

上会会计师事务所（特殊普通合伙）

关于上海毓恬冠佳科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函
的回复

上会业函字(2023)第 1266 号

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 7 月 23 日出具的《关于上海毓恬冠佳科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》(审核函〔2023〕010290 号)(以下简称“问询函”)已收悉，上会会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“我们”或“申报会计师”)作为上海毓恬冠佳科技股份有限公司(以下简称“毓恬冠佳”、“公司”或“发行人”)首次公开发行股票并在创业板上市聘请的审计机构，对贵所问询函中提出的问题进行了认真落实，现对问询函回复如下，请审核：

本回复中部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

目 录

问题 3、关于历史沿革	1
问题 6、关于现金分红	13
问题 9、关于收入与客户	18
问题 10、关于采购与供应商	43
问题 11、关于成本与毛利率	85
问题 12、关于期间费用	115
问题 13、关于应收款项	193
问题 14、关于存货	210
问题 15、关于模具	245
问题 16、关于固定资产	258
问题 17、关于其他事项	268

问题 3、关于历史沿革

申请文件显示：

(1)发行人股东中，崧毓煌、崧恬煌、毓崧翔、毓崧祺是发行人的员工持股平台。2021 年 12 月，崧毓煌、崧恬煌、毓崧翔、毓崧祺以 7.21 元/股的价格分别认购发行人 127.65 万股、99.345 万股、40.515 万股和 37.74 万股。2023 年，崧毓煌以人民币 460 万元的价格受让吴军持有的发行人 63.825 万股股份，受让价格为 7.21 元/股。

(2)发行人设立时，加拿大华侨赵冶茜出资 440 万美元，以美元现汇投入，占注册资本的 55%，发行人取得了上海市人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。2018 年发行人第二次减资完成后，赵冶茜与发行人产生纠纷，赵冶茜认为本次减资的董事会决议无效，并诉至法院，上海市青浦区人民法院出具《民事调解书》，确认赵冶茜持有的毓恬冠佳有限股权系代鞍山毓恬持有，实际持有人为鞍山毓恬，并确认本次减资的董事会决议有效。

(3)2021 年 12 月，钟家鸣、张健分别以 1,904 万元和 136 万元认购发行人新增股份 163.9470 万股和 11.7105 万股。

请发行人：

(1) 说明崧毓煌、崧恬煌、毓崧翔、毓崧祺的沿革情况、合伙人范围及选定依据、在发行人处的任职情况、崧毓煌、崧恬煌、毓崧翔、毓崧祺成立至今合伙人的变动情况、以及合伙人离职后的股份处理安排、内部股份转让机制和管理决策机制是否合法合规。

(2) 说明前述员工持股平台合伙人入伙是否存在服务期或潜在的服务期，合伙人的资金来源情况，是否存在向发行人及关联方、发行人控股股东、董监高借款等特殊情况。

(3) 结合发行人的经营业绩、同期可比公司估值等，说明报告期各期及未来预计确认股份支付金额，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，对应 PE、PB 倍数，相关公允价值确认依据是否合理，会计处

理是否符合《企业会计准则》相关规定。

(4) 说明赵冶茜在发行人设立时的出资是否符合外商投资、外汇及税收相关的规定，以及发行人变更为内资企业是否取得相关审批文件，变更过程是否合法合规，发行人从事的业务或所属行业是否为外商投资限制类行业，是否存在针对外商投资企业的特殊规定，是否存在违反外商投资、纳税申报、外汇管理等相关法律法规的情形。

(5) 结合上海市青浦区人民法院出具《民事调解书》以及历史上出资的资金来源，说明赵冶茜与发行人的产生纠纷的背景及原因，《民事调解书》的具体内容，赵冶茜在发行人设立时的全部出资是否实际系代鞍山毓恬持有，并说明发行人和实际控制人是否存在受到相关税收处罚的风险，是否存在税收优惠返还的情形，如是，请量化分析税收返还或罚款、滞纳金对发行人的具体影响。

(6) 说明发行人历史上是否存在其他代持事项，发行人股权是否清晰，是否存在纠纷或潜在纠纷。

(7) 说明钟家鸣、张健两名自然人投资者的任职和投资履历情况，是否在发行人处任职，与发行人的客户及供应商之间是否存在关联关系，本次增资入股是否构成股份支付，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

(8) 说明嘉兴隼通、嘉兴虹佳和京津冀产业基金的对外投资情况，是否投资与发行人业务相同或相似的公司，与发行人、主要股东、董监高、发行人主要客户、供应商和股东是否存在关联关系。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题(3)(7)发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

(三)结合发行人的经营业绩、同期可比公司估值等，说明报告期各期及未来预计确认股份支付金额，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，对应 PE、PB 倍数，相关公允价值确认依据是否合理，会计处

理是否符合《企业会计准则》相关规定。

1、报告期各期及未来预计确认股份支付金额

根据员工签署的《限制性股份授予协议》的约定，员工自成为股权激励平台之合伙企业合伙人后，需在发行人处至少工作 60 个月。发行人根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定，将授予员工的权益工具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。

(1)股权激励总体授予情况

平台	第 1 次激励	第 2 次激励	第 3 次激励	第 4 次激励	GP(实际控制人)	合计
授予时间①	2021 年 10 月	2022 年 8 月	2023 年 1 月	2023 年 5 月	作为 GP 转让或接受股份	不适用
员工入股价格(元/股)②	7.21	7.21	7.21	7.21	7.21	不适用
权益工具的公允价值(元/股)③	11.61	21.56	21.56	21.56	-	不适用
授予股份数量(万股)④	167.61	63.83	13.04	114.33	10.28	369.09
其中：崧毓煌	88.80	2.64	-	98.79	1.25	191.48
崧恬煌	46.62	29.97	11.10	5.55	6.11	99.35
毓崧祺	18.87	8.46	-	8.88	1.53	37.74
毓崧翔	13.32	22.76	1.94	1.11	1.39	40.52
股份支付成本⑤=(③-②)*④(万元)	738.54	915.81	187.10	1,640.45	不适用	3,481.90

注：上表中所列为截至 2023 年 6 月 30 日股权激励授予情况

实际控制人中吴宏洋作为实施股权激励持股平台的 GP 向被激励的员工转让或接受被激励员工退出时的股份，截至 2023 年 6 月 30 日，实际控制人(吴军、吴宏洋、吴雨洋)对发行人的持股比例为：

单位：万股

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2021 年 8 月 4 日
实际控制人持股数量	4,895.28	4,972.70	5,183.95	5,103.47
其他股东持股数量	1,692.33	1,614.91	846.96	446.53
发行人股份合计	6,587.61	6,587.61	6,030.91	5,550.00
实际控制人持股比例	74.31%	75.49%	85.96%	91.95%

注：2021 年 8 月 4 日为上海毓恬冠佳自有限公司变更为股份公司之日

发行人自股改之日起至 2023 年 6 月 30 日，实际控制人对发行人的持股比例因引入投资机构和股权激励因素被稀释，实际控制人不存在因受让股份导致持股比例上升的情形。因此，报告期各期，实际控制人的股份变动不存在股份支付情形。

(2)报告期各期及未来预计确认的股份支付金额

单位：万元

项目	报告期内各期确认的股份支付金额				未来预计确认的股份支付金额						
	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年 1-6 月	2023 年 7-12 月	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	合计
股份支付成本	-	33.01	273.91	180.54	348.19	696.38	696.38	671.77	472.36	109.36	3,481.90

注：上表中所列“未来预计确认的股份支付金额”以截至 2023 年 6 月 30 日股权激励授予情况为基础进行测算

2、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，对应 PE、PB 倍数，相关公允价值确认依据是否合理

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》，存在股份支付事项的，发行人确定公允价值应综合考虑如下因素：“①入股时期，业绩基础与变动预期，市场环境变化；②行业特点，同行业并购重组市盈率、市净率水平；③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标；④熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或股权转让价格，如近期合理的外部投资者入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；⑤采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的净资产或账面净资产。判断价格是否公允应考虑与某次交易价格是否一致，是否处于股权公允价值的合理区间范围内。”

根据《企业会计准则讲解（2010）》第十二章“股份支付”的规定，“对于授予职工的股份，其公允价值应按企业股份的市场价格计量，同时考虑授予股份所依据的条款和条件(不包括市场条件之外的可行权条件)进行调整。如果企业股份未公开交易，则应按估计的市场价格计量，并考虑授予股份所依据的条款和条件进行调整。有些授予条款和条件规定职工无权在等待期内取得股利的，则在估计所授予股份的公允价值时就应予以考虑。有些授予条款和条件规定股

份的转让在可行权日后受到限制，则在估计所授予股份的公允价值时，也应考虑此因素，但不应超出熟悉情况并自愿的市场参与者愿意为该股份支付的价格受到可行权限制的影响程度。在估计所授予股份在授予日的公允价值时，不应考虑在等待期内转让的限制和其他限制，因为这些限制是可行权条件中的非市场条件规定的。”

基于上述规定，由于发行人自身权益工具不具备可观察市场报价，发行人股份支付相关权益工具的公允价值按照同时期（前后六个月）外部投资者交易价格确定。报告期内，发行人分别于 2021 年 10 月、2022 年 8 月、2023 年 1 月和 2023 年 5 月实施四次股权激励。各次涉及的股份支付权益工具公允价值均以同期或近期（前后六个月）外部投资者的入股价格确定，确认依据合理。

(1) 外部投资者入股价格

报告期内，发行人分别于 2021 年 12 月和 2022 年 12 月引入外部投资者，入股价格情况如下：

入股时间	投资方	增资入股价格	PE 倍数	PB 倍数
2021 年 12 月	钟家鸣、张健	11.61 元/股	16.37	3.50
2022 年 12 月	京津冀基金、嘉兴隼通、嘉兴虹佳	21.56 元/股	20.09	2.78

注 1：PE/PB 倍数根据对应各年经审计扣非后净利润、各年末净资产测算；

注 2：投资人钟家鸣、张健的增资扩股协议及入股款项均于 2021 年 12 月办理完毕。

① 外部投资者入股价格与公司经营业绩对比

发行人 2021 年 12 月和 2022 年 12 月引入外部投资者的 PE 倍数分别为 16.37 和 20.09，增幅 22.72%，与经营业绩变动保持一致。具体如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	202,094.37	19.32%	169,365.96	28.63%	131,666.34
归属于母公司所有者的净利润	7,137.26	66.63%	4,283.30	-41.68%	7,343.98

2022 年度，发行人营业收入相较于上一年度同比增长 19.32%，归属于母公司所有者的净利润相较于上一年度同比增长 66.63%，均实现显著增长。受发行

人经营业绩显著增长所致，发行人引入外部投资者的估值水平同步增长。因此，发行人 2021 年 12 月和 2022 年 12 月引入外部投资者的 PE 倍数均依据当时公司整体经营情况决定，与发行人经营业绩情况相符，具备合理性。

② 外部投资者入股价格与同期可比公司的估值情况对比

近年来，部分上市公司收购非上市汽车零部件及配件制造业公司的可比交易案例估值情况如下：

序号	年份	上市公司	交易标的	标的方所属行业	市盈率(倍)
1	2020	秦川机床	陕西法士特沃克齿轮有限公司 100%股权	汽车零部件及配件制造业	7.97
2	2020	江南化工	陕西庆华汽车安全系统有限公司 65%股权	汽车安全系统产品及零配件制造业	13.54
3	2021	莱克电气	上海帕捷汽车配件有限公司 100%股权	汽车零部件及配件制造业	10.92
4	2021	德宏股份	重庆普来恩中力汽车零部件有限公司 60%股权	汽车零部件及配件制造业	12.16
5	2021	精研科技	常州瑞点精密科技有限公司 100%股权	汽车零部件及配件制造业	57.31
平均值					20.38
公司 2021 年 12 月引入外部投资者					16.37
公司 2022 年 12 月引入外部投资者					20.09

注：以上数据来源于上市公司公开披露信息。

根据上表，不同上市公司收购非上市汽车零部件及配件制造业公司的可比交易案例估值差异较大，但市盈率平均值与发行人引入外部投资者的市盈率不存在显著差异。因此，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。

(2)股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值

发行人根据前次外部投资者入股价格评估历次股权激励涉及权益工具的公允价值，具体如下：

激励次序	时间	被激励员工入股(退出)价格	公司股票的公允价值	取值依据
第一次	2021 年 10 月	7.21 元/股	11.61 元/股	2021 年 12 月，钟家鸣、张健增资入股价格

第二次	2022年8月	7.21元/股	21.56元/股	2022年12月，京津冀基金、嘉兴隼通、嘉兴虹佳增资入股价格
第三次	2023年1月	7.21元/股	21.56元/股	
第四次	2023年5月	7.21元/股	21.56元/股	

发行人以股权激励同期(前后六个月)外部投资者入股价格为基础评估股权激励涉及权益工具的公允价值，符合《企业会计准则》相关规定。

3、股权激励涉及的股份支付权益工具的股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》的规定

发行人根据《企业会计准则第11号——股份支付》相关规定，将授予员工的权益工具按公允价值与授予价值的差额确认股份支付费用，并根据服务期的相关约定进行分摊，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

综上，发行人股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值确认依据合理，会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

(七)说明钟家鸣、张健两名自然人投资者的任职和投资履历情况，是否在发行人处任职，与发行人的客户及供应商之间是否存在关联关系，本次增资入股是否构成股份支付，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

1、钟家鸣、张健两名自然人投资者的任职和投资履历情况，是否在发行人处任职

(1)钟家鸣的任职和投资履历情况

钟家鸣，1993年生，大学学历，根据钟家鸣填写的调查表、发行人的员工花名册，经核查，截至本反馈回复出具日，除投资发行人外，钟家鸣投资及担任董事、监事、高级管理人员的任职情况如下：

序号	企业名称	本人持股及任职情况	企业主营业务
1	北京多拉科技有限公司	持股 51.6%并担任执行董事、经理	电子雾化设备、电子配件、电子产品、电子元器件

序号	企业名称	本人持股及任职情况	企业主营业务
2	深圳市立风贸易有限公司	曾持股 33.34%并担任执行董事、经理；2019 年 5 月将所持股权转让给北京多拉科技有限公司，并辞任所有职务；2023 年 9 月 8 日已注销	货物贸易
3	北京多拉冥想科技有限公司	担任执行董事、总经理	电子烟销售
4	Winterise Investment Holding Limited	持股 8%	投资
5	北京棱镜折跃科技有限公司	曾持股 95%并担任执行董事、经理、财务负责人；2023 年 6 月 1 日已注销	投资
6	深圳市名优建材有限公司	曾持股 51%并担任执行董事、总经理；2023 年 6 月退股并辞任所有职务	建材批发
7	上海铭壹科技有限公司	曾持股 60%并担任执行董事、法定代表人；2022 年 2 月退股并辞任所有职务	软件和信息技术服务业
8	北京中申专利科技有限公司	曾持有 100%股权并担任执行董事、总经理；2020 年 11 月退股并辞任所有职务	科技产品研发
9	北京诚华必利客五金机电有限公司	曾持有 80%股权并担任执行董事、经理；2022 年 10 月退股并辞任所有职务	五金交电
10	北京天隆忠盛汽车用品商行	曾持有 100%股权；2021 年 5 月退股	二手车经纪、汽车配件零售
11	北京丽路雅皮具有限公司	曾持股 50%并担任执行董事、总经理；2022 年 4 月退股并辞任所有职务	日用品批发
12	Study Pool Inc	曾担任首席技术官，2017 年 5 月辞任	在线教育

注：上表中序号 6 的“深圳市名优建材有限公司”于 2023 年 12 月变更名称为“深圳顺陆汽车服务有限公司”，企业主营业务为钟家鸣退股前该企业的主营业务。

(2)张健的任职和投资履历情况

张健，1977 年生，大学学历。2005 年 7 月至今，任意法半导体（中国）投资有限公司客户经理；2003 年 12 月至 2005 年 7 月，任万代半导体元件（上海）有限公司工程师；2003 年 6 月至 2003 年 12 月，任英特尔（中国）有限公司工艺工程师；2000 年 3 月至 2003 年 6 月，任星科金朋半导体（江阴）有限公司工艺工程师。

根据张健填写的调查表、发行人的员工花名册并经中介机构核查，张健曾投资上海一片天餐饮管理股份有限公司，但已于 2021 年 5 月退股；截至本反馈回复出具日，除了发行人外，张健不存在其他对外投资情况。

(3)钟家鸣、张健未在发行人处任职

综合上述“(1) 钟家鸣的任职和投资履历情况”及“(2)张健的任职和投资履历情况”，钟家鸣、张健未在发行人处任职。

2、钟家鸣、张健与发行人的客户及供应商之间是否存在关联关系

经查阅钟家鸣、张健填写的股东调查表及出具的声明函、发行人出具的书面确认，并经检索企查查等第三方网站，截至本反馈回复出具日，钟家鸣、张健与发行人的客户及供应商之间不存在关联关系。

3、本次增资入股是否构成股份支付，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

2021 年 12 月 9 日发行人第一届董事会第四次会议、2021 年 12 月 25 日发行人 2021 年第四次临时股东大会分别审议通过了《关于引进个人投资者增资入股的议案》，同年 12 月，钟家鸣、张健分别与发行人签署《增资扩股协议》，钟家鸣以人民币 1,904 万元认购发行人新增股本 163.9470 万股，张健以人民币 136 万元认购发行人新增股本 11.7105 万股，并于当月将股份认购款人民币 1,904 万元、人民币 136 万元汇入发行人于上海农村商业银行股份有限公司盈中支行开立的银行账户。

(1)本次增资入股不构成股份支付

自始，钟家鸣、张健未曾以任何方式在发行人处任职，非公司职工，也未通过其他方或以其他方式为公司提供服务，也不存在以客户、供应商及其他利益相关方等形式向公司提供资源。截至本反馈回复出具日，除作为现任股东外，与公司不存在其他关联关系。

《企业会计准则第 11 号——股份支付》第二条规定“股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定

的负债的交易。”同时，根据《监管规则适用指引——发行类第5号》规定，本次入股不属于“发行人向职工(含持股平台)、顾问、客户、供应商及其他利益相关方等新增股份”的情形。

因此，钟家鸣、张健之增资入股不构成股份支付。

(2) 钟家鸣、张健入股价格的分析说明

① 钟家鸣、张健的入股价格

2021年12月25日，发行人召开股东大会，审议同意增加注册资本，由钟家鸣、张健认缴，增资价格为11.61元/股。2022年1月26日，上海市市场监督管理局准予本次增资的工商变更登记。

② 钟家鸣、张健入股前后1年的其他股东增资入股价格

时间区间	入股时间	入股方	入股原因	入股方式	入股价格
钟家鸣、张健入股前1年	2021.12.27	崧毓煌、崧恬煌、毓崧翔、毓崧祺	员工持股激励	增资	7.21元/股
基准时间	2022.1.26	钟家鸣、张健	外部投资人入股	增资	11.61元/股
钟家鸣、张健入股后1年	2022.12.12	京津冀基金、嘉兴隼通	外部投资人入股	增资	21.56元/股
	2022.12.28	嘉兴虹佳	外部投资人入股	增资	21.56元/股

注：2022年10月31日嘉兴隼通通过老股转让方式入股，价格为19.40元/股，本次转让基础估值与2022年12月12日京津冀基金、嘉兴隼通增资估值相同，入股价格因老股转让方式有折让。

不存在与钟家鸣、张健同期入股的其他外部股东，与钟家鸣、张健入股时间最近的入股事项为员工持股激励。

③ 钟家鸣、张健与其他外部投资者入股价格差异的合理性说明

外部投资者的入股价格依据当时公司整体经营情况决定，与发行人经营业绩情况相符，具备合理性。具体分析详见本问“（三）/2、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，对应PE、PB倍数，相关公允价值确认依据是否合理”部分所述。

(3) 本次增资入股的会计处理符合《企业会计准则》的规定

由于钟家鸣、张健增资入股不构成股份支付，因此不适用《企业会计准则第 11 号—股份支付》的相关会计处理规定。发行人按照《企业会计准则—附录会计科目和主要账务处理》规定，“企业收到投资者出资超过其在注册资本或股本中所占份额的部分，作为资本溢价或股本溢价，在‘资本公积’科目核算。”

发行人收讫股权投资款后，根据相关决议和《增资扩股协议》的约定，作出如下会计分录：

借：	银行存款	2,040.0000 万元
贷：	股本	175.6575 万元
贷：	资本公积	1,864.3425 万元

综上，本次增资入股不构成股份支付，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

二、中介机构核查意见

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、查阅员工持股平台崧毓煌、崧恬煌、毓崧翔、毓崧祺的全套工商档案、合伙协议、合伙份额转让协议、银行流水等；
- 2、查阅员工持股平台合伙人的劳动合同、出资账户银行流水、填写的调查表及承诺函、离职合伙人签署的合伙份额转让协议及离职证明等；
- 3、查阅发行人全套工商档案、股东名册、股东会/股东大会及董事会文件、历次股权变动相关协议及款项支付凭证、历次验资报告、出具的相关承诺/声明/确认函、各直接股东及部分间接股东填写的调查表及承诺函/声明函、发行人及其控股股东和董监高报告期内的银行流水、《上海毓恬冠佳科技股份有限公司员工股权激励计划》、限制性股份授予协议及其补充协议、持股平台合伙人在发行人处的任职情况说明等；
- 4、获取发行人就报告期内股份支付与同期外部投资者入股价格和 PE、PB

倍数的对比情况，并检查计算的准确性；并通过公开渠道，查询上市公司收购同行业标的公司的可比交易案例估值情况；

5、访谈发行人管理人员及钟家鸣、张健、嘉兴隼通、嘉兴虹佳、京津冀基金，了解钟家鸣、张健、嘉兴隼通、嘉兴虹佳、京津冀基金入股的相关背景；

6、获取报告期内发行人股份支付相关股权激励计划的股东会决议、董事决议、激励方案、员工清单、与员工签署的股权激励协议等支持性文件材料，了解股权激励计划的定义与权利限制，行权安排，实施程序等内容；

7、查阅了《企业会计准则》及应用指南、《监管规则适用指引——发行类第 5 号》相关规定，分析公司员工持股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，重新计算并检查股份支付相关计量的准确性；

8、获取并查阅钟家鸣、张健的任职和投资履历，钟家鸣、张健出具的关于与毓恬冠佳不存在关联关系的确认函；

9、获取并检查发行人的员工花名册(含离职人员)，查阅主要供应商和客户的公开信息，检查钟家鸣、张健是否以其他方式或通过其他方为发行人提供服务；

10、查阅前述增资入股的相关决议、《增值扩股协议》、发行人收讫增资款项的银行回单及《企业会计准则》，检查并计算发行人对前述增资扩股的会计处理的准确性。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人股份支付相关权益工具的公允价值按照同期或近期外部投资者交易价格确定，股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果合理，相关会计处理符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定；

2、发行人对钟家鸣、张健两名自然人投资者的任职和投资履历情况披露真实、完整，钟家鸣、张健未在发行人处任职，与发行人的客户及供应商之间不

存在关联关系；本次增资入股不构成股份支付，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

问题 6、关于现金分红

申请文件显示：

(1)报告期内，发行人分别在 2020 年和 2021 年分红 1,000 万元和 5,000 万元。

(2)报告期内，发行人存在向关联方鞍山市毓恬房屋开发有限公司拆入资金的情形。2020 年，发行人向鞍山市毓恬房屋开发有限公司拆入资金 3,350.00 万元，截至 2023 年 4 月 30 日，发行人已清偿上述借款。

请发行人：

(3)说明报告期内发行人向关联方鞍山市毓恬房屋开发有限公司拆入资金的具体情况，发生时间、金额、资金用途、还款的资金来源、利率确定的依据及公允性、借款金额是否与发行人业务发展规划和资金需求匹配，并说明发行人选择向股东拆入资金的方式进行融资的原因，外部融资是否存在受限的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题(3)发表明确意见。

回复

一、发行人说明

(三)说明报告期内发行人向关联方鞍山市毓恬房屋开发有限公司拆入资金的具体情况，发生时间、金额、资金用途、还款的资金来源、利率确定的依据及公允性、借款金额是否与发行人业务发展规划和资金需求匹配，并说明发行人选择向股东拆入资金的方式进行融资的原因，外部融资是否存在受限的情形。

1、报告期内发行人向关联方鞍山市毓恬房屋开发有限公司拆入资金的具体情况，发生时间、金额、资金用途

2021 年，吉林毓恬冠佳与鞍山市毓恬房屋开发有限公司签订《借款合同》，《借款合同》约定借款金额 3,350.00 万元，借款期限自首笔借款到账日起至 2023 年 12 月 31 日止。借款利率按合同签订时人民银行同期基准利率计算，借款时间不满一年的，按实际借款天数计算；可分阶段归还本金，利息按实际借用日期付息。2021 年，借款本金 3,350.00 万元已全部到账。

吉林毓恬冠佳归还本金及利息情况：2021 年陆续归还本金 980.00 万元，2022 年陆续归还本金 1,430.00 万元，截至 2023 年 4 月 30 日，该项借款本金 3,350.00 万元及利息 137.43 万元均已全部清偿。

报告期内，该项资金拆借的发生时间、金额和计息情况具体如下：

单位：万元

年度	借入本金	归还本金	剩余本金	年利率	计提利息
2021	3,350.00	980.00	2,370.00	3.85%/3.80%	77.07
2022	2,370.00	1,430.00	940.00	3.80%/3.70%/3.65%	49.41
2023	940.00	940.00	-	3.65%	10.95

吉林毓恬冠佳向上述关联方拆借资金的主要原因为：2021 年上半年吉林毓恬冠佳基于最新客户生产预期拟扩大及优化生产而计划租用新厂房，并且后续厂房搬迁、改建、经营生产及维持需要较大资金投入，同时，公司拟在 2021 下半年内推进落实解决因公司各生产基地 PU 生产线的分布造成的远距离运输成本问题，将在 2021 年下半年于吉林毓恬冠佳逐步购建 PU 生产线，上述事项需要实施主体具备一定资金能力，吉林毓恬冠佳无土地厂房等资产可供抵押，向银行融资可能存有迟滞或一定困难，也缺乏资金灵活性，向关联方借款操作简便、借款及时、还款时间灵活，且利率不高于银行同期贷款利率，融资成本不高，故经综合考虑吉林毓恬冠佳向上述关联方拆借资金。

2、还款的资金来源

还款资金主要来源于正常经营过程中产生的经营活动现金流入。

3、利率确定的依据及公允性

前述借款合同约定借款利率为合同签订时人民银行同期基准利率，实际执行利率为 3.65%-3.85%，即利息确定的依据为中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的 1 年期贷款市场报价利率(LPR)，并随浮动调整。

因此，利率是依据全国银行间同业拆借中心公布的 1 年期贷款市场报价利率(LPR)确定，该等借款利率具备公允性。

4、借款金额是否与发行人业务发展规划和资金需求匹配

(1) 报告期内，发行人财务指标情况

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日 /2023 年 1-6 月	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度
营业收入	96,803.09	202,094.37	169,365.96	131,666.34
资产总额	231,515.43	231,361.98	203,213.92	158,508.45
流动资产	180,161.94	180,750.35	154,324.76	120,679.75
流动负债	169,105.95	176,138.22	165,764.77	131,005.76
营运资本	11,055.99	4,612.13	-11,440.01	-10,326.01

注：营运资本=流动资产-流动负债

由上表可见，报告期内发行人经营规模持续扩大，2020 年度至 2021 年度流动资产小于流动负债，营运资本为负数，经营过程中流动资金存在暂时性短缺情形，2022 年至 2023 年 6 月营运资本为正数，短期偿债能力不断提高。

(2)报告期内，吉林毓恬冠佳财务指标情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日 /2023 年 1-6 月	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度
营业收入	14,179.64	39,865.11	27,612.82	15,545.26
资产总额	40,309.91	36,387.05	29,607.24	9,283.05
流动资产	31,276.93	26,831.89	22,324.89	7,832.57
流动负债	30,610.72	28,110.19	25,009.45	8,377.51

营运资本	666.21	-1,278.30	-2,684.56	-544.93
------	--------	-----------	-----------	---------

由上表可见，2021 年起吉林毓恬冠佳生产经营规模逐步扩大，厂房搬迁、改建、PU 生产线购建、经营生产及维持需要较大资金投入。

综上所述，报告期内发行人经营规模整体呈现上升趋势，经营厂房的搬迁、改建及经营规模的扩大使得流动资金存在暂时性短缺情形，同时，公司拟在 2021 下半年内推进落实解决因公司各生产基地 PU 生产线的分布造成的远距离运输成本问题，将在 2021 年下半年于吉林毓恬冠佳逐步购建 PU 生产线，上述事项需要实施主体具备一定资金能力。吉林毓恬冠佳向银行大额融资可能存有时间迟滞或一定困难，也缺乏资金灵活性，向关联方借款操作简便、借款及时、还款时间灵活，且利率不高于银行同期贷款利率，融资成本不高，为迅速获得发展资金，避免该等迟滞或困难，故向关联方鞍山市毓恬房屋开发有限公司拆入资金缓解暂时性资金压力。2021 年发行人着力提高流动资产周转速度，逐步归还该笔借款。前述借款存在必要性，与发行人业务发展规划和资金需求相匹配。

5、发行人选择向股东拆入资金的方式进行融资的原因，外部融资是否存在受限的情形

吉林毓恬冠佳无土地厂房等资产可供抵押，向银行大额融资可能存有时间迟滞或一定困难。关联方鞍山毓恬有能力向公司提供借款，同时向鞍山毓恬借款操作简便、借款及时、还款时间灵活，且利率不高于银行同期贷款利率，融资成本不高，为迅速获得发展资金，避免该等迟滞或困难，故向关联方鞍山毓恬拆入资金缓解暂时性资金压力，不存在损害其他股东利益的情形。

发行人不存在外部融资受限的情况，发行人主要通过短期借款和质押保证金对外开立银行承兑汇票的方式进行融资，报告期各期末的对外融资具体情况如下：

单位：万元

融资方式	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
短期借款	16,000.00	24,500.00	30,300.00	27,000.00

保证金开票	15,701.00	18,312.20	9,700.00	6,573.00
长期借款	-	-	600.00	-
小计	31,701.00	42,812.20	40,600.00	33,573.00

发行人外部债权融资机构均为银行，报告期内发行人外部债权融资规模稳定，能够按时归还借款、偿付对外开立的银行承兑汇票，不存在不良信用记录，亦不存在银行提前收回贷款、未达授信额度而禁止发行人开立银行承兑汇票等对发行人收紧银根导致发行人融资受限的情形。

综上，发行人选择向股东拆入资金的方式进行融资的原因合理，不存在外部融资受限的情形。

二、中介机构核查意见

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、访谈发行人管理层，了解报告期内发行人日常运营资金状况及管理情况，识别发行人营运资金是否存在暂时性短缺的情形，分析前述资金拆借背景；
- 2、获取发行人关键性短期偿债能力指标，分析资金拆借的必要性、与发行人业务发展规模的匹配性；
- 3、查阅董事会、股东大会等相关决议及借款合同文件，重新计算并复核借款存续期内利息计量的准确性，评价利率取值的公允性；
- 4、逐笔检查本金拆入、还本付息的银行流水与账簿记录的一致性；
- 5、查阅由中国人民银行征信中心出具的发行人企业信用报告，检查发行人在报告期内是否存在逾期未清偿的信贷行为。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

报告期内发行人向关联方鞍山市毓恬房屋开发有限公司拆入资金事项的相关说明、外部融资未受限的相关分析，与申报会计师审计的申报财务报表中取得的会计资料及上述核查工作中获取的信息在所有重大方面一致。借款利率确定具有公允性，借款金额与发行人业务发展规划和资金需求相匹配，发行人选择向股东拆入资金的方式进行融资的原因具有合理性，外部融资不存在受限的情形。

问题 9、关于收入与客户

申请文件显示：

(1)报告期各期，发行人主营业务收入分别为 127,248.18 万元、168,230.11 万元、199,899.42 万元，收入快速增长。发行人收入结构发生一定变化，全景天窗收入占比持续上行，而小天窗收入占比减少。

(2)发行人客户主要为一汽集团、长安汽车、吉利汽车等国内知名整车厂，发行人对部分客户的销售收入存在一定波动；如对吉利集团销售收入整体呈现下降趋势，对一汽集团销售收入 2022 年度下降。

(3)乘用车行业存在“金九银十，买车过年”的消费规律，发行人第四季度收入占比较高，2020 年、2022 年第四季度收入占比分别为 39.99%和 35.60%。

请发行人：

(1)说明报告期各期发行人与主要整车厂客户的产量、销售情况，如存在较大波动请分析原因；收入变动与配套车型销量变动的匹配关系；结合前述情况说明发行人收入大幅增长的驱动因素、收入结构发生变化的原因，收入增长主要来源于车型终端销量的增长，还是新客户、新项目的开发。

(2)说明发行人整车厂客户的市场占有率、发行人对其供货份额比重，现有客户需求是否已接近饱和；结合报告期内及期后在手订单、项目量产、定点情况，储备研发项目情况，说明发行人与客户合作的成长性、可持续性，是否持续配套客户进行产品迭代。

(3)结合发行人所在领域的竞争情况、发行人客户选取供应商的方式或主要考虑因素等，说明发行人与客户合作的稳定性，在何种情况下客户可能终止或变更合作关系及其可能性，发行人业务稳定性与持续性是否存在重大不确定性。

(4)结合同行业可比公司收入季节分布、整车厂生产计划或销量、订单情况等说明发行人收入季节分布是否符合行业特征；结合收入确认的具体方法及收入截止性测试情况，说明发行人收入确认时点是否准确。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对客户及收入真实性的核查方法、核查比例和核查结论。

回复：

一、发行人说明

(一)说明报告期各期发行人与主要整车厂客户的产量、销售情况，如存在较大波动请分析原因；收入变动与配套车型销量变动的匹配关系；结合前述情况说明发行人收入大幅增长的驱动因素、收入结构发生变化的原因，收入增长主要来源于车型终端销量的增长，还是新客户、新项目的开发

1、说明报告期各期发行人与主要整车厂客户的产量、销售情况，如存在较大波动请分析原因

公司主要客户包括长安汽车、一汽集团、吉利汽车、广汽集团、上汽大众和上汽集团等国内知名整车厂，2020年至2023年1-6月，公司对前五大客户收入占当期主营业务收入的比例分别为88.04%、79.69%、74.21%和76.72%。公司销往主要整车厂客户的天窗产品产销量、收入匹配，变动情况和下游车型销售情况相关，具体情况如下：

单位：万台、万元

客户集团	项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
		数量/ 金额	同比 变动率	数量/ 金额	同比 变动率	数量/ 金额	同比 变动率	数量/ 金额
长安汽车	产量	31.59	31.87%	50.15	2.80%	48.78	4.83%	46.54
	销量	31.75	23.37%	53.08	7.00%	49.61	7.05%	46.34

客户集团	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
		数量/ 金额	同比 变动率	数量/ 金额	同比 变动率	数量/ 金额	同比 变动率	数量/ 金额
	收入	26,695.67	14.80%	49,287.81	18.34%	41,648.93	12.06%	37,167.80
一汽集团	产量	14.19	-7.84%	33.58	-13.85%	38.98	48.33%	26.28
	销量	13.52	-19.23%	35.88	-1.16%	36.30	39.88%	25.95
	收入	16,851.60	-21.25%	44,631.94	-3.86%	46,423.85	35.28%	34,316.45
吉利汽车	产量	7.69	-14.92%	19.75	-10.01%	21.94	-13.30%	25.31
	销量	8.14	-12.62%	20.63	2.04%	20.22	-19.23%	25.03
	收入	8,834.61	2.15%	18,970.56	10.08%	17,232.69	-20.64%	21,714.46
广汽集团	产量	15.36	110.50%	19.27	-3.57%	19.98	80.80%	11.05
	销量	12.47	71.30%	19.56	0.71%	19.42	48.68%	13.06
	收入	14,462.54	101.35%	21,140.63	9.45%	19,315.56	81.05%	10,668.79
上汽大众	产量	5.97	-12.47%	14.91	34.82%	11.06	593.49%	1.60
	销量	6.34	16.82%	15.63	59.95%	9.77	/	0.00
	收入	4,832.17	16.33%	11,947.15	56.58%	7,630.12	/	1.36
上汽集团	产量	1.96	-17.77%	3.92	-39.92%	6.53	16.74%	5.59
	销量	1.47	-55.20%	6.12	14.76%	5.33	-1.48%	5.41
	收入	1,245.26	-63.08%	5,748.08	18.43%	4,853.64	-9.14%	5,342.01

公司以客户采购需求为基础，用“以销定产”的模式，安排内部生产计划，并通过合理的库存管理策略保证安全库存，公司的产销量数据匹配充分印证了发行人“以销定产”、“合理备货”的生产制度在报告期内被有效执行。整体而言，公司对主要客户的产销量在报告期内逐年上升，部分客户部分年度有所下降主要系部分车型销量下降、部分项目 EOP（End-of-Production）所致，发行人对客户的产销量和下游客户的相关车型销量关系密切，波动原因详见本问“2、收入变动与配套车型销量变动的匹配关系”。

2、收入变动与配套车型销量变动的匹配关系

发行人处于汽车零部件一级供应商层级，汽车天窗产品与其对应的终端车型关联关系高。为保证产品质量的稳定性，整车厂通常采取单一供应商定点模式或 AB 点模式（即单个零部件由多家供应商按不同订单比例供货），发行人汽车天窗产品主要为单一供应商供货，也存在少量 AB 点模式（如主要车型中新朗逸、新宝来由发行人和伟巴斯特同时供货），因此发行人销售收入的增长

与终端车型的销量具有匹配关系。发行人报告期内主要客户的主要车型收入（主要车型收入占对应客户收入的 85%以上）变动和销量变动的匹配关系如下：

(1) 客户 A

单位：万元、万台

产品类型	车型	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
			收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量
全景天窗	车型 AX1	收入	8,693.81	-3.80%	20,837.60	97.08%	10,573.09	17.50%	8,998.11
		销量	7.11	1.45%	15.87	99.45%	7.96	22.90%	6.47
	车型 AX2	收入	2,072.64	40.72%	2,354.74	-14.63%	2,758.24	1,447.26%	178.27
		销量	1.64	43.05%	1.79	-14.19%	2.08	1,529.21%	0.13
	车型 AX3	收入	8.18	-16.27%	20.45	-99.42%	3,546.00	-6.24%	3,781.86
		销量	0.01	-16.22%	0.02	-99.42%	2.69	-0.61%	2.71
	车型 AX4	收入	1,524.83	12.33%	2,907.75	36.50%	2,130.30	129.38%	928.74
		销量	1.22	14.84%	2.21	37.15%	1.61	132.63%	0.69
	车型 AY5	收入	2,189.99	-36.60%	5,131.54	15.13%	4,456.99	-14.15%	5,191.83
		销量	1.83	-38.04%	4.26	20.50%	3.54	-5.22%	3.73
	车型 AY6	收入	5,136.75	/	4,778.49	/	-	/	-
		销量	5.52	/	5.14	/	-	/	-
小天窗	车型 AX1	收入	207.82	344.16%	55.94	-89.19%	517.46	-12.57%	591.89
		销量	0.41	345.36%	0.11	-88.74%	0.97	3.84%	0.94
	车型 AX3	收入	123.80	-75.44%	898.36	-72.45%	3,260.59	-23.79%	4,278.70
		销量	0.26	-75.44%	1.85	-72.42%	6.71	-22.62%	8.68
	车型 AX4	收入	1,075.67	-11.54%	2,433.87	-0.08%	2,435.71	-26.39%	3,308.80
		销量	2.55	-2.29%	5.17	1.09%	5.12	-23.62%	6.70
	车型 A7	收入	3,041.38	15.56%	5,404.21	7.23%	5,039.93	5.86%	4,760.95
		销量	7.27	30.69%	11.40	10.19%	10.35	7.88%	9.59

注 1：表中收入及销量为公司天窗产品的收入及销量；

注 2：车型 AY6 车型对应天窗销量集中于 2022 年下半年，故 2023 年上半年同比不具备可比性；

注 3：2021 年车型 AY5、车型 AX1 和 2023 年 1-6 月车型 AX1、车型 AX4、车型 A7 等车型因产品年降等事项使得平均单价下降，体现为销量的正向变动显著大于收入的正向变动。

报告期内，发行人对客户 A 销售天窗产品的配套车型主要为系列 AX、系列 AY 以及车型 A7，上述车型为客户 A 的主力车型，客户 A 对部分车型如车型 AX1、车型 AX4 等进行年度改款或中期改款等，以维持车型品牌的竞争力，提

升整体销量水平。车型 AX1 系列自 2022 年推出第二代以来，终端车型销量逆势上涨，同时发行人对此款车型的供货比率有所上升，故发行人对应收入增长较快，其中车型 AX1 系列小天窗产品 2021 年度销量有所上升但对应收入降低主要系产品单价下降；车型 AX3 系列于 2022 年停售部分款型，发行人对应收入下降；车型 AY6 为 2022 年新量产车型，发行人自 2022 年起有对应收入，2023 年销量增长较快。发行人天窗产品收入的变动趋势与客户 A 配套车型市场销量变动趋势保持一致。

(2) 客户 B

单位：万元、万台

产品类型	车型	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
			收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量
全景天窗	车型 BX1	收入	5,001.80	-55.26%	21,064.89	0.61%	20,936.98	27.27%	16,450.35
		销量	3.27	-53.55%	13.63	1.34%	13.45	35.96%	9.89
	车型 BX2	收入	6,101.67	263.70%	7,276.77	80.44%	4,032.82	69.52%	2,378.91
		销量	4.05	323.79%	4.70	99.97%	2.35	81.56%	1.29
	车型 BX3	收入	603.09	-70.01%	2,679.37	-60.27%	6,743.29	269.57%	1,824.65
		销量	0.40	-68.62%	1.76	-60.68%	4.47	303.59%	1.11
	车型 BY4	收入	948.65	-2.05%	1,856.59	-10.29%	2,069.50	-56.36%	4,741.77
		销量	0.66	-2.78%	1.31	-8.82%	1.43	-54.81%	3.17
	车型 BY5	收入	230.36	-47.12%	661.94	-45.18%	1,207.55	-59.02%	2,946.41
		销量	0.15	-45.68%	0.42	-44.36%	0.75	-57.39%	1.76
小天窗	车型 BX2	收入	244.78	-89.54%	3,545.59	-4.96%	3,730.51	0.07%	3,727.78
		销量	0.37	-89.02%	5.28	-7.71%	5.72	9.10%	5.25
	车型 B6	收入	2,902.13	55.63%	5,877.90	30.48%	4,504.75	/	0.37
		销量	3.60	68.32%	6.96	39.22%	5.00	/	0.00

注 1：表中收入及销量为公司天窗产品的收入及销量；

注 2：系列 BX 车型和车型 B6 等车型因产品年降等事项使得平均单价下降，体现为销量的正向变动显著大于收入的正向变动。

报告期内，发行人对客户 B 销售天窗产品的配套车型主要为系列 BX、系列 BY 以及车型 B6，其中系列 BY 车型投产时间距今较久，处于量产中后期，近三年来各车型的市场销量逐年降低，发行人对应收入有所下降。

系列 BX 和车型 B6 均有年度改款的惯例，报告期内，除车型 BX3 系列受较

高定价导致销量下降外，客户 b1 其他车型销量整体增长较快，发行人对应收入同步上升；车型 B6 为客户 b2 主力车型，发行人自 2021 年起批量供应对应车型天窗，发行人对应收入上升。2020-2022 年度各年度车型 BX2、车型 BX1、车型 B6 等旗舰车型年度销量均超过 10 万台且增速稳定，发行人天窗产品销量的变动趋势与配套车型市场销量变动趋势保持一致。2023 年上半年系列 BX 受到新能源车和同品牌汽车竞争的冲击，销量不及预期。

(3) 客户 C

单位：万元、万台

产品类型	车型	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
			收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量
全景天窗	车型 C1	收入	3,488.79	25.04%	7,254.47	47.71%	4,911.27	-32.03%	7,225.48
		销量	2.77	29.29%	5.58	51.23%	3.69	-26.27%	5.00
	车型 C2	收入	2,411.98	-8.47%	4,241.51	-6.38%	4,530.44	10.58%	4,096.80
		销量	1.95	-5.57%	3.32	-4.60%	3.48	22.43%	2.85
	车型 C3	收入	74.86	-77.84%	917.06	12.93%	812.04	-57.21%	1,897.73
		销量	0.06	-76.92%	0.72	17.15%	0.61	-52.96%	1.30
小天窗	车型 CX4	收入	417.13	-66.95%	2,240.34	17.46%	1,907.39	-55.82%	4,317.25
		销量	0.85	-66.95%	4.57	16.29%	3.93	-51.11%	8.04
	车型 CX5	收入	208.23	-66.07%	618.30	-82.26%	3,485.22	20.55%	2,891.11
		销量	0.42	-66.30%	1.26	-82.12%	7.06	31.12%	5.38

注 1：表中收入及销量为公司天窗产品的收入及销量；

注 2：2021 年发行人对客户 C 主要车型的销售因产品年降等事项使得平均单价下降，体现为销量的正向变动显著大于收入的正向变动。

报告期内，发行人对客户 C 销售天窗产品的配套车型主要为车型 C1、车型 C2、车型 C3 以及系列 CX。其中车型 C3 以及车型 CX5 投产时间距今较久，处于量产中期，故近三年来该车型的市场终端车型销量逐年降低。车型 C1、车型 C2 以及车型 CX4 均有年度改款或中期改款的惯例，报告期内上述车型终端销量存在一定波动，发行人天窗产品销量的变动趋势与配套车型市场销量变动趋势保持一致。

(4) 客户 D

单位：万元、万台

产品类型	车型	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
			收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量
全景天窗	车型 D1	收入	8,193.23	335.49%	7,741.27	15.62%	6,695.18	119.88%	3,044.94
		销量	5.99	338.48%	5.65	17.80%	4.80	103.71%	2.36
	车型 D2	收入	2,629.82	-14.98%	6,076.53	58.46%	3,834.77	/	-
		销量	1.81	-11.76%	4.06	59.81%	2.54	/	-
小天窗	车型 D3	收入	2,451.93	70.64%	3,478.48	-23.30%	4,535.15	55.96%	2,907.98
		销量	3.88	61.27%	5.65	-21.63%	7.21	70.19%	4.23
	车型 D4	收入	52.33	-92.97%	1,585.07	-10.83%	1,777.64	-45.29%	3,249.04
		销量	0.10	-92.97%	2.92	-10.96%	3.28	-40.32%	5.50

注 1：表中收入及销量为公司天窗产品的收入及销量；

注 2：2021 年车型 D3 等车型因产品年降等事项使得平均单价下降，体现为销量的正向变动显著大于收入的正向变动。

报告期内，发行人对客户 D 销售天窗产品的配套车型主要为车型 D1、车型 D2、车型 D3 以及车型 D4。上述车型中，车型 D1 和车型 D2 近三年市场终端车型销量逐年上升，车型 D1 于 2021 年推出 PLUS 款，销量增长较快，发行人对应收入增长较快；车型 D3 由于换代原因，2020 年度-2022 年度市场终端车型销量变动幅度较大，呈现先增后减的趋势，2023 年上半年客户 D 自主品牌 MPV 竞争力凸显，车型 D3 市场销量较快；车型 D4 推出较早，报告期内处于生命周期中后期，市场终端车型销量下滑，发行人对应收入下滑。综上所述，发行人天窗产品销量的变动趋势与该客户配套车型市场销量变动趋势保持一致。

(5) 客户 E

单位：万元、万台

产品类型	车型	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
			收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量
小天窗	车型 E1	收入	4,824.59	22.21%	11,686.66	59.88%	7,309.78	/	1.36
		销量	6.33	22.69%	15.29	63.13%	9.37	/	0.00

注：表中收入及销量为公司天窗产品的收入及销量。

报告期内，发行人对客户 E 销售天窗产品的配套车型主要为车型 E1，该车型为市场热门车型，报告期各年度终端车型销量均保持在 30 万辆以上。发行人自 2021 年起批量供应对应车型天窗，且供货比率不断提高，发行人对应收入上

升。

(6) 客户 F

单位：万元、万台

产品类型	车型	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
			收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量	同比变动率	收入金额/销量
全景天窗	车型 F1	收入	110.90	-72.56%	648.98	-72.50%	2,360.04	95.84%	1,205.10
		销量	0.09	-72.03%	0.50	-73.40%	1.86	101.09%	0.93
	车型 F2	收入	311.66	-83.99%	2,307.46	/	1.51	/	-
		销量	0.28	-83.16%	1.92	/	0.00	/	-
小天窗	车型 F3	收入	125.41	-60.43%	621.23	-0.73%	625.77	6.10%	589.78
		销量	0.20	-62.19%	1.05	-0.81%	1.06	6.27%	1.00
	车型 F4	收入	260.81	/	834.36	-2.19%	853.07	20.22%	709.61
		销量	0.34	/	1.08	2.69%	1.05	18.21%	0.89

注 1：表中收入及销量为公司天窗产品的收入及销量；

注 2：车型 F4 车型对应天窗销量集中于 2022 年下半年，故 2023 年上半年同比不具备可比性；

注 3：车型 F2 车型 2021 年为少量样件，数量金额较小，故未列明 2022 年变动率。

报告期内，发行人对客户 F 销售天窗产品的配套车型主要为车型 F1、车型 F2、车型 F3 以及车型 F4。上述车型中，车型 F1 报告期内市场终端车型销量变动幅度较大，自 2021 年终端市场销量激增至 6 万辆/年后，便呈下滑趋势，2022 年终端市场销量约 2 万辆，2023 年 1-6 月上述车型销量进一步下滑，和发行人收入变动趋势一致；发行人对该车型的天窗销量小于该车型终端市场销量，主要系该车型仅部分款式配备天窗，且该车型有其他天窗供应商在同时供货。

车型 F2 于 2022 年下投产，2023 年上半年销量不到 4,000 台，发行人收入同比下降；车型 F3 和车型 F4 车型 2020 年-2022 年市场终端车型销量稳定，无较大幅度波动；车型 F3 于 2023 年上半年销量较低，下半年有望通过新推出的 2023 款提升销量。综上所述，发行人天窗产品销量的变动趋势与该客户配套车型市场销量变动趋势保持一致。

3、结合前述情况说明发行人收入大幅增长的驱动因素、收入结构发生变化

的原因，收入增长主要来源于车型终端销量的增长，还是新客户、新项目的开发

(1)发行人收入大幅增长既源于车型终端销量的增长，也有新项目开发、新车型量产的贡献

公司 2020 年度至 2023 年 1-6 月主营业务收入分别为 127,248.18 万元、168,230.11 万元、199,899.42 万元和 95,921.40 万元，占营业收入比重分别为 96.64%、99.33%、98.91%和 99.09%。主营业务收入按产品类别构成情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
全景天窗	66,358.62	69.18%	135,813.29	67.94%	110,089.89	65.44%	79,905.82	62.80%
小天窗	24,172.09	25.20%	55,095.90	27.56%	52,784.49	31.38%	44,045.05	34.61%
其他	5,390.69	5.62%	8,990.23	4.50%	5,355.73	3.18%	3,297.31	2.59%
合计	95,921.40	100.00%	199,899.42	100.00%	168,230.11	100.00%	127,248.18	100.00%

2020 年度至 2022 年度，公司主营业务收入复合增长率为 25.34%，其中全景天窗销售收入复合增长率为 30.37%，小天窗销售收入复合增长率为 11.84%。2023 年 1-6 月，公司全景天窗和小天窗销售收入同比增长率分别为 16.79%和 0.80%，全景天窗作为公司主要的毛利来源，销售情况良好。

①全景天窗

报告期各期，发行人全景天窗收入增长贡献率较大的主要车型如下：

单位：万元、万台

2023 年 1-6 月			
客户集团	车型	收入金额	增长贡献率
广汽集团	Aion·S	8,193.23	66.17%
长安汽车	欧尚 Z6	5,136.89	53.85%
一汽集团	红旗 H5	6,101.67	46.38%
长城汽车	大狗二代	2,787.37	29.22%
增长贡献率合计			195.62%
2022 年度			
客户集团	车型	收入金额	增长贡献率

长安汽车	CS75 plus	20,837.60	39.90%
长安汽车	欧尚 Z6	4,778.49	18.58%
一汽集团	红旗 H5	7,276.77	12.61%
吉利汽车	缤越	7,254.47	9.11%
广汽集团	AION Y	6,076.53	8.71%
增长贡献率合计			88.91%
2021 年度			
客户集团	车型	收入金额	增长贡献率
一汽集团	红旗 H9	6,743.29	16.30%
长安福特	锐界	4,955.24	14.88%
一汽集团	红旗 HS5	20,936.98	14.86%
广汽集团	AION Y	3,834.77	12.70%
广汽集团	AION S	6,695.18	12.09%
增长贡献率合计			70.83%

注：增长贡献率=各车型销售收入增加额/全景天窗收入增加额

2021 年度，发行人全景天窗收入增长的主要驱动车型为一汽集团的红旗 H9 和红旗 HS5、广汽集团的 AION Y 和 AION S。其中，2021 年发行人对红旗 H9、红旗 HS5 和 AION S 车型的销售收入增长主要得益于下游整车销量的增长；对 AION Y 车型的销售收入增长主要来源于新项目的开发。

2022 年度，发行人全景天窗收入增长的主要驱动车型为长安汽车的 CS75 plus 和欧尚 Z6、一汽集团的红旗 H5、吉利汽车的缤越和广汽集团的 AION Y。其中，CS75 plus、红旗 H5 和 AION Y 车型，报告期内整车销量逐年上升，进而带动发行人销售收入增长；缤越车型 2022 年整车销量较上年增加较多，公司对其收入也随之提升 47.71%；欧尚 Z6 为 2022 年量产车型，作为新项目为公司贡献了 4,778.49 万元的销售收入。

2023 年 1-6 月，发行人全景天窗收入增长的主要驱动车型为广汽集团的 Aion·S、长安汽车的欧尚 Z6、一汽红旗的红旗 H5 和长城汽车的大狗二代。其中，Aion·S 凭借终端销售市场强劲的表现带动发行人销售收入增长；欧尚 Z6 作为 2022 年下半年新贡献收入的项目于 2023 年持续为发行人提供增长动力。

综上，报告期内发行人全景天窗收入增长既来源于车型终端销量的增长，

也有新项目开发、新车型量产对收入的贡献。

②小天窗

2023 年 1-6 月，发行人小天窗销售收入同比增加 192.98 万元，同比增长率为 0.80%，基本与同期持平，主要由新朗逸、逸动和新宝来等项目维持收入规模。2020-2022 年度，发行人小天窗收入增长贡献率较大的主要车型如下：

单位：万元、万台

2022 年度			
客户集团	车型	收入金额	增长贡献率
上汽大众	新朗逸	11,686.66	189.36%
上汽通用	科鲁泽	1,800.79	77.91%
现代汽车	Carens	1,967.34	70.01%
一汽集团	新宝来	5,877.90	59.41%
吉利汽车	几何 E	970.18	41.97%
增长贡献率合计			438.66%
2021 年度			
客户集团	车型	收入金额	增长贡献率
上汽大众	新朗逸	7,309.78	83.63%
一汽集团	新宝来	4,504.75	51.54%
增长贡献率合计			135.17%

注：增长贡献率=各车型销售收入增加额/小天窗收入增加额

报告期内，发行人小天窗销售收入增长主要来源于新项目的开发，主要为与上汽大众合作开展的新朗逸项目和与一汽大众合作开展的新宝来项目。上述两款车型 2021 年度和 2022 年度分别实现小天窗收入 11,814.54 万元和 17,564.56 万元，分别占发行人小天窗收入的 22.38%和 31.88%。此外，新量产的科鲁泽、Carens 和几何 E 车型也对发行人小天窗销售收入增长有所贡献。

(2)收入结构发生变化的原因

头豹研究院数据显示，2020 年度-2022 年度，中国乘用车市场全景天窗出货量占天窗出货量比例分别为 53.56%、58.15%和 61.52%，呈逐年上升态势，小天窗出货量占天窗出货量比例分别为 46.44%、41.85%和 38.48%，呈逐年下降趋势。随着经济水平的不断发展、消费者对汽车性能和舒适性要求的不断提升，全景

天窗凭借其采光良好、视野开阔等优势，市场接受度和认可度不断提高，市场占有率也随之逐年上升。报告期内发行人全景天窗和小天窗的销量结构如下：

单位：万台、元

类别	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销量	单价	销量	单价	销量	单价	销量	单价
全景天窗	51.62	1,285.53	96.51	1,407.27	74.39	1,479.97	52.30	1,527.74
小天窗	40.41	598.13	90.26	610.39	91.12	579.28	80.08	550.03

从上表可知发行人自 2022 年起全景天窗销量开始大于小天窗销量，2023 年上半年全景天窗单价较 2022 年有所下滑，主要系产品结构性差异和产品年降所致，发行人的收入结构变化符合市场变化趋势，并且由于全景天窗的毛利率显著高于小天窗，上述收入结构的调整亦符合发行人整体战略规划的方向。

(二)说明发行人整车厂客户的市场占有率、发行人对其供货份额比重，现有客户需求是否已接近饱和；结合报告期内及期后在手订单、项目量产、定点情况，储备研发项目情况，说明发行人与客户合作的成长性、可持续性，是否持续配套客户进行产品迭代

1、说明发行人整车厂客户的市场占有率、发行人对其供货份额比重，现有客户需求是否已接近饱和

2022 年度，国内汽车行业销量实现 2,686.40 万辆，同比增长 2.10%。根据各整车厂客户对外披露的 2022 年年度报告/2022 年度可持续发展报告，发行人前五大整车厂客户的 2022 年度销量具体如下：

单位：万台

整车厂客户	2022 年度销量	市场占有率	2022 年度供货份额
长安汽车	234.62	8.73%	40.32%
一汽集团	320.40	11.93%	18.11%
吉利汽车	143.30	5.33%	23.22%
广汽集团	243.38	9.06%	12.96%
上汽集团	530.30	19.74%	7.74%

其中：上汽大众	132.08	4.92%	19.09%
合计	1,472.00	54.79%	/

注 1：上述汽车销量数据为整车厂客户及下属合营企业、联营企业披露口径数据；

注 2：市场占有率=各客户 2022 年度销量/汽车工业协会汽车行业销量；

注 3：供货份额=发行人的销量/(客户年度销量*62.00%)，62.00%系头豹研究数据统计的 2022 年度汽车天窗装配率。

除上述整车厂外，发行人同北汽集团、东风集团、长城汽车和现代汽车等均维持着相对密切的合作，整体而言发行人的客户覆盖范围较广。根据头豹研究数据显示，2022 年度国内汽车天窗出货量达 1,478.10 万套(上述数据不包含汽车天幕)，发行人 2022 年度汽车天窗出货量为 186.77 万套，2022 年度汽车天窗装配率约为 62.00%。根据发行人整车厂客户披露的年度销量、发行人对其销售规模和市场整体天窗装配率测算，公司现有客户需求尚未接近饱和，公司对现有客户的潜在供货份额增长空间较大。

2、结合报告期内及期后在手订单、项目量产、定点情况，储备研发项目情况，说明发行人与客户合作的成长性、可持续性，是否持续配套客户进行产品迭代

发行人是一家具备自主研发设计能力的汽车零部件一级供应商，报告期内公司准确把握行业发展趋势，与下游整车厂客户持续配套研发，不断进行产品迭代。在项目进入量产阶段后，发行人在日常生产过程中主要依据客户的月度或周度预测信息及历史实际装车数据制定生产计划，上述预测所统计的在手订单数据对发行人保证短期内生产备货稳定性具有重要意义，但对未来业务的成长性和可持续性不具备预测能力。

发行人业务的成长性、可持续性主要体现为：(1)已量产项目生命周期内终端车型销售情况良好，发行人持续稳定供货；(2)持续配套客户进行产品迭代、获得新的定点项目。

一方面，已量产项目生命周期内终端车型销售情况良好，发行人持续稳定供货。发行人下游车型生命周期情况详见“问题 2 关于业务成长性”之“三、说明发行人天窗产品与下游具体品牌及车型的对应情况，各车型的投产时间及生命

周期，各期对应车型或品牌的销售收入及占比情况”，截至 2022 年末，发行人量产前中期车型占比较高，量产后期车型包含新朗逸、新宝来等产品生命力旺盛的旗舰车型。

另一方面，报告期内，发行人与客户合作情况良好，持续有项目定点和量产，同主要客户的定点情况如下：

(1)长安汽车

序号	车型	项目名称	定点时间	报告期内是否量产	相关研发项目是否符合进度预期
1	CS35	S101-S	2020 年	是	是
2	欧尚 Z6	B561	2021 年	是	是
3	逸达	C589(全景)	2021 年	是	是
4	CS35 PLUS	S111-ICA2	2022 年	是	是
5	逸达	C589(小)	2022 年	是	是
6	待定	CD701	2022 年	预计 2024 年 5 月量产	是

(2)一汽集团

序号	车型	项目名称	定点时间	报告期内是否量产	相关研发项目是否符合进度预期
1	新 H5	C100	2020 年	是	是
2	HS3	C001	2021 年	是	是
3	HS6	C206	2021 年	是	是
4	奔腾 T77	D511	2021 年	已于 2023 年 4 月量产	是
5	待定	MagotanB9	2021 年	预计 2024 年 1 月量产	是

(3)吉利汽车

序号	车型	项目名称	定点时间	报告期内是否量产	相关研发项目是否符合进度预期

序号	车型	项目名称	定点时间	报告期内是否量产	相关研发项目是否符合进度预期
1	星瑞	FS11	2020 年	是	是
2	精灵#1	HX11	2020 年	是	是
3	领克 09	EX11	2021 年	已于 2023 年 7 月量产	是
4	待定	SX21	2021 年	暂停	暂停
5	EX3	EX3	2021 年	是	是
6	几何 E	E225	2022 年	是	是
7	星瑞	FS11-A2	2022 年	暂停	暂停
8	领克 05	DCY11-A2	2022 年	是	是
9	嘉际 L 出口版	VX11-R1	2022 年	是	是
10	睿蓝 9	SE1A	2022 年	是	是
11	睿蓝枫叶 80VPRO	SE5A	2022 年	是	是
12	睿蓝 X3PRO	NX31	2022 年	已于 2023 年 5 月量产	是
13	睿蓝 X3PRO 出口版	NX21-J1	2022 年	是	是
14	待定	G426	2022 年	预计 2024 年 2 月量产	是
15	待定	E371	2023 年	预计 2024 年 2 月量产	是

(4) 广汽集团

序号	车型	项目名称	定点时间	报告期内是否量产	相关研发项目是否符合进度预期
1	AionY	A20	2021 年	是	是
2	M8	A88	2021 年	是	是
3	阿图柯	LE(A18-M)	2021 年	是	是
4	待定	A12-F	2021 年	暂停	暂停

5	昊铂 GT	A02	2022 年	已于 2023 年 6 月量产	是
6	昊铂 SSR	AS9	2022 年	已于 2023 年 9 月量产	是
7	待定	AH8	2023 年	预计 2024 年 3 月量产	是
8	昊铂 HT	A19	2023 年	预计 2023 年 11 月量产	是

(5)上汽大众

序号	车型	项目名称	定点时间	报告期内是否量产	相关研发项目是否符合进度预期
1	新桑塔纳	Entry NB CS	2021 年	已于 2023 年 2 月量产	是
2	帕萨特	NMS B9	2021 年	预计 2024 年 5 月量产	是

(6)上汽集团

序号	车型	项目名称	定点时间	报告期内是否量产	相关研发项目是否符合进度预期
1	MIFA	SPX1	2020 年	是	是
2	名爵 one	AS32	2020 年	是	是
3	荣威鲸	AS28	2020 年	是	是
4	五菱星云	CN202K	2020 年	已于 2023 年 10 月 量产	是
5	荣威 D7	EP39	2022 年	已于 2023 年 9 月量 产	是
6	纯电版 GL8	U558E	2023 年	暂停	暂停

发行人和主要客户的合作关系稳定，报告期内及期后均有新定点项目敲定，发行人持续配套客户进行产品迭代，相关研发项目进度符合预期。报告期内上述主要客户涉及定点项目 42 个，其中已在报告期内量产项目 23 个，2023 年量产项目(含预计)9 个，预计 2024 年量产项目 6 个，截至本反馈回复出具日公司仍然在积极围绕客户及市场需求，开拓新项目定点。目前已进入量产的项目生产周转情况良好，发行人根据客户提供的月度预测计划正常推进生产计划。综上所述，发行人的汽车天窗业务具备成长性和可持续性。

