

目 录

一、关于主要客户合作稳定性及产品布局规划·····	第 2—51 页
二、关于收入确认准确性·····	第 51—71 页
三、关于毛利率高于行业均值·····	第 71—102 页
四、关于境外销售占比较高·····	第 102—132 页
五、关于其他财务问题·····	第 133—170 页
六、关于募集资金用途合理性·····	第 170—175 页

关于重庆市旺成科技股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2022〕8-186号

北京证券交易所：

由国金证券股份有限公司转来的《关于重庆市旺成科技股份有限公司首次公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》(以下简称审核问询函)奉悉。我们已对审核问询函所提及的重庆市旺成科技股份有限公司(以下简称旺成科技公司或公司)财务事项进行了审慎核查,现汇报如下。

本说明中,若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况,为四舍五入原因造成;除非文义另有所指,下列词语或简称具有如下含义:

公司、本公司	指	重庆市旺成科技股份有限公司
旺成贸易	指	重庆旺成贸易有限公司
众旺机械	指	重庆众旺机械制造有限公司
ATLAS 本田	指	ATLAS HONDA LIMITED ATLAS AUTOS (PRIVATE) LIMITED ATLAS GLOBAL FZE
意大利 PIAGGIO	指	PIAGGIO & C. S. P. A. VIA PIAGGIO VIETNAM CO., LTD
印度 TVS	指	TVS MOTOR COMPANY LIMITED PT TVS MOTOR COMPANY INDONESIA
美国 TEAM	指	TEAM INDUSTRIES INC
美国 TTI	指	TOOL TEC INC
美国 DANA	指	DANA HOLDING CORPORATION
五羊本田	指	五羊-本田摩托(广州)有限公司
新大洲本田	指	新大洲本田摩托(苏州)有限公司 新大洲本田摩托有限公司

河南中轴	指	河南中轴福源汽车零部件有限公司 河南中轴中汇汽车零部件有限公司
成都西菱	指	成都西菱动力科技股份有限公司 成都西菱动力部件有限公司
福伊特	指	福伊特驱动技术系统(上海)有限公司 J. M. VOITH SE & CO. KG
洋马	指	洋马农机(中国)有限公司 YANMAR CO., LTD
那智不二越	指	那智不二越(江苏)精密机械有限公司 NACHI-FUJIKOSHI CORP.
江苏罡阳	指	重庆罡阳机械制造有限公司 江苏罡阳股份有限公司
上海本田贸易	指	上海本田贸易有限公司
重庆隆鑫	指	重庆隆鑫发动机有限公司
丰田通商	指	丰田通商(上海)有限公司
雅马哈	指	雅马哈发动机(中国)有限公司
望江豪爵	指	重庆望江豪爵发动机有限公司
建设雅马哈	指	重庆建设·雅马哈摩托车有限公司
浙江美可达	指	浙江美可达摩托车有限公司
江苏林海	指	江苏林海雅马哈摩托有限公司
江苏福马	指	江苏福马高新动力机械有限公司
嘉策实业	指	重庆嘉策实业有限公司
蜂巢传动	指	蜂巢传动科技河北有限公司
银川威力	指	银川威力传动技术股份有限公司
江西福格	指	江西福格新能源传动技术有限公司
沈阳东盛	指	沈阳东盛云峰汽车零部件有限公司
上海沈新	指	上海沈新汽车配件贸易有限公司
郭氏洪伸	指	重庆郭氏洪伸科技有限公司

一、主要客户合作稳定性及产品布局规划

根据申报文件，(1) 发行人产品包括齿轮和离合器两大类，齿轮方面的主要产品包括摩托车齿轮、汽车齿轮、全地形车齿轮和农机齿轮，离合器主要产品为摩托车离合器。2019 年至 2022 年 1-6 月，发行人汽车齿轮产品收入分别为

1,582.54万元、2,683.18万元、4,583.69万元和1,335.03万元,占比为5.26%、9.65%、12.84%和8.48%,其余产品收入主要来自摩托车用齿轮和离合器等。(2)发行人报告期各期对前五名客户销售额合计占当期主营业务收入的比例分别为60.61%、55.88%、57.52%和65.10%,其中对日本本田子公司、合营企业及合营企业子公司的销售额合计占当期主营业务收入的比例分别为33.97%、32.33%、38.84%和49.41%,客户集中度相对较高。(3)2019年至2022年1-6月,发行人齿轮的产能利用率分别为91.91%、71.86%、91.86%和71.75%;发行人离合器的产能利用率分别为88.43%、63.44%、76.45%和63.45%;2020年整体产能利用率偏低主要系新冠疫情引起的停工、减产所致,2021年离合器产品的产能有所回升但仍低于2019年,主要系国外部分客户如印度TVS受疫情影响仍未恢复至疫情前水平。(4)2020年度和2021年度发行人的汽车齿轮产品收入分别增长1,100.64万元、1,900.51万元,增幅69.55%、70.83%;发行人已获得长城汽车新能源汽车齿轮传动部件的定点通知,未来发行人将继续拓展在摩托车应用领域的业务,并深入参与汽车、非道路用车等非摩托车业务,并逐步提升新能源汽车等培育业务的占比。

(1)主要客户的合作稳定性。请发行人:①补充披露报告期各期摩托车齿轮、汽车齿轮、全地形车齿轮、农机齿轮和摩托车离合器产品前五名客户名称、销售内容、销售金额及占比、回款情况,说明销售金额变动原因及合理性、主要客户新增和退出情况,是否存在新增客户较少,市场拓展不及预期的情况;说明主营业务中其他产品的主要构成及客户情况,报告期内其他产品收入金额和占比持续增长合理性。②说明发行人成为日本本田及其子公司、合营企业、日本雅马哈、日本不二越、印度TVS、美国TEAM、意大利比亚乔等主要客户的供应商的背景、条件和过程,主要通过签署框架协议开展合作的方式是否符合行业特征,结合报告期内合作情况及在手订单情况、发行人在主要客户的供应商中的地位、上游采购成本变动情况、摩托车领域下游终端需求变化情况及发展趋势,进一步说明与主要客户合作稳定性及业绩增长的可持续性,并量化披露相关风险。③结合下游地区市场需求变化、客户经营情况等,进一步说明2021年起发行人收入规模持续增长的合理性,与下游市场和客户销量等是否匹配。④进一步说明来自主要客户印度TVS收入金额下降的原因及合理性,结合印度TVS的经营状况、印度本土摩托车企业竞争格局及市场份额变动情况、与印度TVS的合同签订及

期后履行情况，说明与印度 TVS 的合作是否可持续，量化披露对主要客户销售金额下降对发行人经营业绩的影响并作重大事项提示。⑤说明各期覆盖主要客户新产品数量和产量变化情况，发行人主要产品中是否存在客户已经或后续将淘汰停产的车型，报告期内发生质保赔偿情况，并结合相关情况，进一步分析说明与主要客户合作是否稳定可持续。⑥说明报告期内发行人向贸易类客户的销售产品和金额、主要贸易商情况及终端情况，结合发行人与贸易商的合作模式，说明发行人全部采用直销模式的信息披露是否准确，发行人通过贸易商实现销售的合理性，是否符合终端客户的供应商惯例要求及行业惯例。

(2) 产品布局规划及新能源汽车领域客户拓展情况。请发行人：①说明除疫情影响因素外，报告期内产能利用率下降、摩托车类产品收入未明显增长的原因，发行人所处的摩托车行业是否出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减或增长停滞等情况，我国各地“禁摩”政策对发行人国内业务扩展的影响，发行人的产品布局规划及应对产能利用率波动的具体措施，报告期后产能利用率是否得到回升，摩托车领域产品是否具备成长空间。②补充披露发行人在汽车领域相关产品的类型、产品研发进展及资金投入情况、是否具备技术优势及核心竞争力，结合客户拓展情况、报告期内销售情况及在手订单情况，进一步说明发行人汽车零部件产品的收入增长可持续性。③说明发行人对新能源汽车领域产品的整体规划，结合新能源汽车零部件领域的市场容量、竞争格局、技术门槛，发行人产品与主要竞争对手的比较情况，量化分析新能源汽车领域业务对发行人经营业绩的影响，充分提示相关风险，避免误导投资者。

请保荐机构核查上述事项、申报会计师核查事项(1)；请保荐机构、申报会计师说明对资金流水核查情况，发行人与主要客户、供应商间是否存在异常资金往来，对贸易类客户采取的具体核查方式及核查情况，并对上述事项发表明确意见。(审核问询函问题 2)

(一) 主要客户的合作稳定性

1. 补充披露报告期各期摩托车齿轮、汽车齿轮、全地形车齿轮、农机齿轮和摩托车离合器产品前五名客户名称、销售内容、销售金额及占比、回款情况，说明销售金额变动原因及合理性、主要客户新增和退出情况，是否存在新增客户较少，市场拓展不及预期的情况；说明主营业务中其他产品的主要构成及客户情况，报告期内其他产品收入金额和占比持续增长的合理性

(1) 报告期各期不同产品类型的前五名客户销售及其变动情况

1) 不同产品类型的前五名客户情况

① 摩托车齿轮前五名客户情况

报告期各期，摩托车齿轮前五名客户情况如下所示：

A. 2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	摩托车 齿轮 销售金额	占摩托车 齿轮收入 比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
1	ATLAS 本田	摩托车齿轮	2,963.16	48.45%	3,991.00	3,991.00	3,991.00
2	意大利 PIAGGIO	摩托车齿轮	1,224.32	20.02%	1,270.82	1,270.82	1,270.82
3	新大洲本田	摩托车齿轮	525.69	8.60%	2,206.37	2,493.19	2,493.19
4	重庆隆鑫	摩托车齿轮	236.29	3.86%	236.30	267.02	267.02
5	上海本田贸易	摩托车齿轮	212.78	3.48%	212.78	240.44	240.44
合计			5,162.24	84.40%	7,917.26	8,262.47	8,262.47

注：客户存在同时销售不同类型产品的情况时，上表回款金额为全部产品的回款情况，统计期间截至 2022 年 10 月 31 日；下同

B. 2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	摩托车 齿轮销售 金额	占摩托车 齿轮收入 比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
1	ATLAS 本田	摩托车齿轮	4,431.60	39.07%	6,109.26	6,109.26	6,109.26
2	意大利 PIAGGIO	摩托车齿轮	1,998.33	17.62%	2,057.63	2,057.63	2,057.63
3	上海本田贸易	摩托车齿轮	1,077.75	9.50%	1,077.75	1,217.85	1,217.85
4	新大洲本田	摩托车齿轮	1,053.26	9.29%	3,977.80	4,494.92	4,494.92
5	重庆隆鑫	摩托车齿轮	536.81	4.73%	536.91	606.71	606.71
合计			9,097.74	80.21%	13,759.35	14,486.37	14,486.37

C. 2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	摩托车 齿轮	占摩托车 齿轮收入	全部产品 销售金额	全部产品 销售金额	回款金额
----	------	------	-----------	--------------	--------------	--------------	------

			销售金额	比例	(不含税)	(含税)	
1	ATLAS 本田	摩托车齿轮	2,005.19	23.14%	2,394.60	2,394.60	2,394.60
2	意大利 PIAGGIO	摩托车齿轮	1,496.14	17.27%	1,524.79	1,524.79	1,524.79
3	上海本田贸易	摩托车齿轮	1,036.99	11.97%	1,036.99	1,171.79	1,171.79
4	新大洲本田	摩托车齿轮	983.56	11.35%	3,336.17	3,769.87	3,769.87
5	印度 TVS	摩托车齿轮	952.82	11.00%	3,764.07	3,764.07	3,764.07
合计			6,474.69	74.72%	12,056.62	12,625.12	12,625.12

D. 2019 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	摩托车 齿轮 销售金额	占摩托车 齿轮收入 比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
1	上海本田贸易	摩托车齿轮	2,584.48	24.76%	2,584.48	2,950.48	2,950.48
2	印度 TVS	摩托车齿轮	1,626.02	15.58%	5,849.42	5,849.42	5,849.42
3	意大利 PIAGGIO	摩托车齿轮	1,467.65	14.06%	1,467.65	1,467.65	1,467.65
4	新大洲本田	摩托车齿轮	1,074.48	10.30%	4,116.02	4,668.60	4,668.60
5	ATLAS 本田	摩托车齿轮	1,021.55	9.79%	1,169.95	1,169.95	1,169.95
合计			7,774.19	74.49%	15,187.52	16,106.10	16,106.10

报告期内，公司摩托车齿轮前五名客户实现销售收入分别为 7,774.19 万元、6,474.69 万元、9,097.74 万元和 5,162.24 万元，占同类齿轮全部收入的占比分别为 74.49%、74.72%、80.21%和 84.40%，总体呈稳步增长态势。

报告期内，公司对 ATLAS 本田摩托车齿轮销售金额分别为 1,021.55 万元、2,005.19 万元、4,431.60 万元和 2,963.16 万元，增长幅度较大，主要系：a. 2021 年新增供应部分品种，包括正时齿轮(KOK 系列)、主动齿轮(KYHP)以及起动齿轮组件，新增品种合计销售金额 900.68 万元；b. 2021 年 ATLAS 本田摩托车销售量从 106.61 万辆增加至 135.00 万辆，公司作为其 70CC 从动齿轮的主要供应商，收入随其摩托车销售量增加而增长，较 2020 年增加 1,365.85 万元。

报告期内，公司对上海本田贸易摩托车齿轮销售金额分别为 2,584.48 万元、1,036.99 万元、1,077.75 万元和 212.78 万元，下降明显。报告期内，上海本田贸易向公司采购产品主要销售给 ATLAS 本田、印尼本田和意大利本田。ATLAS 本

田报告期内逐步扩大自采比例以及印尼本田和意大利本田因机型停产采购减少，仅余少量维修件供应，导致公司对上海本田贸易销售减少。

报告期内，公司对意大利 PIAGGIO 摩托车齿轮销售金额分别为 1,467.65 万元、1,496.14 万元、1,998.33 万元和 1,224.32 万元。2019-2020 年度，公司对意大利 PIAGGIO 销售较为稳定，2021 年度增幅明显主要是因为受到下游终端市场竞争格局以及公司产品在意大利 PIAGGIO 份额提升影响。基于客户在终端市场的竞争优势，意大利 PIAGGIO 2021 年度销售摩托车 44.97 万辆，较 2020 年增长 16.90%，加之公司产品在意大利 PIAGGIO 份额的提升，致使公司 2021 年收入增长 34.95%。

报告期内，公司对印度 TVS 摩托车齿轮销售金额分别为 1,626.02 万元、952.82 万元、428.83 万元和 113.84 万元，下降明显，且印度 TVS 于 2021 年度及 2020 年 1-6 月退出公司摩托车齿轮前五名客户，主要受印度推行“印度制造”“反倾销”和“摩托车本土制造”等策略以及公司对印战略调整影响，印度 TVS 减少对公司采购所致。

报告期内，公司新增前五名摩托车齿轮客户为重庆隆鑫，主要系印度 TVS 销售金额下降退出前五名所致。报告期内，公司对重庆隆鑫摩托车齿轮销售较为稳定，销售金额分别为 592.92 万元、441.09 万元、536.81 万元和 236.29 万元。

报告期内，公司对摩托车齿轮业务采取稳健的总体发展策略，主要客户较为稳定，摩托车齿轮收入总体呈稳步增长态势，不存在市场拓展不及预期的情况。

② 汽车齿轮前五名客户情况

报告期各期，汽车齿轮前五名客户情况如下所示：

A. 2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	汽车齿轮销售金额	占汽车齿轮收入比例	全部产品销售金额(不含税)	全部产品销售金额(含税)	回款金额
1	美国 TTI	汽车齿轮	577.68	43.27%	582.29	582.29	582.29
2	河南中轴	汽车齿轮	305.02	22.85%	305.02	344.68	344.68
3	福伊特	汽车齿轮	254.87	19.09%	254.87	288.01	288.01
4	成都西菱	汽车齿轮	191.79	14.37%	191.79	216.72	163.73
5	蜂巢传动	汽车齿轮	5.67	0.43%	5.79	6.54	6.54

合计	1,335.03	100.00%	1,339.76	1,438.24	1,385.25
----	----------	---------	----------	----------	----------

B. 2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	汽车齿轮 销售金额	占汽车 齿轮收 入比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
1	美国 TTI	汽车齿轮	1,886.45	41.16%	1,886.45	1,886.45	1,886.45
2	成都西菱	汽车齿轮	1,535.02	33.49%	1,535.02	1,734.58	1,734.58
3	福伊特	汽车齿轮	812.05	17.72%	812.05	917.62	917.62
4	河南中轴	汽车齿轮	332.00	7.24%	332.00	375.16	375.16
5	蜂巢传动	汽车齿轮	9.59	0.21%	10.12	11.44	11.44
合计			4,575.12	99.81%	4,575.64	4,925.25	4,925.25

C. 2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	汽车齿轮 销售金额	占汽车 齿轮收 入比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
1	美国 TTI	汽车齿轮	1,370.40	51.07%	1,370.40	1,370.40	1,370.40
2	成都西菱	汽车齿轮	1,084.23	40.41%	1,084.23	1,225.18	1,225.18
3	福伊特	汽车齿轮	211.34	7.88%	211.34	238.82	238.82
4	江西福格	汽车齿轮	11.89	0.44%	11.89	13.43	13.43
5	沈阳东盛	汽车齿轮	4.20	0.16%	4.20	4.75	4.75
合计			2,682.06	99.96%	2,682.06	2,852.58	2,852.58

D. 2019 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	汽车齿轮 销售金额	占汽车 齿轮收 入比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
1	美国 TTI	汽车齿轮	883.94	55.86%	883.94	883.94	883.94
2	成都西菱	汽车齿轮	696.68	44.02%	696.68	802.93	802.93
3	上海沈新	汽车齿轮	1.28	0.08%	1.28	1.45	1.45
4	福伊特	汽车齿轮	0.65	0.04%	0.65	0.65	0.65

合计	1,582.54	100.00%	1,582.54	1,688.97	1,688.97
----	----------	---------	----------	----------	----------

报告期内，公司汽车齿轮客户较为集中，主要客户为美国 TTI、福伊特、成都西菱、河南中轴，其中，河南中轴为 2021 年新增加的主要客户。2019 年度-2021 年度，汽车齿轮收入呈现逐年快速增长态势。2022 年 1-6 月，汽车齿轮收入有所下降，主要系受新冠疫情反复、汽车行业芯片短缺以及部分地区国际局势紧张等多因素综合影响所致。

根据中国汽车工业协会统计信息，2022 年上半年，受芯片短缺及 3 月中下旬以来吉林、上海等地区新冠疫情的多点暴发影响，我国汽车产业链供应链受到严重冲击。3 月中下旬至 4 月，国内汽车产销出现断崖式下降，4 月全国实现汽车产销量 120.50 万辆和 118.10 万辆，同比分别下降 46.10%和 47.60%，汽车产量、销量的大幅下滑导致市场对上游零部件的需求大幅下降。从全球来看，各主要汽车市场销量均出现同比下滑。2022 年上半年，美国汽车销量为 706.50 万辆，同比下滑 17.4%；德国汽车销量为 136.18 万辆，同比下滑 12.1%。全球汽车累计销量 3,740 万辆，同比下滑 10.83%。2022 年第三季度随着新冠疫情及芯片供应的缓解，全球汽车销量已逐步回暖，销量同比增长 11.86%。其中，中国汽车销量同比增长 29.33%，达 741.3 万辆；美国汽车销量同比增长 0.66%，达 354.2 万辆。2022 年 7-9 月，公司汽车齿轮实现销售收入 772.22 万元，较上半年有一定回升。截至 2022 年 10 月 31 日，汽车齿轮在手订单金额 1,653.53 万元，不存在市场拓展不及预期的情况。

