度，公司华东地区收入 15,864.84 万元，同比仅增长 9.60%，而同期境内其他地区收入增长率约 23.76%，华东地区增长率显著较低。

(2) 2022 年度业绩保持同比增长

在受到上述不利影响的情况下，2022 年度公司业绩仍保持增长，营业收入 52,214.83 万元，同比增长 11.90%，净利润 11,414.22 万元，同比增长 15.90%。截至 2022 年 12 月 31 日，公司在手订单金额为 9,242.52 万元。

上述指标反映了公司应对不确定性因素影响时的较强韧性，也体现了自身主营业务较强的增长性和良好的发展前景。

2. 主要客户和新增客户情况

公司主营产品具有广泛的应用基础，且公司通常属于主机厂的二级、三级供应商，下游客户涉及环节和领域较多，单个直接客户因其下游客户、产品种类、型号、应用位置不同也需求各异，客户根据不同的细分材料需求区分采购。因此，

除了新增客户外，存量客户的新项目收入也是公司销售收入的重要增长驱动因素。

(1) 存量客户的深度开拓

公司下游行业的发展趋势良好，且公司产品处于国产替代进程的红利期，报告期内，随着公司提高对外资厂商的市场份额替代，以及下游客户的销售情况向好，公司向存量客户的销售收入保持增长趋势，是公司业绩增长的重要驱动因素之一。

报告期各期，公司的前五大客户共 10 家，该等主要客户带来的业务收入增速较快，报告期内贡献收入的复合增长率 44.40%，2022 年度贡献收入 15,235.64 万元，同比增长 29.77%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
比亚迪	3,867.01	1,061.27	224.08
安波福	2,701.28	2,431.23	1,786.74
沪光股份	1,469.87	543.28	108.02
中车集团	1,321.04	1,213.98	735.22
盖茨工业	1,300.84	1,507.04	506.38
住友电工	1,250.76	1,215.91	1,250.17
鹏翎股份	951.03	784.13	1,114.74
Zippertubing	879.22	1,231.36	497.13
古河电工	870.66	625.48	614.82
益升华	623.93	1,127.09	469.32
合计	15,235.64	11,740.77	7,306.61

整体而言，公司报告期各期由存量客户贡献的收入金额也明显呈现增长趋势，复合增长率 27.81%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
存量客户贡献收入金额	49,042.52	43,906.93	30,020.88

截至目前，公司对部分知名存量客户新开发的项目或产品的情况如下：

存量客户	终端品牌	新开发的项目或产品	业务开拓进展
比亚迪	比亚迪	汽车低压线束防护	2022 年底已陆续批量供货
安波福	特斯拉	汽车防鼠咬波纹管	待客户确认产品测试方式
	广汽、菲亚特	汽车高压线束屏蔽防护	处于样品测试阶段，预计年销售额约 1,000 万元
	福特汽车	汽车支架隔热防护	处于产品测试阶段，预计 2023 年下半年开始批量供货，年销售额预计约 900 万元
中车集团		标识套管	产品认可已完成，待客户进行年度竞标，竞标成功预计年销售额约 600-800 万元
		光伏设备密封条	已批量供货，预计年销售额约 200 万元

综上，存量客户的深度开拓仍是公司将来业绩增长的重要驱动因素之一。

(2) 新增客户的开拓情况

一直以来，除存量客户的维护和深度开发外，公司也高度重视新增客户的增量开发。

公司主营产品具有广泛的应用基础，除传统的燃油汽车等领域外，还适用于新能源汽车、移动通信、航空航天、光伏、医疗、风电等战略新兴市场领域。以新能源汽车为例，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所采取的有效举措，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 2,266.87 万元、5,206.72 万元和 10,431.75 万元，复合增长率达 114.52%，2022 年收入同比增长 100.35%。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。