(三)结合发行人所在领域的竞争情况、发行人客户选取供应商的方式或主要考虑因素等，说明发行人与客户合作的稳定性，在何种情况下客户可能终止或变更合作关系及其可能性，发行人业务稳定性与持续性是否存在重大不确定

性

1、发行人所在领域的竞争情况

在制造业专业化分工的大趋势下，汽车零部件市场逐渐形成了金字塔式的供应配套体系。整车厂位于金字塔顶端，主导其下一级、二级、三级等多层次的供应商结构。发行人是一级汽车零部件供应商，主要产品是汽车天窗，头豹出具的《全球及中国汽车天窗行业独立市场研究》报告显示，汽车天窗行业的整体竞争情况如下：

序号	2022 年		2021 年		2020 年	
	名称	占比	名称	占比	名称	占比
1	伟巴斯特	35%	伟巴斯特	38%	伟巴斯特	41%
2	毓恬冠佳	14%	西艾科德	11%	西艾科德	13%
3	英纳法	10%	毓恬冠佳	10%	英纳法	12%
4	西艾科德	9%	英纳法	10%	毓恬冠佳	9%
5	爱信	7%	爱信	7%	爱信	7%

由上表可知，2022 年度毓恬冠佳已成为中国汽车天窗市场第二大供应商，市场占有率为 14%，也是中国天窗市场前五名供应商中唯一诞生于中国本土的汽车天窗企业。仅次于全球天窗巨头伟巴斯特，英纳法、西艾科德以及爱信分列第三位到第五位，而公司与伟巴斯特的销量差距也正在逐年缩小。

汽车天窗赛道的竞争在品牌、技术、成本、质量、客户资源等多方面展开，呈现出多元化和复杂化的竞争格局。发行人通过自身的努力，树立了良好的品牌形象，积累了足够的技术储备，有效地组织开展生产活动，为客户提供高质量的产品，和下游绝大多数整车厂建立起了合作关系。发行人自成立以来，通过对汽车天窗行业的深耕，逐渐打破了国外企业在汽车天窗行业的垄断地位，让中国企业在汽车天窗市场竞争中有了一席之地。

一方面，整车厂项目定点的获取方式和对供应商的遴选标准决定了汽车天窗零部件公司的扩张是积年累月的过程，未来较长一段时间内该赛道的竞争将依然维系在目前的头部参与者之间，发行人被新晋参与者替代的可能性较低。另一方面，报告期内，发行人市场份额逐年提高，这充分体现了发行人对其他

头部参与者的相对竞争优势。综上所述，在汽车天窗赛道，发行人与下游客户的合作将更加紧密。

2、发行人项目定点的获取方式

发行人是一级汽车零部件供应商，下游客户直接为整车厂客户，一级汽车零部件供应商进入下游整车厂客户的合格供应商名录是与整车厂客户开展合作的前提条件。整车厂根据自身的新车型项目研发计划，将各个零部件总成项目发包至合格供应商，经由供应商反馈报价后择优选取供应商定点，开展后续的配套研发。定点由公司市场营销部和整车厂对接，调研并获取整车厂新车型项目研发计划后，再匹配公司已有自研平台，形成新应用研发项目。

3、发行人客户对供应商的遴选标准和方式

整车厂客户会从业务成熟度、生产组织能力、质量控制水平等多个维度考核潜在供应商，通过考核后方可进入合格供应商名录。在项目定点时，发行人客户在确认供应商有能力完成相应零部件的协同开发且能保证生产供应安全后，结合供应商的报价水平、质量控制情况等维度，确定供应商定点。如果双方前期有合作项目且合作情况良好，上述沟通会更加充分，更加有利于获取新项目定点。

4、发行人与主要客户合作稳定

报告期内，公司与多数整车厂客户合作稳定，配套了多个主力车型，主要客户开始合作时间如下：

客户集团	开始合作的时间	开始合作的车型	是否中断合作
长安汽车	2009 年	悦翔	否
一汽集团	2006 年	奔腾 B50	否
广汽集团	2015 年	GS4	否
吉利汽车	2006 年	金刚	否
上汽大众	2016 年	Lavida NF	否

上汽集团	2016 年	荣威 360	否
------	--------	--------	---

由于汽车零部件行业存在认证周期长、认证过程严格的特点，一般客户不会轻易终止或变更合作关系，但若产品出现严重质量问题，或者无法持续满足客户在产品研发创新、生产工艺优化等方面的要求，存在客户终止或变更合作关系的可能性。公司与长安汽车、一汽集团、吉利汽车等知名整车厂已合作超过 10 年，形成了较为稳固的长期合作关系。报告期内，公司未出现由主要客户提出终止合作关系的情形，发行人业务稳定性与持续性不存在重大不确定性。

(四)结合同行业可比公司收入季节分布、整车厂生产计划或销量、订单情况等说明发行人收入季节分布是否符合行业特征；结合收入确认的具体方法及收入截止性测试情况，说明发行人收入确认时点是否准确

1、结合同行业可比公司收入季节分布、整车厂生产计划或销量、订单情况等说明发行人收入季节分布是否符合行业特征

报告期内，发行人与同行业可比公司的季度收入对比情况如下：

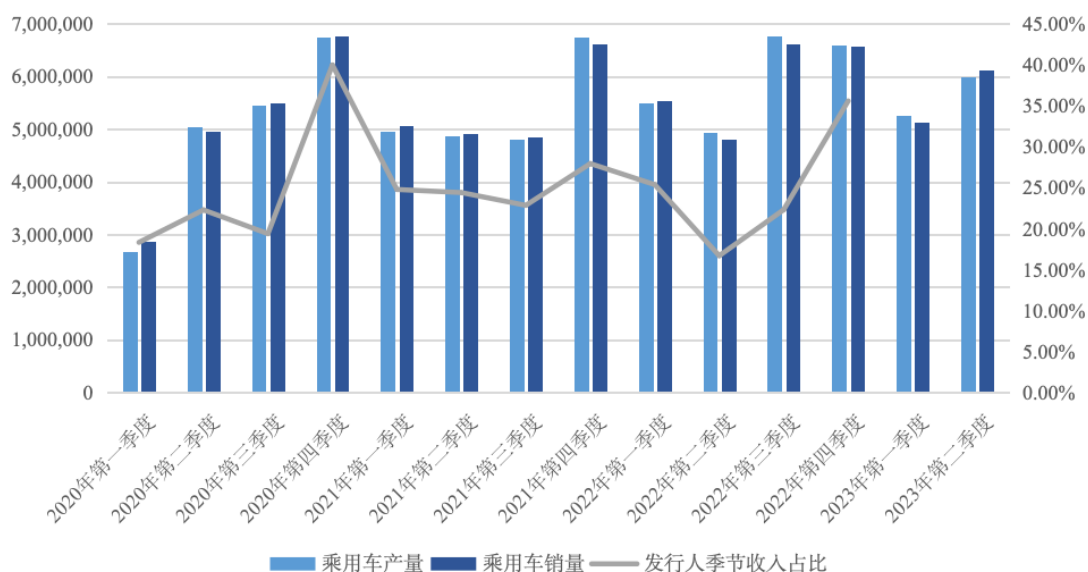
年度	公司	第一季度 占比	第二季度 占比	第三季度 占比	第四季度 占比
2023 年 1-6 月	新泉股份	46.91%	53.09%	/	/
	星宇股份	43.45%	56.55%	/	/
	继峰股份	48.97%	51.03%	/	/
	天成自控	44.36%	55.64%	/	/
	金钟股份	48.53%	51.47%	/	/
	平均值	46.44%	53.56%	/	/
	发行人	42.05%	57.95%	/	/
2022 年度	新泉股份	21.45%	19.05%	27.46%	32.04%
	星宇股份	25.85%	19.23%	27.23%	27.69%
	继峰股份	23.40%	23.54%	25.61%	27.45%
	天成自控	30.31%	22.33%	25.70%	21.66%

	金钟股份	21.72%	22.69%	26.35%	29.23%
	平均值	24.55%	21.37%	26.47%	27.61%
	发行人	25.38%	16.70%	22.32%	35.60%
2021 年度	新泉股份	24.24%	24.80%	21.73%	29.24%
	星宇股份	24.16%	25.80%	21.58%	28.46%
	继峰股份	26.93%	24.90%	22.46%	25.70%
	天成自控	21.95%	26.52%	24.22%	27.31%
	金钟股份	22.17%	20.99%	24.71%	32.12%
	平均值	23.89%	24.60%	22.94%	28.57%
	发行人	24.79%	24.41%	22.85%	27.95%
2020 年度	新泉股份	18.03%	24.45%	27.14%	30.38%
	星宇股份	17.18%	22.13%	25.54%	35.15%
	继峰股份	25.16%	17.24%	27.48%	30.12%
	天成自控	18.54%	26.91%	23.65%	30.90%
	金钟股份	19.68%	17.70%	26.94%	35.68%
	平均值	19.72%	21.69%	26.15%	32.45%
	发行人	18.33%	22.29%	19.39%	39.99%

注：2023 年 1-6 月占比较高，主要系未年化处理。

由上表可知，发行人和同行业可比上市公司的收入季节性分布特征差异较小，发行人与同行业上市公司的各季度收入占比因客户结构和区域分布的原因存在一定差异，主要体现在 2022 年第二季度。因市场因素影响，2022 年第二季度以上海地区为主的整车厂产量下降，发行人在这些地区的产量下降、销售收入下降。2023 年第二季度，汽车产业下游消费复苏拉动整个产业链收入增长，发行人及发行人同行业公司第二季度收入占比提升。

报告期内，发行人季度收入占比同下游整车厂乘用车产销量匹配情况如下：



数据来源：Wind

如上图所示，报告期内发行人和下游整车厂乘用车产销量趋势基本一致。公司主要销售的天窗产品，以乘用车装配为主，国内乘用车市场存在明显的季节性消费特征，“金九银十，买车过年”是切实存在的消费规律。因此，考虑到行业周期，公司第四季度收入占比较高，符合乘用车行业特征。

综上所述，发行人收入季节分布较同行业可比上市公司不存在较大差异，整体符合行业特征。

2、结合收入确认的具体方法及收入截止性测试情况，说明发行人收入确认时点是否准确

(1)收入确认的具体方法

发行人收入确认的具体方法如下：

①内销产品的销售收入确认

本公司内销产品以客户收到产品并签收或者以客户向本公司提供经双方确认的领用结算单作为产品销售收入确认时点，确认收入。产品交付后，客户具有自行使用产品的权利并承担该产品可能发生价格波动或毁损的风险。

②外销产品的销售收入确认

本公司外销的产品按照订单条款规定，由本公司完成海关报关时确认收入。客户具有自行使用产品的权利并承担该产品可能发生价格波动或毁损的风险。

(2)收入截止性测试情况

①申报会计师查阅了所有尚在使用的整车厂客户供应链管理系统，查询结算单开具情况，未发现应确认未确认结算单，具体覆盖范围如下：

单位：万元

2023年1-6月			
覆盖开票主体数量(个)	样本覆盖6月份收入金额	总体6月份收入金额	覆盖比例
82	21,660.81	26,037.24	83.19%
2022年度			
覆盖开票主体数量(个)	样本覆盖12月份收入金额	总体12月份收入金额	覆盖比例
81	23,371.67	24,464.80	95.53%

注：整车厂客户供应链系统信息有时效性，上述信息查阅时间为各报告期最后一天。

②申报会计师抽取报告期各资产负债表日前后销售收入凭证，查验凭证后附双方确认的结算单、发票是否完整，确认是否存在跨期确认收入的情况，经核查发行人收入确认时点准确，未发现收入跨期情形。报告期内，申报会计师对发行人进行的收入截止性测试金额比例如下：

单位：万元

资产负债表日前1个月截止测试情况					
项目	2023半年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
总体金额	26,037.24	24,464.80	20,835.50	18,572.61	9,383.12
样本金额	22,617.32	19,456.00	16,963.50	14,209.42	8,803.98
样本金额占比	86.87%	79.53%	81.42%	76.51%	93.83%
是否存在跨期	否	否	否	否	否
资产负债表日后1个月截止测试情况					
项目	2023半年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
总体金额	21,105.93	11,542.75	14,936.32	16,858.46	13,158.42
样本金额	19,066.46	10,596.05	12,375.58	14,114.99	10,632.61
样本金额占比	90.34%	91.80%	82.86%	83.73%	80.80%
是否存在跨期	否	否	否	否	否

注：2019年12月、2023年7月收入为未审数

二、中介机构核查意见

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人收入成本表，分析各类产品的销售价格、销量、收入变动的原因及合理性；查阅中国汽车工业协会关于汽车产销情况、相关网站主要销售车型的销量，发行人客户公开披露经营业绩，分析是否与收入变动相匹配；

2、访谈发行人销售部人员，了解发行人主要产品对应终端整车厂的具体车型，主要车型的投产时间及其生命周期；获取发行人收入成本表将其与车型或品牌相对应，分析各类产品和服务的销量及收入波动是否与主要客户对应车型车辆终端产销量相匹配；

3、获取并查阅了主要客户年度报告、研究报告等公开披露文件，了解其经营业绩、市场占有率等情况；获取发行人收入成本表，了解发行人对主要客户的供货份额，分析客户需求是否饱和；

4、获取发行人定点项目档案以及客户需求预计明细，分析发行人定点项目情况以及期后业绩变动情况；访谈发行人核心技术人员以及市场营销部负责人，结合发行人定点项目获取情况，新项目研发情况，论证发行人与客户合作的成长性及可持续性；

5、访谈发行人的销售人员了解发行人项目定点的获取方式，发行人客户选取供应商方式与遴选流程，了解发行人所在领域的行业特点、竞争格局；通过网络查询行业下游信息、行业市场竞争格局等信息，分析发行人在行业中的地位及竞争优势；分析发行人的客户构成情况及新增、存续、退出情况，分析发行人的收入是否具有稳定性和持续性；

6、核查发行人收入成本明细表，查询并分析发行人报告期内收入季节性分布情况，结合同行业可比公司收入季节性波动情况、公司自身实际经营情况，对公司收入季节性波动执行分析性程序；

7、分析公司收入确认时点并对发行人报告期内的销售收入执行了截止性测

试，核查第四季度确认收入的销售订单平均销售周期是否存在异常；

8、除上述程序外，申报会计师对客户及收入真实性的其他核查方法、核查比例和核查结论为：

(1)对主要客户进行实地走访并填写问卷，核查客户及收入的真实性：

①走访问卷的主要内容

包括但不限于：1)客户的基本信息；2)客户和发行人的合作模式；3)是否存在关联关系；4)发行人提供产品的价格情况；5)发行人提供产品的规范性；6)客户和发行人的结算方式；7)违约、诉讼和产品质量纠纷情况。

②走访结果

报告期内客户走访情况，包括走访数量、覆盖营业收入金额以及相应占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入①	96,803.09	202,094.37	169,365.96	131,666.34
客户集团数量合计②	33	35	34	27
走访客户集团数量③	18	19	18	18
走访客户集团数量占比③/②	54.55%	54.29%	52.94%	66.67%
走访客户集团的收入金额④	89,009.84	176,075.07	153,793.02	121,332.68
走访金额占比④/①	91.95%	87.13%	90.81%	92.15%

由上表可知，报告期内，走访客户对应的收入金额占营业收入的比例分别为 92.15%、90.81%、87.13%和 91.95%，覆盖比例较高。

(2)针对营业收入与应收账款执行函证程序

①函证样本选取方法

总量控制并考虑单笔金额是否超过重要性水平的原则相结合进行样本的选取，发函的收入金额占收入总额的比例达到 85%以上。针对客户未回函及回函不符的情况，已执行替代性程序取得公司原始单据进行核查。

②函证情况

单位：万元

函证内容	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
营业收入发生额	营业收入①	96,803.09	202,094.37	169,365.96	131,666.34
	发函金额②	93,587.95	180,385.34	154,450.68	120,133.46
	发函比例②/①	96.68%	89.26%	91.19%	91.24%
	回函可确认金额③	86,623.58	175,313.50	150,326.52	116,901.69
	回函比例③/②	92.56%	97.19%	97.33%	97.31%
	回函可确认金额占比③/①	89.48%	86.75%	88.76%	88.79%
应收账款余额	应收账款余额①	53,146.66	59,075.77	42,905.15	42,109.75
	发函金额②	50,398.38	53,825.60	41,671.75	39,152.22
	发函比例②/①	94.83%	91.11%	97.13%	92.98%
	回函可确认金额③	46,382.41	52,766.99	40,487.65	38,123.28
	回函比例③/②	92.03%	98.03%	97.16%	97.37%
	回函可确认金额占比③/①	87.27%	89.32%	94.37%	90.53%

由上表可知，针对报告期各期营业收入发生额的发函比例分别为 91.24%、91.19%、89.26%及 96.68%，回函确认比例分别为 88.79%、88.76%、86.75%及 89.48%；针对报告期各期末应收账款余额的发函比例分别为 92.98%、97.13%、91.11%及 94.83%，回函确认比例分别为 90.53%、94.37%、89.32%及 87.27%。回函确认比例较高。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期各期，发行人产销情况匹配，作为汽车零部件一级供应商，汽车天窗产品与其对应的终端车型关联关系高，收入变动与配套车型销量变动匹配。发行人收入大幅增长既源于车型终端销量的增长，也有新项目开发、新车型量产的贡献；发行人收入结构变化符合市场变化趋势。

2、发行人客户覆盖范围较广，发行人客户市场占有率较高，但经测算发行人对客户的供货份额仍有提升空间，现有客户需求未接近饱和。报告期内，发

行人和主要客户的合作关系稳定，报告期内持续配套客户进行产品迭代，相关研发项目进度符合预期，发行人的汽车天窗业务具备成长性和可持续性。

3、由于汽车零部件行业存在认证周期长、认证过程严格的特点，一般客户不会轻易终止或变更合作关系，但若产品出现严重质量问题，或者无法持续满足客户在产品研发创新、生产工艺优化等方面的要求，存在客户终止或变更合作关系的可能性。公司与长安汽车、一汽集团、吉利汽车等知名整车厂已合作超过 10 年，形成了较为稳固的长期合作关系，发行人业务稳定性与持续性不存在重大不确定性。

4、发行人与同行业可比公司的收入季节性分布特征差异较小，和下游整车厂乘用车销量基本一致，收入季节分布符合行业特征。根据收入确认的具体方法和申报会计师的收入截止性测试情况，发行人收入确认时点准确。

问题 10、关于采购与供应商

申请文件显示：

(1)发行人在生产时所需的主要原材料为导轨、电机、玻璃和 ECU 等。报告期各期，发行人导轨的采购数量分别为 193.45 万件、301.72 万件和 275.55 万件，与生产经营规模扩大的变动趋势存在一定差异。

(2)公开资料显示，玻璃、金属价格报告期内存在较大波动，但报告期各期，发行人各类原材料采购价格整体较为稳定；发行人称 2021 年谈判过程中下游客户未同意公司涨价需求，2021 年底铝锭、玻璃市场价格逐步下降回到理性价格区间，因此回绝了供应商涨价的需求。

(3)发行人采用多元化的供应商采购模式，确保供应商体系的安全运行。部分客户指定供应商时，根据其限定范围筛选合格供应商。

(4)发行人主要供应商中存在部分供应商如昆山莲雄汽车零部件有限公司、昆山广雄五金科技有限公司、浙江精通自动控制技术有限公司、宁波世辰汽车零部件有限公司成立当年或次年即与发行人合作。部分企业成立后即与发行人合

作原因为原主体不便与发行人直接合作。

请发行人：

(1)说明经营规模扩大背景下，2022 年导轨采购量下降的原因及合理性；发行人产品总体单耗是否存在异常，报告期各期原材料、能源的采购量、耗用量与销量的匹配情况。

(2)说明各类主材定价机制、构成(如导轨、玻璃件采购中直接材料、工费占比)，是否为大宗商品或价格透明商品，结合原材料采购价格与上游原料价格、市场价格、不同供应商报价的比较情况说明原材料采购价格的公允性；发行人采购价格较为稳定的原因及合理性，供应商是否向发行人利益输送，是否符合行业特征。

(3)结合不同原材料类别的供应商集中度、技术难度和市场竞争程度，说明发行人是否在个别领域存在供应商依赖；对于多元化的供应商采购模式，发行人关于产品质量一致性、稳定性的控制措施及有效性；客户指定采购的具体内容，会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

(4)说明主要供应商的基本情况，包括注册时间、经营规模、合作历史、与发行人关联关系，昆山莲雄、昆山广雄、成都联雄、江西莲雄是否系同一控制下企业，如是请合并披露；对于成立后即与发行人合作、或主要向发行人销售或服务的供应商，说明其合作背景、采购价格公允性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对供应商及采购真实性、公允性的核查方法、核查比例和核查结论。

回复：

一、发行人说明

(一)说明经营规模扩大背景下，2022 年导轨采购量下降的原因及合理性；发行人产品总体单耗是否存在异常，报告期各期原材料、能源的采购量、耗用量与销量的匹配情况

1、说明经营规模扩大背景下，2022 年导轨采购量下降的原因及合理性

报告期内，发行人存在自行采购导轨型材，加工并委外氧化后制成导轨总成的情形。报告期内，发行人导轨总成采购情况，具体如下：

单位：万 PCS、万台、PCS/台

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
导轨总成采购量	212.40	384.09	358.60	260.15
产品产量	107.22	188.13	176.66	133.03
单台采购量	1.98	2.04	2.03	1.96

由上表可知，报告期内发行人导轨总成采购数量和发行人逐年扩张的经营规模相匹配。

2、发行人产品总体单耗是否存在异常，报告期各期原材料、能源的采购量、耗用量与销量的匹配情况

(1)原材料单耗情况正常，采购量和产量匹配，即与销量情况匹配

报告期内，发行人各期原材料总体单耗不存在异常情况，天窗产品主要原材料采购量、耗用量和产量的匹配情况如下：

单位：PCS/台

原材料名称	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	备注
导轨总成	单台采购量	1.98	2.04	2.03	1.96	基本匹配
	理论单耗	2.01	2.04	2.02	2.03	
	实际单耗	2.02	2.05	2.03	2.03	
电机本体	单台采购量	1.32	1.49	1.32	1.32	电机本体和 ECU 组装为电机总成，后续天窗生产直接领用电机总成，故当期采购量和耗用量较理论单耗存在差异
	理论单耗	1.49	1.40	1.40	1.40	
	实际单耗	1.50	1.45	1.41	1.34	
玻璃	单台采购量	1.43	1.46	1.46	1.41	基本匹配，实际单耗略高于理论单耗，主要系玻璃材质使得其整体在生产过程中存在一定报废率所致
	理论单耗	1.49	1.43	1.41	1.41	
	实际单耗	1.50	1.47	1.45	1.44	
ECU	单台采购量	1.32	1.38	1.33	1.31	电机本体和 ECU 组装为电机总成，后续天窗
	理论单耗	1.27	1.27	1.37	1.35	

	实际单耗	1.28	1.32	1.37	1.32	生产直接领用电机总成，故当期采购量和耗用量较理论单耗存在差异
玻璃骨架	单台采购量	4.49	4.41	4.08	4.02	基本匹配，实际单耗略高于理论单耗，主要系玻璃材质使得其整体在生产过程中存在一定报废率所致
	理论单耗	4.47	4.29	3.91	3.84	
	实际单耗	4.50	4.37	4.02	3.95	
前后梁总成	单台采购量	1.32	1.27	1.19	0.97	存在发行人自产的前后梁总成，故采购量和耗用量存在差异
	理论单耗	1.62	1.56	1.47	1.46	
	实际单耗	1.63	1.58	1.50	1.46	
密封条	单台采购量	2.27	2.47	2.42	2.00	部分密封条直接配套销售，不在生产 BOM 里，故采购量高于单耗量
	理论单耗	1.97	2.14	2.04	1.58	
	实际单耗	1.97	2.18	2.13	1.63	
机械组	单台采购量	1.75	1.59	1.60	1.61	基本匹配
	理论单耗	1.71	1.55	1.57	1.60	
	实际单耗	1.71	1.56	1.57	1.60	

注：1、单台采购量=采购量/产量；2、理论单耗为以产量为权数的 BOM 表计算结果；3、实际单耗为平均每天天窗实际生产相关出库原材料数量

①导轨总成的单台采购量、理论单耗、实际单耗基本匹配，2020 年度和 2023 年 1-6 月单台采购量略低于单耗主要系库存影响及采购入库时间和领用消耗存在时间差所致；

②电机本体和 ECU 通过组装的方式成为电机总成，为天窗总成装配的前置工序，组装过程中，电机本体和 ECU 即领用消耗，而电机总成会存在一定库存量，因此报告期内的单台采购量和实际耗用量会根据电机总成的周转情况和理论耗用量存在期间性差异。其中 2020 年电机本体和 ECU 实际单耗均低于理论单耗，主要系库存电机总成消耗所致；2022 年电机本体和 ECU 的实际单耗略高于理论单耗，且单台采购量较高，主要系发行人 2022 年为避免上游车用芯片短缺对公司生产稳定性的影响，提高了电机总成的安全库存量所致；2023 年 1-6 月电机本体理论单耗略有上升及 2022 年 ECU 理论单耗略有下降，主要系理论单耗加权计算方式而产生的不同年份之间产品产量结构性差异所致；

③玻璃和玻璃骨架的实际单耗略高于理论单耗，主要系玻璃材质使得其整体在生产过程中存在一定报废率所致；玻璃骨架 2022 年和 2023 年 1-6 月的单耗

提升主要系发行人全景天窗销量占比提升；

④前后梁总成单台采购量报告期内均低于单耗数据，主要系发行人自产部分前后梁总成；

⑤密封条单台采购量高于单耗数据，主要系存在基于客户总成需求，作为存货直接配套销售给客户的部分，不在生产成本中体现；玻璃分总成的生产亦需要使用密封条，因其存在一定的报废率，使得密封条实际单耗略高于理论单耗；单台产品耗用密封条数量视具体产品而定，一般而言全景天窗的密封条单耗高于小天窗、结构复杂的产品密封条高于结构简单的产品，因此发行人报告期内密封条单耗随产品销量结构变化而变化；

⑥机械组的单台采购量、理论单耗、实际单耗基本匹配，2022 年单台采购量略高于单耗主要系库存影响及采购入库时间和领用消耗存在时间差所致。单台产品耗用机械组数量视具体产品而定，发行人报告期内机械组单耗随产品销量结构变化而变化。

综上所述，发行人各期原材料总体单耗不存在异常情况，采购量、耗用量和产量匹配，即与销量情况匹配。

(2)能源采购量、耗用量和产品产量相匹配，即与销量情况匹配

报告期内，发行人生产耗用的能源主要为电力，发行人各期能源采购量、耗用量和产量的匹配情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
产品产量（万台）	107.22	188.13	176.66	133.03
电力采购量（万度）	721.03	1,393.59	1,049.22	739.08
单位耗用电量（度/台）	6.72	7.41	5.94	5.56

由上表可知，发行人整体能源采购量、耗用量和产量匹配，即与销量情况匹配。2022 年度和 2023 年 1-6 月单位耗用电量相较 2021 年度有所上升，主要系发行人新增 PU 产线所致。PU 产线涉及玻璃分总成生产的相关工艺，不直接影响产品产量。

(二)说明各类主材定价机制、构成(如导轨、玻璃件采购中直接材料、工费占比)，是否为大宗商品或价格透明商品，结合原材料采购价格与上游原料价格、市场价格、不同供应商报价的比较情况说明原材料采购价格的公允性；发行人采购价格较为稳定的原因及合理性，供应商是否向发行人利益输送，是否符合行业特征

1、说明各类主材定价机制、构成(如导轨、玻璃件采购中直接材料、工费占比)，是否为大宗商品或价格透明商品，结合原材料采购价格与上游原料价格、市场价格、不同供应商报价的比较情况说明原材料采购价格的公允性；

(1) 发行人各类主材以成本加成定价为主，定制件不具备公开透明价格

报告期内，发行人和供应商的各类主材定价机制基本一致，基本为成本加成定价法。具体流程为：① 启动定点。发行人在合格供应商清单内初选潜在供应商；② 潜在供应商评估。发行人采购部组织技术中心、质量部、技术中心（项目管理部）等部门邀请潜在供应商进行评估会议；③ 供应商报价。采购工程师向通过评估会议的供应商释放报价信息，供应商报价；④ 供应商定点。根据项目成本评估，综合考虑质量、效率、供货稳定性等因素后，确定定点供应商。

在具体报价过程中，了解材料成本的构成是采购项目负责人进行采购成本管控的有效手段，部分原材料供应商在报价时会以成本构成报价，部分报价成本结构数据如下：

项目	原材料占比	加工费占比	其他
导轨	65-70%	15-20%	15%
玻璃	根据不同透光率、厚度等要素按面积报价		
ECU、电机	根据不同项目报价		
玻璃骨架	65-70%	15-20%	15%
前后梁	65-70%	16%	16-19%
密封条	55-60%	20-25%	15-25%

注：根据主要供应商提供的报价单统计

上述成本构成数据为供应商根据项目报价时的参考信息，发行人的直接原

材料均非大宗商品或价格透明商品，定制化程度较高。发行人和供应商在定价时已经锁定了原材料的采购单价，除年度调价外基本不因外部因素修改采购单价，故发行人采购价格和最上游的大宗商品价格短期波动相关性较弱。

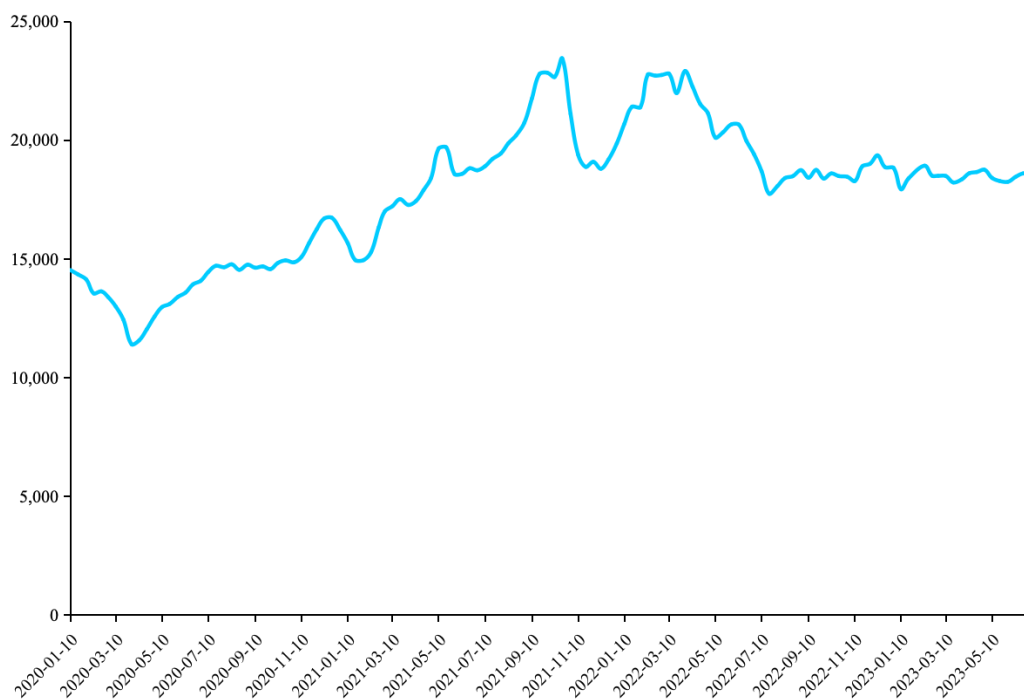
综上所述，发行人各类主材的定价机制使得发行人采购价格和最上游的大宗商品价格短期波动相关性较弱，且发行人采购的主要原材料均存在一定程度的定制化，并非大宗商品或价格透明商品。

(2) 结合上游原料价格说明原材料采购价格的公允性

① 铝锭与玻璃大宗价格 2021 年内呈现快速上升并回落的趋势

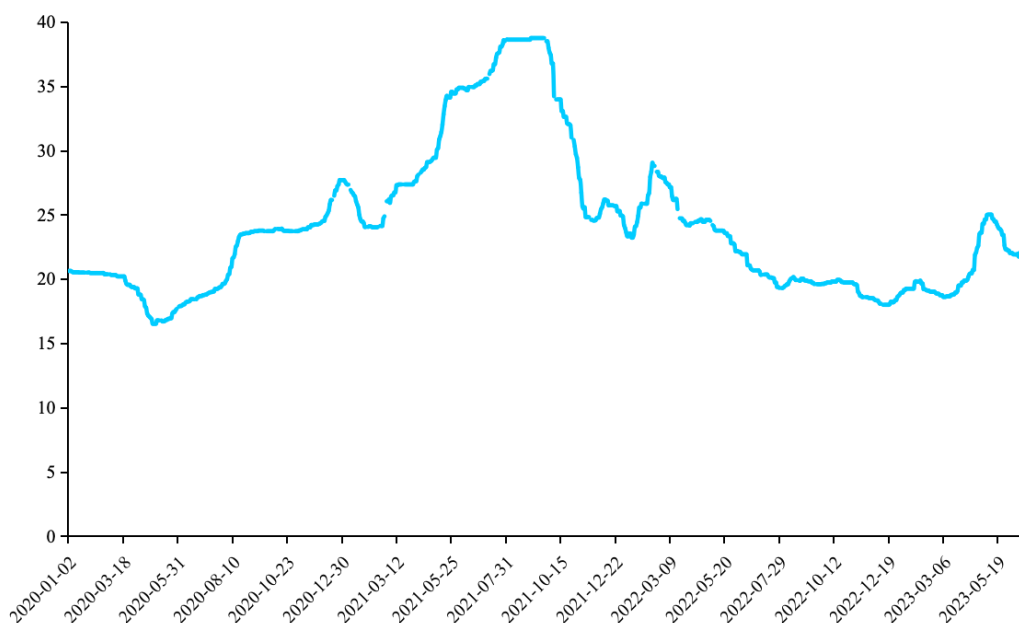
报告期内，上游原料价格对发行人原材料采购价格的影响是间接性的，主要相关的大宗原料为和导轨相关的铝锭的价格以及和玻璃总成相关的玻璃的价格，相关原料价格在报告期内的变动具体如下：

1) 铝锭价格



数据来源：WIND：中国:市场价:铝锭:A00:全国，元/吨

2) 玻璃价格



数据来源：同花顺：现货价：玻璃，元/平方米

②发行人相关原材料采购均价和大宗商品均价趋势一致

单位：元/吨、元/件、元/平方米

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	均价	同比变动率	均价	变动率	均价	变动率	均价
铝锭（大宗）	18,467.11	-13.78%	20,000.97	5.54%	18,951.12	33.60%	14,185.48
导轨总成	48.54	-1.85%	49.46	5.91%	46.70	7.73%	43.35
玻璃（大宗）	20.87	-14.84%	21.87	-29.61%	31.07	46.97%	21.14
玻璃	44.18	-10.67%	46.58	-8.47%	50.89	2.48%	49.66

由上述图表可知，2021 年度铝锭和玻璃市场均出现较大波动，年中价格上升较快，年末又有所回落，发行人相关原材料采购均价和大宗商品均价趋势一致，但变动幅度小于上游大宗原料，其主要原因为：1）由于发行人和供应商的合作以项目制为生命周期，期间上游原料价格的波动主要由供应商承担，尽管存在年度调价机制，但根据行业惯例，由于供应商在报价时便留有一定的利润安全垫以承受其上游大宗原材料的价格波动，故具体项目的产品单价确定后一般不会向上修正；2）2021 年度，在供应商与发行人进行较长时间价格磋商后，年末上游原料价格已回落至正常水平。因此，整体而言发行人未就导轨、玻璃等原材料大规模和供应商签订涨价协议，仅部分物料小幅涨价；3）发行人的原

材料成本含上游供应商的非大宗原料成本。

③发行人与上游供应商的商业模式符合行业惯例

根据海达股份（300320）公开披露信息，公司铝制产品的销售模式为直销，工业用挤压材产品为批量定制化产品，下游客户主要为汽车天窗导轨厂商等汽车零部件厂商。该公司 2021 年铝制产品的毛利率下降，解释原因为“2021 年铝制产品的毛利率为 9.07%，较 2020 年的 13.38%减少 4.11%，主要因为公司与客户签订具体的产品订单后，一般无法变更产品售价。2021 年，铝锭价格持续上涨，自签署订单至实际采购铝锭期间的原材料价格涨幅实际由公司承担，造成毛利率下降”。结合上述案例可知，发行人和供应商签订合同、协议的商业模式符合行业惯例。（信息来源：2022 年 4 月 20 日披露的《江阴海达橡塑股份有限公司关于对深圳证券交易所《年报问询函》的答复》）。

综上所述，发行人和供应商的定价机制使得发行人采购价格和上游的大宗商品价格短期波动相关性较弱，在上游原料价格上涨的背景下，发行人相关原材料价格未受到较大影响具备合理性；上游原料短期波动的价格对发行人原材料采购价格的公允性参考意义较小。

(3) 结合原材料市场价格、不同供应商报价的比较情况说明原材料采购价格的公允性

①发行人完善的供应商体系从制度上保证采购价格的公允性

发行人的原材料多以定制件为主，发行人自成立以来围绕成本优化和质量控制两个维度不断丰富各个零部件的供应商体系。报告期内，发行人基于供应商定点遴选制度的实施，同供应商的合作体现出 4 点特征：1)发行人大类原材料一般拥有多家合作供应商；2)发行人单一项目对应单一型号原材料考虑经济效益一般会选择一个由一家供应商供货；3)基于成本优化和质量控制的考虑，部分同一型号的原材料存在由多家供应商供货的情形；4)发行人供应商合格供应商名录进退机制完善，同一项目亦存在新旧供应商替换的情形。

② 主要原材料中同一型号具备多家供应商的采购，具备公允性

报告期各期，发行人原材料定制化程度较高，供应商需根据发行人提供的

零部件设计结构参数及要求开模和生产，因此不具备透明的市场价格。不同供应商对同一型号原材料的量产销售价格对发行人采购价格的公允性具备重要参考意义。报告期内，发行人不同供应商报价的比较情况如下：

1) 导轨总成

报告期内，发行人主要导轨供应商采购价格比较情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
供应商 A	54.01	59.98	62.57	72.21
供应商 B	65.60	66.76	68.99	70.78
供应商 C	57.86	64.61	71.77	76.41

注：发行人向上述供应商采购导轨总成金额占同类产品的比例分别为 59.19%、60.60%、69.26%和 74.40%。

报告期内，发行人向主要导轨供应商采购导轨总成的平均价格存在一定差异，但差异较小，主要原因是发行人向各供应商采购的导轨型号不同，不同型号导轨的设计生产难度各有差异，采购价格相应有所差异。

报告期内，发行人存在同一型号的导轨总成由多家供应商供货的情形，不同供应商之间报价差异较小，下列抽取的型号对应当期的采购金额占各报告期导轨采购金额比例分别为 24.43%、48.04%、35.62%和 16.63%，具体比价情况如下：

单位：元

2023 年 1-6 月			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 D	14.14	无显著差异
	供应商 E	16.34	
型号 2	供应商 B	73.00	无显著差异
	供应商 C	77.60	
型号 3	供应商 F	81.00	无显著差异
	供应商 G	83.66	
型号 4	供应商 F	81.00	无显著差异
	供应商 G	83.66	
型号 5	供应商 G	60.30	无显著差异

	供应商 H	68.86	
型号 6	供应商 G	60.30	无显著差异
	供应商 H	68.86	
型号 7	供应商 I	101.19	无显著差异
	供应商 H	101.19	
型号 8	供应商 I	101.19	无显著差异
	供应商 H	101.19	
型号 9	供应商 F	71.50	无显著差异
	供应商 J	71.50	
型号 10	供应商 F	71.50	无显著差异
	供应商 J	71.50	
型号 11	供应商 K	28.30	无显著差异
	供应商 J	28.30	
型号 12	供应商 K	28.30	无显著差异
	供应商 J	28.30	
型号 13	供应商 L	73.00	无显著差异
	供应商 B	73.00	
型号 14	供应商 L	73.00	无显著差异
	供应商 B	73.00	
2022 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 B	73.00	无显著差异
	供应商 L	73.00	
型号 2	供应商 B	73.00	无显著差异
	供应商 L	73.00	
型号 3	供应商 C	71.50	发行人 2022 年度向供应商 M 采购型号 3、4 的导轨主要集中在上半年，后出于降本增效考虑开发了供应商 C，替换原有供应商
	供应商 M	84.73	
型号 4	供应商 C	71.50	
	供应商 M	84.73	
型号 5	供应商 M	60.30	发行人向供应商 I 仅于 2022 年上半年有采购，后续该供应商停用
	供应商 I	70.99	
型号 6	供应商 M	60.30	
	供应商 I	70.99	
型号 7	供应商 B	73.70	无显著差异

	供应商 N	73.70	
型号 8	供应商 B	73.70	无显著差异
	供应商 N	73.70	
型号 9	供应商 L	72.00	无显著差异
	供应商 B	72.00	
型号 10	供应商 L	72.00	无显著差异
	供应商 B	72.00	
型号 11	供应商 M	59.51	无显著差异
	供应商 C	61.00	
型号 12	供应商 M	59.51	无显著差异
	供应商 C	61.00	
型号 13	供应商 H	101.19	无显著差异
	供应商 I	101.19	
型号 14	供应商 H	101.19	无显著差异
	供应商 I	101.19	
型号 15	供应商 M	82.40	发行人 2022 年度向供应商 M 采购型号 15、16 的导轨主要集中在上半年，后出于降本增效考虑开发了供应商 C 和供应商 B，替换原有供应商
	供应商 C	77.60	
	供应商 B	73.00	
型号 16	供应商 M	82.40	
	供应商 C	77.60	
	供应商 B	73.00	
2021 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 N	75.11	无显著差异
	供应商 B	73.70	
型号 2	供应商 N	75.11	无显著差异
	供应商 B	73.70	
型号 3	供应商 C	77.60	此处型号 3、4 对应 2022 年度型号 15、16 的导轨，昆山莲雄在 2021 年末因成本原因在年末涨价，2022 年度发行人已替换该供应商
	供应商 M	81.99	
	供应商 B	73.00	
型号 4	供应商 C	77.60	
	供应商 M	81.55	
	供应商 B	73.00	
型号 5	供应商 M	44.00	发行人 2021 年度向供应商 M

	供应商 O	53.99	采购型号 5、6 的导轨主要集中在下半年，系出于降本增效考虑以替代原有供应商
型号 6	供应商 M	44.00	
	供应商 O	53.99	
型号 7	供应商 P	69.41	无显著差异
	供应商 M	66.13	
型号 8	供应商 P	69.41	无显著差异
	供应商 M	66.47	
型号 9	供应商 B	75.90	无显著差异
	供应商 L	73.20	
型号 10	供应商 B	75.90	无显著差异
	供应商 L	73.20	
型号 11	供应商 B	74.75	无显著差异
	供应商 L	74.75	
型号 12	供应商 B	74.75	无显著差异
	供应商 L	74.75	
型号 13	供应商 P	62.35	无显著差异
	供应商 M	61.21	
型号 14	供应商 P	62.35	无显著差异
	供应商 M	61.21	
型号 15	供应商 I	59.47	无显著差异
	供应商 M	62.16	
型号 16	供应商 I	59.47	无显著差异
	供应商 M	62.16	
2020 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 C	78.17	无显著差异
	供应商 M	74.00	
	供应商 B	73.00	
型号 2	供应商 C	78.17	无显著差异
	供应商 M	74.00	
	供应商 B	73.00	
型号 3	供应商 I	62.72	无显著差异
	供应商 M	60.00	
型号 4	供应商 I	62.72	无显著差异

	供应商 M	60.00	
型号 5	供应商 B	75.90	无显著差异
	供应商 L	72.00	
型号 6	供应商 B	75.90	无显著差异
	供应商 L	72.00	

2) 电机本体

报告期内，发行人主要电机本体供应商采购价格比较情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
供应商 Q	50.41	50.78	50.60	52.02
供应商 R	53.18	48.71	48.43	48.34
供应商 S	87.79	87.79	89.02	93.66

注：发行人向上述供应商采购电机本体金额占同类产品的比例分别为 97.15%、97.84%、95.57%和 85.16%。

报告期内，发行人向主要电机本体供应商采购电机的价格存在一定差异，主要原因是发行人向供应商 S 采购的电机主要用于新朗逸等项目，该型号电机价格较高。报告期内，为保证质量的稳定性，发行人不存在同一型号的电机由多家供应商同时供货的情形。

3) 玻璃

报告期内，发行人主要玻璃供应商采购价格比较情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
供应商 T	41.81	44.29	45.86	46.66
供应商 U	55.24	57.93	55.93	57.04
供应商 V	46.72	46.48	47.17	47.39

注：发行人向上述供应商采购玻璃金额占同类产品的比例分别为 94.23%、85.85%、88.04%和 81.00%。

报告期内，发行人向主要玻璃供应商采购玻璃的价格存在一定差异，主要原因是发行人向各供应商采购的玻璃型号不同，不同型号玻璃的面积、参数各有差异，采购价格相应有所差异。

报告期内，发行人存在同一型号的玻璃由多家供应商供货的情形，不同供

应商之间报价存在差异主要系发行人基于降本增效的目的于各年度开发潜在供应商所致，下列抽取的型号对应当期的采购金额占各报告期玻璃采购金额比例分别为 1.29%、6.66%、5.19%和 0.79%，具体比价情况如下：

单位：元

2023 年 1-6 月			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 T	45.17	无显著差异
	供应商 W	47.93	
型号 2	供应商 T	45.17	无显著差异
	供应商 W	47.93	
2022 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 U	62.16	2022 年度发行人为寻求降本增效，向新开发供应商进行型号 1 和型号 2 玻璃原材料采购，逐步替代供应商 U；供应商 U 属于江苏悦达汽车集团有限公司，为发行人早期定点的供应商
	供应商 T	48.09	
型号 2	供应商 U	42.56	
	供应商 T	33.52	
型号 3	供应商 U	42.06	无显著差异
	供应商 T	39.74	
2021 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 X	69.44	2021 年度发行人向供应商 V 采购的该型号玻璃原材料均为样品，数量较少，采购额仅 1.48 万元，因此单价较低
	供应商 V	49.46	
2020 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 X	69.44	2020 年度发行人向供应商 V 采购的该型号玻璃原材料均为样品，数量较少，采购额仅 0.19 万元，因此单价较低
	供应商 V	49.46	

4) ECU

报告期内，发行人主要 ECU 供应商采购价格比较情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
供应商 Y	41.70	41.92	43.39	43.67
供应商 Z	44.05	41.25	43.10	44.17
供应商 AA	38.93	38.29	38.10	38.03
供应商 AB	78.78	79.43	79.97	85.90
供应商 AC	54.34	49.51	47.11	45.74

注：发行人向上述供应商采购 ECU 金额占同类产品的比例分别为 87.50%、95.10%、99.57% 和 97.00%。

报告期内，发行人向主要 ECU 供应商采购 ECU 的价格存在一定差异，主要原因是发行人向供应商 AB 采购的 ECU 主要用于新朗逸等项目，该型号 ECU 价格较高。

报告期内，发行人存在同一型号的 ECU 由多家供应商供货的情形，不同供应商之间报价存在差异主要系 2020 年度和 2021 年原 ECU 供应商芯片产能不足，发行人临时启用备用供应商以补足需求缺口所致，下列抽取的型号对应当期的采购金额占各报告期 ECU 采购金额比例分别为 16.62%、4.13%、10.95% 和 0.36%，具体比价情况如下：

单位：元

2023 年 1-6 月			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 AA	38.00	供应商 AA 仅有零星 65 片采购
	供应商 Y	48.00	
型号 2	供应商 AA	38.00	供应商 AA 仅有零星 65 片采购
	供应商 Y	48.00	
2022 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 Z	39.50	无显著差异
	供应商 AA	38.00	
型号 2	供应商 Z	39.50	无显著差异
	供应商 AA	38.00	
型号 3	供应商 AA	38.00	无显著差异
	供应商 AD	38.00	
2021 年度			

型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 Z	39.50	无显著差异
	供应商 AA	38.00	
型号 2	供应商 Z	39.50	无显著差异
	供应商 AA	38.00	
型号 3	供应商 Y	41.00	无显著差异
	供应商 AD	43.00	
型号 4	供应商 AA	39.00	无显著差异
	供应商 AD	39.50	
型号 5	供应商 AA	38.00	2021 年度采购单价差异系当年存在 ECU 芯片供应短缺，公司临时启用备用供应商补充原材料采购缺口所致，备用供应商的单价相对较高
	供应商 AD	43.23	
型号 6	供应商 Z	44.80	
	供应商 AA	38.00	
型号 7	供应商 Z	44.80	
	供应商 AA	38.00	
2020 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 Z	39.50	无显著差异
	供应商 AA	38.00	
型号 2	供应商 Z	39.50	无显著差异
	供应商 AA	38.00	
型号 3	供应商 Z	42.38	2020 年度采购单价差异系当年存在 ECU 芯片供应短缺，公司临时启用备用供应商补充原材料采购缺口所致，备用供应商的单价相对较高
	供应商 AA	38.00	
型号 4	供应商 Z	42.38	
	供应商 AA	38.00	
型号 5	供应商 Y	42.50	
	供应商 AA	38.00	
型号 6	供应商 Z	46.00	
	供应商 AA	38.00	
型号 7	供应商 Z	46.00	
	供应商 AA	38.00	

注：供应商 Z 为盈趣科技（002925.SZ）控制的企业

5) 玻璃骨架

报告期内，发行人主要玻璃骨架供应商采购价格比较情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
供应商 A	11.90	13.57	15.67	15.53
供应商 AE	8.05	8.28	9.65	10.08
供应商 AF	8.78	10.24	10.86	10.40
供应商 AG	7.82	7.85	7.68	8.64
供应商 AH	9.34	9.92	10.79	12.42

注：发行人向上述供应商采购玻璃骨架金额占同类产品的比例分别为 66.50%、74.81%、82.88%和 82.50%。

报告期内，发行人向主要玻璃骨架供应商采购玻璃骨架的价格存在一定差异，主要原因是发行人向各供应商采购的玻璃骨架型号不同，不同型号玻璃骨架的面积、参数各有差异，采购价格相应有所差异。2023 年 1-6 月供应商 AF 采购单价下滑较多主要系部分单价较高的产品型号生命周期结束，该期间发行人向供应商 AF 采购的玻璃骨架主要用于 A20 项目，该项目所用玻璃骨架单价略低。

报告期内，发行人存在同一型号的玻璃骨架由多家供应商供货的情形，不同供应商之间报价差异较小，下列抽取的型号对应当期的采购金额占各报告期玻璃骨架采购金额比例分别为 28.74%、23.60%、16.73%和 0.26%，具体比价情况如下：

单位：元

2023 年 1-6 月			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 AI	29.02	无显著差异
	供应商 M	28.73	
2022 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 M	16.64	无显著差异
	供应商 AJ	15.79	
型号 2	供应商 M	10.89	无显著差异
	供应商 AJ	10.28	
型号 3	供应商 M	9.44	无显著差异

	供应商 AJ	9.07	
型号 4	供应商 AE	6.73	无显著差异
	供应商 AJ	6.63	
型号 5	供应商 AE	6.73	无显著差异
	供应商 AJ	6.63	
型号 6	供应商 AK	27.10	无显著差异
	供应商 AL	27.35	
型号 7	供应商 M	27.19	无显著差异
	供应商 AM	25.95	
2021 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 M	16.81	无显著差异
	供应商 AJ	18.26	
型号 2	供应商 M	11.00	无显著差异
	供应商 AJ	14.70	
型号 3	供应商 M	9.54	无显著差异
	供应商 AJ	11.01	
型号 4	供应商 AE	7.08	无显著差异
	供应商 AJ	7.43	
型号 5	供应商 AE	7.08	无显著差异
	供应商 AJ	7.43	
型号 6	供应商 AK	27.10	无显著差异
	供应商 AL	27.35	
型号 7	供应商 M	28.73	无显著差异
	供应商 AI	29.02	
型号 8	供应商 AJ	12.38	无显著差异
	供应商 M	9.23	
2020 年度			
型号	供应商名称	采购单价	差异原因
型号 1	供应商 M	16.98	无显著差异
	供应商 AJ	15.98	
型号 2	供应商 M	11.11	无显著差异
	供应商 AJ	12.86	
型号 3	供应商 M	9.63	无显著差异

	供应商 AJ	9.63	
型号 4	供应商 AE	7.30	无显著差异
	供应商 AJ	6.50	
型号 5	供应商 AE	7.30	无显著差异
	供应商 AJ	6.50	
型号 6	供应商 AK	27.10	无显著差异
	供应商 AL	27.35	
型号 7	供应商 M	30.24	无显著差异
	供应商 AI	29.02	
型号 8	供应商 AJ	10.83	无显著差异
	供应商 M	9.23	
型号 9	供应商 AM	29.97	2020 年度发行人为寻求降本增效，向供应商 AM 采购型号 9 玻璃骨架原材料采购，以替代原有供应商
	供应商 AH	40.18	

由以上表格可知，发行人同一型号物料的采购价格横向比较，无显著差异，具备公允性。

③ 主要原材料中同一型号不具备多家供应商的采购，具备公允性

虽然发行人大类原材料一般拥有多家合作供应商，但发行人单一项目对应单一型号原材料考虑经济效益一般会选择一个由一家供应商供货。其经济效益不仅考虑到重新开模对采购单价的影响，亦考虑到前期设计验证阶段所需的其他成本。

发行人供应商定点时，根据项目成本评估，综合考虑质量、效率、供货稳定性等因素后，确定定点供应商。上述信息会体现在定点审批表中，由相关负责人员签字确认。

申报会计师抽查了报告期内量产项目的原材料供应商定点审批表，复核了供应商定点比价情况，认为发行人有效履行了供应商定点审核机制，采购价格具备公允性，具体情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
核查比例	58.20%	52.93%	53.94%	46.90%
是否发现采购价格不公允情形	否	否	否	否

注：核查比例=核查项目成本占当期营业成本的比例

综上所述，发行人采购价格具备公允性。

2、发行人采购价格较为稳定的原因及合理性，供应商是否向发行人利益输送，是否符合行业特征

(1) 发行人采购价格较为稳定具备合理性，符合行业特征

报告期内，发行人采购单价总体保持稳定，具有一定的合理性，符合行业特征，主要包括以下几个方面原因：

① 公司采购合同以年度合同为主，并持续开发潜在供应商以求降本增效

发行人为确保原材料采购的稳定性和供货的及时性，会与部分主要原材料供应商签订年度采购框架合同，约定采购产品类型、货款结算方式、提货验收方式等，此后在框架合同期限内，公司根据实际生产需要，按计划向供应商下达具体采购订单，约定采购数量、采购价格、交货日期等要素。另外，对于未签订年度框架合同的供应商，公司根据未来一定时期的生产计划，并结合公司库存、原材料市场价格及预期未来走势等因素，直接与供应商签订采购合同，约定采购产品类型、采购数量、采购价格及交货周期等要素，以锁定交货周期内的采购价格，因此年度内发行人主要原材料采购价格较为稳定。

同时，发行人始终对原材料市场保持关注，不断开发具有市场竞争力的潜在供应商，当原有供应商对市场价格调整不及时，发行人能够迅速启用备用供应商，以贯彻降本增效的目的。

② 受原材料上游原料市场短期价格波动影响较小

报告期内，发行人采取年度整体报价并签订价格协议，上游大宗原料价格变化是调价时的一个考虑因素，但上述价格短期波动风险主要由供应商来承担，发行人和供应商定价、调价机制使得发行人采购价格和上游大宗原料的短期价格波动相关性较弱。

综上所述，报告期内发行人主要原材料采购单价保持稳定具有一定的合理性，符合行业特征。

(2) 供应商是否向发行人利益输送

发行人原材料采购具备公允性，采购价格较为稳定具备合理性，符合行业特征。报告期内，主要供应商及其关联方与发行人及其关联方不存在关联关系，不存在利益输送或其他利益安排。

(三)结合不同原材料类别的供应商集中度、技术难度和市场竞争程度，说明发行人是否在个别领域存在供应商依赖；对于多元化的供应商采购模式，发行人关于产品质量一致性、稳定性的控制措施及有效性；客户指定采购的具体内容，会计处理是否符合《企业会计准则》规定

1、结合不同原材料类别的供应商集中度、技术难度和市场竞争程度，说明发行人是否在个别领域存在供应商依赖

报告期内，发行人主要原材料采购包括导轨总成、电机本体、玻璃、ECU和玻璃骨架，各期采购金额合计占比约 45%，其余原材料各期采购占比较小，且较为分散。报告期内，发行人主要原材料主要供应商情况如下：

(1)导轨总成

报告期内，发行人对原材料导轨采购份额整体较为分散，不存在单一供应商采购占比过高情形，主要供应商包括莲雄零部件、成都思凯莱特汽车零部件有限公司和宁波世辰汽车部件有限公司。

导轨的技术难度集中在截面挤出工艺、弯弧工艺和倒角工艺，目前行业内主流天窗导轨供应商超 20 家，市场竞争格局分散，发行人在该领域不存在供应商依赖。发行人导轨总成采购具体情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月		
供应商名称	采购金额	占比
成都思凯莱特汽车零部件有限公司	2,703.30	26.22%
莲雄零部件	2,588.75	25.11%
宁波世辰汽车部件有限公司	2,379.42	23.08%
成都联盛裕汽车零部件有限公司	483.35	4.69%
上海越汇金属处理有限公司	470.58	4.56%
合计	8,625.40	83.65%

2022 年度		
供应商名称	采购金额	占比
莲雄零部件	5,246.69	27.62%
成都思凯莱特汽车零部件有限公司	4,119.21	21.68%
宁波世辰汽车部件有限公司	3,791.38	19.96%
上海越汇金属处理有限公司	1,416.71	7.46%
成都联盛裕汽车零部件有限公司	1,169.42	6.16%
合计	15,743.41	82.87%
2021 年度		
供应商名称	采购金额	占比
莲雄零部件	4,563.90	27.25%
成都思凯莱特汽车零部件有限公司	2,896.99	17.30%
宁波世辰汽车部件有限公司	2,688.15	16.05%
宝威汽车部件（苏州）有限公司	1,107.62	6.61%
上海合祖金属制品有限公司	1,070.37	6.39%
合计	12,327.03	73.61%
2020 年度		
供应商名称	采购金额	占比
成都思凯莱特汽车零部件有限公司	3,102.44	27.51%
宁波世辰汽车部件有限公司	2,458.73	21.80%
莲雄零部件	1,113.56	9.87%
成都安城铝业有限公司	1,081.47	9.59%
宁波昌扬机械工业有限公司	992.51	8.80%
合计	8,748.71	77.58%

(2)电机本体

报告期内，发行人电机本体的主要供应商为尼得科电机(大连)有限公司，该供应商各期采购占比较高，主要原因系该供应商为全球领先的马达电机生产制造企业，能够稳定长期的供应公司所需要的高质量电机，与公司合作历史较长，具有良好的合作基础。

电机本体的技术难度在于动力系统和控制系统的设计，控制噪音和振动，保证安全性、耐久性和可靠性。目前行业内主流天窗电机供应商 10 家左右，发行人与多家电机供应商均保持长期良好的合作关系，在需要时能够迅速更换供

应商，在该领域不存在供应商依赖。发行人电机本体采购具体情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月		
供应商名称	采购金额	占比
尼得科电机（大连）有限公司	4,724.84	63.69%
上海博邦汽车技术有限公司	935.28	12.61%
广东德昌电机有限公司	796.79	10.74%
博世汽车部件（长沙）有限公司	796.14	10.73%
深圳市兆威机电股份有限公司	161.98	2.18%
合计	7,415.02	99.95%
2022 年度		
供应商名称	采购金额	占比
尼得科电机（大连）有限公司	10,138.99	67.87%
广东德昌电机有限公司	2,201.60	14.74%
博世汽车部件（长沙）有限公司	1,936.91	12.97%
上海博邦汽车技术有限公司	504.48	3.38%
江苏日盈电子股份有限公司	156.98	1.05%
合计	14,938.96	100.00%
2021 年度		
供应商名称	采购金额	占比
尼得科电机（大连）有限公司	8,794.04	70.27%
广东德昌电机有限公司	1,823.20	14.57%
博世汽车部件（长沙）有限公司	1,625.80	12.99%
上海博邦汽车技术有限公司	140.44	1.12%
江苏日盈电子股份有限公司	130.30	1.04%
合计	12,513.79	100.00%
2020 年度		
供应商名称	采购金额	占比
尼得科电机（大连）有限公司	7,061.62	75.63%
广东德昌电机有限公司	1,839.83	19.70%
江苏日盈电子股份有限公司	266.53	2.85%
博世汽车部件（长沙）有限公司	169.40	1.81%
合计	9,337.38	100.00%

(3)玻璃

报告期内，发行人玻璃原材料采购的主要供应商为龙口市兴民安全玻璃有限公司，各期向其采购占比较高，主要原因系该类原材料市场竞争较为充分，发行人自 2009 年与该供应商开始合作，合作历史悠久，合作历程较为融洽，因此将该供应商作为玻璃原材料主要供应商较为合理。龙口市兴民安全玻璃有限公司凭借和毓恬冠佳的合作，目前已经在天窗玻璃市场占据优势竞争地位。

天窗玻璃的技术难度在于精准把握钢化过程，以满足玻璃的抗冲击性、透光率等要求。目前行业内主流天窗玻璃供应商约 10 家左右，发行人在该领域的合格供应商较多，因而不存在对单一供应商的依赖。发行人玻璃原材料采购具体情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月		
供应商名称	采购金额	占比
龙口市兴民安全玻璃有限公司	4,656.53	68.50%
福耀玻璃（苏州）有限公司	669.59	9.85%
山西利虎集团青耀技术玻璃有限公司	562.33	8.27%
上海耀皮康桥汽车玻璃有限公司	397.90	5.85%
圣戈班汽车玻璃（上海）有限公司	220.35	3.24%
合计	6,506.71	95.72%
2022 年度		
供应商名称	采购金额	占比
龙口市兴民安全玻璃有限公司	8,625.82	67.42%
台玻悦达汽车玻璃有限公司	1,359.17	10.62%
福耀玻璃（苏州）有限公司	1,279.55	10.00%
山西利虎集团青耀技术玻璃有限公司	586.13	4.58%
圣戈班汽车玻璃（上海）有限公司	478.95	3.74%
合计	12,329.61	96.37%
2021 年度		
供应商名称	采购金额	占比
龙口市兴民安全玻璃有限公司	8,368.08	63.56%
台玻悦达汽车玻璃有限公司	1,972.00	14.98%

福耀玻璃（苏州）有限公司	962.79	7.31%
圣戈班汽车玻璃（上海）有限公司	875.00	6.65%
安徽山迪光能技术有限公司	646.40	4.91%
合计	12,824.27	97.41%
2020 年度		
供应商名称	采购金额	占比
龙口市兴民安全玻璃有限公司	6,990.10	74.90%
台玻悦达汽车玻璃有限公司	1,208.53	12.95%
福耀玻璃（苏州）有限公司	594.49	6.37%
宁波山迪光能技术有限公司	275.62	2.95%
信义汽车部件（芜湖）有限公司	142.16	1.52%
合计	9,210.89	98.70%

(4)ECU

报告期内，发行人 ECU 原材料采购存在多家主力供应商，不存在单一供应商依赖，仅 2020 年度向浙江精通自动控制技术有限公司采购占比超过 50%，后续年度因保证供应链安全 and 产品结构调整，提高了向其他供应商的采购份额，主要包括上海艾铭思汽车控制系统有限公司、江苏日盈电子股份有限公司和大陆汽车电子(长春)有限公司净月分公司。

ECU 的技术难度在于软硬件集成，在满足安全可靠耐性的前提下，实现对天窗稳定准确的控制。目前行业内主流 ECU 供应商约 10 家左右，发行人在该领域采购较为分散，不存在对单一供应商的依赖。发行人 ECU 原材料采购具体情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月		
供应商名称	采购金额	占比
浙江精通自动控制技术有限公司	3,552.84	54.87%
上海艾铭思汽车控制系统有限公司	922.35	14.25%
大陆汽车电子（长春）有限公司净月分公司	889.00	13.73%