③ 全地形车齿轮前五名客户情况

报告期内，公司全地形车齿轮客户为美国 TEAM，销售及回款情况如下所示：

单位：万元

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额	回款金额	销售金额	回款金额	销售金额	回款金额	销售金额	回款金额
美国 TEAM	1,412.18	1,412.18	4,244.12	4,244.12	3,820.57	3,820.57	3,329.65	3,329.65

报告期内公司全地形车齿轮销售呈现逐年增长的趋势。2022 年 1-6 月，收入略有下降，主要系受上海新冠疫情影响，境内向美国出口的货船班次减少及港口货物吞吐的速度减缓，导致订单减少和已接受的订单无法按时发货。

2022 年 1-9 月，公司全地形车齿轮销售收入为 2,263.31 万元，截至 2022

年 10 月 31 日，全地形车齿轮在手订单金额 1,056.02 万元，不存在市场拓展不及预期的情况。

④ 农机齿轮前五名客户情况

报告期各期，农机齿轮前五名客户情况如下所示：

A. 2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	农机齿轮销售金额	占农机齿轮收入比例	全部产品销售金额(不含税)	全部产品销售金额(含税)	回款金额
1	丰田通商	农机齿轮	368.70	63.97%	368.70	416.63	416.63
2	洋马	农机齿轮	114.23	19.82%	114.23	129.08	129.08
3	江苏福马	农机齿轮	46.46	8.06%	46.46	52.50	45.50
4	那智不二越	农机齿轮	43.47	7.54%	43.47	48.07	48.07
5	雅马哈	农机齿轮	3.28	0.57%	3.28	3.70	3.70
合计			576.14	99.96%	576.14	649.98	642.98

B. 2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	农机齿轮销售金额	占农机齿轮收入比例	全部产品销售金额(不含税)	全部产品销售金额(含税)	回款金额
1	丰田通商	农机齿轮	1,731.50	85.90%	1,731.50	1,956.60	1,956.60
2	洋马	农机齿轮	175.07	8.69%	175.07	197.83	197.83
3	江苏福马	农机齿轮	61.94	3.07%	61.94	69.99	69.99
4	那智不二越	农机齿轮	34.86	1.73%	34.86	39.39	39.39
5	雅马哈	农机齿轮	12.13	0.60%	12.65	14.30	14.30
合计			2,015.50	99.99%	2,016.02	2,278.11	2,278.11

C. 2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	农机齿轮销售金额	占农机齿轮收入比例	全部产品销售金额(不含税)	全部产品销售金额(含税)	回款金额
1	丰田通商	农机齿轮	1,378.77	86.48%	1,378.77	1,558.01	1,558.01
2	嘉策实业	农机齿轮	79.11	4.96%	79.11	89.39	89.39

3	那智不二越	农机齿轮	62.16	3.90%	62.16	70.24	70.24
4	洋马	农机齿轮	59.98	3.76%	59.98	67.78	67.78
5	江苏福马	农机齿轮	12.39	0.78%	12.39	14.00	14.00
合计			1,592.40	99.88%	1,592.40	1,799.42	1,799.42

D. 2019 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	农机齿轮销售金额	占农机齿轮收入比例	全部产品销售金额(不含税)	全部产品销售金额(含税)	回款金额
1	丰田通商	农机齿轮	928.80	76.24%	928.80	1,055.37	1,055.37
2	洋马	农机齿轮	162.11	13.31%	162.11	180.04	180.04
3	嘉策实业	农机齿轮	119.45	9.81%	119.45	135.61	135.61
4	江苏福马	农机齿轮	5.02	0.41%	5.02	5.75	5.75
5	那智不二越	农机齿轮	1.20	0.10%	1.20	1.36	1.36
合计			1,216.57	99.87%	1,216.57	1,378.13	1,378.13

报告期内，公司农机齿轮客户较为集中，主要客户为丰田通商、洋马、嘉策实业。2019 年度-2021 年度，公司农机齿轮销售金额呈逐年增长趋势，主要系国家对农业及农业机械采取鼓励发展的政策，以及在排放标准转换期间市场需求增加所致。嘉策实业自 2021 年度退出主要客户，主要系其终端客户需求变化所致。2022 年 1-6 月，收入有所下降主要系丰田通商因农机排放标准更新换代而减少对公司采购所致。根据 2020 年 12 月 28 日生态环境部关于发布国家环境保护标准《非道路柴油移动机械污染物排放控制技术要求》的公告(生态环境部公告 2020 年第 73 号)，自 2022 年 12 月 1 日起，所有生产、进口和销售的 560kW 以下(含 560kW)非道路移动机械及其装用的柴油机应符合本标准要求。因处于排放标准变更过渡期，销售量有所波动，后期待调整结束，公司农机齿轮销售量将逐步回升。

⑤ 摩托车离合器前五名客户情况

报告期各期，摩托车离合器前五名客户情况如下所示：

A. 2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	离合器销售金额	占离合器收入比例	全部产品销售金额(不含税)	全部产品销售金额(含税)	回款金额
----	------	------	---------	----------	---------------	--------------	------

1	新大洲本田	摩托车离合器	1,655.02	34.00%	2,206.37	2,493.19	2,493.19
2	五羊本田	摩托车离合器	1,219.29	25.05%	1,370.61	1,548.79	1,548.79
3	印度 TVS	摩托车离合器	560.90	11.52%	810.97	810.97	810.97
4	望江豪爵	摩托车离合器	456.08	9.37%	456.38	515.70	515.70
5	建设雅马哈	摩托车离合器	321.36	6.60%	353.86	399.86	399.86
合计			4,212.64	86.55%	5,198.19	5,768.51	5,768.51

B. 2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	离合器 销售金额	占离合器 收入比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
1	新大洲本田	摩托车离合器	2,887.61	26.31%	3,977.80	4,494.92	4,494.92
2	印度 TVS	摩托车离合器	2,676.93	24.39%	3,489.23	3,489.23	3,489.23
3	五羊本田	摩托车离合器	2,352.18	21.43%	2,706.06	3,057.85	3,057.85
4	望江豪爵	摩托车离合器	1,013.35	9.23%	1,014.03	1,145.86	1,145.86
5	建设雅马哈	摩托车离合器	619.10	5.64%	676.84	764.83	764.83
合计			9,549.17	87.00%	11,863.96	12,952.69	12,952.69

C. 2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	离合器 销售金额	占离合器 收入比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
1	印度 TVS	摩托车离合器	2,381.84	25.07%	3,764.07	3,764.07	3,764.07
2	新大洲本田	摩托车离合器	2,324.84	24.47%	3,336.17	3,769.87	3,769.87
3	五羊本田	摩托车离合器	1,894.32	19.94%	2,222.64	2,511.59	2,511.59
4	望江豪爵	摩托车离合器	818.89	8.62%	819.67	926.23	926.23
5	建设雅马哈	摩托车离合器	680.09	7.16%	740.35	836.60	836.60
合计			8,099.98	85.26%	10,882.90	11,808.36	11,808.36

D. 2019 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	离合器 销售金额	占离合器 收入比例	全部产品 销售金额 (不含税)	全部产品 销售金额 (含税)	回款金额
----	------	------	-------------	--------------	-----------------------	----------------------	------

1	印度 TVS	摩托车离合器	3,467.02	29.99%	5,849.42	5,849.42	5,849.42
2	新大洲本田	摩托车离合器	3,027.26	26.19%	4,116.02	4,668.60	4,668.60
3	五羊本田	摩托车离合器	1,974.65	17.08%	2,344.26	2,660.80	2,660.80
4	望江豪爵	摩托车离合器	692.34	5.99%	693.41	788.38	788.38
5	浙江美可达	摩托车离合器	673.38	5.83%	673.38	765.55	765.55
合计			9,834.65	85.08%	13,676.49	14,732.75	14,732.75

报告期内，公司摩托车离合器前五名客户收入分别为 9,834.65 万元、8,099.98 万元、9,549.17 万元和 4,212.64 万元，总体呈小幅下降趋势，主要系对印度 TVS 销售下降所致。受印度推行“印度制造”“反倾销”和“摩托车本土制造”等策略的影响，公司向印度 TVS 供应产品业务受到一定影响。同时，基于新冠疫情及前述印度对华政策，公司开始有意减少对印度市场投放力度导致收入有所下降。

报告期内，公司新增前五名摩托车离合器客户为建设雅马，主要系其基于对公司摩托车离合器产品品质的认可加大采购所致。退出前五名客户为浙江美可达，主要系其下游境外客户受新冠疫情影响取消订单所致。

2022 年 1-9 月，公司摩托车离合器销售收入为 7,360.03 万元，截至 2022 年 10 月 31 日，公司摩托车离合器在手订单金额 2,307.69 万元，不存在市场拓展不及预期的情况。

(2) 主营业务中其他产品的主要构成及客户情况，报告期内其他产品收入金额和占比持续增长的合理性

报告期内，公司主营业务中其他产品收入主要系零件和运保费收入，主要构成情况如下：

单位：万元

收入分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
零件	1,141.76	79.31%	2,020.73	79.53%	1,013.57	87.16%	1,330.05	100.00%
运保费	297.86	20.69%	520.07	20.47%	149.33	12.84%		
合计	1,439.62	100.00%	2,540.80	100.00%	1,162.90	100.00%	1,330.05	100.00%

注：根据新收入准则的规定，CIF 结算方式下公司提供的相关运输和保险服

务属于单项履约义务，公司自 2020 年执行新收入准则起将其确认为运保费收入

1) 零件收入的主要客户

报告期内，公司对外销售的零件主要包括离合器零件和其他零件，主要客户情况如下所示：

① 2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	销售比例
1	ATLAS 本田	846.05	74.10%
2	印度 TVS	84.04	7.36%
3	PT. SENANTIASA MAKMUR	62.87	5.51%
4	KILANG SPROCKET S.A. SDN. BHD	43.45	3.81%
5	新大洲本田	25.66	2.25%
合计		1,062.07	93.02%

② 2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	销售比例
1	ATLAS 本田	1,383.94	68.49%
2	印度 TVS	251.10	12.43%
3	PT. SENANTIASA MAKMUR	137.74	6.82%
4	KILANG SPROCKET S.A. SDN. BHD	43.77	2.17%
5	NOOR ENGINEERING SERVICES (PVT.) LTD.	37.48	1.85%
合计		1,854.04	91.75%

③ 2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	销售比例
1	印度 TVS	377.14	37.21%
2	ATLAS 本田	331.59	32.72%
3	PT. SENANTIASA MAKMUR	101.72	10.04%
4	NOOR ENGINEERING SERVICES (PVT.) LTD.	53.98	5.33%
5	KILANG SPROCKET S.A. SDN. BHD	33.57	3.31%

合计	898.01	88.60%
----	--------	--------

④ 2019 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	销售比例
1	印度 TVS	756.37	56.87%
2	PT. SENANTIASA MAKMUR	150.79	11.34%
3	ATLAS 本田	148.40	11.16%
4	林海雅马哈	52.68	3.96%
5	KILANG SPROCKET S.A. SDN. BHD	43.01	3.23%
合计		1,151.25	86.56%

2) 运保费收入的主要客户

根据新收入准则的规定，CIF 结算方式下公司提供的相关运输和保险服务属于为客户提供了除销售商品外的单项履约义务，公司自 2020 年执行新收入准则起，将其确认为运保费收入。2020 年-2022 年 1-6 月，运保费收入分别为 149.33 万元、520.07 万元和 297.86 万元，主要客户情况如下所示：

① 2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	销售比例
1	ATLAS 本田	181.79	61.03%
2	印度 TVS	52.19	17.52%
3	意大利 PIAGGIO	46.50	15.61%
4	美国 TTI	4.62	1.55%
5	Yamaha Motor Pakistan (Private) Limited	4.32	1.45%
合计		289.42	97.17%

② 2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	销售比例
1	ATLAS 本田	293.72	56.48%
2	印度 TVS	132.37	25.45%

3	意大利 PIAGGIO	59.30	11.40%
4	美国 TEAM	14.92	2.87%
5	NOOR ENGINEERING SERVICES (PVT.) LTD.	10.53	2.03%
合计		510.84	98.23%

③ 2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	销售比例
1	ATLAS 本田	57.81	38.71%
2	印度 TVS	52.28	35.01%
3	意大利 PIAGGIO	28.65	19.18%
4	VIETNAM MANUFACTURING&EXPORT PROCESSING CO.,LTD	7.72	5.17%
5	KILANG SPROCKET S. A. SDN. BHD	2.04	1.36%
合计		148.49	99.44%

报告期内，公司其他产品收入金额分别为 1,330.05 万元、1,162.90 万元、2,540.80 万元和 1,439.62 万元，占比分别为 4.42%、4.18%、7.11%和 9.14%。2021 年度和 2022 年 1-6 月，其他产品收入金额及占比持续增长，主要系 ATLAS 本田将原有其他区域采购的摩托车零件业务交由公司所致。

2. 说明公司成为日本本田及其子公司、合营企业、日本雅马哈、日本不二越、印度 TVS、美国 TEAM、意大利 PIAGGIO 等主要客户的供应商的背景、条件和过程，主要通过签署框架协议开展合作的方式是否符合行业特征，结合报告期内合作情况及在手订单情况、公司在主要客户的供应商中的地位、上游采购成本变动情况、摩托车领域下游终端需求变化情况及发展趋势，进一步说明与主要客户合作稳定性及业绩增长的可持续性，并量化披露相关风险

(1) 说明公司成为日本本田及其子公司、合营企业、日本雅马哈、日本不二越、印度 TVS、美国 TEAM、意大利 PIAGGIO 等主要客户的供应商的背景、条件和过程，主要通过签署框架协议开展合作的方式是否符合行业特征

公司成为主要客户的供应商的背景、条件和过程如下所示：

客户名称	成为主要客户的供应商的情况		
	背景	条件	过程

新大洲本田	公司原为新大洲供应商，新大洲与本田合资后，经本田重新认证后纳入其供应商体系	以品质保证为前提，满足《本田供应商可持续发展指南》要求	公司与主要客户合作的过程基本一致，主要经历以下几个阶段： 客户接触、现场考察、体系审核、技术交流、样品试作、测试评价、量产确认、量产评价等
五羊本田	与新大洲本田的合作实绩得到五羊本田认可，纳入其供应商体系	以品质保证为前提，满足《本田供应商可持续发展指南》要求	
上海本田贸易	通过新大洲本田和五羊本田配套的实绩，进入本田全球采购配套体系	已成为本田体系内的供应商	
ATLAS 本田	原通过上海本田贸易间接供应，后转为直接向 ATLAS 本田出口	已成为本田体系内的供应商	
林海雅马哈	因进入本田全球供应商体系，通过考察后纳入其供应商体系	满足对产品品质的要求	
雅马哈中国	经林海雅马哈推荐，通过考察后纳入其供应商体系	已成为雅马哈体系内的供应商	
建设雅马哈	经林海雅马哈推荐，通过考察后纳入其供应商体系	已成为雅马哈体系内的供应商	
那智不二越	通过采购日本不二越机器设备被那智不二越了解，经中国零部件采购部考察后纳入其供应商体系	满足客户对品质、成本、交期的要求	
印度 TVS	因进入本田全球供应商体系，通过考察后纳入其供应商体系	以成本为主要前提，保证品质和交期	
美国 TEAM	参加会展接触客户，通过考察后基于对技术和产品品质的认可建立合作关系	满足客户对品质、成本、交期的要求	
意大利 PIAGGIO	通过行业渠道了解公司，通过考察后基于对技术和产品品质的认可建立合作关系	满足客户对品质、成本、交期的要求	
美国 TTI	由公司官网了解公司业务和产品情况，通过考察后基于对技术和产品品质的认可建立合作关系	满足客户对品质、成本、交期的要求	
成都西菱	通过行业渠道了解到公司，经考察后基于对技术和产品品质的认可建立合作关系	满足客户对品质、成本、交期的要求	
丰田通商	通过行业渠道了解到公司，经考察后基于对技术和产品品质的认可建立合作关系	满足客户对品质、成本、交期的要求	

报告期内，公司主要通过与客户签署框架协议和具体订单的形式进行合作。框架协议期限一般为一年，主要对双方的权利义务关系进行概括性规定，约定内容包括合作原则、产品包装和运输、价格调整原则或者产品价格区间、交货和验收原则、价款结算方式、质量保证和违约责任等。当客户有具体产品需求时，会下发具体订单，订单内容包括产品的型号和规格、数量和金额、具体交货时间和地址等。

同行业可比公司主要采取签署框架协议的方式与客户开展合作：

公司名称	合作方式	资料来源
------	------	------

中马传动	公司与主要客户一般先签订供货框架协议,公司根据主要客户的采购计划制定全年的营销、生产计划,再按照客户每个月的采购订单,按月组织生产,同时每周对客户需求进行确认	招股说明书
双环传动	公司签订的销售合同大多为框架性年度协议	招股说明书
精锻科技	公司与主要客户通过框架合同建立合作关系,约定产品的价格及预计未来每年最大供货数量,每周或者每个月通过订单形式确定具体供货数量	2022年9月公告的《创业板向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书(修订稿)》
铁流股份	公司一般在年初或前一年底与国内主机配套客户、国内售后服务市场客户签订年度供货框架合同,后续根据实际情况按订单供货,订单表现为多批次、小金额特点	招股说明书

综上,公司主要通过签署框架协议的方式与客户开展合作,与同行业公司不存在差异,符合行业特征。

(2) 结合报告期内合作情况及在手订单情况、公司在主要客户的供应商中的地位、上游采购成本变动情况、摩托车领域下游终端需求变化情况及发展趋势,进一步说明与主要客户合作稳定性及业绩增长的可持续性,并量化披露相关风险

1) 报告期内合作情况及在手订单情况

公司产品进入客户的供应商体系需经过严格的体系认证,认证合格后客户按生产计划并考虑合理库存向公司派发订单。一般而言,境内客户无需长时间的跨境运输及较为繁琐的报关程序,交易实现较为便捷,订单呈现多批次小金额特点。同时,由于产品生产周期较短,公司在收到境内客户订单后可在较短时间履行完毕,因此在手订单金额相对较小。

报告期内,公司前十大客户的销售情况及截至2022年10月31日的在手订单情况如下:

单位:万元

客户名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	在手订单
ATLAS 本田	3,991.00	6,109.26	2,394.60	1,169.95	1,346.19
新大洲本田	2,206.37	3,977.80	3,336.17	4,116.02	446.57
美国 TEAM	1,412.18	4,259.03	3,820.57	3,329.65	1,056.02
五羊本田	1,370.61	2,706.06	2,222.64	2,344.26	125.20
意大利 PIAGGIO	1,270.82	2,057.63	1,524.79	1,467.65	520.13
印度 TVS	810.97	3,489.23	3,764.07	5,849.42	786.12