此外，公司积极开拓多领域的潜在新增客户。截至目前，部分知名潜在客户的开拓进展如下：

客户	终端品牌	下游应用领域	业务开拓进展
宁德时代 (300750.SZ)		新能源汽车电池冷却水管防护	处于产品验证及客户审核工厂阶段，预计年销售额约 400-500 万元
库博标准投资有限公司 (美国上市公司库博标准上海子公司)	通用汽车	汽车胶管防护	处于产品认证阶段，预计年销售额约 400-500 万元
广西玉柴机器股份有限公司	英虎农业机械	工程机械排气管防护	已小批量供货，预计年销售额约 300 万元
莱尼电气系统 (上海) 有限公司	通用汽车	汽车线束防护	处于试装阶段，预计年销售额约 200-300 万元
邦迪管路系统 (上海) 有限公司	通用汽车	汽车胶管防护	已小批量下单，预计年销售额约 200 万元

客户	终端品牌	下游应用领域	业务开拓进展
星云股份（300648.SZ）		储能设备线束防护	已小批量供货，预计年销售额约 200 万元
杭可科技（688006.SH）		锂电设备线束防护	处于产品开发阶段，预计年销售额约 200 万元
大族激光（002008.SZ）		锂电设备线束防护	处于报价送样阶段，预计年销售额约 150 万元
阳光电源（300274.SZ）		储能设备线束防护	处于工厂验证阶段，预计年销售额约 100 万元
徐州徐工汽车制造有限公司	徐工商用车	汽车线束防护	已小批量供货，预计年销售额约 100 万元
多家医疗器械公司		医疗导管耗材	部分产品已量产并批量供货，还有部分新产品处于试样、报价送样阶段，合计预计年销售额约 600-800 万元

综上，公司已进入多家知名客户的供应商体系，并与主要客户建立了稳定的长期合作关系，存量客户销售额持续增长。公司主营产品广泛应用于各大产业领域，除存量客户的深度开拓外，公司也正在大力推动主营产品在潜在新增客户市场的推广落地。

3. 主要供应商情况

报告期内，公司原材料主要为树脂材料、复丝、单丝等石油化工下游产品，原材料市场供应充足，市场价格透明。

公司经过多年发展，已订立供应商管理、采购流程管理等制度，建立了较为稳定和成熟的供应商体系。公司主要供应商成立和存续时间较长，主营业务发展情况良好，双方已形成长期稳定的合作关系。报告期内，公司原材料采购来源稳定，原材料价格随市场行情而波动，未构成对公司业绩的重大负面影响，助力公司主营业务毛利率保持在较高水平，业绩持续增长。

因此，公司由于上游供应商经营风险而导致主营业务成长性受挫的风险较低。

综上，公司一直以来积极开拓新增业务，包括存量客户的深度开拓和潜在客户的新开发等。2022 年 1 月以来，公司业绩保持同比增长。公司主要客户和供应商经营情况良好，公司由于上下游经营风险而导致主营业务成长性受到重大不利影响的风险较低。

（三）核查程序及核查结论

1. 核查程序

我们主要实施了以下核查程序：

（1）查询公司主营产品下游应用领域的市场报告等公开资料，访谈公司管理层，了解公司产品技术和工艺特点、具体应用，复核公司提供的产品市场规模测

算资料，了解公司主营产品的在各应用领域的市场规模或市场前景；

(2) 访谈公司管理层，获取并查阅公司期后的财务报表，了解新冠疫情等事件对公司业绩的影响情况，了解公司期后业绩情况和新增业务开拓情况，访谈公司主要客户和供应商，了解公司上下游主要客户和供应商的经营情况，了解公司主营业务成长性是否存在受上下游产业经营影响而产生的重大不利风险。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司根据行业协会、第三方研究机构和相关产业公司公开数据测算得出主营产品在汽车行业全球市场的规模，数据来源客观，测算过程具有合理性；

(2) 2022 年度，公司业绩保持同比增长；公司主营业务具有广泛的应用基础，一直积极开拓新增业务，主要客户和供应商经营情况良好，主营业务成长性受上下游产业经营风险而受到重大不利影响的风险较低。