江苏日盈电子股份有限公司	736.04	11.37%
北京经纬恒润科技股份有限公司	180.64	2.79%
合计	6,280.87	97.00%
2022 年度		
供应商名称	采购金额	占比
浙江精通自动控制技术有限公司	5,073.90	43.63%
上海艾铭思汽车控制系统有限公司	2,216.41	19.06%
江苏日盈电子股份有限公司	1,785.92	15.36%
大陆汽车电子（长春）有限公司净月分公司	1,668.89	14.35%
北京经纬恒润科技股份有限公司	834.86	7.18%
合计	11,579.97	99.57%
2021 年度		
供应商名称	采购金额	占比
浙江精通自动控制技术有限公司	4,642.47	43.76%
江苏日盈电子股份有限公司	2,234.11	21.06%
大陆汽车电子（长春）有限公司净月分公司	1,408.07	13.27%
北京经纬恒润科技股份有限公司	1,041.94	9.82%
上海艾铭思汽车控制系统有限公司	763.28	7.19%
合计	10,089.87	95.10%
2020 年度		
供应商名称	采购金额	占比
浙江精通自动控制技术有限公司	4,130.23	54.13%
上海艾铭思汽车控制系统有限公司	938.25	12.30%
光宝科技（上海）有限公司	875.04	11.47%
江苏日盈电子股份有限公司	771.85	10.11%
北京经纬恒润科技股份有限公司	602.37	7.89%
合计	7,317.72	95.90%

(5)玻璃骨架

报告期内，发行人对玻璃骨架原材料采购份额整体较为分散，不存在单一供应商采购占比过高情形，主要供应商包括昆山莲雄汽车零部件有限公司、宁波翀翔机械有限公司。

玻璃骨架的技术难度在于保证成型模的贴合率，目前行业内主流天窗冲压

件供应商约 50 家左右，发行人在该领域采购较为分散，不存在对单一供应商的依赖。发行人玻璃骨架原材料采购具体情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月		
供应商名称	采购金额	占比
莲雄零部件	1,803.93	38.19%
宁波翀翔机械有限公司	1,356.04	28.71%
苏州飞宇精密科技股份有限公司	390.53	8.27%
宁波启敏汽车零部件有限公司	177.69	3.76%
上海兴韬汽车配件有限公司	169.09	3.58%
合计	3,897.26	82.50%
2022 年度		
供应商名称	采购金额	占比
莲雄零部件	3,632.88	39.40%
宁波翀翔机械有限公司	2,623.43	28.45%
上海兴韬汽车配件有限公司	657.82	7.13%
宁波启敏汽车零部件有限公司	399.17	4.33%
苏州飞宇精密科技股份有限公司	328.46	3.56%
合计	7,641.76	82.88%
2021 年度		
供应商名称	采购金额	占比
莲雄零部件	3,555.03	39.72%
宁波翀翔机械有限公司	1,659.50	18.54%
安徽大洋机械制造有限公司	718.61	8.03%
上海兴韬汽车配件有限公司	710.91	7.94%
上海樊恒金属制品有限公司	490.15	5.48%
合计	7,134.20	79.71%
2020 年度		
供应商名称	采购金额	占比
莲雄零部件	2,332.78	34.84%
宁波翀翔机械有限公司	1,128.64	16.86%
安徽大洋机械制造有限公司	807.46	12.06%
上海樊恒金属制品有限公司	561.55	8.39%

宁波启敏汽车零部件有限公司	466.49	6.97%
合计	5,296.93	79.12%

2、对于多元化的供应商采购模式，发行人关于产品质量一致性、稳定性的控制措施及有效性；客户指定采购的具体内容，会计处理是否符合《企业会计准则》规定

(1)对于多元化的供应商采购模式，发行人关于产品质量一致性、稳定性的控制措施及有效性

发行人通过对供应商进行多维度的持续考查和筛选，以确保在供应商能够对发行人提出的采购需求按质按量按期的完成，同时要求供应商具有稳定的供货能力。公司制定了《采购控制程序》、《供应商绩效管理作业指导书》、《潜在供应商开发计划》和《I类零部件潜在供应商审核报告》等供应商控制制度，内容涵盖了新供应商信息调查与评估、供应商审核、登录合格供应商、合格供应商动态管理，不定期进行评核，评核项目包括开发配合程度、质量、零件交付能力及成本表现等。具体筛选及评核流程如下：

①新供应商信息调查与评估

基于年度供应商开发计划，公司采购部门会对现有合作供应商每年进行评估，若现有供应商出现重大质量问题、交付问题及经营困难情形，公司将会对供应商市场进行调研并建立具有竞争力的潜在供应商名单交由采购部相关负责人进行审批。其中，对潜在供应商信息调查主要包括财务状况、成本控制表现、工厂环保表现、必备资质证书等方面，以确保供应商有足够的生产能力和持久的供应能力。

②供应商审核

供应商审核环节由多方共同完成，包括采购工程师、供应商质量工程师和产品工程师共同对供应商进行审核，审核结束后由供应商质量工程师汇总编制审核报告，呈报部门总监审核，审核过程发现问题由供应商质量工程师向供应商反馈并限期改正。

③登录合格供应商

新供应商通过审核后，登录成为合格供应商，纳入发行人合格供应商体系，由采购项目负责人联络供应商报价、定点并传达零部件开发具体要求。

④合格供应商动态管理

公司定期对合格供应商进行评核，并对评核结果分级。若供应商评核结果为 C 级，将停止新项目采购，已量产项目启动二供计划。若 6 个月后 C 级供应商评核结果仍未达到 B 级，原则上须在一年内取消其合格供应商资格。除客户指定或其他特殊因素影响外，公司仅向《合格供应商清单》中的供应商采购，以保证采购质量。

综上所述，发行人采用多元化的供应商采购模式，并通过上述一系列措施保证产品质量一致性和稳定性，报告期内发行人未出现因多元化供应商体系导致的产品质量问题，上述控制措施有效。

(2)客户指定采购的具体内容，会计处理是否符合《企业会计准则》规定

报告期内，少数整车厂合作项目会指定部分原材料的具体供应商，由公司履行正常采购程序，例如上汽大众项目指定了电机和控制器的供应商、一汽丰田指定了控制器的供应商。此类业务为公司正常独立采购业务，不属于委外加工业务，主要原因如下：

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

根据上述相关准则，申报会计师查阅了相关合同及原始单据，认为发行人向客户转让商品前能够控制该商品。理由主要包括：①发行人拥有原材料的所有权，并承担与原材料所有权有关的风险，包括价格波动风险、保管和灭失风险；②发行人取得上述原材料后还需要进一步加工、装配，客户指定品牌的原

材料与公司成品之间存在实质性的差异；③发行人对供应商的采购及对客户的销售在订单、数量上相互独立；④发行人承担了最终产品销售对应账款的信用风险。

综上所述，发行人独立承担相应的风险和权利义务，故按照独立购销业务进行处理，不属于委托加工情形，该种情形是由公司所处的产业特性决定的，会计处理符合《企业会计准则》规定。

(四)说明主要供应商的基本情况，包括注册时间、经营规模、合作历史、与发行人关联关系，昆山莲雄、昆山广雄、成都联雄、江西莲雄是否系同一控制下企业，如是请合并披露；对于成立后即与发行人合作、或主要向发行人销售或服务的供应商，说明其合作背景、采购价格公允性

1、说明主要供应商的基本情况，包括注册时间、经营规模、合作历史、与发行人关联关系，昆山莲雄、昆山广雄、成都联雄、江西莲雄是否系同一控制下企业，如是请合并披露

(1)主要供应商的基本情况

报告期内，发行人采购额较大的主要供应商的基本情况如下所示：

序号	供应商名称	主要供货产品	注册时间	经营规模	合作开始时间
1	昆山莲雄汽车零部件有限公司	玻璃骨架、机械组	2014-11-25	2021 年营收 8,000 万元	2015
2	昆山广雄五金科技有限公司	导轨	2017-09-30	2021 年营收 6,881.13 万元，2020 年营收 5,031.98 万元	2018
3	成都联雄汽车零部件制造有限公司	玻璃骨架	2016-05-16	大约年营收 3,300-5,800 万元	2016
4	江西莲雄实业有限公司	导轨、前后梁总成	2017-03-09	大约年营收 13,000-14,000 万元	2019
5	尼得科电机（大连）有限公司	电机	1992-02-14	尼得科集团中国区 2022 年度收入规模约为 5,606.62 亿日元	2014
6	龙口市兴民安全玻璃有限公司	玻璃	2002-09-09	大约年营收 24,000 万元	2009
7	浙江精通自动控制技术有限公司	ECU	2009-02-16	大约年营收 1-2 亿元	2009
8	苏州盛贸汽车部件有限公司（变更前：盛裕科技（苏州）有限	机械组	2002-05-23	2021 年大约营收 1.4 亿元	2016-11

序号	供应商名称	主要供货产品	注册时间	经营规模	合作开始时间
	公司)				
9	宁波世辰汽车部件有限公司	导轨	2015-06-17	每年年产大约 300 万套左右	2015
10	黎明化工研究设计院有限责任公司	PU 材料	1989-10-14	大约年营收 10 亿元	2018
11	佳睦拉索(上海)有限公司	软轴	2012-04-18	大约年营收 1.2-1.3 亿元	2015
12	成都思凯莱特汽车零部件有限公司	导轨	2018-08-24	大约年营收 3,000-4,000 万元	2018
13	宁波翔翔机械有限公司	冲压件/滚压件/塑料管/拉板	2013-07-31	2022 年营收 1.8 亿元	2016
14	江苏日盈电子股份有限公司	ECU/注塑件	1998-08-12	2022 年营收 7.11 亿元	2015
15	陶浦汽车部件(苏州)有限公司	遮阳帘	2016-11-18	大约年营收 8,000 万元	2017
16	江苏运科橡胶科技有限公司	密封条、塑料管	2014-07-09	大约年营收 8,000 万元	2015
17	广东德昌电机有限公司	电机	2003-11-24	2022 年大约营收 34 亿美元	2011
18	上海艾铭思汽车控制系统有限公司	ECU	2011-03-21	2022 年营收 1.8 亿元	2016
19	博世汽车部件(长沙)有限公司	电机	2004-11-15	2020-2022 年大约合计营收 50-60 亿元	2016
20	苏州双林汽车配件有限公司	前后梁/水槽/导流板	2006-03-29	2022 年营收 41.85 亿元	2015

注 1：经营规模数据通过访谈和公开信息查询确认；

注 2：报告期内，上述供应商采购额占比分别为 53.85%、52.23%、53.99%和 56.27%。

以上供应商和发行人不存在关联关系，公司采购规模和供应商业规模匹配。公司在获得整车制造商定点后，根据客户的需求对产品整体进行系统的技术方案设计，并进一步完成产品各零部件设计，进而根据相关设计结构参数确定合格供应商。部分供应商注册时间和合作时间接近，主要系该部分供应商基于前期合作或沟通，在发行人及其子公司附近配套设厂并供货所致。经核查，发行人不存在前员工控制的供应商，申报会计师对主要供应商走访过程中未发现非合并口径下名称相似、注册地址相近、市场主体登记电话及邮箱相同的主要供应商。

(2) 昆山莲雄、昆山广雄、成都联雄、江西莲雄是否系同一控制下企业，如是请合并披露

截至本反馈回复出具日，根据公开信息查询，昆山莲雄汽车零部件有限公司、昆山广雄五金科技有限公司、成都联雄汽车零部件制造有限公司和江西莲雄实业有限公司实际控制人相同，均为刘冰华、甘华琼二人，发行人已将上述供应商合并披露为“莲雄零部件”，并已于招股说明书(申报稿)“第一节 释义”之“一、基本术语”注明合并范围及含义，上述供应商股权结构情况如下：

公司名称	股东名称	股权比例
昆山莲雄汽车零部件有限公司	刘冰华	80.00%
	甘华琼	20.00%
昆山广雄五金科技有限公司	刘水华	43.65%
	刘冰华	31.85%
	甘华琼	21.00%
	阮诗禧	2.00%
	付育锋	1.50%
成都联雄汽车零部件制造有限公司	刘冰华	42.00%
	郑玲	28.00%
	贾英珍	17.00%
	刘水华	13.00%
江西莲雄实业有限公司	刘水华	74.30%
	刘冰华	22.20%
	肖超华	3.50%

2、对于成立后即与发行人合作、或主要向发行人销售或服务的供应商，说明其合作背景、采购价格公允性

报告期内，发行人主要供应商中昆山莲雄汽车零部件有限公司、昆山广雄五金科技有限公司、浙江精通自动控制技术有限公司、宁波世辰汽车部件有限公司等供应商，存在成立当年或次年即与公司开展合作的情况，发行人不存在主要向发行人销售或提供服务的供应商。上述供应商主要合作背景及采购价格公允性情况如下：

(1)合作背景

①昆山莲雄汽车零部件有限公司、昆山广雄五金科技有限公司因具备性价比高、采购周期较短、距离发行人生产基地较近、运输成本较低等优势，发行人经充分论证后将部分原材料采购订单向其转移。

昆山莲雄汽车零部件有限公司和昆山广雄五金科技有限公司截至本反馈回复出具日的股权结构如下：

公司名称	股东名称	股权比例
昆山莲雄汽车零部件有限公司	刘冰华	80.00%
	甘华琼	20.00%
昆山广雄五金科技有限公司	刘水华	43.65%
	刘冰华	31.85%
	甘华琼	21.00%
	阮诗禧	2.00%
	付育锋	1.50%

经申报会计师通过公开途径查询工商资料、比对供应商主要股东人员与发行人花名册以及董监高调查函相关人员、实地访谈和无关联关系函件确认等方式进行核查，认为上述人员与发行人及发行人董监高不存在关联关系。

②成都联雄汽车零部件制造有限公司系原供应商昆山莲雄汽车零部件有限公司实际控制人，基于前期与公司的长期良好合作关系，为向公司成都子公司供货，出于降低运输成本的考虑，围绕成都子公司所在地而新设立的公司。

成都联雄汽车零部件制造有限公司截至本反馈回复出具日的股权结构如下：

公司名称	股东名称	股权比例
成都联雄汽车零部件制造有限公司	刘冰华	42.00%
	郑玲	28.00%
	贾英珍	17.00%
	刘水华	13.00%

经申报会计师通过公开途径查询工商资料、比对供应商主要股东人员与发行人花名册以及董监高调查函相关人员、实地访谈和无关联关系函件确认等方式进行核查，认为上述人员与发行人及发行人董监高不存在关联关系。

③浙江精通自动控制技术有限公司于 2009 年即与发行人开始合作，其对比当时行业内的外资供应商具备一定价格优势，发行人出于降本增效的目的将部分原材料采购订单向其转移。

浙江精通自动控制技术有限公司截至本反馈回复出具日的股权结构如下：

公司名称	股东名称	股权比例
浙江精通自动控制技术有限公司	杨岷	42.50%
	黄淑	42.50%
	周琼瑶	7.50%
	杨捷	7.50%

经申报会计师通过公开途径查询工商资料、比对供应商主要股东人员与发行人花名册以及董监高调查函相关人员、实地访谈和无关联关系函件确认等方式进行核查，认为上述人员与发行人及发行人董监高不存在关联关系。

④宁波世辰汽车部件有限公司为新设立主体，原主体具备丰富的导轨生产经验，因自身分客户结算原因，设立宁波世辰汽车部件有限公司与发行人合作。

宁波世辰汽车部件有限公司截至本反馈回复出具日的股权结构如下：

公司名称	股东名称	股权比例
宁波世辰汽车部件有限公司	香港金晟国际有限公司	100.00%

经申报会计师通过公开途径查询工商资料、比对供应商主要股东人员与发行人花名册以及董监高调查函相关人员、实地访谈和无关联关系函件确认等方式进行核查，认为上述人员与发行人及发行人董监高不存在关联关系。

⑤ 成都思凯莱特汽车零部件有限公司股东孙平为该公司副总经理，负责公司的整体运营，孙平前期作为上海越汇金属处理有限公司的运营负责人和发行人上海基地合作情况良好，后续配合在成都设厂合作。

成都思凯莱特汽车零部件有限公司截至本反馈回复出具日的股权结构如下：

公司名称	股东名称	股权比例
成都思凯莱特汽车零部件有限公司	任廷恒	18.70%
	黄晓峰	18.00%

公司名称	股东名称	股权比例
	江春明	17.30%
	张轶	16.70%
	阎树海	12.00%
	孙平	9.30%
	王洁	8.00%

经申报会计师通过公开途径查询工商资料、比对供应商主要股东人员与发行人花名册以及董监高调查函相关人员、实地访谈和无关联关系函件确认等方式进行核查，认为上述人员与发行人及发行人董监高不存在关联关系。

(2) 采购价格公允性

报告期内，发行人向上述供应商采购的主要原材料包括玻璃骨架、机械组、导轨及 ECU，各期采购均价与相同或相近型号的其他供应商对比情况如下所示：

① 昆山莲雄汽车零部件有限公司采购价格公允性

单位：元/PCS

原材料所属类别	存货名称	型号	供应商名称	2023年1-6月采购均价	2022年采购均价	2021年采购均价	2020年采购均价	采购均价是否公允
机械组	右后机械组总成	型号 1	供应商 M	18.00	19.01	21.19	22.51	是
			供应商 AK	18.00	18.44	20.70	22.54	
机械组	左后机械组总成	型号 2	供应商 M	18.00	19.01	21.19	22.50	是
			供应商 AK	18.00	18.45	20.70	22.54	
机械组	左前机械组总成	型号 3	供应商 M	14.50	15.54	17.52	18.45	是
			供应商 AK	14.50	14.97	16.99	19.76	
机械组	右前机械组总成	型号 4	供应商 M	14.50	15.54	17.51	18.45	是
			供应商 AK	14.50	14.97	16.99	19.76	
玻璃骨架	玻璃托板	型号 5	供应商 M	31.36	31.52	33.04	38.60	是，型号 5 主要供新朗逸项目
		型号 6	供应商 AM	/	32.56	29.82	29.35	
		型号 7	供应商 AM	29.97	29.97	29.97	29.97	

报告期内，发行人向昆山莲雄汽车零部件有限公司主要采购原材料为机械

组和玻璃骨架，上述原材料采购金额占发行人对该供应商各期全部采购金额比例超过 70%，采购单价与相同或相近型号的其他供应商对比无显著差异。

② 成都联雄汽车零部件制造有限公司采购价格公允性

单位：元/PCS

原材料类别	存货名称	型号	供应商名称	2023 年 1-6 月 采购均价	2022 年 采购均价	2021 年 采购均价	2020 年 采购均价	采购均价是否公允
玻璃骨架	前玻璃前骨架	型号 1	供应商 AN	16.64	16.76	16.91	16.98	是
			供应商 AJ	/	15.79	16.56	16.84	
玻璃骨架	玻璃托板组合	型号 2	供应商 AN	29.13	29.13	29.33	29.94	是
		型号 3	供应商 AL	/	29.00	29.00	29.00	
		型号 4	供应商 AI	29.02	29.02	29.02	29.35	
玻璃骨架	前玻璃后骨架	型号 5	供应商 AN	10.89	10.99	11.06	11.11	是
		型号 6	供应商 AE	10.22	10.44	10.72	10.86	
玻璃骨架	前玻璃后骨架	型号 7	供应商 AN	10.54	10.60	10.71	10.75	是
		型号 8	供应商 AE	11.00	11.00	11.05	/	
玻璃骨架	后玻璃后骨架	型号 9	供应商 AN	9.44	9.51	9.59	9.63	是
			供应商 AJ	/	9.07	10.03	9.94	

报告期内，发行人向成都联雄汽车零部件制造有限公司主要采购原材料为玻璃骨架，该原材料采购金额占发行人对该供应商各期全部采购金额比例超过 70%。发行人对该供应商各期采购均价与相同或相近型号的其他供应商对比无显著差异。

③ 浙江精通自动控制技术有限公司采购价格公允性

单位：元/PCS

原材料类别	存货名称	型号	供应商名称	2023 年 1-6 月 采购均价	2022 年 采购均价	2021 年 采购均价	2020 年 采购均价	采购均价是否公允
ECU	控制单元	型号 1	供应商 Y	39.70	40.80	41.89	42.55	是
		型号 2	供应商 AD	/	38.19	43.23	43.23	
		型号 3	供应商 Z	39.50	39.50	39.50	/	
ECU	玻璃 ECU	型号 4	供应商 Y	39.70	42.00	42.77	43.82	是
		型号 5	供应商 Z	/	42.73	/	/	

原材料类别	存货名称	型号	供应商名称	2023年1-6月采购均价	2022年采购均价	2021年采购均价	2020年采购均价	采购均价是否公允
ECU	遮阳帘	型号 6	供应商 Y	39.70	42.00	42.77	43.82	是
	ECU	型号 7	供应商 Z	40.46	40.46	41.17	43.50	

报告期内，发行人向浙江精通自动控制技术有限公司主要采购原材料为 ECU，该原材料采购金额占发行人对该供应商各期全部采购金额比例超过 95%。发行人对该供应商各期采购均价与相同或相近型号的其他供应商对比无显著差异。

④ 宁波世辰汽车部件有限公司采购价格公允性

单位：元/PCS

原材料类别	存货名称	型号	供应商名称	2023年1-6月采购均价	2022年采购均价	2021年采购均价	2020年采购均价	采购均价是否公允
导轨	左导轨分总成	型号 1	供应商 C	/	77.74	77.60	79.32	是
			供应商 AO	/	82.31	75.26	74.54	
导轨	右导轨分总成	型号 2	供应商 C	77.60	77.84	77.60	79.32	是
			供应商 AO	/	82.32	75.20	74.54	
导轨	左导轨分总成	型号 3	供应商 C	/	77.55	77.55	77.55	是
		型号 4	供应商 B	74.75	74.75	74.75	74.75	
导轨	右导轨分总成	型号 5	供应商 C	83.91	85.42	88.13	88.19	是
		型号 6	供应商 AO	/	84.53	84.06	-	

报告期内，发行人向宁波世辰汽车部件有限公司采购原材料主要采购原材料为导轨，该原材料采购金额占发行人对该供应商各期全部采购金额比例超过 80%。发行人对该供应商各期采购均价与相同或相近型号的其他供应商对比无显著差异。

⑤ 成都思凯莱特汽车零部件有限公司

单位：元/PCS

原材料类别	存货名称	型号	供应商名称	2023年1-6月采购均价	2022年采购均价	2021年采购均价	2020年采购均价	采购均价是否公允
导轨	左 导 轨	型号 1	供应商 B	73.00	73.00	/	/	是

原材料类别	存货名称	型号	供应商名称	2023年1-6月采购均价	2022年采购均价	2021年采购均价	2020年采购均价	采购均价是否公允
	分总成		供应商 L	73.00	73.00	/	/	
导轨	右 导 轨 分总成	型号 2	供应商 B	73.00	73.00	/	/	是
			供应商 L	73.00	73.00	/	/	
导轨	左 导 轨 铆 接 总 成	型号 3	供应商 B	73.70	73.70	73.70	73.70	是
			供应商 N	75.11	75.11	75.11	/	
导轨	右 导 轨 铆 接 总 成	型号 4	供应商 B	73.70	73.70	73.70	73.70	是
			供应商 N	75.11	75.11	75.11	/	

报告期内，发行人向成都思凯莱特汽车零部件有限公司采购原材料主要采购原材料为导轨，该原材料采购金额占发行人对该供应商各期全部采购金额比例超过 95%。发行人对该供应商各期采购均价与相同或相近型号的其他供应商对比无显著差异。

由于发行人向供应商采购的产品是根据具体天窗产品设计的具有定制化特征的原材料，无法通过公开渠道获得其他同类产品的市场价格。但通过对比报告期内公司向其他供应商采购相同或相近型号原材料的均价，发行人向昆山莲雄汽车零部件有限公司、浙江精通自动控制技术有限公司、宁波世辰汽车部件有限公司等供应商的采购均价不存在异常情况。

综上所述，报告期内，对于成立后即与发行人合作的供应商，发行人向其采购原材料的采购均价真实公允，符合正常商业逻辑。

二、中介机构核查意见

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人采购明细表并访谈发行人采购负责人，分析主要导轨采购量的变动情况及合理性；

2、获取发行人投入产出明细表与能源耗用表，分析并复核全景天窗和小天

窗产品的投入产出情况，访谈发行人生产负责人，了解各期投入产出变动的具体原因，分析原材料与能源耗用与销量的匹配性；

3、访谈生产负责人，了解不同型号产品对应的主要原材料标准耗用值；获取发行人报告期内的生产数据，计算各期各项原材料投入数量与产成品数量的比值，并与标准耗用值进行比对；

4、访谈采购负责人了解各类主材的定价机制与成本构成，获取发行人报告期内的采购明细数据、通过公开平台查询报告期内同类原材料市场价格，通过对比分析发行人原材料采购价格的公允性；

5、查阅发行人报告期内采购明细表，计算各期各主要原材料前五大供应商的采购数据，分析是否存在供应商依赖；

6、取得并查阅发行人制定的采购质量控制、供应商定点制度等相关内控制度；

7、访谈发行人采购负责人等相关人员，获取报告期客户指定采购原材料的类别、数量、金额等数据，核查相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定；

8、通过国家企业信用信息公示系统网站、企查查等外部公开渠道，查询获取发行人报告期各期主要供应商成立时间、股权结构、实际控制人、注册资本、产业背景等基本信息，分析其与发行人及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系；分析是否存在成立当年或次年即成为发行人供应商、供应商注册资本较小但发行人向其大额采购等情形；

9、执行供应商函证、访谈程序，核查报告期内公司与主要供应商之间采购交易的真实性，取得供应商出具的无关联关系声明函；执行细节测试及穿行测试核查程序，核查采购真实性及采购内控有效性。

(1)对主要供应商进行实地走访并填写走访问卷，核查供应商及采购的真实性、公允性：

①走访问卷的主要内容

包括但不限于：1)供应的基本信息；2)供应商和发行人的合作模式；3)是否

存在关联关系；4)向发行人提供产品的价格情况；5)向发行人提供产品的规范性；6)供应商和发行人的结算方式；7)违约、诉讼和产品质量纠纷情况。

②走访结果

报告期内供应商走访情况，包括走访数量、覆盖采购金额以及相应占比情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
采购金额①	73,326.68	147,861.65	131,941.30	95,641.96
供应商数量合计②	308	386	344	331
走访供应商数量③	36	34	35	35
走访供应商数量占比③/②	11.69%	8.81%	10.17%	10.57%
走访供应商的采购金额④	47,534.61	95,501.32	88,054.26	66,278.10
走访金额占比④/①	64.83%	64.59%	66.74%	69.30%

注：上述核查范围为与主营业务相关的材料采购

由上表可知，报告期内，走访供应商对应的收入金额占采购金额的比例分别为 69.30%、66.74%、64.59%和 64.83%，覆盖比例较高。

(2)针对应付账款执行函证程序情况

单位：万元

函证内容	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
采购发生额	采购金额①	73,326.68	147,861.65	131,941.30	95,641.96
	发函金额②	71,397.07	138,037.31	126,336.25	92,569.66
	发函比例②/①	97.37%	93.36%	95.75%	96.79%
	回函可确认金额③	63,629.66	132,804.83	119,749.12	88,454.90
	回函比例③/②	89.12%	96.21%	94.79%	95.55%
	回函可确认金额占比③/①	86.78%	89.82%	90.76%	92.49%
应付账款余额	应付账款余额①	73,638.14	78,393.45	68,793.27	57,594.04
	发函金额②	67,923.80	66,139.64	59,960.77	48,699.23

	发函比例②/①	92.24%	84.37%	87.16%	84.56%
	回函可确认金额③	61,790.20	62,987.16	56,559.93	45,820.68
	回函比例③/②	90.97%	95.23%	94.33%	94.09%
	回函可确认金额占比 ③/①	83.91%	80.35%	82.22%	79.56%

由上表可知，针对报告期各期采购发生额的发函比例分别为 96.79%、95.75%、93.36%及 97.37%，回函确认比例分别为 92.49%、90.76%、89.82%及 86.78%；针对报告期各期末应付账款余额的发函比例分别为 84.56%、87.16%、84.37%及 92.24%，回函确认比例分别为 79.56%、82.22%、80.35%及 83.91%。回函确认比例较高。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人存在自行采购导轨型材，加工并委外氧化后制成导轨总成的情形，导轨总成采购数量和发行人逐年扩张的经营规模相匹配。发行人产品总体单耗不存在异常，报告期各期原材料、能源的采购量、耗用量与产销量匹配。

2、原材料供应商一般采用成本加成法向发行人报价，部分原材料供应商会提供成本构成明细，发行人原材料定制化程度较高，均非大宗商品或价格透明商品。根据不同供应商的比较情况，发行人原材料采购价格公允。发行人采购价格较为稳定具备合理性，符合行业特征，不存在供应商向发行人利益输送情形。

3、发行人主要原材料供应商集中度符合行业特征、市场竞争充分、未因技术难度形成供应商依赖。对于多元化的供应商采购模式，发行人通过对供应商进行多维度的持续考查和筛选以确保产品质量一致性、稳定性。报告期内，少数整车厂客户会指定部分原材料供应商，发行人独立承担相应的风险和权利义务，故按照独立购销业务进行处理，不属于委托加工情形，该种情形是由公司所处的产业特性决定的，会计处理符合《企业会计准则》规定。

4、发行人主要供应商和发行人不存在关联关系，昆山莲雄、昆山广雄、成都联雄、江西莲雄已合并披露为“莲雄零部件”。对于成立后即与发行人合作、或主要向发行人销售或服务的供应商均具备合理的合作背景，采购价格公允。

问题 11、关于成本与毛利率

申请文件显示：

(1)报告期各期，发行人实现毛利 24,372.66 万元、24,916.24 万元和 31,230.95 万元；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 7,014.37 万元、3,972.98 万元、6,471.93 万元。

(2)报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 17.29%、14.49%和 14.94%，显著低于同行业可比公司平均水平。发行人称，汽车天窗作为汽车零部件中的选配品，相比其他一级零部件供应商，发行人处于更加严峻的竞争环境。

(3)发行人存在两种返利模式，一种为合同中约定根据销量情况按单台天窗的一定金额返利，一种为双方协商金额一次性返利，每年返利金额在 1000 万-3000 万不等。

(4)发行人全景天窗毛利率分别为 19.23%、17.90%、18.01%；小天窗毛利率分别为 13.72%、7.49%、8.20%。小天窗毛利率 2021 年度下降较多，主要系部分战略性定价小天窗项目进入量产阶段，拉低了小天窗整体毛利率。

(5)基于历史合作原因和竞争优劣势，发行人面对不同整车厂各车型招投标商业环境存在差异，发行人的报价策略亦存在差异。产品平均成本的管控依赖于项目对应车型预计销量的实现，销量越高的项目工检模等单位固定成本占比越低，产品平均成本越低。发行人存在部分客户毛利率报告期内维持在低毛利率、负毛利率状态，存在部分客户毛利率波动较大。

请发行人：

(1)说明发行人业绩变动的原因，2021 年、2022 年在营业收入大幅增长背景下，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润低于 2020 年的原因；发

行人的收入、业绩变动是否符合行业特征。

(2)结合发行人与同行业可比公司的供应链定位(同行业可比公司是否为一级零部件供应商)、产品差异(如应用场景、产品货值及其市场容量、直接材料占比等)、细分领域竞争格局等说明发行人处于更加严峻的竞争环境、毛利率低于同行业可比公司的原因。

(3)说明与客户的定价、调价机制，是否就销售量、原材料价格波动约定了价格调整机制；与客户约定年降产品的范围、影响；题述返利条款的具体约定、金额的确定依据，与相关收入的匹配关系、对毛利率的影响；返利约定是否符合行业特征，返利计提、实际发生的会计处理、是否符合《企业会计准则》规定，在各期间的归集是否准确。

(4)说明题述战略性定价小天窗项目的具体业务背景、金额及占比情况，结合对应车型说明毛利率大幅下降的原因、是否为暂时性的；小天窗是否与全景天窗共用机器设备，如为专用设备，请分析是否存在减值风险；全景天窗毛利率高于小天窗毛利率的原因及合理性；结合单位价格、单位产品成本结构及固定成本、变动成本结构等，说明全景天窗、小天窗产品的变动原因。

(5)区分客户或主要车型进行毛利率分析，对于部分客户毛利率长期维持在负毛利、低毛利的原因，与其开展业务的商业合理性，发行人维持较低毛利率水平是否为暂时性的，是否与部分车型终端销量不及预期有关，发行人产品间成本归集是否准确；发行人的报价策略、是否通过较为激进的报价策略获取业务和订单；结合前述情况及期后业绩情况说明发行人的盈利能力、未来毛利率是否存在进一步下滑甚至亏损的重大风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

(一)说明发行人业绩变动的原因，2021年、2022年在营业收入大幅增长背景下，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润低于2020年的原因；

发行人的收入、业绩变动是否符合行业特征

2020-2022 年度，发行人总体经营情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	202,094.37	19.32%	169,365.96	28.63%	131,666.34
营业成本	170,863.43	18.29%	144,449.72	34.63%	107,293.68
期间费用	18,912.35	0.32%	18,851.62	35.62%	13,900.36
营业利润	10,072.09	96.27%	5,131.66	-37.42%	8,200.06
利润总额	10,146.17	98.84%	5,102.75	-37.37%	8,146.89
所得税费用	3,104.09	278.80%	819.45	2.06%	802.91
净利润	7,042.09	64.41%	4,283.30	-41.68%	7,343.98
归属于母公司所有者的净利润	7,137.26	66.63%	4,283.30	-41.68%	7,343.98
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	6,471.93	62.90%	3,972.98	-43.36%	7,014.37

2020-2022 年度，发行人实现营业收入分别为 131,666.34 万元、169,365.96 万元和 202,094.37 万元，2021 年度和 2022 年度增长率分别为 28.63%和 19.32%；2020-2022 年度，发行人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 7,014.37 万元、3,972.98 万元和 6,471.93 万元，2021 年度和 2022 年度增长率分别为-43.36%和 62.90%。2021 年度和 2022 年度在营业收入大幅增长背景下，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润低于 2020 年度的原因主要为：1、综合毛利率下降；2、2021 年度期间费用增长较快；3、2022 年度所得税费用增长较快。

1、综合毛利率下降主要系小天窗毛利率下降所致，小天窗毛利率下降受到部分战略性定价小天窗项目的影响，开展战略性定价小天窗项目具备合理性及必要性

2020-2022 年度，发行人主要产品的收入、毛利及毛利率情况如下所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
全景天窗收入	135,813.29	110,089.89	79,905.82
全景天窗毛利	24,459.33	19,709.84	15,367.22
全景天窗毛利率	18.01%	17.90%	19.23%
小天窗收入	55,095.90	52,784.49	44,045.05
小天窗毛利	4,516.97	3,954.19	6,041.98
小天窗毛利率	8.20%	7.49%	13.72%

由上表可知，发行人整体毛利率呈现出 2021 年度下降，2022 年度回升的趋势。

发行人天窗产品为非标准件，针对不同车型的天窗进行定制化设计开发，因此不同车型天窗产品在产品结构复杂程度、技术难度、客户议价能力、市场销量预期、生命周期阶段等维度上存在差异，进而不同车型天窗产品在毛利率上也存在一定差异，发行人毛利率变动主要系不同车型销量变动带来的结构性变动，具体情况如下：

(1)全景天窗

2020 年度-2022 年度，发行人全景天窗毛利率相对稳定，车型对应产品收入在 1,000 万元以上的主要项目，收入占全景天窗总收入的比例在 90%以上，主要车型收入结构变动导致的毛利率变动情况具体如下：

年度	车型对应产品收入区间	毛利率区间	项目数量(个)	收入占比
2022 年度	>5,000 万元	>20%	4	31.91%
		<=20%	3	23.60%
	>1,000 万元 <=5,000 万元	>20%	4	7.24%
		<=20%	16	31.16%
	合计		27	93.91%
2021 年度	>5,000 万元	>20%	2	25.14%
		<=20%	2	15.69%
	>1,000 万元 <=5,000 万元	>20%	7	17.36%
		<=20%	16	36.70%

年度	车型对应产品收入区间	毛利率区间	项目数量(个)	收入占比
	合计		27	94.89%
2020 年度	>5,000 万元	>20%	2	29.63%
		<=20%	2	17.76%
	>1,000 万元 <=5,000 万元	>20%	5	19.44%
		<=20%	8	24.24%
	合计		17	91.07%

2021 年度，发行人年收入体量在 1,000.00 万元至 5,000.00 万元的车型对应产品占比提升；不同车型对应产品毛利率存在差异，一般而言单一车型的销量越高，其单位固定成本越低，则毛利率越高；2021 年 1,000.00 万元至 5,000.00 万元区间车型收入同比 2020 年，从 43.68%提升至 54.06%，同时，上述区间中低毛利产品（小于等于 20%）收入占比从 24.24%提升至 36.70%，综上使得发行人全景天窗毛利率于 2021 年度略有下降。

(2)小天窗

发行人小天窗产品 2020-2022 年度内收入增长但 2021 年度毛利减少、2022 年度毛利有所增加但依旧低于 2020 年度，这一定程度上解释了公司收入增长但利润减少的业绩变化。2020-2022 年度，发行人小天窗收入分别为 44,045.05 万元、52,784.49 万元和 55,095.90 万元，复合增长率为 11.84%；但同期小天窗毛利分别为 6,041.98 万元、3,954.19 万元和 4,516.97 万元，呈现先减后增的情形。2020 年度-2022 年度，发行人小天窗毛利率呈先下降后回升的趋势，车型对应产品收入在 500 万元以上的主要项目，收入占小天窗总收入的比例在 90%以上，主要车型收入结构变动导致的毛利率变动情况具体如下：

年度	车型对应产品收入区间	毛利率区间	项目数量(个)	收入占比
2022 年度	>2,500 万元	>10%	3	21.78%
		<=10%	2	31.88%
	>500 万元 <=2,500 万元	>10%	8	18.71%
		<=10%	10	17.97%
	合计		23	90.33%
2021 年度	>2,500 万元	>10%	4	31.38%
		<=10%	3	28.99%

年度	车型对应产品收入区间	毛利率区间	项目数量(个)	收入占比
2020 年度	>500 万元 <=2,500 万元	>10%	4	9.81%
		<=10%	10	21.29%
	合计		21	91.47%
	>2,500 万元	>10%	8	66.84%
		<=10%	0	0.00%
2021 年度	>500 万元 <=2,500 万元	>10%	4	8.55%
		<=10%	7	17.47%
	合计		19	92.87%

由上表可知，发行人 2021 年小天窗的毛利率下降主要系 2021 年度收入体量在 2,500.00 万元以上的低毛利（小于等于 10%）车型对应产品收入占比从 2020 年的 0.00%提升至 28.99%，其中，占比较高的为一汽大众和上汽大众的宝来、朗逸车型，均为战略性定价项目。对于上述两款车型，2021 年度和 2022 年度发行人实现天窗收入分别为 11,814.54 万元和 17,564.56 万元，拉低了整体小天窗毛利率。上述项目开展的合理性及必要性详见本题之“（四）、说明题述战略性定价小天窗项目的具体业务背景、金额及占比情况，结合对应车型说明毛利率大幅下降的原因、是否为暂时性的…”。

2、2021 年度期间费用增长较快主要系销售费用增速远高于营业收入增速，销售费用增长较快受到质量三包费的影响

发行人期间费用由销售费用、管理费用、研发费用和财务费用组成。2020-2022 年度，发行人期间费用构成及占营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用	4,128.33	21.83%	4,311.57	22.87%	2,485.92	17.88%
管理费用	7,459.63	39.44%	6,556.91	34.78%	4,763.99	34.27%
研发费用	6,225.07	32.92%	6,692.56	35.50%	5,603.81	40.31%
财务费用	1,099.32	5.81%	1,290.58	6.85%	1,046.63	7.53%
合计	18,912.35	100.00%	18,851.62	100.00%	13,900.36	100.00%
销售费用占营业收入比例	2.04%		2.55%		1.89%	
管理费用占营业收入比例	3.69%		3.87%		3.62%	

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
研发费用占营业收入比例	3.08%		3.95%		4.26%	
财务费用占营业收入比例	0.54%		0.76%		0.79%	
期间费用合计占营业收入比例	9.36%		11.13%		10.56%	

由上表可知，2020-2022 年度发行人研发费用和财务费用占营业收入的比例略有下降，销售费用和管理费用占营业收入的比例呈现先升后降的趋势；其中，2021 年度管理费用占比的变动处于合理范围内，但销售费用占比的增长显著。

销售费用增长较快受到质量三包费的影响，2020-2022 年度，公司质量三包费分别为 1,102.78 万元、2,334.67 万元和 1,948.53 万元，主要为公司计提的质量保证金。公司基于历史经验数据，按照当期实现的主营业务收入的 1.00%计提质量保证金。对于涉及单个项目的或有事项，按最佳估计数作为可能发生的金额进行单项计提，2021 年度质量三包费较高主要系对长安福特 CD539 项目单项计提的特殊产品质量保证金影响，明细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一般质量问题			
计提：	1,998.99	1,682.30	1,272.48
转回：	50.46	395.14	169.70
特殊质量问题			
计提：	-	1,047.51	-
小计	1,948.53	2,334.67	1,102.78

由上表可知，2021 年度发行人因长安福特 CD539 项目预提了 1,047.51 万元预计负债，原因为 2021 年长安福特汽车有限公司对锐界 FSA21B56-CD539 天窗运行缓慢、卡滞和抖动进行客户满意度调查并对经调查受影响车辆共 13,370 台实行召回产生的相关售后质量索赔。剔除此特殊产品质量保证后，发行人 2021 年度销售费用金额为 3,264.06 万元，占营业收入的比例为 1.93%，较 2020 年度基本持平。

3、2022 年度所得税费用增长较快主要系子公司适用不同税率的影响和本

期末确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响

发行人 2020-2022 年度所得税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
利润总额	10,146.17	5,102.75	8,146.89
按适用税率(15%)计算的所得税费用	1,521.93	765.41	1,222.03
子公司适用不同税率的影响	922.19	55.39	180.78
非应税收入的影响	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	29.56	119.99	135.64
研发费加计扣除影响	-966.83	-899.50	-595.16
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-0.50	-140.39
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	1,597.24	778.13	-
其他	-	0.53	-
所得税费用	3,104.09	819.45	802.91

公司 2022 年度所得税费用较高主要原因为：(1)吉林、湘潭子公司业务规模扩张，适用税率为 25%；(2)上海基地未确认可抵扣亏损对所得税费用的影响，一方面由于发行人以生产基地为单位展开经营活动，上海基地预计未来期间产生的经营利润尚不能形成纳税盈利；另一方面，由于上海基地承担集团大部分研发任务，利润总额调整至应纳税所得额后很可能小于当期研发费用可加计扣除的金额，从而导致持续性纳税亏损。上述两项原因对发行人净利润影响超 2,000 万元，使得发行人 2022 年度净利润较 2020 年度基本持平。

综上所述，发行人 2020-2022 年度的业绩变动符合公司实际经营特点，具备合理性。发行人收入增长得益于报告期乘用车行业的复苏和增长，业绩变化符合行业特征及公司实际经营情况。

(二)结合发行人与同行业可比公司的供应链定位(同行业可比公司是否为一级零部件供应商)、产品差异(如应用场景、产品货值及其市场容量、直接材料占比等)、细分领域竞争格局等说明发行人处于更加严峻的竞争环境、毛利率低于同行业可比公司的原因

1、发行人因产品、供应链定位和细分竞争格局等方面因素与同行业可比公司毛利率存在一定差异

报告期内发行人与同行业可比公司的主营业务毛利率对比如下：

公司简称	主营业务毛利率			
	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	20.18%	20.19%	22.21%	24.28%
星宇股份	21.44%	22.28%	22.84%	27.34%
继峰股份	14.21%	13.10%	14.10%	13.40%
天成自控	20.03%	13.24%	13.92%	20.32%
金钟股份	24.27%	19.02%	27.34%	32.89%
平均值	20.03%	17.57%	20.08%	23.65%
发行人	15.46%	14.94%	14.49%	17.29%

数据来源：同行业上市公司年报或半年报。

汽车天窗作为汽车零部件中的选配品，相比其他一级零部件供应商，公司处于更加严峻的竞争环境。这主要体现在发行人不仅受到下游乘用车销量的影响，同时受到下游乘用车天窗装配率的影响。根据头豹研究数据显示，2022 年度国内汽车天窗出货量达 1,478.10 万套(上述数据不包含汽车天幕)，渗透率约为 62.00%。

发行人与同行业公司的供应链定位、产品差异和细分领域竞争格局对比情况如下：

项目	发行人	新泉股份	星宇股份	继峰股份	天成自控	金钟股份
供应链定位	汽车天窗为主的汽车运动部件制造商、一级汽车零部件供应商	汽车饰件整体解决方案供应商、一级汽车零部件供应商	汽车车灯总成制造商和设计方案提供商、一级汽车零部件供应商	汽车内饰件及座椅解决方案供应商、一/二级汽车零部件供应商	座椅业务供应商、一级汽车零部件供应商（乘用车座椅业务）	汽车内外饰件设计、开发、生产和销售供应商、一级/二级汽车零部件供应商
主要产品及应用场景	全景天窗、小天窗	仪表板总成、门内护板总成、立柱护板总成、流水槽盖板总成、保险杠总成、顶置文件柜总成	汽车前照灯、后组合灯、雾灯、日间行车灯、室内灯、氛围灯	乘用车座椅、内饰件产品及解决方案；商用车座椅系统及解决方案	乘用车座椅、工程商用车座椅及配件、航空座椅	轮毂装饰件、标识装饰件、车身装饰件
主要产品	全景天窗平	仪表板总成平	前照灯+后组	头枕平均 74.13	乘用车座椅	大尺寸轮毂装

项目	发行人	新泉股份	星宇股份	继峰股份	天成自控	金钟股份
货值	均 1,407.27 元/台、小天窗平均 610.39 元/台	均 1,259.97 元/套、门内护板总成平均 1,295.44 元/套	合灯+雾灯和其他小灯单车价值量：卤素 1,200-1,800 元/套；氙气 1,600-2,300 元/套；LED 2,800-3,800 元/套	元/件、座椅扶手平均 939.14 元/件、商用车座椅平均 2,739.14 元/件	平均 446.55 元/席、航空座椅 12,057.98 元/席、工程机械座椅 793.84 元/席	饰盖平均 22.65 元/件、轮毂中心盖平均 5.01 元/件、轮毂镶件平均 10.42 元/件
主营业务产品直接材料占主营业务成本的比重	78.88%	78.34%	79.50%	72.31%	77.48%	55.56%
市场容量	主要为乘用车市场选择装配天窗的车型	乘用车市场+商用车市场	主要为乘用车市场	乘用车市场+商用车市场	乘用车市场+商用工程车市场+航空座椅市场	主要为乘用车市场
主要客户	长安汽车、一汽集团、吉利汽车、广汽集团、上汽集团、上汽大众	吉利汽车、特斯拉、奇瑞汽车、上汽集团、一汽集团等	一汽大众、上汽大众、戴姆勒、通用汽车、一汽丰田、一汽红旗等	奥迪、宝马、菲亚特克莱斯勒、戴姆勒、捷豹路虎、保时捷等国外厂商；一汽、上汽、东风、长城、红旗、比亚等国内厂商	上汽、北汽、比亚迪、上汽大众、上汽通用、波音、三一重工、东风汽车、中国重汽	DAG（最终销往通用、福特）、广州戴得/天津戴得（最终销往广汽丰田、一汽丰田、广汽本田）、特斯拉中国
竞争格局	国外天窗龙头企业占主导地位，国内品牌逐渐崛起	商用车饰件领域，市场容量小但行业集中度高；乘用车饰件领域，市场容量大但行业格局分散；公司主要竞争对手包括一汽富维、常熟汽饰、延锋汽饰、弗吉亚、丰田合成等	国内车灯市场华域视觉、星宇股份在竞争格局中占据优势地位	继峰股份是全球座椅头枕细分市场龙头，全球市占率超 25%；格拉默（被收购）农用机械、卡车等座椅产品在欧洲市场份额第一	乘用车座椅行业格局集中，外资品牌占主导地位	乘用车饰件领域，市场容量大但行业格局分散；金钟股份汽车轮毂装饰盖的全球市场占有率约为 14.38%，主要竞争对手为敏实集团、信邦控股

注：数据来源于年度报告、招股说明书、募集说明书、研究报告等公开信息

由上表可知，发行人和同行业可比公司在供应链定位、产品和细分竞争格局均存在差异，在上述维度中竞争格局对产品定价的影响最大，进而影响各公司的毛利率水平。一般而言，细分赛道垄断优势越显著、差异化竞争空间越大、竞争格局越集中，企业的品牌效应和规模效应越明显，毛利率空间越大。

星宇股份和金钟股份毛利率显著高于发行人，主要系星宇股份、金钟股份在细分赛道竞争格局中处于相对优势地位：1、Marklines 数据显示，星宇股份于 2021 年度凭借 14%的市场占有率在国内车灯市场占据第二的优势地位，凭借 ADB、SmartRGB 等代表技术形成差异化竞争，主要服务一汽大众、上汽大众等客户；2、公开信息显示，金钟股份车轮毂装饰盖的全球市场占有率约为 14.38%。

继峰股份和天成自控的毛利率整体略低于发行人，主要系上述两家同行业可比公司业务涉及乘用车座椅业务，该细分赛道竞争格局集中，外资品牌占主导地位，其中天成自控 2022 年度乘用车座椅毛利率仅为 4.99%。

新泉股份毛利率略高于发行人，其所在的乘用车饰件领域行业格局分散，但由于随着汽车消费属性的增强，汽车饰件在材料、工艺及设计层面均有提升空间，汽车饰件设计特性将更加突显，从而促使行业利润保持在较高水平。其所在行业主要上市公司主营业务毛利率如下：

公司名称	2023 年 1-6 月 毛利率	2022 年度毛利率	2021 年度毛利率	2020 年度毛利率
华域汽车	12.13%	13.66%	13.00%	13.68%
宁波华翔	16.64%	17.14%	19.39%	18.92%
常熟汽饰	18.76%	20.38%	22.72%	21.26%

注：华域汽车 2021 年度及以后主营业务成本包含运输费用；宁波华翔、常熟汽饰 2020 年度及以后主营业务成本包含运输费用

发行人毛利率受到各类因素影响，供应链定位和产品差异并不必然使得毛利率正向或负向变化，竞争格局决定了公司在产业链中的定价话语权，通过产品售价直接影响毛利率。目前国内汽车天窗行业仍处于国产替代阶段，发行人面临机遇的同时也面临挑战，汽车天窗作为选配品更容易受到行业格局变化的影响。

2、发行人毛利率与境外天窗上市公司毛利率具有可比性

汽车零部件行业中，产品差异对毛利率的影响更加显著，但发行人的天窗产品在国内上市公司中难以找到同类产品。YACHIYO INDUSTRY（7298.T），即八千代工业株式会社，为日本汽车零部件上市公司，主要产品包括油箱和车顶天窗，根据其发布的 2022 年报显示，其全年收入为 1,642.30 亿日元，综合毛

利率（Gross profit/Revenue）为 14.97%；参考主营产品为加油管和油箱的亚普股份的经营情况，其 2022 年度销售毛利率为 15.61%，剔除油箱业务影响，YACHIYO INDUSTRY 的汽车天窗毛利率和发行人汽车天窗毛利率较为接近，具备可比性。

综上所述，发行人毛利率低于同行业可比公司具备合理性。

(三)说明与客户的定价、调价机制，是否就销售量、原材料价格波动约定了价格调整机制；与客户约定年降产品的范围、影响；题述返利条款的具体约定、金额的确定依据，与相关收入的匹配关系、对毛利率的影响；返利约定是否符合行业特征，返利计提、实际发生的会计处理、是否符合《企业会计准则》规定，在各期间的归集是否准确

1、说明与客户的定价、调价机制，是否就销售量、原材料价格波动约定了价格调整机制；与客户约定年降产品的范围、影响

(1)发行人与客户的定价、调价机制

发行人主要采用成本加成定价方式，根据客户产品需求，发行人成立跨部门协同小组，综合考虑市场竞争、原材料采购价格、运输费用、包装成本、技术工艺路线难度、生命周期供需情况、合理利润空间等因素，向客户报价投标。项目定点后，发行人和客户一般以一年为周期，根据市场情况变化协商进行价格调整。

(2)与客户未就销售量、原材料价格波动约定明确的价格调整机制

发行人与客户未就销售量、原材料价格波动约定明确的价格调整机制，但在协商过程中，下游车型当年销售情况、未来预计销售情况和原材料价格波动均为商业谈判的重要考量因素。

(3)年降产品的范围及影响

报告期内，公司和主要客户均存在年降执行情况，具体产品范围和影响如下：

单位：个、万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涉及客户集团数量	15	15	9	8
涉及产品范围	天窗、密封条 等其他配件	天窗、密封条 等其他配件	天窗、密封条 等其他配件	天窗、密封条 等其他配件
年降金额	2,245.28	4,989.82	3,866.86	4,568.45
主营业务收入	95,921.40	199,899.42	168,230.11	127,248.18
年降金额占主营业务收入的比例	2.34%	2.50%	2.30%	3.59%

注：每月年降金额=(产品上年该月单价-产品本年当月单价)*本年当月销售数量；年降金额为 12 个月每月年降金额汇总。

发行人上述与客户的定价、调价机制符合行业惯例，发行人对客户的年降和下述返利情况均为商业折让，彼此之间根据市场情况等要素具备可互替性，因此年降及返利金额和发行人经营规模的匹配分析详见本题之“2、题述返利条款的具体约定、金额的确定依据，与相关收入的匹配关系、对毛利率的影响…”。

2、题述返利条款的具体约定、金额的确定依据，与相关收入的匹配关系、对毛利率的影响；返利约定是否符合行业特征，返利计提、实际发生的会计处理、是否符合《企业会计准则》规定，在各期间的归集是否准确

(1)题述返利条款的具体约定、金额的确定依据，与相关收入的匹配关系、对毛利率的影响

题述返利的本质是发行人对客户的一种商业折让，是结合过去销售情况和未来销售预测对年降政策的一种补充折让方式。相关返利一般由客户主动提出，和发行人协商后确定，每家客户的返利方式均有差异，发行人根据各返利约定的特征将对客户返利分为销量相关返利和固定金额返利。

销量相关返利具体约定一般为：基于双方友好协商，发行人同意在年度价格的基础上单台返利一定金额，返利金额由客户与发行人协商确定；固定金额的具体约定一般为：基于双方友好协商，发行人同意返利一定金额，返利金额由客户与发行人协商确定。

报告期内，发行人各年度客户返利情况与相关收入相匹配，对毛利率的影

响较小，具体如下：

①与相关收入相匹配情况

根据行业惯例，发行人对客户存在年降以及返利两种形式的商业折让，年降与返利虽然在形式上略有不同、对发行人下一年度的商业议价的基础价格影响不同，但在当年度对发行人收入、利润影响不存在实质区别，故汇总年降金额和返利金额更能体现出发行人对客户的折让金额的波动情况。报告期内，发行人年降以及返利金额统计情况如下：

单位：万元

项目	2023年 1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
年降金额(1)	2,245.28	4,989.82	3,866.86	4,568.45
返利金额(2)	368.75	856.05	3,229.38	1,161.73
涉及年降或返利的客户集团收入(3)	89,841.33	193,304.92	147,651.68	121,947.07
年降及返利幅度(4)=[(1)+(2)]/[(1)+(2)+(3)]	2.83%	2.94%	4.59%	4.49%
主营业务收入(5)	95,921.40	199,899.42	168,230.11	127,248.18
涉及年降或返利的客户集团收入占主营业务收入比(6)=(3)/(5)	93.66%	96.70%	87.77%	95.83%

注：每月年降金额=(产品上年该月单价-产品本年当月单价)*本年当月销售数量；年降金额为 12 个月每月年降金额汇总。

发行人在 2022 年度整体年降及返利金额占主营业务收入的比例较低，主要系客户 A 和客户 C 年降及返利金额较低。

其中，2022 年发行人对客户 A 不存在返利，2022 年对该客户年降金额较少的原因主要系发行人在当年度和客户 A 基于以下三个事实，针对 2022 年单价达成一致：1) 发行人为保证稳定供应，为客户 A 投入的固定成本较高；2) 客户 A 众多车型的量产时间较早，合作以来持续按一定幅度年降，项目毛利率不高；3) 2022 年部分新增量产项目实际亏损。

发行人对客户 C 2022 年度年降及返利金额较低的原因主要系：1) 车型 C1 在 2019 年定价较高，降价空间较大，因此 2020 年度年降金额最高；2) 基于未来良好的预期销售情况，发行人和客户 C 确定了相关年降及返利政策，2020 年度和 2021 年度最终年降及返利整体比例较高，因此 2022 年度未商谈额外的返利政策。

综上所述，报告期内，发行人对客户年降及返利变动情况与发行人自身业

务模式相符，具备合理性，发行人对客户年降及返利幅度与相关收入基本匹配。

②对毛利率的影响情况

返利的本质是发行人对客户的一种商业折让，是结合过去销售情况和未来销售预测对年降政策的一种补充折让方式。相关返利一般由客户主动提出，和发行人协商后确定，每家客户的返利方式均有差异。报告期内，发行人各年度客户返利情况与相关收入相匹配，对发行人当年毛利率影响整体较小。

(2)返利约定是否符合行业特征，返利计提、实际发生的会计处理、是否符合《企业会计准则》规定，在各期间的归集是否准确

①返利约定符合行业特征

报告期内，发行人同 10 家客户集团有相关返利约定，非单一客户的特殊约定事项。汽车零部件行业普遍存在返利制度，发行人和客户相关返利约定符合行业特征。

②返利相关会计处理符合《企业会计准则》规定，各期间归集准确

固定金额返利一般针对过往销售情况，由客户主导，发行人无法在产品控制权转移时对可变对价计提预计负债，实际发生时直接冲减对应期间主营业务收入；销量相关的返利，客户会在结算系统中直接维护扣减返利的单价，发行人和客户根据扣减后的单价结算，不涉及额外的会计处理。对于返利协议已签订，但尚未返利的情形，发行人会以双方确认的协议为依据在对应期间计提对应返利金额。

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》2-5，“企业应当基于返利的形式和合同条款的约定，考虑相关条款安排是否会导致企业未来需要向客户提供可明确区分的商品或服务，在此基础上判断相关返利属于可变对价还是提供给客户的重大权利。一般而言，对基于客户采购情况等给予的现金返利，企业应当按照可变对价原则进行会计处理；对基于客户一定采购数量的实物返利或仅适用于未来采购的价格折扣，企业应当按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。”

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十六条，“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。”

综上，公司为客户提供的返利均为现金返利，按照可变对价原则进行会计处理，符合《企业会计准则》规定，在各期间的归集准确。

(四)说明题述战略性定价小天窗项目的具体业务背景、金额及占比情况，结合对应车型说明毛利率大幅下降的原因、是否为暂时性的；小天窗是否与全景天窗共用机器设备，如为专用设备，请分析是否存在减值风险；全景天窗毛利率高于小天窗毛利率的原因及合理性；结合单位价格、单位产品成本结构及固定成本、变动成本结构等，说明全景天窗、小天窗产品的变动原因

1、说明题述战略性定价小天窗项目的具体业务背景、金额及占比情况，结合对应车型说明毛利率大幅下降的原因、是否为暂时性的

(1)题述战略性定价小天窗项目的具体业务背景

报告期内，主营业务按产品分类的毛利率变动情况如下：

类别	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
全景天窗毛利率	18.77%	18.01%	17.90%	19.23%
小天窗毛利率	8.09%	8.20%	7.49%	13.72%
主营业务毛利率	15.46%	14.94%	14.49%	17.29%

报告期各期，发行人全景天窗类产品毛利率变动幅度较小；小天窗类产品毛利率 2020 年至 2021 年期间波动较大，主要系发行人新增两个量产项目，即与一汽大众合作开展的新宝来项目、与上汽大众合作开展的新朗逸项目。上述两个项目于 2016 年定点，2021 年全面量产，代表发行人成功实现打入南北大众的战略目标。

上述项目是发行人基于战略规划，自主开发的业务，业务背景及必要性主要为：①扩张市场份额。一汽大众和上汽大众是国内知名合资车企，有利于发行人丰富客户结构，扩张市场份额；②树立品牌形象。一汽大众和上汽大众对

供应商产品性能、质量稳定性的要求较高，发行人同上述客户的稳定合作能够树立业内品牌形象；③提升未来盈利空间。一汽大众和上汽大众对供应商的启用较为谨慎，发行人凭借小天窗的稳定供应能力得到一汽大众和上汽大众的认可后，才逐步获得利润空间更大的全景天窗车型项目定点。

(2)题述战略性定价小天窗项目的金额及占比情况，结合对应车型说明毛利率大幅下降的原因、是否为暂时性的

2021 年度，新朗逸和新宝来车型开始量产，以上两款车型对应天窗报告期内收入分别为 1.73 万元、11,814.54 万元、17,564.56 万元和 7,726.72 万元，占小天窗的收入比例为 0.00%、22.38%、31.88%和 31.97%，在 2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月占比较高。但以上两个项目因受到客户指定上游供应商的影响，成本较高，公司基于后续与上汽大众、一汽大众进一步扩大合作的考量，并未提高定价，因此上述合作项目天窗产品毛利率较低，故报告期内，小天窗类产品毛利率波动幅度较大。上述两个项目对公司小天窗毛利率的影响具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
小天窗收入	24,172.09	55,095.90	52,784.49	44,045.05
小天窗毛利	1,954.61	4,516.97	3,954.19	6,041.98
小天窗毛利率	8.09%	8.20%	7.49%	13.72%
朗逸、宝来车型的对应小天窗收入	7,726.72	17,564.56	11,814.54	1.73

由上表可知，报告期内小天窗毛利率持续下降主要受到新朗逸和新宝来项目逐年扩张的规模和较低的毛利率影响。剔除上述两个项目的影响后，公司小天窗毛利率已于 2022 年度恢复至正常水平，未见持续下滑的趋势。针对新宝来项目，发行人正在向客户申请原材料供应商变更，通过选用更高性价比的原材料供应商，有望提高上述项目的整体毛利率水平。

综上所述，发行人小天窗产品 2021 年度毛利率下滑趋势是暂时性的，发行人整体毛利率将随着未来收入结构调整逐步提升。

2、小天窗是否与全景天窗共用机器设备，如为专用设备，请分析是否存在

减值风险

发行人生产相关的机器设备为分总成装配线、天窗总装线、功能质量检测设备和其他辅助设备，其中小天窗和全景天窗因生产工序的差异，不可共用天窗总装线。对于同属小天窗或全景天窗产品大类的生产装配线，发行人可以通过调整相关的工装模具对生产装配线进行调配以调整产能结构，满足同一产品大类下不同型号天窗的生产需求。报告期内，发行人全景天窗和小天窗产线产能利用率较高、生产任务饱和，不存在减值迹象。根据《企业会计准则第8号——资产减值》的相关规定，公司于报告期各期末对相关资产是否存在减值迹象进行判断，具体如下：

序号	企业会计准则的规定	公司实际情况
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。	主要机器设备目前市场价格未发生大幅下降情形。
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。	公司经营所处的经济、技术或者法律等环境未发生重大变化，相关政策未发生重大变化。
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。	报告期内，市场利率或者其他市场投资报酬率未发生明显波动。
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。	公司固定资产中相关厂房及生产线，均可以正常生产，其他设备可以正常运转。公司在对生产设备进行日常维保、盘点的过程中，将已经损毁的设备进行报废处理。报告期各期末公司固定资产未发生陈旧过时或者实体损坏的情况。
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。	公司通过日常维保、盘点等方式对生产设备进行管理。公司当前并未对机器设备进行满负荷运转，而是通过分散生产的方式保持机器设备的可用性，杜绝由于闲置对机器设备造成损害。结合监盘检查情况，公司不存在闲

		置机器，设备均正常使用。
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等。	报告期内，相关资产设备不存在资产的经济绩效已经低于或者将低于预期的情形。
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象。	不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