美国 TTI	582.29	1,886.45	1,370.40	883.94	817.29
望江豪爵	456.38	1,014.03	819.67	693.41	109.13
丰田通商	368.70	1,731.50	1,378.77	928.80	87.45
建设雅马哈	353.86	676.84	740.35	626.84	28.26
上海本田贸易	212.78	1,077.75	1,036.99	2,584.48	
成都西菱	191.79	1,535.02	1,084.23	696.68	

注：在手订单金额统计至 2022 年 10 月 31 日

2) 公司在主要客户的供应商中的地位

公司报告期内主要客户为本田系、美国 TEAM、意大利 PIAGGIO、印度 TVS 和雅马哈系等在全球范围具备影响力的知名企业，此类客户往往具有较为完善的生产管理体系以及严格的供应商准入机制，通过全面考察候选供应商的产品质量和价格、技术实力、设计能力以及服务水平等，综合评价供应商是否达到其认证标准，而一旦完成认证进入到客户的供应商体系后，客户一般很少进行更换。公司与主要客户均建立了较为长久的合作关系，且在客户同类产品的采购额中占据了一定的份额。报告期内，公司在主要客户中的地位情况如下：

客户名称	开始合作时间	客户类型	公司定位
新大洲本田	2001 年	摩托车整车厂	主机配套市场一级供应商
五羊本田	2002 年	摩托车整车厂	主机配套市场一级供应商
美国 TEAM	2005 年	全地形车变速器和后桥驱动制造商	主机配套市场二级供应商
上海本田贸易	2007 年	日本本田贸易株式会社所控制并专门负责全球采购	-
ATLAS 本田	2007 年	摩托车整车厂	主机配套市场一级供应商
印度 TVS	2007 年	摩托车整车厂	主机配套市场一级供应商
建设雅马哈	2008 年	摩托车整车厂	主机配套市场一级供应商
林海雅马哈	2008 年	摩托车整车厂	主机配套市场一级供应商
丰田通商	2012 年	日本洋马指定贸易商	
意大利 PIAGGIO	2012 年	摩托车整车厂	主机配套市场一级供应商
美国 TTI	2012 年	美国 DANA 指定贸易商	
成都西菱	2016 年	汽车发动机零部件生产商	主机配套市场二级供应商

3) 公司与主要客户合作的稳定性

公司产品凭借良好的性能水平和稳定可靠的质量，获得了下游客户的认可，与主要客户自合作以来，一直保持了良好的合作关系，客户关系较为稳定。

① 公司与主要客户的合作历史较长，合作情况稳定

公司在设立之初即与五羊本田和新大洲本田建立合作关系。经过多年行业深耕，已赢得国内外数十家摩托车、汽车制造厂商信任并建立长期合作关系，销售区域延伸到上海、广州等全国 25 个省市，美国、巴基斯坦、印度等 13 个国家，客户扩展至日本雅马哈、意大利 PIAGGIO、重庆隆鑫、美国 TEAM、福伊特、长城汽车等国内外知名企业 100 多家。公司与主要客户均有较长的合作历史，合作关系持续稳定。

② 客户认证严苛、认证周期较长，不会轻易更换供应商

齿轮和离合器作为机械传动领域的关键性基础零部件，下游客户对与供应商建立合作关系非常谨慎，在达成合作关系前，摩托车、汽车制造商会通过质量、成本等一系列要素对供应商进行采购评审，对供应商是否具有合格的生产能力进行逐项认定，认证周期通常需要 12-24 个月乃至更长。在通过认证后，客户通常还要通过小批量试产对供应商产品的稳定性与服务能力进行审慎评价，部分客户通过至少 1-2 年小批量验证后才会大批量使用，从而建立起合格、稳定的供应商采购体系。一旦选定合格的供应商后，出于对产品质量稳定性、转换成本等方面的综合考虑，摩托车、汽车制造企业不会频繁的进行更换。

③ 产品以及综合服务能力获得客户认可

公司高度重视对下游客户的整体服务，根据客户的需求及时调整自身产品和研发方向，配合客户做好工艺的优化改进。同时，公司始终贯彻执行 IATF16949:2016 和本田等客户质量管理体系在制造过程中的严格要求，建立健全了质量管理体系和品质控制的组织结构，明确了质量相关部门的职责和管理程序，配备了质量计量、检测、分析等设备设施，强化了生产全过程的质量控制和品质持续改进，保障了产品交付的及时性和产品质量的稳定性，取得了客户的信任和认可。长期以来，客户对公司的快速响应能力、服务态度、供货能力及产品质量均较为满意。2014 年度，公司被意大利 PIAGGIO 评为“质量最佳供应商”，2019 年、2021 年被日本洋马、新大洲本田评为“优秀供应商”，并多次获得五羊本田和建设雅马哈分别颁发的“优质服务奖”和“成本贡献奖”。

综上，公司与主要客户具有较长的合作历史，合作关系较为稳定，具有可持

续性。

4) 业绩增长的可持续性

① 公司经营环境呈现稳中向好的发展态势

A. 公司所处的摩托车行业整体向好，不存在周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减或增长停滞等情况

a. 公司国内摩托车市场

我国是全球摩托车产销大国，摩托车保有量、产销量均居世界前列。近几年我国摩托车市场逐步趋于平稳且稳中有升，其中燃油摩托车仍是主流。从排量来看，2021年我国摩托车总销量中占比最大的是50-150CC排量的摩托车，达60.72%。长期来看，我国摩托车用途仍以代步为主，需求主力军仍是小排量摩托车。经济的平稳复苏，居民收入水平，尤其是农村居民收入水平的提高，大城市汽车拥堵问题的日益显现，150CC排量以下的摩托车免征购置税等相关支持性政策的出台，都将进一步推动摩托车这一快捷交通工具的需求。

近年来随着摩托车市场的向好，公司主要客户新大洲本田和五羊本田的业绩整体稳步上升。根据中商情报网披露信息显示，2022年1-10月，新大洲本田摩托车销量排名较2021年上升至全国第四，售出76.69万辆，市场份额为6.55%。五羊本田销量排名较2021年上升至全国第五，售出58.66万辆，市场份额为5.01%。受其销量市场增长的影响，公司对新大洲本田和五羊本田的销售金额近两年来也有较大幅度增长。

b. 公司国外摩托车市场

公司依靠产品和技术优势不断加大国际市场开拓，出口销售收入占主营业务收入比例逐年攀升，2022年1-6月达54.59%。产品主要出口到摩托车市场生产运输需求发展迅速的巴基斯坦、越南、印度、印尼等多个国家。

目前全球摩托车的增量主要来自南亚及东南亚国家，这些发展中国家的道路条件一般，经济发展水平较落后，电力供应不稳定，当地人多以摩托车作为代步出行工具；同时，部分国家的公共交通系统不完备，摩托车也被用于载客、载货的商业用途；其市场需求的车型以骑式、座式车为主，踏板车为辅，排量以50-150CC为主。由于亚洲人口数量众多，人均收入较低，公共交通系统较落后，价廉物美的摩托车有着较大市场潜力。

巴基斯坦市场方面，得益于政府的支持，近两年的全球新冠疫情并没有对巴

基斯坦摩托车市场产生很大影响，相关单位和企业也跟随着政府的政策大力发展摩托车产业。2021年11月，公司的主要海外客户ATLAS本田在巴基斯坦的摩托车月销量创下历史新高，ATLAS本田的业务增长也随之带动公司报告期内的收入上升。

越南市场方面，据越南摩托车制造商协会(VAMM)公布的2022年第三季度(2022年7月至2022年9月末)销量数据显示，越南本地本田、雅马哈、比亚乔、三阳和铃木，5家企业合计销量为762,154辆，较2021年同期增长207.65%。其中，PIAGGIO VIETNAM CO.,LTD和VIETNAM MANUFACTURING&EXPORT PROCESSING CO.,LTD是公司的重要客户。越南摩托车市场的迅速发展也随之带动了公司对越南的产品出口。报告期内，公司出口越南的收入呈现稳中有升的态势。

印尼市场方面，2021年印尼摩托车产量达586.14万辆，同比增长34.41%，摩托车销量达505.75万辆，同比增长38.16%。

印度市场方面，印度摩托车市场受收入水平提高与二、三线城市对交通工具的需求日益增长因素影响，预计2025年印度燃油摩托车市场规模将达424亿美元，2018年-2025年复合年均增长率达到8.80%，有着广阔的市场前景。

从国内摩托车市场来看，新大洲本田和五羊本田等国内主要客户的销量增长也随之带动公司的业绩提升，行业整体呈现稳中向好的发展态势。从国外摩托车市场来看，以巴基斯坦、越南、印度等为首的发展中国家随着经济发展对摩托车出行需求迅速扩大，相应带动了公司海外销量的大幅增长，行业发展空间巨大。随着“一带一路”战略的继续深化、包括东盟十国在内的《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的签订和生效、印尼及马来西亚等市场对我国摩托车的关税优惠，发展中国家的摩托车市场潜力将进一步扩大，我国摩托车零配件的出海之路也将进一步升级。

综上，公司所处的摩托车行业整体向好，不存在周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减或增长停滞等情况。

B. 主要募投项目所处细分市场新能源领域高速发展、湿式纸基摩擦材料政策利好为公司迎来扩张契机

a. 新能源汽车行业

新能源汽车是高景气行业，市场需求旺盛。根据中汽协统计数据，2022年1-9月，全国新能源汽车累计产量471.7万辆，同比增长1.2倍；累计销量456.7

万辆，同比增长 1.1 倍，市场占有率达到 23.5%。

从全球市场来看，目前全球新能源汽车市场发展已经步入从政策驱动转向市场拉动的新阶段，呈现出市场规模、发展质量双提升的良好发展局面。2021 年全球新能源汽车共实现注册销量 650.14 万辆，较 2020 年增长了 108%。2022 年 1-9 月全球新能源乘用车累计销量为 681.53 万辆，已远超去年同期水平。国际能源署发布的全球碳中和路线图认为，从 2020 年到 2030 年，全球电动轿车将增长 18 倍，2030 年年销量将达到 5,500 万辆，未来新能源汽车市场继续呈现稳中向好的发展态势。

b. 湿式纸基摩擦材料行业

纸基摩擦材料属于高性能的复合材料，符合国家大力发展新材料新技术的要求，是国家重点支持的行业领域。科技部 2017 年颁布的《“十三五”材料领域科技创新专项规划》指出，新材料的发展将瞄准国家重大需求、全球技术和产业制高点，重点研究高性能纤维及复合材料等关键材料和技术，基于造纸过程的纤维原料高效利用技术，纸基复合材料被列入重点基础材料技术提升与产业升级的发展重点。《中国制造 2025》在节能汽车路线图-关键零部件-自动变速器关键零部件中指出，到 2025 年，离合器总成实现除摩擦材料外大部分部件国产化；到 2030 年，离合器总成实现摩擦材料国产化。《产业结构调整指导目录(2019 年本)》将“使用合成矿物纤维、芳纶纤维等作为增强材料的无石棉摩擦、密封材料新工艺、新产品开发与生产”作为鼓励发展行业。

综上，公司已获新能源客户项目定点和合作意向的支持，中国和全球新能源汽车产销量延续高增长态势；公司在摩擦材料领域独立设计和开发、生产能力已达到国内先进水平且契合国家产业政策。随着募投项目的实施将巩固和扩大公司在专业领域内的竞争优势，扩充和提升公司主营业务。

综上，公司下游摩托车市场整体向好，且受新能源汽车行业高速发展、湿式纸基摩擦材料政策利好影响，汽车领域产品及应用纸基摩擦材料产品预期大幅增长。因此，公司经营环境呈现稳中向好的发展态势。

② 公司具有核心竞争力，在细分市场地位突出

公司采用现代企业管理手段，聚焦产业技术创新与生产工艺研发，目前已积累深厚的技术研发实力与行业资源积淀，在中高端摩托车齿轮传动部件领域具有较强的市场地位。公司作为行业内少数拥有纸基摩擦材料和高精度齿轮两大技术

优势的企业，具有较强的产品迭代设计创新能力。经过长期的设计开发和经验积累，公司已具备产品型号四百余种，能够覆盖市场主要畅销车型，满足不同行业、不同领域的客户差异化需求。公司产品外销美国、德国、印度等 13 个国家，内销上海、广州等全国 25 个省市 100 多家客户。公司已进入日本本田、日本雅马哈、意大利 PIAGGIO、重庆隆鑫、美国 TEAM、福伊特、长城汽车等国内外知名企业供应商体系，为持续获取订单打下坚实的客户基础。

③ 公司业绩对原材料波动敏感但具备向下游传导原材料价格波动的能力

报告期，产品材料价格发生波动，对公司营业利润会产生较大影响。假定其他因素不变，若直接材料单一因素变化±1%至±10%，毛利率敏感性分析如下：

原材料价格波动幅度	对主营业务毛利率的影响			
	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
上升 1%	-0.44%	-0.43%	-0.40%	-0.38%
上升 3%	-1.32%	-1.30%	-1.19%	-1.14%
上升 5%	-2.20%	-2.17%	-1.98%	-1.90%
上升 10%	-4.40%	-4.33%	-3.97%	-3.80%
下降 1%	0.44%	0.43%	0.40%	0.38%
下降 3%	1.32%	1.30%	1.19%	1.14%
下降 5%	2.20%	2.17%	1.98%	1.90%
下降 10%	4.40%	4.33%	3.97%	3.80%

报告期内，公司主要原材料为齿轮毛坯件等钢铁类产品，钢材具有公开的行情参考价格，其价格受全球和下游行业经济周期的影响变化快、波动大。因此，钢材价格波动是公司主营业务收入、成本波动的主要因素之一。假定其他因素不变，直接材料价格每变动 1%，2019-2022 年 6 月各期，公司毛利率反方向变动 0.38、0.40、0.43 和 0.44 个百分点。毛利率对直接材料价格较为敏感。

报告期内，主要原材料各期平均采购价格情况如下：

单位：元/件、元/KG

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
齿坯-钢制	4.13	4.65	4.01	3.65
齿坯-粉末冶金	8.47	8.31	7.43	7.88

其他毛坯-钢制	2.97	3.07	2.53	2.50
其他毛坯-铝合金	2.42	2.20	1.93	1.87
钢材	5.92	6.29	5.73	5.19

报告期内，公司原材料平均采购价格整体呈上涨趋势。其中，以钢材为初始材料的原材料采购价格最近三年平均涨幅均超过 10%，以铝合金为初始材料的原材料采购价格最近三年平均涨幅亦超过 8%。尽管原材料价格波动大，但基于公司具备向下游客户传导原材料价格波动的能力，公司报告期内毛利率相对稳定。

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
齿轮	26.56%	-2.52%	29.08%	-0.41%	29.49%	2.64%	26.85%
离合器	16.09%	-1.49%	17.58%	-6.90%	24.48%	1.08%	23.40%

通过原材料采购价格和毛利率的波动对比可以看出，公司具备较好的价格传导能力，从而较大限度地降低原材料价格大幅波动带来的风险，维持业绩的稳定性。

⑤ 公司针对提升盈利能力制定了切实可行的应对措施

为应对行业发展变化，对冲下游客户降本控价影响，未来公司将采取以下措施，进一步提升公司的盈利能力：

A. 深挖现有客户潜力，扩大在现有客户中的市场份额

公司秉承“质量代表一切语言”的发展理念，始终坚持走高品质的市场路线，业务布局覆盖全球，主要客户包括日本本田、日本雅马哈、意大利 PIAGGIO 等，具有较高品牌知名度，公司在其业务领域的市场份额还有较大的提升空间。未来，随着募投项目的实施，公司将通过先进生产设备的补充，有效提高生产效率和加工良率，保证产品品质稳定输出，同时进一步降低产品生产成本，提升对客户的响应能力和客户满意度，助力公司进一步扩大市场份额。

B. 积极拓展新客户，形成新的利润增长点

公司将紧跟行业发展趋势，向街跑时尚、都市运动和大排量摩托车领域积极开拓。通过客户拜访、行业展会、以及客户推介等方式不断开拓新客户，并进一步加大新产品研发投入，健全产品质量控制体系，以优秀的产品品质和完善的综合服务能力，满足不同领域不同客户的差异化需求，积极抢占新增市场，形成新

的利润增长点。

C. 募投项目的实施将进一步扩充和提升公司主营业务、提高公司竞争力

公司拟通过本次募集资金投资项目巩固和扩大在专业领域内的竞争优势，扩充和提升主营业务。本次募集资金使用后，公司产能、生产环境、研发及运营环境将得到大幅的提升，有助于进一步扩大公司主营业务规模。同时，通过建设实验室进行技术储备，进一步强化研发能力，提升产品技术水平，优化产品结构，拓展产品应用空间和未来发展的市场空间，最终提升公司的核心竞争力，巩固公司现有的行业地位。

D. 进一步完善采购体系，有效降低采购成本，提升成本竞争优势

针对原材料价格变动对公司业绩的影响，除根据以销定产采取“背靠背策略”以及约定市场调价机制等保障措施外，公司将加强对原材料市场行情的分析研判，把握原材料价格变化趋势，在确保原材料品质的前提下不断拓展供货渠道，通过竞争机制有效降低原材料成本，控制库存规模，应对原材料价格波动风险。通过前述措施进一步完善采购体系，有效降低采购成本，提升成本竞争优势，提高盈利能力。

E. 继续加强不同板块之间的衔接，提升产业效率

未来，公司将继续拓展在摩托车应用领域的业务，并深入参与汽车、非道路用车等非摩托车业务，并逐步提升新能源汽车等培育业务的占比。

⑥ 主要客户合作稳定性及业绩增长的可持续性风险

公司所处行业具有客户集中度相对较高的行业特点，与产品下游客户主要为大型摩托车、汽车整车制造商等全球百强企业的特点相关。若公司主要客户的生产经营状况发生重大不利变化，或其所在国产业政策发生重大变化，或因公司的产品质量或技术水平达不到客户要求等原因导致在单个客户供应商体系中竞争地位发生变化，将会对公司的产品销售产生不利影响，甚至可能面临营业利润大幅下滑的风险。

综上，公司与主要客户合作时间较长久，在主要客户的供应商体系内占据了一定的市场份额，自进入主要客户的供应商体系后未发生退出或被客户要求退出的情况，双方合作关系稳定。报告期内，除印度 TVS 受其本国产业政策和新冠疫情等多因素综合影响而减少对公司的采购外，其他主要客户对公司的采购规模较为稳定。公司对主要客户有较为充足的在手订单，与主要客户的合作稳定，下游

应用领域具有成长空间，业绩增长具有可持续性。

3. 结合下游地区市场需求变化、客户经营情况等，进一步说明 2021 年起公司收入规模持续增长的合理性，与下游市场和客户销量等是否匹配

报告期内，公司营业收入变动情况：

单位：万元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
主营业务收入	15,746.62	-10.16%	35,710.88	28.42%	27,807.27	-7.51%	30,065.90
其他业务收入	379.81	-0.25%	803.90	31.19%	612.79	228.63%	186.47
合计	16,126.43	-9.95%	36,514.78	28.48%	28,420.06	-6.06%	30,252.37