二、关于收入变动。申请文件及问询回复显示：（1）2022 年 1-6 月受华东地区疫情的影响，发行人功能性保护套管的主要生产基地昆山停工约 1 个月。2022 年 1-6 月，发行人实现销售收入 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%。（2）报告期内，发行人小客户数量较多，中介机构对小客户销售收入的核查程序包括细节测试、函证、访谈、期后回款验证等；对收入的整体函证比例约 70%。请发行人：（1）列示报告期各期末功能性保护套管、单丝的在手订单金额及占比，分析各期变动原因，是否与发行人报告期内收入变动趋势相匹配。（2）说明不同规模客户的获取方式、销售相关内控制度，发行人对众多小客户的销售内控制度是否健全有效；年销售金额在 50 万元以下的境内外小客户销售产品类型、销售毛利率情况，与发行人同类产品毛利率差异情况及原因。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：（1）对不同规模客户核查的抽样方法，抽样方法是否充分、适当。（2）在发行人客户数量较多且小客户规模较大情况下，函证客户选取标准、数量是否合理，替代程序是否充分、有效，对收入真实性获取的相关依据是否充分。（意见落实函第 2 条）

(一) 列示报告期各期末功能性保护套管、单丝的在手订单金额及占比，分析各期变动原因，是否与发行人报告期内收入变动趋势相匹配

公司功能性保护套管、功能性单丝报告期各期末在手订单及报告期内的收入情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度 /2022 年末		2021 年度/2021 年末		2020 年度/2020 年末	
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
功能性保护套管	期末在手订单	7,144.87	9.57%	6,521.00	41.61%	4,604.83	62.63%
	收入	42,611.02	15.44%	36,912.17	43.34%	25,752.30	11.39%
	上一年期末在手订单/本年销售收入	15.30%		12.48%		10.99%	
功能性单丝	期末在手订单	240.60	-23.66%	315.19	-27.16%	432.73	118.61%
	收入	1,012.22	-42.91%	1,772.93	3.11%	1,719.50	97.49%
	上一年期末在手订单/本年销售收入	31.14%		24.41%		11.51%	

1. 各期末在手订单变动情况及原因

(1) 功能性保护套管

截至 2020 年末、2021 年末、2022 年末，公司功能性保护套管在手订单金额同比分别增长 62.63%、41.61%、9.57%，呈现持续增长的趋势。

随着下游应用领域需求的不断增加，报告期内公司产品订单金额及销售收入均实现了快速增长，报告期内营业收入年复合增长率达到 26.56%。下游需求的快速增加系公司 2020 年末、2021 年末在手订单金额快速增长的主要原因。

受宏观环境因素引起的客户需求推迟、境外订单转移及新能源汽车行业需求增加等因素影响，2020 年末在手订单金额增幅较大，具体分析如下：

1) 2020 年 1 月以来，受宏观环境因素影响，公司及下游客户在 2020 年上半年进行了停工停产，上半年的订单需求有所推迟；海外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的订单出现较快增长；

2) 随着 2020 年下半年汽车行业回暖及宏观环境因素影响的减弱，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

车的交付量开始显著增加，公司下游市场的需求自 2020 年下半年逐步释放，相应汽车行业相关客户订单快速增长。

截至 2022 年末，公司功能性保护套管的在手订单金额为 7,144.87 万元，同比增长 9.57%，继续保持增长，在手订单较为充足。

(2) 功能性单丝

截至 2020 年末、2021 年末、2022 年末，公司功能性单丝各期末在手订单金额的增长率分别为 118.61%、-27.16%和-23.66%，期末在手订单金额持续下降，主要原因系：

1) 2021 年，公司功能性单丝产品主要客户之一莱仕普集团因内部组织架构调整更换采购地而停止向公司采购，受此影响，公司功能性单丝 2021 年末在手订单金额同比有所下滑；

2) 受厨卫行业整体市场需求下降的影响，2022 年末在手订单金额有所减少。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 14.14 万亿元、14.76 万亿元和 13.29 万亿元。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，年末在手订单金额也有所减少。