综上，经逐项对照《企业会计准则》的规定，发行人小天窗相关固定资产不存在减值迹象，不存在减值风险。

3、全景天窗毛利率高于小天窗毛利率的原因及合理性

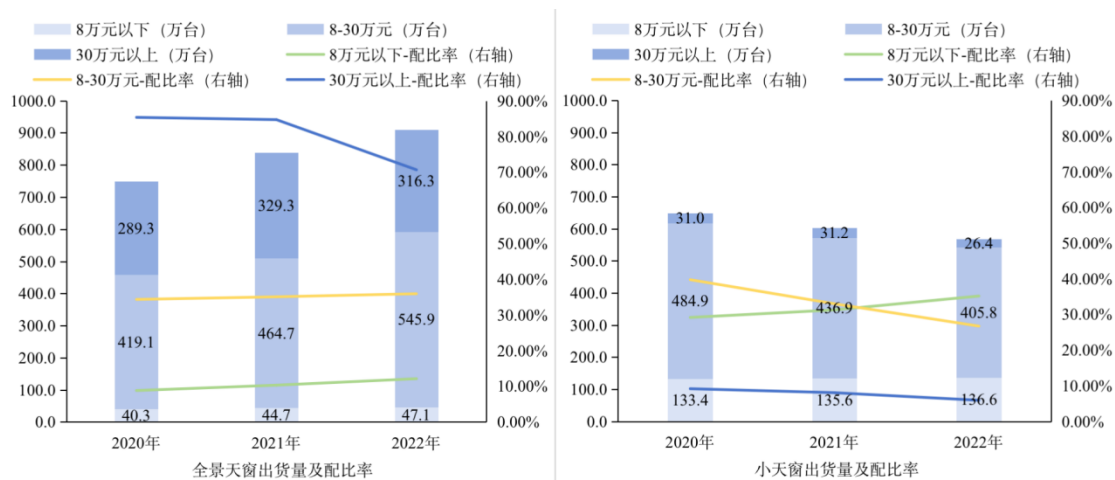
全景天窗和小天窗的毛利率差异主要体现在产品售价维度，产品售价受到技术溢价空间、市场供需关系等因素的影响。

(1)技术溢价空间

汽车天窗是车身系统中最大和最复杂的配套分总成之一，是集光、机、电一体的高度集成化车身智能产品，其结构较复杂，设计开发涉及材料学(金属及塑料)、机械学、力学、仿真学、自动化控制等多学科、多领域理论知识的综合运用，需要在车顶的有限空间内集成上百个零部件。全景天窗并非简单扩大版的小天窗，其作为零部件中的安全件和功能件，整体产品设计和装配工艺更加复杂，对技术工艺的要求更高，技术溢价空间更高。

(2)市场供需关系

头豹研究院数据显示，报告期内，国内乘用车全景天窗出货量从 748.7 万台提升至 909.3 万台，小天窗出货量从 649.3 万台下降至 568.8 万台。全景天窗和小天窗在各个价格区间的出货量和配比率数据具体如下：



数据来源：头豹研究院

由上图可知，2020年-2022年，8万元至30万元的中端车型全景天窗装配率分别为34.33%、35.06%和35.92%，小天窗装配率分别为39.72%、32.96%和26.70%，全景天窗装配率不断上升，小天窗装配率下降，说明中端车型越发倾向于配置尺寸更大、视野更好、换气效果更佳、单价也更高的全景天窗。随着经济的不断发展、消费者对汽车性能和舒适性要求的不断提升，全景天窗凭借其采光良好、视野开阔等优势，市场接受度和认可度不断提高，市场需求也随之上升。

如本问“(1)技术溢价空间”所述，汽车全景天窗的开发、设计、生产需要企业具备更加深厚的专业技术储备、更加丰富的实践经验和更加先进的制造工艺支持，供给准入门槛更高。因此，全景天窗有着更好的市场需求以及更高的供给门槛，因此供需结构关系更优，产品毛利率情况更好。

综上所述，全景天窗具有更高的技术溢价空间，更优的供需结构关系，毛利率高于小天窗具备合理性。

4、结合单位价格、单位产品成本结构及固定成本、变动成本结构等，说明全景天窗、小天窗产品的变动原因

报告期内，发行人全景天窗及小天窗的单位售价、单位成本和毛利率变化情况如下：

单位：元/台

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
----	-----------	--------	--------	--------

全景天窗单位售价	1,285.53	1,407.27	1,479.97	1,527.74
全景天窗单位成本	1,044.26	1,153.83	1,215.01	1,233.93
全景天窗毛利率	18.77%	18.01%	17.90%	19.23%
小天窗单位售价	598.13	610.39	579.28	550.03
小天窗单位成本	549.77	560.34	535.88	474.58
小天窗毛利率	8.09%	8.20%	7.49%	13.72%

报告期内，发行人全景天窗和小天窗产品的单位售价及单位成本呈同向变动趋势。发行人产品为定制化产品，不同项目天窗产品的单位售价和单位成本因产品结构复杂程度、技术难度、客户议价能力、市场销量预期、生命周期阶段等因素存在差异，使得报告期内发行人全景天窗和小天窗的单位售价及单位成本因产品结构变化而变化。

(1)单位成本为影响发行人毛利率的重要因素，发行人各类产品成本结构对单位成本的影响如下：

单位：元/台

全景天窗								
项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位售价	1,285.53	/	1,407.27	/	1,479.97	/	1,527.74	/
单位直接材料	837.51	80.20%	923.39	80.03%	982.35	80.85%	1,042.34	84.47%
单位直接人工	39.60	3.79%	51.52	4.47%	46.72	3.85%	30.98	2.51%
单位制造费用	130.77	12.52%	141.58	12.27%	127.40	10.49%	112.76	9.14%
单位履约成本	36.38	3.48%	37.33	3.24%	58.53	4.82%	47.85	3.88%
单位成本合计	1,044.26	100.00%	1,153.83	100.00%	1,215.01	100.00%	1,233.93	100.00%
小天窗								
项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位售价	598.13	/	610.39	/	579.28	/	550.03	/
单位直接材料	425.84	77.46%	431.14	76.94%	416.50	77.72%	372.79	78.55%
单位直接人工	19.82	3.60%	27.93	4.98%	20.59	3.84%	14.52	3.06%
单位制造费用	75.82	13.79%	73.80	13.17%	67.89	12.67%	62.61	13.19%
单位履约成本	28.29	5.15%	27.47	4.90%	30.90	5.77%	24.65	5.20%
单位成本合计	549.77	100.00%	560.34	100.00%	535.88	100.00%	474.58	100.00%

由上表可知，发行人全景天窗、小天窗产品的毛利率变动在产品成本维度的原因主要为单位直接人工和单位制造费用上升，单位直接材料的变动趋势和各类产品单位成本一致。单位直接人工和单位直接制造费用的上升，主要系发行人报告期内公司产品结构更加丰富、工艺流程中发行人自主生产的分总成体系更加完善。

其中，2021 年单位直接人工、单位制造费用、单位履约成本增加主要系：(1)发行人新量产项目数量增加，发行人针对新量产项目生产过程中装配工艺切换，需要对设备进行调整并对人员进行培训，使得单位产品平均工时增加，因此单位人工和单位制造费用提升；(2)发行人新增固定资产和长期待摊费用产生的折旧摊销额，使得单位制造费用增加；(3)截至 2021 年 10 月，具备 PU 生产工艺的生产基地为湖州 PU 基地和成都工厂，因同期销售规模增长集中于华东、西南、东北区域，因此涉及 PU 工序的产品，需要由湖州 PU 基地完成后部分由上海工厂实施总装再行发送、或由成都生产基地生产并进行远距离运送，导致单位履约成本上升。

2022 年单位直接人工、单位制造费用增加，单位履约成本降低主要系湘潭工厂、吉林工厂的 PU 产线均已在 2022 年投产，PU 产线涉及玻璃分总成生产的相关工艺，随着 PU 生产线的投产逐步降低了远距离运输产生的履约成本，同时新增运营的 PU 产线也提高了单位直接人工、单位制造费用。

(2)发行人各类产品成本固定成本、变动成本对单位成本的影响如下：

单位：元/台

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
全景天窗 单位变动成本	941.47	90.16%	1,047.00	90.74%	1,109.03	91.28%	1,148.78	93.10%
全景天窗 单位固定成本	102.79	9.84%	106.83	9.26%	105.97	8.72%	85.15	6.90%
全景天窗 单位成本	1,044.26	100.00%	1,153.83	100.00%	1,215.01	100.00%	1,233.93	100.00%
小天窗 单位变动成本	490.17	89.16%	504.65	90.06%	479.41	89.46%	427.30	90.04%
小天窗 单位固定成本	59.60	10.84%	55.69	9.94%	56.48	10.54%	47.29	9.96%
小天窗 单位成本	549.77	100.00%	560.34	100.00%	535.88	100.00%	474.58	100.00%

注：固定成本主要包括折旧及摊销、管理人员薪酬、租赁费、维护费等。

报告期内，发行人整体单位变动成本及单位固定成本的比例稳定，2021 年单位固定成本的占比有所提升，主要系随着发行人 2021 年业绩规模增长，新增购建较多生产所用机器设备及工装模具，固定资产和长期待摊费用账面金额对应增长，2021 年度机器设备折旧额较 2020 年度同比增长 34.73%，2021 年度长期待摊费用模具费当期摊销额较 2020 年度同比增长 47.96%。

(五)区分客户或主要车型进行毛利率分析，对于部分客户毛利率长期维持在负毛利、低毛利的原因，与其开展业务的商业合理性，发行人维持较低毛利率水平是否为暂时性的，是否与部分车型终端销量不及预期有关，发行人产品间成本归集是否准确；发行人的报价策略、是否通过较为激进的报价策略获取业务和订单；结合前述情况及期后业绩情况说明发行人的盈利能力、未来毛利率是否存在进一步下滑甚至亏损的重大风险

1、区分客户或主要车型进行毛利率分析，对于部分客户毛利率长期维持在负毛利、低毛利的原因，与其开展业务的商业合理性，发行人维持较低毛利率水平是否为暂时性的，是否与部分车型终端销量不及预期有关，发行人产品间成本归集是否准确

(1)区分客户或主要车型进行毛利率分析，对于部分客户毛利率长期维持在负毛利、低毛利的原因，与其开展业务的商业合理性，发行人维持较低毛利率水平是否为暂时性的，是否与部分车型终端销量不及预期有关

发行人的主要客户集团中，客户 E 和客户 F 的毛利率长期维持在负毛利、低毛利水平，主要与部分车型终端销量不及预期有一定关系，毛利率水平未来有提高的可能性。

① 客户 E

报告期内，发行人与客户 E 的合作车型主要为车型 E1，具体情况如下：

单位：万元、万台

车型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
车型 E1 (小天窗)	收入	4,824.59	11,686.66	7,309.78	1.36
	销量	6.33	15.29	9.37	0.00

车型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	市场终端销量	14.77	35.11	39.14	41.73

由上表可知，车型 E1 的小天窗项目自 2021 年合作量产以来销量较高，但一直维持低毛利率，主要系客户 E 鉴于产品质量要求指定部分零部件供应商（电机、ECU 等），相关零部件的价格高于公司采购同类零部件的价格，导致该项目成本较高，但公司基于后续与客户 E 进一步扩大合作的考量，并未因指定零部件供应商而提高定价，因此上述合作项目天窗产品毛利率较低。

上述项目是发行人基于战略规划，自主开发的业务，其商业合理性主要为：1>扩张市场份额。客户 E 是国内知名合资车企，有利于发行人丰富客户结构，扩张市场份额；2> 树立品牌形象。客户 E 对供应商产品性能、质量稳定性的要求较高，发行人同上述客户的稳定合作能够树立业内品牌形象；3>提升未来盈利空间。客户 E 对供应商的启用较为谨慎，发行人凭借小天窗的稳定供应能力得到客户 E 的认可后，才逐步获得利润空间更大的全景天窗车型项目定点。

发行人对客户 E 较低水平的毛利率未来有望改善。发行人目前已经获得了车型 E2 全景天窗项目的定点，预计 2024 年量产；由于全景天窗项目本身就高于小天窗项目，该项目未来量产后能从结构上改善发行人对客户 E 的毛利率水平。

② 客户 F

报告期内，发行人与客户 F 的合作车型主要为车型 F1、车型 F2、车型 F3 和车型 F4，具体情况如下：

单位：万元、万台

车型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
车型 F2 (全景天窗)	收入	311.66	2,307.46	1.51	-
	销量	0.28	1.92	0.00	-
	车型市场销量	0.41	1.25	-	-
	预计销量	8.85 万台/年			
车型 F1 (全景天窗)	收入	110.90	648.98	2,360.04	1,205.10
	销量	0.09	0.50	1.86	0.93
	车型市场销量	0.46	2.10	6.33	1.69

车型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	预计销量	平均 4.2 万台/年			
车型 F3 (小天窗)	收入	125.41	621.23	625.77	589.78
	销量	0.20	1.05	1.06	1.00
	车型市场销量	0.79	1.60	2.39	2.37
	预计销量	平均 10 万台/年			
车型 F4 (小天窗)	收入	260.81	834.36	853.07	709.61
	销量	0.34	1.08	1.05	0.89
	车型市场销量	0.41	0.97	1.44	1.04
	预计销量	9.50 万台/年			

注：预计销量为项目定点时，客户给发行人的预期销量

由上表可知，无论是发行人对客户的实际销量还是终端车型的销量，都与定点时的预计销量存在差异。因此，发行人对客户 F 的毛利率较低主要系实际销量和预计销量差距较大，前期投入的固定成本难以摊薄所致。

发行人与客户 F 合作的商业合理性主要为：1>扩张市场份额。客户 f1、客户 f2 和客户 f3 都是国内知名车企，有利于发行人丰富客户结构，扩张市场份额；2>提升未来盈利空间。客户 F 作为行业龙头，发行人有望把握未来更加优质项目的合作机会，获得利润空间。

发行人已通过和客户协商提高产品的单价的方式缓解毛利率压力，截至本反馈回复出具日已完成对客户 f2 的价格谈判，产品单价提升，发行人对客户 F 较低水平的毛利率未来有望改善。

(2) 发行人产品间成本归集是否准确

报告期内，发行人生产成本包括直接材料、直接人工和制造费用，发行人设置直接材料、直接人工和制造费用三个成本明细项目，对应归集生产过程中发生的各项成本费用。直接材料按具体项目领用或发生，直接归集至具体项目；直接人工和公共发生的制造费用按照项目工时分摊；为具体项目而发生的制造费用直接归集至具体项目。

发行人制定了《成本核算与控制管理规定》，对公司项目开发、生产营运、质量管理成本进行控制和管理，为发行人决策层进行成本分析和决策分析提供

真实依据。具体情况如下：

序号	项目	说明
1	生产费用归集与分配	1、按产品品种设置成本核算对象，对难以直接计入的间接费用要按合适的标准，在公司包括主营业务、其他所有产品之间分配； 2、凡能直接计入各生产线、各作业、各产品的费用均应直接计入； 3、凡不能直接计入各生产线、各作业、各产品的费用，应采用与费用形成有直接关系的分配标准进行分配； 4、分配标准一经确定，不得随意变动。
2	购入材料的成本	1、生产过程中实际消耗的外购材料的成本包括：买价、外地运杂费、保险费、大宗材料的市内运杂费、运输途中的合理损耗和入库前的挑选整理费用等，但不包括购进材料的增值税和购进免税农产品按规定的扣除率计算的进项税额； 2、购进材料直接用于非应税产品的，应按包括进项增值税在内的全部支付价款全额计入材料成本； 3、进口材料的采购成本应包括国外进价、进口税金。
3	材料费用的归集与分配	1、月终未报账的材料，按标准价或协议价办理暂估入库，于材料报账时冲回； 2、材料账务员根据领料单，将属于直接构成产品实体的材料，计入制造部门生产成本。不能直接计入产品实体的，计入领用部门制造费用。
4	工艺用辅助材料的归集与分配	与生产直接相关的辅料、其他材料等按项目归集，按实际工时分配计入产品生产成本，并计算出产品单耗。
5	动力费用的归集与分配	1、动力费用根据计量仪表记录的实际耗用数量进行核算，没有计量仪表的，应由动力部门或有关部门确定的合理的分配标准，作为分配动力费用的依据； 2、动力费用的核算要划清生产用和非生产用的界限、内供和外供的界限。
6	工资及福利费用的归集与分配	1、应当支付给职工的各项工资，应按国家有关规定列入工资总额。各项工资性支出都应按照根据手续完备的原始凭证进行核算和汇集； 2、按照规定的工资制度、工资标准和工资等级，依据有关的原始凭证，正确计算应付工资和实发工资； 3、依据公司有关规定计算、提取和支付职工福利费。每月应付职工的全部工资和提取的职工福利费，按部门、车间进行汇集与分配，分别计入有关科目中。
7	固定资产的折旧费	固定资产的折旧费根据确定的折旧年限和折旧率，按月提取，分类计入各有关科目。固定资产的折旧率应按集团公司的统一会计政策确定，报集团公司财务部备案，不能随意变动。
8	待摊和预提费用	1、待摊费用是指本月发生，但应由本月及以后各月产品成本和期间费用共同负担的费用。待摊费用应按费用的受益期确定分摊期限，但应在1年内摊销完毕。摊销期限在1年以上的待摊费用应在“递延资产或长期待摊费用”科目核算； 2、预提费用是反映预先分月计入成本费用，但由以后各月支付的费用，预提费用的期限也应按受益期确定。为了使各月成本费用水平均衡，应编制各项预提费用预算分月计入产品成本。实际发生的费用与预提的费用的差额应计入费用支付期的有关成本费用项目。
9	制造费用	1、制造费用按照生产车间和规定的费用项目进行汇集； 2、应由某一成本核算对象单独负担的制造费用，应直接计入。应

序号	项目	说明
		由一个以上成本核算对象共同负担的制造费用，按各成本核算对象的实际工时分配计入； 3、各月发生的制造费用，应当全部由当期完工产品负担。

综上所述，发行人能够按不同产品进行清晰的成本归集，能够保证成本在各期之间、在各产品之间分配的准确性、完整性，符合会计准则的相关要求。

2、发行人的报价策略、是否通过较为激进的报价策略获取业务和订单；结合前述情况及期后业绩情况说明发行人的盈利能力、未来毛利率是否存在进一步下滑甚至亏损的重大风险

(1)发行人的报价策略、是否通过较为激进的报价策略获取业务和订单

发行人的报价策略以成本加成毛利的定价方式为核心，结合竞争对手可能的报价策略等市场竞争情况，综合考虑项目合作的现时收益和潜在收益，形成最终报价。

上汽大众新朗逸车型为战略性定价项目，上述项目存在指定部分零部件供应商情形，相关零部件的价格高于公司采购同类零部件的价格，导致该项目成本较高，但发行人在报价时，基于后续与上汽大众进一步扩大合作的考量，未在高成本的基础上加成公司一般项目毛利空间，相较发行人的其他项目预计利润空间较小，为公司报价可行性范围内的战略价格调整；同时，经同客户的访谈了解，该项目为多供应商供货，发行人的产品定价和竞争对手同类产品的定价差异较小，因此为市场认可的报价，而非激进报价。

综上所述，发行人不存在通过较为激进的报价策略获取业务和订单的情形。

(2)结合前述情况及期后业绩情况说明发行人的盈利能力、未来毛利率是否存在进一步下滑甚至亏损的重大风险

由前述可知，发行人整体毛利率不存在进一步下滑的风险，战略性定价项目未来毛利率有望提升，对维持低毛利、负毛利的客户集团未来盈利能力有望改善。发行人 2023 年 1-6 月的经营数据验证了发行人客户质量高，盈利能力稳定，毛利率存在小幅度持续回升趋势。

发行人期后业绩验证情况如下（以下数据截至本反馈回复出具日未经审计）：

① 发行人 2023 年 7-9 月实现主营业务收入 6.7 亿元，同比增长 51.20%；发行人 1-9 月主营业务毛利率为 17.12%，提升幅度较大。

② 发行人新朗逸和新宝来车型于 2023 年 7-9 月实现收入 2,323.81 万元，毛利率较 2023 年 1-6 月保持稳定。

③ 发行人对上汽集团 2023 年 7-9 月的收入为 1,285.16 万元，实现扭亏为盈。

综上所述，发行人未来盈利能力乐观，毛利率不存在进一步下滑甚至亏损的重大风险。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人财务报表与收入成本大表，与公司管理层和市场营销部门人员访谈，分析经营业绩变动的原因；

2、查询同行业可比公司的年报等公开资料，获取其供应链定位、主要产品及应用场景、竞争格局等方面信息，并与发行人进行对比，分析报告期内发行人毛利率低于同行业可比公司的原因；

3、查阅发行人与主要客户签订的合同条款，访谈发行人管理层及市场营销部门负责人，了解主要客户销售定价策略、价格调整机制的约定情况、是否已实际执行调价；

4、获取年降产品清单，并将产品与终端应用车型进行匹配；了解报告期内年降情况，计算年降产品收入及占比、测算年降对发行人业绩的影响；

5、访谈发行人财务负责人等相关人员，获取报告期内发生返利的客户清单与返利金额数据，了解报告期内返利条款的具体约定，分析返利对发行人收入和毛利率的影响，核查返利约定是否符合行业惯例，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定；

6、访谈发行人销售人员，了解战略性定价小天窗项目的业务背景、销售金额、对应车型等情况，分析毛利率大幅下降的原因；

7、访谈生产部门相关管理人员，了解小天窗与全景天窗的工艺与生产流程，判断是否存在共用设备；

8、获取企业产能计算表，了解产能计算的各项数据来源、程序过程是否准确以及计算依据是否合理。分析产能与机器设备的匹配关系，判断是否存在减值；

9、获取报告期内发行人成本明细账，对其成本归集、核算进行核查，根据产品单位价格、单位产品成本结构及固定成本、变动成本结构等，分析全景天窗和小天窗产品的变动原因；

10、获取发行人报告期内的销售收入成本表，统计出现负毛利、低毛利情况涉及的客户集团与对应车型，访谈发行人管理层与相关销售人员，了解其产品和服务定价依据，分析该部分客户毛利率长期维持在负毛利、低毛利的原因；

11、获取发行人各业务模式的成本明细，了解成本结构，复核产品间成本归集的准确性及完整性，分析收入与成本之间的匹配关系

12、访谈发行人市场营销部门负责人，了解发行人报价策略，分析是否存在通过激进的报价策略获取业务和订单；

13、查阅发行人 2023 上半年的成本收入表，与报告期内同期的收入、净利润等数据进行对比，量化分析发行人的盈利能力，判断未来是否存在毛利率进一步下滑或是业绩亏损的风险。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、2021 年度和 2022 年度在营业收入大幅增长背景下，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润低于 2020 年度的原因主要为：(1) 综合毛利率下降；(2) 2021 年度期间费用增长较快；(3) 2022 年度所得税费用增长较快。发行人的收入、业绩变动符合行业特征及公司实际经营情况。

2、发行人和同行业可比公司在供应链定位、产品和细分竞争格局均存在差异，上述维度中竞争格局对产品定价的影响最大，进而影响各公司的毛利率水平。发行人毛利率受到各类因素影响，供应链定位和产品差异并不必然使得毛利率正向或负向变化，竞争格局决定了公司在产业链中的定价话语权，通过产品售价直接影响毛利率。目前国内汽车天窗行业仍处于国产替代阶段，发行人面临机遇的同时也面临挑战，汽车天窗作为选配品更容易受到行业格局变化的影响。

3、发行人主要采用成本加成定价方式，一般以一年为周期，根据市场情况变化和与客户协商进行价格调整，但未就销售量、原材料价格波动约定明确的价格调整机制。发行人与客户约定年降产品的范围较广，对收入的整体影响幅度较小。题述返利的本质是发行人对客户的一种商业折让，是结合过去销售情况和未来销售预测对年降政策的一种补充折让方式，基于发行人和客户的友好协商确定，和相关收入匹配，对毛利率影响整体较小。相关返利约定符合行业特征，返利计提、实际发生的会计处理符合《企业会计准则》规定，在各期间的归集准确。

4、题述战略性定价小天窗项目是发行人基于战略规划自主开发的业务，主要考虑因素为扩张市场份额、树立品牌形象和提升未来盈利空间。未来随着成本结构优化，毛利率水平有望进一步回升，天窗产品 2021 年度毛利率大幅下滑是暂时性的。小天窗和全景天窗不共用生产线，根据公司实际情况判断目前不存在减值风险。全景天窗毛利率高于小天窗主要受到技术溢价空间、市场供需关系等因素的影响，具备合理性。全景天窗、小天窗产品的毛利率变动在产品成本维度的原因主要为单位直接人工和单位固定成本上升。

5、长期维持在负毛利和低毛利的客户集团主要为上汽大众和上汽集团，原

因主要系特定原材料采购价格较高、销量不及预期等原因导致单位产品成本较高；上汽大众和上汽集团作为重要整车厂客户，发行人与其开展业务具备商业合理性，发行人已通过优化成本结构、协商提价等方式缓解毛利率压力，未来毛利率有望提升；报告期内发行人产品间成本归集准确。发行人的报价策略以成本加成毛利定价方式为核心，未通过较为激进的报价策略获取业务和订单。发行人期后经营情况良好，盈利能力和未来毛利率不存在进一步下滑甚至亏损的重大风险。

问题 12、关于期间费用

申请文件显示：

(1)报告期各期，发行人期间费用总额分别为 13,900.36 万元、18,851.62 万元和 18,912.35 万元，在经营规模扩大、收入增长背景下 2022 年度销售费用、研发费用金额较 2021 年下降。报告期各期发行人销售费用率、管理费用率低于同行业可比公司平均水平。

(2)发行人基于历史经验数据，按照当期实现的主营业务收入的 1.00%计提质量保证金。报告期内，发行人质量三包费分别为 1,102.78 万元、2,334.67 万元和 1,948.53 万元。2021 年度质量三包费较高主要系对某项目的特殊产品质量保证金影响。

(3)报告期各期，发行人销售费用、管理费用中的工资性费用大幅增长，销售费用中工资性费用从 2020 年的 758.59 万元增长至 2022 年的 1,701.90 万元，管理费用中的工资性费用从 2020 年的 1,786.69 万元增长至 2022 年的 4,703.56 万元。

(4)报告期各期，发行人研发费用中直接人工金额分别为 2,902.91 万元、3,729.01 万元、3,845.45 万元，报告期内持续上行，但 2022 年试验模具费、设计试验费、直接材料、折旧与摊销费用均较 2021 年费用不同程度下降。

请发行人：

(1)说明在经营规模不断扩大背景下，2022 年度销售费用(如业务招待费、

宣传费)、管理费用(如维护及修理费)下降的原因及合理性;结合具体项目费用率,说明发行人销售费用率、管理费用率较低的原因及合理性,费用归集是否准确完整。

(2)说明与客户关于产品质量售后政策的约定、质量三包费具体内容、计提与实际发生时的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定;报告期内单项计提的质量保证金项目的具体情况(如发生背景、金额和补救措施);结合发行人退换货率、质量三包费支出与同行业可比公司的比较情况,说明发行人质量控制能力,是否因重大质量问题发生召回或责任纠纷、失去重要项目或客户情形。

(3)区分生产部门、销售部门、管理部门、研发部门说明人员数量、平均薪酬的变动情况,各部门承担的工作、绩效考核目标与薪酬水平变动的匹配关系,报告期内职工薪酬大幅增长的原因,2020年工资薪酬较低的原因,是否存在体外成本费用代垫、未完整归集的情形;与同行业可比公司、所在地职工平均工资是否存在显著差异,如是请分析原因。

(4)结合研发费用的核算、归集方式,说明研发费用项目对应的客户、车型或车型平台,在研项目、拟定点项目数量与研发费用的匹配关系;2022年在经营规模扩大、研发人员薪酬水平增长背景下,试验模具费、设计试验费、直接材料、折旧与摊销费用下降的原因,发行人研发费用是否可以支撑研发活动开展、客户及项目的开发定点是否可持续。

(5)说明研发人员是否存在内部转岗、兼职情形,是否实际从事研发活动及其支持性证据,是否存在研发人员与生产人员、管理人员混同而无法准确计量的情形;是否存在研发活动与生产活动共用机器设备情形,工时分配是否准确;研发材料投入、废料、模具费的去向,会计处理是否符合《企业会计准则》规定;发行人是否已建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部控制程序,对于不能合理、准确划分的费用,是否存在计入研发费用的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复

一、发行人说明

(一)说明在经营规模不断扩大背景下，2022 年度销售费用(如业务招待费、宣传费)、管理费用(如维护及修理费)下降的原因及合理性；结合具体项目费用率，说明发行人销售费用率、管理费用率较低的原因及合理性，费用归集是否准确完整。

1、说明在经营规模不断扩大背景下，2022 年度销售费用(如业务招待费、宣传费)下降的原因及合理性

发行人 2022 年度销售费用为 4,128.33 万元，较 2021 年下降 183.24 万元，下降幅度为 4.25%。发行人 2023 年 1-6 月销售费用为 1,976.15 万元。2022 年度销售费用(如业务招待费、宣传费)下降主要是发行人不断提升内部控制措施、加强年度预算管理，特别是对业务招待费、宣传费等酌量性固定成本进行集约化管理所致。

发行人各期销售费用发生及构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	金额	波动率	金额	波动率	金额
质量三包费	944.27	1,948.53	-16.54%	2,334.67	111.71%	1,102.78
其中：质量三包费-CD539	-	-	-	1,047.51	-	-
工资性费用	778.43	1,701.90	42.87%	1,191.26	57.04%	758.59
差旅及交通费	86.70	218.86	45.06%	150.88	31.66%	114.60
业务招待费	42.37	99.49	-73.84%	380.28	2.77%	370.04
物料消耗及维护费	98.64	98.12	51.94%	64.58	82.89%	35.31
办公费	14.52	39.82	44.28%	27.60	-46.87%	51.95
折旧与摊销	6.98	11.82	13.33%	10.43	186.54%	3.64
租赁与物业	4.13	7.20	-1.77%	7.33	8.75%	6.74
宣传费	0.12	1.37	-98.91%	125.29	517.19%	20.30

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	金额	波动率	金额	波动率	金额
样品样件费	-	1.22	-93.66%	19.24	-12.47%	21.98
合计	1,976.15	4,128.33	-4.25%	4,311.57	73.44%	2,485.92
扣除单项计提“质量三包费-CD539”后合计	1,976.15	4,128.33	26.48%	3,264.06	31.30%	2,485.92

2022 年较 2021 年销售费用中存在费用下降的要素为：质量三包费、业务招待费、租赁与物业费、宣传费、样品样件费。其中，降幅较大的为：质量三包费、业务招待费、宣传费。

2023 年 1-6 月销售费用中的构成要素存在小幅下降的为工资性费用、差旅及交通费、业务招待费，发行人通过不断提升控制措施、加强年度预算管理对费用进行控制。2023 年 1-6 月销售费用中，物料消耗及维护费有所上升，主要是整车厂天窗安装过程中零星发生的维修费。

(1)2022 年质量三包费下降原因分析

公司质量三包费主要为公司计提的质量保证金，包括：① 一般质量三包费，是公司根据相关质量条款约定，基于历史经验数据，对售后质量问题计提的质量保证金，计提比例为主营业务收入的 1.00%；② 特殊计提的质量三包费，是公司根据特殊质量问题影响程度的考虑针对该事项单独计提的质量三包费。

发行人各期销售费用中质量三包费的发生情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	金额	波动率	金额	波动率	金额
质量三包费	944.27	1,948.53	-16.54%	2,334.67	111.71%	1,102.78
其中：特殊质量问题	-	-	-100.00%	1,047.51	/	-
一般质量问题	944.27	1,948.53	51.38%	1,287.16	16.72%	1,102.78

2022 年质量三包费为 1,948.53 万元，较 2021 年下降 386.14 万元，同比降幅 16.54%，主要系公司于 2021 年因特殊质量问题单独计提质量三包费 1,047.51 万元所致。2021 年度，长安福特汽车有限公司对锐界 FSA21B56-CD539 天窗运行

缓慢、卡滞和抖动进行客户满意度调查并对经调查受影响车辆数 13,370 台实行召回产生的相关售后质量索赔，公司就相关维修方案计提了特殊质量问题的预计负债。剔除该影响，报告期内公司质量三包费变动与经营规模变动保持一致。

(2)2022 年业务招待费下降原因分析

2022 年业务招待费为 99.49 万元，较 2021 年下降 280.79 万元，下降幅度为 73.84%，2023 年 1-6 月业务招待费为 42.37 万元。报告期内 2022 年业务招待费下降较为明显。发行人各期销售费用中业务招待费的发生情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	金额	波动率	金额	波动率	金额
业务招待费	42.37	99.49	-73.84%	380.28	2.77%	370.04

发行人一贯按照企业内部控制制度对相关费用进行管理，特别是 2021 年股份公司成立以来，发行人对相关费用进行了集约化管理，包括但不限于强化业务招待费的分级审批，在控制标准内，根据实际分级分档接待，不得超标准招待或娱乐消费，通过以上费用控制的方式进行费用集约化管理，业务招待活动大幅缩减，费用下降明显。

(3)2022 年宣传费下降原因分析

2022 年宣传费为 1.37 万元，较 2021 年下降 123.92 万元，下降幅度为 98.91%，发行人各期销售费用中宣传费的发生情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	金额	波动率	金额	波动率	金额
宣传费	0.12	1.37	-98.91%	125.29	517.19%	20.30

2021 年度公司宣传费较高，主要系公司于当年参加《第十九届上海国际汽车工业展会》产生的场地及搭建服务费 112.45 万元。由于该类展会在申报期内为隔年举办，故 2022 年度公司宣传费较低。《第二十届上海国际汽车工业展会》于 2023 年举办，为了绿色、安全参展，公司开拓了参与展会的新思路。公司总部坐落于上海市青浦区，依托大虹桥的展会辐射优势，车展期间，公司在厂区

自设展厅，邀请业务方现场参观产品研发和生产环境，提前让业务相关方对公司介入考察、了解。

综上，在经营规模不断扩大背景下，发行人加强了例如业务招待费、宣传费等酌量性固定成本的控制措施。2022 年度，因控制措施提升导致销售费用中业务招待费、宣传费有所下降，符合其实际经营情况，具有合理性。

2、说明在经营规模不断扩大背景下，2022 年管理费用(如维护及修理费)下降的原因及合理性

发行人 2022 年度管理费用为 7,459.64 万元，较 2021 年上升 902.75 万元，上升幅度为 13.77%。发行人 2023 年 1-6 月管理费用为 3,368.83 万元。2022 年度管理费用（如维护及修理费）下降主要是发行人不断提升内部控制措施、加强年度预算管理，对费用进行集约化管理所致。发行人各期管理费用发生及构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	金额	波动率	金额	波动率	金额
工资性费用	2,060.72	4,703.56	24.99%	3,763.15	110.62%	1,786.69
咨询服务费	190.41	755.72	22.72%	615.83	16.39%	529.12
折旧与摊销	390.45	712.64	59.36%	447.19	-14.29%	521.77
办公费	177.19	353.85	-3.71%	367.47	2.12%	359.85
股份支付	180.54	273.91	729.78%	33.01	-	-
安全与环保费用	89.56	194.36	40.91%	137.93	46.38%	94.23
维护及修理费用	90.02	182.76	-70.66%	622.92	-1.60%	633.04
差旅及交通费	90.26	119.22	-43.26%	210.10	9.40%	192.04
业务招待费	79.45	104.90	-66.87%	316.66	-46.53%	592.25

物业及租赁服务费	20.23	58.72	37.74%	42.63	-22.50%	55.01
合计	3,368.83	7,459.64	13.77%	6,556.89	37.63%	4,764.00

2022 年较 2021 年管理费用中存在费用下降的要素为：办公费、维护及修理费用、差旅及交通费、业务招待费。其中，降幅较大的为：维护及修理费用、差旅及交通费、业务招待费。

2023 年 1-6 月管理费用中存在下降的要素构成为工资性费用、咨询服务费。其中，工资性费用下降的主要原因为基层管理人员减少所致，咨询服务费的下降一方面是与 IPO 相关的中介机构费用计入“其他流动资产”所致，另一方面，因 2022 年公司全面推行 SAP 的同时加强 IT 系统建设发生了较多的咨询服务费。2023 年 1-6 月管理费用中的其他要素构成，例如交通差旅费、业务招待费有所上升，主要因为发行人经营规模进一步扩大，拟在芜湖、广州、重庆等地设立分子公司进行相关调研、考察等初始费用导致管理费用相关要素构成有所上升。

(1)2022 年维护及修理费用下降原因分析

2022 年维护及修理费用为 182.76 万元，较 2021 年下降 440.16 万元，下降幅度为 70.66%。主要原因系：2021 年，公司因吉林生产基地整体搬迁产生维护及维修费用 277.80 万元。2022 年，公司未发生特别维护及维修等特殊事项。同时基于安全生产和对客户保障供货的考虑，相应精简了维修工程。2022 年，公司全年维护及修理费用有所下降。

2023 年 1 至 6 月，维护及修理费用为 90.02 万元，维护及修理费的发生受维修维护事项影响。发行人以经营计划为基础结合过去维护及维修费的支出的必要性编制费用预算，并按照业务发生情况以权责发生为基础进行核算。

因此，2022 年维护及修理费用较 2021 年下降具备合理性。

(2)2022 年差旅及交通费、业务招待费下降原因分析

公司 2022 年差旅及交通费为 119.22 万元，较 2021 年下降 90.88 万元，下降幅度为 43.26%；2022 年业务招待费为 104.90 万元，较 2021 年下降 211.76 万元，下降幅度为 66.87%。

公司 2022 年差旅及交通费、业务招待费同比下降的主要原因系：① 2021 年以来，随着各生产工厂的产能扩充，增补了生产基地管理人员；SAP 的推行和网络化办公系统强化了远程管理效果，导致外埠出差频次减少；② 发行人对相关费用进行了集约化管理，外埠出差、业务招待活动缩减，相关费用下降明显。

2023 年 1-6 月差旅及交通费、业务招待费的波动，主要系发行人经营规模进一步扩大，拟在芜湖、广州、重庆等地设立分子公司进行相关调研、考察等初始费用导致管理费用相关要素构成有所上升。

综上，在经营规模不断扩大背景下，公司 2022 年管理费用相较于 2021 年度同步上升，部分要素金额下降符合实际经营情况且具备合理性。

3、结合具体项目费用率，说明发行人销售费用率、管理费用率较低的原因及合理性

(1)销售费用费率较低的原因及合理性分析

① 报告期各期，公司销售费用率略低于同行业可比公司

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
新泉股份	1.93%	1.91%	2.11%	4.53%
星宇股份	0.79%	1.44%	1.22%	0.97%
继峰股份	1.43%	1.46%	1.77%	2.42%
天成自控	2.37%	2.50%	2.31%	2.05%
金钟股份	4.01%	3.94%	8.92%	7.63%
平均值	2.11%	2.25%	3.27%	3.52%
发行人	2.04%	2.04%	2.55%	1.89%

1) 2020 年，同行业可比公司中，新泉股份将仓储费、包装费、运费归集于销售费用中核算；金钟股份将仓储费、报关费归集于销售费用中核算；继峰股份将物流费归集于销售费用中核算。而公司针对库存商品在控制权转移之前的运输配送费用，包括仓储运输费和运输仓储过程中使用的包装器具费，归集于

主营业务成本中的履约成本进行核算。因核算口径原因，发行人当年销售费用费率低于同行业可比公司平均水平。

2) 2021 年，同行业可比公司中，新泉股份将仓储费、包装费归集于销售费用中核算；金钟股份将仓储费、报关费归集于销售费用中核算。因核算口径原因，发行人当年销售费用费率低于同行业可比公司平均水平。

3) 2022 年，同行业可比公司中，新泉股份将仓储费、包装费归集于销售费用中核算；金钟股份将仓储费归集于销售费用中核算。因核算口径原因，发行人当年销售费用费率低于同行业可比公司平均水平。

4) 2023 年 1-6 月，同行业可比公司中，新泉股份将仓储费、包装费归集于销售费用中核算；金钟股份将仓储费归集于销售费用中核算。因核算口径原因，发行人当年销售费用费率低于同行业可比公司平均水平。

扣除核算口径因素，发行人销售费用费率略高于同行业可比公司，具体如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
新泉股份	0.52%	0.67%	0.55%	0.61%
星宇股份	0.79%	1.44%	1.22%	0.97%
继峰股份	1.43%	1.46%	1.77%	2.21%
天成自控	2.37%	2.50%	2.31%	2.05%
金钟股份	1.97%	2.08%	1.99%	1.68%
平均值	1.42%	1.63%	1.57%	1.50%
发行人	2.04%	2.04%	2.55%	1.89%

因此，报告期各期，发行人销售费用率略低于同行业可比公司主要受核算口径不同所致，扣除核算口径因素，发行人销售费率略高于同行业可比公司。

② 结合销售费用中具体项目的费率，对销售费用费率较低的原因及合理性分析

公司销售费用主要由质量三包费、工资性费用、差旅及交通费构成，前述

3 项费用构成要素合计占各期销售费用比例分别为 79.49%、85.28%、93.73%和 91.56%。相关要素的费用率具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
营业收入	96,803.09		202,094.37		169,365.96		131,666.34	
销售费用	1,976.15	2.04%	4,128.33	2.04%	4,311.57	2.55%	2,485.92	1.89%
其中：质量三包费	944.27	0.98%	1,948.53	0.96%	2,334.67	1.38%	1,102.78	0.84%
工资性费用	778.43	0.80%	1,701.90	0.84%	1,191.26	0.70%	758.59	0.58%
差旅及交通费	86.70	0.09%	218.86	0.11%	150.88	0.09%	114.60	0.09%

1)质量三包费用费率合理性分析

质量三包费用包括：① 一般质量三包费，是公司根据相关质量条款约定，基于历史经验数据，对售后质量问题计提的质量保证金，计提比例为主营业务收入的 1.00%；② 特殊计提的质量三包费，是公司根据特殊质量问题影响程度的考虑针对该事项单独计提的质量三包费。

报告期各期，发行人销售费用中质量三包费费率与同行业可比公司比较情况具体如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
新泉股份	0.41%	0.39%	0.26%	0.27%
星宇股份	0.31%	0.98%	0.69%	0.50%
继峰股份	未披露	未披露	未披露	未披露
天成自控	0.30%	0.73%	1.03%	0.73%
金钟股份	0.08%	0.24%	0.14%	0.06%
平均值	0.28%	0.59%	0.53%	0.39%
发行人	0.98%	0.96%	1.38%	0.84%

根据上表，报告期各期，公司销售费用中质量三包费费率均高于同行业可比公司平均值。其中 2021 年度公司质量三包费率显著高于同行业可比公司，主

要系单项计提特殊质量保证金 1,047.51 万元所致。

2)工资性费用费率合理性分析

发行人工资性费用主要归集市场营销部和各工厂客户质量组的人员工资。

报告期各期，发行人销售费用中工资性费用费率与同行业可比公司比较情况具体如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
新泉股份	0.08%	0.11%	0.23%	0.28%
星宇股份	0.29%	0.30%	0.34%	0.32%
继峰股份	0.99%	0.98%	1.04%	1.63%
天成自控	0.90%	0.98%	0.93%	1.02%
金钟股份	0.52%	0.53%	0.42%	0.31%
平均值	0.55%	0.58%	0.59%	0.71%
发行人	0.80%	0.84%	0.70%	0.58%

根据上表，公司工资性费用率呈逐年上升趋势。其中公司 2020 年度工资性费用率略低于同行业可比公司平均值，自 2021 年度开始同期工资性费用略高于同行业可比公司平均值。

报告期内，公司以母公司市场部为主导，在持续维护现有存量市场规模的同时大力开拓潜在市场，不断增强市场营销部门人员配备。同时，由于 2021 年长安福特 CD539 项目发生召回事件，公司更加重视售后服务质量，进一步提高了售后服务相关的投入。公司报告期各期工资性费用率与同行业可比公司不存在显著差异，各期变动具备合理性。

3)差旅及交通费费率合理性分析

公司差旅及交通费主要归集市场营销部和各工厂客户质量组等相关部门和组别的人员发生的差旅及交通费，或与销售活动相关的差旅及交通费。

报告期各期，发行人销售费用中差旅及交通费费率与同行业可比公司比较情况具体如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
新泉股份	未披露	未披露	未披露	未披露
星宇股份	未披露	0.02%	0.02%	0.02%
继峰股份	0.07%	0.06%	0.04%	0.04%
天成自控	0.17%	0.12%	0.12%	0.11%
金钟股份	未披露	未披露	未披露	未披露
平均值	0.12%	0.07%	0.06%	0.06%
发行人	0.09%	0.11%	0.09%	0.09%

报告期各期，公司差旅及交通费费率均高于同行业可比公司平均值。差旅及交通费的费用规模与市场营销部门的人员配备，市场开拓的难易程度相关。公司以位于上海的母公司市场部为主导开展各类销售活动，主要客户遍布华东、东北、西南、华南等多个区域，故差旅活动相对频繁且花费相对较高。

综上，公司销售费用中各主要费用构成要素对应的费用率均不存在显著低于同行业可比公司平均水平的情形。公司销售费率略低于同行业可比公司主要系核算口径不同所致。

(2)管理费用费率较低的原因及合理性分析

① 报告期各期，公司管理费用费率略低于同行业可比公司：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	4.57%	4.49%	4.65%	4.42%
星宇股份	3.04%	2.99%	2.76%	2.58%
继峰股份	7.64%	7.61%	8.04%	8.15%
天成自控	12.36%	10.35%	7.66%	9.31%
金钟股份	3.54%	3.68%	4.57%	4.95%
平均值	6.23%	5.82%	5.54%	5.88%
发行人	3.48%	3.69%	3.87%	3.62%

② 结合管理费用中具体项目的费率，对管理费用费率较低的原因及合理性分析

公司管理费用的主要组成要素包括，工资性费用、咨询服务费、折旧与摊销，前述 3 要素合计占各期管理费用比例分别为 59.56%、73.60%、82.74%和 78.41%。具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	费率	金额	费率	金额	费率	金额	费率
营业收入	96,803.09		202,094.37		169,365.96		131,666.34	
管理费用	3,368.83	3.48%	7,459.63	3.69%	6,556.91	3.87%	4,763.99	3.62%
其中：工资性费用	2,060.72	2.13%	4,703.56	2.33%	3,763.15	2.22%	1,786.69	1.36%
咨询服务费	190.41	0.20%	755.72	0.37%	615.83	0.36%	529.12	0.40%
折旧与摊销	390.45	0.40%	712.64	0.35%	447.19	0.26%	521.77	0.40%

1)工资性费用费率合理性分析

公司管理费用中工资性费用主要归集管理人员工资。报告期各期，发行人管理费用中工资性费用率与同行业可比公司比较情况具体如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	2.05%	2.23%	1.85%	1.50%
星宇股份	1.91%	1.74%	1.53%	1.37%
继峰股份	4.79%	4.68%	4.91%	4.91%
天成自控	6.45%	4.98%	4.04%	4.96%
金钟股份	1.79%	1.79%	2.39%	2.71%
平均值	3.40%	3.08%	2.94%	3.09%
发行人	2.13%	2.33%	2.22%	1.36%

根据上表，报告期各期，公司管理费用中工资性费用率均低于同行业可比公司平均值，主要原因系公司采用精简用人、有效激励的人力资源措施，从最大程度发挥人员能动性，不断提高管理效率。

2021 年管理费用中工资性费用率相较于 2020 年度大幅增长，主要因为公司近年来力求提升行业地位，提高自身管理水平，为多个管理职能部门引入了专业人才，并在一定程度上提高了薪酬水平。2021 年以来工资性费用费率基本保

持一致。

2023 年 1-6 月管理费用工资性费用的波动主要原因为发行人持续优化人员结构，增强管理效率导致基层管理人员减少所致，人均薪酬基本与 2022 年持平。

2)咨询服务费率合理性分析

咨询服务费主要归集公司聘请律师、会计师、SAP 及 IT 运维服务费在内的企业管理咨询等专业机构的服务费。

报告期各期，发行人管理费用中咨询服务费率与同行业可比公司比较情况具体如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	0.13%	0.09%	0.17%	0.26%
星宇股份	0.08%	0.20%	0.17%	0.25%
继峰股份	0.59%	0.47%	0.66%	0.65%
天成自控	1.02%	0.81%	0.80%	0.98%
金钟股份	0.35%	0.42%	0.45%	0.25%
平均值	0.43%	0.40%	0.45%	0.48%
发行人	0.20%	0.37%	0.36%	0.40%

根据上表，2020 年度至 2022 年度，公司咨询服务费率与同行业可比公司平均水平基本保持一致。2023 年 1-6 月，公司咨询服务费率比同行业可比平均水平较低，一方面是，公司于 2023 年 6 月向深圳证券交易所提交 IPO 申报材料，与 IPO 相关的中介机构服务费计入“其他流动资产”核算导致咨询服务费用有所下降。另一方面是，2022 年公司全面推行 SAP 的同时加强 IT 系统建设发生了较多的咨询服务费。

3)折旧与摊销费率合理性分析

折旧与摊销主要归集行政管理职能部门使用的固定资产折旧费、办公场所摊销费用和难以归集的公共设施的摊销费用。

报告期各期，发行人管理费用中折旧与摊销费率与同行业可比公司比较情况具体如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	0.80%	1.06%	1.13%	1.13%
星宇股份	0.51%	0.52%	1.12%	1.11%
继峰股份	0.65%	0.91%	1.03%	1.20%
天成自控	2.11%	2.41%	1.95%	1.72%
金钟股份	0.61%	0.68%	0.82%	0.79%
平均值	0.94%	1.12%	1.21%	1.19%
发行人	0.40%	0.35%	0.26%	0.40%

根据上表，报告期各期，公司折旧与摊销费率均低于同行业可比公司平均水平，主要原因系公司行政管理性职能部门结构扁平，管理效率较高，分摊的折旧摊销费用较少。

2023 年发行人经营规模进一步扩大，于 2023 年 6 月设立了广州分公司导致 2023 年 1-6 月折旧与摊销费有所上升。

综上，报告期各期，公司管理费用结构基本与同行业可比公司一致，管理费用费率略低于同行业可比公司具有合理性。

4、发行人费用归集是否准确完整

(1) 发行人制定并严格遵守《全面预算管理制度》《费用报销管理规定》《办公用品管理规定》《行政维修类管理规定》《收付款管理制度》的相关规定，对与期间费用相关的经济业务进行事前、事中、事后管理和监督。

(2) 发行人以业务受益部门为基础对相关费用进行归集，按照经济业务内容记录至费用二级明细之下。相关管理人员对费用业务逐项审批，对于具有规律并持续发生的业务，发行人保持同一口径进行归集，对于零星或偶发性事项，按照业务实质及属性进行判断并归集至恰当科目。

(3) 发行人严格按照权责发生制记录经济业务，以保证费用归集的完整性。一方面，结合审批流程检查内、外部凭证的一致性和完整性，确保相关费用在归属期间记录完整；另一方面，月度结账前，发行人相关管理人员对费用中各

要素已发生情况进行初步分析，并通知相关职能部门按时提交费用报销文件，根据实际情况入账或依据内、外部资料进行合理预估。

报告期内，发行人期间费用率水平合理，期间费用各项组成与同行业可比公司的差异符合生产经营的实际情况，具有合理性。发行人严格按照《企业会计准则》的相关规定对期间费用进行确认和计量，报告期各期间，期间费用归集准确，不存在漏记或者跨期确认的情形，亦不存在关联方或潜在关联方为公司承担费用的情形。

5、发行人对费用管理采取的具体控制措施

发行人建立健全内控制度，并不断提升控制措施与公司经营规模、经营状况相适应。

(1) 公司以《全面预算管理制度》为基础，对费用要素进行分解，强化“差旅及交通费”、“业务招待费”、“宣传费”、“咨询服务费”、“办公费”等酌量性固定成本的预算编制、执行、监督和考核。

(2) 公司逐步升级了内部控制管理制度。报告期内，发行人结合实际经营情况修订了《费用报销管理规定》，通过对费用的起因、发生、结果的过程控制进行集约化管理。设置逐级审批权限，明确了不同级别员工的费用列支规定。除此之外，发行人以费用发生后的效益和效率为导向，在费用申请阶段即对预定达成的目标进行估计和预判；

(3) 公司建立了双重监督机制。一方面，发行人对员工进行持续性廉洁宣传，以调动员工自我约束意识；另一方面发行人制定了《员工利益冲突管理制度》明确稽查范围和稽查目标，增强集约化经营氛围。

(二)说明与客户关于产品质量售后政策的约定、质量三包费具体内容、计提与实际发生时的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；报告期内单项计提的质量保证金项目的具体情况(如发生背景、金额和补救措施)；结合发行人退换货率、质量三包费支出与同行业可比公司的比较情况，说明发行人质量控制能力，是否因重大质量问题发生召回或责任纠纷、失去重要项目或客户情形。

1、与客户关于产品质量售后政策的约定、质量三包费具体内容、计提与实际发生时的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

(1)报告期内质量三包费发生情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
质量三包费	944.27	1,948.53	2,334.67	1,102.78

(2)与客户关于产品质量售后政策的约定

报告期内，发行人合同条款中关于产品质量售后政策的约定主要内容如下：

客户	售后政策
中国第一汽车股份有限公司	甲方在将零部件安装在甲方车辆上的过程中以及整车检验试验的过程中，如发现零部件存在任何质量问题，有权向乙方提出异议，乙方应在甲方规定时间内予以更换，乙方承担更换零部件的费用，如乙方不能及时进行更换，乙方应当向甲方返还甲方就该质量异议零部件已支付的款项，并赔偿甲方损失，甲方有权从应支付给乙方的款项中予以直接扣除。
重庆长安汽车股份有限公司	甲方在收货、抽查检验、装配、试验、售后等过程中所发现的质量问题，有权拒收并可以选择要求乙方更换、修理、退货，并有权采取包括但不限于减少乙方的供货数量或者比例、停止供货、扣除该产品部分或者全部货款等措施，乙方对甲方由此产生的直接或者间接的损失有义务予以无条件全部赔偿。这些赔偿包括因车辆或物资的生产因故而按非常规程序操作、生产中断或延误、生产线速度减慢以及工厂停工等造成的损失。乙方应当对提供的标的实行三包，期限由双方的质量保证协议另行约定，国家对三包期限有规定的依据该规定，但双方对基本合同标的约定的三包期限长于该规定期限的，从约定。
浙江吉利汽车零部件采购有限公司	当乙方提供产品存在质量缺陷，且符合《家用汽车产品修理、更换退货责任规定》规定的情形时，由此所发生的费用(包括但不限于缺陷件的维修、更换、退车费用、运输和包装费用、政府部门的处罚和罚金、律师费和其他专业费用等)、税金及其他损失等(包括但不限于三

客户	售后政策
	包法规定的损失)应由乙方全部承担。第三方生产的汽车产品自销售者开具购车发票之日起 60 日内或者行驶里程 3000 公里之内, 因乙方供应的主要零件出现质量问题导致甲方或者第三方承担三包规定的免费更换责任的, 乙方同意承担由此给甲方造成的各项损失。
广汽乘用车有限公司	甲方发现零部件有属于下列情况之一的缺陷, 甲方因此而发生损失时, 可要求乙方予以补偿: (1)甲方产品出售给顾客之前发现的缺陷(“工厂缺陷”); (2)甲方产品出售给顾客之后发现的缺陷(以下简称“市场索赔”)。补偿期限为: 甲方就其产品给予顾客保证的期限结束为止。不论前款对补偿期限做何规定, 乙方交付的零部件发生或有可能发生严重不合格甲方因此而发生损失时, 甲方可要求乙方予以补偿。
上汽大众汽车有限公司	合同货物的质量保证期从装配合同货物的新车销售之日起, 非出租或非营运车辆为三年, 出租或营运车辆为一年。特殊合同货物的质量保证期, 则由本条款双方另行商定。即使缺陷是存在于分供方的零件, 供货商明确承诺将承担有关合同货物担保索赔的全部财务责任。若中国新的法律、法规及规章规定应延长上述质量保证期, 或者上汽大众根据市场要求合理延长上述质量保证期, 则供货商应接受经延长的质量保证期。

(3)质量三包费具体内容

①发行人质量三包费具体内容

质量三包费内容主要包括: 在保修期内因发行人产品质量原因导致故障产生的零部件更换费用以及更换零部件工时费用等。

② 相关规定

根据《家用汽车产品修理更换退货责任规定》第一条 为了明确家用汽车产品修理、更换、退货(以下统称三包)责任, 保护消费者合法权益, 根据《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律, 制定本规定。第十八条 家用汽车产品的三包有效期不得低于 2 年或者行驶里程 50,000

公里，以先到者为准；包修期不得低于 3 年或者行驶里程 60,000 公里，以先到者为准；三包有效期和包修期自销售者开具购车发票之日起计算；开具购车发票日期与交付家用汽车产品日期不一致的，自交付之日起计算。第十九条 家用汽车产品在包修期内出现质量问题或者易损耗零部件在其质量保证期内出现质量问题的，消费者可以凭三包凭证选择修理者免费修理(包括免除工时费和材料费)。修理者能够通过查询相关信息系统等方式核实购买信息的，应当免除消费者提供三包凭证的义务。

③发行人对售后产品质量问题处理方式

质保期内已售产品出现质量问题，发行人免费为客户提供维修、更换等售后服务，以确保发行人销售给客户的产品能够稳定运行。报告期内，客户通知相关产品存在质量瑕疵或验收不合格时，发行人视情况进行处理，处理方式如下：

1)对于不影响后续使用的瑕疵问题，为及时满足客户生产需求，由发行人驻厂人员现场维修；

2)对于相对严重的质量问题，发行人将相关产品进行退货，返厂维修、拆解或报废处理；

3)4S 店售后维修，如果存在产品部件或天窗总成质量问题，通过寄送替换产品或物料并偿付相关人工费等费用，或直接由整车厂安排维修并向发行人索赔。

(4)计提与实际发生时的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

①相关会计政策规定

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》第四条规定：“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：(一)该义务是企业承担的现时义务；(二)履行该义务很可能导致经济利益流出企业；(三)该义务的金额能够可靠地计量。”第五条规定：“预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数应当按照该范围内的中间值确定。在其

他情况下，最佳估计数应当分别下列情况处理：(一)或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。(二)或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。”

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十三条规定：“对于附有质量保证条款的销售，企业应当评估该质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务。企业提供额外服务的，应当作为单项履约义务，按照本准则规定进行会计处理；否则，质量保证责任应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》规定进行会计处理。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务时，企业应当考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及企业承诺履行任务的性质等因素。客户能够选择单独购买质量保证的，该质量保证构成单项履约义务。”

《企业会计准则应用指南—附录会计科目和主要账务处理》对预计负债科目的账务处理做出了规定具体情况如下：本科目核算企业确认的对外提供担保、未决诉讼、产品质量保证、重组义务、亏损性合同等预计负债。由产品质量保证产生的预计负债，应按确定的金额，借记“销售费用”科目，贷记“预计负债”。实际清偿或冲减的预计负债，借记“预计负债”，贷记“银行存款”等科目。

② 发行人会计处理

公司质量三包费主要为计提的质量保证金，包括：1)一般质量三包费，是公司根据相关质量条款约定，基于历史经验数据，对售后质量问题计提的质量保证金，计提比例为主营业务收入的 1.00%；2)特殊计提的质量三包费，是公司根据特殊质量问题影响程度的考虑针对该事项单独计提的质量三包费。

报告期内，发行人关于质量三包费的核算情况如下：

1)计提时，发行人根据经验设定产品的售后质保期为 3+1 年，3 年为整车销售给终端用户后的保修期，1 年为整车下线至销售给终端用户的销售时间。会计分录如下：

借：销售费用-质量三包费

贷：预计负债

2)使用时，当质量索赔发生时，发行人将实际发生的质量索赔款冲减预计负债，若发生预计之外的偶发性质量索赔事件，兼顾重要性和影响另行计提特殊质量三包费。会计分录如下：

借：预计负债

贷：应收账款

3)转回时，若首年计提的质保金覆盖售后质量赔偿尚存在余额，则于计提的第5年转回并冲减当期的质量三包费。会计分录如下：

借：预计负债

贷：销售费用-质量三包费

③报告期内质量三包费发生具体情况如下

报告期内，公司质量三包费分别为 1,102.78 万元、2,334.67 万元、1,948.53 万元和 944.27 万元，主要为公司计提的质量保证金。2021 年度质量三包费较高主要系对长安福特 CD539 项目单项计提的特殊产品质量保证金影响，明细情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一般质量问题				
计提：	959.21	1,998.99	1,682.30	1,272.48
转回：	14.94	50.46	395.14	169.7
特殊质量问题				
计提：	-	-	1,047.51	-
转回：	-	-	-	-
小计	944.27	1,948.53	2,334.67	1,102.78

综上所述，发行人与主要客户签订的质量保证条款仅包含该产品正常质量保证范围内的承诺，亦未通过其他明确或隐含的方式承诺向客户或最终用户

承诺提供正常质量保证范围之外的服务，因此发行人向客户提供的质量保证是保证所销售的商品符合既定标准，即保证类质量保证，而并非向客户提供一项单独的服务，客户也没有单独购买质量保证服务，故发行人提供的质量保证不构成单项履约义务。因此，发行人因承诺提供退换货及赔偿产生的相关义务应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》规定进行会计处理。发行人计提与实际发生时的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

2、单项计提的质量保证金项目的具体情况(如发生背景、金额和补救措施)

(1) 单项计提的质量保证金的计提情况

报告期内，发行人于 2021 年就 FSA21B56-CD539 天窗特殊质量问题索赔情况计提预计负债 1,047.51 万元。

(2) 发生背景

公司于 2019 年 4 月 27 日取得长安福特 CD539 天窗的定点函，2020 年 9 月天窗开始批量生产，锐界车型于 2020 年 12 月 22 日上市。2021 年 3 月 12 日长安福特汽车有限公司向发行人提出 2020-2021 年款锐界车型部分天窗可能出现运行缓慢、卡滞、抖动的问题。截至 2021 年 5 月 26 日，质量管理部已收到 14 例问题天窗，并对其进行拆解分析，发现框架与机械组咬合过紧，导致天窗出现运行缓慢、卡滞、抖动的问题。2021 年 9 月 17 日长安福特汽车有限公司发布锐界 FSA21B56-CD539 天窗运行缓慢、卡滞和抖动-客户满意度活动，经调查受影响车辆数为 13,370 台，双方达成一致处理意见并签订《供应商 FSA 索赔费用确认表》。

(3) 索赔费用分摊与结算

长安福特汽车有限公司与发行人就 CD539 售后问题责任比例达成一致意见，按照 55.00%的索赔比例与发行人进行结算，索赔费用调整方式如下：

项目	单价(元/车)	受影响车辆数	小计(元)	索赔责任比例
索赔零件费	952.73	13,370	12,737,973.36	55.00%
索赔维修工时费	300.00	13,370	4,011,000.00	
新件运费	164.27	582	95,603.99	

项目	单价(元/车)	受影响车辆数	小计(元)	索赔责任比例
新件包装费	2.66	582	1,549.87	
新件仓储费	14.40	582	8,382.76	
税费	163.88	13,370	2,191,086.30	
未分摊比例前索赔费用预估	19,045,596.28			
公司承担索赔费用	10,475,077.96			

注：上表数据来源于长安福特汽车有限公司与发行人签订的《供应商 FSA 索赔费用确认表》。

(4)补救措施

长安福特汽车有限公司向发行人提出 CD539 项目产品存在质量问题后，发行人质量管理部、供应链管理部、上海工厂和市场营销部及时、妥善的进行响应，将受影响范围降低到最小。发行人与长安福特汽车有限公司就受影响车辆维修方案达成一致，维修过程中更换的零部件费用、维修工时费等其他费用，按照所发生费用的 55.00%比例对长安福特汽车有限公司进行赔偿。报告期内除 CD539 项目存在产品召回情况并单项计提质量保证金外，其他产品不存在召回情况。

3、结合发行人退换货率、质量三包费支出与同行业可比公司的比较情况，说明发行人质量控制能力，是否因重大质量问题发生召回或责任纠纷、失去重要项目或客户情形。

(1)退货情况与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司退货情况如下：

单位：万元

年份	退货金额	当期收入	占比
2023 年 1-6 月	29.44	96,803.09	0.03%
2022 年度	175.06	202,094.37	0.09%
2021 年度	68.92	169,365.96	0.04%
2020 年度	10.42	131,666.34	0.01%