注：2022 年 1-6 月变动率为与去年同期数据进行比较

2021 年度，公司实现营业收入 36,514.78 万元，较上年增加 8,094.72 万元，增幅 28.48%；其中，主营业务收入 35,710.88 万元，较上年增加 7,903.61 万元，增幅 28.42%。2021 年度、2020 年度主营业务收入具体构成情况如下：

单位：万元

分类	2021 年度	2020 年度	变动	变动率
摩托车齿轮	11,341.97	8,665.49	2,676.48	30.89%
汽车齿轮	4,583.69	2,683.18	1,900.51	70.83%
其他齿轮	6,268.55	5,795.82	472.73	8.16%
齿轮小计	22,194.21	17,144.49	5,049.72	29.45%
湿式多片离合器	7,129.78	6,475.48	654.30	10.10%
湿式离心离合器	2,778.92	2,508.09	270.83	10.80%
干式离心离合器	1,067.17	516.31	550.86	106.69%
离合器小计	10,975.87	9,499.89	1,475.98	15.54%
其他	2,540.80	1,162.90	1,377.90	118.49%
合计	35,710.88	27,807.27	7,903.61	28.42%

2021 年度主营业务收入增加主要系对 ATLAS 本田摩托车齿轮和摩托车零件销售大幅增长，以及汽车齿轮业务大幅增长所致。

(1) 摩托车齿轮及零件

2021 年，公司对 ATLAS 本田的摩托车齿轮业务和零件业务较上年同期分别

为增加 2,426.40 万元和 1,052.35 万元，增幅分别为 121.01%和 317.36%。公司向 ATLAS 本田销售金额快速增长，主要是因为：1) 2021 年新增供应部分品种，包括正时齿轮(KOK 系列)、主动齿轮(KYHP)以及起动齿轮组件合计金额 900.68 万元；2) 主要品种从动齿轮增量明显，2021 年 ATLAS 本田摩托车销售量从 106.61 万辆增加至 135.00 万辆，公司作为 ATLAS 本田 70CC 从动齿轮的主要供应商，收入随摩托车销售量增加而增长，较 2020 年增加 1,365.85 万元；3) ATLAS 本田将原由东南亚采购的摩托车零件业务交由公司，致使公司零件销售收入实现 1,347.02 万元，较 2020 年增长约 1,000.00 万元。

巴基斯坦人口 2.08 亿，是世界第六大人口大国，但其国内交通基础设施尚不完善，人均收入较低，摩托车成为普通家庭首选的交通工具。2017 年巴基斯坦摩托车年销量达 331 万辆，而 2005 年巴基斯坦全年仅销售了 50 万辆摩托车，12 年期间巴基斯坦的摩托车年销量增长 6.6 倍。从数据可以看出，得益于政府的支持，近两年的全球疫情并没有对巴基斯坦摩托车市场产生很大影响，相关单位和企业也跟随着政府的政策大力发展摩托车产业。

ATLAS 本田成立于 1962 年 10 月，主要从事摩托车及零部件的先进制造和销售，目前为巴基斯坦最大的摩托车生产厂商，是巴基斯坦国内上市公司。2019 年-2021 年，ATLAS 本田分别实现摩托车销量 106.00 万辆、106.61 万辆和 135.00 万辆，呈逐年增长趋势。2021 年 11 月，ATLAS 本田在巴基斯坦的摩托车月销量创下历史新高，月售高达 128,503 台。ATLAS 本田近年来的业务增长也随之带动公司收入上升。

综上，公司对 ATLAS 本田收入规模持续增长具有合理性，与巴基斯坦本国摩托车市场和 ATLAS 本田摩托车销量等相匹配。

(2) 汽车齿轮

2021 年度，公司汽车齿轮收入较上年同期增加 1,900.51 万元，增幅达 70.83%，其中，对主要客户美国 TTI、成都西菱和福伊特的销售金额分别增加 516.05 万元、450.79 万元和 600.71 万元，增幅分别为 37.66%、41.58%和 284.24%，主要客户销售增长明显。

根据中国汽车工业协会数据显示，2018 年至 2019 年，我国汽车行业呈下滑趋势，产量同比下滑分别为 4.17%和 8.20%，销量同比下滑分别为 2.77%和 8.23%。2020 年上半年，受新冠疫情影响，我国汽车产销量下滑趋势加大，汽车产销分

别完成 1,011 万辆和 1,026 万辆，同比分别下降 16.80%和 16.90%。但随着国家对新冠疫情的有效管控以及出台了多项政策支持汽车产业复苏与发展，2020 年全年，我国汽车产销分别完成 2,523 万辆和 2,531 万辆，同比分别下降 1.21%和 1.79%，下降情况有所改观。2021 年末，我国汽车产销量分别完成 2,608 万辆和 2,627 万辆，同比分别增长 3.41%和 3.79%，结束了自 2018 年以来连续 3 年的下降趋势。

从全球范围来看，受汽车消费疲软叠加新冠疫情影响，2018 年至 2020 年消费者购车热情降低、汽车销量不断下降，全球汽车产量持续下滑。2021 年随着新冠疫情在全球范围内影响减弱，居民生产生活用车需求增加，根据世界汽车工业协会(OICA)数据显示，2021 年全球汽车总产量约为 8,015 万辆，比上年增长 3%。

公司汽车齿轮收入与下游汽车行业的发展具有强相关关系。受益于整个汽车产业的发展，2021 年公司主要客户成都西菱(因公开信息检索不到美国 TTI 和福伊特的经营信息，此处仅列示成都西菱的情况)营业收入同比增长 46.14%，公司对成都西菱收入同比增长 41.58%。

综上，公司收入规模持续增长具有合理性，与下游市场和客户销量相匹配。

4. 进一步说明来自主要客户印度 TVS 收入金额下降的原因及合理性，结合印度 TVS 的经营状况、印度本土摩托车企业竞争格局及市场份额变动情况、与印度 TVS 的合同签订及期后履行情况，说明与印度 TVS 的合作是否可持续，量化披露对主要客户销售金额下降对公司经营业绩的影响并作重大事项提示

(1) 印度 TVS 收入金额下降的原因及合理性

报告期内，印度 TVS 收入变动情况：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收入金额	810.97	3,489.23	3,764.07	5,849.42
变动额	-1,336.83	-274.84	-2,085.35	
变动率	-62.24%	-7.30%	-35.65%	

注：2022 年 1-6 月变动率为与去年同期数据进行比较

报告期内，公司对印度 TVS 的销售下降较为明显。主要是因为：

1) 印度作为公司产品的进口国政策影响

在放开市场准入后，印度对于从中国进口产品一直存在焦虑。2019年，印度对华反倾销调查数量仅次于美国，位居全球第二。在新兴经济体，印度对华的反倾销调查数量位居第一，远远超过巴西、墨西哥等国家。2021年2月，印度政府财政部长西哈拉曼在其2020-2021年政府预算中宣布，乘用车和三轮车的关税从15%提高到30%，所有电动汽车的进口套件(零部件进口到印度再进行组装)，关税从10%提高到15%，此举在于进一步加强印度汽车、摩托车产业本土化生产制造。公司对印度的主要销售产品为摩托车零部件，受印度推行“印度制造”“反倾销”和“摩托车本土制造”等策略的影响，报告期内公司在印度的收入呈下降趋势。

2) 公司对印度市场处于战略调整期，财务指标有所波动

印度是全球成长最快的新兴经济体之一，经济增长速度引人瞩目。按国内生产总值(GDP)衡量，2016年印度已经成为世界第六大经济体。根据印度汽车联合会数据统计，印度2016年实现摩托车销量约1,810万辆左右，超过中国同年摩托车销量。公司客户印度TVS即是印度市场排名第三的摩托车生产企业，年产320万辆两轮摩托车和12万辆三轮摩托车。因此，2020年以前，印度市场销售一直置于公司相对重要的位置。2020年开始，受新冠疫情加之印度对华贸易政策的影响，公司开始有意减少对印度市场投放力度，因业务调整尚有过程，导致报告期内收入存在较大波动。

综上，公司客户印度TVS收入下降具有合理性，且公司已有意调整对印业务及积极扩展其他区域市场，印度TVS收入变化不会对2022年全年及后期业绩造成较大影响。

(2) 印度TVS的经营状况、印度本土摩托车企业竞争格局及市场份额变动情况

1) 印度TVS经营状况

印度TVS主要从事摩托车的研发、生产和销售，2021-2022财年实现摩托车销量331万辆，实现收入2,080.95亿卢比。

年度	销量(辆)(十万)	收入(卢比)(千万)	利润(卢比)(千万)
2021年	33.10	20,809.50	893.56

2020年	30.53	16,783.51	612.04
2019年	32.63	16,455.44	592.25

数据来源：印度 TVS 2019-20 年、2020-21 年、2021-22 年年报；印度 TVS 以公历 4 月 1 日至次年 3 月 31 日为一个会计年度

2) 印度本土摩托车企业竞争格局

印度是世界摩托车主要的生产和消费国，摩托车市场上主要品牌有本田、英雄、印度 TVS、雅马哈，BAJAJ 等，近几年印度 TVS 一直是印度第三大摩托车生产公司，在印度摩托车市场占据较大的市场份额。

(3) 与印度 TVS 的合同签订及期后履行情况

报告期内，公司与印度 TVS 合同签订及履行情况如下：

单位：万元

年份	产品类型	订单金额	履行情况
2019年	离合器、齿轮	5,849.42	履行完毕
2020年	离合器、齿轮	3,764.07	履行完毕
2021年	离合器、齿轮	3,489.23	履行完毕
2022年1-6月	离合器、齿轮	810.97	履行完毕
期后（含截至2022年10月31日在手订单）	离合器、齿轮	958.14	正在履行

公司与印度 TVS 的合同均有效执行，未出现中断或提前终止的情形。截至 2022 年 10 月 31 日，公司对印度 TVS 的期后销售及在手订单金额为 958.14 万元。

综上，印度 TVS 业务受其国家产业政策及新冠疫情等因素影响，对公司采购规模有所下降。但印度 TVS 作为印度第三大摩托车生产厂商，对公司产品一直存在需求，且目前在执行订单持续有效；公司虽有意减少对印度市场投放力度，但对于印度 TVS 在其他国家生产据点的合作在稳步增长，公司与印度 TVS 的合作具备可持续性。

(4) 量化披露对主要客户销售金额下降对公司经营业绩的影响并作重大事项提示

报告期内，公司对前五名客户销售额合计占当期主营业务收入的比例分别为 60.61%、55.88%、57.52%和 65.10%，对日本本田子公司、合营企业及合营企业子公司的销售额合计占当期主营业务收入的比例分别为 33.97%、32.33%、38.84%

和 49.41%，客户集中度相对较高。报告期内，公司对 ATLAS 本田的销售额分别为 1,169.95 万元、2,394.60 万元、6,109.26 万元和 3,991.00 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 3.89%、8.61%、17.11%和 25.35%，销售金额及占主营业务收入的比重逐年增加；受新冠疫情和印度产业政策影响，公司对印度 TVS 的销售额分别为 5,849.42 万元、3,764.07 万元、3,489.23 万元和 810.97 万元，下降较为明显。

公司所处行业具有客户集中度相对较高的行业特点，与产品下游客户主要为大型摩托车、汽车整车制造商等全球百强企业的特点相关。若公司主要客户的生产经营状况发生重大不利变化，或其所在国产业政策发生重大变化，或因公司的产品质量或技术水平达不到客户要求等原因导致在单个客户供应商体系中竞争地位发生变化，将会对公司的产品销售产生不利影响，甚至可能面临营业利润大幅下滑的风险。

5. 说明各期覆盖主要客户新产品数量和产量变化情况，公司主要产品中是否存在客户已经或后续将淘汰停产的车型，报告期内发生质保赔偿情况，并结合相关情况，进一步分析说明与主要客户合作是否稳定可持续

(1) 说明各期覆盖主要客户新产品数量和产量变化情况，公司主要产品中是否存在客户已经或后续将淘汰停产的车型

从摩托车、汽车等领域产品结构来看，公司的产品主要为以齿轮、离合器为核心的执行传动系统功能的零件。一般意义上，车型的更新换代过程主要涉及动力总成即发动机和变速箱的重新匹配或者外观设计两个方面，对于车辆平台架构、核心技术等，车型升级换代一般不涉及较大改动。基于车型更新换代的主要内容，多数产品的变化主要是与发动机、变速箱进行重新匹配或仅仅是外观设计的改良，通过适度调整即可快速适用，实现新旧衔接。因此，改良前产品亦并非真正意义上的停产淘汰产品。

报告期内，公司多数产品变化属于前述情况。由于此类情况表现为业务的承继和延续，并非带来业务减少。考虑对业务数据产生实质影响的角度，下文对于新产品或停产淘汰产品数据统计进行限定，其中：

新产品分为：原有客户全新或升级换代车型带来的产品量产。

停产淘汰产品分为：停产车型原适用产品通过改良升级无法匹配新车型，即新车型所需产品为全新量产产品。

1) 各期新产品数量和产量变化情况

报告期各期，公司新增量产产品的数量和产量变化情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
新增量产产品数量(个)	113	104	93	57
新增量产产品产量(万件)	243.20	490.66	214.35	77.27
新增量产产品销量(万件)	263.70	432.37	201.23	53.25
新增量产产品销售收入(万元)	6,968.39	11,931.64	6,108.42	2,008.41

注：上表中各年新增数据均系以2018年度为基础计算

报告期内，公司新增量产产品的数量分别为57个、93个、104个和113个，产量分别为77.27万件、214.35万件、490.66万件和243.20万件，呈逐年增长趋势。

报告期内，公司主要客户新产品数量和销售金额变化情况如下：

单位：个、万元

主要客户	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额
ATLAS 本田	11	2,784.37	9	3,834.11	4	1,523.38	4	549.85
新大洲本田	6	722.60	5	287.95	2			
美国 TEAM	6	235.13	5	758.62	4	526.40	3	251.90
五羊本田	9	1,073.69	9	1,587.08	9	806.93	4	230.45
意大利 PIAGGIO	10	356.41	10	654.95	8	427.85	5	107.40
印度 TVS	3	109.50	3	813.00	3	226.40	1	38.33

由上表可知，报告期内，公司主要客户新产品的数量以及新产品贡献的销售收入总体呈逐年增长趋势。

2) 公司主要产品中是否存在客户已经或后续将淘汰停产的车型

报告期各期，公司主要产品中属于客户已经或后续将淘汰产品的情况如下所示：

单位：万元

产品类型	对应客户	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
		销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例

摩托车齿轮	上海本田贸易	0.52	0.0033%	1.55	0.0044%	0.81	0.0029%	1,446.38	4.81%
非道路用车 齿轮	美国 TEAM			92.91	0.26%	128.30	0.46%	175.03	0.58%
合计		0.52	0.0033%	94.46	0.2644%	129.11	0.4629%	1,621.41	5.39%

公司主要产品中属于客户已经或后续将淘汰产品为少量摩托车齿轮和非道路用车齿轮，报告期各期的销售金额分别为 1,621.41 万元、129.11 万元 94.46 万元和 0.52 万元，占主营业务收入的比重分别为 5.39%、0.46%、0.26%和 0.0033%。除 2019 年印尼本田和意大利本田因机型停产导致淘汰产品金额较大外，其余年度金额和占比均较小，对公司经营业绩不存在重大不利影响。

(2) 报告期内发生质保赔偿情况

报告期内，公司因产品质量而向客户支付的赔偿费用及占营业收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
质保赔偿	30.35	53.30	41.71	59.01
主营业务收入	15,746.62	35,710.88	27,807.27	30,065.90
占比	0.19%	0.15%	0.15%	0.20%

报告期内，公司因产品质量而向客户支付的质保赔偿金额较小，占当期主营业务收入的比例较低，公司与主要客户合作良好，不存在因产品质量而导致的纠纷。

(3) 结合相关情况，进一步分析说明与主要客户合作是否稳定可持续

公司与客户合作的基础在于通过客户的供应商体系认证，并签署框架协议进行约定。进入整车厂商的供应商体系后，通常会保持稳定持续的供货关系。即使在对车型更新或换代过程中，考虑到数据的统一性、技术稳定性、更换供应商的额外成本等因素，一般会优先选择供应体系内长期合作、技术研发能力、品质保证能力和后续服务较强的零部件供应商提供配套。经过多年行业深耕，公司已具备设计开发和生产制造一体化优势，在与客户新项目的方案论证、合作开发等方面具备较强的竞争优势。通过不断的新项目合作，持续跟进新车型、新产品和工艺技术的升级换代，公司与主要客户能够长期维持较为稳定的合作关系，在车型升级换代的早期，即可参与整车厂商新一代车型相关产品的研发，既增加了与主

要客户粘性，又为后续业务的持续增长奠定基础。

报告期内，主要客户新产品的数量和产量均呈增长趋势，公司具备与客户同步研发的能力，可以满足客户持续的业务和产品需求；主要产品中属于客户已经淘汰或后续将淘汰的金额和占营业收入的比重均较小，对公司经营业绩影响较小；因产品质量而向客户支付的质保赔偿金额较小，占当期主营业务收入的比例较低，与客户之间不存在因产品质量而导致的纠纷，公司与主要客户的合作稳定可持续。

6. 说明报告期内公司向贸易类客户的销售产品和金额、主要贸易商情况及终端情况，结合公司与贸易商的合作模式，说明公司全部采用直销模式的信息披露是否准确，公司通过贸易商实现销售的合理性，是否符合终端客户的供应商惯例要求及行业惯例

(1) 说明报告期内公司向贸易类客户的销售产品和金额、主要贸易商情况及终端情况

公司根据客户采购产品后是否继续加工将客户划分为直接客户和贸易类客户。客户采购产品后直接对外销售的，划分该类型客户为贸易类客户；客户采购产品加工后再进行销售或投入研发，划分该类型客户为直接客户。

报告期内，公司向贸易类客户销售的产品与向直接终端客户销售的产品不存在差异，主要包括摩托车齿轮、汽车齿轮、农机齿轮、离合器及零件等，报告期各期具体销售金额及占公司主营业务收入的比重情况如下所示：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
向贸易类客户销售金额	1,613.69	5,716.77	4,583.05	5,551.55
主营业务收入	15,746.62	35,710.88	27,807.27	30,065.90
占比	10.25%	16.01%	16.48%	18.46%

报告期内，公司主要贸易商销售情况如下：

单位：万元

贸易类客户	销售产品	终端客户	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
美国TTI	汽车齿轮	美国DANA	582.29	1,886.45	1,370.40	883.94
丰田通商	农机齿轮	洋马	368.70	1,731.50	1,378.77	928.80
上海本田贸易	摩托车齿轮	ATLAS 本田、印尼本田、意大利本田	212.78	1,077.75	1,036.99	2,584.48