综上，随着下游应用领域需求的不断增加，公司功能性保护套管报告期各期末在手订单金额持续增加。另外，受宏观环境因素变动引起的客户需求推迟、境外订单转移及新能源汽车行业需求增加、部分功能性单丝客户因内部组织架构调整而更换采购地、厨卫行业市场需求变动等因素影响，报告期各期，功能性保护套管、功能性单丝的期末在手订单增幅存在一定波动，符合公司经营实际，具有合理性。

2. 各期末在手订单变动情况是否与公司报告期内收入变动趋势相匹配

报告期各期，功能性保护套管各期末在手订单与各期销售收入均保持持续增长，功能性保护套管上一年期末在手订单占本年销售收入的比例分别为 10.99%、12.48%和 15.30%，整体较为匹配，2022 年该比例有所上升主要原因系宏观环境因素影响，昆山骏鼎达停产约 1 个月，华东区域的部分客户也有不同程度的停

工、停产情况，进而影响了订单交付和收入结转的进度。

报告期各期，功能性单丝各期末在手订单与各期销售收入均保持先上升后下降的趋势，功能性单丝上一年期末在手订单占本年销售收入的比例分别为 11.51%、24.41%和 31.14%，2021 年该比例有所上升主要原因系自 2021 年 1 季度起莱仕普因变更采购地不再向公司采购，进而导致 2021 年当年订单情况不及预期；2022 年该比例有所上升主要原因系受下游厨卫行业需求下降影响，当期单丝销售收入显著下降所致。

综上所述，公司功能性保护套管、功能性单丝各期末在手订单与报告期内收入变动趋势整体保持一致，具有匹配性。

(二) 说明不同规模客户的获取方式、销售相关内控制度，发行人对众多小客户的销售内控制度是否健全有效；年销售金额在 50 万元以下的境内外小客户销售产品类型、销售毛利率情况，与发行人同类产品毛利率差异情况及原因

1. 说明不同规模客户的获取方式、销售相关内控制度，公司对众多小客户的销售内控制度是否健全有效

(1) 不同规模客户的获取方式

经过多年的经营，公司已经形成了完善的客户覆盖体系和管理体系。公司主要通过自主开发、互联网推广、存量客户/朋友介绍、线下展会等方式与直接客户建立联系，后续通过技术交流、小批量试样等流程陆续深化与合作，经客户通过工厂审核、样品认证等流程认可公司的供货资质后，主要通过商务谈判的方式与客户正式确立合作关系，并签订供货协议。

公司区分不同规模的客户获取方式如下所示：

获客方式	大规模客户不同获客方式比例	小规模客户客户不同获客方式比例
自主开发	52.53%	38.59%
互联网推广	35.14%	30.75%
存量客户/朋友介绍	8.48%	18.21%
线下展会	0.44%	2.68%
其他	3.42%	9.77%

注:大规模客户指 2019 年至 2021 年收入累计排名前 100 大的单体客户(覆盖 2019 年至 2021 年公司收入金额 59.11%);小规模客户指 2019 年至 2021 年年均交易额金额在 50 万元以下的单体客户

公司各规模类别客户的获取方式均主要是自主开发及互联网推广,分别具体为:

(1) 自主开发是指公司通过电话、上门拜访等方式进行客户开发。公司在全国设立多个生产基地,覆盖华东、华南、华中、西南等多个重点区域,销售网络遍布全国,产品市场口碑好,因此销售人员通过自有渠道获取客户的范围较广、成功率较高;

(2) 互联网推广是指公司将产品等相关信息上传至相关网站,提升品牌知名度,有产品需求的潜在客户通过网络搜索产品信息而与公司进行接洽、合作。公司成立于 2004 年,成立时间早且主营业务未发生变化,公司成立初期即通过互联网宣传产品,部分报告期大规模客户通过互联网搜索获得公司信息后与公司线下接洽,进行初步合作,随着合作深入,交易规模持续增加。