由上表可见，报告期内，公司退货金额分别是 10.42 万元、68.92 万元、175.06 万元和 29.44 万元，占当期营业收入比例分别是 0.01%、0.04%、0.09%和 0.03%，退货比例较低。

同行业可比公司退换货情况如下：

公司名称	退换货情况
星宇股份	未披露
新泉股份	未披露
继峰股份	未披露
天成自控	报告期内公司客户未发生大额退换货情况。
金钟股份	报告期内公司的产品质量稳定，不存在大量的退换货情况。

由上表可见，发行人与同行业可比公司退货情况基本一致。

(2)质量三包费支出与同行业可比公司的比较情况

报告期内，质量三包费支出与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

年度	2023 年 1-6 月		2022 年度	
公司名称	质量三包费	与收入占比	质量三包费	与收入占比
星宇股份	1,391.88	0.31%	8,047.14	0.98%
新泉股份	1,892.06	0.41%	2,708.45	0.39%
继峰股份	未披露	-	未披露	-
天成自控	189.89	0.30%	1,042.13	0.73%
金钟股份	32.70	0.08%	175.22	0.24%
平均值	876.63	0.35%	2,993.24	0.69%
发行人	944.27	0.98%	1,948.53	0.96%

(续上表)

年度	2021 年度		2020 年度	
公司名称	质量三包费	与收入占比	质量三包费	与收入占比
星宇股份	5,420.42	0.69%	3,684.01	0.50%
新泉股份	1,216.79	0.26%	1,003.21	0.27%

继峰股份	未披露	-	未披露	-
天成自控	1,756.99	1.03%	1,040.11	0.73%
金钟股份	76.56	0.14%	21.99	0.06%
平均值	2,117.69	0.57%	1,437.33	0.45%
发行人	2,334.67	1.38%	1,102.78	0.84%

注：质量三包费与收入占比平均值=质量三包费平均值/收入平均值

由上表可见，报告期内公司质量三包费分别为 1,102.78 万元，2,334.67 万元、1,948.53 万元和 944.27 万元。2021 年度质量三包费较高主要系受 CD539 项目质量索赔影响，该项目单独计提质量三包费金额为 1,047.51 万元。剔除 CD539 项目后，2021 年质量三包费金额占当期营业收入的比例为 0.76%。因此发行人质量三包费略高于同行业可比公司，发行人针对质量三包费计提较为谨慎。

(3) 发行人质量控制能力

发行人自成立以来建立了涵盖产品整个生命周期的质量控制体系，质量控制措施覆盖产品研发、生产、销售、服务等环节。

① 汽车行业质量管理体系证书

2021 年 6 月 7 日，发行人基于管理体系(IATF 16949:2016)已获得国际汽车工作组合格应用证书，证书登记号 No.44111160385。

② 产品质量控制部门

发行人已建立一套较为完整的企业标准和制度，覆盖研发、设计、采购、生产等各个环节，对产品质量进行把控。在组织架构方面，为了确保质量管理体系的维持和持续改进，发行人全员参与质量控制。

③ 质量手册

发行人依据 ISO9001:2015 和 IATF16949:2016 标准、顾客特殊要求，结合相关行业技术规范及公司实际情况，并确保符合国家相关法律、法规和各项政策的规定，制定了《质量手册》。

《质量手册》要求以顾客为导向，贯穿合同与订单评审过程、设计开发、

产品制造、产品交付、顾客反馈处理等环节，对基础设施、生产设备、工装、模具管理、产品防护、产品和服务的放行、不合格品的控制等过程进行质量管理控制。

④采购环节质量控制制度

为使所采购物资、零件的品质能符合要求，供应商能够按时、保质、保量的交付产品，公司制定《采购控制程序》。该规定对各部门或科室职责划分做了明确规定：

1)供应链管理部：负责潜在供应商选择、组织评审、建立合格供应商体系等，负责供应商定点、签订采购合同（含质量保证协议）、前期物料采购及后期物料移交等；负责将合格供应商清单发送各子公司；负责供应商零部件开发过程管理及批量后供应商绩效管理；主导量产后供应商产品变更申请认可等。

2)技术中心：负责产品数据、图纸、技术规范的制定和下发及管控，《产品开发技术协议》与供方签订，为采购物资提供技术支持。

3)工艺工程部：负责设备、模具、工装的请购和产品技术开发协议编制与供方的签订及验收；负责设备、模具、工装供应商的评审，并出具评审报告。

4)供应链管理部：负责零件提交保证书（PSW）量产物料采购，具体包括物流/物料计划、物料采购、“采购计划”的编制外发及交付跟踪仓库物资的存储和防护及运输。

5)质量管理部：参与检具供应商评审、负责检具制作进度跟踪、检具验收。

另外，公司为规范供应商管理工作，促进供应商持续改进，提高质量保证能力，以满足公司的产品质量要求，公司对供应商制定了《供应商绩效管理作业指导书》、《供方控制程序》。前述规定主要是用于对供应商进行月度考核及年度绩效评价考核管理。

⑤生产控制程序

明确生产运作过程，确保产品生产过程在受控状态下进行，以保证产品交货期和产品质量满足客户的要求，公司制定了《生产控制程序》，规定各基地

工厂负责本程序的编制及组织实施，负责产品生产进度和质量的控制。

⑥出货质量控制制度

在交付产品之前公司会对出厂产品抽样检查，主要对产品各维度尺寸/特性、外观、包装、标识进行检查，并形成出厂检验报告。

⑦不合格品控制

为对公司进厂物料、外购外协件、半成品、成品、已发货产品和客户处反馈的不合格品或可疑的产品进行规范化管理，如对不合格品的鉴别、隔离、标识、评审、处置等内容，以防止其非预期的使用或交付，以保证产品安全出货并防止不合格再发出，公司制定了《不合格品控制》制度，以控制不合格品的流出。

综上所述，发行人建立了涵盖产品整个生命周期的质量控制体系，质量控制措施覆盖产品研发、采购、生产、销售、服务等环节，并通过不断维持和持续改进提高产品质量管控能力。发行人与主要客户合作稳定，曾获得一汽-大众 2022 年度“众志保供奖”、广汽埃安 2022 年度“优秀合作奖”、吉利控股集团 2021 年度采购公司“最佳合作伙伴”、一汽奔腾 2021 年度“质量精益奖”等荣誉。

4、是否因重大质量问题发生召回或责任纠纷、失去重要项目或客户情形

截至本反馈回复出具日，发行人仍为长安福特汽车有限公司供给锐界车型少量备件，并通过客户结算系统进行结算；发行人积极响应并处理该公司产品质量问题，仍是合格供应商。

公司前五大客户集团销售收入占比情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	收入金额	占当期主营业务收入比例
2023 年 1-6 月	长安汽车	27,063.35	28.21%
	一汽集团	17,188.09	17.92%
	广汽集团	14,497.05	15.11%

年度	客户名称	收入金额	占当期主营业务收入比例
	吉利汽车	10,007.43	10.43%
	上汽大众	4,837.25	5.04%
	小计	73,593.17	76.71%
2022 年度	长安汽车	49,804.22	24.91%
	一汽集团	45,552.97	22.79%
	广汽集团	21,282.70	10.65%
	吉利汽车	19,748.14	9.88%
	上汽大众	11,964.26	5.99%
	小计	148,352.29	74.21%
2021 年度	一汽集团	47,336.31	28.14%
	长安汽车	42,049.63	25.00%
	广汽集团	19,380.23	11.52%
	吉利汽车	17,661.41	10.50%
	上汽大众	7,630.12	4.54%
	小计	134,057.70	79.69%
2020 年度	长安汽车	37,821.59	29.72%
	一汽集团	34,860.00	27.40%
	吉利汽车	22,304.06	17.53%
	广汽集团	10,960.48	8.61%
	上汽集团	6,083.66	4.78%
	小计	112,029.79	88.04%

由上表可见，按照公司前 5 大客户集团进行分析，与客户合作较为稳定并且报告期收入规模日趋增长；公司积极响应并妥善处理产品质量问题，不存在因重大质量问题发生召回或责任纠纷、失去重要客户或项目情形。

(三) 区分生产部门、销售部门、管理部门、研发部门说明人员数量、平均薪酬的变动情况，各部门承担的工作、绩效考核目标与薪酬水平变动的匹配关

系，报告期内职工薪酬大幅增长的原因，2020 年工资薪酬较低的原因，是否存在体外成本费用代垫、未完整归集的情形；与同行业可比公司、所在地职工平均工资是否存在显著差异，如是请分析原因。

1、区分生产部门、销售部门、管理部门、研发部门说明人员数量、平均薪酬的变动情况

公司自 2020 年以来，随经营规模的变化，不断优化生产部门、销售部门、管理部门、研发部门的人员配置，报告期各期，生产部门、销售部门、管理部门、研发部门人员数量和平均薪酬情况如下：

类别	项目	单位	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
生产部门	生产及制造成本中职工薪酬	万元	5,563.18	11,776.30	8,688.26	6,233.61
	生产人员平均数量	人	1,021.00	1,140.52	766.43	533.83
	生产人员人均薪酬	万元/人/年	10.90	10.33	11.34	11.68
销售部门	销售费用中职工薪酬	万元	778.43	1,701.90	1,191.26	758.59
	销售人员平均数量	人	67.67	82.25	61.92	57.33
	销售人员人均薪酬	万元/人/年	23.01	20.69	19.24	13.23
管理部门	管理费用中职工薪酬	万元	2,060.72	4,703.56	3,763.15	1,786.69
	管理人员平均数量	人	178.33	204.38	187.93	140.42
	管理人员人均薪酬	万元/人/年	23.11	23.01	20.02	12.72
研发部门	研发费用中职工薪酬	万元	2,143.21	4,049.09	3,876.61	3,042.05
	研发人员平均数量	人	177.33	183.55	173.92	168.83
	研发人员人均薪酬	万元/人/年	24.17	22.06	22.29	18.02
合计	员工薪酬	万元	10,545.54	22,230.85	17,519.28	11,820.94
	平均人数	人	1,444.34	1,610.70	1,190.20	900.41
	平均薪酬	万元/人/年	14.60	13.80	14.72	13.13

注 1：研发部门人员工资含研发费用中工资性费用、其他业务成本之技术开发成本中对应的工资性费用

注 2：平均人数为按月度加权的平均人数

2021 年较 2020 年，公司总体薪酬水平上升 48.21%，其中人员数量上升

32.18%，人均薪酬上升 12.11%。人员数量上升主要系公司业务规模不断提升，对员工需求不断增长所致。同时，公司于 2021 年 8 月整体变更为股份有限公司，完善治理结构的同时优化了人力资源结构，引进或提拔了一定数量的中、高层人员，导致员工平均薪酬有所提升。

2022 年较 2021 年，总体薪酬水平上升 26.89%，人员数量上升 35.33%，人均薪酬下降 6.25%。人员数量上升来源于公司业务规模的进一步扩大，主要为满足生产所需的基层员工，导致员工结构有所变化，人均薪酬略有下降。

2023 年 1-6 月，总体薪酬金额略有下降，人员数量下降 10.33%，人均薪酬上升 5.80%，人数数量下降主要源于公司基层业务人员的流动，人均薪酬上升的主要部门是销售部门和研发部门，一方面因为人员更迭成本上升，另一方面是正常薪酬上涨所致。

2、各部门承担的工作、绩效考核目标与薪酬水平变动的匹配关系，报告期内职工薪酬大幅增长的原因，2020 年工资薪酬较低的原因，是否存在体外成本费用代垫、未完整归集的情形

公司各部门各司其职，作为生产制造型企业，公司从自身经营特点出发在安全、成本、质量、发展等 4 方面对各部门进行考核。

(1)生产部门

2021 年生产部门职工薪酬总额较 2020 年增加 39.38%，2022 年生产部门职工薪酬总额较 2021 年增加 35.54%，报告期内生产部门职工薪酬大幅增长。

生产部门人员结构情况和薪酬分布情况如下：

单位：人，万元/人/年

级别	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	平均人数	占比	人均工资	平均人数	占比	人均工资	平均人数	占比	人均工资	平均人数	占比	人均工资
高层	2.00	0.20%	10.90	1.75	0.15%	10.33	1.00	0.13%	11.34	1.00	0.19%	11.68
中层	11.67	1.14%		11.33	0.99%		6.67	0.87%		3.75	0.70%	
基层	1,007.33	98.66%		1,127.44	98.86%		758.76	99.00%		529.08	99.11%	
合计	1,021.00	100.00%		1,140.52	100.00%		766.43	100.00%		533.83	100.00%	

注：平均人数为按月度加权的平均人数

① 工作职责及绩效考核目标

生产部门负责安全生产，具体由工艺工程部、质量管理部、供应链管理、卷帘事业部和生产工厂组成。生产工厂又细分为生产管理科、生产科、技术质量科等职能部门。绩效考核目标包括：1)安全方面，全年无重大安全事故、质量及外审重大不符合事故及相关责任事故；2)成本方面，生产成本效益管控；3)质量方面，产品一次下线合格率；4)发展方面，天窗等各类产品产量。

② 报告期内职工薪酬大幅增加及 2020 年工资薪酬较低的原因分析

1) 成本考核方面，为了降低远距离运输成本，发行人在生产工厂间重新配置产能的同时对生产工厂进行了产能扩容。吉林工厂投入 PU 生产线，增加了基层生产人员，导致 2022 年生产部门总体职工薪酬上升。

2020 年以来，公司全景天窗产、销水平逐渐上升。玻璃系统分总成装配中的 PU 工序是玻璃系统分总成预装生产工序中不可或缺的一个环节。截至 2021 年 10 月，具备 PU 生产工艺的生产基地是：湖州 PU 基地、成都工厂。同期，销售规模增长集中于华东、西南、东北。因此涉及 PU 工序的产品，需要由湖州 PU 基地完成后部分由上海工厂实施总装再行发送、或由成都生产基地生产并进行远距离运送，导致履约成本上升。为降低履约成本，公司兼顾了产线投入后的经济效益，于 2021 年末先后在湘潭工厂、吉林工厂投建了 PU 生产线，其中湘潭工厂的 PU 生产线于 2021 年 12 月正式投产，吉林工厂的 PU 生产线于 2022 年 5 月开始陆续投产，随着 PU 生产线的投产逐步降低了远距离运输产生的履约成本。

总体来说，2020 年至 2022 年间，公司产能扩容的区域逐渐由上海工厂、成都工厂延展至吉林工厂、湘潭工厂、湖州 PU 基地、天津工厂，由于区域用工成本差异和基层人员的逐渐增加，报告期各期，生产部门人均工资水平有所下降，生产部门职工薪酬的变化主要受基层人员数量增加影响。

2)发展方面，发行人按照生产需求配备生产部门人员，生产部门的薪酬主要受当期产量影响。

报告期各期，人均产量情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
产量(万台)	107.22	188.13	176.66	133.03
平均人员(人)	1,021.00	1,140.52	766.43	533.83
人均产量(万台/人)	0.21	0.16	0.23	0.25

注：2023 年 1-6 月人均产量按(半年度数据*2)/平均人员数量进行年化处理。

2021 年产量增长，公司增加了生产部门基层员工，基层人员的数量增加是导致 2021 年生产部门职工薪酬增长的主要原因。

2021 年较 2020 年人均产量基本持平，2021 年生产部门职工薪酬上升一方面由于 2021 年总体产量增加的同时增加了生产部门人员配置所致；另一方面，2020 年开始全景天窗产量逐渐增多，全景天窗较小天窗工艺流程多，因此生产人员配备有所增多。2022 年较 2021 年人均产量有所下降，主要是湘潭工程 PU 生产线(2021 年 12 月)和吉林工厂 PU 生产线(2022 年 5 月)正式投产、总装线扩容导致基层生产人员增加所致。

2023 年 1-6 月人均产量相比 2022 年有所上升并回归至 2021 年度及 2020 年度水平，主要原因为自 2021 年产能逐步扩容后，随着经营规模的扩大，劳动生产率有所提升。

因此，生产部门职工薪酬的波动受两方面影响，一方面是，发行人按照生产需求配置相应的生产人员所致；另一方面是，发行人因经营需求在不同的生产工厂进行产能布局而导致的区域性用工成本差异所致。

(2)销售部门

2021 年销售部门职工薪酬较 2020 年增加 57.04%，2022 年销售部门职工薪酬较 2021 年增加 42.87%，报告期内销售部门职工薪酬大幅增长。

销售部门人员结构情况和薪酬分布情况如下：

单位：人，万元/人/年

级别	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	平均人数	占比	人均工资	平均人数	占比	人均工资	平均人数	占比	人均工资	平均人数	占比	人均工资

高层	-	-	23.01	-	-	20.69	0.17	0.27%	19.24	0.58	1.01%	13.23
中层	4.00	5.91%		6.25	7.60%		5.08	8.20%		1.92	3.35%	
基层	63.67	94.09%		76.00	92.40%		56.67	91.53%		54.83	95.64%	
合计	67.67	100.00%		82.25	100.00%		61.92	100.00%		57.33	100.00%	

注：平均人数为按月度加权的平均人数

① 工作职责及绩效考核目标

销售部门，包括市场营销部和各工厂的客户质量组，肩负项目定点前联络客户并安排研发部门进行技术调研，项目定点后量产前安排研发部门与客户进行技术沟通和测试，项目量产后负责维护项目稳定推进等职责。绩效考核目标包括：1)成本方面，回款及时性、价格稳定性；2)质量方面，内外审核协调；3)发展方面，新客户和新项目开拓。

② 报告期内职工薪酬大幅增加及 2020 年工资薪酬较低的原因分析

报告期各期，人均产值情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	96,803.09	202,094.37	169,365.96	131,666.34
平均人数	67.67	82.25	61.92	57.33
人均产值	2,861.03	2,457.07	2,735.24	2,296.64

注：2023 年 1-6 月人均产值按(半年度数据*2)/平均人员数量进行年化处理。

报告期各期，人均产值较为稳定，人员配备与收入增长情况基本匹配。2021 年，销售部门人均薪酬较 2020 年增加 45.43%，除正常薪酬调整外，主要因为中层销售人员增加所致；2022 年，销售部门人均薪酬较 2021 年增加 7.54%，基本为正常薪酬调整；2023 年 1-6 月，销售部门人均薪酬较 2022 年增加 11.21%，一方面是人员更迭成本上升，另一方面为正常薪酬调整。

因此，报告期各期，销售部门人员配备基本与收入增长规模相匹配，2021 年销售部门人员薪酬变动主要是增加中层人员配备所致，2022 年销售部门平均职工薪酬波动主要为正常薪酬调整，销售部门薪酬总额波动主要为以工厂客户质量组为主的基层销售人员数量增加所致。2023 年 1-6 月销售部门平均职工薪

薪酬波动一方面是人员更迭导致成本上升，另一方面为正常薪酬调整所致。

(3)管理部门

2021 年管理部门职工薪酬较 2020 年增加 110.62%，2022 年管理部门职工薪酬较 2021 年增加 24.99%。报告期内管理部门职工薪酬增长幅度较大。

管理部门人员结构情况和薪酬分布情况如下：

单位：人，万元/人/年

级别	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	平均 人数	占比	人均 工资	平均 人数	占比	人均 工资	平均 人数	占比	人均 工资	平均 人数	占比	人均 工资
高层	17.33	9.72%	23.11	17.25	8.44%	23.01	12.42	6.61%	20.02	7.83	5.58%	12.72
中层	13.00	7.29%		12.00	5.87%		8.75	4.66%		8.92	6.35%	
基层	148.00	82.99%		175.13	85.69%		166.76	88.73%		123.67	88.07%	
合计	178.33	100.00%		204.38	100.00%		187.93	100.00%		140.42	100.00%	

注：平均人数为按月度加权的平均人数

① 工作职责及绩效考核目标

管理部门主要由经营管理决策层和行政职能部门组成，经营管理决策层负责制定公司发展规划和经营方针，行政职能部门是经营管理辅助部门包括财务部，人力资源部，总裁办等。绩效考核目标包括：1) 安全方面，全年无重大安全事故、无质量及外审重大不符合事故及相关责任事故；2) 成本方面，经营情况持续改善；3) 质量方面，主导并完成内外审核；4) 发展方面，公司体系完善和人员发展等。

② 报告期内职工薪酬大幅增加及 2020 年工资薪酬较低的原因分析

一方面，公司配备更多管理人员以满足经营规模不断扩大的需要；另一方面，为筹备上市相关工作，公司于 2021 年调整管理部门组织结构，引进或提拔了重要高层管理人员，导致管理人员结构有所变动。基于上述，报告期内公司管理部门人员薪酬不断上升。

报告期各期，管理部门职工薪酬的费率情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
管理费用：工资性支出	2,060.72	4,703.56	3,763.15	1,786.69
营业收入	96,803.09	202,094.37	169,365.96	131,666.34
管理费用：工资性支出费率	2.13%	2.33%	2.22%	1.36%

管理部门工资的增长与发行人经营规模，经营计划及未来战略规划相匹配。

(4)研发部门

2021 年研发部门员工薪酬总额较 2020 年增加 27.43%，2022 年研发部门职工薪酬总额较 2021 年增加 4.45%。报告期内研发部门员工平均薪酬基本稳定。

研发部门人员结构情况和薪酬分布情况如下：

单位：人，万元/人/年

级别	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	平均 人数	占比	人均 工资	平均 人数	占比	人均 工资	平均 人数	占比	人均 工资	平均 人数	占比	人均 工资
高层	4.33	2.44%	24.17	2.83	1.54%	22.06	5.58	3.21%	22.29	3.08	1.83%	18.02
中层	9.67	5.45%		10.25	5.58%		8.83	5.08%		6.25	3.70%	
基层	163.33	92.11%		170.47	92.88%		159.51	91.71%		159.50	94.47%	
合计	177.33	100.00%		183.55	100.00%		173.92	100.00%		168.83	100.00%	

注：平均人数为按月度加权的平均人数

① 工作职责及绩效考核目标

研发部门主要负责产品开发工作，一方面通过项目平台进行通用技术开发，另一方面进行产品应用性开发。绩效考核目标包括：1) 安全方面，全年无重大安全事故、无质量及外审重大不符合事故及相关责任事故；2) 成本方面，研发成本控制；3) 质量方面，新项目开发；4) 发展方面，发明专利。

② 报告期内职工薪酬大幅增加及 2020 年工资薪酬较低的原因分析

2021 年因公司整体人力资源结构优化，增加了研发部门高层和中层研发人员，导致 2021 年较 2020 年研发部门人员薪酬总额有所上升；2022 年研发费用中工资性费用同比小幅增加，主要因为公司根据业务需求增加了部分基层研发人员。2023 年 1-6 月，研发费用中工资性费用小幅上升，研发人员平均薪酬水平较 2020 年上升 9.56%，一方面是高层研发人员增加，另一方面源于正常薪酬调整。

综上，报告期内公司职工薪酬大幅增长，2020 年工资薪酬相比 2021 年和 2022 年较低，主要系公司业务规模快速增长、人员结构持续优化等因素所致，具备合理性。公司建立健全《薪酬管理规定》并严格执行，报告期内不存在与工资相关的体外成本费用代垫，未归集完整的情形。

3、与同行业可比公司、所在地职工平均工资的比较说明

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	未披露	10.48	10.78	10.10
星宇股份	未披露	14.04	11.90	8.74
继峰股份	未披露	24.67	25.24	23.77
天成自控	未披露	16.03	16.38	13.62
金钟股份	未披露	9.16	7.69	6.75
同行业可比公司平均工资	未披露	14.88	14.40	12.60
上海市城镇非私营单位就业人员平均工资	未披露	未披露	19.18	17.19
上海市城镇私营单位就业人员平均工资	未披露	未披露	9.60	8.01
上海市城镇私营及非私营单位就业人员工资平均数	未披露	-	14.39	12.60
发行人	14.60	13.80	14.72	13.13

注：上海市城镇非私营单位就业人员与私营单位就业人员合计平均工资=（上海市城镇非私营单位就业人员平均工资+上海市城镇私营单位就业人员平均工资）/2

由上表可见，报告期内，发行人职工平均薪酬略低于同行业可比公司平均工资，与全市城镇私营及非私营单位就业人员工资平均数接近，不存在显著差异。

(1) 发行人生产部门平均薪酬情况与同行业可比公司平均工资的比较

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	未披露	8.72	9.04	9.06
星宇股份	未披露	11.84	10.05	6.58
继峰股份	未披露	23.85	24.87	22.59
天成自控	未披露	13.86	15.93	12.03
金钟股份	未披露	9.03	7.24	6.30
同行业可比公司平均工资	-	13.46	13.43	11.31
发行人	10.90	10.33	11.34	11.68

注：发行人生产基地除上海外，还包括成都、吉林、湘潭、湖州等地。

由上表可见，报告期内，发行人生产部门员工平均薪酬较同行业可比公司平均水平低，在一定程度上存在因生产基地区域差异、生产工艺差异对生产人员需求不同的影响；发行人生产部门员工平均薪酬同期小幅下降主要系发行人产能扩充和区域产能配置变化，增加了较多基层员工，导致生产部门平均人员薪酬略有下降。

(2) 发行人销售部门平均薪酬情况与同行业可比公司平均工资的比较

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	未披露	6.30	22.06	17.43
星宇股份	未披露	10.57	10.27	9.54

继峰股份	未披露	64.29	74.75	104.43
天成自控	未披露	30.90	33.70	25.61
金钟股份	未披露	20.39	9.64	6.93
同行业可比公司平均工资	未披露	26.49	30.08	32.79
发行人	23.01	20.69	19.24	13.23

由上表可见，报告期内，发行人销售部门员工平均薪酬较同行业可比公司平均水平低，同行业可比公司之间的销售部门员工平均薪酬亦存在不同，销售部门员工薪酬水平的差异存在因不同公司的产品细分领域和市场策略差异而存在不同的情形。

(3) 发行人管理部门平均薪酬情况与同行业可比公司平均工资的比较

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	未披露	16.93	11.61	10.14
星宇股份	未披露	19.72	27.68	28.62
继峰股份	未披露	24.68	24.82	24.57
天成自控	未披露	20.69	19.13	20.41
金钟股份	未披露	8.93	9.38	9.86
同行业可比公司平均工资	未披露	18.19	18.52	18.72
发行人	23.11	23.01	20.02	12.72

由上表可见，报告期内，发行人管理部门员工平均薪酬持续上升，除 2020 年外，2021 年和 2022 年发行人管理部门员工平均薪酬均高于同行业可比公司的平均水平，发行人与同行业可比公司之间的差异主要受不同的经营策略影响所致，报告期内，发行人逐步升级、优化管理层人员结构，导致发行人管理部门员工平均薪酬同期持续增长。

(4) 发行人研发部门平均薪酬情况与同行业可比公司平均工资的比较

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	未披露	14.01	16.13	13.02

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
星宇股份	未披露	18.87	14.60	14.48
继峰股份	未披露	25.75	18.08	15.00
天成自控	未披露	20.27	12.29	11.94
金钟股份	未披露	9.13	9.80	7.40
同行业可比公司平均工资	未披露	17.61	14.18	12.37
发行人	24.17	22.06	22.29	18.02

由上表可见，报告期内，发行人研发部门员工平均薪酬高于同行业可比公司平均水平，同时高于同期发行人其他部门人员平均工资，主要因为发行人一贯重视生产技术研究开发，以较为优厚的待遇吸引、留用人才，建设具有竞争力的研发梯队。

综上，报告期各期，发行人整体薪酬水平和薪酬结构较为合理，与同行业可比公司不存在显著差异。

(四) 结合研发费用的核算、归集方式，说明研发费用项目对应的客户、车型或车型平台，在研项目、拟定点项目数量与研发费用的匹配关系；2022 年在经营规模扩大、研发人员薪酬水平增长背景下，试验模具费、设计试验费、直接材料、折旧与摊销费用下降的原因，发行人研发费用是否可以支撑研发活动开展、客户及项目的开发定点是否可持续。

1、结合研发费用的核算、归集方式，说明研发费用项目对应的客户、车型或车型平台，在研项目、拟定点项目数量与研发费用的匹配关系

(1) 研发费用的核算、归集方式

报告期内，公司对研发投入严格审批，并按照相关制度进行归集核算。公司建立了《研发费用管理制度》对研发流程进行规范并保证及时、准确地记录与研发投入相关的经济业务。公司根据《企业会计准则》的相关规定，将所有符合研发费用规定的支出归集于“研发支出”科目中核算。公司以研发项目为基础开展研发活动，公司研发费用的核算和归集方式如下：

核算科目	核算内容	归集方式
工资性费用	参与研发项目人员的工资、奖金、津贴、补贴、社会保险费、住房公积金、职工教育经费等支出	从事研发活动的人员，每月按天按实际负责的研发项目填写《研发项目工时记录表》，月末交人力资源部，人力资源部负责将参与研发工作的人员工资、社保、公积金等按工时分摊到对应的研发项目。
试验模具费	研发过程中的中间试验和试制的模具费用等	公司以生产场景为背景，获得特定工艺技术成果或验证相关功能设计技术。试验模具费以相关研发项目开始进行生产场景试验时作为起始时点，以相关工艺技术成果或相关功能设计技术通过验证为结束时点，期间产生的试验模具使用或损耗费按照研发项目分摊至研发费用。
直接材料	研发过程中发生的，为实施研究开发项目而购买和领用的材料支出	公司对于研发领料及归集建立了相关内部控制制度。研发人员根据实际研发项目需要情况通过 OA 系统填写领用材料申请单、选择具体研发项目和需求的材料。
设计试验费	研发项目相关的检验测试费用等	根据设计费和试验费发生的研发项目归集。
办公及其他	研发过程中发生的与研发活动相关的其他各项费用，如资料费、差旅费、办公费等	技术中心所发生的研发费用按照《研发项目工时记录表》分摊至各个研发项目。
折旧与摊销	研发活动的设备折旧费	公司将固定资产按具体使用的成本中心划分，涉及技术中心使用的固定资产具体分摊方式如下： 实验室设备折旧：验证认可部每月记录《试验工时记录表》，月末提交财务部，财务部根据《试验工时记录表》计算每个研发项目当月占总工时的比例，然后将验证认可部折旧费分摊到对应的研发项目并记账。

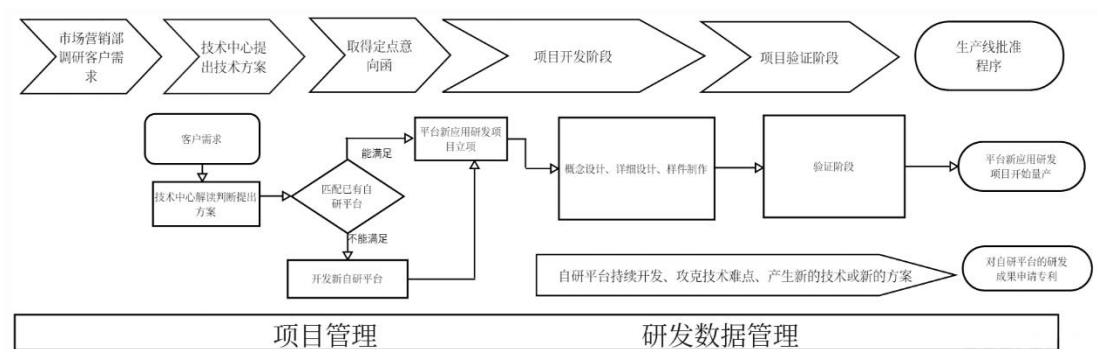
核算科目	核算内容	归集方式
		研发使用其他设备折旧：按研发人员实际研发工时分摊至具体研发项目。
委托开发费	与研发项目相关的委外研发费用	委托开发费为单个项目单独发生，按具体发生项目归集。

(2)研发费用项目对应的客户、车型或车型平台，在研项目、拟定点项目数量与研发费用的匹配关系

①公司研发流程概述

公司自成立以来始终深耕汽车天窗等领域，通过二十余年的技术积累，形成了 20 余个自研平台。公司对自研平台项目持续进行研发投入，攻克技术难点，对自研平台阶段性研究成果申请专利。报告期内，公司对新申请的专利拥有完全控制权。

公司具体研发流程如下图所示：



市场营销部收集客户的产品需求或进行客户需求市场调研后(包括老客户新项目和新客户新项目)，技术中心对客户或市场需求进行详细解读，做出判断并提出技术方案，若方案通过客户的供应商筛选并达成定点意向，技术中心再根据客户对产品的功能要求作出技术分解，对标技术积累多年形成的 20 余个自研

平台，选出技术上最契合的自研平台，然后应用该自研平台积累的技术数据、设计路线、工艺工程路线进行再次开发或适配后提交客户审核，若目前公司现有自研平台无法满足技术需求，技术中心将立项新自研平台项目进行研究。

平台新应用研发项目立项后，技术中心再进行技术开发，包括概念设计、详细设计、客户设计批准、样件制作、工艺验证(DV 验证(Design Validation 设计验证)、PV 验证(Production Validation 产品验证))、客户工程认可等阶段。在生产件批准程序之后，即可进入批量生产阶段。平台新应用研发项目的投入带来的技术经验累积、数据库信息扩充都将使公司自研平台持续受益。

②研发费用项目对应的客户、车型或车型平台，在研项目、拟定点项目数量与研发费用的匹配关系

因公司的自研平台具有通用性，以天窗为例主要分为“一片玻璃-外滑”、“一片玻璃-内藏”、“两片玻璃-外滑”、“两片玻璃-内藏”、“三片玻璃-外滑”等系列，其中再依据天窗的尺寸、强度、起翘高度等技术指标细分为 13 个天窗类自研平台，可适用于下游客户各种类别车型技术需求的天窗项目。

因此，公司的一个研发费用项目通常对应多个客户的多个车型或车型平台。

公司的在研项目为自研平台项目。公司的拟定点项目为与客户达成定点意向，但尚未达到生产件批准程序的项目，在研项目与拟定点项目在功能技术上具有适配性。

具体如下表所示：

单位：万元、个

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投 入金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
外滑全景天窗先锋 2.0 B 机械组	2018 年 10 月	两片玻璃 -外滑	研发一种外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部；应用于 X 向长 1,365mm 左右两片玻璃的外滑全景天窗；此机械组 Y 向宽度尺寸相对于 B15 机械组缩小 18%；此机械组零部件相对于 B15 机械组减少 7 个主要零件。	主要有一汽集团 C001/HS5Y、长城汽车 A08/B16、东风集团股份 G59、赛力斯 F508、奇瑞汽车 T1E 等车型。	497.10	2,100.20	1,270.91	143.94	4,012.15	17
外滑全景天窗先锋 2.0 A 机械组	2018 年 10 月	两片玻璃 -外滑	研发一种外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部；应用于 X 向长 1,000mm 左右两片玻璃的	主要有吉利汽车 LC02/03、上汽集团 AS32/28、长城汽车	633.15	933.62	1,261.91	390.59	3,219.27	11

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投 入金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
			外滑全景天窗；此机械组零部件相对于 M12 机械组减少 5 个主要零件。	CC02、一汽集团 VW491、上汽大众 B9 等车型。						
外滑全景天窗 B15 机械组	2016 年 4 月	两片玻璃 -外滑	研发一种外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部；应用于 X 向长 1,365mm 左右两片玻璃的外滑全景天窗；天窗 Z 向高度空间为 47mm，Y 向宽度为 45mm。	主要有一汽集团 D077Y/D365 、 广 汽 集 团 A12/A18、长安 汽 车 S111/S311 、 上 汽 集 团 CN202M/CN220 M、合创汽车 GN01/G05、重 庆众泰 A12/B15	50.81	93.65	578.98	1,083.08	1,806.52	23

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投 入金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
				等车型。						
外滑小天窗 VENUS B 机械组	2019 年 2 月	一片玻璃 -外滑	研发一种外滑式机械组， 打开后的玻璃位于车顶外 部；应用于 X 向长 500- 550mm 左右一片玻璃的 外滑小天窗。	主要有东风集团 股份 H56/M18、 匠工秀 H56F、 上 汽 集 团 SPX1/SK83、长 城汽车 M83、合 创汽车 G08 等车 型。	301.31	658.52	407.86	318.30	1,685.99	10

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投 入金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
内藏小天窗 A501 机械组	2008 年 5 月	一片玻璃 -内藏	研发一种内藏式机械组， 打开后的玻璃位于车顶内 部；应用于 X 向长 390- 450mm 左右一片玻璃的 内藏小天窗；此机械组起 翘高度可达 27mm。	主要有长安汽车 C589/S111- MCA、长城汽车 P3011/ES13、长 安 福 特 C346/C490、赛 力斯 F508/F517 等车型。	81.42	185.62	288.64	899.83	1,455.51	12
内藏小天窗 VENUS A 机械组	2019 年 4 月	一片玻璃 -内藏	研发一种内藏式机械组， 打开后的玻璃位于车顶内 部；应用于 X 向长 390- 450mm 左右一片玻璃的 内藏小天窗；此机械组相 对于 1 代机械组，优化其	主要有现代汽车 KY1/US4、上汽 通用 K218、一 汽集团 D365 等 车型。	1.58	232.02	654.96	364.43	1,252.99	4

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投入 金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
			运动轨迹，降低运行异响概率；此机械组起翘高度可达 30mm，相对于 A501 机械组提升 3mm。							
外滑全景天窗 M12 机械组	2013 年 12 月	两片玻璃 -外滑	研发一种外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部；应用于 X 向长 1,000mm 左右两片玻璃的外滑全景天窗；天窗 Z 向高度空间为 47mm。	主要有东风集团股份 G35、广汽集团 A26、一汽集团 C100/C229、长安汽车 C589 等车型。	0.90	261.19	557.49	317.09	1,136.67	11

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投 入金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
内藏小天窗 TSS-1 机械 组	2016 年 1 月	一片玻璃 -内藏	研发一种内藏式机械组， 打开后的玻璃位于车顶内 部；应用于 X 向长 390- 450mm 左右一片玻璃的 内藏小天窗；此机械组起 翘高度可达 37mm。	主要有广汽集团 A88、一汽丰田 115D 等车型。	98.22	609.53	244.98	167.15	1,119.88	3
外滑全景天 窗 LC01 机 械组	2019 年 7 月	两片玻璃 -外滑	研发一种外滑式机械组， 打开后的玻璃位于车顶外 部；应用于 X 向长 1,365mm 左右两片玻璃的 外滑全景天窗；此机械组 Z 向空间尺寸缩减至 45.5mm，相对 B15 机械 组缩减 1.5mm；此机械组	主要有长安福特 CD539C、吉利 汽车 CX11、北 京现代 NU2 等 车型。	-	94.28	410.83	413.80	918.91	5

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投入 金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
			轻量化设计，单侧机械组重量相比传统型机械组减轻了 100g。							
内藏小天窗 TSS-3 机械 组	2016 年 8 月	一片玻璃 -内藏	研发一种内藏式机械组，打开后的玻璃位于车顶内部；应用于 X 向长 540-600mm 左右一片玻璃的内藏小天窗；此机械组起翘高度可达 38mm。	主要有上汽大众 New Lavida、一汽集团 New Bora 等车型。	87.49	82.78	130.23	464.02	764.52	6
电动遮阳帘	2018 年 1 月	遮阳系列	研发一种可以电动打开或关闭的遮阳帘，带防夹功能，控制器带自我学习功	主要有东风集团股份 H53、吉利汽车	198.68	272.88	205.07	191.49	868.12	5

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投 入金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
			能。	HX11/DCY11 、 零跑汽车 T03 等 车型。						
外滑全景天 窗 C301 机 械组	2016 年 3 月	三片玻璃 -外滑	研发一种外滑式机械组， 打开后的玻璃位于车顶外 部；应用于 X 向长 1,550- 1,600mm 左右三片玻璃的 外滑天窗。	主要有北汽集团 N60AB/N61AB 、北 京 现 代 NEC、长安汽车 C301 等车型。	-	12.05	142.73	454.04	608.82	3
电动尾翼	2021 年 3 月	电动尾翼	电动尾翼中的这种新式装 置可显著降低上层机构的 Z 向空间，同时，由于采 用了涡轮蜗杆传动技术， 可有效降低运行时的噪	主要有长城汽车 EC24、集 度 汽 车 Mars1、东风 集团股份 S73 等 车型。	496.59	369.57	70.93	-	937.09	6

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投入 金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
			声，这种连接可靠、传动精度高。							
6 手动遮阳板	2018 年 1 月	遮阳系列	研发一种可以手动打开或关闭遮阳板，手动打开或关闭的操作力 10N-25N。	主要有一汽丰田 941B、广汽丰田 942B 等车型。	-	11.48	181.32	122.41	315.21	2
自制遮阳帘	2020 年 10 月	遮阳系列 (工艺设计研发， 工艺水平提升)	降低天窗遮阳帘外部分总成零件采购成本，实行分总成零件公司自行制造，自制替代外采。	主要有长安汽车 B561/F202-MCA、广汽集团 A18/A26、吉利汽车 SX11/VF12 等车型。	-	43.42	149.53	19.09	212.04	10

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投 入金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
内藏全景天窗 GB5 机械组	2017 年 12 月	两片玻璃 -内藏	研发一种内藏式机械组，打开后的玻璃位于车顶内部；应用于 X 向长 1,000mm 左右两片玻璃的内藏全景天窗；此机械组起翘高度可达 24mm。	主要有东风本田 DE2、广汽本田 GB5 等车型。	-	26.74	55.19	70.09	152.02	2
控制器	2022 年 3 月	控制器	一种可以电动打开天窗玻璃或遮阳帘的 ECU(电子控制单元)，带防夹功能，防夹力小于 100N，控制器带自学习功能。	主要有一汽集团 D077Y、爱驰汽车 MAS861 等车型。	171.22	140.63	-	-	311.85	5
其他平台	2017 年 5 月至 2021 年 11 月		其他通用技术	研发新技术，形成技术储备。	138.83	96.89	81.00	184.45	501.17	2

自研平台	开始时间	所属系列	通用性描述	适用客户及车型	2023 年 1-6 月投 入金额	2022 年 投入金额	2021 年 投入金额	2020 年 投入金额	合计 投入 金额	拟定点 项目数 量合计
合计					2,757.29	6,225.07	6,692.56	5,603.81	21,278.73	137

2、2022 年在经营规模扩大、研发人员薪酬水平增长背景下，试验模具费、设计试验费、直接材料、折旧与摊销费用下降的原因

报告期内，公司研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	金额	波动比率	金额	波动比率	金额
直接人工	2,035.36	3,845.45	3.12%	3,729.01	28.46%	2,902.91
试验模具费	196.18	783.47	-4.81%	823.04	34.75%	610.78
设计试验费	129.50	441.28	-12.14%	502.25	-30.29%	720.48
直接材料	139.57	465.55	-48.41%	902.42	77.10%	509.55
折旧与摊销	99.19	197.89	-32.76%	294.32	68.03%	175.16
委托开发费	-	147.57	9.60%	134.64	-69.44%	440.57
办公及其他	157.48	343.86	12.05%	306.88	25.58%	244.37
合计	2,757.29	6,225.07	-6.99%	6,692.56	19.43%	5,603.81

注：发行人股份支付费用未纳入研发费用核算。

由上表可知，研发费用中的直接人工于 2021 年度上涨了 28.46%，于 2022 年度上涨了 3.12%，报告期内呈持续上行的趋势。而设计试验费于 2021 年度下降了 30.29%、2022 年度下降了 12.14%，试验模具费、直接材料、折旧与摊销同样于 2022 年度呈下降趋势。在公司经营规模扩大，研发人员薪酬水平不断增长的背景下，公司 2022 年试验模具费、设计试验费、直接材料、折旧与摊销费用下降的原因具体如下：

(1) 人员薪酬增长的原因

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	数量	数量	波动比率	数量	波动比率	数量
期末人数	165	163	-4.68%	171	-3.39%	177
本科及以上学历人数	112	104	18.18%	88	4.76%	84
专科及以下人数	53	59	-28.92%	83	-10.75%	93

公司自成立以来高度重视自主创新，通过搭建完善的研发组织架构、不断加大研发投入等方式保障公司的技术实力和创新能力。2021 年到 2022 年，公司对研发人员结构进行优化，提升了本科生以上研发人员的比例，并提高主要研发人员的薪酬，导致了人工费用的增长。

(2)设计试验费的下降原因

公司设计试验费主要核算的是与研发项目相关的第三方检验检测费。

公司于 2004 年设立验证认可部，并从 2005 年开始不断增加试验设备，吸纳优秀人才，增强试验能力。2016 年起，验证认可部陆续取得主机厂颁发的试验资质认可证书。且在 2017 年，验证认可部获得中国合格评定国家认可委员会(CNAS)颁发的实验室认可证书并于 2023 年 3 月通过复审。2019-2020 年度，公司持续推进吉利集团 LC01/LC03、上汽集团 IM31、上汽大众 Lavida 等重点项目的试验进度，涉及相关试验能力标准高、认证周期长，主机厂要求公司在研发过程中所有的试验在主机厂指定的第三方专业机构进行(如：江苏三亿检测技术有限公司、博世汽车部件(长沙)有限公司等)。2021 年度至 2022 年度，上述主机厂陆续认证了公司验证认可部实验室的资质(如《上汽大众 LII8064 材料类认可》、《吉利 GLA210171B20220407 功能类认可》)，之后的试验由公司验证认可部自行开展并根据试验具体归集进项目的人工费用等。所以导致设计试验费于 2021 年度、2022 年度下降较多。2023 年 1-6 月的设计试验费主要为公司研发的控制器的相关验证或试验产生，因公司验证认可部尚不具备对控制器的实验资质。

(3)试验模具费、直接材料、折旧与摊销费用下降的原因

2021 年度至 2022 年度，试验模具费下降 39.57 万元，下降比例为 4.81%；直接材料费用下降 436.87 万元，下降比例为 48.41%；折旧与摊销费用下降 96.43 万元，下降比例为 32.76%，上述三项费用金额波动较大的自研平台列示如下：

单位：万元、个

自研平台	试验模具费				折旧与摊销				材料费				量产项目数量		
	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	波动 金额	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	波动 金额	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	波动 金额	2023 年 1-6 月	2022 年 度	2021 年度
外滑全景天窗 B15 机械组	-	0.53	98.50	-97.96	1.31	2.29	26.39	-24.10	1.57	6.75	30.66	-23.91	2	18	9
内藏小天窗 A501 机械组	-	18.16	41.64	-23.48	2.40	4.16	15.37	-11.22	0.44	7.15	62.62	-55.47	2	9	5
内藏小天窗 VENUS A 机械组	1.64	12.92	78.89	-65.97	-	4.45	22.59	-18.14	-	9.61	61.15	-51.54	0	4	0
外滑全景天窗 LC01 机械组	-	-	-	-	-	0.86	15.10	-14.24	-	36.45	104.13	-67.68	0	3	2
外滑全景天窗 M12 机械组	-	103.86	147.88	-44.02	0.16	9.20	21.90	-12.70	-	19.60	86.29	-66.69	0	4	8
内藏小天窗 TSS-3 机械组	0.70	-	15.49	-15.49	1.21	1.02	9.07	-8.05	5.88	1.45	3.61	-2.16	1	1	3

自研平台	试验模具费				折旧与摊销				材料费				量产项目数量		
	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	波动 金额	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	波动 金额	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	波动 金额	2023 年 1-6 月	2022 年 度	2021 年度
外滑全景天窗先锋 2.0 A 机械组	79.79	76.72	58.87	17.85	21.05	24.87	41.42	-16.55	37.16	118.64	291.17	-172.53	3	2	3
外滑全景天窗先锋 2.0 B 机械组	53.50	407.43	255.14	152.29	17.92	87.02	54.18	32.84	31.51	152.06	133.66	18.40	8	8	1
内藏小天窗 TSS-1 机 械组	37.85	2.95	13.52	-10.57	0.57	12.67	13.09	-0.42	1.03	17.24	9.04	8.20	1	1	1
手动遮阳板	0.70	-	-	-	-	0.00	12.06	-12.06	-	-	7.64	-7.64	0	0	1
电动尾翼	10.16	20.58	-	20.58	28.31	3.14	3.32	-0.18	41.82	20.33	-	20.33	0	0	0
电动遮阳帘	7.44	28.53	19.54	8.99	4.94	6.20	15.98	-9.78	5.69	16.18	7.15	9.03	2	0	0
小计	191.76	671.68	729.47	-57.79	77.86	155.88	250.47	-94.59	125.11	405.46	797.12	-391.66	19	50	33
各项费用总金额	196.18	783.47	823.04	-39.57	99.19	197.89	294.32	-96.43	139.57	465.55	902.42	-436.87	/	/	/
占比	97.75%	85.73%	88.63%	146.05%	78.50%	78.77%	85.10%	98.09%	89.64%	87.09%	88.33%	89.65%	/	/	/

注：量产数量为当年度该自研平台中平台新应用开发适配的达到批量生产的产品项目数量。

根据公司研发流程，平台新应用研发项目从立项开始会对自研平台进行原数据和技术方案再次设计验证：投入技术调研、手工样件费用。详细方案设计过程中会投入研发人员各类费用、重点工况理论仿真模拟费用。方案锁定后选择适当的试制阶段用以工艺性应用验证，工艺性应用研究生产的模具损耗成本计入相应的研发费用。方案验证时会投入性能试验费用、材料试验费用、零部件设变等费用。2021 年度外滑全景天窗先锋 2.0 A 机械组投入材料费 291.17 万元，2022 年度该平台投入材料费 118.64 万元，下降 172.53 万元，占材料费整体下降金额 436.87 万元的比例为 39.49%。主要原因为该平台适配车型对天窗外观提出优化要求，机械组玻璃总成侧边的外观需进行更改，进而需要调整机械组的整体结构使其起翘高度适应其优化后的侧向外观结构，该项改进需要进行大量验证，故领用的材料费较多。

对于在 2020 年度和 2021 年度已完成目标技术突破，如外滑全景天窗 B15 机械组平台的机械组零件压缩技术和机械组锁止连杆优化技术、内藏小天窗 A501 机械组平台的异响优化、内藏小天窗 VENUS A 机械组的天窗下沉深度优化、外滑全景天窗 LC01 机械组的轻量化验证，于 2022 年度，上述平台的现有研发技术已趋于成熟，并依靠多年研发积累下来的丰富技术参数，研发效率得到提升，对试验模具、材料、设备的需求逐渐降低，在投入更少研发支出的条件下，能完成更多平台新应用研发项目的研发并使其投入量产。

公司于 2021 年度为了满足市场对小全景天窗的需求，选择对自研平台外滑全景天窗 M12 机械组进行缩减，将平台 X 向长度缩减 40mm 至 50mm，导致该年度投入的研发支出较多。2022 年度，平台已完成了 X 向缩减的研发，导致研发支出的下降，同时平台适用车型发生转换，导致量产项目有所减少。

2022 年度，公司加大了对自研平台外滑全景天窗先锋 2.0 B 机械组的研发投入，主要为了提升该平台的技术高度，使其结构空间得到优化、减少机械组零件数量，最终使公司的天窗产品在市场上更具竞争优势。而对于内藏小天窗 TSS-1 机械组，虽然试验模具费、折旧费在 2022 年度有所下降，但公司仍旧对其持续投入研发人力，优化其机械导向性能、螺栓孔类型，使其在零件组合较多的情况下，提高生产效率。2023 年 1-6 月自研平台外滑全景天窗先锋 2.0 B 机

械组量产项目增加，且单个项目带来的销量上升，如长城汽车 B16、奇瑞汽车 T26。

2023 年 1-6 月，公司加大了对电动尾翼、控制器、电动遮阳帘等自研平台的投入，因这些平台所需技术尚处于产品设计阶段，未进入工艺验证阶段，所以投入的费用中直接人工占比较高，试验模具费、折旧费和材料费占比较少。

总体而言，公司在前期对平台技术的提升较多，而到了 2022 年度及 2023 年 1-6 月，目标技术趋于成熟的自研平台占比提升，导致了整体研发活动中试验模具费、直接材料、折旧与摊销费用的下降；随着后续年度下游不同客户车型新的技术要求，公司将持续对自研平台进行技术提升。

3、研发费用是否可以支撑研发活动开展、客户及项目的开发定点是否可持续

(1)公司自研平台产生的专利

公司拥有的核心技术均来源于对自研平台的自主创新、持续的研发投入及多年的技术积累。公司通过自研平台申请的专利主要如下所示：

自研平台	开始时间	自研平台形成的专利
外滑全景天窗先锋 2.0 B 机械组	2018 年 10 月	此平台为外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部，机械组 Y 向宽度尺寸相对于 1 代机械组缩小 18%，该项技术使车顶后端进行起翘，减低了全景天窗机械组传动结构复杂，减少了空间占有量，减少了现有机械组结构零部件以及成本、工艺。此平台形成了 2020226558956 一种机械传动装置，202022658426X 一种机械传动、锁止机构的专利等 5 项专利。
外滑全景天窗先锋 2.0 A 机械组	2018 年 10 月	此平台为外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部，机械组零部件相对于 1 代机械组减少 5 个主要零件，该项技术让前端起翘装置直接与滑轨配合零件少且整体强度高，大大提高了产品的可靠性，简化组装结构、提高生产效率。此平台形成了 2019223131301 一种汽车天窗的多重锁止运动机构，2019219780304 一种前端起翘装置的专利等 6 项专利。
外滑全景天窗 B15 机械组	2016 年 4 月	此平台的机械组零部件天窗 Z 向高度空间为 47mm，Y 向宽度为 45mm，该项技术通过滚压工装在工作时对胶面有压力要求时可进行压力调节，渗水导向结构指向滑

自研平台	开始时间	自研平台形成的专利
		轨流水槽，避免渗水滴入防水区域。此平台形成了 2017215830998 一种汽车全景天窗胶粘式车身密封条滚压工装，2017209501692 一种汽车天窗装置密封结构的专利等 9 项专利。
外滑小天窗 VENUS B 机械组	2019 年 2 月	此平台为外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部，该项技术结构简单，便于安装和拆卸，大大降低了生产成本，还解决了以往限位组件容易出现断裂的问题，提高了产品的可靠性。此平台形成了 2019219780357 一种用于车顶盖板的后限位块组件，2019219780535 一种天窗联动机构等 4 项专利。
内藏小天窗 A501 机械组	2008 年 5 月	此平台为内藏式机械组，打开后的玻璃位于车顶内部，此机械组起翘高度可达 27mm，该项技术可解决起翘状态下受力较少，容易发生装置的毁损以及因此造成的在天窗关闭状态下大幅度震颤的问题，同时增强弹片的强度，使弹片不易折断。此平台形成了 2012103816667 一种天窗运动连接机构，2016213714536 一种汽车天窗机械组结构等 6 项专利。
内藏小天窗 VENUS A 机械组	2019 年 4 月	此平台为内藏式机械组，打开后的玻璃位于车顶内部，此机械组相对于 1 代机械组，优化其运动轨迹，降低运行异响概率，此机械组起翘高度可达 30mm，相对于 1 代机械组提升 3mm。该项技术结构简单，在满足天窗玻璃起翘、关闭和下沉打开等基本功能的同时，解决了以往弹窗运动机构运动时产生异响的问题，提升了天窗的品质和用户的舒适度。此平台形成了 2019224016885 一种机械弹性支撑降噪机构等 4 项专利。
外滑全景天窗 M12 机械组	2013 年 12 月	此平台为外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部，零部件天窗 Z 向高度空间为 47mm，该项技术通过前导向块与后导向块将天窗玻璃支撑起来，带动天窗玻璃滑动。其结构简单，易于制造。此平台形成了 2014202019084 一种用于天窗的支撑装置的专利等 7 项专利。
内藏小天窗 TSS-1 机械组	2016 年 1 月	此平台为内藏式机械组，打开后的玻璃位于车顶内部，此机械组起翘高度可达 37mm，该项技术通过主滑块和从滑块与支撑臂相配合对支撑臂进行撑起，降落动作，使得结构简单，零部件少，防止在运动过程中产生异响。此平台形成了 2019220139547 一种天窗框架穿刺铆接数控柔性工装等 2 项专利。
外滑全景天窗 LC01 机械组	2019 年 7 月	此平台为外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部，此机械组 Z 向空间尺寸缩减至 45.5mm，相对一代缩减 1.5mm，此机械组轻量化设计，单侧机械组重量相比传统型机械组减轻了 100g。该项技术通过将主滑块和从滑块的滑脚分布两侧设置，解决机械组的晃动及异响问题，增加机械组的稳定性。此平台形成了

自研平台	开始时间	自研平台形成的专利
		2020203774698 一种新型汽车天窗后玻璃密封条 1 项专利。
内藏小天窗 TSS-3 机械组	2016 年 8 月	此平台为内藏式机械组，打开后的玻璃位于车顶内部，此机械组起翘高度可达 38mm，该项技术通过解决汽车天窗维修时流水槽拆修麻烦的问题，通过卡槽的连接方式使流水槽的拆修安装更为方便；通过使用 POM（聚甲醛树脂）材料的滑脚，改善了在导轨上运动时产生噪音的问题。此平台形成了 2019219224286 一种方便维修拆卸的流水槽滑座，2021201114876 一种方便拆装的导流板固定座等 3 项专利。
电动遮阳帘	2018 年 1 月	此平台为电动打开或关闭的遮阳帘，带防夹功能，控制器带自学习功能，该项技术通过该软轴包胶连接件用于连接遮阳帘和驱动机构，结构简单，方便安装，能提高生产效率。此平台形成了 2018218806707 软轴包胶连接件和汽车天窗，201822229026X 卷阳帘导向块和遮阳帘等 5 项专利。
外滑全景天窗 C301 机械组	2016 年 3 月	此平台为外滑式机械组，打开后的玻璃位于车顶外部，应用于 X 向长 1,550-1,600mm 左右三片玻璃的外滑天窗。该项技术通过前侧天窗、运行天窗、后侧天窗及装饰板连成一片。该全景天窗结构规整，装配程序简便，生产效率高，并且能够方便与汽车车身顶部直接装配。此平台形成了 2018222732087 全景天窗和汽车，2018222293855 天窗底框和汽车天窗等 8 项专利。
电动尾翼	2021 年 3 月	此平台为电动尾翼装置，可用行星减速电机带动直齿轮的新式装置显著降低上层机构的 Z 向空间。该项技术通过涡轮蜗杆传动技术，可有效降低运行时的噪声，能够提升汽车驾驶的稳定性。此平台形成了 2021116461436 一种可自由悬停的三段式汽车尾翼，2021225584002 一种汽车智能化尾翼装置等 4 项专利。
手动遮阳板	2018 年 1 月	此平台为遮阳系列平台，通过调节检测台中定位槽的 Y 向尺寸、Z 向尺寸、平行度三个指标来测试窗遮阳板的操作力大小，达到量产后的稳定性。此平台形成了 2018215525947 一种天窗遮阳板操作力验证检测台等 3 项专利。
自制遮阳帘	2020 年 10 月	此平台为遮阳系列工艺改进平台，通过自动调节工作台面的宽幅尺寸，可以满足不同宽幅产品面料尺寸，方便快捷，无需更换工装板，成本低，自动化压紧面料定位，效率较高。此平台形成了 2020226487221 一种用于遮阳帘卷簧防脱结构等 3 项专利。
内藏全景天窗 GB5 机械组	2017 年 12 月	此平台为内藏式机械组，打开后的玻璃位于车顶内部，应用于 X 向长 1,000mm 左右两片玻璃的内藏全景天窗。此机械组起翘高度可达 24mm，该项技术通过网体的两个端部分别设置锁边，可以提高挡风网的整体结构

自研平台	开始时间	自研平台形成的专利
		强度，降低挡风网的抖动程度，延长使用寿命。此平台形成了 2019216089121 一种汽车天窗挡风网、汽车天窗及汽车等 4 项专利。

截至 2023 年 10 月 11 日，发行人共拥有 371 项专利，其中 13 项发明专利，331 项实用新型专利，27 项外观专利。公司拥有的这些专利技术，确保了研发活动的顺利开展，满足客户及项目的开发需求。

(2) 研发费用率与同行业上市公司比较

公司简称	研发费用/营业收入			
	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	4.43%	4.41%	4.87%	4.10%
星宇股份	6.08%	6.33%	4.90%	4.21%
继峰股份	2.00%	2.10%	1.91%	1.62%
天成自控	6.64%	6.65%	3.40%	3.58%
金钟股份	5.75%	5.36%	4.43%	3.67%
平均值	4.98%	4.97%	3.90%	3.44%
发行人	2.85%	3.08%	3.95%	4.26%

数据来源：同行业上市公司年报或半年报。

2020 年至 2022 年，公司研发费用率与同行业上市公司平均值差异较小。公司单位研发费用创收能力逐步提升，体现了公司研发效率的提升、研发适配性的提高。公司积极配合整车厂的配套开发，亦重视新产品、新技术的研发，对研发的支出足以支撑研发活动开展。

(3) 自研平台项目带来的销量与收入

报告期内，公司收入大幅增长，2020 年度至 2023 年 1-6 月主营收入金额分别为 127,248.18 万元、168,230.11 万元、199,899.42 万元和 95,921.40 万元。其中，天窗产品收入分别为 123,950.87 万元、162,874.38 万元、190,909.19 万元和 90,530.71 万元，具体如下表所示：

单位：万元

类别	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
全景天窗	66,358.62	69.18%	135,813.29	67.94%	110,089.89	65.44%	79,905.82	62.80%
小天窗	24,172.09	25.20%	55,095.90	27.56%	52,784.49	31.38%	44,045.05	34.61%
小计	90,530.71	94.38%	190,909.19	95.50%	162,874.38	96.82%	123,950.87	97.41%
其他	5,390.69	5.62%	8,990.23	4.50%	5,355.73	3.18%	3,297.31	2.59%
合计	95,921.40	100.00%	199,899.42	100.00%	168,230.11	100.00%	127,248.18	100.00%

公司对主要天窗类自研平台的研发投入和自研平台项目带来的销量、收入情况列示如下：

单位：万元、万台

天窗类自研平台	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	合计
外滑全景天窗先锋 2.0 B 机械组	研发投入金额	497.10	2,100.20	1,270.91	143.94	4,012.15
	平台销量	14.40	25.12	13.85	9.89	63.26
	平台收入	16,678.93	33,142.68	21,423.05	16,450.00	87,694.66
外滑全景天窗先锋 2.0 A 机械组	研发投入金额	633.15	933.62	1,261.91	390.59	3,219.27
	平台销量	1.66	2.20	0.77	0.00	4.63
	平台收入	2,061.15	2,673.71	1,034.21	2.51	5,771.58
外滑全景天窗 B15 机械组	研发投入金额	50.81	93.65	578.98	1,083.08	1,806.52
	平台销量	17.19	33.74	29.44	22.92	103.29
	平台收入	22,289.72	46,238.98	41,286.50	33,693.53	143,508.73
外滑小天窗 VENUS B 机械组	研发投入金额	301.31	658.52	407.86	318.30	1,685.99
	平台销量	0.78	2.46	1.06	0.89	5.19
	平台收入	617.41	2,002.88	860.49	709.86	4,190.64
内藏小天窗 A501 机械组	研发投入金额	81.42	185.62	288.64	899.83	1,455.51
	平台销量	6.63	28.01	36.63	35.64	106.91
	平台收入	3,418.60	14,700.32	18,964.41	19,640.54	56,723.87
内藏小天窗 VENUS A 机械组	研发投入金额	1.58	232.02	654.96	364.43	1,252.99
	平台销量	6.56	6.55	1.50	0.01	14.62
	平台收入	4,147.59	4,607.02	1,208.46	30.28	9,993.35
外滑全景天窗 M12 机械组	研发投入金额	0.90	261.19	557.49	317.09	1,136.67
	平台销量	16.32	22.96	17.60	10.23	67.11
	平台收入	21,485.99	31,801.02	25,288.49	15,298.98	93,874.48
内藏小天窗 TSS-1 机械组	研发投入金额	98.22	609.53	244.98	167.15	1,119.88
	平台销量	3.73	5.65	7.21	4.23	20.82
	平台收入	2,357.73	3,478.51	4,535.15	2,885.06	13,256.45
外滑全景天窗 LC01 机械组	研发投入金额	-	94.28	410.83	413.80	918.91
	平台销量	0.26	3.13	3.55	0.68	7.62