小计	1,163.77	4,695.70	3,786.16	4,397.22
占贸易类客户销售金额的比例	72.12%	82.14%	82.61%	79.21%

报告期内，美国 TTI、丰田通商、上海本田贸易为公司主要贸易类客户，主要贸易商及其终端客户情况如下：

序号	主要贸易商		终端客户	
	名称	基本情况	名称	基本情况
1	美国 TTI	成立于 1989 年，主要从事金属材料和部件的贸易业务。作为美国 DANA 专门负责全球采购的公司，负责执行美国 DANA 指令，采购由其认可的供应商产品并供应给美国 DANA	美国 DANA	成立于 1904 年，注册地址位于美国特拉华州，美国纽约证券交易所上市公司，是动力传动系统技术、密封技术以及热管理产品的全球供应商，主要为公路汽车和越野车生产厂家市场提供业务，属于全球财富 500 强公司
2	丰田通商	成立于 1995 年 1 月 24 日，注册资本 400 万美元，股东为丰田通商(中国)有限公司，最终控制方为丰田通商株式会社，主要从事汽车及非汽车领域的贸易业务，是其海外据点中营业额及规模最大的据点之一	洋马	成立于 2003 年 2 月 28 日，注册资本 7,521 万美元，股东为洋马(上海)投资有限公司，最终控制方为日本洋马株式会社，产品主要为柴油发动机，应用于农业、渔业以及工业领域
3	上海本田贸易	成立于 2007 年 8 月 29 日，注册资本 395 万元，股东为本田贸易(中国)有限公司和日本本田贸易株式会社，最终控制方为日本本田贸易株式会社，作为日本本田贸易株式会社所控制的专门负责全球采购的公司，负责对本田在全世界的汽车、摩托车、通用引擎工厂及相关制造商的零部件、设备等的进出口	ATLAS 本田、印尼本田、意大利本田	日本本田在巴基斯坦、印尼和意大利成立的合资公司，主要从事各类摩托车的生产和销售业务，在本国市场占据重要地位。其中，ATLAS 本田是巴基斯坦国内上市公司，目前为巴基斯坦最大的摩托车生产厂商

(2) 结合公司与贸易商的合作模式，说明公司全部采用直销模式的信息披露是否准确，公司通过贸易商实现销售的合理性，是否符合终端客户的供应商惯例要求及行业惯例

公司贸易类客户主要包括两类：一类是由终端客户指定的贸易商，该类贸易商作为终端客户专门负责采购的公司，执行终端客户的指令，向受终端客户认可的供应商采购产品并供应给终端客户。该类贸易商的终端客户一般为整机厂商，因整机厂商对产品的需求量较大，所以报告期内公司对该类贸易商的销售规模也较大，美国 TTI、丰田通商、上海本田贸易均属于该类贸易商。另一类贸易商为专业的商贸公司，主要从事包括齿轮、离合器在内的机械产品配件和零件等的销售业务。该类贸易商主要面向售后服务市场，一般经营规模较小，但在特定区域或特定行业有一定客户资源，因此呈现出贸易商数量较多但向公司采购规模较小的特点。

贸易类客户本身不具有生产能力，根据其自身业务需求或者终端客户指令向公司进行采购，与公司签署买断式销售合同，并出售给下游客户赚取差价。公司对贸易类客户的销售为买断式销售，在销售产品时产品所有权上的风险和报酬全部转移。同时，公司的贸易类客户自主独立经营，均为拥有自身客户资源的企业，经营情况良好，与公司不存在关联关系。此外，贸易类客户也未曾与公司签署过授权经销协议，公司对其经营决策、销售区域、销售价格、业务开展、业绩指标等不具备任何指导或约束能力。公司对贸易类客户在销售合同签订、销售政策、货物所有权、风险报酬转移、货款结算等方面，与直接客户不存在差异。

如前所述，公司通过贸易商实现销售，一部分是基于终端客户的供应商惯例要求，即终端客户指定贸易商向公司进行采购。一部分是基于自身业务发展需要，通过贸易商能充分利用贸易商现有渠道获取客户和订单资源，快速获取较大的市场份额；同时，对于众多小型终端客户，由贸易商处理与客户的客户服务、关系维护等，可充分节省公司的业务和人力资源。通过贸易商开展业务也是行业内较为通行的做法。除公司外，同行业公司亦存在通过贸易商实现销售的情况：

公司名称	主要产品	所属行业	贸易商情况	是否界定为直销模式
丰安股份 (870508.BJ)	各类农用机械齿轮	通用设备制造业	销售模式均为直销，不存在经销和代销，报告期内前五大客户杭州锐进机械有限公司为配件出口贸易商	是
方盛股份 (832662.BJ)	用于风力发电、轨道交通、工程机械、汽车等领域的换热器和换热系统	通用设备制造业	采取直接销售的模式进行销售，通过与客户直接接洽开展销售活动。客户主要包括整机制造商、系统集成商，以及少量贸易商客户。贸易商客户，一般是国际客户在国内设立的供应链公司	是
泰德股份 (831278.BJ)	汽车精密轴承	通用设备制造业	在销售模式上采取直销的模式，不存在经销的情形。报告期内，客户构成中存在少量贸易类客户	是
七丰精工 (873169.BJ)	建筑、轨道交通、仓储、汽车、航空航天用紧固件	通用设备制造业	销售模式全部为直销。报告期内前十大客户中有多家贸易类客户	是

综上，公司全部采用直销模式的信息披露准确，通过贸易商实现销售具备合理性，符合终端客户的供应商惯例要求及行业惯例。

7. 请保荐机构核查上述事项、申报会计师核查事项

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 获取报告期各期的收入和应收账款明细表，向公司销售负责人了解主要客户变动及其采购金额变动的原因及合理性，了解在手订单及市场开拓情况；

2) 向公司销售负责人了解公司成为主要客户供应商的背景、条件、过程、合同签署方式、在手订单等情况；查阅对主要客户的访谈记录，了解公司在主要客户的供应商中的地位；查阅同行业可比公司的年报、研究报告，了解同行业可比公司的业务开展方式；查阅上游原材料价格变动资料，了解公司采购成本变动情况；查阅政策法规和行业研究报告，了解摩托车领域下游终端需求变化情况及发展趋势，关注公司与主要客户合作的稳定性及业绩增加的可持续性；

3) 查阅行业研究报告和主要客户公开信息，对公司销售和财务负责人进行访谈，了解公司收入规模持续增长的合理性，以及与下游市场和客户销量的匹配情况；

4) 获取报告期内对印度 TVS 的销售明细、签订的合同及在手订单，获取并查阅印度 TVS 的年度报告和印度摩托车市场的相关研究报告，了解公司与印度 TVS 的合作情况，分析印度 TVS 销售金额下降对公司经营业绩的影响；

5) 获取报告期内公司新产品和淘汰产品明细，向公司销售和研发负责人了解客户主要产品变化情况；获取报告期内质保赔偿明细，了解质保赔偿情况，关注公司与主要客户合作的稳定性和可持续性；

6) 获取报告期各期贸易类客户的销售明细，关注直接客户和贸易类客户的区分依据；访谈公司销售负责人，了解主要贸易商及其终端情况，判断公司关于全部采用直销模式的信息披露的恰当性；查阅同行业公司销售模式披露信息，了解行业惯例，分析公司通过贸易商实现销售的合理性。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 公司已补充披露报告期各期主要产品类别的前五名客户情况，并说明销售金额变动原因及合理性、主要客户新增和退出情况，公司现有客户稳定，不存在市场拓展不及预期的情况；

2) 公司已说明成为主要客户供应商的背景、条件和过程，主要通过签署框架协议开展合作的方式符合行业特征，公司与主要客户的合作稳定、业绩增长具有可持续性，并已量化披露相关风险；

3) 2021年起公司收入规模持续增长具有合理性，与下游市场和客户销量相匹配；

4) 公司已说明主要客户印度 TVS 收入金额下降的原因及合理性，与印度 TVS 的合作可持续，公司已在招股说明书量化披露主要客户销售金额下降对公司经营业绩的影响并作重大事项提示；

5) 公司已说明各期覆盖主要客户新产品数量和产量变化情况、主要产品中属于客户已经或后续将淘汰停产的车型以及报告期内发生质保赔偿情况，公司与主要客户合作稳定可持续；

6) 公司已说明报告期内向贸易类客户的销售产品和金额、主要贸易商情况及终端情况，全部采用直销模式的信息披露准确，公司通过贸易商实现销售具有合理性，符合终端客户的供应商惯例要求及行业惯例。

(二) 请保荐机构、申报会计师说明对资金流水核查情况，发行人与主要客户、供应商间是否存在异常资金往来，对贸易类客户采取的具体核查方式及核查情况，并对上述事项发表明确意见

1. 核查范围

(1) 法人主体

法人主体资金流水的核查范围包括公司合并范围内所有法人主体的所有银行账户。

序号	单位名称	关系	核查账户数量（个）
1	旺成科技	公司	11
2	旺成贸易	公司子公司	5
3	众旺机械	公司子公司	2

(2) 自然人主体

个人资金流水核查范围包括公司控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员(包括配偶、成年子女)、公司持股 5%以上股东及其关系密切的家庭成员(包括配偶、成年子女)、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员(包括核心技术人员、申报期内公司历任出纳、销售负责人和内审负责人)开立或控制的共计 223 个银行账户。具体情况如下：

序号	姓名	职务	核查账户数量（个）
----	----	----	-----------

1	吴银剑	控股股东、实际控制人、董事长、总经理	10
2	谢继红	实际控制人吴银剑配偶	18
3	吴科言	实际控制人吴银剑成年子女	5
4	吴雅琪	实际控制人吴银剑成年子女	4
5	吴银华	持股 5%以上股东、副董事长、副总经理	10
6	胡萍	持股 5%以上股东吴银华配偶	11
7	吴桐	持股 5%以上股东吴银华成年子女	7
8	吴银翠	持股 5%以上股东、董事	10
9	伍静	持股 5%以上股东吴银翠成年子女	5
10	胡素辉	董事、董事会秘书、财务总监	11
11	程静	董事、副总经理	10
12	李运平	监事会主席	13
13	张伟	职工代表监事	9
14	郑伟	监事	8
15	谢春玫	子公司众旺机械监事	18
16	余娅	销售负责人	11
17	谢彬	申报期内出纳	12
18	刘佳珮	内审负责人	7
19	范永松	核心技术人员	11
20	张欣	核心技术人员	10
21	罗堂中	核心技术人员	4
22	莫涛	核心技术人员	6
23	何金钟	核心技术人员	8
24	左建香	重要销售人员	5

2. 取得资金流水的方法及核查完整性

(1) 资金流水取得方法

1) 法人主体

陪同企业经办人员前往银行现场打印《已开立银行账户清单》和报告期内全部银行流水。

2) 自然人主体

对于纳入核查范围的自然人主体，除吴雅琪、伍静外，均陪同相关自然人前往各大商业银行（主要选取 6 大国有银行（工商银行、建设银行、中国银行、农业银行、交通银行、邮储银行）、10 家全国性股份制商业银行（民生银行、中信银行、光大银行、浦发银行、兴业银行、招商银行、浙商银行、广发银行、华夏银行、平安银行）以及当地主要的城商行（重庆银行）和农商行（重庆农村商业银行），下同），查询其开户情况；针对有开户情况的，现场获取其在报告期内的全部银行资金流水。

（2）核查完整性

1) 法人主体

将获取的账户交易流水与《已开立银行结算账户清单》进行核对，通过核验已开立银行结算账户清单、核查公司账套中所列示的所有银行账户，核对银行对账单余额是否与公司银行日记账期末余额一致、向银行发函询证等核查程序，核查公司银行存款账户的完整性。

2) 自然人主体

取得相关人员出具的关于银行账户完整性的承诺函，将从银行获取的个人账户清单、银行查询的账户信息与相关人员提供的银行账户进行核对，通过支付宝账单、微信账单和中国银联“云闪付”APP 进行补充查询，核查相关人员的账户清单是否有遗漏；通过对公司银行账户与上述自然人个人账户之间的资金往来以及上述自然人账户之间的资金往来交叉核对，验证银行账户的完整性。

3. 核查标准

对于法人主体，核查标准为单笔 10 万元人民币或等值外币。

对于自然人主体，核查标准为单笔 5 万元人民币或等值外币。

4. 异常标准及确定程序

（1）公司资金管理相关内部控制制度存在较大缺陷；

（2）存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映以及公司银行开户数量与业务需要不符的情况；

（3）大额资金往来存在重大异常，与公司经营活动、资产购置等不匹配；

（4）公司与控股股东、实际控制人及其配偶、子女、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等存在异常大额资金往来；

（5）公司存在大额或频繁取现的情形，且无合理解释；公司同一账户或不同

账户之间，存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，且无合理解释；

(6) 公司存在大额购买无实物形态资产或服务(如商标、专利技术、咨询服务等)的情形，且相关交易的商业合理性存在疑问；

(7) 公司实际控制人及其配偶、子女个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；

(8) 公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从公司获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让公司股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常；

(9) 公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等与公司关联方、客户、供应商存在异常大额资金往来；

(10) 存在代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

若存在上述情形，逐笔进行核查，核查其个人账户的实际归属、资金来源及其合理性，以及是否形成闭环。

5. 核查程序

(1) 针对法人主体银行账户资金流水的核查程序

1) 了解与资金管理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) 获取公司及其子公司的《已开立银行结算账户清单》，验证账户信息完整性，关注是否存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，核查银行账户的实际用途是否合理，是否存在公司银行开户数量与业务需要不符的情况；

3) 对公司及其子公司报告期内的银行账户进行函证，确认各期末银行存款余额的真实性及准确性；

4) 陪同企业经办人员前往银行打印公司及其子公司报告期内全部银行流水，对报告期内各银行账户达到核查标准的收支进行双向核对；同时获取公司报告期内客户、供应商清单，查询报告期内主要客户、供应商的基本信息，查询其实际控制人、主要股东和法定代表人等主要相关人员名单，并将公司报告期内主要客户、供应商及其主要相关人员与公司银行流水中的交易对手方进行比对，核查资金收支是否有真实合理的交易背景，公司是否与相关关联方存在异常资金往来，公司与主要客户、供应商之间是否存在异常资金往来。

(2) 针对自然人主体银行账户资金流水的核查程序

1) 获取相关自然人报告期内个人银行流水，并对账户完整性进行核实；

2) 对个人银行账户超过重要性水平的大额流水进行逐查，关注是否存在频繁大额存取现、大额异常支付的情形；是否与公司、其他关联自然人之间存在异常资金往来的情形；同时获取公司报告期内客户、供应商清单，查询报告期内主要客户、供应商的基本信息，查询其实际控制人、主要股东和法定代表人等主要相关人员名单，并将公司报告期内主要客户、供应商及其主要相关人员与相关自然人银行流水中的交易对手方进行逐一比对，并结合法人资金流水核查情况和对相关自然人的访谈情况，确认相关自然人与公司主要客户、供应商之间是否存在异常资金往来；

3) 对相关自然人进行访谈，了解相关交易背景及合理性并获取相关的支撑材料；

4) 核查报告期内相关自然人从公司获得的现金分红款，关注资金流向或用途是否存在异常。

6. 受限情况及替代措施

姓名	与公司关系	受限情况	替代措施
吴雅琪	实际控制人成年子女	因吴雅琪定居国外，受新冠疫情影响未能赴境外陪同其打印相关流水	吴雅琪境内账户流水由其委托家人自银行打印后提供，境外账户由其打印后以邮件方式提供。
伍静	持股 5%以上股东吴银翠成年子女	伍静常住上海，因新冠疫情管控原因未能赴上海陪同其打印相关流水	对于在上海设有营业网点的银行，由伍静至银行打印流水后提供；对于在上海没有营业网点的银行，由伍静委托该银行重庆网点打印后直接提供。
夏茂平	报告期内离职的董事、总经理	夏茂平和龙海波分别于 2019 年 2 月和 9 月离职。二人认为其离职时间较早，因与公司无任何关联关系且流水涉及个人隐私等原因，拒绝提供银行流水	鉴于任职期间与流水核查期间重合期间较短，且与核查对象不存在亲属关系或其他关联关系，替代措施如下： 1. 通过对公司及子公司报告期内银行流水的核查，关注与二人是否存在大额异常资金往来； 2. 通过对核查范围内人员报告期内银行流水的核查，关注与二人是否存在大额异常资金往来。
龙海波	报告期内离职的监事		

7. 资金流水核查情况

(1) 法人主体资金流水

对公司及其子公司共 18 个银行账户进行了核查，经核查，报告期内，公司大额资金流入主要系销售收款、贷款发放、理财到期、银行账户内部互转等，大额资金流出主要系支付采购款、工程设备款、工资薪酬、税款、分红款、购买理

财、偿还贷款、银行账户内部互转等，存在的主要异常情况如下：

1) 报告期内，公司存在少量客户委托第三方付款的情形，报告期各期第三方回款金额如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
客户员工、实际控制人及前述人员亲属代付货款	49.07	94.11	87.45	131.03
公司指定员工收款	5.89	103.38	26.79	51.92
境外客户指定付款	47.59	104.80	12.89	19.05
合计	102.55	302.29	127.13	202.00
营业收入	16,126.43	36,514.78	28,420.06	30,252.37
占比	0.64%	0.83%	0.45%	0.67%

报告期各期回款金额分别为202.00万元、127.13万元、302.29万元和102.55万元，占营业收入的比例分别为0.67%、0.45%、0.83%和0.64%。

该事项已在《招股说明书》“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“(一)营业收入分析”之“8.其他披露事项”之“(1)第三方回款”中完整披露。

2) 现金销售、采购情况

① 现金销售情况

报告期各期，公司现金收取货款金额分别为0.60万元、3.30万元、2.11万元和6.00万元，金额合计12.01万元，占营业收入的比例较小。公司现金销售收款主要系收取的零星货款。公司通过现金收款的销售均申报缴纳增值税，不存在通过现金收款避税的情况。公司现金收款主要是由于业务开展的需要，具有合理性和必要性。

② 现金采购情况

报告期各期，公司现金采购付款金额分别为0.01万元、1.29万元、7.29万元和0.09万元，金额合计8.68万元，占营业成本的比例较小。公司现金交易主要系购买零星辅料、工装外协费和模具费。对于现金支付采购，公司制定了严格的内部控制制度，能够有效留存现金交易相关痕迹证据，可以确保相关交易的真实性和完整性。

3) 报告期内公司存在转贷的情形，包括供应商协助公司转贷及公司协助客户转贷两种情况。

① 供应商协助公司转贷

报告期内，公司为了满足贷款银行受托支付要求，通过供应商进行“转贷”的情形，具体情况如下：

序号	贷款银行	供应商名称	转出日期	转出金额(万元)	转回时间	转回金额(万元)
1	重庆农商行北碚支行	重庆优尼科机电技术有限公司	2019年1月25日	97.50	2019年1月25日	170.00
				72.50		
2			2019年3月18日	70.00	2019年3月18日	70.00
3			2019年3月26日	100.00	2019年3月26日	100.00
4			2019年3月28日	120.00	2019年3月28日	120.00
5			2019年6月17日	78.83	2019年6月17日	120.00
	77.03					
6	2019年9月20日	94.59	2019年9月20日	192.85		
	98.26					
合计				808.71		772.85

转出金额与转入金额的差额 35.86 万元为支付设备采购款，主要为供应商应收的款项，供应商取得货款后即将剩余款项转回给公司，不存在占用公司资金的情形，亦不存在资金体外循环。

② 公司协助客户转贷

2019年8月，为满足银行受托支付要求，公司协助客户银川威力自宁夏银行科技支行获取贷款 300.00 万元。具体情况如下：

贷款方	贷款银行	贷款金额(万元)	放款日期	转贷路径	贷款最终使用方
银川威力	宁夏银行科技支行	300.00	2019年8月2日	银川威力→旺成科技→银川威力	银川威力