考虑到公司的产品已经形成了市场口碑,存量客户/朋友向公司介绍客户亦是公司新客户开发的重要途径之一。

(2) 销售相关内控制度,公司对众多小客户的销售内控制度是否健全有效

公司对众多小客户实施客户评级制度,根据客户资信情况、财务情况、实际控制人诚信情况、成交记录等因素,对客户进行综合评价,针对不同客户约定不同的信用政策、信用期、送样、接待标准等,公司对于新成交的小客户一般不给予信用期。

对于小客户,公司在评估客户资信情况后,销售人员必要时会对客户进行现场拜访调查,确认该客户的固定工作场所、经营规范等信息,防止客户出现经营异常等情况无法支付货款;通常双方交易一定期间后,公司根据与客户交易期间的付款情况和前期评估情况,再给予客户一定的信用期限。对出现逾期付款的客户,公司会执行限制发货等政策。此外,公司也制定了与客户回款情况挂钩的销售人员考核管理制度。

综上,公司对小客户的销售内控制度健全有效。

2. 年销售金额在 50 万元以下的境内外小客户销售产品类型、销售毛利率情况，与公司同类产品毛利率差异情况及原因

报告期内，年销售金额在 50 万元以下的境内客户和境外客户采购的功能性保护套管和配套商品占公司对其总销售金额的比重均约为 95%，功能性保护套管和配套商品为其采购的主要产品类型。因国产替代、产品定制化、客户议价能力、产品结构和应用领域等方面的因素，年销售金额在 50 万元以下的境内外客户销售毛利率与公司同类产品毛利率存在一定差异，但整体差异较小，具体情况如下：

项目		2022 年度			2021 年度			2020 年度		
		50 万元以下客户		公司	50 万元以下客户		公司	50 万元以下客户		公司
		销售金额占比	毛利率	毛利率	销售金额占比	毛利率	毛利率	销售金额占比	毛利率	毛利率
内销	功能性保护套管	76.09%	50.77%	46.77%	75.30%	50.82%	52.13%	74.41%	51.40%	54.59%
	配套商品	19.65%	30.53%	29.44%	19.98%	27.97%	29.45%	19.16%	29.42%	30.06%
	合计	95.75%			95.28%			93.58%		
外销	功能性保护套管	69.87%	60.73%	54.20%	68.76%	60.21%	54.28%	61.92%	62.31%	56.95%
	配套商品	28.38%	40.67%	34.85%	28.57%	29.59%	28.20%	35.69%	36.80%	32.11%
	合计	98.25%			97.34%			97.61%		

注 1：上表及本说明中 50 万元以下客户为当期集团口径收入 50 万元以下的客户，同一实控人控制下的客户合并计算

注 2：上表中销售金额占比指的是不同产品占内外销 50 万元以下客户销售额的比例

(1) 境内销售方面，2020 年至 2021 年销售金额 50 万元以下境内客户各期销售毛利率整体上略低于同类产品毛利率，而 2022 年销售金额 50 万元以下境内客户毛利率略高于同类产品毛利率：

1) 国产替代的价格红利：2020 年至 2021 年公司积极向规模较大的境内客户推广并寻求国产化替代的机会，由于外资原供厂商的定价较高，公司在国产化替代的过程中充分享受了相应的价格红利，进而导致部分规模较大客户具有较高的毛利率水平。

2) 产品定制化程度存在差异：2020 年至 2021 年公司根据部分规模较大的客户的需要，针对性地提出解决方案，产品定制化程度较高，公司对于产品供应

具有一定的价格主导权，而规模较小的客户采购的主要是通用型号的产品，定价较低，进而导致 50 万元以下客户毛利率略低于公司同类产品的毛利率水平。

3) 产品结构存在差异：功能性保护套管方面，2022 年销售金额在 50 万元以下的客户对自卷式纺织套管的采购占比增加，公司自卷式纺织套管规格较小，成本较低，毛利率高于整体销售毛利率水平，而比亚迪等销售金额在 50 万元以上的客户大幅增加了对公司的金属材质编织套管的采购，公司金属材质编织套管成本较高，销售毛利率远低于整体销售毛利率水平，进而导致 2022 年年销售金额 50 万元以下境内客户功能性保护套管毛利率略高于同类产品毛利率。