天窗类自研平台	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	合计
	平台收入	341.64	4,588.06	5,303.18	466.48	10,699.36
内藏小天窗 TSS-3 机械组	研发投入金额	87.49	82.78	130.23	464.02	764.52
	平台销量	9.93	22.59	14.78	0.00	47.30
	平台收入	7,734.84	17,825.88	12,144.01	2.67	37,707.40
合计	研发投入金额小计	1,751.98	5,251.41	5,806.79	4,562.23	17,372.41
	年度研发费用	2,757.29	6,225.07	6,692.56	5,603.81	21,278.73
	占比	63.54%	84.36%	86.76%	81.41%	81.64%
	平台销量小计	77.46	152.41	126.39	84.49	440.75
	年度销量	92.03	186.77	165.51	132.38	576.69
	占比	84.17%	81.60%	76.36%	63.83%	76.43%
	平台收入小计	81,133.60	161,059.06	132,047.95	89,179.91	463,420.52
	天窗产品年度 收入合计	90,530.71	190,909.19	162,874.38	123,950.87	568,265.15
	占比	89.62%	84.36%	81.07%	71.95%	81.55%

2020 年度至 2022 年度，公司对主要天窗类自研平台的研发投入占总体研发费用的比例分别为 81.41%、86.76%、84.36%，三年趋于平稳。发行人报告期内注重对自研平台的投入，对自研平台进行技术提升以适配更多项目需求，故带来的收入也随之增长。2023 年 1-6 月，公司对主要天窗类自研平台的研发投入占总体研发费用的比例为 63.54%，较之前年度有所降低，主要是因为公司加大了对电动尾翼、电动遮阳帘和控制器等自研平台的投入。虽然天窗类自研平台研发投入比例降低，但公司主要天窗类自研平台仍能为公司带来稳定的收入。

对于技术成熟度已达到一定阶段的自研平台，如外滑全景天窗 B15 机械组平台、内藏小天窗 A501 机械组平台、内藏小天窗 VENUS A 机械组平台等，其平台技术已经多家主流主机厂认证并能适用于不同车型，如广汽集团 A20(量产初期)、一汽集团 D090(量产中期)、长安汽车 S111(量产中期)、上汽集团 AS28/AS32(量产初期)等(注：详见问题 2 之“三、说明发行人天窗产品与下游具体品牌及车型的对应情况，各车型的投产时间及生命周期，各期对应车型或品牌的销售收入及占比情况”)，这些车型已经顺利量产并处于生命周期的前中阶段，也能对中后期阶段的收入提供一定的保证。公司对这些平台投入的研发费用主要是用于降本增效、技术改良，为将来这些车型年度改款或承接不同客户类似车型做技术上的准备。故公司在对这些平台研发支出减少的情况下，仍旧能为公司带来持续稳定的收入。

而对技术上要求更多维度的平台，报告期内，公司也加大了对这些平台的研发投入，如外滑全景天窗先锋 2.0 B 机械组平台、外滑小天窗 VENUS B 机械组平台、内藏小天窗 TSS-1 机械组平台。对这些平台的研发投入产生的新技术可适配更多的平台新应用研发项目。2022 年度，这些项目实现量产并带动新收入的增长，如奇瑞汽车 T1E、东风集团股份 H56、广汽集团 A88、长安汽车 B561 等车型。

综上，公司对于研发费用的投入可以支撑研发活动的开展，公司对自研平台的研发投入是合理恰当的，因此报告期内，公司提升了自身的研发能力，形成了多项专利技术，公司对自研平台的研发投入也对公司经营规模的增长起到了积极影响。

(4)拟定点项目的可持续性

2022 年度，公司主要对以下自研平台加大了研发投入，在提升平台技术高度的同时也承接了更多的拟定点项目，而因为研发效率提升，量产速度也得到提升，单位项目带来的收益也将随着平台的技术先进性而提高。

单位：万台

自研平台	2023 年 1-6 月主要 拟定点项目	预测未来 12 个月的 销量	2022 年 主要拟定点项目	预测未来 12 个月的 销量	2021 年 主要拟定点项 目	预测未来 12 个月的 销量
外滑全景天窗先锋 2.0 B 机械组	长城汽车 P11	0.80	长城汽车 B16	6.25	长安汽车 B561	5.14
	吉利汽车 EX11	0.07	奇瑞汽车 T26	4.04	东风集团股份 G59	1.86
			一汽集团 C001	3.61	长城汽车 A08	1.11
			一汽集团 D511	2.79		
	长城汽车 B26	5.50	长城汽车 B26	2.38		
外滑全景天窗先锋 2.0 A 机械组	上汽集团 EP39	4.05	上汽集团 EP39	0.98	吉利汽车 CS11 A3	0.24
	一汽集团 VW491	0.97				
外滑小天窗 VENUS B 机械组	东风集团股份 H56	4.14	东风集团股份 H56	4.85	上汽集团 SPX1	0.51
	上汽集团 358-2	0.40	长城汽车 M81	1.70		
	合创汽车 G08	0.35				
电动遮阳帘	广汽集团 A19	2.50	东风集团股份 H53	0.69	吉利汽车 HX11	0.00
	石头汽车 R11	1.02	石头汽车 R11	0.20		
电动尾翼	广汽集团 AS9	0.01	广汽集团 A02	2.04	长城汽车 EC24	0.00
	集度汽车 Mars1	0.25	集度汽车 Mars1	0.04		

注：2023 年度及 2024 年 1-6 月预测销量数据由公司供应链管理部根据主机厂预计销量预测，实际销量可能会根据项目量产后的实际情况而有所调整，该预测未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

由上表可知，公司的拟定点项目是可持续的，2022 年的主要拟定点项目预计在 2023 年会为公司带来销量增长。

(5)对研发活动的持续改善

公司还通过以下措施，对研发活动进行持续改善，提高研发效率，支持研发活动的正常开展：

①优化研发流程：将研发流程进行梳理，删除或合并重复的流程文档，精简流程步骤；

②技术中心组织架构优化，扁平化：将行政管理与自研平台开发管理分开，减少人员行政汇报的层级；

③提升人员的专业能力及集中管理：如核心部件、CAE(Computer Aided Engineering 计算机辅助工程)分析、材料、测量、测试等专业人员形成专业科室，提升专业性的同时进行资源的集中管理与分配；

④强化人员的综合素质：包括招聘更高学历的研发人员，突出汽车零部件行业背景，信息类、机械自动化或电气自动化专业的团队研发工作经验，通过招聘合适的人员和培养现有人员来提升人员的整体研发能力水平；

⑤研发工具的应用及提升：包括增购 CAD(Computer Aided Design 计算机辅助设计)、CAE 软件，应用 PLM(Product Lifecycle Management 产品生命周期管理)数据管理系统，进行标准化数据及图纸的推广使用，缩短设计建模及模拟分析的周期。

在存量博弈市场上，公司近年来在产品质量、产品服务、产品价格上获得了越来越多整车厂的认可，其市场份额从 2020 年的 132 万台，2021 年的 166 万台，直至 2022 年完成的 187 万台销售，市场占有率进一步提升，也直接保障了公司的经营业绩。公司在现有产品的存量博弈市场上的战略将进一步聚焦服务及品质，牢牢锁定主要客户。此外，公司除了原有天窗产品外，也在寻求基于

原有产品技术优势的多元化产品发展，公司专注于以天窗为主的汽车运动部件领域，在汽车零部件运动部件领域具有丰富的技术积累，公司现已研发投产的电动尾翼将在 2023 年为公司带来新的增量业绩。

综上，公司研发费用能够支撑研发活动开展并保持客户及项目的开发定点可持续。

(五) 说明研发人员是否存在内部转岗、兼职情形，是否实际从事研发活动及其支持性证据，是否存在研发人员与生产人员、管理人员混同而无法准确计量的情形；是否存在研发活动与生产活动共用机器设备情形，工时分配是否准确；研发材料投入、废料、模具费的去向，会计处理是否符合《企业会计准则》规定；发行人是否已建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部控制程序，对于不能合理、准确划分的费用，是否存在计入研发费用的情形。

1、研发人员是否存在内部转岗、兼职情形，是否实际从事研发活动及其支持性证据，是否存在研发人员与生产人员、管理人员混同而无法准确计量的情形

报告期内，公司技术中心下属研发部门和主要工作内容列示如下：

技术中心下属研发部门	主要工作内容
项目管理部	负责公司新项目统筹管理、客户信息归口对接、内外资源配置等，最终实现产品落地，以及各子公司技术部门对应项目的工作管理。项目立项后，对项目风险评估、管控、成本预算、进度安排、各资源统筹配置；负责技术中心内外部文件记录管理策划、实施；内外信息归口对接，项目各阶段控制文档的收集、整理、归档；负责管理以往开发过程中的经验教训。项目管理部下设质量管理部-项目管理科，负责在项目开发过程中担任质量策划和质量管控的重要角色，参与项目开发中相关评审做质量把关，负责制定项目质量目标、前期质量策划及管控、项目质量问题的分析和解决等工作。
验证认可部	负责公司实验中心检测能力的持续提升，不断满足公司内部及客户对

技术中心下属研发部门	主要工作内容
	检测服务之要求。负责开发项目前期与客户的试验技术交流工作，包括但不限于试验项目、试验方法、试验计划的交流确认，内部传达并向公司汇报客户端试验认可要求；负责开发项目客户端试验认可工作，公司按产品试验验证计划的要求，在预期的时间内完成总成、零件、材料的试验验证，确保试验产品符合预期的试验要求。
车顶系统(产品开发)部	负责公司新项目的研发设计、技术改造、工艺培训指导、监督，科研技术申报管理等工作。按照技术中心资源均衡协调，统一规划的原则，对新项目进行主导设计开发，包括技术支持和问题解决。
电动尾翼部	负责公司电动尾翼新项目开发设计、试验验证、试制、技术支持。为客户提供技术咨询，以及提供成熟可靠的产品，为公司抢占未来市场，并创造经济效益。负责电动尾翼新项目开发的设计分配、调度、跟踪，负责协调解决各类新项目开发问题，和主机厂合作确保设计任务高质高效完成。负责公司电动尾翼新开发项目设计方案和数据图纸的审核，参加部门和项目组级别的设计评审。负责对本部门输出的总成级的设计数据文档等技术资料文件进行审核等。负责对本部门新项目的的设计持续优化，完成项目降本工作。
门模块部	负责公司门模块设计工作，新项目产品设计时间、质量、风险的控制；主导公司门模块量产产品设计质量问题处理；主导公司门模块项目产品设计流程规范、技术标准等文件的编制工作，监督实施；主导竞争对手的产品对标分析工作；新设计技术的市场调研、评估和引入；主导专利资料的编制工作。

报告期内，公司研发人员均为专职人员，按上述组织架构与工作内容履行具体工作职责，不存在内部转岗与兼职的情形。参与研发活动的辅助人员会协助研发人员完成指定的研发项目的特定辅助环节，该类人员不认定为研发人员。公司每天按实际投入研发活动的工时生成《研发项目工时记录表》作为研发人员从事研发活动的支持性证据。

报告期内，公司技术中心下属研发部门与人数的详细情况如下表所示：

技术中心下属研发部门	2023 年 1-6 月 平均人数	2022 年平均 人数	2021 年平均 人数	2020 年平均 人数
项目管理部	29.63	38.41	40.87	33.67
验证认可部	24.42	25.55	25.19	27.42
车顶系统(产品开发)部	106.61	111.82	106.77	107.75
电动尾翼部	14.19	7.77	1.08	-
门模块部	2.48			
合计	177.33	183.55	173.92	168.83

注：1、部门平均人数为按月度加权的平均人数；2、门模块部为 2023 年 1-6 月公司新成立部门。

上表研发人员均为与公司签订劳动合同的研发人员。公司偶有承接受托研发项目之情形，公司根据《研发项目工时记录表》统计受托研发项目工时并将其工资归集为受托研发支出最终结转至其他业务成本。报告期内，受托研发项目耗费的工时占总体研发工时比例较低。公司对研发人员的认定符合《监管规则适用指引-发行类第 9 号：研发人员及研发投入》中关于研发人员的认定标准。

公司核心技术人员吴朝晖于 2020 年 7 月被任命为公司副总经理，分管技术中心相关工作并担任发行人的技术负责人，2021 年 8 月担任公司总经理，组织制定公司的发展战略与经营方案并推动实施、发掘市场机会、推进公司新产品研发生产、领导创新与变革，因其主要从事管理类工作，期间工资计入管理费用。基于谨慎性原则，公司未将吴朝晖认定为研发人员。其余核心技术人员均专职从事研发活动，工资计入研发费用。

综上，公司各研发岗位人员专项负责研发工作，不参与公司生产经营活动；不存在研发人员兼具管理职能的情形。

2、是否存在研发活动与生产活动共用机器设备情形，工时分配是否准确

公司将固定资产按具体使用的成本中心进行划分，各成本中心根据具体使用目的按使用工时分摊累计折旧。公司研发活动使用的设备主要为验证认可部试验使用设备、技术中心使用的办公设备等。

公司试验使用设备由验证认可部每月记录《试验工时记录表》，月末提交财务部，财务部根据《试验工时记录表》计算每个研发项目当月占总工时的比例，然后将验证认可部发生的设备折旧费分摊到对应的研发项目。研发使用其他设备折旧按研发人员实际研发工时分摊至具体研发项目。

产品生产过程中，存在产品质量异常，生产线无专业设备，需送验证认可部检测并进行多次试验的情形。产品销售后，存在客户端发现质量异常需验证认可部检测的情形。报告期内，公司研发使用的设备原值和折旧如下：

单位：台、万元

研发使用设备	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
原值	2,936.61	2,932.34	3,149.98	2,797.57
当期折旧	156.83	292.59	297.62	237.77
计入研发的折旧	83.30	169.58	251.00	175.16
计入生产成本的折旧	73.53	123.01	46.62	62.61

2022 年度，因目标技术趋于成熟的自研平台占比提升，研发使用的设备工时减少，而因 2022 年度量产项目比 2021 年度增长较多，生产过程中使用的试验设备工时增多，导致研发设备折旧计入生产成本的比例上升。2023 年 1-6 月研发、生产使用工时情况无大幅度波动。

综上，公司研发设备主要用于研发活动，存在生产活动使用研发设备的情形，公司已按各活动具体使用工时进行分摊，工时分配准确。

3、研发材料投入、废料、模具费的去向，会计处理是否符合《企业会计准则》规定

(1)研发材料投入的去向

公司研发过程中投入的材料主要形成研发废料、研发样品及产品。

根据《企业会计准则解释第 15 号》“企业将研发过程中产出的产品或副产品对外销售的，应当按照《企业会计准则第 14 号——收入》《企业会计准则第 1 号——存货》等规定，对相关的收入和成本分别进行会计处理，计入当期损

益，不应将试运行销售相关收入抵消相关成本后的净额冲减研发支出。试运行产出的有关产品或副产品在对外销售前，符合《企业会计准则第 1 号——存货》规定的应当确认为存货，符合其他相关企业会计准则中有关资产确认条件的应当确认为相关资产。”

公司产品在试制阶段会承担一定的研发任务，试制阶段生产的产品按照生产流程进行管理，其领用的原料、发生的设备折旧、直接人工等均计入生产成本，产品入库后计入存货。若之后作为样品出售时，公司对天窗样品的收入、成本分别进行了会计处理，计入当期主营业务收入和主营业务成本；作为研发材料领用时，则计入研发费用。公司关于研发过程中形成产品的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

(2)研发废料的去向

公司研发过程中形成的废料主要包括：单零件(电机主体)、总成(天窗、遮阳帘、尾翼等)。公司对其中能二次利用的零部件拆解入库，重新计入存货，冲减研发费用。无二次利用价值废料，定期处置报废。

(3)研发投入模具费的去向

公司的模具均为生产用模具。因为公司以生产试验作为技术验证场景，获得特定工艺技术成果或验证相关功能设计成果，并取得相关专利技术。因此在研发项目的验证阶段，公司以试制生产场景作为试验条件。

试验模具费以相关研发项目开始进行生产场景试验时作为起始时点，以相关工艺技术成果或相关功能设计技术通过验证为结束时点，研发期间产生的试验模具使用或损耗费按照合理方式分摊至研发费用。

研发费用中归集的模具费主要为承担研发任务的产品试制阶段相关模具的耗用。研发任务结束后，相关模具费按照会计政策规定进行流转，最终结转至生产成本或制造费用。

4、是否已建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部

控制程序，对于不能合理、准确划分的费用，是否存在计入研发费用的情形

公司的研发活动主要通过自研平台展开，对自研平台的研发投入按《研发费用管理制度》的要求以项目为依据归集为研发费用。对于平台新应用研发项目，公司已建立了《产品设计开发控制程序》用于识别、归集、划分研发费用和合同履行成本。具体而言：(1)研发使用设备为实验室专用设备，与生产设备严格区分；研发活动的终点为生产件批准程序的批准，之后发生的成本费用计入合同履行成本，核算边界清晰、准确。(2)公司的研发人员均为专职人员，与生产人员明确区分、不存在兼职混淆等情况。

公司申请的 371 项专利均为二十余个自研平台产生，公司可将自研平台产生的专利应用于实际中。经过多年的研发积淀，公司形成了自己独有的自研平台下的产品库(包括数据、图纸、BOM、设计文件等)、知识库(包括专业模块知识、技术方案、试验大纲、模拟分析等)、标准库(包括行业标准、客户标准、企业标准等)，这些数据库都将为客户及项目的开发定点带来可持续的技术支持，为公司未来带来可持续的收益。

综上，公司对研发费用和合同履行成本划分合理明确。

(六) 按照《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》的核查情况及说明**1、有关研发人员的认定的核查**

(1) 公司以技术中心为主体，建立健全相关内控制度明确研发职责，研发人员认定标准清晰

报告期内，发行人设立了技术中心，技术中心按照职能和专业情况分设：项目管理部、验证认可部、车顶系统(产品开发)部、电动尾翼部、门模块部。发行人技术中心承担了自研平台开发、新产品应用性开发以及装配工艺改良和开发等职能，并招聘研发人员从事相关的研发工作，与研发人员签订正式劳动合同。研发部人员独立办公，按公司制定的《产品设计开发控制程序》、《研发费用管理制度》开展工作。公司的研发人员主要系根据员工所属的部门及岗位性质划分，将直接从事研发和相关技术创新活动的人员认定为研发人员，研发

人员认定标准清晰。

(2) 研发人员能有效展开研发活动并取得知识成果，并支持公司可持续发展

报告期内，公司研发人员均为专职人员，不存在内部转岗与兼职的情形。截至 2023 年 10 月 11 日，公司共拥有 371 项专利，其中 13 项发明专利，331 项实用新型专利，27 项外观专利。

2020 年至 2023 年 6 月，主要自研平台技术应用产生的收入贡献占天窗类产品收入的比例分别为 71.95%、81.07%、84.36%、89.62%。

(3) 研发人员结构分布合理并不断优化

研发人员均按照聘用标准和研发技术需求招聘具有相关专业技术背景和工作经验的人员，研发人员大部分具有大学学历，报告期内研发人员学历水平不断提升，2020 年至 2023 年 6 月，具有本科学历及以上的研发人员占比分别为 47.46%、51.46%、63.80%和 67.88%。

2、研发投入认定符合相关规定，可以准确计量

(1) 公司建立《产品设计开发控制程序》、《研发费用管理制度》，对研发投入人、财、物进行全过程的有效管理

发行人研发投入的要素包括：工资性费用、试验模具费、直接材料、设计试验费、办公及其他、折旧与摊销、委托开发费。发行人以研发项目为口径对研发投入要素进行归集，归集依据以研发活动业务端为起点，逐级审批并确认，归集信息以单证的形式进行传递。研发活动中投入的共用资源费用主要为试验模具费、折旧与摊销，该两项要素均按照投入的时间、项目形成信息记录用以会计核算与归集（前述要素的核算及归集方式详见“问题第 12、关于期间费用（四）1、结合研发费用的核算、归集方式，说明研发费用项目对应的客户、车型或车型平台，在研项目、拟定点项目数量与研发费用的匹配关系”）。

发行人对研发投入人、财、物的核算范围明确、起止时间清晰，形成了适当的控制矩阵，能够准确计量研发活动的投入。

(2) 承担由国家或指定方拨付款项的研发项目支出

发行人不存在承担由国家或指定方拨付款项的研发项目支出的情况。

(3) 受托研发支出

报告期内，公司承接少量受托研发业务，不存在专门从事受托研发业务的研发人员。受托研发支出主要包括人员薪酬、差旅费、图纸设计费等，前述投入以《研发项目工时记录表》为基础将相关成本归集为受托研发支出，并最终结转至其他业务成本，未计入研发费用。报告期内，技术开发收入和成本具体如下：

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
技术开发收入	304.40	389.23	359.29	487.27
技术开发成本	54.11	157.81	147.60	139.14
毛利率	82.23%	59.46%	58.92%	71.44%

(4) 委外研发

报告期内，公司委托开发费金额及占研发费用的比例如下：

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
委托开发费	-	147.57	134.64	440.57
研发费用	2,757.29	6,225.07	6,692.56	5,603.81
占比	-	2.37%	2.01%	7.86%

报告期内公司的委外研发均与受托方签订合同，具体内容主要为天窗控制器的开发，根据委托开发合同约定，公司有权享有委托研发形成的工作成果。因公司于2020年至2022年2月未对天窗控制器进行自主研发且控制器非公司主要核心研发方向，故公司选择将控制器的研发委托于第三方机构。2020年公司发生的委托开发费金额为440.57万元，其中与主要受托方北京经纬恒润科技有限公司发生的金额为359.64万元，占总金额的比例为81.63%；2020年公司委托开发费发生金额较大主要是为不同自研平台所适用车型对控制器的技术要求较高，开发难度大，受托方对单个开发合同报价高；2021年发生的委托开发费金额为134.64万元，其中与主要受托方北京经纬恒润科技有限公司发生的金额为98.88万元，占总金额的比例为73.44%；2022年发生的委托开发费金额为147.57万元，其中与主要受托方尼得科智动(广州)车载电子有限公司发生的金额为146.67万元，占总金额的比例为99.39%。2023年1-6月公司未发生委托开发费，主要系2022年3月起，为了增强市场竞争力，公司开始逐步自主对控制器进行

立项研发。

(5) 研发过程中产出的产品

发行人按照《企业会计准则》的相关要求对研发材料投入形成的废料、研发样品及产品进行会计处理。(详见“问题第12、关于期间费用(五)3、研发材料投入、废料、模具费的去向，会计处理是否符合《企业会计准则》规定”)。

发行人在研发活动中会形成样品及产品、回料、废料，具体去向列示如下：

项目	去向	会计处理
样品及产品	入库	凡是生产样品或产品均按照生产流程进行管理，其领用的原料、发生的设备折旧、直接人工等均计入生产成本，产品入库后计入存货。入库后，若样品或产品最终对外销售，确认收入并结转相应成本；若用于研发活动的(不会形成收入)作为研发材料计入研发费用
回料(可以二次利用的零部件)	按照料件性质入库	按成本设定比例或同类物料价值冲减研发费用结转至存货
废料(不能二次利用的零部件)	集中处置	处置收入作为其他业务收入。

报告期内，研发费用中直接材料的领用和回料入库情况具体如下：

单位：万元

期间	材料领用出库金额	回料入库金额	计入研发费用的直接材料金额
2023年1-6月	221.71	82.14	139.57
2022年	568.40	102.85	465.55
2021年	1,385.09	482.67	902.42
2020年	746.57	237.02	509.55

不能二次利用的研发废料较少，考虑到管理成本，不会单独搬运或直接处置，一般会与生产产生的废料一起搬运到废料仓集中处置。发行人将所有废料收入作为其他业务收入核算，报告期各期，废料收入较小，具体如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
----	-----------	--------	--------	--------

废料收入	84.74	175.86	160.70	133.79
主营业务成本	81,088.71	170,026.97	143,852.47	105,242.98
废料收入占主营业务成本比例	0.10%	0.10%	0.11%	0.13%

二、中介机构核查意见

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

1、对发行人相关管理人员进行访谈，了解前述分析涉及的经济业务相关背景及类别、相关费用的支付范围和归集方法，评价分类及归集的适当性；了解发行人与期间费用、与研发活动相关的关键内部控制，评估及测试设计和运行的有效性；

2、对发行人期间费用进行分析性复核、实质性测试、截止性测试，核查相关费用的发生、准确、完整；重新计算前述分类列报的准确性，复核分析性说明的合理性；

3、查阅发行人遵循的质量管理体系、与发行人质量控制相关的内部控制制度、与客户约定的质量三包条款；访谈了相关管理人员，了解并检查发行人产品质量控制过程，分析其产品质量控制能力；检查并分析发行人报告期各期退换货情况、售后质量索赔的发生原因和规模；

4、访谈发行人财务部负责人及人力资源部负责人，查阅并获取员工花名册及各部门的人员构成清单及岗位职责说明，复核并分析分类别统计发行人生产制造人员、销售人员、管理人员和研发人员数量，发行人生产制造人员、销售人员、管理人员和研发人员年度平均薪酬的准确性和波动分析的合理性；

5、获取研发人员花名册，抽查研发人员的劳动合同、简历并进行访谈，了解其日常工作内容和工作职责。

6、访谈发行人技术中心负责人，了解报告期内发行人研发项目立项、归集、闭项过程；对研发项目与对应的客户、车型/车型平台的匹配情况，发行人在研

项目、拟定点项目数量与研发费用匹配情况的合理性进行检查和分析，了解发行人具体研发技术和研发流程，以及近三年对研发技术所作的管理提升；

7、获取发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关键人员银行流水并进行核查，以检查是否存在关联方或其他第三方为发行人承担成本或代垫费用的情形；

8、登录中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询网站、信用中国、国家企业信用信息公示系统、发行人及其子公司主管的市场监督管理局等公开网站查询，以及相关主管部门出具的证明文件，判断报告期内发行人是否存在与产品质量相关的诉讼、纠纷；

9、查询同行业可比公司的定期报告、招股说明书等公开披露资料，获取与职工薪酬、期间费用等相关的信息，了解同行业可比上市公司的期间费用明细构成、变动原因、差异原因等，与发行人相关情况进行对比分析；查询公司同地区的薪酬情况，与报告期内公司平均薪酬进行对比，分析其合理性；

10、查阅《企业会计准则》复核并判断发行人的相关会计处理是否符合相关规定。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、在经营规模不断扩大背景下，发行人 2022 年度销售费用(如业务招待费、宣传费)、管理费用(如维护及修理费)下降；发行人销售费用率、管理费用率较低符合其经营实际情况具有合理性。经核查，报告期各期，发行人费用归集准确、完整。

2、报告期内发行人与客户关于产品质量售后政策的约定、质量三包费具体内容不构成单项履约义务，计提与实际发生时的会计处理符合《企业会计准则》的规定；单项计提的质量保证金项目为偶发性特殊事件，报告期内，发行人充分计提了质量三包费与同行业可比公司不存在显著差异，退、换货规模和频率

均保持较低水平，发行人具有质量控制能力、不存在因重大质量问题发生召回或责任纠纷、失去重要项目或客户情形。

3、报告期内发行人生产部门、销售部门、管理部门、研发部门人员数量、平均薪酬的变动情况与各部门承担的工作、绩效考核目标相匹配；报告期不存在体外成本费用代垫、未完整归集的情形；报告期各期发行人职工薪酬与同行业可比公司、所在地职工平均工资不存在显著差异，符合其实际经营情况。

4、发行人严格按照相关内控制度和《企业会计准则》的相关规定归集、核算研发费用。发行人通过研发平台开展研究，研发项目的研究方向与应用领域与对应的客户、车型或车型平台相匹配，研发费用与发行人的在研自研平台项目相匹配，在研项目、拟定点项目数量与研发项目的应用方向相匹配；发行人的研发费用可以支撑研发活动开展、客户及项目的开发定点可持续；2022年在经营规模扩大、研发人员薪酬水平增长的背景下，试验模具费、设计试验费、直接材料、折旧与摊销费用下降具有合理性，符合其实际经营情况。

5、发行人报告期内按照相关内控制度和《企业会计准则》的相关规定对研发活动进行管理和监督，合理、真实、完整地记录相关经济业务。(1)研发人员实际从事研发活动，不存在内部转岗兼职情形，除核心技术人员吴朝晖外，不存在研发人员与生产人员、管理人员混同的情形；(2)发行人研发设备主要用于研发活动，存在生产活动使用研发设备的情形，发行人按照不同业务活动的使用工时进行分摊，工时分配准确；(3)发行人对研发材料投入、废料、模具费的会计处理符合《企业会计准则》的规定；(4)发行人已建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部控制程序，对研发费用和合同履约成本进行合理、准确划分。

6、发行人报告期内对研发人员认定、研发投入认定以及对研发活动的内控管理符合《监管规则适用指引-发行类第9号：研发人员及研发投入》中的有关规定，具体如下：

(1)发行人研发人员认定合理，与《监管规则适用指引——发行类第9号：研发人员及研发投入》中关于研发人员认定的标准/规定相符；

(2)报告期内，研发人员数量无异常波动、研发人员专业背景和工作经历与发行人研发活动相匹配并签订正式劳动合同，能够形成相应的研发成果；不存在将从事研发活动的辅助人员认定为研发人员的情形；

(3)发行人研发投入以研发项目为口径进行核算，计算口径合理、归集准确，相关数据来源于研发业务端的单证信息具有可验证性；

(4)发行人研发相关内控制度健全且执行有效，发行人对研发项目的管理机制能有效监控、记录各研发项目的进展情况；

(5)发行人已明确研发支出开支范围和标准，建立研发支出审批程序并得到有效执行；

(6)发行人报告期内研发支出核算符合企业会计准则的规定，严格按照研发支出开支范围和标准据实列支，按发行人研发管理制度准确记录员工工时、核算研发人员薪酬、归集研发领料用料，不存在将与研发无关的支出在研发支出中核算的情形；

(7)报告期内，发行人研发投入金额、占比或构成未发生异常变化；

(8)报告期内，发行人委外研发支出占研发投入比例较低，不存在通过委外研发虚构研发支出的情形，委外研发内容与发行人的主要核心研发方向无关；

(9)发行人研发投入中不存在股份支付费用；

(10)发行人存在承担少量受托研发业务的情形，但不存在专门从事受托研发业务的研发人员；发行人的受托研发业务主要由发行人研发人员参与完成，根据工时分摊比例计入研发投入，但占其总研发工时比例较低；

(11)报告期内，发行人不存在资本化的研发费用，研发费用总额即为费用化研发费用总额。报告期内，发行人的研发费用与向税务机关申请加计扣除优惠政策的研发费用不存在较大差异。

问题 13、关于应收款项

申请文件显示：

(1)报告期各期末，应收账款账面价值分别为 38,848.93 万元、39,491.86 万元和 55,504.83 万元，金额较大；存在按照单项计提坏账准备的应收账款，账面金额为 1,249.01 万元、1,326.91 万元、643.55 万元。

(2)报告期各期末，发行人的应收票据及应收款项融资的金额分别为 35,233.24 万元、39,067.57 万元和 53,397.44 万元，金额较大。

请发行人：

(1)说明报告期各期末应收账款的期后回款情况；结合坏账准备计提方法、单项计提坏账准备应收账款的识别方法及具体情况、坏账计提对实际损失的覆盖情况等说明坏账准备计提的充分性。

(2)说明归集为应收票据、应收款项融资银行承兑汇票的区分依据，应收票据坏账准备计提方法、主要承兑银行、期后承兑情况，是否存在无法到期兑付风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复

一、发行人说明

(一)说明报告期各期末应收账款的期后回款情况；结合坏账准备计提方法、单项计提坏账准备应收账款的识别方法及具体情况、坏账计提对实际损失的覆盖情况等说明坏账准备计提的充分性。

1、说明报告期各期末应收账款的期后回款情况

发行人对不同客户采取不同的信用政策，根据客户的行业地位、资金实力以及企业信誉等，发行人与客户合同或协议约定的信用期为向客户开具销售发票并挂账 2 至 3 个月后开始支付。

截至 2023 年 10 月 31 日，发行人各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
----	-----------------	------------------

		金额	占比	金额	占比
应收账款余额		53,146.66	100.00%	59,075.77	100.00%
期 后 回 款 金 额	半年内	51,848.66	97.56%	57,669.26	97.62%
	半年至一年	-	-	2.14	0.00%
	一年以上	-	-	-	-
	小计	51,848.66	97.56%	57,671.40	97.62%
	尚未回款金额	1,298.00	2.44%	1,404.37	2.38%

(续上表)

项目		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
		金额	占比	金额	占比
应收账款余额		42,905.15	100.00%	42,109.75	100.00%
期 后 回 款 金 额	半年内	41,218.62	96.07%	40,259.02	95.60%
	半年至一年	386.91	0.90%	247.98	0.59%
	一年以上	39.14	0.09%	334.89	0.80%
	小计	41,644.67	97.06%	40,841.89	96.99%
	尚未回款金额	1,260.48	2.94%	1,267.86	3.01%

发行人制定了《应收账款管理规定》，对应收账款期末余额以及账龄进行跟踪管理，全面监督和识别应收账款的可回收性。截至 2023 年 10 月 31 日公司各报告期末应收账款期后回款比例为 96.99%、97.06%、97.62%和 97.56%。回款情况良好。

2、结合坏账准备计提方法、单项计提坏账准备应收账款的识别方法及具体情况、坏账计提对实际损失的覆盖情况等说明坏账准备计提的充分性。

(1)公司坏账准备计提方法

发行人考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。具体方

法如下：

按组合方式实施信用风险评估时，发行人根据金融资产组合结构及类似信用风险特征(债务人根据合同条款偿还欠款的能力)，结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息，以预计存续期为基础计量其预期信用损失，确认金融资产的损失准备。

信用风险特征组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表：

账龄	应收账款预期信用损失率
1年以内(含1年，下同)	5.00%
1-2年	10.00%
2-3年	30.00%
3年以上	100.00%

对于单项风险特征明显的应收款项单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(2)单项计提坏账准备应收账款的识别方法及具体情况

发行人制定了《应收账款管理规定》，对应收账款期末余额以及账龄进行跟踪管理，具体措施包括但不限于分析客户回款周期是否发生异常，定期与客户进行对账，通过对客户公开舆情或公开案件信息等方面的关注，全面监督和识别应收账款的可回收性。若客户存在连续不按时支付货款的情况或存在长期未支付货款的情形(2-3年及以上)，对该类客户的未回款原因进行详细了解，并提交总裁办启动诉讼程序，将该类款项认定为单项风险特征明显的应收款项，单独进行减值测试。若经由诉讼程序，拒不履行判决结果的或进入破产重组程序的，则认定该类期后回款可能性较小，按100%计提坏账准备。

报告期各期末，单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

单位名称	2023年6月30日			
	账面金额	坏账准备	占比	计提理由
北汽瑞翔汽车有限公司(曾用名：北汽银翔汽车有限公司)	6.69	6.69	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
重庆北汽幻速汽车销售有限公司	2.10	2.10	100.00%	经诉讼程序，尚未

				履行完毕的款项
江西江铃集团新能源汽车有限公司	9.04	9.04	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
汉腾汽车有限公司	386.63	386.63	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
爱驰汽车(上海)有限公司	48.76	24.38	50.00%	经诉讼程序, 正在履行中的款项
江西亿维汽车制造股份有限公司	10.39	5.20	50.00%	经诉讼程序, 正在履行中的款项
上饶市两光一车供应链管理有限公司	166.05	83.02	50.00%	经诉讼程序, 正在履行中的款项
四川野马汽车股份有限公司	56.91	56.91	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
四川野马汽车销售有限公司	7.47	7.47	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
四川野马汽车绵阳制造有限公司	143.39	143.39	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
小计	837.43	724.83	-	

(续上表)

单位名称	2022年12月31日			
	账面金额	坏账准备	占比	计提理由
北汽瑞翔汽车有限公司(曾用名: 北汽银翔汽车有限公司)	6.69	6.69	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
重庆北汽幻速汽车销售有限公司	2.10	2.10	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
湖南江南汽车制造有限公司重庆分公司	19.42	19.42	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
重庆众泰汽车工业有限公司	1.92	1.92	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
众泰新能源汽车有限公司长沙分公司	8.63	8.63	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
江西江铃集团新能源汽车有限公司	9.04	9.04	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
江苏金坛大乘汽车工程研究院有限公司(曾用名: 江苏金坛大迈汽车工程研究院有限公司)	1.35	1.35	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
汉腾汽车有限公司	386.63	386.63	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
四川野马汽车股份有限公司	56.91	56.91	100.00%	经诉讼程序, 尚未履行完毕的款项
四川野马汽车销售有限公司	7.47	7.47	100.00%	经诉讼程序, 尚未

单位名称	2022 年 12 月 31 日			
	账面金额	坏账准备	占比	计提理由
				履行完毕的款项
四川野马汽车绵阳制造有限公司	143.39	143.39	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
小计	643.55	643.55	-	

(续上表)

单位名称	2021 年 12 月 31 日			
	账面金额	坏账准备	占比	计提理由
重庆比速汽车销售有限公司	329.55	329.55	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
重庆比速汽车有限公司	81.63	81.63	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
北汽瑞翔汽车有限公司(曾用名：北汽银翔汽车有限公司)	6.69	6.69	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
重庆北汽幻速汽车销售有限公司	2.10	2.10	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
湖南江南汽车制造有限公司重庆分公司	19.42	19.42	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
杭州益维汽车工业有限公司	479.94	479.94	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
重庆众泰汽车工业有限公司	1.92	1.92	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
众泰新能源汽车有限公司长沙分公司	8.63	8.63	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
江西江铃集团新能源汽车有限公司	9.04	9.04	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
江苏金坛大乘汽车工程研究院有限公司(曾用名：江苏金坛大迈汽车工程研究院有限公司)	1.35	1.35	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
汉腾汽车有限公司	386.63	386.63	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
小计	1,326.90	1,326.90	-	

(续上表)

单位名称	2020 年 12 月 31 日			
	账面金额	坏账准备	占比	计提理由
重庆比速汽车销售有限公司	329.55	329.55	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
重庆比速汽车有限公司	81.63	81.63	100.00%	经诉讼程序，尚未

单位名称	2020 年 12 月 31 日			
	账面金额	坏账准备	占比	计提理由
				履行完毕的款项
北汽瑞翔汽车有限公司（曾用名：北汽银翔汽车有限公司）	26.69	26.69	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
重庆北汽幻速汽车销售有限公司	2.10	2.10	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
湖南江南汽车制造有限公司重庆分公司	19.42	19.42	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
杭州益维汽车工业有限公司	479.94	479.94	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
重庆众泰汽车工业有限公司	1.92	1.92	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
众泰新能源汽车有限公司长沙分公司	8.63	8.63	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
江铃控股有限公司	66.42	33.21	50.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
江西江铃集团新能源汽车有限公司	9.04	4.52	50.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
江苏金坛大乘汽车工程研究院有限公司（曾用名：江苏金坛大迈汽车工程研究院有限公司）	1.35	1.35	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
江西大乘汽车工业有限公司	222.32	222.32	100.00%	经诉讼程序，尚未履行完毕的款项
小计	1,249.01	1,211.28	-	

(3)坏账计提对实际损失的覆盖情况

①报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 6 月 30 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备	837.43	1.58%	724.83	86.55%	112.60
按账龄组合计提坏账准备	52,309.23	98.42%	2,623.31	5.02%	49,685.92
合计	53,146.66	100.00%	3,348.14	6.30%	49,798.52
类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备	643.55	1.09%	643.55	100.00%	-

按账龄组合计提坏账准备	58,432.22	98.91%	2,927.40	5.01%	55,504.82
合计	59,075.77	100.00%	3,570.95	6.04%	55,504.82
类别	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备	1,326.90	3.09%	1,326.90	100.00%	-
按账龄组合计提坏账准备	41,578.25	96.91%	2,086.39	5.02%	39,491.86
合计	42,905.15	100.00%	3,413.29	7.96%	39,491.86
类别	2020 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备	1,249.01	2.97%	1,211.28	96.98%	37.73
按账龄组合计提坏账准备	40,860.74	97.03%	2,049.54	5.02%	38,811.20
合计	42,109.75	100.00%	3,260.82	7.74%	38,848.93

②按账龄组合计提坏账的情况

报告期内各期末以账龄组合计提坏账准备的应收账款账龄以 1 年为主，2020 年至 2023 年 6 月各期末账龄组合中账龄在 1 年内占账面余额占比分别为 96.73%、96.62%、98.89%、98.40%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例
1 年以内(含 1 年，下同)	52,295.09	2,614.75	5.00%
1-2 年	6.09	0.61	10.00%
2-3 年	0.15	0.05	30.00%
3 年以上	7.90	7.90	100.00%
小计	52,309.23	2,623.31	5.02%
项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例
1 年以内(含 1 年，下同)	58,422.31	2,921.12	5.00%
1-2 年	0.01	-	10.00%
2-3 年	5.18	1.56	30.00%
3 年以上	4.72	4.72	100.00%
小计	58,432.22	2,927.40	5.01%
项目	2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例

1年以内(含1年,下同)	41,454.72	2,072.74	5.00%
1-2年	117.03	11.70	10.00%
2-3年	6.50	1.95	30.00%
3年以上	-	-	-
小计	41,578.25	2,086.39	5.02%
项目	2020年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例
1年以内(含1年,下同)	40,732.98	2,036.65	5.00%
1-2年	127.19	12.72	10.00%
2-3年	0.57	0.17	30.00%
3年以上	-	-	-
小计	40,860.74	2,049.54	5.02%

③ 公司应收账款按账龄计提比例与A股同行业上市公司对比分析情况如下:

同行业可比公司	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
新泉股份	5.00%	30.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
星宇股份	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	100.00%	100.00%
继峰股份	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
天成自控	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
金钟股份	3.31%	28.83%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
平均值	4.66%	19.77%	52.00%	80.00%	96.00%	100.00%
公司	5.00%	10.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注1: 继峰股份账龄为3-12月的计提比例为5.00%, 0-3月的计提比例为0.00%。

注2: 金钟股份: 账龄组合政策对于划分为对列入合并范围内母子公司之间应收账款不计提坏账准备; 对于划分为账龄组合的应收账款, 发行人采用以账龄特征为基础的预期信用损失模型, 参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。上表金钟股份账龄计提比例数据来源于2022年年度审计报告。

发行人坏账准备计提的会计政策与同行业可比公司相似, 报告期内发行人应收账款账龄主要为1年以内, 坏账计提比例充分考虑了应收账款的坏账风险, 计提比例合理。

④ 历史损失率

2019年1月1日，在执行新金融工具准则时，依据《企业会计准则第22号》第48条，企业在一些情况下应当以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。经诉讼程序的应收账款企业已按照单项计提坏账准备，预期信用损失率基于账龄组合数据进行测算。

预期信用损失率测算过程如下：

账龄	历史损失率①	贴现率②	前瞻性因素调整③	预期信用损失率 ④=①+②+③
1年以内	0.00%	2.08%	2.92%	5.00%
1-2年	0.23%	6.31%	3.46%	10.00%
2-3年	7.21%	10.72%	12.07%	30.00%
3年以上	70.68%	15.32%	14.00%	100.00%

注：历史损失率为各账龄段迁徙率的乘积，贴现率按贷款市场报价 LPR 计算，1年以内的视同半年内回款，以此类推，计算贴现率。

发行人根据各项应收账款的信用风险特征以单项应收账款或应收账款组合为基础，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量其损失准备。对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，发行人综合考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，估计预期收取的现金流量，据此确定应计提的坏账准备；对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，发行人以账龄为依据划分组合，参照历史信用损失经验，并根据前瞻性估计予以调整，编制应收账款账龄与违约损失率对照表，据此确定应计提的坏账准备。

⑤坏账计提对发生实际损失的覆盖情况

报告期各期，因客户破产、重整导致实际发生坏账损失金额分别为 0.01 万元、152.32 万元、640.35 万元、0.00 万元，应收账款期初单项计提坏账准备余额分别为 670.40 万元、1,211.28 万元、1,326.90 万元、643.55 万元。应收账款期初单项计提的坏账准备余额能够覆盖实际损失。

发行人主要客户为长安汽车、一汽集团、吉利汽车、上汽集团、上汽大众、广汽集团，该等客户资信情况良好，通常履约能力较强，一般能够按照约定的结算周期履行结算义务。发行人已严格按照应收款项减值相关的会计政策对应收账款计提坏账准备，坏账准备计提是充分的。

(二)说明归集为应收票据、应收款项融资银行承兑汇票的区分依据，应收票据坏账准备计提方法、主要承兑银行、期后承兑情况，是否存在无法到期兑付风险。

1、说明归集为应收票据、应收款项融资银行承兑汇票的区分依据

(1)相关规定

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》，对于现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的金融资产，如果企业管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标，则应当分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》(2017 年修订)第七条规定：企业在发生金融资产转移时，应当评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别按下列情形处理：(一)企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确认该金融资产并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；(二)企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当继续确认该金融资产。

根据《企业会计准则解释第 5 号》第三条的规定，判断金融资产是否终止确认的条件明确为“金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移”。

《监管规则适用指引——会计类第 2 号》问题 2-10 金融资产管理业务模式中‘出售’的判断标准中已明确，“金融资产管理业务模式中‘出售’，应当是满足会计终止确认条件下的金融资产出售行为”。

因此，判定管理金融资产是否存在以出售为目标时，需充分考虑该项金融资产是否预期满足终止确认条件。预期不符合终止确认的应收票据，应分类为“应收票据”，预期符合终止确认的应收票据，分类为“应收款项融资”。

(2)应收票据与应收款项融资的界定

①发行人对票据的管理业务模式：

发行人对票据管理的主要业务模式包括：背书转让、贴现、到期后托收、质押予银行以获取应付票据开票额度。

报告期各期末，前述业务的分布情况如下：

单位：万元

2023年6月30日			
项目	已背书未到期	质押	持有
应收票据	934.30	7,810.79	2,237.79
应收款项融资	-	38,511.22	8,438.41
小计	934.30	46,322.01	10,676.20
2022年12月31日			
项目	已背书未到期	质押	持有
应收票据	172.78	8,421.28	-
应收款项融资	-	33,015.81	11,787.57
小计	172.78	41,437.09	11,787.57
2021年12月31日			
项目	已背书未到期	质押	持有
应收票据	745.00	3,137.81	257.50
应收款项融资	-	30,855.26	4,072.00
小计	745.00	33,993.07	4,329.50
2020年12月31日			
项目	已背书未到期	质押	持有
应收票据	590.65	1,542.50	15.00
应收款项融资	-	27,947.97	5,137.13
小计	590.65	29,490.47	5,152.13

注：应收款项融资项下已背书未到期、已贴现未到期的票据已终止确认。

因此，发行人管理票据的业务模式为既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。

②公司对票据的具体划分依据

公司参考同行业对票据相关划分依据，遵循谨慎性原则，根据“中国人民银行 中国银行保险监督管理委员会发布我国系统重要性银行名单”，按照承兑人的信用等级将收到的承兑汇票划分为：“应收款项融资”和“应收票据”，报告期内分类规则具体如下：

2020 年度至 2021 年度为：

列报科目	承兑人信用等级	承兑人
应收款项融资	信用等级较高	6 家大型商业银行(中国银行、农业银行、建设银行、工商银行、邮储银行及交通银行)和 9 家上市股份制商业银行(招商银行、浦发银行、中信银行、光大银行、华夏银行、民生银行、平安银行、兴业银行及浙商银行)
应收票据	信用等级较低	其他商业银行及财务公司

2022 年度开始为：

列报科目	承兑人信用等级	承兑人
应收款项融资	信用等级较高	6 家大型商业银行(中国银行、农业银行、建设银行、工商银行、邮储银行及交通银行)和 9 家上市股份制商业银行(招商银行、浦发银行、中信银行、光大银行、华夏银行、民生银行、平安银行、兴业银行及广发银行)
应收票据	信用等级较低	其他商业银行及财务公司

2、应收票据坏账准备计提方法

公司按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定以预期信用损失为基础对应收票据计提减值准备。

新金融工具准则实施后，发行人应收票据坏账准备计提政策及方法具体如下：

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，发行人依据信用风险特征将应收款项划分为若干组合，在组合基础上评估预期信用风险和计算预期信用损失。确定组合的依据和计提方法如下：

项目	确定组合的依据
组合 1 应收票据组合	以承兑人、背书人、出票人以及其他债务人的信用风险划分组合

按组合方式实施信用风险评估时，公司根据金融资产组合结构及类似信用风险特征(债务人根据合同条款偿还欠款的能力)，结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息，以预计存续期为基础计量其预期信用损失，确认金融资产的损失准备。不同组合计量损失准备的计提方法如下：

项目	计量预期信用损失的方法
组合 1 应收票据组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

公司制定了《资金管理操作规范》，通过定期对账、催收货款、公开的市场及行业舆情等信息密切关注应收票据债务相关方的资信状态，及时识别到期无法承兑的潜在风险。

3、应收票据主要承兑银行、期后承兑情况，是否存在无法到期兑付风险

报告期各期末，发行人应收票据按照承兑人划分具体情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日				
序号	承兑人	金额	占应收票据余额比例	2023 年 10 月 31 日已承兑金额
1	一汽财务有限公司	4,963.22	45.19%	2,961.39
2	兵器装备集团财务有限责任公司	4,588.86	41.78%	4,588.86
3	浙商银行股份有限公司	649.61	5.91%	649.61
4	汇丰银行(中国)有限公司	200.00	1.82%	200.00
5	九江银行股份有限公司	120.00	1.09%	120.00
6	徽商银行股份有限公司	100.00	0.91%	100.00
7	澳门国际银行股份有限公司	99.98	0.91%	-
8	乐山市商业银行股份有限公司	96.22	0.88%	-
9	上饶银行股份有限公司	92.67	0.84%	-

10	上海汽车集团财务有限责任公司	32.58	0.30%	32.58
11	台州银行股份有限公司	20.00	0.18%	-
12	上海银行股份有限公司	19.74	0.18%	19.74
	合计	10,982.88	100.00%	8,672.18
2022 年 12 月 31 日				
序号	承兑人	金额	占应收票据 余额比例	期后已到期已承 兑金额
1	兵器装备集团财务有限责任公司	5,892.71	68.57%	5,892.71
2	浙商银行股份有限公司	2,203.49	25.64%	2,203.49
3	上海银行股份有限公司	304.08	3.54%	304.08
4	重庆三峡银行股份有限公司	68.00	0.79%	68.00
5	潍坊银行股份有限公司	55.00	0.64%	55.00
6	山东昌乐农村商业银行股份有限公司	50.00	0.58%	50.00
7	中国重汽财务有限公司	9.00	0.10%	9.00
8	江苏苏宁银行股份有限公司	7.00	0.08%	7.00
9	江苏银行股份有限公司	4.78	0.06%	4.78
	合计	8,594.06	100.00%	8,594.06
2021 年 12 月 31 日				
序号	承兑人	金额	占应收票据 余额比例	期后已到期已承 兑金额
1	兵器装备集团财务有限责任公司	3,053.14	73.73%	3,053.14
2	广发银行股份有限公司	400.00	9.66%	400.00
3	浙江台州路桥农村商业银行股份有限公司	200.00	4.83%	200.00
4	上海汽车集团财务有限责任公司	124.67	3.01%	124.67
5	台州银行股份有限公司	100.00	2.42%	100.00
6	海口联合农村商业银行股份有限公司	55.00	1.33%	55.00
7	嘉兴银行股份有限公司	50.00	1.21%	50.00
8	江苏高淳农村商业银行股份有限公司	50.00	1.21%	50.00
9	锦州银行股份有限公司	50.00	1.21%	50.00
10	浙江泰隆商业银行	45.00	1.09%	45.00
11	潍坊银行股份有限公司	10.00	0.24%	10.00
12	中国重汽财务有限公司	2.50	0.06%	2.50

	合计	4,140.31	100.00%	4,140.31
2020年12月31日				
序号	承兑人	金额	占应收票据 余额比例	期后已到期已承 兑金额
1	兵器装备集团财务有限责任公司	1,278.12	59.50%	1,278.12
2	广发银行股份有限公司	500.00	23.28%	500.00
3	厦门国际银行股份有限公司	126.10	5.87%	126.10
4	江苏银行股份有限公司	67.97	3.16%	67.97
5	潍坊银行股份有限公司	54.00	2.51%	54.00
6	绵阳市商业银行股份有限公司	48.00	2.23%	48.00
7	湖北银行股份有限公司	39.87	1.86%	39.87
8	一汽财务有限公司	34.09	1.59%	34.09
	合计	2,148.15	100.00%	2,148.15

报告期内，发行人应收票据的承兑人主要为大型商业银行、股份制商业银行以及客户所在地的城市商业银行，个别为企业财务公司。由上表可见，承兑人系企业财务公司主要集中在兵器装备集团财务有限责任公司及一汽财务有限公司。兵器装备集团财务有限责任公司最大股东系中国兵器装备集团有限公司（隶属于国务院国有资产监督管理委员会）；一汽财务有限公司实际控制人系中国第一汽车集团有限公司（隶属于国务院国有资产监督管理委员会）。企业资金实力雄厚，违约风险小。

综上所述，公司应收票据的承兑人信用风险和延期付款风险较小，违约风险极低，截至本反馈回复出具日已到期的银行承兑汇票均正常承兑。

二、中介机构核查意见

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解测试并评价销售与收款、应收账款管理、资金管理等相关内部控制设计及执行的有效性；

2、访谈发行人市场营销部和财务部负责人，了解发行人对应收账款和应收

票据管理模式相关的会计政策并评价其合理性，评价应收账款、应收票据坏账计提政策的合理性，重新计算并复核分析应收账款、应收票据坏账准备计提的充分性；

3、统计发行人报告期各期末应收账款的期后回款情况，同时抽查银行流水和应收票据进行双向核对，分析发行人应收账款的可收回性；了解并检查报告期内发行人主要客户的经营情况或资信情况是否出现重大不利变化；

4、汇总并检查报告期内各资产负债表日应收票据余额在期后的承兑情况，查阅发行人《企业信用报告》，检查是否存在被追偿情形，同时通过企业公开信息识别发行人是否有被追偿的相关诉讼、票据承兑人是否存在无法承兑风险。

5、查阅公开信息，分析发行人与同行业可比公司应收账款、应收票据的坏账准备计提政策是否存在显著差异。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、截至 2023 年 10 月 31 日发行人报告期内各期末应收账款期后回款比例为 96.99%、97.06%、97.62%和 97.56%。发行人根据《企业会计准则》的相关规定，以预期信用损失模型为基础对应收账款计提坏账准备；应收账款坏账准备计提充分，可以覆盖应收账款的实际损失；应收账款坏账准备计提方法和计提比例与同行业不存在显著差异；

2、发行人根据对应收票据的管理模式，结合银行承兑汇票承兑人的资信状况将收到的票据区分为应收票据、应收款项融资，区分依据合理；应收账款坏账准备计提方法符合《企业会计准则》的相关规定；截至 2023 年 10 月 31 日应收票据和应收款项融资所列之票据到期均已承兑，未到期的票据不存在到期无法兑付风险；应收票据坏账准备计提政策与同行业不存在显著差异。

问题 14、关于存货

申请文件显示：

(1)报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 31,473.13 万元、37,907.36 万元和 34,348.12 万元，发行人称其切实推动精细化管理，库存管理水平不断提高。

(2)报告期各期末，发行人发出商品金额分别为 10,580.82 万元、19,253.73 万元和 13,452.67 万元，金额较大且存在一定波动。

(3)报告期内，发行人计提的存货跌价准备分别为 1,885.69 万元、1,517.98 万元和 1,622.66 万元，整体存货跌价准备计提比例分别为 5.65%、3.85%和 4.51%。发行人存在部分客户、项目毛利率水平较低。

请发行人：

(1)列示各类别存货库龄结构，说明在发行人经营规模持续扩大背景下，发行人存货金额变动、2022 年末存货较 2021 年减少的原因及合理性；库存商品、发出商品等金额变动是否与在手订单匹配；发行人推动精细化管理的具体措施，信息披露是否准确。

(2)说明发出商品的存储地点(如在途、客户仓或第三方仓库)、核算方式及内部控制措施，发出商品金额大幅变动的原因，与客户约定交付方式、收入确认方式或其依据、从发出到收入确认周期是否发生异常变化。

(3)说明发行人存货跌价准备计提方法、可变现净值的确定方法，对于长库龄存货、低毛利负毛利产品、下线及邻近下线产品的跌价准备计提情况，结合前述情况说明发行人存货跌价准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对各类别存货的核查方法、核查比例、核查结论。

回复

一、发行人说明

(一)列示各类别存货库龄结构，说明在发行人经营规模持续扩大背景下，发行人存货金额变动、2022 年末存货较 2021 年减少的原因及合理性；库存商品、发出商品等金额变动是否与在手订单匹配；发行人推动精细化管理的具体措施，信息披露是否准确。

1、列示各类别存货库龄结构，说明在发行人经营规模持续扩大背景下，发行人存货金额变动、2022 年末存货较 2021 年减少的原因及合理性

公司存货由原材料、半成品、库存商品、发出商品、委外加工物资以及在制模具构成。报告期各期末，公司各类存货库龄分布情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日					
存货类别 库龄	1 年以内		1 年以上		合计
	金额	占比	金额	占比	
原材料	6,483.03	90.36%	691.78	9.64%	7,174.81
半成品	1,839.57	92.56%	147.81	7.44%	1,987.38
库存商品	6,396.73	95.81%	279.85	4.19%	6,676.58
发出商品	18,930.19	96.91%	603.58	3.09%	19,533.77
委外加工物资	41.39	100.00%	-	-	41.39
在制模具	3,077.37	100.00%	-	-	3,077.37
合计	36,768.28	95.52%	1,723.02	4.48%	38,491.30
2022 年 12 月 31 日					
存货类别 库龄	1 年以内		1 年以上		合计
	金额	占比	金额	占比	
原材料	8,101.26	94.20%	498.51	5.80%	8,599.77
半成品	2,536.91	96.85%	82.55	3.15%	2,619.46
库存商品	7,637.44	98.71%	99.61	1.29%	7,737.05
发出商品	13,106.64	97.43%	346.03	2.57%	13,452.67
委外加工物资	121.49	97.01%	3.75	2.99%	125.24
在制模具	3,199.85	93.11%	236.74	6.89%	3,436.59

合计	34,703.60	96.48%	1,267.18	3.52%	35,970.78
2021 年 12 月 31 日					
存货类别 库龄	1 年以内		1 年以上		合计
	金额	占比	金额	占比	
原材料	7,496.68	96.55%	267.99	3.45%	7,764.67
半成品	1,635.99	99.57%	7.11	0.43%	1,643.10
库存商品	7,442.43	97.08%	224.13	2.92%	7,666.55
发出商品	18,878.14	98.05%	375.59	1.95%	19,253.73
委外加工物资	50.94	100.00%	-	-	50.94
在制模具	2,886.14	94.74%	160.20	5.26%	3,046.34
合计	38,390.32	97.37%	1,035.02	2.63%	39,425.34
2020 年 12 月 31 日					
存货类别 库龄	1 年以内		1 年以上		合计
	金额	占比	金额	占比	
原材料	5,921.23	92.71%	465.49	7.29%	6,386.72
半成品	1,444.25	98.71%	18.88	1.29%	1,463.13
库存商品	11,053.30	98.24%	197.68	1.76%	11,250.98
发出商品	10,152.14	95.95%	428.68	4.05%	10,580.82
委外加工物资	97.31	96.09%	3.96	3.91%	101.27
在制模具	2,022.97	56.57%	1,552.91	43.43%	3,575.89
合计	30,691.21	92.00%	2,667.60	8.00%	33,358.81

报告期各期，库龄在一年以内的存货余额分别为 30,691.21 万元、38,390.32 万元、34,703.60 万元和 36,768.28 万元，占比分别为 92.00%、97.37%、96.48%和 95.52%，整体占比较高。

报告期各期末，存货余额波动情况分类别分析如下：

单位：万元

存货类别	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日
	金额	波动比率	金额	波动比率	金额	波动比率	金额

原材料	7,174.81	-16.57%	8,599.77	10.76%	7,764.67	21.58%	6,386.72
半成品	1,987.38	-24.13%	2,619.46	59.42%	1,643.10	12.30%	1,463.13
库存商品	6,676.58	-13.71%	7,737.05	0.92%	7,666.55	-31.86%	11,250.98
发出商品	19,533.77	45.20%	13,452.67	-30.13%	19,253.73	81.97%	10,580.82
委外加工物资	41.39	-66.95%	125.24	145.86%	50.94	-49.70%	101.27
在制模具	3,077.37	-10.45%	3,436.59	12.81%	3,046.34	-14.81%	3,575.89
合计	38,491.30	7.01%	35,970.78	-8.76%	39,425.34	18.19%	33,358.81

2021年末，存货余额较2020年增加18.19%，库存商品和发出商品波动幅度较大；2022年末，存货余额较2021年末下降8.76%，主要系发出商品下降幅度较大所致；2023年6月30日，存货余额较2022年末增加7.01%，主要系由于发出商品余额增长所致。报告期各期存货余额变动的具体分析如下：

(1) 原材料

2020年至2023年6月，公司原材料周转率较为平稳，报告期各期末，原材料波动主要原因是收入规模增长导致的原材料备货增加。具体情况如下：

单位：万元

项目	2023年6月30日 /2023年1-6月	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度
原材料余额	7,174.81	8,599.77	7,764.67	6,386.72
主营业务成本-直接材料	64,081.16	134,115.93	115,201.85	86,862.86
原材料周转天数	22.46	22.27	22.42	26.84

注：原材料周转天数=365天/(营业成本/原材料的平均余额)，2023年1-6月原材料周转天数已年化处理。

2021年末原材料余额较2020年末增长21.58%，2022年末原材料余额较2021年末增长10.76%，2023年6月末原材料余额较2022年末减少16.57%，2021年、2022年营业收入的增长比率分别为28.63%、19.32%。公司采用“以销定产”的生产模式，各期末原材料余额变化趋势基本与营业收入增长趋势一致。2020年以来，随着公司存货管理能力不断提升，自2021年开始各期原材料周转天数基本保持稳定状态。

(2) 库存商品

库存商品包括存放于公司厂内或者厂外租赁的仓库(简称“厂外仓”)和经客户

要求存放于第三方仓库(简称“三方仓”)的产品。报告期内，发行人优化了产能配置、提高了存货管理水平使得报告期内库存商品备货日趋经济。

2021 年末库存商品较 2020 年末减少 31.86%，2022 年末库存商品基本与 2021 年持平，2023 年 6 月 30 日库存商品金额较 2022 年末减少 13.71%，具体如下：

单位：万元

基地	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日
	期末余额	波动	期末余额	波动	期末余额	波动	期末余额
厂内仓、厂外仓	1,710.01	-9.21%	1,883.40	13.24%	1,663.16	72.89%	961.97
三方仓	4,966.57	-15.15%	5,853.65	-2.49%	6,003.39	-41.65%	10,289.01
合计	6,676.58	-13.71%	7,737.05	0.92%	7,666.55	-31.86%	11,250.98

①2021 年末较 2020 年末库存商品减少的分析

2021 年末，库存商品较 2020 年末大幅减少，主要因 2021 年逐步解决了远距离运输问题。2020 年，公司的主要生产基地是上海毓恬冠佳、成都毓恬冠佳。成都毓恬冠佳主要为西南区域的客户供货。2020 年，因湘潭毓恬冠佳、吉林毓恬冠佳生产能力有限，上海毓恬冠佳不仅要满足华东地区的客户供货需求，还要满足华南和东北地区的客户供货需求。由于路程相对较远，为了及时满足客户需求，提高了备货规模。2021 年，湘潭毓恬冠佳、吉林毓恬冠佳相继扩充产能，减少了远距离运输，整体改善了备货规模。

②2022 年收入规模增长，但 2022 年末较 2021 年末库存商品持平的分析

2022 年，公司各生产基地生产能力与供货区域较为匹配，部分客户的部分项目由配送至客户线边改为客户上门提货，减少了三方仓的备货，因此，2022 年年末厂内及厂外仓和三方仓的备货较为经济。尽管 2022 年经营规模不断增长，但公司期末库存商品余额相较于 2021 年末基本持平。