根据银川威力招股说明书披露，银川威力通过转贷获得的资金均用于日常生产经营生产用途，并已足额偿还相关贷款本息，不存在因违反《贷款通则》《流动资金贷款管理暂行办法》之规定而被提前收回或承担赔偿责任的情形。

报告期内仅有 2019 年存在转贷的情形，转贷涉及的银行借款及利息已按期

归还。该事项已在《招股说明书》之“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“(七)主要债项”之“5.长期借款”中完整披露。

除上述情形外，公司与主要客户、供应商不存在异常资金往来。

(2) 自然人主体资金流水

对公司实际控制人及其关系密切家庭成员，公司董事、监事、高级管理人员以及其他关键岗位人员等 24 人共计 223 个银行账户进行了核查。

1) 相关自然人与公司主要客户、供应商是否存在异常资金往来

获取公司报告期内客户、供应商清单，查询报告期内主要客户、供应商的基本信息，查询其实际控制人、主要股东和法定代表人等主要相关人员名单，并将公司报告期内主要客户、供应商及其主要相关人员与相关自然人银行流水中的交易对手方进行逐一对比，并结合法人资金流水核查情况和对相关自然人的访谈情况，确认相关自然人与公司主要客户、供应商之间是否存在异常资金往来。

经核查发现，报告期内公司存在通过员工个人卡收取零星货款的情形。报告期各期，公司通过员工个人卡回款的金额如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
个人卡回款		101.32	26.73	51.88
营业收入	16,126.43	36,514.78	28,420.06	30,252.37
占比	0.00%	0.28%	0.09%	0.17%

公司部分零星客户出于个人资金支付习惯，要求将货款直接支付到个人卡，基于业务的需求，公司授权销售人员左建香以个人名义办理专卡代收部分零星客户货款。该专卡用于代收部分零星客户货款后支付给公司，该卡于 2022 年 4 月注销，不再以个人卡形式收款。

针对该事项，陪同该员工前往银行打印其名下所有银行账户流水，并将报告期内主要客户、供应商及其主要相关人员与其资金流水中的交易对手方进行逐一对比，检查是否存在异常资金往来。

该事项已在《招股说明书》“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“(一)营业收入分析”之“8.其他披露事项”之“(1)第三方回款”中完整披露。

除上述事项外，纳入核查范围的相关自然人与公司主要客户、供应商不存在异常资金往来。

2) 大额存取现情况

单位：万元

姓名	2022年1月-6月			2021年度			2020年度			2019年度		
	存现	取现	用途	存现	取现	用途	存现	取现	用途	存现	取现	用途
谢继红				7.54		理财账户销户取现后存入				30.00		存入家庭结余用于购买保险
吴科言				125.50		存入过年红包以及平时结余现金用于房屋装修	33.00		存入过年红包	91.00		存入过年红包及生日礼金
吴雅琪										77.00		存入过年红包及生日礼金
吴银剑家庭小计				133.04			33.00			198.00		
吴银华		14.6	取现用于日常开支		26.00	取现用于日常开支		25.70	取现用于日常开支			
胡萍											5.00	取现用于日常开支
吴桐				105.04		存入家庭结余现金用于购买银行理财以及存入婚礼礼金				44.55		存入家庭结余现金用于购买银行理财
吴银华家庭小计		14.60		105.04	26.00			25.70		44.55	5.00	
吴银翠				11.00		存入家庭结余现金	30.00		存入家庭结余现金	30.00	34.00	存入家庭结余现金；取现用于搬家装修
伍静	5.00		存入过年红包							20.00		存入从事海外代购收取的现金以及过年红包
吴银翠家庭小计	5.00			11.00			30.00			50.00	34.00	
胡素辉		6.00	孙女百日红包	25.00	17.00	存现系儿子收入存现以及朋友借款用于归还个人银行贷款；取现系用于归还朋友临时拆借款	9.49	20.00	儿子收入存现；理财到期赎回取现	25.00		儿子收入及家庭内部互转现金存入

程静			6.00		丈夫的投资分红款及收回资金拆借款	12.46		丈夫的投资分红款以及存入生日礼金	40.00		丈夫的投资分红款及收回资金拆借款
谢春玫							10.00	取现用于日常开支	41.88		存入现金用于新三板开户
张欣			7.95		存入未成年子女的过年红包	7.66		存入未成年子女的过年红包	7.76		存入未成年子女的过年红包
范永松			11.27		存入婚礼礼金						
其他自然人小计		6.00	50.22	17.00		29.61	30.00		114.64		
合计	5.00	20.60	299.30	43.00		92.61	55.70		407.19	39.00	

针对上述人员在报告期内的大额存取现情况，核查了相关自然人银行流水摘要及交易对方信息，获取房屋装修合同、证券账户开户资料等相关资料，并对其本人进行访谈，了解交易的背景、资金的来源及去向，获取相关人员出具的关于存取现资金用途及原因的声明。经核查，上述人员的大额存取现情况均具备合理的来源及去向，与公司主要客户、供应商不存在异常资金往来。

3) 相关自然人与公司，相关自然人之间、相关自然人与公司其他员工之间的大额资金往来

① 相关自然人与公司之间的大额资金往来

报告期内，实际控制人、持股 5%以上股东(吴银翠、吴银华)与公司之间的往来主要为薪酬、奖金、报销款以及股权分红款等；其他董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员与公司之间的往来主要为薪酬、奖金、报销款等。相关自然人与公司之间不存在异常资金往来。

② 相关自然人之间的大额资金往来

报告期内，相关自然人之间的大额资金往来情况如下：

单位：万元

序号	姓名	收入	支出	对方户名	款项性质	备注
1	吴银剑		1,030.24	吴银华	赠予	
			550.13	吴银翠		
			300.00	伍静		
2	谢继红	22.00	5.00	谢春玫	借款	姊妹关系
3	吴科言	8.00	8.00	胡素辉	借款	

序号	姓名	收入	支出	对方户名	款项性质	备注
4	吴桐	10.00	7.50	吴银翠	亲属往来	婚礼礼金等

注：吴银剑、吴银华、吴银翠与其各自配偶、子女之间的资金往来系家庭内部资金划转，故在上表中未单独列示

报告期内，纳入核查范围的相关自然人相互之间的资金往来主要系近亲属赠予及个人之间的往来借还款等，不存在异常情形。

③ 相关自然人与公司其他员工之间的大额资金往来

单位：万元

序号	姓名	收入	支出	对方户名	款项性质	备注
1	谢继红	25.00		蒋万平	收回借款	报告期前借出，报告期内已全部收回
2	吴银华		90.72	龙海波	借款	报告期内龙海波已通过股份过户至吴银华结清欠款
3	吴银翠	20.00	35.00	罗光蓉	借款	

报告期内，纳入核查范围的相关自然人与公司其他员工及公司其他关联自然人之间的资金往来主要为个人借款。获取并检查借款协议、借款和还款记录等相关资料，并对相关自然人进行访谈了解资金的性质。经核查，上述资金往来不存在异常情形。

④ 其他大额资金收付

除上述情形之外，报告期内，纳入核查范围的相关自然人其他大额资金收付主要为年终奖、购房购车、投资理财申购赎回、收到及偿还银行贷款等，已获取相关自然人的购房购车及装修合同、借款合同和投资理财账户截图等支撑性材料，相关收支均具有合理性，不存在异常情形。

8. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 报告期内公司存在少量客户委托第三方付款的情形，存在供应商协助公司转贷及公司协助客户转贷的情形。除上述情形外，公司与主要客户、供应商不存在异常资金往来；

(2) 报告期内公司存在通过员工个人卡收取零星货款的情形。除上述情形外，纳入核查范围的相关自然人与公司主要客户、供应商不存在异常资金往来；

(3) 纳入核查范围的相关自然人个人银行账户不存在异常大额存取现，不存

在与公司、股东、公司其他员工或其他关联自然人的异常资金往来。

(三) 贸易类客户的核查情况

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 访谈公司销售负责人，了解公司贸易类客户和直接客户的划分依据，了解公司与贸易商的合作背景、业务开展方式；

(2) 获取公司贸易类收入明细，了解公司向贸易类客户销售的产品内容和金额情况；

(3) 获取主要贸易商的合同，查阅合同主要条款，了解与直接客户在销售政策、货物所有权、风险报酬转移、货款结算等方面的差异情况；

(4) 对贸易类客户收入情况执行函证程序，核实贸易类客户收入的真实性和准确性，报告期各期对贸易类客户的函证情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
贸易类客户的发函数量	8	10	10	10
贸易类客户收入的发函金额	1,388.61	5,096.76	4,133.22	4,880.99
全部贸易类客户收入	1,613.69	5,716.77	4,583.05	5,551.55
发函比例	86.05%	89.15%	90.18%	87.92%
回函确认金额	1,073.34	4,563.23	3,633.61	4,224.68
回函确认占贸易类客户收入比例	78.53%	84.74%	85.83%	82.75%
替代测试金额	121.32	252.26	199.54	286.87
替代测试金额占贸易类客户收入比例	7.52%	4.41%	4.35%	5.17%

(5) 对贸易类客户进行实地走访或视频访谈（因新冠疫情原因不能实地走访的采取视频访谈），了解贸易商与公司的业务合作情况；报告期内对贸易类客户的走访情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
实地走访家数	4	4	4	4
视频访谈家数	1	1	1	1

走访家数合计	5	5	5	5
实地走访金额	1,211.36	4,790.40	3,813.42	4,482.93
视频访谈金额	0.00	25.09	19.72	28.61
金额合计	1,211.36	4,815.49	3,833.14	4,511.54
全部贸易类客户收入	1,613.69	5,716.77	4,583.05	5,551.55
访谈比例	75.07%	84.23%	83.64%	81.27%

(6) 查阅主要贸易类客户的工商登记信息、公开市场资料，获取主要贸易商的中信保资信报告，了解其基本信息、主营业务、经营范围与向公司采购内容的匹配性；

(7) 通过网络检索、访谈公司销售人员、获取并查阅主要贸易商终端客户的年度报告等，了解主要贸易商终端客户的基本情况和经营状况；

(8) 获取并查阅同行业公司的招股说明书，了解其销售模式和贸易商客户的情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：公司已说明报告期内向贸易类客户的销售产品和金额、主要贸易商情况及终端情况，公司全部采用直销模式的信息披露准确，公司通过贸易商实现销售具有合理性，符合终端客户的供应商惯例要求及行业惯例。

二、收入确认准确性

(1) 寄售模式收入确认准确性。根据申报文件，发行人内销产品存在根据合同约定将产品运至客户指定仓库，且客户已领用产品后确认收入的情形。报告期各期末发行人存货中发出商品余额分别为 1,998.64 万元、1,877.66 万元、2,289.38 万元、2,127.83 万元。请发行人：**①说明寄售下主要客户的具体情况、信用政策，寄售模式下销售的主要产品、各期销售金额；说明寄售模式收入确认的具体依据，发行人与客户的对账方式、对账周期，相关内控措施及执行情况。②说明寄售模式下运输、仓储费用承担方式，与非寄售模式是否存在差异。③说明寄售模式下报告期各期发行人发货数量、金额与销售量、销售金额、发出商品金额是否匹配，相关实物流转与发货单据、运输费用等是否匹配，报告期各期末发行人发出商品金额较高是否具有合理性，是否符合行业惯例，与寄售客户的合**

同约定和生产模式是否匹配，主要寄售客户各期仓储备货规模是否发生明显变化及合理性。④说明报告期内寄售模式下存货盘点的具体方法，是否进行实地盘点，相关存货的库龄及减值计提情况，是否存在库龄较长或无法满足客户产品需求的存货，如存在，说明相关存货的处理方式，寄售模式下相关发出产品的减值计提是否充分。

(2)为客户提供运输和保险服务。2020年至2022年6月，发行人CIF贸易模式下按总额法确认运保费收入金额分别为149.33万元、520.07万元和297.86万元，公司按预计货物到港时间确认运保收入。请发行人：①结合相关合同约定，为客户提供运保服务的销售和采购业务流程和权责义务等，说明发行人以全额法确认运保服务收入的合理性，是否符合《企业会计准则》的规定，发行人运保费与产品销售收入如何划分计量，运保费收入与成本的匹配性。②说明运保费的定价方式和依据，报告期各期运保费收入规模与发行人境外销量、销售金额、运输市场价格变化情况是否匹配。③说明发行人按预计货物到港时间确认运保收入的合理性，是否符合行业惯例，产品销售和运输过程中发行人能否取得货物到港的具体时间和交付证据，报告期各期货物实际到港时间与预计时间是否存在明显差异，发行人以预计到港时间确认收入是否审慎，是否符合准则规定。请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。（审核问询函问题5）

（一）寄售模式收入确认准确性

1. 说明寄售下主要客户的具体情况、信用政策，寄售模式下销售的主要产品、各期销售金额；说明寄售模式收入确认的具体依据，公司与客户的对账方式、对账周期，相关内控措施及执行情况

（1）寄售模式下前五大客户情况

报告期内，寄售模式下前五大客户情况：

单位：万元

序号	客户名称	主要产品名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	信用政策
1	新大洲本田	齿轮、离合器	2,206.37	3,977.80	3,336.17	4,116.02	发票挂账2个月
2	五羊本田	齿轮、离合器	1,370.61	2,706.06	2,222.64	2,344.26	发票挂账2个月内
3	望江豪爵	离合器	456.38	1,014.03	819.67	693.41	发票挂账1个月
4	建设雅马哈	齿轮、离合器	353.86	676.84	740.35	626.84	在次月10日前完成付款

5	河南中轴	齿轮	305.02	332.00	0.06		发票挂账 2 个月
6	成都西菱	齿轮	191.79	1,535.02	1,084.23	696.68	发票挂账 45 天
7	浙江美可达	齿轮、离合器	95.52	421.22	324.14	673.38	发票挂账 30 天后
合计			4,979.55	10,662.97	8,527.26	9,150.59	
寄售模式下收入合计			5,477.38	11,828.04	9,580.91	10,662.63	
占比			90.91%	90.15%	89.00%	85.82%	

(2) 寄售模式下收入确认，公司与客户的对账方式、对账周期，相关内控措施及执行情况

1) 寄售模式下收入确认

寄售模式下，公司按照合同或订单将产品发送到客户或客户指定的第三方仓库，客户根据生产情况领用公司产品并按实际耗用量与公司进行结算，客户按月汇总后以书面方式(含纸质或电子文件等方式)通知公司实际耗用的产品数量即视为商品控制权转移给购货方确认收入。上述收入确认与相关合同约定条款相符。

寄售模式下收入确认原则、时点及依据：

项目	具体情况
收入确认原则	公司销售离合器、齿轮等产品属于在某一时点履行的履约义务。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；⑤客户已接受该商品；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象
收入确认时点	公司按照合同或订单将产品发送到客户或客户指定的第三方仓库，客户根据生产情况领用公司产品并按实际耗用量与公司进行结算，客户按月汇总后以书面方式(含纸质或电子文件等方式)通知公司实际耗用的产品数量，销售部门、财务部门核对无误后确认收入
收入确认凭证依据	经客户对账确认的产品清单(包括客户供应商管理平台、挂账单、开票通知等)、销售发票

2) 公司与客户的对账方式、对账周期

客户名称	对账方式	对账周期	收入确认的具体依据
新大洲本田	每月导出供应商平台数据并核对	每月对账	供应商管理平台确认的产品清单
五羊本田	每月导出供应商平台数据并核对	每月对账	供应商管理平台确认的产品清单
望江豪爵	每月导出供应商平台数据并核对	每月对账	供应商管理平台确认的产品清单

建设雅马哈	每月导出供应商平台数据与客户付款清单核对	每月对账	经客户对账确认的产品清单
河南中轴	每月编制销售清单与客户对账	每月对账	经客户对账确认的产品清单
成都西菱	每月取得客户开票通知单并核对	每月对账	经客户对账确认的产品清单
浙江美可达	每月导出供应商平台数据并核对	每月对账	供应商管理平台确认的产品清单

3) 寄售模式下相关内控措施及执行情况

为了加强公司的存货管理，及时掌握寄售存货的数量及状态情况，公司结合实际业务，制定了寄售模式下内部控制管理制度，对寄售产品发货、签收、保管、领用及对账等环节进行了制度规范，相关内部控制措施具体执行情况如下所示：

① 寄售产品发货及签收

公司根据客户订单需求，将产品运送至客户指定仓库。产品交付前，市场营销部业务员根据客户订单需求时间负责在 ERP 系统供应链销售模块填写《发货单》并通知成品库库管员，同时负责通知客户，以便做好接收准备；成品库库管员根据《发货单》编制《销售出库单》，并按相关制度对产品进行检查，严格按《销售出库单》规定的产品数量、型号、收货单位、地址等项发放产品，同时向提货人（一般为第三方物流）开具《出门条》；提货人将《出门条》交门卫核对后出厂，否则产品不允许出库和出厂。

货物发出后业务部门负责及时跟踪运输及签收进度；客户收到货物后根据《销售出库单》（部分客户要求公司提供《送货单》）对实物的数量、型号进行清点，核对无误后在《销售出库单》或《送货单》上签字确认，并将签收后单据提交财务部门归档。

② 寄售产品保管

公司的产品存放在客户指定的仓库中，与客户的存货严格分开存放。

③ 寄售产品领用及对账

客户根据生产需要领用寄售产品，对于已建立供应商管理平台的寄售客户，公司通过供应商管理平台查看寄售仓库存货数量（包括入库、领用及结存数量）及状态；未建立供应商管理平台的寄售客户，每月将耗用信息通过邮件、平台聊天软件（微信、QQ 等）等方式发送给公司，公司根据客户发送的耗用数量形成开票通知单，通过对账确认客户已使用产品数量情况。通过定期与客户就发出商品的耗用情况和结存情况进行核对，关注客户发出商品总体规模及结存具体品种的

变化，并及时与客户沟通。

④ 收入确认的账务处理

产品发货后，由库存商品科目转入发出商品科目核算。财务部根据当月与客户核对无误的对账单据，确认当月营业收入并登记应收账款和营业收入明细账，同时将相应的产品成本结转至营业成本。

公司在日常经营过程中严格执行上述内部控制措施，以保障收入确认的真实性、完整性，公司相关内部控制措施及执行有效。

2. 说明寄售模式下运输、仓储费用承担方式，与非寄售模式是否存在差异
寄售模式下，主要客户运输费用、仓储费用的承担方式情况如下：

公司名称	运费承担方	仓储费用承担方
新大洲本田	公司承担	客户自有仓库，无需公司承担
五羊本田	公司承担	第三方仓库，无需公司承担
望江豪爵	公司承担	客户自有仓库，无需公司承担
建设雅马哈	公司承担	客户自有仓库，无需公司承担
河南中轴	公司承担	客户自有仓库，无需公司承担
成都西菱	公司承担	客户自有仓库，无需公司承担
浙江美可达	公司承担	客户自有仓库，无需公司承担