(2) 境外销售方面，报告期内年销售金额 50 万元以下境外客户各期销售毛利率整体上略高于同类产品毛利率的主要原因系：

1) 客户议价能力存在差异：50 万元以下销售规模的境外客户由于采购金额小，对价格接受程度相对较高，而公司往往给予销售金额规模较大的境外客户一定的“量大价优”的价格优惠；

2) 产品结构和应用领域存在差异：功能性保护套管方面，50 万元以下的境外客户采购的主要是塑胶材质编织套管，主要应用于通讯电子行业，规格较小并且对产品性能要求较低，成本较低，而规模较大的境外客户采购的主要是空心纺织套管，集中应用于工程机械的液压动力系统的流体管路保护，规格较大并且对产品性能要求较高，成本较高，进而导致了 50 万元以下境外客户功能性保护套管销售毛利率较高。

综上所述，年销售金额在 50 万元以下的境内外客户采购的主要产品为功能性保护套管和配套商品。由于国产替代、产品定制化、客户议价能力、产品结构和应用领域等方面存在差异，年销售金额在 50 万元以下的境内外客户销售毛利率与公司同类产品毛利率存在一定差异，但整体差异较小，符合公司实际经营情况，具有合理性。

(三) 核查程序及核查结论

1. 核查程序

我们主要实施了以下核查程序：

(1) 取得并查阅公司的手订单明细、收入明细，分析功能性保护套管、单丝在手订单变动原因及与收入变动趋势匹配情况；

(2) 了解不同规模客户的获取方式、销售相关内控制度，并对有关内部控制程序实施控制测试；取得并查阅公司收入成本明细表等资料，并访谈公司管理层，了解公司年销售金额在 50 万元以下的境内外客户销售产品类型，分析年销售金额在 50 万元以下的境内外客户销售产品类型以及其销售毛利率与公司同类产品毛利率存在的差异情况和原因；

(3) 对不同规模客户核查的抽样方法，抽样方法是否充分、适当

我们对于报告期内公司不同规模客户核查的抽样方法如下：

1) 对当期销售额在 50 万元以上的客户采取的抽样方法和核查结果

报告期内，公司 50 万元以上的客户销售金额分别 23,806.12 万元、35,959.33 万元和 41,658.51 万元，占主营业务收入的比例分别为 73.10%、77.17%和 79.96%。由于 50 万元以上的客户收入占比较高，我们基于重要性原则，从当期销售金额、销售模式、应收账款余额等多个维度出发，对各个维度下金额较大的客户进行重点抽样核查，并对各维度下其他客户进行了随机抽样，抽样方法恰当。

我们对抽取的样本进行了走访或函证，核查比例超过 90.00%，核查比例较高，核查程序充分，具体核查比例如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
50 万元以上的客户销售金额 (A)	41,658.51	35,959.33	23,806.12
走访或函证确认金额 (B)	38,558.77	32,426.89	21,673.33
核查比例 (B/A)	92.56%	90.18%	91.04%

2) 对当期销售额在 50 万元以下的客户采取的抽样方法和核查结果

报告期内，公司 50 万元以下的客户销售金额分别为 8,762.31 万元、10,636.72 万元和 10,441.41 万元，占主营业务收入的比例分别为 26.90%、22.83%和 20.04%。由于 50 万元以下的客户收入占比较低，具有客户群体分散、销售订单多、单笔订单交易金额较小的特征，我们对该部分客户进行随机抽样，并结合销售模式、应收账款余额和客户属性等方面的因素确定了走访和函证的样本，抽样方法恰当。

我们对抽取的样本进行了走访或函证，走访或函证具体核查比例如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
50 万元以下的客户销售金额 (A)	10,441.41	10,636.72	8,762.31
走访或函证确认金额 (B)	2,516.66	1,867.01	2,249.27
核查比例 (B/A)	24.10%	17.55%	25.67%