③2023 年 6 月 30 日较 2022 年 12 月 31 日库存商品减少的分析

2023 年 6 月 30 日库存商品较 2022 年末减少，主要是由于发行人通过提高

生产和供应链管理效率，根据销售情况经济备货，缩减从备货到接收客户指令发货的时间，降低了备货量，同时公司 2023 年 6 月客户装车量提升，公司发货量较大。

(3)发出商品

发出商品是公司根据客户发货指令已发送至客户仓库，但尚未经双方确认领用结算的库存商品。报告期各期末发出商品波动的主要原因包括，①客户 12 月的生产安排影响年末的发出商品规模；②双方对账结算的速度影响年末的发出商品规模。

2020 年发出商品期末余额为 10,580.82 万元，2021 年发出商品期末余额为 19,253.73 万元，同比增长 81.97%，2022 年发出商品期末余额为 13,452.67 万元，较 2021 年同比减少 30.13%，2023 年 6 月 30 日发出商品期末余额为 19,533.77 万元，较 2022 年末增长 45.20%。

报告期各期末，发出商品的余额波动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日
	期末余额	波动	期末余额	波动	期末余额	波动	期末余额
发出商品余额	19,533.77	45.20%	13,452.67	-30.13%	19,253.73	81.97%	10,580.82

①2021 年末，发出商品余额增加的原因为：

1)部分新项目双方确认领用结算时间延迟，导致年末发出商品增加。以“上汽集团 AS28 项目”为例，该项目 2021 年开始量产，上汽集团 2022 年 3 月才开始对该项目对账结算(双方确认)，对账结算(双方确认)之前客户未告知领用数量，也未确定销售价格，公司以客户向本公司提供经双方确认的领用结算单时作为产品销售收入确认时点，确认收入，上述产品在 2021 年不满足收入确认的条件。截至 2021 年 12 月 31 日，仍有 1,286.77 万元发出商品尚未完成对账结算，该部分发出商品于 2022 年完成对账结算并确认收入；除此以外，广汽集团 A20 项目，2021 年开始量产，终端市场销量好，2021 年末发出商品余额为 751.15 万元，

2022 年均已完成对账结算并确认收入；

2)2021 年 12 月装车量较大。尤为显著的是一汽集团，2021 年 12 月装车量增长至 34,976 台。2021 年末一汽集团的发出商品余额比 2020 年末增长了 2,352.23 万元。一汽集团结算周期为当月装车次月领用结算，一汽集团 2021 年 12 月装车量对 2021 年 12 月 31 日发出商品余额产生影响；

3)2021 年收入规模的增长也导致了发出商品规模存在一定程度增长。以吉利汽车与广汽集团为例，上述两个客户集团由于收入规模增长导致发出商品金额合计为 1,333.47 万元。

② 2022 年末，发出商品余额减少的原因为：

1)相较 2021 年，2022 年新增量产项目大部分于当年完成领用结算，不存在因此原因产生的特别影响；

2)2022 年，在装车量持续增长的情况下，通过市场营销部等多方与客户沟通协调，加快了对账后付款周期较长的客户的双方确认领用结算单速度，提高了发出商品的周转率；

3)2022 年 12 月，主要客户 12 月装车量减少，但就 2022 年当年整体来说未出现减产趋势，因此 2022 年末发出商品规模减少主要受客户生产安排影响。

③ 2023 年 6 月 30 日，发出商品余额增长的原因为：

1) 部分新项目双方确认领用结算时间延迟，导致发出商品金额增加；影响最大的为奇瑞汽车 T26 项目与长城汽车的 B16 项目，上述两个项目 2023 年开始大批量生产，2023 年陆续结算，截止到 2023 年 6 月 30 日，仍有 1,727.16 万元发出商品未完成对账结算，该部分发出商品于 2023 年 7-9 月完成对账结算并确认收入；

2)客户装车量增加，导致的发出商品金额增长；以广汽集团为例，广汽集团 2023 年 6 月 30 日发出商品余额较 2022 年 12 月 31 日增长 2,696.99 万元，2023 年 6 月装车量较 2022 年 12 月增长 15,536 台，增长率达 70.03%。广汽集团结算周期为当月装车次月发出领用结算单，2023 年 6 月的发出商品于 2023 年 6 月

30 日尚未对账结算，导致 2023 年 6 月 30 日发出商品金额增长。

报告期内，公司发出商品平均周转天数为 36.69 天，与当月装车下月对账结算的周期基本一致，具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日 /2023 年 1-6 月	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度
发出商品余额	19,533.77	13,452.67	19,253.73	10,580.82
主营业务成本	81,088.71	170,026.97	143,852.47	105,242.98
发出商品周转天数	37.12	35.11	37.85	36.70

注：发出商品周转天数=365 天/（营业成本/发出商品的平均余额），2023 年 1-6 月发出商品周转天数已年化处理。

各报告期末，半成品、委外加工物资以及在制模具合计金额占各期末存货余额的比例分别为 15.41%、12.03%、17.18%、13.27%，变动比例不大，对各年存货金额变动的影响较小，不再进行详细分析。

综上，发行人存货余额变动、2022 年末存货较 2021 年减少与公司不断优化生产能力配置相关，随着公司市场占有率的不断提高，公司内部控制能力逐步提升，公司存货资产营运能力不断提升。

2、库存商品、发出商品等金额变动是否与在手订单匹配

报告期各期末库存商品、发出商品在手订单匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
发出商品及库存商品余额①	26,210.35	21,189.72	26,920.28	21,831.80
对应在手订单金额②	24,808.50	19,483.23	24,988.94	20,441.53
在手订单支持率③=②/①	94.65%	91.95%	92.83%	93.63%

公司主要采用“以销定产、以产定采”的生产经营模式，并根据在手订单(含订单预测)进行适当的备货，报告期各期末，库存商品及发出商品在手订单支持率分别为 93.63%、92.83%、91.95%、94.65%，订单支持率较高。库存商品与销

售订单基本匹配，发出商品均有销售订单支持。

3、发行人推动精细化管理的具体措施，信息披露是否准确。

发行人精细化管理的具体举措如下：

(1)公司在日常经营过程中密切关注与存货周转速度相关的财务指标，分析波动原因，经济调配生产资源，减少远距离运输成本；

(2)加强预算管理，近年来实际生产量与预计生产量差异逐步变小，提高生产效率，经济备货；

(3)公司结合产品实际情况，对三方仓、发出商品实施链条化管理，保证存货的实物完整和数量准确；

(4)对于部分长库龄存货，由发行人供应链管理部门牵头组织市场营销部和采购部对长库龄库存商品检查并讨论处理方案，按周输出处理进度；

(5)公司制定《质量管理体系》，建立了较为完善的采购管理制度体系，生产质量控制体系，质量检验体系，并严格执行；

(6)公司高度重视存货管控，定期组织各类存货的盘点，及时了解存货状态，制定合理的跌价准备计提政策并严格执行。

发行人通过对存货的精细化管理，切实提高了存货周转率，2020至2023年6月，存货周转率分别为3.31、4.16、4.73、2.30（未年化），年化处理后2023年1-6月存货周转率为4.61，与2022年基本持平。发行人分类别对存货进行管理，优化了存货结构，发行人信息披露准确。

(二)说明发出商品的存储地点(如在途、客户仓或第三方仓库)、核算方式及内部控制措施，发出商品金额大幅变动的原因，与客户约定交付方式、收入确认方式或其依据、从发出到收入确认周期是否发生异常变化。

1、说明发出商品的存储地点(如在途、客户仓或第三方仓库)、核算方式及内部控制措施。

(1)发出商品的存储地点

发出商品是公司根据客户发货指令已发送至客户仓库，但尚未经双方确认领用结算的库存商品。报告期各期末，公司发出商品的存储地点如下：

单位：万元

存储地点	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
客户仓	19,533.77	13,452.67	19,253.73	10,580.82

(2)发出商品的核算方式

发出商品是公司根据客户发货指令已发送至客户仓库，但尚未经双方确认领用结算的库存商品。

《企业会计准则-附录 会计科目和主要账务处理》规定，“发出商品”核算企业未满足收入确认条件但已发出商品的实际成本(或进价)或计划成本(或售价)。公司按照规定，①对于未满足收入确认条件的发出商品，应按发出商品的实际成本，借记“发出商品”，贷记“库存商品”科目；②发出商品发生退回的，按退回商品的实际成本，借记“库存商品”科目，贷记“发出商品”；③发出商品满足收入确认条件时(取得经双方确认的领用结算单)，结转销售成本，借记“主营业务成本”科目，贷记“发出商品”。

公司核算方式与《企业会计准则》关于发出商品的核算规定一致。

(3)发出商品的内部控制措施

公司根据《存货管理制度》对发出商品进行规范管理，具体措施如下：

①公司对发出商品的管理形成了比较完善的控制矩阵，供应链管理部负责接收客户的发货指令、安排物流运输、收集客户签收单；市场营销部负责跟踪后客户收货后的双方确认领用结算单；财务部门负责发出商品的成本结转和收入确认，并协助清查发出商品未结转的原因；

②及时登记发出商品的发出情况。按照客户的要求，公司预先将产品放置于距离客户生产基地较近的三方仓，再根据客户的需求通过第三方物流将产品配送至客户生产线边。公司与第三方物流公司签订的运输合同中明确约定其对

运输商品的责任，及时跟踪发运、到货、签收情况，统计并核实第三方物流公司取得的客户签收回单(或退库单)或第三方仓库提供发货单，签收单，从而核实客户发货指令与实际物流的一致性；

③及时确认发出商品的结算情况。公司产品发送至客户后，客户定期向公司发出领用结算单，市场营销部根据约定的结算条款，及时获取并确认客户向公司发出的领用结算单；

④及时确认发出商品的结转情况。财务部根据经双方确认的领用结算单及时将发出商品的实际成本结转至营业成本；

⑤每月对发出商品未结转原因进行清查。供应链管理部、市场营销部协同财务部每月对发出商品未结转原因进行清查，了解发出商品未结转的原因归属环节，对发出商品的可变现净值合理评估并计提存货跌价准备。

2、发出商品金额大幅变动的原因，与客户约定交付方式、收入确认方式或其依据、从发出到收入确认周期是否发生异常变化。

(1)发出商品金额大幅变动的原因

公司将根据客户发货指令已发送至客户仓库尚未经双方确认领用结算的库存商品均归集于“发出商品”下核算，因此客户的对账结算情况是影响报告期各期末发出商品规模的关键因素，2020年至2023年6月，发出商品的库龄结构如下：

单位：万元

库龄	2023年6月30日		2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日
	金额	波动率	金额	波动率	金额	波动率	金额
1 年 以	18,930.19	44.43%	13,106.64	-30.57%	18,878.14	85.95%	10,152.14

内							
1 年 以 上	603.58	74.43%	346.03	-7.87%	375.59	-12.38%	428.68
合计	19,533.77	45.20%	13,452.67	-30.13%	19,253.73	81.97%	10,580.82

发出商品双方确认领用结算单周期约为 1-2 个月。报告期各期末，公司发出商品库龄主要集中在 1-2 个月，占发出商品比例平均为 85.95%，具体如下：

单位：万元

库龄	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 个月以内	14,225.20	72.83%	9,968.72	74.10%	15,938.72	82.78%	7,850.88	74.20%
1-2 个月	2,278.56	11.66%	1,636.24	12.16%	1,310.01	6.80%	980.51	9.27%
2 个月以上	3,030.01	15.51%	1,847.71	13.74%	2,005.00	10.42%	1,749.43	16.53%
小计	19,533.77	100.00%	13,452.67	100.00%	19,253.73	100.00%	10,580.82	100.00%

2020 年发出商品期末余额为 10,580.82 万元，2021 年发出商品期末余额为 19,253.73 万元，同比增长 81.97%，主要受以下三个方面的因素的影响：一是，新增项目的影 响，上汽集团的新项目产生的影响较为明显，2021 年 AS28 项目开始量产，上汽集团 2022 年 3 月才开始对该项目双方确认领用结算情况，双方确认领用结算之前客户未告知领用数量，也未确定销售价格，公司以客户向本公司提供经双方确认的领用结算单时作为产品销售收入确认时点，确认收入，上述产品在 2021 年不满足收入确认的条件。该项目于 2021 年末对应发出商品金额为 1,286.77 万元，占增长金额的 14.84%。除此以外，广汽集团 A20 项目影响金额也较大，该项目 2021 年开始量产，终端市场销量好，2021 年末发出商品余额为 751.15 万元，占增长金额的 8.66%，该部分发出商品 2022 年均已完成对账结算并确认收入。从期后数据统计来看，期后两个月内结转成本金额仅占 2021 年末发出商品总金额的 62.30%，但期后三个月内结转成本金额占 2021 年末发出商品总金额的 80.83%，期后结转成本金额占比的变化与上述原因反映的业务情况相一致；二是，2021 年 11-12 月，客户装车量明显增长。2021 年末库龄 2 个月以内的发出商品较 2020 年末库龄 2 个月以内的发出商品增长 95.31%，以一汽集团的增长尤为显著，2021 年末发出商品较 2020 年末发出商品增加了

2,352.23 万元，占整体增长比例的 27.12%；三是，客户装车量正常增长导致的发出商品的规模增长，以吉利汽车与广汽集团为例，上述两个客户集团由于收入规模增长导致发出商品金额合计为 1,333.47 万元，占整体增长金额的 15.38%。

2022 年发出商品期末余额为 13,452.67 万元，较 2021 年同比减少 30.13%，主要原因如下：一是，相较 2021 年，2022 年新增量产项目大部分于当年按时结算，不存在因此原因产生的特别影响；二是，主要客户 12 月装车量减少，但就 2022 年当年整体来说，未出现减产趋势，因此 2022 年末发出商品规模减少主要受客户生产安排影响。三是，2022 年，在装车量持续增长的情况下，通过市场营销部等多方协调，加快双方确认领用结算后付款周期较长的客户的双方确认领用结算的速度，对发出商品的周转速度起到积极影响。

2023 年 6 月 30 日发出商品期末余额为 19,533.77 万元，较 2022 年 12 月 31 日增长 45.20%。主要原因如下：一是，部分新项目双方确认领用结算时间延迟，导致发出商品金额增加；影响最大的为奇瑞汽车 T26 项目与长城汽车的 B16 项目，上述两个项目 2023 年开始大批量生产，2023 年陆续结算，截止到 2023 年 6 月 30 日，仍有 1,727.16 万元发出商品未完成对账结算，该部分发出商品于 2023 年 7-9 月完成对账结算并确认收入；二是，客户装车量增加，导致的发出商品金额增长；以广汽集团为例，广汽集团 2023 年 6 月 30 日发出商品余额较 2022 年 12 月 31 日增长 2,696.99 万元，2023 年 6 月装车量较 2022 年 12 月增长 15,536 台，增长率达 70.03%。广汽集团结算周期为当月装车次月领用结算，2023 年 6 月的发出商品尚未于 2023 年 6 月 30 日全部完成对账结算，导致 2023 年 6 月 30 日发出商品金额增长。

报告期各期末发出商品的期后结转成本情况如下所示：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
期末发出商品余额	19,533.77	13,452.67	19,253.73	10,580.82

期后三个月内结转成本金额	16,728.09	11,381.32	15,563.34	8,999.26
期后三个月内结转比例	85.64%	84.60%	80.83%	85.05%

从发出商品期后经双方确认领用结算的情况来看，2020年末至2023年6月末，期后三个月结转比例均超过80%，公司发出商品均有销售订单作为支撑。

(2)与客户约定交付方式、收入确认方式或其依据、从发出到收入确认周期是否发生异常变化。

报告期内发出商品前五大客户集团的交付方式如下：

客户	交付方式	收入确认方式	收入确认依据	收入确认周期
长安汽车	第三方物流配送至客户线边	产品交付后，双方确认领用结算单	领用结算单	1-2个月
一汽集团	第三方物流配送至客户线边以及客户自提	产品交付后，双方确认领用结算单	领用结算单	1-2个月
吉利汽车	第三方物流配送至客户线边以及客户自提	产品交付后，双方确认领用结算单	领用结算单	1-2个月
上汽大众	第三方物流配送至客户线边	产品交付后，双方确认领用结算单	领用结算单	1-2个月
上汽集团	第三方物流配送至客户线边	产品交付后，双方确认领用结算单	领用结算单	1-2个月

报告期内，主要客户一汽集团和吉利汽车中的部分产品交付方式由第三方物流配送至客户线边调整为客户自提，主要是下游客户出于降本增效作出的交付方式调整。交付方式的变动并不影响收入确认方式及其依据、从发出到收入确认周期的变化。

(三)说明发行人存货跌价准备计提方法、可变现净值的确定方法，对于长库龄存货、低毛利负毛利产品、下线及邻近下线产品的跌价准备计提情况，结合前述情况说明发行人存货跌价准备计提的充分性。

1、说明发行人存货跌价准备计提方法、可变现净值的确定方法

(1)存货跌价准备计提方法

公司于资产负债表日，对存货按照成本与可变现净值孰低计量，对存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。具体如下：

①公司期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提或调整存货跌价准备；同时，公司对存货进行分类评估，对呆滞的存货计提存货跌价准备。

②公司期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多，单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备。

③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；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。

(2)各类存货可变现净值的确定方法

公司存货类别为：原材料、半成品、库存商品、发出商品、委外加工物资、在制模具。各类存货可变现净值的确定方法如下：

类别	可变现净值的确定方法
原材料	原材料主要包含电机、控制单元(ECU)、玻璃、导轨、机械组及其他辅料。报告期内，原材料平均周转天数为 23.50 天，主要用于产成品生产，预计由于市场价格骤降而导致跌价和损毁风险较小。对于原材料可变现净值的认定主要有： (1)经清查认定为不良品的原材料，以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值； (2)将专用于生产下线及邻近下线产品的原材料，以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值； (3)流动较为缓慢的原材料(即，库龄超过 1 年，包括通用性和具有专用属性的原材料)以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值；具

类别	可变现净值的确定方法
	有专用属性的原材料具体包括：玻璃、导轨、部分电机、部分电子控制单元(ECU)； (4)其他原材料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。
半成品	半成品主要为各分装步骤完成后入库的各类分总成。对于半成品可变现净值的认定主要有： (1)经清查认定为不良品的半成品，以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值； (2)将专用于生产下线及邻近下线产品的半成品，以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值； (3)流动较为缓慢的半成品（即，库龄超过 1 年，包括通用性和具有专用属性的半成品）以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值。该类专用属性的半成品具体包括：玻璃分总成、导轨分总成、部分电机分总成、部分电子控制单元(ECU)分总成； (4)其他半成品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。
库存商品	公司“以销定产”，库存商品为存放于公司仓库或已发往三方仓的产品。对于库存商品可变现净值的认定主要有： (1)经清查认定为不良品的库存商品，以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值； (2)下线及邻近下线产品以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值； (3)流动较为缓慢的库存商品（即，库龄超过 1 年的库存商品）同时考虑可销售数量，以合同售价减去估计的销售费用及相关税费后的金额确定其可变现净值； (4)对于有销售订单支持的库存商品，以合同售价减去估计的销售费用及相关税费后的金额确定其可变现净值。
发出商品	公司根据客户发货指令发货，发出商品为已发送至客户仓库但尚未经双

类别	可变现净值的确定方法
	方确认领用结算的库存商品。对于发出商品可变现净值的认定主要有： (1)考虑未来结算的可能性，流动较为缓慢的发出商品（即，发出时间超过1年的但尚未经双方确认领用结算的库存商品）以合同售价减去估计的销售费用及相关税费后的金额确定其可变现净值； (2)其他发出商品，以合同售价减去估计的销售费用及相关税费后的金额确定其可变现净值。
委外加工物资	基于未来收回的可能性，以同类材料市场价格为依据确定其可变现净值。
在制模具	在制模具为在研发试验期尚未投入量产的模具或等待客户验收的模具，对于在制模具的可变现净值的认定为： (1)对于有销售订单支持的在制模具，以合同售价减去估计的销售费用及相关税费后的金额确定其可变现净值； (2)对于自有模具，相关天窗产品通过生产件批准程序(PPAP)后转入“长期待摊费用”，对于无法通过生产件批准程序(PPAP)或项目在通过生产件批准程序(PPAP)停止，模具费无法获得补充的情况下，以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值。

(3)可比公司存货跌价准备计提政策

可比公司名称	存货跌价准备计提政策
新泉股份	资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。 可变现净值，是指在日常活动中，存货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以及相关税费后的金额。 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；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；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

可比公司名称	存货跌价准备计提政策
	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。 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的金额计入当期损益。
星宇股份	存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。 期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。 对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。
继峰股份	资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，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。 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。 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

可比公司名称	存货跌价准备计提政策
	额计提存货跌价准备。 ③存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。 ④资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。
天成自控	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
金钟股份	库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，按照单个存货项目以可变现净值低于账面成本差额计提存货跌价准备。库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，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；公司于每年中期期末及年度终了按存货成本与可变现净值孰低法计价，对预计损失采用备抵法核算，提取存货跌价准备并计入当期损益。

由此可见，发行人存货跌价计提政策与同行业可比公司基本相同。发行人存货跌价准备计提政策符合《企业会计准则》的相关规定及行业特点。

(4) 发行人计提存货跌价准备的具体过程

实务操作中，发行人根据存货风险特征，按如下组合依次逐项对存货进行识别并计提跌价准备：

①在制模具

第一步：对于有销售订单支持的在制模具，以合同售价减去估计的销售费用及相关税费后的金额确定其可变现净值，并计提跌价准备。

第二步：对于自有模具，判断相关天窗产品通过生产件批准程序(PPAP)的可能性，对于无法通过生产件批准程序(PPAP)或项目在通过生产件批准程序(PPAP)之前停止，模具费无法获得补偿的情况下，以处置收入扣除处置成本后的价值作为可变现净值，并计提跌价准备。

②原材料、半成品、库存商品、发出商品、委外加工物资：

第一步：识别不良类存货，包括原材料、半成品、库存商品，并计提跌价准备；

第二步：识别专门用于生产下线及邻近下线产品的原材料、半成品并计提跌价准备，识别生产下线及邻近下线的库存商品并计提跌价准备；

第三步：除前述“不良类存货”、“下线及邻近下线产品”相关的存货后，进一步识别出流动缓慢的存货(Slow moving，一般考虑库龄为 1 年以上)并计提跌价准备。主要包括：①库龄超过 1 年具有专用属性的原材料、半成品；②库龄超过 1 年的库存商品；③发出时间超过 1 年但尚未经双方确认领用结算的发出商品；④预计无法回收的委外加工物资等。

第四步：除上述组合之外的存货为正常流转的存货，包括原材料、半成品、库存商品、发出商品、委外加工物资，并计提跌价准备；

2、对于长库龄存货（1 年以上）、1 年以内的下线及邻近下线产品、1 年以内的低毛利负毛利产品的跌价准备计提情况，结合前述情况说明发行人存货跌价准备计提的充分性。

2020 年至 2023 年 6 月，发行人各期末存货跌价准备计提比例分别为：

5.65%，3.85%，4.51% 5.89%。发行人存货跌价准备的计提情况如下：

单位：万元

项目	2023年6月 30日	2022年12月31 日	2021年12月 31日	2020年12月 31日
存货跌价准备计提金额	2,268.88	1,622.66	1,517.98	1,885.69
存货账面余额	38,491.30	35,970.78	39,425.34	33,358.81
计提比例	5.89%	4.51%	3.85%	5.65%

按照不同存货风险组合分类计提情况如下：

单位：万元

2023年6月30日					
类别	非正常流动的存货			正常流动的 存货	合计
	不良品	下线及邻近 下线的存货	流动缓慢 的存货		
原材料	67.10	324.77	256.51	0.29	648.67
半成品	35.01	20.01	111.67	15.11	181.80
库存商品	176.36	0.77	275.07	136.54	588.74
发出商品	-	-	603.58	246.09	849.67
委托加工物资	-	-	-	-	-
在制模具	-	-	-	-	-
合计	278.47	345.55	1,246.84	398.03	2,268.88
2022年12月31日					
类别	非正常流动的存货			正常流动的 存货	合计
	不良品	下线及邻近 下线的存货	流动缓慢 的存货		
原材料	80.15	291.35	169.51	0.29	541.30
半成品	9.81	13.80	66.66	1.12	91.39
库存商品	24.01	65.89	84.51	383.75	558.16
发出商品	-	-	346.03	82.03	428.06
委托加工物资	-	-	3.75	-	3.75

在制模具	-	-	-	-	-
合计	113.97	371.04	670.46	467.19	1,622.66
2021 年 12 月 31 日					
类别	非正常流动的存货			正常流动的存货	合计
	不良品	下线及邻近下线的存货	流动缓慢的存货		
原材料	120.46	205.71	136.83	16.51	479.51
半成品	79.15	4.35	1.66	7.68	92.84
库存商品	124.47	180.32	99.34	140.73	544.86
发出商品	-	-	375.59	13.22	388.81
委托加工物资	-	-	-	11.96	11.96
在制模具	-	-	-	-	-
合计	324.08	390.38	613.42	190.10	1,517.98
2020 年 12 月 31 日					
类别	非正常流动的存货			正常流动的存货	合计
	不良品	下线及邻近下线的存货	流动缓慢的存货		
原材料	22.55	209.79	146.90	59.84	439.08
半成品	28.50	11.42	13.52	8.87	62.31
库存商品	304.25	474.78	44.99	115.63	939.65
发出商品	-	-	428.68	12.01	440.69
委托加工物资	-	-	3.96	-	3.96
在制模具	-	-	-	-	-
合计	355.30	695.99	638.05	196.35	1,885.69

不良品、下线及邻近下线的存货同时包含 1 年以内和 1 年以上库龄的相关存货，流动缓慢的存货仅包含 1 年以上库龄的相关存货，正常流动的存货仅包含 1 年以内库龄的相关存货。不同库龄阶段对应的存货跌价准备情况为：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日

库龄	余额	跌价准备	计提比例
1年以内	36,768.28	754.26	2.05%
1年以上	1,723.02	1,514.62	87.91%
小计	38,491.30	2,268.88	5.89%
2022年12月31日			
库龄	余额	跌价准备	计提比例
1年以内	34,703.60	741.35	2.14%
1年以上	1,267.18	881.31	69.55%
小计	35,970.78	1,622.66	4.51%
2021年12月31日			
库龄	余额	跌价准备	计提比例
1年以内	38,390.32	897.87	2.34%
1年以上	1,035.02	620.11	59.91%
小计	39,425.34	1,517.98	3.85%
2020年12月31日			
库龄	余额	跌价准备	计提比例
1年以内	30,691.21	983.52	3.20%
1年以上	2,667.60	902.17	33.82%
小计	33,358.81	1,885.69	5.65%

报告期各期末存货余额中“在制模具”均为等待通过生产件批准程序(PPAP)投入量产的模具或等待客户验收的模具，其可收回金额可以覆盖期末账面价值。因此，报告期各期末，“在制模具”不存在计提存货跌价准备的情形。扣除“在制模具后”不同库龄阶段对应的存货跌价准备情况为：

单位：万元

2023年6月30日			
库龄	余额	跌价准备	计提比例
1年以内	33,690.91	754.26	2.24%
1年以上	1,723.02	1,514.62	87.91%

小计	35,413.93	2,268.88	6.41%
2022 年 12 月 31 日			
库龄	余额	跌价准备	计提比例
1 年以内	31,503.74	741.35	2.35%
1 年以上	1030.45	881.31	85.53%
小计	32,534.19	1,622.66	4.99%
2021 年 12 月 31 日			
库龄	余额	跌价准备	计提比例
1 年以内	35,504.18	897.87	2.53%
1 年以上	874.82	620.11	70.88%
小计	36,379.00	1,517.98	4.17%
2020 年 12 月 31 日			
库龄	余额	跌价准备	计提比例
1 年以内	28,668.23	983.52	3.43%
1 年以上	1,114.69	902.17	80.93%
小计	29,782.92	1,885.69	6.33%

报告期各期末，同行业可比公司的存货跌价准备计提比例如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
新泉股份	0.17%	0.09%	0.08%	0.03%
星宇股份	1.59%	1.54%	1.63%	1.69%
继峰股份	3.33%	3.48%	3.70%	4.82%
天成自控	10.82%	17.13%	13.04%	15.44%
金钟股份	3.64%	4.03%	2.72%	2.80%
平均值 1	3.91%	5.26%	4.23%	4.95%
平均值 2	2.18%	2.29%	2.03%	2.34%
发行人	5.89%	4.51%	3.85%	5.65%

注：平均值 1 将天成自控纳入平均值计算范围；平均值 2 未将天成自控纳入平均值计算范

围

天成自控存货跌价准备高于同行业，主要因 2019 年对库龄超过 1 年的为众泰汽车与知豆汽车准备的存货单项计提减值准备导致存货跌价准备高于同行业其他可比公司。

因此，公司报告期各期末存货跌价准备计提比例基本高于同行业可比公司，存货跌价准备计提充分。

(1) 不良品跌价准备计提情况

报告期各期末对不良品全额计提跌价准备，具体情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	67.10	67.10	100.00%
半成品	35.01	35.01	100.00%
库存商品	176.36	176.36	100.00%
发出商品	-	-	-
委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-
合计	278.47	278.47	100.00%
2022 年 12 月 31 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	80.15	80.15	100.00%
半成品	9.81	9.81	100.00%
库存商品	24.01	24.01	100.00%
发出商品	-	-	-
委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-
合计	113.97	113.97	100.00%

2021年12月31日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	120.46	120.46	100.00%
半成品	79.15	79.15	100.00%
库存商品	124.47	124.47	100.00%
发出商品	-	-	-
委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-
合计	324.08	324.08	100.00%
2020年12月31日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	22.55	22.55	100.00%
半成品	28.50	28.50	100.00%
库存商品	304.25	304.25	100.00%
发出商品	-	-	-
委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-
合计	355.30	355.30	100.00%

(2) 下线及邻近下线的存货跌价准备计提情况

报告期各期末对下线及邻近下线的存货全额计提跌价准备，具体情况如下：

单位：万元

2023年6月30日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	324.77	324.77	100.00%
半成品	20.01	20.01	100.00%
库存商品	0.77	0.77	100.00%
发出商品	-	-	-

委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-
合计	345.55	345.55	100.00%
2022 年 12 月 31 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	291.35	291.35	100.00%
半成品	13.80	13.80	100.00%
库存商品	65.89	65.89	100.00%
发出商品	-	-	-
委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-
合计	371.04	371.04	100.00%
2021 年 12 月 31 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	205.71	205.71	100.00%
半成品	4.35	4.35	100.00%
库存商品	180.32	180.32	100.00%
发出商品	-	-	-
委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-
合计	390.38	390.38	100.00%
2020 年 12 月 31 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	209.79	209.79	100.00%
半成品	11.42	11.42	100.00%
库存商品	474.78	474.78	100.00%
发出商品	-	-	-
委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-

合计	695.99	695.99	100.00%
----	--------	--------	---------

(3) 对流动缓慢的存货（一般考虑库龄为 1 年以上）跌价准备计提情况

报告期各期末对流动缓慢的存货（一般考虑库龄为 1 年以上）的存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	443.27	256.51	57.87%
半成品	133.31	111.67	83.77%
库存商品	275.07	275.07	100.00%
发出商品	603.58	603.58	100.00%
委托加工物资	-	-	-
在制模具	-	-	-
合计	1,455.23	1,246.83	85.68%
2022 年 12 月 31 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	302.75	169.51	55.99%
半成品	69.78	66.66	95.53%
库存商品	97.29	84.51	86.86%
发出商品	346.03	346.03	100.00%
委托加工物资	3.75	3.75	100.00%
在制模具	236.74	-	-
合计	1,056.34	670.46	63.47%
2021 年 12 月 31 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	262.37	136.83	52.15%
半成品	7.11	1.66	23.35%

库存商品	223.06	99.34	44.54%
发出商品	375.59	375.59	100.00%
委托加工物资	-	-	-
在制模具	160.20	-	-
合计	1,028.33	613.42	59.65%
2020 年 12 月 31 日			
类别	期末余额	存货跌价准备计提金额	计提比例
原材料	348.44	146.90	42.16%
半成品	13.52	13.52	100.00%
库存商品	55.97	44.99	80.38%
发出商品	428.68	428.68	100.00%
委托加工物资	3.96	3.96	100.00%
在制模具	1,552.91	-	-
合计	2,403.48	638.05	26.55%

(4) 低毛利负毛利产品跌价准备计提情况

发行人将当期毛利率低于 5% 的存货视为低毛利负毛利产品。

发行人根据上述存货跌价准备计提方法计提跌价准备，在不良品、下线及邻近下线产品、流动缓慢的存货后，对正常流动的存货计提跌价准备。

报告期各期末，发行人正常流动的存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日			
项目	期末金额	存货跌价准备	计提比例
原材料	6,339.67	0.29	0.00%
半成品	1,799.05	15.11	0.84%
库存商品	6,224.38	136.54	2.19%
发出商品	18,930.19	246.09	1.30%
委外加工物资	41.39	-	0.00%

在制模具	3,077.37	-	0.00%
小计	36,412.05	398.03	1.09%
2022 年 12 月 31 日			
项目	期末金额	存货跌价准备	计提比例
原材料	7,925.52	0.29	0.00%
半成品	2,526.07	1.12	0.04%
库存商品	7,549.86	383.75	5.08%
发出商品	13,106.64	82.03	0.63%
委外加工物资	121.49	-	-
在制模具	3,199.85	-	-
小计	34,429.43	467.19	1.36%
2021 年 12 月 31 日			
项目	期末金额	存货跌价准备	计提比例
原材料	7,176.13	16.51	0.23%
半成品	1,552.49	7.68	0.49%
库存商品	7,138.70	140.73	1.97%
发出商品	18,878.14	13.22	0.07%
委外加工物资	50.94	11.96	23.48%
在制模具	2,886.14	-	-
小计	37,682.55	190.10	0.50%
2020 年 12 月 31 日			
项目	期末金额	存货跌价准备	计提比例
原材料	5,805.94	59.84	1.03%
半成品	1,409.76	8.87	0.63%
库存商品	10,415.98	115.63	1.11%
发出商品	10,152.14	12.01	0.12%
委外加工物资	97.31	-	0.00%
在制模具	2,022.97	-	-
小计	29,904.03	196.35	0.66%

上表中列示的存货期末余额中包含了正常盈利的产品、低毛利负毛利产品等，报告期各期末存货跌价准备计提比例分别为 0.66%、0.50%、1.36%、1.09%。

其中，低毛利负毛利产品的计提情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日			
项目	金额	存货跌价准备	计提比例
库存商品	573.58	80.99	14.12%
发出商品	989.50	86.88	8.78%
小计	1,563.08	167.87	10.74%
2022 年 12 月 31 日			
项目	金额	存货跌价准备	计提比例
库存商品	1,661.68	207.61	12.49%
发出商品	2,272.55	79.11	3.48%
小计	3,934.23	286.72	7.29%
2021 年 12 月 31 日			
项目	金额	存货跌价准备	计提比例
库存商品	885.28	43.99	4.97%
发出商品	2,513.73	13.22	0.53%
小计	3,399.01	57.21	1.68%
2020 年 12 月 31 日			
项目	金额	存货跌价准备	计提比例
库存商品	511.78	40.09	7.83%
发出商品	1,440.88	12.01	0.83%
小计	1,952.66	52.10	2.67%

报告期各期末，公司对低毛利负毛利产品对应的库存商品总体计提比例均大于 5%。除此之外，公司考虑到未来售价的影响，还对预计可能会成为低毛利负毛利产品的存货也计提了跌价准备，所以公司对低毛利负毛利存货的计提是充分的。

报告期内，低毛利负毛利产品期后对账结算的情况如下：

单位：万元

项目	2023年 6月30日	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日
期末余额	1,563.08	3,934.23	3,399.01	1,952.66
期后结转成本	968.94	3,500.09	3,236.76	1,900.75
成本结转比例	61.99%	88.97%	95.23%	97.34%

注：2023年6月30日期后结转情况统计至2023年9月30日；2022年末期后结转情况统计至2023年6月30日；2021年末期后结转情况统计至2022年12月31日；2020年末期后结转情况统计至2021年12月31日。

因此，报告期各期末，公司对低毛利负毛利产品的计提充分，且90%以上的低毛利负毛利产品在期后实现销售。2023年6月期后结转成本比例较低，是由于仅统计了期后三个月的数据。

综上，公司存货跌价准备计提方法、可变现净值的确定方法合理，符合《企业会计准则》相关规定，与同行业可比公司存货跌价准备计提政策不存在重大差异；对于长库龄存货、低毛利负毛利产品、下线及邻近下线产品的跌价准备计提充分，总体存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司，公司存货跌价准备计提充分。

二、中介机构核查说明

(一)核查程序

1、针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

(1)访谈公司相关管理人员，了解公司的采购、生产、销售模式，备货政策及客户采购计划的情况，分析存货结构变动以及存货余额变动的原因及各期备货的合理性；

(2)核查公司报告期各期末在手订单情况及各类存货的期后结转、销售情况；

(3)访谈公司相关管理人员，了解报告期存货管理及市场管理的相关情况，并作客观性分析；取得公司针对存货管理的分环节分析、跟踪管理资料，复核相关分析与客观情况的相符性；

(4)获取公司销售合同以及价格协议，了解公司客户的交付方式，收入确认方式，收入确认依据等信息。取得存货库龄明细表及收发存明细表，复核存货库龄，并以抽样方式检查发出商品结转确认收入时点的依据，包括签收单据、双方确认领用结算单等；对期末发出商品的波动情况执行了分析程序，检查库存商品、发出商品的期后结转情况并执行了收入截止性测试；

(5)了解并评价发行人与存货跌价准备计提相关的内部控制，并测试了关键控制的有效性；评价存货跌价准备政策的合理性，取得存货跌价准备计提明细，重新计算存货跌价准备计提金额是否准确；

(6)查阅公开信息，分析对比发行人与同行业可比公司的存货跌价准备计提政策和计提比例是否存在显著差异。

2、针对发行人报告期各期末各类别存货的核查方法、核查比例，申报会计师主要履行了如下程序：

(1)取得发行人报告期各期末发行人盘点计划及盘点表，并结合盘点计划组织安排监盘人员，对发行人存货进行监盘：

(2)获取并核查了各期末存货余额明细表，分析各类别存货的明细构成、数量、金额等信息；

(3)对于除发出商品外的原材料、在产品、库存商品，委托加工物资、在制模具采用实地监盘，在执行监盘程序的过程中实地观察存货状态、归类摆放情况，并采用随机抽盘方式核查明细表中存货数量记录的准确性，同时对存放于零部件供应商和第三方仓库的存货进行函证，核查比例如下：

单位：万元

项目	2023年 6月30日	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日
除发出商品外的存货金额	18,957.53	22,518.11	20,171.61	22,777.99
盘点金额	13,593.08	16,570.57	13,733.21	15,381.40
盘点比例	71.70%	73.59%	68.08%	67.53%
未盘点的回函确认金额	587.17	765.50	1,047.17	1,722.26

除发出商品外的存货核查金额	14,180.25	17,336.07	14,780.38	17,103.66
核查比例	74.80%	76.99%	73.27%	75.09%

(4)发出商品是根据客户发货指令已发送至客户仓库尚未经双方确认领用结算的库存商品，客观上绝大部分发出商品已经客户装车因此无法有效履行盘点程序，因此对发出商品余额履行了如下核查程序：

①了解与发出商品相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

②检查主要的销售合同，了解合同约定的权利和义务，实地走访主要客户，重点关注风险转移、货款结算、退货等事项在交易中的实际执行情况，判断发出商品认定的合理性；

③获取发行人报告期各期末发出商品的明细账，并与账面记录进行核对；

④计算发出商品的周转率，结合发出商品自发出至确认收入的周期判断各期末发出商品金额的合理性；

(5)对期末发出商品金额较大的客户寄发函证以确认期末结存数量；对于回函不符或未回函的，执行了替代测试程序，包括检查发货指令、出库单、获取期后2个月对账单核查期后领用结算情况等。发出商品的核查比例如下：

单位：万元

项目	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
发出商品余额	19,533.77	13,452.67	19,253.73	10,580.82
核查确认金额	16,810.36	10,983.24	11,995.63	8,928.67
核查确认比例	86.06%	81.64%	62.30%	84.39%
上汽集团 AS28 项目	-	-	1,286.77	-
扣除后核查确认比例	86.06%	81.64%	66.76%	84.39%

注：2021年末发出商品期后1-2个月领用结算比例较低，主要为“上汽集团 AS28”项目金额共计1,286.77万元客户延迟确认领用结算情况所致，该项目于2022年3月开始领用结算。

(6)对于实物差异，①补充核查报告期末与盘点日之间的出入库单据，②盘

点过程中发现的盘盈、盘亏、毁损和报废的存货，核实情况，查清产生原因予以进一步核实，③检查发行人根据盘点核查后实际情况调整入账的情况。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人存货金额变动、2022 年末存货较 2021 年减少的原因分析具有真实性、合理性；库存商品、发出商品等金额变动与在手订单相匹配；报告期内发行人已实际推动精细化管理，优化存货结构，发行人的信息披露准确。

2、发行人发出商品存储于客户仓库中，发行人对发出商品的核算方式与《企业会计准则》关于发出商品的核算规定一致。报告期内，发行人根据《存货管理制度》对发出商品进行规范管理，相关内控制度建立健全。发行人对发出商品金额大幅变动原因的说明具有真实性、合理性，报告期内，发行人与客户约定交付方式、收入确认方式、从发出到收入确认周期未发生异常变化。

3、发行人存货跌价计提方法、可变现净值的确定方法，存货跌价准备计提比例与同行业可比公司不存在重大差异；发行人对长库龄存货、低毛利负毛利产品、下线及邻近下线产品的跌价准备计提充分；发行人存货跌价计提方法、可变现净值的确定方法符合《企业会计准则》相关规定。

对于发行人报告期各期末各类别存货的情况，经核查，申报会计师认为：

报告期各期末，存货的核查比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
存货余额	38,491.30	35,970.78	39,425.34	33,358.81
核查确认金额	30,990.61	28,319.31	26,776.00	26,032.33
核查确认比例	80.51%	78.73%	67.92%	78.04%

报告期内，发行人存货管理较好，相关内部控制健全有效，各类存货数量真实、准确，存货账面记录与实际盘点数量不存在重大差异。

问题 15、关于模具

申请文件显示：

(1)报告期各期，发行人研发费用中试验模具费分别为 610.78 万元、823.04 万元、783.47 万元；各期末存货中在制模具金额分别为 3,575.89 万元、3,046.34 万元、3,436.59 万元；

(2)报告期各期，发行人长期待摊费用余额分别为 4,479.41 万元、6,258.28 万元和 8,209.05 万元，主要由模具费、可回收包装、设备改造和装修费等支出构成。

请发行人：

(1)说明发行人的模具开发过程、承担的工作，是否具备模具设计制造能力，模具开发相关的成本费用、与模具相关的收入及摊销的会计处理方式；结合模具开发周期、库龄情况说明存货中存在较大金额模具的原因、是否符合行业特征。

(2)说明长期待摊费用的具体构成，摊销金额、起止时点、期限的确定方式，是否符合《企业会计准则》规定及行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复

一、发行人说明

(一)说明发行人的模具开发过程、承担的工作，是否具备模具设计制造能力，模具开发相关的成本费用、与模具相关的收入及摊销的会计处理方式；结合模具开发周期、库龄情况说明存货中存在较大金额模具的原因、是否符合行业特征

1、发行人的模具开发过程、承担的工作，是否具备模具设计制造能力

公司主要从事汽车天窗设计、生产与销售。公司全权负责天窗设计并拟定天窗零部件技术功能参数，供应商根据公司的零部件设计方案及相关结构参数开模生产，并向公司供应定制化的核心部件。

天窗是具有安全功能的运动型汽车零部件，天窗总成最终需要满足安全性、功能性、舒适性、外观以及防水性等 5 方面的具体要求。因此天窗设计、装配工艺是天窗总成输出的重要保证。公司以围绕运动型汽车零部件的性能设计、装备工艺的技术研究和应用性开发见长。天窗总成由上百个零部件组成，模具仅为生产组成天窗零部件的环节之一，模具的设计和制造能力并不会对天窗设计和制造能力构成局限。发行人对模具开发的主要环节进行监督和管理：

(1)模具方案评审，天窗设计方案由技术中心组织评审完成后，由采购部门对零部件供应商发出零部件定点意向函，并负责收集零部件制造和供货方案，模具工程师对供应商提供的零部件模具方案进行评审；

(2)模具加工进程跟踪，模具一般由零部件供应商设计和制造，平均开发周期为 65 天，模具加工过程中模具工程师负责跟踪模具开发进度，通常 15 天/次；

(3)天窗试配，零部件供应商提供生产的样件，由技术中心试制科进行组装试配，评价总装后的功能、技术指标；

(4)模具修整及设计变更，发行人根据试配效果或客户要求提请零部件供应商进一步对模具进行修正或作出相应设计变更，最终达成既定的总装设计指标。

2、模具开发相关的成本费用、与模具相关的收入及摊销的会计处理方式

公司天窗产品是根据车型设计、生产的功能型非标准运动部件。公司根据客户不同的天窗采购要求，委托零部件供应商进行配套模具的外协开发设计、采购与投产，并与客户协商确定模具费的承担方式，通常分为两种形式，①客户承担模具费并买断模具所有权，公司保留模具使用权；②客户不买断模具所有权，公司在产品定价协商时综合考虑模具费成本的影响，公司拥有模具的所有权、控制权，模具属于公司资产，并在生产使用过程中进行摊销。

公司归集至“存货”中核算的模具均为等待通过生产件批准程序(PPAP)或客户验收合格的模具。

公司以生产试验作为技术验证场景，获得特定工艺技术成果或验证相关功能设计成果，并取得相关专利技术。因此在研发项目的验证阶段，公司以试制生产场景作为试验条件。

模具通过生产件批准程序(PPAP)投入产品批量生产阶段后，公司流水线生产的连续性不方便被打断，因此不再适合研发成果验证。

按照《企业会计准则讲解(2010)》对开发阶段的解释，“开发是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等。开发活动的例子包括：生产前或使用前的原型和模型的设计、建造和测试；含新技术的工具、夹具、模具和冲模的设计；不具有商业性生产经济规模的试生产设施的设计、建造和运营；新的或改造的材料、设备、产品、工序、系统或服务所选定的替代品的设计、建造和测试等”。

因此，公司按照相关规定，将研发项目投入试生产过程用以验证新功能设计成果或工艺设计成果时耗用的模具摊销费用划分为“技术研发阶段”相关支出计入“研发费用”，以目标工艺或功能设计成果经评审通过，或通过生产件批准程序(PPAP)时孰早为止。

模具投入通过生产件批准程序(PPAP)进入批量生产阶段时(因流水线生产的连续性不再适合研发成果验证)，模具摊销费用划分为“生产阶段”相关支出计入“生产成本”或“制造费用”。

(1)模具开发相关的成本费用、与模具相关的收入及摊销的会计处理方式

公司不具备模具开发能力，模具开发相关成本均为模具采购成本。

公司模具业务包括模具开发、模具采购、模具领用和模具销售四个环节，具体的业务及对应的会计处理说明如下：

① 模具开发环节

公司将模具开发交由零部件供应商完成。模具开发阶段，公司根据天窗原型设计图纸对模具需求进行初步判断，厘定模具清单。

② 模具采购环节

报告期内，模具均为公司直接向零部件供应商采购的生产用模具，因此模具成本均为模具采购成本。

天窗总成装配过程中需要用到多种零部件，相关零部件模具并不能在同一时间开发完成；因此，在客户验收合格或对应项目通过生产件批准程序(PPAP)之前，相关模具归集于“存货”核算。于客户验收合格或对应项目通过生产件批准程序(PPAP)时，自归集于“存货”的该项目的模具组合一并结转至“营业成本”或“长期待摊费用”。

③ 模具领用环节

1) 技术研发阶段

公司以生产试验作为技术验证场景，获得特定工艺技术成果或验证相关功能设计成果，并取得相关专利技术。因此在研发项目的验证阶段，公司通常以试制生产场景作为试验条件。对于用以工艺性技术试验的模具以试制时间为基础，按照模具整体预计受益期限，将使用成本摊销至“研发费用”。

2) 产品量产阶段

<1> 若客户承担模具费并买断模具所有权，于客户验收合格或生产件批准程序(PPAP)时，将模具成本由“存货”结转至“营业成本”。

<2> 若客户不承担模具成本，会计处理方式如下：

根据《企业会计准则》及其指南的相关规定，长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在1年以上(不含1年)的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期摊销。

公司在开发模具时，根据模具对应的产品生命周期及生产经验预计模具的使用寿命。具体来说：在模具通过生产件批准程序(PPAP)后，公司将项目对应的模具组合全部由“存货”转入“长期待摊费用”。计入“长期待摊费用”的模具费

以预计产量为基础，按照 3 到 5 年摊销。

④ 模具销售环节

对于模具销售业务，在客户验收合格或对应项目通过生产件批准程序(PPAP)时，依据约定合同价格确认收入。

公司按照《企业会计准则》相关规定，对模具销售合同的履约义务进行判断，模具收入确认分为以下两种方式：

1)全部销售：本公司按照客户要求完成模具开发，公司将模具直接销售给客户，客户拥有该生产模具的所有权，公司依照约定使用该模具生产产品销售给客户，将来产品价格中不含模具费用。这种模式下，该类模具销售确认为单项履约义务，当模具开发结束并进入 PPAP 阶段，即开发的模具验收合格，公司此时确认模具开发收入，同时结转模具成本。

2)摊销确认：公司按照客户要求完成模具开发，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司付款，剩余价款在以后的产品价格中体现，模具开发和产品销售的对应价收回若被判断为相互依附，本公司将该类型模具销售认定为非单项履约义务，在本公司已经收取了合同对价或已经取得了无条件收取合同对价权利时确认为合同负债，并随着商品销售的同时确认收入，模具成本随产品销售同步结转。

全部销售类型的模具收入对应成本结转至其他业务成本，摊销确认类型的模具收入相关成本随着商品销售结转计入主营业务成本。

⑤ 模具效益跟踪环节

模具投入量产后，公司对模具的使用状态持续进行评估，当其对应的产品已停止生产或者出现损坏时，预计该模具无法产生经济效益时，则将剩余价值一次性摊销计入损益。

(2)模具开发相关的成本费用、与模具相关的收入及摊销的账务流转过程

报告期内，研发费用中试验模具费包括功能或工艺技术验证过程中的试验

模具耗用和工艺技术验证过程中模具改装试验费用，具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
模具摊销费	186.28	752.56	728.81	563.27
模具调整与改装	9.90	30.91	94.23	47.51
合计	196.18	783.47	823.04	610.78

研发费用中的模具耗用均为试制阶段的模具耗用，具体结转过程如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月							
类别	期初余额	本期增加	本期转入研发费用	本期转入长期待摊费用	本期结转模具成本	其他转出	期末余额
生产用模具	3,436.59	1,666.53	186.28	1,751.77	87.70	-	3,077.37
2022 年度							
类别	期初余额	本期增加	本期转入研发费用	本期转入长期待摊费用	本期结转模具成本	其他转出	期末余额
生产用模具	3,046.34	7,665.20	752.56	5,843.74	678.65	-	3,436.59
2021 年度							
类别	期初余额	本期增加	本期转入研发费用	本期转入长期待摊费用	本期结转模具成本	其他转出	期末余额
生产用模具	3,575.89	4,572.92	728.81	4,324.16	49.50	-	3,046.34
2020 年度							
类别	期初余额	本期增加	本期转入研发费用	本期转入长期待摊费用	本期结转模具成本	其他转出	期末余额
生产用模具	6,096.83	3,196.42	563.27	3,106.40	1,905.25	142.44	3,575.89

2020 年至 2023 年 6 月各期，发行人生产的天窗类型更加多样化，为满足生产需求，增加了与之适应的模具投入。随着发行人业务规模不断增加，市场地位的不断上升，发行人在应用技术和生产技术上与市场适配度日益提高。技术中心着力提升天窗零部件的通用性，加强零部件的集成效应以精简装配工艺，以设计为源头实现降本增效，逐渐增强模具通用化程度降低开模成本。

2023 年 1-6 月摊销至“研发费用”中的模具费用相对减少，主要是当期工艺性技术试验研究减少所致。

3、结合模具开发周期、库龄情况说明存货中存在较大金额模具的原因、是否符合行业特征

模具投入是产品实现量产销售的前置环节，模具投产后公司需依据客户的生产进度逐步配套量产，因此从模具对应的零件试配完成到通过生产件批准程序(PPAP)存在一定时间间隔。

发行人与模具开发的节点可以分为：①从发出模具需求到评审方案通过，一般为 2-3 周；②从模具制作到提供样品零件，一般为 8-10 周；③从样品试配到试配验收(含模具修整及设计变更)，一般为 2-4 周。模具开发总体需要 3-4 个月左右。天窗试配完成后，存在整车厂对天窗提出新的设计要求的情形或者整车厂的生产计划发生变动的情形，因此天窗试配验收与公司通过生产件批准程序(PPAP)存在一定时间间隔。对于暂未通过生产件批准程序(PPAP)的模具归集于“存货”进行核算。

报告期各期末，发行人存货中的模具均为等待通过生产件批准程序(PPAP)的生产用模具，具体情况如下：

单位：万元

模具	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	合计	1年以内占比
2023年6月30日	3,077.37	-	-	-	3,077.37	100.00%
2022年12月31日	3,199.85	217.79	18.95	-	3,436.59	93.11%
2021年12月31日	2,886.14	160.20	-	-	3,046.34	94.74%
2020年12月31日	2,022.98	1,552.91	-	-	3,575.89	56.57%

由于整车厂新车型的开发进度和量产进度安排与实际情况存在差异，模具开发后并未立即通过生产件批准程序(PPAP)进入量产阶段，导致归集于“存货”之下的模具并不能于发生当年全部结转完毕。

报告期各期末，归集于“存货”的模具基本于期后通过生产件批准程序(PPAP)并结转至对应科目，各期末模具库龄主要分布在 1 年以内。

同行业可比公司和其他单独披露在制模具的汽车零部件公司，各期末于存货中核算的“在制模具”情况：

单位：万元

项目	项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
一、同行业可比公司					
新泉股份	模具	73,138.68	69,901.54	66,359.35	52,692.57
	存货	192,722.55	175,173.02	148,326.99	110,000.27
	占比	37.95%	39.90%	44.74%	47.90%
二、同行业其他可比公司					
常熟汽饰	模具	34,431.38	25,054.45	26,962.73	23,657.12
	存货	76,535.08	62,786.30	49,575.97	43,040.32
	占比	44.99%	39.90%	54.39%	54.97%
博俊科技	模具	36,468.37	29,500.28	13,523.34	11,326.06
	存货	86,535.64	65,612.93	30,202.57	21,295.42
	占比	42.14%	44.96%	44.78%	53.19%
平均值	模具	48,012.81	41,485.42	35,615.14	29,225.25
	存货	118,597.76	101,190.75	76,035.18	58,112.00
	占比	40.48%	41.00%	46.84%	50.29%
公司	模具	3,077.37	3,436.59	3,046.34	3,575.89
	存货	38,491.30	35,970.78	39,425.34	33,358.81
	占比	7.99%	9.55%	7.73%	10.72%

注：星宇股份、继峰股份、天成自控、金钟股份未单独披露在制模具的相关数据

同行业可比公司和其他单独披露在制模具的汽车零部件公司均存在于“存货”之下归集核算长期待摊费用“在制模具”的情形，新泉股份、常熟汽饰、博俊科技存货中“在制模具”占比均高于发行人，主要原因为，前述三家公司均单独设立专门从事模具经营的子公司，其生产的模具一部分是其集团其他单位的生产用模具，一部分是用以对外销售的商品模具。因此，公司有关模具的会计核算方法与同行业一致，“在制模具”占存货余额的比例差异受不同的经营模式影响。

(二)说明长期待摊费用的具体构成，摊销金额、起止时点、期限的确定方式，是否符合《企业会计准则》规定及行业惯例。

1、长期待摊费用的具体构成

报告期内，公司长期待摊费用包括模具费、可回收包装、装修费、设备改造费，该科目核算已经发生但应由本期和以后各期负担的、分摊期限在一年以上的各项费用，按受益期或规定的期限内分期摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。其中，“长期待摊费用”之下“模具费”核算已通过客户准生产件批准程序 (PPAP) 的项目对应的模具组合及其摊销；“可回收包装”核算仓储运输过程中可以重复使用的铁笼、装转箱及天窗陈放器具及其摊销；“装修费”核算办公区域装修费及其摊销；“设备改造费”核算生产线重新布局以提升效率的改善性费用及其摊销。

报告期各期，公司长期待摊费用的具体构成情况如下：

单位：万元

2023年6月30日					
项目	期初余额	本期增加	本期摊销	其他减少	期末余额
模具费	6,445.60	1,751.77	1,846.22	-	6,351.15
可回收包装	1,132.55	241.49	372.84	-	1,001.20
装修费	419.37	21.12	149.16	-	291.33
设备改造费	211.54	-	19.70	-	191.84
合计	8,209.06	2,014.38	2,387.92	-	7,835.52
2022年12月31日					
项目	期初余额	本期增加	本期摊销	其他减少	期末余额
模具费	4,503.53	5,843.74	3,893.72	7.95	6,445.60
可回收包装	1,127.09	701.79	696.33	-	1,132.55
装修费	463.86	166.76	211.25	-	419.37
设备改造费	163.81	130.77	83.04	-	211.54
合计	6,258.29	6,843.06	4,884.34	7.95	8,209.06
2021年12月31日					

项目	期初余额	本期增加	本期摊销	其他减少	期末余额
模具费	3,627.21	4,324.16	3,052.29	395.55	4,503.53
可回收包装	780.61	863.20	516.72	-	1,127.09
装修费	27.50	502.34	65.98	-	463.86
设备改造费	44.09	169.44	49.73	-	163.80
合计	4,479.41	5,859.14	3,684.72	395.55	6,258.28
2020 年 12 月 31 日					
项目	期初余额	本期增加	本期摊销	其他减少	期末余额
模具费	2,583.69	3,106.40	2,062.88	-	3,627.21
可回收包装	311.90	650.90	182.19	-	780.61
装修费	-	30.00	2.50	-	27.50
设备改造费	63.65	24.34	43.90	-	44.09
租赁费	4.01	-	4.01	-	-
合计	2,963.25	3,811.64	2,295.48	-	4,479.41

2、长期待摊费用摊销金额、起止时点、期限的确定方式，是否符合《企业会计准则》规定及行业惯例

(1) 长期待摊费用摊销金额、起止时点、期限的确定方式

长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期摊销，如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。公司长期待摊费用在受益期或规定的期限内分期摊销。

① 模具费

计入“长期待摊费用”的模具费于项目量产(PPAP)后转入，并在批量生产中使用的模具组合。公司以通过生产件批准程序(PPAP)作为摊销开始日，根据模具组合预计的天窗产量、经济寿命、约定分摊期限等因素确认模具的摊销期限，摊销期限通常为 3-5 年，在摊销期限内的按照预计产量分期摊销。

② 可回收包装

可回收包装为天窗仓储运输过程中的周转材料和器具物。公司以可回收包装领用时间作为摊销开始日，对其未来受益期限进行预估，在受益期内采用直线法进行摊销，摊销期限为3年。

③ 装修费

装修费为办公区域的装修工程费用。公司以装修工程验收时间作为摊销开始日，对其未来受益期限进行预估，在受益期内采用直线法进行摊销，摊销期限为3-5年。

④ 设备改造费

设备改造费为生产线重新布局以提升效率的改善性费用，通常从施工到验收时间较短。公司以生产线改造验收时间作为摊销开始日，对其未来受益期限进行预估，在受益期内采用直线法进行摊销，摊销期限为3-5年。

(2) 是否符合《企业会计准则》规定及行业惯例

根据《企业会计准则》的相关规定，“长期待摊费用”用于核算企业已经支出，且摊销期限在1年以上(不含1年)的各项费用。在受益期内合理摊销。

同行业可比公司长期待摊费用的摊销方法如下：

公司名称	摊销方法和具体内容
新泉股份	长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。 核算内容主要包括：装修费，在受益期内平均摊销，摊销年限为5年。
星宇股份	长期待摊费用按其受益期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。 核算内容主要包括：模具、改造及装修费、工装。有关模具，公司根据模具使用寿命按下述标准确定摊销期限①模具使用寿命<10万次(含10万次)摊销期限为12个月，列报于其他流动资产；②模具使用寿命>10万次，摊销期限为24个月，列报于长期待摊费用；

公司名称	摊销方法和具体内容
继峰股份	长期待摊费用核算本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司长期待摊费用在受益期内平均摊销。 核算内容主要包括：租赁建筑物改造、包装物、借款服务费、土地摊销费、软件维护费等
天成自控	长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在1年以上(不含1年)的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。 核算内容主要包括：使用权资产的改良支出、厂房出租服务费。
金钟股份	长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在1年以上(不含1年)的各项费用，包括装修费、车间改造等。长期待摊费用的项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。 核算内容为：①装修费，按直线法摊销，摊销期限为5年；②车间改造，按直线法摊销，摊销期限为5年；③模具，按直线法摊销，摊销期限为2年；④土地，按直线法摊销，摊销期限为50年；

注：上述信息来自于公开披露的年报或招股说明书

有关模具，同行业可比公司及其他汽车零部件公司的摊销核算方法为：

公司名称	核算科目	摊销方法
一、同行业可比公司		
新泉股份	存货	若主机厂不单独支付模具款，按主机厂合同约定分摊数量分摊；若无合同约定，左置车型按5万次分摊，右置车型按1万次分摊。在产品PPAP之前发生的模具改模费及修模费，并入模具合同总价进行核算，在产品PPAP之后发生的模具改模费及修模费计入当期损益。
二、同行业其他可比公司		
标榜股份	长期待摊费用	在模具通过试生产后公司将模具由“存货”转入“长期待摊费用”，并按照平均年限法在摊销期(36个月)进行摊销。生产用模具计入“长期待摊费用”的初始确认时点为通过试生产时

公司名称	核算科目	摊销方法
		点，即达到预定可使用状态的时点，初始确认依据为模具投产通知单及模具验收单。
宏鑫科技	长期待摊费用	模具费，公司按照预计可使用期限 36 个月直线摊销
公司	长期待摊费用	在项目通过 PPAP 时，公司将模具组合由“存货”转入“长期待摊费用”，计入“长期待摊费用的”模具费以预计产量为基础摊销，摊销期限为 3 到 5 年。

注：上述信息来自于公开披露的年报或招股说明书

综上，公司关于长期待摊费用摊销金额、起止时点、期限的确定方式符合《企业会计准则》规定及行业惯例。

二、中介机构核查意见

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、访谈相关管理人员，了解模具开发过程、承担的工作，分析发行人模具设计制造能力；
- 2、查阅《企业会计准则》并结合相关业务过程，分析并复核发行人对模具业务的会计处理方式是否符合《企业会计准则》的相关规定；
- 3、获取发行人长期待摊费用明细，检查长期待摊费用中主要的模具明细及对应的项目订单和预计产量情况，分析发行人长期待摊费用摊销金额、起止时点、期限的确定方式的合理性；
- 4、查阅同行业可比公司公开披露信息，复核并分析发行人存货中模具金额较大的原因、各期末模具库龄的形成原因，分析与公司实际经营情况的匹配性，与行业特征的相符性；
- 5、查阅《企业会计准则》、同行业可比公司公开披露信息，复核并分析发

行人对长期待摊费用摊销金额、起止时点、期限的确定方式是否符合《企业会计准则》规定及行业惯例。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期各期发行人模具的设计和制造均委托零部件供应商完成，发行人对模具的开发过程进行监督和管理。发行人按照业务环节的匹配关系对模具开发相关的成本费用、与模具相关的收入及摊销进行会计处理，符合《企业会计准则》的相关规定；

2、发行人归集于存货中的模具金额较大与其实际经营情况相符，符合行业特征；

3、长期待摊费用的摊销金额、起止时点、期限的确定方式，符合《企业会计准则》规定及行业惯例。

问题 16、关于固定资产

申请文件显示：

(1)报告期各期末，发行人固定资产中机器设备原值分别为 23,113.70 万元、31,340.50 万元和 36,114.34 万元。发行人称其固定资产分布特征及变动情况与业务量和经营规模相匹配，但未结合量化数据予以说明。