寄售模式下，货物运输费用通常由公司承担，寄售库的仓储费用由客户承担。

送货量结算(内销)模式下，主要客户运输费用、仓储费用的承担方式情况如下：

公司名称	运费承担方	仓储费用承担方
上海本田贸易	公司承担	货到后客户自行保管
丰田通商	公司承担	货到后客户自行保管
林海雅马哈	公司承担	货到后客户自行保管
洋马	公司承担	货到后客户自行保管
银川威力	公司承担	货到后客户自行保管

送货量结算(内销)模式下，货物运输费用通常由公司承担，送达后的仓储费用由客户承担。

综上，寄售模式下主要客户运输费用承担方式，与非寄售模式(境内)不存在

显著差异，运输费用均由公司承担。寄售模式下，仓储费由客户承担，非寄售模式，无仓储费用发生。

3. 说明寄售模式下报告期各期公司发货数量、金额与销售量、销售金额、发出商品金额是否匹配，相关实物流转与发货单据、运输费用等是否匹配，报告期各期末公司发出商品金额较高是否具有合理性，是否符合行业惯例，与寄售客户的合同约定和生产模式是否匹配，主要寄售客户各期仓储备货规模是否发生明显变化及合理性

(1) 寄售模式下报告期各期公司发货数量、金额与销售量、销售金额、发出商品金额的匹配性，相关实物流转与发货单据、运输费用的匹配性

报告期内，寄售模式下客户发货数量、金额与销售量、销售金额、发出商品金额、运输费用的相关情况如下：

单位：万元、万件套

项目	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
发出商品期初数量	69.81	60.21	66.33	52.24
发货数量	211.45	524.47	426.74	496.87
销售数量	223.19	514.87	432.86	482.78
发出商品期末数量	58.07	69.81	60.21	66.33
发出商品期初金额	1,315.05	1,027.23	1,085.77	709.66
发货金额	4,332.38	9,334.81	7,018.25	8,337.79
销售金额	4,465.14	9,046.99	7,076.79	7,961.68
发出商品期末金额	1,182.29	1,315.05	1,027.23	1,085.77
运输费用	46.99	93.09	88.01	87.64
运费占比	1.08%	1.00%	1.25%	1.05%

注：运费占比=运输费用/发货金额；销售金额为对应产品的成本金额

由上表可知，报告期内，公司寄售模式下发货数量、金额与销售量、销售金额、发出商品金额匹配；寄售模式的运费占比总体相对稳定，但因每年发货量不同、单次发货产品结构和数量差异以及发货频次不同等因素的影响，报告期各期运费占比存在小幅波动。

产品销售出库时，公司成品库库管员按照市场营销部门推送的《发货单》形

成《销售出库单》，对出库产品进行检查并开具《出门条》，经公司门卫核对后货物才能出厂；相关物流信息及物流结算单据由专人进行统计和保管。报告期内，公司寄售客户相关实物流转与发货单据、运输费用与寄售模式下发货数量、金额相匹配。

(2) 报告期各期末公司发出商品金额较高的合理性，是否符合行业惯例，与寄售客户的合同约定和生产模式的匹配性，主要寄售客户各期仓储备货规模变化及合理性

1) 报告期各期末公司发出商品金额较高的合理性

公司发出商品为已出库但尚未确认收入的产品。公司发出商品形成原因情况如下：

销售模式	收入确认	形成发出商品时点
内销(送货量)	以产品交付客户并经客户确认后确认收入	产品发出后，运送至客户指定地点客户确认前
内销(寄售)	以产品运至客户指定仓库并由客户领用后确认收入	产品发出后，客户领用并按月汇总通知公司实际耗用数量前
外销(送货量)	在货物报关出口并取得报关单和提单时确认收入	产品发出后取得报关单及提单前

根据公司与客户结算模式的不同，期末发出商品可分为寄售结算模式下发出商品和送货量结算模式下发出商品。寄售结算模式下，客户根据生产情况领用公司产品并按实际耗用量与公司进行结算，已发货但尚未耗用以及客户领用并按月汇总通知公司实际耗用数量前的存货均形成公司期末发出商品。送货量结算模式下，由于公司境外销售占比较高，且出口报关口岸主要位于东部沿海地区，存在运输周期、报关等待期以及装船等待期相对较长的特点，产品从出库至取得提单一般需要 7-15 天，导致公司存在一定金额的发出商品。

各期末不同类型客户所形成的发出商品数量和金额情况如下：

单位：万件套、万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	数量	金额	数量	金额
内销(送货量)	14.79	207.09	12.51	220.87
内销(寄售)	58.07	1,182.29	69.81	1,315.05
外销(送货量)	180.15	760.53	166.26	762.23

合计	253.01	2,149.91	248.58	2,298.15
项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	数量	金额	数量	金额
内销(送货量)	21.87	464.07	26.97	474.63
内销(寄售)	60.21	1,027.23	66.33	1,085.77
外销(送货量)	90.88	667.93	20.90	466.71
合计	172.95	2,159.23	114.20	2,027.12

通过上表可以看到,报告期期末发出商品主要系外销及寄售模式形成的发出商品。鉴于① 公司外销产品须在货物报关出口并取得报关单和提单时确认收入;② 公司内销产品须在交付客户并经客户确认,或将产品运至客户或客户指定的第三方仓库、由客户领用并按月汇总书面通知后确认收入,公司产品发出后至取得出口报关单及提单或交付客户并经客户确认或领用的时间节点,受物流运输、客户收货或领用等因素的影响,从而使得发出商品各年存在波动且金额较高。

报告期各期末,发出商品余额与当期营业成本的匹配关系如下:

单位:万元

项目	2022年6月30日 /2022年1月—6月	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
发出商品 A	2,149.91	2,298.15	2,159.23	2,027.12
主营业务成本	12,288.38	27,161.36	20,505.75	22,377.86
月均主营业务成本 B	2,048.06	2,263.45	1,708.81	1,864.82
A/B	1.05	1.02	1.26	1.09

报告期各期末,发出商品余额分别为当年月均主营业务成本的1.09倍、1.26倍、1.02倍和1.05倍,与公司发出商品结转周期相符,具有合理性。2020年发出商品余额占月均主营业务成本比例略高于其他年度,主要是因为受新冠疫情影响,下游客户终端需求受到部分影响导致月均成本下降,同时为确保生产的平稳性,发出商品期末规模并未大幅变化从而导致比例略高。

2) 报告期各期末公司发出商品金额较高符合行业惯例

报告期各期末,同行业可比公司发出商品余额及占比情况如下所示:

单位:万元

公司名称	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	发出商品余额	占存货余额的比例(%)	发出商品余额	占存货余额的比例(%)	发出商品余额	占存货余额的比例(%)	发出商品余额	占存货余额的比例(%)
双环传动	40,717.55	24.92	41,677.06	26.43	33,729.12	27.90	28,695.10	23.85
中马传动	4,877.24	22.65	5,722.24	26.07	3,652.37	20.06	4,139.32	24.01
精锻科技	2,427.37	4.91	2,634.30	6.68	2,373.76	8.44	2,742.71	11.78
铁流股份	756.91	1.36	2,799.72	5.10	3,895.10	11.54	2,674.97	8.23
福达股份	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
公司	2,149.91	28.49	2,298.15	28.54	2,159.23	34.77	2,027.12	31.22

注：福达股份 2019 年、2020 年和 2021 年年度报告及 2022 年 1-6 月半年报未将存货余额细分至发出商品等类别，故上表未作列示

整体来看，公司发出商品占比较高符合公司实际经营情况，且与同行业可比公司双环传动、中马传动不存在明显差异，具有合理性。

(3) 与寄售客户的合同约定和生产模式的匹配性

1) 寄售客户主要合同条款

公司名称	主要合同条款
新大洲本田	乙方按照甲方订货单规定的交货日期、数量及单项合同规定的其他交易条件，自行负责向甲方交付零部件等。甲方在乙方每次交付零部件等时及时进行收货检验，并仅接收认定合格的零部件等（简称验收），甲方每月在新大洲本田供应链管理系统发布甲方当月使用零部件的合格入库数量，乙方按通知的数据开具增值税发票于当月 25 日前交到甲方
五羊本田	每月一定的时间，甲方通过 ERP 系统的供应商门户，向乙方发出月度计划或次月预测需求、周计划、传票。 ERP 系统的供应商门户（电脑联网系统）是甲方向乙方进行订购零部件、通传信息（含索赔、报告、请求、要求、通知）的有效途径
望江豪爵	供方交付至需方的产品，自交付之日起至需方使用前，由需方负责相关管理；需方使用前，产品的所有权属供方。需方使用后，产品所有权转移给需方
建设雅马哈	乙方需按照甲方规定的交货流程交货。按当月甲方实际用量进行结算，由乙方在次月 1 日前向甲方提交增值税专用发票
河南中轴	甲方应根据生产需求，提前 30 天向乙方提供供货要求通知，通知包括但不限于书面、传真、电话、微信、电子邮件方式。同时提供 N+1 月预示量，当项目发生停止或设变时，甲方应对 N+1 数量负责。 乙方按时送达材料后，甲方应及时组织初验，初验合格的，及时签收确认
成都西菱	甲方的实际结算数量为乙方送货至甲方指定地点，并经甲方检测合格后仓库实际发出数量
浙江美可达	乙方同意以甲方实际使用（甲方摩托车整车及配件上线或其他用途领用）为依据并以甲方向乙方开具结算单作为乙方结算款项的唯一有效凭证

2) 发出商品规模与寄售客户生产模式的匹配性

公司主要采取“以销定产”的生产模式。公司按年度、月度分别制订滚动生

产计划。年度生产计划主要指导产能和投资的预算，确保全年的生产资源的合理配置。月度生产计划采取“N+3”的方式，即制订当月的生产计划加后3个月的预示计划。当月生产计划主要是指导各部门制定具体的作业计划，保障当月的生产能够按要求稳定推进，确保客户订单准时交付。后3个月的预示计划，是公司根据客户的需求预测制定的生产预案，便于人员、物料等生产资源的统筹。

报告期内，公司发出商品规模与销售金额、订单金额的匹配性：

单位：万元

项目	2022年6月末 /2022年1-6月	2021年末 /2021年度	2020年末 /2020年度	2019年末 /2019年度
寄售客户发出商品余额	1,182.29	1,315.05	1,027.23	1,085.77
寄售客户销售金额	5,477.38	11,828.04	9,580.91	10,662.63
占比	10.79%	11.12%	10.72%	10.18%
发出商品余额	2,149.91	2,298.15	2,159.23	2,027.12
订单金额	2,149.91	2,298.15	2,159.23	2,027.12
发出商品订单支持率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：2022年1-6月占比=发出商品余额/销售金额/2

报告期各期，发出商品余额占对寄售客户当期销售金额的比例基本稳定，分别为10.18%、10.72%、11.12%和10.79%，主要系发货需求系各客户根据其生产计划以及合理库存作出，基于生产计划的科学性及其有效性，各客户期末在库物资相对稳定。

综上，报告期各期末发出商品金额与合同约定、客户采购需求和生产模式相匹配。

(4) 主要寄售客户各期仓储备货规模未发生明显变化且具有合理性

报告期各期前五大寄售客户期末发出商品余额情况如下：

单位：万元

客户名称	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
新大洲本田	423.64	379.24	232.60	143.61
五羊本田	452.17	460.45	408.78	537.48
望江豪爵	65.14	115.54	96.73	72.45
建设雅马哈	25.14	20.42	4.82	28.59

河南中轴	37.07	56.71	0.02	
成都西菱	68.20	120.89	118.69	60.44
浙江美可达	30.40	12.96	42.68	79.13
小计	1,101.76	1,166.21	904.32	921.70
寄售模式下的发出商品总额	1,182.29	1,315.05	1,027.23	1,085.77
前五寄售客户发出商品余额占比	93.19%	88.68%	88.03%	84.89%

寄售模式下，发出商品余额分别 1,085.77 万元、1,027.23 万元、1,315.05 万元、1,182.29 万元，总体规模较为稳定，因不同客户备货策略、生产需求等因素存在差异，从而使得报告期发出商品金额存在一定波动。

通常情况下，客户根据其生产计划定期向公司下达其一定周期内的产品需求，公司严格按照客户的发货指令组织发货和运输，保证在客户约定的时间按时将产品运送至客户指定仓库。为加强发出商品的管理，避免发出商品积压造成对资金的占用，公司定期与客户就发出商品的耗用情况和结存情况进行核对，关注客户发出商品总体规模及结存具体品种的变化，并及时与客户沟通。因此，公司发出商品均有客户明确的需求计划及发货指令，报告期各期末主要寄售客户发出商品余额变动主要系由于客户生产需求变化引起。除少量因客户备货或客户生产计划调整的影响外，公司发出商品期后均已及时与客户进行结算。报告期各期前五大寄售客户期后 2 个月内的销售结算情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	余额	期后销售	余额	期后销售	余额	期后销售	余额	期后销售
新大洲本田	423.64	419.49	379.24	376.36	232.60	224.42	143.61	52.37
五羊本田	452.17	449.63	460.45	458.03	408.78	402.80	537.48	315.68
望江豪爵	65.14	65.14	115.54	115.54	96.73	96.73	72.45	72.45
建设雅马哈	25.14	25.14	20.42	20.42	4.82	4.79	28.59	28.44
河南中轴	37.07	37.07	56.71	56.71	0.02			
成都西菱	68.20	17.21	120.89	34.59	118.69	118.30	60.44	50.44
浙江美可达	30.40	15.75	12.96	3.71	42.68	32.04	79.13	36.81

通过上表可见，报告期各期末，主要寄售客户发出商品余额变动与其期后销

售金额变动基本一致，即各客户仓储备货系随着其生产销售情况变动而变动。主要客户期后销售情况总体较好，期后 2 月基本实现销售，部分客户部分年度销售情况相对偏低，主要原因分析如下：

1) 新大洲本田 2019 年末发出商品期后两月销售情况相对偏低，主要系受新冠疫情影响，该客户实际生产情况与生产计划出现差异，新冠疫情平稳恢复正常后，2020 年 3 月已全部结算。

2) 五羊本田 2019 年末发出商品期后两月销售情况相对偏低，主要系受新冠疫情影响，该客户实际生产情况与生产计划出现差异，新冠疫情平稳恢复正常后，2020 年 5 月已全部结算。

3) 成都西菱 2021 年末、2022 年 6 月末发出商品期后两月销售相对偏低，主要原因系受汽车行业芯片短缺以及国际局势(俄乌冲突)紧张等因素影响，客户产品终端需求下滑，导致向上游采购需求放缓。公司积极与客户沟通，了解到其产品仍存在市场需求，同时也采取了控制其发货量的措施。

4) 浙江美可达期后两月销售与期末发出商品存在差异，除 2019 年受新冠疫情影响外，其他年度主要原因系新产品开发备货以及客户实际需求与生产计划出现偏差。

综上，公司根据客户下达的产品需求组织生产、备货，并根据其需求计划及发货指令发货，主要寄售客户各期仓储备货规模变化系客户生产需求变动引起，具有合理性。

4. 说明报告期内寄售模式下存货盘点的具体方法，是否进行实地盘点，相关存货的库龄及减值计提情况，是否存在库龄较长或无法满足客户产品需求的存货，如存在，说明相关存货的处理方式，寄售模式下相关发出产品的减值计提是否充分

(1) 报告期内寄售模式下存货盘点的具体方法，以及实地盘点情况

寄售模式下，公司发出商品存放于客户自有仓库或第三方仓库，并由其进行管理。对于存放在客户仓库内的存货，业内大部分整车厂商不接受其相关配套供应商对其寄售物资进行实地盘点，而以良好的信息系统及沟通机制满足双方对物资收发存及结算数据的确认需求，因此公司未进行实地盘点。公司主要通过定期与客户对账，定期查看客户的供应商管理系统等方式替代盘点工作。

针对寄售模式下期末结存的发出商品，采用函证的方式进行核查，具体情况

如下：

单位：份、万元

项目	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
寄售模式客户的发函数量	11	12	12	11
寄售模式客户发出商品的发函金额	1,160.31	1,263.77	986.81	961.67
寄售模式发出商品余额（万元）	1,182.29	1,315.05	1,027.23	1,085.77
发函比例	98.14%	96.10%	96.07%	88.57%
回函确认金额	1,160.31	1,263.77	986.81	961.67
回函确认占寄售模式发出商品余额比例	98.14%	96.10%	96.07%	88.57%

(2) 相关存货的库龄及减值计提情况，是否存在库龄较长或无法满足客户产品需求的存货，如存在，说明相关存货的处理方式，寄售模式下相关发出产品的减值计提是否充分

1) 相关存货的库龄情况

报告期各期末，寄售模式下发出商品的库龄情况如下：

单位：万元

库龄	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	1,168.42	98.83%	1,298.97	98.78%	998.64	97.22%	1,077.14	99.21%
1年以上	13.87	1.17%	16.08	1.22%	28.58	2.78%	8.63	0.79%
合计	1,182.29	100.00%	1,315.05	100.00%	1,027.23	100.00%	1,085.77	100.00%

报告期各期末，寄售模式下发出商品的余额分别为 1,085.77 万元、1,027.23 万元、1,315.05 万元和 1,182.29 万元，其中，库龄 1 年以内的发出商品占比分别为 99.21%、97.22%、98.78%和 98.83%，占比较高，存货库龄情况总体良好。

报告期各期末，库龄 1 年以上的发出商品金额分别为 8.63 万元、28.58 万元、16.08 万元和 13.87 万元，金额较小。该部分存货库龄相对较长，主要是因为部分发出产品为售后备件，周转率较低。2020 年末 1 年以上发出商品金额相对较高，主要系重庆力帆摩托车发动机有限公司 1 年以上发出商品增加，金额超过 10 万元。受力帆集团破产重整影响，重庆力帆摩托车发动机有限公司采购额较以前年度大幅下降，结算周期受到影响，故长库龄发出商品金额增加。

2) 相关存货的减值计提情况

报告期各期末，寄售模式下的发出商品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，其中：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。

根据上述减值准备计提方法，公司寄售模式下的发出商品对应的存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	寄售存货账面余额	寄售存货跌价准备	计提比例
2022年6月30日	1,182.29	20.17	1.71%
2021年12月31日	1,315.05	3.89	0.30%
2020年12月31日	1,027.23	6.50	0.63%
2019年12月31日	1,085.77	23.48	2.16%

2019年末、2022年6月末存货跌价准备计提相对较高，主要是因为期末部分1年以内发出商品成本高于其可变现净值引起。

综上，公司根据寄存仓库的管理情况、寄售模式下发出商品的结存情况等，通过对账及对客户或第三方仓库提供的寄售数据进行复核等方式，对各期末寄售模式下发出商品情况进行核实，确保寄售模式下发出商品结存情况的准确性。公司寄售模式下发出商品库龄在1年以内的占比为97%以上，周转率较高；各期末公司已充分考虑发出商品库龄、销售价格变动的情况，对发出商品进行减值测试并计提存货跌价准备，公司寄售模式下发出商品存货跌价准备的计提充分、合理。

(二) 为客户提供运输和保险服务

1. 结合相关合同约定，为客户提供运保服务的销售和采购业务流程和权责义务等，说明公司以全额法确认运保服务收入的合理性，是否符合《企业会计准则》的规定，公司运保费与产品销售收入如何划分计量，运保费收入与成本的匹配性