鉴于公司 50 万元以下客户走访或函证金额占比较低，我们进一步实施了细节测试等核查程序，详见本说明二（三）1（4）之说明。

综上所述，我们对 50 万元以上和 50 万元以下客户采取的抽样方法适当，核查充分。

(4) 在公司客户数量较多且小客户规模较大情况下，函证客户选取标准、数量是否合理，替代程序是否充分、有效，对收入真实性获取的相关依据是否充分

1) 对公司客户及销售收入整体核查情况

报告期内，公司客户数量逾 3,500 家，数量较多且较为分散。报告期各期对客户收入的函证数量分别为 182 笔、185 笔及 212 笔，对所有客户及销售金额在 50 万元以下客户函证情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	所有客户	销售金额在 50 万以下客户	所有客户	销售金额在 50 万以下客户	所有客户	销售金额在 50 万以下客户
主营业务收入	52,099.92	10,441.41	46,596.05	10,636.72	32,568.43	8,762.31
发函金额	39,250.16	1,079.57	32,981.37	715.26	23,319.87	1,495.22
发函金额占主营业务收入的比例	75.34%	10.34%	70.78%	6.72%	71.60%	17.06%
函证确认金额	38,018.79	1,079.57	31,713.24	689.27	22,441.98	1,418.18
函证确认金额占主营业务收入的比例	72.97%	10.34%	68.06%	6.48%	68.91%	16.19%

我们通过对重大金额重点抽样并结合随机抽样的方式来选取抽样的样本，具体选取标准如下：

① 在考虑合并范围内各主体实际执行的重要性水平的基础上，选取金额重大的客户进行函证；

② 选取前十大贸易商客户进行函证；

③ 结合应收账款函证抽样程序，在应收账款发函的同时，相应对该客户的销售交易金额也进行了函证；

④ 对于其他客户，按照交易区间分层后随机抽取部分客户；

⑤ 对于回函不符的客户，我们通过获取公司编制的函证差异调节表，复核公司对于函证差异事项的调节过程，检查形成差异的发货单、发票、签收单等原始单据等，了解到回函差异的原因主要系公司和客户的入账时间性差异，并将函证差异根据原始单据调节至相符；

⑥ 对于未回函的客户，我们获取相关的销售明细，检查销售合同或订单、销售出库单、货物物流签收记录、结算对账单、销售发票等原始单据进行替代测试，从而验证收入的真实性和准确性。

2) 对销售规模 50 万元以下客户的核查情况

报告期内，公司 50 万元以下小客户的数量、收入情况如下：

单位：万元

期间	客户数量	客户数量占比	客户收入	客户收入占比
2022 年度	2,066	93.15%	10,441.41	20.04%
2021 年度	2,067	93.15%	10,636.72	22.83%
2020 年度	1,989	94.53%	8,762.31	26.90%

50 万元以下小客户数量较多，其收入占比较低，报告期各期所选取的函证样本中 50 万元以下客户函证金额占比较低，鉴于此，我们进一步对 50 万元以下客户采取了如下核查程序：

① 访谈

通过访谈进一步确认小规模客户收入的真实性，通过函证（含 2023 年 1 月末对公司客户 2022 年度的收入新增发函）、访谈，报告期各期，我们对公司 50 万元以下客户的核查比例提升至 25.67%、17.55%、24.10%

② 细节测试

对销售金额 50 万元以下客户随机抽取测试样本，对报告期各期销售金额 50 万元以下客户细节测试样本笔数为 70 笔、78 笔和 60 笔。在细节测试中我们抽查了该部分客户的销售合同、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，经核查，客户收入真实、回款情况良好。

③ 对 50 万元以下客户回款情况进行检查

获取公司的银行对账单、应收账款明细账，对 50 万元以下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，公司报告期各期末 50 万元以下客户应收账款期后回款情况良好，且期后未回款金额较小，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
50 万元以下客户应收账款金额	2,988.45	2,395.88	2,096.08
期后回款金额	1,334.38	2,282.04	2,038.25
期后回款比例	46.39%	95.25%	97.24%