(2)报告期各期末，发行人在建工程账面价值分别为 3,156.44 万元、1,867.22 万元和 1,506.15 万元，大额在建工程转入固定资产主要系公司各生产基地生产线及相关设备达到预定可使用状态；除了湖州基地 PU 自动化产线项目外，不存在减值迹象。

请发行人：

(1)说明发行人主要生产工序对应的机器设备内容，机器设备原值变动与产能变动的匹配关系，固定资产/机器设备投资效率与同行业可比公司的比较情

况，如存在较大差异请分析原因。

(2)说明湖州基地 PU 自动化产线项目存在减值迹象的具体情况、减值准备计提的充分性；在建工程达到预定可使用状态的判断依据，转固时点的准确性，是否存在长期停工、或先期投入使用情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对固定资产、在建工程的执行的核查方法、核查比例和核查结论。

回复

一、发行人说明

(一)说明发行人主要生产工序对应的机器设备内容，机器设备原值变动与产能变动的匹配关系，固定资产/机器设备投资效率与同行业可比公司的比较情况，如存在较大差异请分析原因。

1、发行人主要生产工序对应的机器设备内容

天窗生产工序分为：天窗分总成装配、天窗总成装配、下线前功能质量检测。其中，天窗分总成装配主要包括：玻璃系统分总成、运动及驱动系统分总成、遮阳及卷帘系统分总成、基础框架系统分总。为保证天窗达到预期的性能与效果，天窗总成下线前的功能质量检测比率为 100%。

截至 2023 年 6 月 30 日，发行人机器设备原值为 36,314.61 万元，其中实验专用设备原值为 1,716.62 万元，2023 年 6 月 30 日公司主要生产工序对应的机器设备内容具体如下：

单位：万元

主要生产工序	工序主要内容	主要机器设备	原值
玻璃系统分总成预装	PU、底涂	PU 清洁底涂机、恒温箱、整形机等	9,432.79
遮阳及卷帘系统分总成预装工序	帘布双侧缝线等	自动化双侧缝设备等	1,411.18
天窗总装生产线	天窗总成装配	装配工艺机器人、检测台等	21,397.86
功能质量检测	异响检测	静音房、防夹力传感器	640.55
辅助设备	多工序通用设备	烘干、干燥设备、电动	710.13

		扭矩枪等	
其他设备	其他公共设备	冷风机、空压机等	1,005.48
合计			34,597.99

其中，截至 2023 年 6 月 30 日，发行人拥有的净值 500 万元以上的天窗总装生产线情况如下：

单位：万元

序号	固定资产	原值
1	成都基地-C301/N60/N61 全景天窗生产线	2,229.12
2	上海基地-顶装全景天窗通用 1 线	1,282.05
3	上海基地-全景天窗通用 2 线	824.00
4	天津基地-全景天窗通用 1 线	690.00
5	吉林基地-HS5Y/C100 全景天窗自动化产线	814.00
6	湘潭基地-全景天窗通用 3 线	640.00
7	湘潭基地-全景天窗通用 2 线	585.81
8	吉林基地-C100 全景天窗自动化产线	583.72
合计		7,648.70

2、机器设备原值变动与产能变动的匹配关系

报告各期机器设备原值与产能的匹配关系如下：

项目	2023-6-30 /2023 年 1-6 月		2022-12-31 /2022 年度		2021-12-31 /2021 年度		2020-12-31/ 2020 年度
	数值	波动率	数值	波动率	数值	波动率	数值
机器设备原值(万元)	36,314.61	0.55%	36,114.34	15.23%	31,340.50	35.59%	23,113.70
产能(台)	1,150,991.45	/	2,146,782.00	9.53%	1,960,081.00	30.76%	1,498,992.00
单位机器设备原值的对应产能(台/万元)	63.57	-0.13%	63.65	-11.58%	71.99	6.54%	67.57

注：单位机器设备原值的对应产能=产能*2/(期初机器设备原值+期末机器设备原值)；2023 年 1-6 月单位机器设备原值的对应产能已年化处理。

报告期内，公司机器设备原值变动与产能变动保持较为匹配的关系。

(1)2021 年相较于 2020 年的变动趋势分析

2021 年，机器设备原值的变动比率与产能变动比率趋势基本一致，单位机器设备原值的对应产能 2021 年较 2020 年提升比率为 6.54%，主要是总装线投入的同时对产线在生产基地间的优化配制导致 2021 年生产能力较 2020 年有所增强。

(2)2022 年相较于 2021 年的变动趋势分析

2022 年，机器设备原值较 2021 年增加 15.23%，产能较 2021 年增加 9.53%，机器设备原值增加与产能保持同一趋势增长，但 2022 年机器设备原值变化幅度带来的产能变化幅度较 2021 年相对收窄，单位机器设备原值的对应产能较 2021 年下降 11.58%且低于 2020 年的水平。主要是天津工厂于 2022 年第四季度陆续投入生产设备 1,244.49 万元，因为投入时间较短相关机器设备于 2022 年形成的产能较小。

(3)2023 年 1-6 月相较于 2022 年的变动趋势分析

2023 年 1-6 月，机器设备原值较 2022 年增加 0.55%，产能年化后较 2022 年略有增加，单位机器设备原值的对应产能基本与 2022 年基本持平。

因此，发行人按照生产安排对机器设备进行投入，产能的变动受机器设备于当年投入时间的影响，同时也受产能配置的影响。报告期各期，机器设备原值变动与产能变动相匹配。

3、固定资产/机器设备投资效率与同行业可比公司的比较情况

单位：万元

项目		2023.06.30 /2023 年 1-6 月	2022.12.31 /2022 年度	2021.12.31 /2021 年度	2020.12.31 /2020 年度
新泉股份	机器设备原值(万元)	209,498.17	168,600.40	134,106.52	110,181.80
	营业收入(万元)	463,217.60	694,669.50	461,270.00	368,048.92
	单位机器设备收入贡献	4.90	4.59	3.78	3.76
星宇股份	机器设备原值(万元)	235,415.73	216,378.27	193,677.90	158,337.96

项目		2023.06.30 /2023 年 1-6 月	2022.12.31 /2022 年度	2021.12.31 /2021 年度	2020.12.31 /2020 年度
	营业收入(万元)	442,461.66	824,799.46	790,944.96	732,271.51
	单位机器设备收入贡献	3.92	4.02	4.49	5.32
天成自控	机器设备原值(万元)	69,977.60	68,424.71	59,063.77	52,130.44
	营业收入(万元)	62,815.51	142,486.46	170,371.87	142,771.77
	单位机器设备收入贡献	1.82	2.24	3.06	2.88
金钟股份	机器设备原值(万元)	24,321.40	19,197.61	14,910.42	10,190.47
	营业收入(万元)	40,600.30	72,920.99	54,947.68	39,646.85
	单位机器设备收入贡献	3.73	4.28	4.38	4.37
继峰股份	机器设备原值(万元)	366,799.41	338,913.62	294,994.93	299,107.56
	营业收入(万元)	1,043,577.35	1,796,680.19	1,683,199.08	1,573,274.96
	单位机器设备收入贡献	5.92	5.67	5.67	5.43
可比公司 平均值	机器设备原值(万元)	181,202.46	162,302.92	139,350.71	125,989.65
	营业收入(万元)	410,534.48	706,311.32	632,146.72	571,202.80
	单位机器设备收入贡献	4.78	4.68	4.76	4.89
发行人	机器设备原值(万元)	36,314.61	36,114.34	31,340.50	23,113.70
	营业收入(万元)	96,803.09	202,094.37	169,365.96	131,666.34
	单位机器设备收入贡献	5.35	5.99	6.22	5.94

注 1：机器设备原值总额=固定资产中机器设备原值+使用权资产中机器设备原值；

注 2：单位机器设备收入贡献=营业收入 *2/(期初机器设备原值总额+期末机器设备原值总额)；

注 3：2023 年 1-6 月对应单位机器设备收入贡献已年化处理。

报告期内，公司单位机器设备收入贡献分别为 5.94、6.22、5.99、5.35，平均保持在 5.87 左右，其中 2023 年 1-6 月单位机器设备收入贡献年化后较 2022 年低主要因为收入情况上、下半年因行业惯例存在发生不均衡所致。发行人单位机器设备收入贡献高于同行业可比公司同期指标。

发行人十分注重生产线柔性化建设，根据产品的类型以及工艺过程，开发

了可融合多种工艺过程的通用型生产线。具体包括：

- (1) 每个工位采用标准化和可快速换型的工装形式；
- (2) 关键工位采用机器人标准化整体工装换型，可根据天窗产品自动灵活切换产品；
- (3) 生产线软件开放了端口，可实现快速增加新产品；
- (4) 各个工位和机器人工装实现了标准化。

目前发行人现有的天窗生产线兼容了市场上大部分类型的天窗生产所需的工艺，并对关键生产环节配备机器人进行辅助智能自动化生产，可根据客户需求波动，快速调整人员和装配设置，达到不同项目天窗产品在同一生产线上的柔性化生产，实现高效率、高灵活性的生产过程。因此，发行人单位机器设备收入贡献高于可比公司平均值。

(二)说明湖州基地 PU 自动化产线项目存在减值迹象的具体情况、减值准备计提的充分性；在建工程达到预定可使用状态的判断依据，转固时点的准确性，是否存在长期停工、或先期投入使用情形。

1、说明湖州基地 PU 自动化产线项目存在减值迹象的具体情况、减值准备计提的充分性。

截至 2023 年 6 月 30 日，在建工程中 PU 自动化产线项目计提减值准备共计 36.80 万元，具体情况如下：

单位：万元

工程项目名称	原值	减值准备	净值	减值准备计提比例
昆山欧地希 PU 自动化产线	36.50	36.50	-	100.00%
PU 自动化产线设备-安川机器人	37.09	37.09	-	100.00%
合计	73.59	73.59	-	100.00%

“昆山欧地希 PU 自动化产线”系由昆山欧地希机电科技有限公司承建的 PU 自动化生产线。昆山欧地希机电科技有限公司主要负责产线设备配制、工艺流

程配制、产线设备功能配制。昆山欧地希 PU 自动化产线合同总金额为 91.25 万元，截至 2022 年 12 月 31 日公司支付生产线建设的进度款共计 36.50 万元。公司按照《企业会计准则-附录 会计科目和主要账务处理》的相关规定，将前述金额计入在建工程。因后续 PU 自动化生产线验收分歧，2022 年 10 月，昆山欧地希机电科技有限公司向公司提起诉讼(案号：(2022)沪 0118 民初 17877 号)。

“PU 自动化产线设备-安川机器人”系公司提供予昆山欧地希机电科技有限公司用以调试其所承建的 PU 自动化生产线的设备，该设备是由发行人单独采购，拟与 PU 自动化生产线配套使用的设备，所有权为发行人。发行人与昆山欧地希机电科技有限公司对 PU 自动化生产线验收发生分歧后，昆山欧地希机电科技有限公司扣留了前述设备不予归还。

2022 年 12 月 31 日，前述产线并未交付，考虑虽与供应商的合作关系明显恶化但已建部分的 PU 自动化生产线仍然具有重新改造价值，公司按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，对已确认的在建工程计提 50%的减值准备；对于借予昆山欧地希机电科技有限公司用以调试产线的“PU 自动化产线设备-安川机器人”，发行人管理层考虑其可收回性，对已确认的在建工程计提 50%的减值准备，共计提减值准备 36.80 万元。

2023 年 4 月，江苏省昆山市人民法院受理了昆山欧地希机电科技有限公司的破产申请(案号：(2023)苏 0583 破申 101 号)，公司考虑“昆山欧地希 PU 自动化产线”和“PU 自动化产线设备-安川机器人”的可回收性，截至 2023 年 6 月 30 日已对其账面金额 100%计提减值准备，共计 73.59 万元。

综上，发行人对湖州基地 PU 自动化产线的减值迹象判断及时、谨慎，并充分计提了减值准备。

2、在建工程达到预定可使用状态的判断依据，转固时点的准确性。

发行人制定了《固定资产管理办法》，公司将固定资产分为“实物收货”、“固定资产预验收”、“固定资产终验收”等 3 个环节进行业务流程管理，保证在建工程转固时点的准确性。

发行人以“固定资产终验收”作为在建工程达到预定可使用状态的判断依据，关于固定资产终验收的规定如下：

(1)资产到货交付使用日期开始计算三个月内完成终验收，或按合同约定。如遇新产品采购资产或新项目采购资产等特殊情况，终验收时间最长不得超过六个月。有特殊情况的，需定期向财务部进行报备说明。

(2)在提交固定资产终验收申请同时，申请人应上传提交完整备份资产资料，包含但不限于采购申请单复印件、采购合同原件、采购发票复印件、可行性分析报告、技术协议、数据图档、电气控制原理图、使用说明书、维护手册、设备程序(PLC/IO)光盘或 USB 储存、备品备件清单、CMK 设备能力指数分析报告、变更履历、操作培训记录、资产移交记录、供应商联系表、会议纪要(微信、邮件往来记录等)及其它附带技术资料)等，如相关资产有其他涉及项则必须按规定提交。

(3)《资产验收申请流程》是资产由试用阶段转入固定资产台账管理阶段的唯一标志，验收单应详细说明是否符合资产购置技术及性能要求，填写时必须按完整的明细资产清单填写(合同附件)。如是项目型改造的验收，必须列明采购固定资产清单，每项固定资产务必于《资产验收申请流程》中注明出厂编号，像叉车等特种设备，需在验收报告中注明特种设备编号，便于固定资产卡片与实际资产对应。

报告期新增固定资产与在建工程转固的匹配情况如下：

单位：万元

时间	固定资产原值增加				在建工程减少			是否匹配
	无需安装的资产	在建工程转入	其他	合计	转入固定资产	转入无形资产	合计	
2023 年 1-6 月	200.17	431.50	-	631.67	431.50	-	431.50	是
2022 年度	1,204.92	3,923.85	8.81	5,137.58	3,923.85	787.33	4,711.18	是
2021 年度	1,669.58	6,995.32	20.88	8,685.78	6,995.32	-	6,995.32	是
2020 年度	290.62	2,663.10	-	2,953.72	2,663.10	28.62	2,691.72	是

报告期内，公司固定资产原值增加中在建工程转入金额与在建工程减少中

转入固定资产金额一致。

报告期内，公司大额在建工程项目验收及转固情况如下：

单位：万元

序号	所属公司	在建工程名称	转固金额	开始建设年份	是否及时转固
2022 年度					
1	吉林毓恬冠佳	克劳斯玛菲 PU 模架	530.00	2022 年	是
2	天津毓恬冠佳	CC02&AC01 B16 CHB027 V61 全景天窗自动化产线	690.00	2022 年	是
2021 年度					
1	上海毓恬冠佳	AS28-AS32 全景天窗专线(十二线)	710.00	2020 年	是
2	湘潭毓恬冠佳	全景三线	600.00	2020 年	是

注：上表在建工程主要项目的统计口径为转固金额不少于 500 万元的在建工程项目。

2023 年 1-6 月发行人无转固金额高于 500 万元的在建工程项目。

报告期内，发行人在建工程主要项目均经过外部或者内部相关部门的验收，验收程序完整，并在验收完成后及时转固，转固时点具备准确性。

3、是否存在长期停工、或先期投入使用情形。

发行人按照《固定资产管理办法》，对公司固定资产的日常管理进行规范。公司财务部、采购部和固定资产使用部门于报告期每年年末对固定资产进行实地盘点，核对资产规格型号、存放地点，核查资产数量、质量情况等。

报告期各期末，中介机构对报告期内公司大额关键固定资产执行了监盘抽盘程序，检查资产使用状况，关注是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情形；实施从实物到账、账到实物的双向检查，以测试盘点表的完整性和准确性。报告期各期末，监盘比例达到 83.58%、80.48%、84.27%、82.44%。各报告期末盘点过程中，公司固定资产状况良好，账实相符，未发现盘点差异，无重大毁损、

闲置(除已计提跌价的在建工程外)情况。

报告期内除前述湖州基地 PU 自动化产线项目之外，发行人不存在固定资产、在建工程长期停工或先期投入使用的情形。

二、中介机构核查说明

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

- 1、了解、评估与固定资产相关的内部控制，并测试关键控制的执行有效性；
- 2、取得并查阅了发行人固定资产清单，访谈发行人生产部门相关人员，了解产品主要生产工序、生产设备的主要效用，分析并复核发行人对“主要生产工序对应机器设备内容”分类及统计的准确性；
- 3、取得并查阅发行人产能、产量数据，访谈发行人生产部门相关人员，了解报告期内产能分布及生产安排，分析并复核发行人对“机器设备原值变动与产能变动的匹配关系”的说明与分析的准确性、合理性；
- 4、获取发行人报告期内各期固定资产、在建工程新增及转固清单，采用抽样的方式检查与报告期内新增在建工程或固定资产相关的支持性文件，包括采购合同或订单、验收单、采购发票等，确认在建工程或固定资产入账金额和入账时间与合同约定及实际情况是否保持一致；
- 5、了解在建工程达到预定使用状态的判断依据以及账务处理情况，判断发行人在建工程竣工验收转固定资产或无形资产的时点是否合理；
- 6、获取并复核发行人在建工程明细，检查在建工程入账的完整性和转固的及时性。
- 7、访谈发行人管理层，了解并查阅发行人判断固定资产、在建工程是否存在减值迹象的内外部信息，结合经营情况、资产使用情况等信息，评估管理层对减值迹象的判断是否恰当；
- 8、实施监盘程序，对发行人固定资产进行盘点记录，了解发行人主要固定

资产的用途和使用状态，是否存在报废或闲置的情况，检查具体情况如下：

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
监盘抽盘比例	82.44%	84.27%	80.48%	83.58%
盘点结果账实相符情况	账实相符	账实相符	账实相符	账实相符

9、查阅同行业可比公司披露的公开信息，分析并复核发行人对“固定资产/机器设备投资效率与同行业可比公司的比较”的说明与分析的准确性、合理性。

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人对主要生产工序对应的机器设备内容的说明具有真实性、合理性；报告期内，机器设备原值变动与产能变动相匹配；报告期内，发行人固定资产/机器设备投资效率与同行业可比公司相比不存在重大差异，与公司自身经营规模相匹配；

2、发行人对湖州基地 PU 自动化产线项目存在减值迹象的具体情况说明真实、准确并充分计提了相关资产的减值准备；

3、报告期各期发行人对在建工程达到预定可使用状态的判断依据合理，转固时点准确。报告期各期末，发行人履行了盘点程序，申报会计师实施了监盘程序，报告各期末在建工程不存在长期停工、或先期投入使用情形。

问题 17、关于其他事项

申请文件显示：

(1)报告期各期，发行人其他业务收入分别为 4,418.16 万元、1,135.86 万元、2,194.95 万元，与主营业务收入变动趋势存在一定差异。发行人其他业务收入主要为模具开发收入和废料收入。

(2)发行人招股说明书特别提醒投资者注意“第三节 风险因素”章节中的宏观经济及汽车行业周期性波动的风险、市场竞争风险、控股股东实际控制人控制

不当的风险、公司规模扩张带来的控制风险、应收账款发生坏账的风险，但表述缺乏针对性。

(3)报告期各期，发行人所得税费用分别为 802.91 万元、819.45 万元、3,104.09 万元，2022 年度所得税费用较高主要系未确认可抵扣亏损和子公司税率差异对所得税费用的影响。

(4)报告期各期，发行人主营业务成本中履约成本金额分别为 4,533.91 万元、7,302.30 万元、6,700.09 万元。

请发行人：

(1)说明其他业务收入的具体内容，模具收入与验收数量的匹配关系；废料(或副产品)销售量、产生量与发行人产量的匹配关系，废料销售的会计处理、是否归集了其他业务成本，是否符合《企业会计准则》规定。

(2)结合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》要求说明题述事项及其表述是否具有重大性、针对性，结合有关量化数据或具体依据、迹象等提升风险提示章节的针对性。

(3)说明未确认可抵扣亏损和子公司税率差异的背景，会计处理及是否符合《企业会计准则》，所得税费用归集区间是否准确。

(4)说明主营业务成本中履约成本的具体内容，发行人与客户约定的提货方式、运费承担方式，运费支出、包装及周转材料耗用与发行人生产经营规模变化的匹配关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复

一、发行人说明

(一)说明其他业务收入的具体内容，模具收入与验收数量的匹配关系；废料(或副产品)销售量、产生量与发行人产量的匹配关系，废料销售的会计处理、是否归集了其他业务成本，是否符合《企业会计准则》规定。

1、其他业务收入的具体内容

报告期内公司其他业务收入主要核算内容为模具收入、开发及咨询费收入、废料收入，具体情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
模具收入	477.00	1,628.79	603.83	3,760.05
开发及咨询费收入	304.40	390.30	359.29	487.27
废料收入	84.74	175.86	160.70	133.79
其他	15.55	-	12.04	37.05
合计	881.69	2,194.95	1,135.86	4,418.16

(1)模具收入的结算模式

①公司在新车型竞标成功后与客户签订定点函/提名信，公司全权完成天窗设计并拟定天窗零部件技术功能参数后，委托供应商根据公司的零部件设计方案及相关结构参数对相关模具进行开发与制造。客属模具开发完成经零件适配且相关产品通过客户 PPAP 认证后，公司据此确认模具收入并使用上述模具为客户生产天窗零部件。

②实务中，存在客户因其设计或生产需要主动要求调整天窗的个别零部件组成部分，这种情况下，公司一般会根据客户的需求对相应的模具进行修改和调整，并在该零部件组成通过客户认证后确认相关的模具收入。

③若客户对天窗的实际需求未达到预期，公司为降低损失向客户提出补偿措施，双方达成一致意见后，如是对模具进行补偿，该部分确认模具收入。

(2)报告期内模具收入情况

相对产品而言模具具有一定的专用属性，且是天窗生产过程中必不可少的生产性辅助器械。通常天窗项目从中标并签订定点函/提名信到 PPAP 认证要经过开发和测试过程，同时也受整车厂新车型的开发进度和量产进度的影响。在天窗项目承接过程中，市场部综合考虑未来天窗的销售情况，项目的成本效益，项目量产时间等主观、客观因素，针对天窗在制造过程中的模具是否单独作为

业务与客户进行商业谈判，模具组的价格标的受其开发难度、通用性、谈判能力等相关因素影响与对应项目的产品产量没有直接联系。因模具的专用属性，生产不同天窗适配的模具组也不尽相同，模具总价也存在差异。

因此报告期模具收入波动的原因主要为 ①发行人基于市场预期、项目成本效益、项目量产时间等因素考虑，对模具是否作为单独业务与客户进行商业性考虑；②对于单独收费的模具，因不同项目的适配难度存在差异，因此价格也存在差异。

2、模具收入与验收数量的匹配关系

模具收入包括：①全部销售确认收入；②摊销确认收入两种模式。其中，全部销售模式下，公司于工装模具项目开发结束并进入客户准生产件批准程序（PPAP）时确认收入。公司通过综合分析销售预期、标准产能、极限产能、长短期预警线等指标来确定各工装模具项目所需模具及检具数量。PPAP 以工装模具项目为单位进行验收，每一个工装模具项目包括多个模具及检具，且各工装模具项目的开发难易程度各不相同，各工装模具项目间的价格亦不具备可比性。因此模具收入与验收数量不存在直接的匹配关系；在摊销确认收入的模式下，由于公司未将模具收入识别为一项单项履约义务，而是随着产品的销售确认相关收入，故该模式下模具收入与验收数量亦不存在匹配关系。

(1)模具收入的确认方式

对于模具销售业务，在客户验收合格或对应项目通过客户准生产件批准程序(PPAP)时，依据约定合同价格确认收入。

公司按照《企业会计准则》相关规定，对模具销售合同的履约义务进行判断，模具收入确认分为以下两种方式：

全部销售：公司按照客户要求完成模具开发，公司将模具直接销售给客户，客户拥有该生产模具的所有权，公司依照约定使用该模具生产产品销售给客户，将来产品价格中不含模具费用。这种模式下，该类模具销售确认为单项履约义务，当模具开发结束并进入 PPAP 阶段，即开发的模具验收合格，公司此时将

模具开发收入计入其他业务收入，同时结转其他业务成本。

摊销确认：公司按照客户要求完成模具开发，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司付款，剩余价款在以后的产品价格中体现，模具开发和产品销售的对价收回若被判断为相互依附，公司将该类型模具销售认定为非单项履约义务，公司在向客户转让商品之前，客户已经支付了合同对价或已经取得了无条件收取合同对价权利时确认为合同负债，并随着商品销售的同时确认主营业务收入，相关成本结转计入主营业务成本。

(2)与客户签订模具合同约定条款

报告期内，公司主要的模具销售对应的相关合同条款如下：

客户名称	项目	工装模具要求/验收要求
东风汽车集团股份有限公司岚图汽车科技分公司	H53	乙方工装模具生产的零部件产品必须满足甲方在《产品开发合同》约定的零部件产品的质量标准 and 产能要求(包括装配水平 205 辆份/天基于每工作日 22 天来计算，且要保持 25%的柔性生产能力)和生产总量需求(即 200,000 辆份)。乙方应确保提交甲方验收的工装模具能够按照本合同约定及甲方需求生产并向甲方供应符合甲方质量标准、产能要求和生产总量需求的零部件产品。
上海汽车集团股份有限公司	IM31	乙方应依据本合同项下的条款及条件向甲方交付工装，使工装可用于生产及提供符合甲方产品质量要求的零部件：向甲方提供制造[30]万辆整车所需要的零部件，乙方使用工装在乙方场地按照 PPAP 程序生产并向甲方所提供的零部件应完全达到 PPAP 要求并通过甲方合理的检验。
上汽大众汽车有限公司	New Lavidia NF	零件认可或投产后，并完成工装模具终验收后，甲方在收到乙方的发票后向乙方支付款项。
中国第一汽车股份有限公司	C229	零件完成批量认可、工装经甲方终验收合格，且乙方向甲方提交符合本合同、本合同附件及甲方要求的全部终验收交付资料。

客户名称	项目	工装模具要求/验收要求
广汽乘用车有限公司新能源分公司	A12	A12 车型企划销量：25 万辆(仅作为供应商工装模具能力保证的参考，并非广汽新能源对实际产量的承诺)。PT 阶段(试生产阶段)装车零件费用在零件量产后按定点提案价一次性支付。
广汽乘用车有限公司新能源分公司	A18	PT 阶段(试生产阶段)装车零件费用在零件量产后按定点提案价一次性支付。

由上表可见，工装模具开发结束并进入客户准生产件批准程序(PPAP)，即开发的模具验收合格。工装模具项目需满足日常产品生产数量需求。

3、废料(或副产品)销售量、产生量与发行人产量的匹配关系

(1)废料收入相关的内部控制制度

发行人为了规范废品处理，确保在废品处理过程中流程规范、重量准确、价格公允，制定了《毓恬冠佳废品处理规定》、《库存资产报废管理规定》、《呆滞品管理作业指导书》。

① 废料范围

废料指公司内部产生的不能被修复使用、拆解使用、代用或经综合评估无拆解和修复价值的报废材料、半成品、产成品或无使用价值的包装物等。具体可分为以下三类：

1)生产类废品：指生产过程中产生的经质量管理部判定的报废品；分为工废和料废。工废指由于作业操作不当、工艺设计等内部原因造成的损失，比如没有按照操作要求进行加工造成材料偶然性报废。料废指原材料缺陷、比如缺料或者有裂纹等。工废是生产过程中的偶然发生情况，并不是持续产生的必然废料。料废产生时，公司向供应商索赔，供应商确认相关废料不予收回后由公司作为废料进行处理。

2)售后及呆滞产成品废品：发行人售后返回或呆滞返回经判定无使用价值

的报废品。

3)其他废品：指工厂内其他废品，如材料及成品的报废包装物等。

② 废料处理流程

1)工废报废

由质量管理部判定是否属于工厂内制造产生的工废；供应链管理部根据质量管理部判定单据做工废补料申请业务，产线在 SAP 系统做工废扣料。实物由产线放置到报废区，由各基地工厂统一进行实物报废或变卖处理。

2)连带索赔报废

由质量管理部判定是否属于供应商物料造成的连带报废，判定连带报废的责任供应商；对于排查库存的连带报废确定供应商后发起索赔；供应链管理部根据质量管理部判定单据做补料申请业务，并记录工废补料申请明细中，月底提交至财务部；对于排查库存的连带报废，供应链管理部根据质量管理部的索赔清单进行报废出库。

3)售后及呆滞品废品

供应链管理部根据库龄分析表整理呆滞品清单；责任部门分析呆滞品清单并报废明细。由责任部门在 OA 系统中填写《非固定资产报废申请流程》；报废申请批准后由供应链管理部根据呆滞报废清单做出账处理。实物由供应链管理部负责找回购商并商谈价格，经总经理或分管副总批准后签订出售协议。

③ 废料销售

废纸箱、PU 边角料、废金属等一般固废，公司销售给具备资质的一般固废回收方；废机油、废化学品包装、废活性炭等危险废物，公司销售给具备资质的危险废物回收方。公司考虑到废料产生的数量与频率，包装物产生较频繁一般 1 至 2 天销售一次，其他废料一般在每月固定时间申请报废并对外销售。销售价格系参考当地或网上公开市场价，并综合考虑废料质地、运费等因素，协商确定废料收购价格。

(2)废料(或副产品)销售量、产生量与发行人产量的匹配关系

报告期内，废料收入与正常产品销售之间的匹配情况如下：

单位：万台、万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
产品产量	107.22	188.13	176.66	133.03
产量变动率	13.99%	6.49%	32.80%	13.94%
废料收入	84.74	175.86	160.70	133.79
主营业务成本	81,088.71	170,026.97	143,852.47	105,242.98
废料收入占主营业务成本比例	0.10%	0.10%	0.11%	0.13%

发行人是以汽车天窗为主要产品的汽车运动部件供应商。废料收入主要为生产废料、报废品以及包装物。

生产废料主要系铝制导轨、注塑件、玻璃等，对于装配环节产生的脏污、变形、破损、划伤的零部件，以及对于产成品存在瑕疵或问题返工更换后的零部件，发行人日常进行收集并单独存放在一定区域，之后作为废料对外销售。

报废品主要系产品质量不合格等，质量管理部门对不良品进行评审、拆解、分析，对于可以继续使用的零部件重新入库，对于不能继续使用的零部件报废处理，发行人作为废料对外销售。

供应商因使用周转器具代价较高故使用纸箱、泡沫等包装物包装产品，包装物产生随机性较强。

发行人产品具有较高的非标准化属性，不同产品的形态结构、规格尺寸、加工工艺等有所差异，因此不存在固定的废料率，废料销售量、产生量与发行人产量无明显的匹配关系。

4、废料销售的会计处理、是否归集了其他业务成本，是否符合《企业会计准则》规定

《企业会计准则第 14 号——收入》规定，对于在某一时点履行的履约义务，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入。公司在将废料过磅交付至废

品回收方并经对方签收后确认收入，计入“其他业务收入”科目核算。

《企业会计准则第 1 号——存货》规定，在同一生产过程中，同时生产两种或两种以上的产品，并且每种产品的加工成本不能直接区分的，其加工成本应当按照合理的方法在各种产品之间进行分配。报告期内，废料主要为生产废料、报废品以及包装物，价值较低且具有随机性。遵循一贯性原则及成本效益原则，由于生产废料属于公司生产过程的合理损耗，构成产品成本的组成部分，公司在成本核算时将废料成本作为产品生产过程中的合理损耗分摊至产品成本中，并对可销售的废料价值进行评估，由于其生产具有偶然性并不是生产过程中的必然产出，且发生规模较小，考虑人员保管成本等因素，未单独核算废料成本。

经检索同行业可比公司及创业板汽车制造行业已上市或已过会公司公开资料，金钟股份、重庆溯联塑胶股份有限公司、江苏纽泰格科技股份有限公司以及成都正恒动力股份有限公司均在报告期内对于生产过程中产生的废料采用不分摊成本，不结转其他业务成本的会计处理方式。情况如下：

公司名称	废料收入及成本核算方式
广州市金钟汽车零部件股份有限公司	2019 年至 2021 年 1-6 月废料销售收入分别为 192.11 万元、249.47 万元和 199.49 万元，各期废料销售毛利率均为 100%... 公司其他业务收入主要为废料收入，未单独归集成本...
重庆溯联塑胶股份有限公司	公司在将废料过磅交付至客户并经对方签收后确认收入，计入“其他业务收入”科目核算。由于废料属于公司生产过程的合理损耗，构成产品成本的组成部分，公司在成本核算时将废料成本作为产品生产过程中的合理损耗分摊至产品成本中，未单独核算废料成本。
江苏纽泰格科技股份有限公司	公司生产过程中产生的废料价值较小，基于成本效益原则，公司将全部材料成本计入产品成本，废料销售确认收入时未再单独分摊成本进行结转。
成都正恒动力股份有限	公司在将废料过磅交付至客户并经对方签收后确认收入，计

公司	入“其他业务收入”。由于废料属于公司生产过程的合理损耗，构成产品成本的组成部分，公司在成本核算时将 废料成本 作为产品生产过程中的合理损耗分摊至产品成本中，未单独核算废料成本。
----	--

综上所述，公司废料销售的会计处理未归集其他业务成本，符合《企业会计准则》规定。

(二)结合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》要求说明题述事项及其表述是否具有重大性、针对性，结合有关量化数据或具体依据、迹象等提升风险提示章节的针对性。

1、结合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》要求说明题述事项及其表述是否具有重大性、针对性

根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第二十二条的要求：

“发行人应结合业务情况披露有助于投资者了解其业务特征及本次发行相关的重要信息，并根据重要性原则对披露内容进行排序，概览内容包括但不限于：

(一)遵循重要性和相关性原则，根据实际情况作“重大事项提示”，简明扼要披露重大风险和其他应提醒投资者特别关注的重要事项，并索引至相关章节内容；”

对发行人披露的宏观经济及汽车行业周期性波动的风险、市场竞争风险、控股股东实际控制人控制不当的风险、公司规模扩张带来的控制风险、应收账款发生坏账的风险，具有重大性、针对性的具体说明如下：

风险类型	风险子类	发行人披露	是否具有重大性、针对性
与行业相关的风险	-	宏观经济及汽车行业周期性波动的风险	发行人下游汽车行业属于周期性行业，下游市场需求波动对发行人业绩影响较大，具有重大性、针对性

风险类型	风险子类	发行人披露	是否具有重大性、针对性
	-	市场竞争风险	发行人虽已在 2022 年中国汽车天窗市场供应商中排名第二，但市场占有率也仅为 14%，面临竞争对手为以伟巴斯特为首的优秀企业，具有重大性、针对性
与发行人相关的风险	内控风险	控股股东、实际控制人控制不当的风险	本次发行后，实控人控股地位不会发生改变，继续掌握公司经营决策权，具有重大性
		公司规模扩张带来的控制风险	发行人正处于快速发展期，规模扩张速度较快，管理水平等各方面均面临挑战，内控制度面临失效的风险，具有重大性
	财务风险	应收账款发生坏账的风险	报告期内各期，发行人应收账款余额相对较高，应收账款前五名客户合计占比较大，应收账款及信用风险相对集中，具有重大性

综上所述，发行人招股说明书“重大事项提示”内容以及表述符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》要求，具备重大性和针对性。

2、结合有关量化数据或具体依据、迹象等提升风险提示章节的针对性

(1) 发行人结合有关量化数据或具体依据、迹象等提升题述事项的针对性如下：

发行人披露	优化后表述
宏观经济及汽车行业周期性波动的风险	当宏观经济处于景气阶段时，汽车生产和消费活跃，汽车产业发展迅速，汽车天窗的需求增加；反之，当宏观经济进入下行阶段时，汽车消费低迷，汽车产业发展放缓，进而汽车天窗的需求减少。2020 年至 2022 年，我国狭义乘用车零售销量分别为 1,929.21 万辆、2,015.67 万辆和 2,054.93 万辆，2021 年和 2022 年分别较上年增长 4.48% 和 1.95%。2020 年以来，我国狭义乘用车市场产销量均实现连续正增长。公司目前主要客户包括长安汽车、一汽集团、吉利汽车、广汽集团、上汽大众等国内知名整车厂。如果受宏观经济及汽车工业周期性波动的影响，未来无法延续近年来汽车销量持续增长的趋势，客户可能减少对公司的产品需求量，进而对公司经营业绩产生不利影响。
市场竞争风险	汽车零部件行业是汽车工业的重要组成部分，汽车零部件行业的发展与汽车工业的发展息息相关。随着经济全球化和产业分工的细化，汽车零部件行业在汽车工业中的地位越来越重要。近年来，随着我国逐渐成为全球第一大汽车消费国及汽车生产国，国内汽车零部件行业发展迅猛，行业内优秀企业规模不断扩张，实力不断增强，导致行业竞争有所加剧，下游整车厂及消费者的需求和偏好也在快速变化和不断提升当中。2022 年度毓恬冠佳已成为中国汽车天窗市场第二大供应商，市场占有率为 14%，也是中国天窗市场前五名供应商中唯一诞生于中国本土的汽车天窗企业。仅次于全

发行人披露	优化后表述
	球天窗巨头伟巴斯特，英纳法、西艾科德以及爱信分列第三位到第五位，而公司与伟巴斯特的销量差距也正在逐年缩小。但公司市场占有率仅为14%，面临竞争对手为以伟巴斯特为首的优秀企业，若公司不能在竞争中持续保持核心技术领先、产品更新迭代、服务质量优化，从而进一步加强核心竞争能力，提升市场份额，则可能对公司经营业绩形成不利影响。
控股股东、实际控制人控制不当的风险	本次发行前，实际控制人为吴军、吴宏洋、吴雨洋，三人通过直接及间接方式合计控制发行人82.70%的股份，本次发行后，公司实际控制人吴军、吴宏洋、吴雨洋仍处于控股地位。虽然公司已按照现代企业制度建立了较为完善的法人治理结构，依据《公司法》《证券法》等法律法规和规范性文件的要求规范运作，认真执行“三会”议事规则，切实采取相关措施保障公司及公司其他中小股东的利益，但若实际控制人利用其控制地位，通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人事任免等进行不当控制，可能会损害公司和中小股东的利益。
公司规模扩张带来的控制风险	公司本次公开发行募集资金总额为57,500.00万元，是在现有业务基础上进行的产能扩张、技术改进、自动化升级及研发中心建设，募集资金投资项目包括毓恬冠佳新厂房、汽车车顶系统及运动部件新技术研发项目、汽车电子研发建设项目以及补充流动资金项目，总投资金额分别为32,887.41万元、8,901.62万元、8,822.47万元及7,500.00万元。随着募集资金投资项目的实施和汽车运动部件等业务的布局和拓展，公司的产能将进一步扩大，未来业务规模、资产规模及人员数量等将不断扩张，公司将在包括销售流程、采购流程、生产流程、人力资源、财务管理等在内的各重要循环的内部控制方面面临新的挑战。如果公司管理水平不能适应规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度不能相应做出及时有效的调整和完善，公司将面临内控制度失效的风险。
应收账款发生坏账的风险	报告期内，公司应收账款余额相对较高。报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为38,848.93万元、39,491.86万元、55,504.83万元和49,798.52万元，占各期流动资产总额的比例分别为32.19%、25.59%、30.71%和27.64%，占当期营业收入的比重分别为29.51%、23.32%、27.46%和51.44%（未年化），报告期内公司应收账款不断增长。报告期内，公司应收账款账面余额分别为42,109.75万元、42,905.15万元、59,075.77万元和53,146.66万元，坏账准备为3,260.82万元、3,413.30万元、3,570.94万元和3,348.14万元。公司应收账款的账龄主要在一年期以内。公司已按照会计准则的要求制定了稳健的坏账准备计提政策。若未来主要客户生产经营发生不利变化，则应收账款存在发生坏账的风险，并将对公司经营成果产生不利影响。

(2) 发行人已根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第57号——招股说明书》、审核要求对招股说明书“第三节 风险因素”进行补充披露，具体情况如下：

① 在招股说明书中“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（二）技术风险”之“3、研发人员流失风险”中补充披露如下：“公司要保持持久的竞争

力，必须不断加大人才培养和引进力度。目前，与广阔的市场空间相比。公司的研发主要依托以核心技术人员为骨干的研发团队。公司的研发需要多学科的知识积累和多年的技术沉淀。如果同行业竞争对手通过更优厚的待遇吸引公司技术人才，或其他因素导致公司研发技术人员大量流失，将对公司经营造成重大不利影响。”

② 在招股说明书中“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“(一)经营风险”之“4、业务成长性及业绩下滑风险”中补充披露如下：“同时，随着新能源汽车的发展，汽车天幕的出现占据了一部分天窗原有的市场份额，发行人现阶段尚无汽车天幕量产项目，未来如汽车天幕的市场占有率迅速增长，发行人如无法占据汽车天幕足够的市场份额，将对公司的业绩成长性造成一定影响，并存在业绩下滑风险。”

③ 在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“(三)2023 年汽车降价潮风险”对前述事项进行了补充披露如下：“2023 年一季度出现汽车行业降价潮以来，发行人二季度新签署的价格协议价格下降比例的算术平均值为 0.59%，加权平均值为 0.61%。如 2023 年执行新签署的价格协议后，产品销量保持不变，则收入下降幅度为 0.61%。若发行人不能通过采取如开拓新客户新市场，升级研发保持核心技术领先等措施来抵御降价潮带来的风险，则可能对公司业绩产生不利影响。”

(三)说明未确认可抵扣亏损和子公司税率差异的背景，会计处理及是否符合《企业会计准则》，所得税费用归集区间是否准确。

1、未确认可抵扣亏损的背景

报告期各期，所得税费用之下会计利润与所得税费用调整过程列报中未确认可抵扣亏损对递延所得税的影响如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	707.70	1,522.02	767.63	-

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异的影响	-17.37	75.19	10.50	-
合计	690.33	1,597.24	778.13	-

注：用于计算未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的金额仅为当期产生的可抵扣亏损金额，不包含报告之前累计发生的可抵扣亏损金额

经公司管理层审慎判断，对投产初期和预计未来不会纳税盈利的经营主体产生的可抵扣亏损不确认递延所得税资产。

报告期内，未确认可抵扣亏损对所得税费用形成主要影响的经营主体为上海毓恬冠佳，具体如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
上海毓恬冠佳：当期产生的可弥补亏损	3,934.27	8,226.36	4,575.09	-
上海毓恬冠佳：对所得税费用的影响(15%)	590.14	1,233.95	686.26	-
未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响总额	707.70	1522.05	767.63	-
占比	83.39%	81.07%	89.40%	-

根据《财政部 税务总局关于延长高新技术企业和科技型中小企业亏损结转年限的通知》(财税〔2018〕76号)“自2018年1月1日起，当年具备高新技术企业或科技型中小企业资格(以下统称资格)的企业，其具备资格年度之前5个年度发生的尚未弥补完的亏损，准予结转以后年度弥补，最长结转年限由5年延长至10年”。

报告期各期上海毓恬冠佳，可弥补亏损的形成过程如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
利润总额①	-2,170.96	-2,152.28	-648.66	6,066.85
应纳税所得额调整(调增为“+”，调减为“-”)②	399.39	-1,893.53	1,319.76	-1,778.77
研发费用加计扣除金额③	-2,162.70	-4,180.55	-5,246.19	-3,352.13
使用前期可弥补亏损④	-	-	-	-935.95

应纳税所得额⑤=①+②+③+④	-3,934.27	-8,226.36	-4,575.09	-
当期产生的可弥补亏损⑥	3,934.27	8,226.36	4,575.09	-

注 1：截至 2022 年 12 月 31 日可弥补亏损业经辖区税务机关批准。

注 2：应纳税所得额调整为根据《中华人民共和国企业所得税法》和相关规定对应纳税所得额的调整，业经辖区税务机关批准。

公司管理层审慎判断，上海毓恬冠佳未对可抵扣亏损确认递延所得税资产，一方面因为公司以生产基地为单位展开经营活动，上海毓恬冠佳预计未来期间产生的经营利润不能形成纳税盈利，另一方面，由于上海毓恬冠佳承担集团大部分研发任务，根据《财政部税务总局关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》(财税(2018)99 号)，研发费用加计扣除比例为 100%，利润总额调整至应纳税所得额后很可能小于当期研发费用可加计扣除的金额，从而导致持续性纳税亏损。

综上，未确认可抵扣亏损的背景主要因为上海毓恬冠佳研发费用加计扣除金额较大，经辖区税务机关确认的未弥补亏损未来几年难以转回。

2、发行人子公司税率差异的背景

毓恬冠佳母公司为上海毓恬冠佳，因被认定为高新技术企业，2020 年至 2022 年企业所得税适用税率为 15%。其截至 2022 年末存续的子公司企业所得税适用税率的具体情况为：

发生主体	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	说明	注释
成都毓恬冠佳	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	其主营业务符合西部地区鼓励类产业，从 2020 年开始企业所得税适用税率为 15%	1
湘潭毓恬冠佳	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	按照法定税率纳税	
吉林毓恬冠佳	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	按照法定税率纳税	
毓恬汽车科技	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	截至 2022 年 12 月 31 日毓恬汽车科技尚处于建设期。该公司在报告期内为小型微利企业。	2

湖州毓恬冠佳	25.00%	25.00%	20.00%	——	于 2021 年 7 月 05 日成立。该公司 2021 年度为小型微利企业。	3
天域智控	20.00%	20.00%	——	——	于 2022 年 3 月 02 日成立。该公司 2022 年度为小型微利企业	4
天津毓恬冠佳	20.00%	20.00%	——	——	于 2022 年 3 月 07 日成立。该公司 2022 年度为小型微利企业。	5

注释：

1、成都毓恬冠佳：根据《国家税务总局关于执行<西部地区鼓励类产业目录>有关企业所得税问题的公告》2015 年第 14 号公告、《财政部税务总局国家发展改革委关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》2020 年第 23 号公告，其主营业务符合西部地区鼓励类产业，从 2020 年开始企业所得税适用税率为 15%；

2、毓恬汽车科技：根据《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》(财税〔2019〕13 号)，《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》(国家税务总局公告 2021 年第 8 号)，毓恬汽车科技满足小型微利企业认定条件，2020 年至 2022 年企业所得税适用税率为 20%；

3、湖州毓恬冠佳：根据《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》(财税〔2019〕13 号)，《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》(国家税务总局公告 2021 年第 8 号)，2021 年湖州毓恬冠佳满足小型微利企业认定条件，当年企业所得税适用税率为 20%；

4、天域智控：根据《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》(国家税务总局公告 2021 年第 8 号)，2022 年天域智控满足小型微利企业认定条件，当年企业所得税适用税率为 20%；

5、天津毓恬冠佳：根据《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》(国家税务总局公告 2021 年第 8

号), 2022 年度天津毓恬冠佳满足小型微利企业认定条件, 当年企业所得税适用税率为 20%。

因此, 子公司受实际经营情况和经营环境影响, 申报期内企业所得税的适用税率存在差异。

3、相关会计处理是否符合《企业会计准则》, 所得税费用归集区间是否准确

(1)未确认可抵扣亏损的会计处理符合《企业会计准则》相关规定

《企业会计准则第 18 号——所得税》第十五条规定: “企业对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减, 应当以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限, 确认相应的递延所得税资产。”公司在谨慎性原则基础上, 对未来经营期间使用抵扣亏损的可能性进行了合理预测。对于在预计未来期间不会使用的可抵扣亏损不确认相关递延所得税资产和所得税费用。

(2)子公司税率差异的列报符合《企业会计准则》相关规定

《企业会计准则第 18 号——所得税》第二十五条规定, 企业应当在附注中披露所得税费用(收益)与会计利润关系的说明。即, 以当期会计利润为起点, 考虑会计与税收规定之间的差异, 计算得到所得税费用的调节过程, 其中包括与税率相关的调整。毓恬冠佳以母公司上海毓恬冠佳实际税率 15%作为合并层面的适用税率, 子公司与母公司实际税率之间的差异作为税率差异列报于“子公司适用不同税率的影响”项下。具体情况为:

单位: 万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
利润总额①	5,962.19	10,146.17	5,102.75	8,146.89
按各家公司适用税率计算的所得税费用②	1,408.19	2,444.11	820.80	1,402.81
以 15%作为适用税率计算的所得税费用 ③=①*15%	894.33	1,521.93	765.41	1,222.03
子公司适用不同税率的影响④=②-③	513.86	922.18	55.39	180.78

(3)所得税费用归集区间的准确性

所得税费用包括当期所得税费用和递延所得税费用，①当期所得税费用方面：发行人按照《中华人民共和国企业所得税暂行条例》及相关配套政策和《企业会计准则》的相关规定，计算、申报、缴纳、记录企业所得税费用，并取得了辖区税务局出具的无欠税证明；②递延所得税费用方面：发行人按照《中华人民共和国企业所得税暂行条例》及相关配套政策和《企业会计准则》的相关规定，合理并谨慎计量递延所得税的计税基础，并按照《企业会计准则》的相关规定，于资产负债表日，以预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率对递延所得税费用进行计量。

综上，有关未确认可抵扣亏损和子公司税率差异，发行人均按照《企业会计准则》相关规定进行处理并列报，所得税费用归集区间准确。

(四)说明主营业务成本中履约成本的具体内容，发行人与客户约定的提货方式、运费承担方式，运费支出、包装及周转材料耗用与发行人生产经营规模变化的匹配关系

1、主营业务成本中履约成本的具体内容

公司主营业务成本中的履约成本核算内容为：库存商品在控制权转移之前的运输配送费用，具体包括：仓储运输费和运输仓储过程中使用的包装器具费。

(1)相关规定

按照《企业会计准则第 14 号-收入》应用指南和《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定，若运输活动发生在商品的控制权转移之前，其通常不构成单项履约义务，应将相关支出作为与商品销售相关的成本计入合同履约成本，最终计入营业成本并予以恰当披露。

(2)公司主营业务成本中履约成本的具体内容

报告期内，包装及周转材料占履约成本比例平均为 9.88%，仓储运输费占履约成本比例平均为 90.12%，两项费用要素占比情况较为稳定，具体如下：

单位：万元

内容	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
包装及周转材料	368.96	10.89%	696.33	10.39%	716.95	9.82%	381.73	8.42%
仓储运输费	3,018.85	89.11%	6,003.76	89.61%	6,585.35	90.18%	4,152.18	91.58%
合计	3,387.81	100.00%	6,700.09	100.00%	7,302.30	100.00%	4,533.91	100.00%

2、公司与客户约定的提货方式、运费承担方式

公司存在内销业务和外销业务。报告期各期，公司以内销业务为主，2020年至2023年6月30日，内销业务占主营业务收入比例分别为99.97%、98.86%、98.21%、97.19%。内销业务主要为陆路运输，仅小部分客户的部分项目上门自提并由客户承担运输费用；大部分客户要求送货到客户生产线边或指定第三方仓库，产生的运输费用由公司承担。外销业务主要运输方式为海路运输和航空运输，运输费用主要由客户承担。具体运输方式及费用承担方情况如下：

项目	提货方式	费用承担方
内销	客户上门自提	客户
	送货到指定第三方仓库或客户生产线边	发行人
外销	FOB 货物离港即提货	客户

注：2023年1-6月外销收入占营业收入比例为2.81%。

3、公司运费支出、包装及周转材料耗用与发行人生产经营规模变化的匹配关系

(1) 包装及周转材料耗用与发行人生产经营规模变化的匹配关系

公司仓储运输过程中的包装器具主要包括：①从生产基地运送至客户指定的第三方仓库过程中使用的铁笼、围板箱、物料架等运输器具；②第三方仓库运送至客户生产线边使用的满足客户生产排序要求的专用周转器(即，上线器具)通常每个项目都需要配备一定数量的上线器具。

运输器具通过增加隔板、内衬等辅助耗材具有一定的通用性；上线器具为

专用器具虽然不具有通用性但经改装后可以供其他项目使用。随着各生产基地产能扩充，天窗运输日益便利，公司在衡量效益后，会选择运输、上线两个功能能同时满足要求的一体化包装器具。运输器具和上线器具主要为金属制品，使用寿命一般能覆盖项目生命周期。

因此，包装及周转材料的费率受销售量和新增项目的影 响。报告期内，各期包装及周转材料费率在平均费率间小幅波动。具体情况如下：

单位：万元

内容	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
包装及周转材料(万元)	368.96	696.33	716.95	381.73
销量(万台)	92.03	186.77	165.51	132.38
平均单耗(元/台)	4.01	3.73	4.33	2.88
全景天窗平均单耗(元/台)	4.44	4.27	5.85	4.08
小天窗平均单耗(元/台)	3.45	3.14	3.09	2.10

包装及周转材料的平均单耗水平变化受销售结构等诸多方面的影响。全景天窗和小天窗的销量变化情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	销量	销量	波动比例	销量	波动比例	销量
全景天窗	51.62	96.51	29.74%	74.39	42.24%	52.30
小天窗	40.41	90.26	-0.94%	91.12	13.79%	80.08
合计	92.03	186.77	12.85%	165.51	25.03%	132.38

① 2021 年包装及周转材料费用及单耗上升的原因

2021 年包装及周转材料的平均单耗为 4.33 元/台，全景天窗平均单耗和小天窗平均单耗增幅基本相同。主要原因为：1) 随销售规模扩大增加配备了包装器具；2) 全景天窗体积较大，存储环节需要更大的容积率，因此用于全景天窗的包装器具价值较高。2021 年全景天窗销量增加了 42.24%，导致包装及周转材料的平均单耗上升；3) 销售规模扩大加剧了远距离运输问题，导致仓储器具配备有所增加。2021 年因 PU 生产线的分布造成的远距离运输问题尚在进一步解决中，在销售规模增加的情况下，远距离运输造成包装及周转材料周转速度慢、单耗较高。

因此，2021 年销售结构的变化及远距离运输导致当年包装及周转材料费用较 2020 年上升。

② 2022 年包装及周转材料费用及单耗下降的原因

2022 年，包装及周转材料的单耗由 2021 年的 4.33 元/台下降至 3.77 元/台，其中全景天窗单耗下降幅度较大。原因为：1)PU 生产线在各基地的投产及各生产工厂的产能扩容改善了远距离运输问题，增加了包装及周转材料的流动性；2)销售规模在各区域的分布情况，影响生产工厂与客户之间的运送距离，2022 年收入增长规模集中在华东地区，因运输距离差异节省了配置成本；3)申报期各期发行人存货周转率不断提高，也增强了包装及周转材料的流动性，从一定程度上节省了包装及周转材料的配置成本。

另外，2022 年新增项目的平均销量较 2021 年上升，新项目配备的包装及周转材料使用率相对增强，节省了包装及周转材料的配置成本。

新增项目于当年的销量情况如下：

单位:个、万台

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度	
	新项目数量	新项目销量	新项目数量	新项目销量	新项目数量	新项目销量
全景天窗	5.00	5.02	9.00	17.86	9.00	7.79
小天窗	4.00	2.23	8.00	9.45	15.00	19.84
合计	9.00	7.25	17.00	27.31	24.00	27.63
新项目平均销量	0.81		1.61		1.15	

注：将销量首次达产 1,000 台的项目作为当年新增项目

因此，2022 年包装及周转材料的单耗较 2021 年有所下降受销售结构和生产资源优化的影响。

③ 2023 年 1-6 月包装及周转材料费用及单耗较上年略有上升的原因

2023 年 1-6 月，包装及周转材料费用的平均单耗为 4.01 元较 2022 年略有上升，主要是 2023 年 1-6 月全景天窗和小天窗新增项目的平均销售规模差异导致新增的包装及周转材料使用率所有差异。

综上，报告期内合同履约成本中包装及周转材料费用的波动主要受产品结构和生产资源配置的影响，与公司生产经营规模的变化相匹配。

(2) 仓储运输费与发行人生产经营规模变化的匹配关系

2021 年仓储运输费较 2020 年增加 58.60%，主要是远距离运输导致仓储运输费上升，2022 年仓储运输费较 2021 年下降主要是部分客户的部分项目由配送至客户生产基地线边改为客户上门提货所致。2023 年 1-6 月，仓储运输费无大幅波动。

报告期各期公司仓储运输费主要由天窗销售业务产生，其他类别的仓储运输费主要归集的是遮阳板销售产生的仓储运输费，2022 年，由于其销售规模扩大导致相关仓储运输费上升。仓储运输费具体组成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
全景天窗	1,648.59	54.61%	3,190.39	53.14%	3,918.56	59.51%	2,289.37	55.14%
小天窗	1,003.51	33.24%	2,195.60	36.57%	2,534.21	38.48%	1,805.96	43.49%
其他	366.75	12.15%	617.77	10.29%	132.58	2.01%	56.85	1.37%
合计	3,018.85	100.00%	6,003.76	100.00%	6,585.35	100.00%	4,152.18	100.00%

① 全景天窗仓储运输费与其生产经营规模变化的匹配分析

报告期各期，全景天窗仓储运输费的单位费率情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
仓储运输费(万元)	1,648.59	3,190.39	3,918.56	2,289.37
销量(万台)	51.62	96.51	74.39	52.30
单耗(元/台)	31.94	33.06	52.68	43.77

报告期内，全景天窗的单位仓储运输费先升后降与其各年在不同区域的销售规模变化相关。

2020 年至 2023 年 1-6 月全景天窗分区域销售结构为：

单位：万台

地区	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比	销量	占比
东北	8.92	17.28%	22.62	23.44%	24.00	32.26%	17.36	33.19%
华北	3.99	7.73%	2.35	2.43%	0.90	1.21%	0.23	0.44%
华东	17.57	34.04%	36.70	38.03%	17.94	24.12%	16.78	32.08%
华南	8.47	16.41%	11.84	12.27%	12.44	16.72%	8.18	15.64%

华中	1.14	2.21%	5.52	5.72%	2.10	2.82%	0.04	0.08%
西南	11.53	22.34%	17.48	18.11%	17.01	22.87%	9.71	18.57%
合计	51.62	100.00%	96.51	100.00%	74.39	100.00%	52.30	100.00%

2021 年较 2020 年，全景天窗的主要增量市场为东北、华南、西南，其中东北、华南区域的销量增加加剧了远距离运输情形，导致 2021 年单位仓储运输费有所上升。1) 东北区域的主要生产基地吉林毓恬冠佳因 2022 年之前 PU 生产线尚未投产，该区域全景天窗基本由上海毓恬冠佳、成都毓恬冠佳远距离运送，导致单位仓储运输费用有所上升；2) 华南区域的主要生产基地为湘潭毓恬冠佳，2021 年之前湘潭毓恬冠佳主要为吉利汽车的湖南生产基地供货，2021 年由于广汽集团销售规模上升，湘潭毓恬冠佳开始为广汽集团位于广东地区的生产基地供货，运输距离导致单位仓储运输费增加。

2022 年较 2021 年，全景天窗的主要增量市场为华东区域，其他区域市场基本与 2021 年持平。华东地区主要由上海毓恬冠佳负责供货，运送距离较短。另外，2022 年吉林毓恬冠佳 PU 生产线投产解决了东北区域的远距离运输问题，同时，吉林毓恬冠佳距离东北区域的客户生产基地距离较近，部分客户的全景天窗于 2022 年改为上门提货。前述两方面的原因导致 2022 年全景天窗单位运输成本降低。

2023 年 1-6 月，华东地区主要客户吉利汽车大部分全景天窗的运费由客户承担，导致 2023 年 1-6 月全景天窗单位运输成本降低。

② 小天窗仓储运输费与其生产经营规模变化的匹配分析

报告期各期，小天窗仓储运输费的单位费率情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
仓储运输费(万元)	1,003.51	2,195.60	2,534.21	1,805.96
销量(万台)	40.41	90.26	91.12	80.08
单耗(元/台)	24.83	24.33	27.81	22.55

报告期内，小天窗的单位仓储运输费先升后降与产线在不同生产区域的调整相关。2020 年至 2023 年 6 月 30 日小天窗分区域销售结构为：

单位：万台

地区	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比	销量	占比
东北	4.61	11.41%	13.33	14.77%	12.31	13.51%	8.64	10.79%
华北	0.52	1.29%	1.30	1.44%	1.74	1.91%	1.03	1.29%
华东	10.11	25.01%	30.55	33.85%	28.52	31.30%	22.90	28.60%
华南	3.88	9.60%	8.58	9.51%	10.75	11.80%	10.12	12.64%
华中	5.77	14.28%	6.45	7.15%	3.16	3.47%	3.02	3.77%
西南	12.99	32.14%	26.82	29.71%	33.36	36.61%	34.36	42.90%
印度	0.75	1.86%	2.39	2.65%	0.42	0.46%	-	-
韩国	1.79	4.43%	0.84	0.92%	0.86	0.94%	0.01	0.01%
合计	40.42	100.00%	90.26	100.00%	91.12	100.00%	80.08	100.00%

2021 年较 2020 年，小天窗的主要增量市场为东北、华东，东北区域的主要生产基地吉林毓恬冠佳 2021 年 11 月之前 PU 生产线尚未投产，天窗基本由上海毓恬冠佳、成都毓恬冠佳完成 PU 工序后远距离运送至吉林毓恬冠佳，导致单位仓储运输费用有所上升。

2022 年较 2021 年，小天窗的市场基本与 2021 年持平。由于 2022 年吉林毓恬冠佳 PU 生产线投产解决了东北区域远距离运输问题，另外，吉林毓恬冠佳距离客户的生产基地距离很近，部分客户的部分小天窗于 2022 年改为上门提货，导致 2022 年小天窗单位运输成本基本回落至 2020 年的水平。

2023 年 1-6 月，各销售区域间的销量占比波动导致小天窗单位运输成本略有波动。

综上，报告期各期，运费支出、包装及周转材料耗用与公司生产经营规模变化的相匹配。

二、中介机构核查说明

(一)核查程序

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、访谈发行人相关管理层人员，了解模具收入、废品收入的产生背景；子

公司税率差异的存在是否具有客观性；报告期内各区域产品销售的结构和规模、运费承担方式的差异等情况；

2、了解并测试发行人与模具相关的内部控制管理制度，检查发行人模具开发合同的具体条款，结合《企业会计准则》的相关规定，分析判断发行人模具收入确认和模具摊销方式的依据及其合理性；

3、了解并测试发行人与废料相关的内部控制管理制度，检查发行人废品销售明细账，检查废品销售内容，价格确定过程及相关会计处理；

4、获取发行人申报期间经辖区税务局认定的《中华人民共和国企业所得税年度纳税申报表》并核对未确认可弥补亏损列报的准确性；重新计算并复核申报期各期所得税费用记录的完整性，区间归集的准确性；获取并查阅了辖区税务局出具的无欠税说明；

5、查阅《企业会计准则第 18 号——所得税》及应用指南，分析并复核发行人未对可弥补亏损确认相关递延所得税的合理性、子公司税率差异相关会计处理和列报的准确性；

6、查阅主要客户的价格协议，复核并分析销售过程中包装及周转材料、运费的承担方式与发行人说明的一致性；

7、取得发行人销售运费明细表和销售收入明细表，重新计算并复核发行人对运费支出、包装及周转材料耗用与其生产经营规模的匹配关系分析的真实性、合理性；

(二)核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人对其他业务收入的具体内容的说明真实、准确；报告期内发行人模具收入均为经客户验收后确认，客户将模具的整体功能效用和使用寿命作为核心验收指标，模具的验收数量并不与模具收入确认密切相关，因此模具收入与验收数量不存在直接匹配关系；报告期各期发行人废料的产生规模很小且具

有偶然性，废料销售量、产生量与发行人产量无明显的匹配关系，相关成本计入了生产成本或制造费用，归集于废料的残值为零，因此废料销售收入并未对应其他业务成本，相关会计处理符合《企业会计准则》规定；

2、报告期内，发行人对未确认可抵扣亏损、子公司税率差异的背景的说明具有真实性、合理性；发行人对未确认可抵扣亏损和子公司税率会计处理符合《企业会计准则》，所得税费用归集区间准确；

3、发行人对报告期内主营业务成本中履约成本的具体内容的说明，对客户约定的提货方式、运费承担方式的说明真实、准确。对运费支出、包装及周转材料耗用与发行人生产经营规模变化的匹配分析具有真实性、合理性。

（本页无正文，为《上会会计师事务所（特殊普通合伙）关于上海毓恬冠佳科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签署页）

上会会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师

（项目合伙人）

耿磊



耿磊

中国注册会计师

兰亚娟



兰亚娟

中国 上海

2023 年12 月15 日