注 1：上述期后回款数据截至 2023 年 2 月末

注 2：上表中小部分账龄较长的应收账款未回款的原因主要系公司为促进回款给予小部分客户长账龄应收账款一定折让，该折让相应冲减应收账款及当期的销售收入

④ 对 50 万元以下客户退换货情况进行检查

公司对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。报告期年均销售额 50 万元以下客户退换货金额分别为 61.03 万元、89.27 万元和 151.21 万元，占年均销售额 50 万元以下客户收入的比例分别为 0.69%、0.69%和 1.45%，金额与占比均较小。

经核查，我们认为函证客户选取标准、数量合理，替代程序充分、有效，对收入真实性获取的相关依据充分。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 随着下游应用领域需求的不断增加，公司功能性保护套管报告期各期末在手订单金额持续增加。另外，受宏观环境因素变动引起的客户需求推迟、境外订单转移及新能源汽车行业需求增加、部分功能性单丝客户因内部组织架构调整而更换采购地、厨卫行业市场需求变动等因素影响，报告期各期，功能性保护套管、功能性单丝的期末在手订单增幅存在一定波动，符合公司经营实际，具有合理性；公司功能性保护套管、功能性单丝各期末在手订单与报告期内收入变动趋

势整体保持一致，具有匹配性；

(2) 报告期内，公司对小客户的销售内控制度健全及有效；年销售金额在 50 万元以下的境内外客户采购的主要产品为功能性保护套管和配套商品；由于国产替代、产品定制化、客户议价能力、产品结构和应用领域等方面存在差异，年销售金额在 50 万元以下的境内外客户销售毛利率与公司同类产品毛利率存在差异，但整体差异较小，符合公司实际经营情况，具有合理性。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：

叶涵



中国注册会计师：

雷娜



二〇二三年三月二十九日



仅为关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明之目的而提供文件的复印件（原件与复印件一致），仅用于说明天健会计师事务所（特殊普通合伙）具有执业资质未经本所书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。



国家企业信用信息公示系统网址 <http://www.gsxt.gov.cn>

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制



效一年。
year after

叶涵
310000074452
深圳市注册会计师协会



姓名 叶涵
Full name
性别 女
Sex
出生日期 1987-08-23
Date of birth
工作单位 普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)深圳分所
Working unit
身份证号码 36070219870823032x
Identity card No.



证书编号: 310000074452
No. of Certificate
批准注册协会: 深圳市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs
发证日期: 2015 年 12 月 31 日
Date of Issuance

仅为关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明之目的而提供文件的复印件, 仅用于说明叶涵是中国注册会计师, 未经本人书面同意, 此文件不得用作任何其他用途, 亦不得向第三方传送或披露。

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

普华永道会计师 事务所
CPAs
(特普) 深圳分所
转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
2017 年 12 月 31 日
/y /m /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

天健会计师 事务所
CPAs
(特普) 深圳分所
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2017 年 12 月 31 日
/y /m /d

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所
CPAs
转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
年 月 日
/y /m /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所
CPAs
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
年 月 日
/y /m /d



姓名: 雷丽娜
 Full name: 雷丽娜
 性别: 女
 Sex: 女
 出生日期: 1989-08-15
 Date of birth: 1989-08-15
 工作单位: 天健会计师事务所(特殊普通合伙)深圳分所
 Working unit: 天健会计师事务所(特殊普通合伙)深圳分所
 身份证号码: 440303198908152149
 Identity card No.: 440303198908152149



仅为关于深圳市骏鼎达新材料股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明之目的而提供文件的复印件，仅用于说明雷丽娜是中国注册会计师，未经本人书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。

年度检验登记
Annual Renewal Registration



有效期一年。
Valid for 1 year after

雷丽娜
 330000010521
 深圳市注册会计师协会

证书编号:
 No. of Certificate: 330000010521
 批准注册协会:
 Authorized Institute of CPAs: 深圳市注册会计师协会
 发证日期:
 Date of Issuance: 2019 年 03 月 08 日