公司CIF结算方式下出口业务，货物在装运港越过船舷时点转移了控制权，相关运输和保险服务(以下简称运保服务)系商品控制权转移给客户之后发生，属于为客户提供了除销售商品外的单项履约义务。根据新收入准则的相关规定，CIF结算方式下交易合同中货物交付及运输识别为两项单项履约义务。

CIF 结算方式下，公司通过询价了解运保费的市场价格，在此基础上向外销客户提报包含运费和保险费的合同总报价，协商一致后签订合同，并按合同总价与外销客户进行结算。在为外销客户提供运保服务过程中，公司通过询价方式自主选择确定运输代理，独立与运输代理协商并确定运输条款，包括价格条款，自主决定舱位的用途，独立支付运费及保险费，独立承担运费及保险费价格变动风险，故报告期内公司按全额法确认运保费收入。

基于 CIF 结算方式下交易合同中货物交付及运输为两项单项履约义务，需将合同总价分摊至各项履约义务，在各个履约义务完成时分别确认收入，并区分归集产品销售成本和运保费成本。鉴于合同总价并未单独约定运保费且公司独立与运输代理商协商确定运保费价格并据实结算，故两项业务在合同收入划分时以运保费支出作为划分标准，即：

(1) 运保服务

运保费收入=运保费成本

(2) 产品销售

产品销售收入=合同总价-运保费收入

综上，运保服务按照全额法确认收入，即外销合同总价中包含的运保服务按总额计入营业收入，支付的运输费和保险费作为合同履约成本，在确认收入时计入营业成本，符合企业会计准则的相关规定，运保费收入与成本相匹配。

2. 说明运保费的定价方式和依据，报告期各期运保费收入规模与公司境外销量、销售金额、运输市场价格变化情况是否匹配

(1) 运保费的定价方式和依据

公司独立与运输代理确定运保费价格。运输代理在考虑运输距离、集装箱的体积和货物重量、运力情况及市场供求等因素后向公司提供报价，双方协商确定最终价格。

(2) 报告期各期运保费收入规模与公司境外销量、销售金额、运输市场价格变化情况是否匹配

报告期内运保费收入与境外销量、销售金额的相关情况如下：

单位：万元、万件套

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	-----------	--------	--------	--------

境外收入	8,595.32	18,655.11	13,851.41	13,939.17
FOB 方式	3,985.25	9,515.15	7,494.50	7,437.87
CIF 方式	4,610.07	9,139.96	6,356.91	6,501.30
境外销量	1,171.86	2,170.64	1,007.72	1,053.24
FOB 方式	426.51	727.24	323.05	424.48
CIF 方式	745.35	1,443.40	684.67	628.76
CIF 运费	297.86	520.07	149.33	100.73
CIF 运费/CIF 销量	0.40	0.36	0.22	0.16
CIF 运费/CIF 销售额	6.46%	5.69%	2.35%	1.55%

注：因实施新收入准则前，2019 年度 CIF 结算方式下的运保费冲减营业收入，为保持报告期内数据的可比性，上述表格中 2019 年境外收入还原运保费收入进行列示

如上表所示，CIF 结算模式下运保费逐年增加，运保费占 CIF 销售收入的比例分别为 1.55%、2.35%、5.69%、6.46%，境外运保费平均单价分别为 0.16 万元、0.22 万元、0.36 万元、0.40 万元呈逐年上涨趋势，主要原因系从 2020 年下半年开始，受境外新冠疫情因素影响，境外港口作业受阻，国际航线海运运力紧张，出口集装箱供不应求，国际航线运输价格大幅增长。

中国出口集装箱运价指数(CCFI)综合指数反映了我国出口集装箱运输市场价格变化趋势，报告期内，中国出口集装箱运价综合指数情况变化如下：



数据来源：Wind 资讯

通过上表可以看到，2020 半年开始，CCFI 综合指数持续飙升。2020 年 CCFI 综合指数为 829.27，2021 年 12 月 31 日 CCFI 综合指数已高升至 3,344.24，2021 年以来，CCFI 综合指数继续呈现强势增长态势，集运行业运价达到近二十年以来新高。虽然 CCFI 综合指数在 2022 年 2 月中旬达到最高点后开始进入短暂下跌区间，但自 5 月起，随着中国制造业和港口复工复产力度加大，滞留外贸订单集中释放，CCFI 呈现反弹趋势。

综上，报告期内各期运保费收入规模与公司境外销量、销售金额，运输市场价格变化相匹配。

3. 说明公司按预计货物到港时间确认运保收入的合理性，是否符合行业惯例，产品销售和运输过程中公司能否取得货物到港的具体时间和交付证据，报告期各期货物实际到港时间与预计时间是否存在明显差异，公司以预计到港时间确认收入是否审慎，是否符合准则规定

(1) 报告期内运保费收入确认情况

公司按货物实际到港时间确认运保费收入，即：外销货物已到达目的港，相关的运输义务履约完毕时。出口货物离港后，公司通过运输代理及时获取货物到港的物流系统截图，确定货物到港的具体时间，并作为运保费收入的确认依据。

在编制 2020 年度财务报表时，公司未将 CIF 结算方式下的运保服务单独识别为一项履约义务，而是根据一贯性原则将运保费抵减了营业收入，经第四届董事会第四次会议审议批准，公司于 2022 年 4 月对该差错进行追溯调整。受限于航运公司对货物到港资料保存时效性及完整性的限制，公司不能取得 CIF 结算方式下所有货物实际到港时间的相关资料，但鉴于该结算方式下客户集中，运输目的港及航线稳定，可根据历史经验对货物到港时间进行预估，故公司对未能取得物流系统截图的货物到港时间进行了估计，并根据预计货物到港时间确认 2020 年运保费收入。

(2) 货物实际到港时间与预计时间是否存在明显差异

CIF 结算方式下除印度 TVS 外，其余客户货物通常采取海运方式，运输时间一般在 1-2 周左右，而印度 TVS 的货物运输涉及海运方式或江海联运方式，因此其运输时间通常在 1-2 个月，货物实际到港时间与预估时间差异在 1 周左右不等。2020 年 11-12 月份确认运保费收入金额为 67.10 万元，其中能够取得货物到港资料的运保费收入为 42.37 万元，占比 63.15%，通过对比发现货物实际到港时

间与预计到港时间存在差异而导致运保费收入跨期金额为 0.20 万元，金额较小。货物实际到港时间与预计时间不存在明显差异。

公众公司运保费收入确认情况：

公司名称	运保费收入确认时点	资料来源
润普食品 (836422)	公司在销售的货物已到达目的港，相关的运输义务履约完毕时一次性确认收入。具体而言，公司通过船运公司的物流查询系统，对货物的运输状态进行持续跟踪，待系统显示货物实际到港时间后，公司以此作为运输义务履行完毕的依据，并确认相应的海运费收入	首次反馈 回复
云里物里 (872374)	公司的外销业务中，使用 CIF 模式及其他贸易模式进行交易的，公司向境外客户收取运输费用并代为办理运输业务，在货物到达指定地时确认运保费收入，并结转成本	首次反馈 回复
长华化学	在 CIF 贸易模式下，公司将产品的控制权转移给客户之后，继续向客户提供了产品装船或登机之后至产品送达指定目的港的运输服务，此项服务构成单项履约义务，在货物到达目的港时根据运保费金额确认营业收入	首次反馈 回复

综上，公司按货物实际到港时间确认运保费收入符合行业惯例；在前期会计差错更正时，受限于船运公司对货物到港资料保存时效性及完整性的限制，公司对未能取得物流系统截图的货物到港时间进行了估计，并根据预计货物到港时间确认 2020 年运保费收入，货物实际到港时间与预计时间不存在明显差异。公司运保费收入确认符合企业会计准则的相关规定。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 了解与收入确认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) 访谈公司销售负责人和业务人员，了解公司不同销售模式下的业务流程、结算方式等；

(3) 获取不同销售模式下的收入明细表，查阅主要寄售客户的销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法的适当性；了解公司与主要寄售客户的对账方式、对账周期、信用政策等情况，检查与寄售收入确认相关的支持性文件，包括销售合同或订单、出库单、对账记录、销售发票等，了解不同模式下运费及仓储费的承担方式；

(4) 查看公司主要寄售客户的供应商管理系统，查询系统领用和结算相关数

据，了解客户提供供应商平台数据的具体方式；

(5) 统计报告期内公司寄售模式的发货数量、金额、销售数量、销售金额、发出商品金额、运输费用，查阅主要寄售客户的发货单据，分析公司发货数量、金额、销售数量、销售金额、发出商品金额、发货单据、运输费用的匹配性；

(6) 了解发出商品形成的原因，获取不同类型客户发出商品的情况，分析公司各期末发出商品较高的原因；查阅公司同行业可比公司招股说明书、年度报告等公开资料，计算发出商品占存货余额的比例，与公司进行比较分析；

(7) 访谈公司生产部门负责人，了解公司的生产模式、备货策略，查阅主要寄售客户合同中关于备货量的相关约定，分析主要寄售客户仓储规模变动原因及合理性；

(8) 获取公司存货管理制度、盘点计划及盘点汇总表，了解公司存货盘点情况，对主要寄售客户的销售金额、往来余额以及寄售库存数量进行函证；

(9) 获取公司寄售模式下的存货明细、库龄表、存货跌价准备明细，了解公司存货跌价准备计提政策及存货减值的测试方法，检查公司存货跌价准备计提依据和方法的合理性，复核存货跌价准备计提、转回或转销的金额，分析各期末存货跌价准备计提的充分性；

(10) 对主要寄售客户进行实地走访或视频访谈(受新冠疫情影响无法实地走访的进行视频访谈)，了解公司与客户的业务开展情况、销售情况、信用政策、关联关系等情况；

(11) 获取主要外销客户的销售合同或销售订单，查阅合同中关于运输和保险等相关条款的约定；

(12) 访谈公司销售和财务负责人，了解 CIF 结算方式下的业务流程和各方权利义务关系，了解运保费和产品销售收入划分的方式，并评价其合理性；

(13) 了解公司运保费的定价方式，获取报告期各期运保费收入明细，查阅中国出口集装箱运价综合指数变化情况，分析公司运保费收入规模与境外销量、销售金额、运输市场价格变化情况的匹配性；

(14) 获取船运公司物流系统中货物实际到港资料，了解货物实际到港情况及与预计到港的差异情况；

(15) 查阅公众公司公开披露资料，了解其运保费收入确认方法，并与公司情况进行对比分析。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司寄售模式下主要客户稳定，信用政策、对账方式、对账周期具有一贯性；寄售模式收入确认符合企业会计准则的相关规定；寄售模式相关的内部控制制度执行有效；

(2) 报告期内，公司寄售模式下主要客户运输费用承担方式与境内非寄售模式不存在差异，均由公司承担；寄售模式下，仓储费由客户承担，非寄售模式，无仓储费用发生；

(3) 报告期内，公司寄售模式下发货数量、金额与销售量、销售金额、发出商品金额相匹配；公司寄售客户相关实物流转与发货单据、运输费用等相匹配；

(4) 由于寄售模式收入占比较大，同时受物流运输、出口报关及船期安排等因素的影响，报告期各期末公司发出商品金额较高具有合理性，且符合行业惯例，与寄售客户的合同约定和生产模式匹配；

(5) 公司根据客户下达的产品需求组织生产、备货，并根据其需求计划及发货指令发货，因此主要寄售客户各期仓储备货规模变化系客户生产需求变动引起，具有合理性；

(6) 寄售模式下，公司发出存货存放于客户自有仓库或第三方仓库，并由其进行管理。对于存放在客户仓库内的存货，业内大部分整车厂商不接受其相关配套供应商对其寄售物资进行实地盘点，而以良好的信息系统及沟通机制满足双方对物资收发存及结算数据的确认需求，因此公司未进行实地盘点；公司主要通过定期与客户对账，定期查看客户的供应商管理系统等方式替代盘点工作；

(7) 报告期各期末，寄售模式下发出商品库龄在一年以内的占比在97%以上，且周转率较高，长库龄发出商品形成原因具有合理性；公司已充分考虑发出商品库龄、销售价格变动等因素，对发出商品采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，存货跌价准备的计提充分；

(8) CIF 结算方式下，公司向外销客户的报价中包含运费和保险费，在为外销客户提供运保服务过程中，公司自主选择确定运输代理，独立与运输代理协商并确定运输条款，包括价格条款，自主决定舱位的用途，独立结算，独立承担运费及保险费价格变动风险，公司按全额法确认运保费收入符合企业会计准则的规定；

(9) CIF 结算方式下，货物交付及货物运输属于两个单项履约义务，需将合同总价分摊至各项履约义务，在各个履约义务完成时分别确认收入；在合同收入划分时，公司以运保费支出作为划分标准，即：运保费收入等于运保费成本，产品销售收入等于合同总价减去运保费收入，运保费收入与成本相匹配；

(10) 运保费定价系由公司和运输代理商在考虑运输距离、集装箱的体积和货物重量、运力情况及市场供求等因素的基础上协商确定，报告期内，各期运保费收入规模与公司境外销量、销售金额、运输市场价格变化情况相匹配；

(11) 公司按货物实际到港时间确认运保费收入，即：外销货物已到达目的港，相关的运输义务履约完毕时。公司可以通过运输代理及时获取货物到港的物流系统截图，以此确定货物到港的具体时间。公司按货物实际到港时间确认运保费收入的方法符合行业惯例；

(12) 受限于船运公司对货物到港资料保存时效性及完整性的限制，公司在前期会计差错更正时，不能取得 2020 年度 CIF 结算方式下所有货物实际到港时间的系统截图，但鉴于客户集中，运输目的港及航线稳定，可根据历史经验对货物到港时间进行预估，故公司对未能取得物流系统截图的货物到港时间进行了估计，并根据预计货物到港时间确认 2020 年运保费收入，货物实际到港时间与预计时间不存在明显差异。

三、毛利率高于行业均值

根据申报文件，报告期各期发行人主营业务毛利率分别为 25.89%、27.19%、24.94%和 22.08%，高于可比公司均值，2021 年起离合器产品毛利率明显下降，与齿轮产品毛利率变动趋势存在明显差异。

请发行人：(1) 说明发行人齿轮产品和离合器产品的主要客户情况，不同产品的主要定价和价格调整方式，并结合相关情况以及齿轮和离合器新产品开发情况、产品结构变化等，说明报告期内两类主要产品售价变动趋势不一致的具体原因及合理性，售价波动对毛利率的具体影响。(2) 说明报告期各期发行人各类原材料采购价格与市场价格走势的匹配性，各类原材料的采购量、采购金额与耗用量、产品产销量的匹配性，报告期各期发行人单位产品耗用量是否发生明显变化，并结合相关情况，说明发行人相关成本核算是否准确。(3) 说明直接人工与产品产量、各期生产人员数量的匹配性，各期人均产量的变化情况，与生产规模、

技术应用和工艺流程变化等是否匹配；说明各期制造费用、能源耗用量与产品产量的匹配性。(4)结合同行业公司产品结构、技术水平、客户质量、产品竞争力和议价能力、成本控制能力等，进一步分析说明发行人产品毛利率与同行业公司存在差异且高于行业均值的合理性，发行人相关收入成本核算是否准确，发行人是否具备向下游传导原材料价格波动的能力。(5)说明发行人供应商中是否存在贸易类供应商，如存在说明发行人向其采购的合理性，相关原材料采购价格与生产型供应商是否存在明显差异，发行人与相关供应商是否存在关联关系或其他利益安排。请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。(审核问询函问题 6)

(一)说明发行人齿轮产品和离合器产品的主要客户情况，不同产品的主要定价和价格调整方式，并结合相关情况以及齿轮和离合器新产品开发情况、产品结构变化等，说明报告期内两类主要产品售价变动趋势不一致的具体原因及合理性，售价波动对毛利率的具体影响

公司是一家致力于齿轮、离合器和传动类摩擦材料研发、生产和销售的高新技术企业。公司产品包括齿轮和离合器两大类，主要产品广泛应用于摩托车、汽车及非道路用车等领域。报告期内公司齿轮方面的主要产品包括摩托车齿轮、汽车齿轮、全地形车齿轮和农机齿轮，离合器主要产品为摩托车离合器。

产品类型	主要客户
摩托车齿轮	ATLAS 本田、意大利 PIAGGIO、新大洲本田、上海本田贸易、重庆隆鑫、印度 TVS
汽车齿轮	美国 TTI、福伊特、成都西菱、河南中轴
全地形车齿轮	美国 TEAM
农机齿轮	丰田通商、洋马、那智不二越
风电齿轮	银川威力
摩托车离合器	印度 TVS、五羊本田、新大洲本田、望江豪爵、浙江美可达、建设雅马哈

1. 公司产品定价方式及价格调整方式

(1) 产品定价方式

公司主要采用成本加成法进行产品定价，在保证自身合理利润的基础上，根据材质(钢质、粉末冶金等)、重量、工序环节数量、是否有特殊工序(如热处理环节或磨齿工艺)以及部分特殊有色金属如镍含量不同等因素综合考虑各项成本

提出产品报价。此外，产品定价时还会综合考虑以下因素：① 客户的资信情况、采购规模、付款条件，以及能否与客户达成长期战略合作关系等因素；② 市场供需关系、具体产品竞争情况；③ 终端产品的市场竞争力和定价策略；④ 汇率波动情况。综合考虑前述因素后，公司与客户主要通过商务谈判进行磋商，确定产品价格。

(2) 价格调整方式

考虑与主要客户建立的长期合作关系，为提升交易效率，减少同类产品多次采购时反复议价程序，公司业务合作主要采用基本合同加价格协议的方式确定。基本合同通常为公司与客户签订的框架协议或年度协议，公司与一部分客户签订的基础合同中对于价格调整机制进行了明确约定，价格调整机制的量化标准通常基于原材料市场价格或汇率波动考虑。一部分客户虽未在基础合同中明确价格调整机制的量化标准，但是业务实际执行过程中，可协商确定是否定期或不定期调整产品销售价格及最终的调价幅度，并通过补充或另行签订价格协议等方式确认调价机制或调价后产品价格。价格协议通常以价格清单、合同附件或邮件等方式存在。通过此种定价方式，公司对于原材料价格的波动或汇率波动能够在一定程度上向客户传导，从而实现向下游客户传导上游原材料价格波动及汇率波动带来的影响。

(3) 公司前五大客户的调价周期

报告期内各期，公司前五大客户的调价周期具体如下：

客户名称	调价机制约定	调价具体文件	调价模式	调价触发方式	调价时的定价依据
ATLAS 本田	按照惯例每季度调整一次	价格清单	定期调整	1 季度	客户提供网站上季度实时平均汇率
新大洲本田	按照惯例每半年调价一次，按上一年下半年的材料均价作为下一年上半年的材料均价，产品单价按材料价格波动而变动	买卖合同(附件)	定期调整	半年	原材料市场价
美国 TEAM	每年调整一次	基本合同	其他触发条件	原材料市场价格波动和汇率波动较大时	原材料市场价和平均汇率
五羊本田	按照惯例每季度调整一次	价格确认表	定期调整	1 季度	原材料市场价
意大利 PIAGGIO	不定期调价	调价确认邮件	其他触发条件	原材料市场价格波动和汇率波动较大时	原材料市场价和平均汇率
印度 TVS	不定期调价	调价确认邮件	其他触发条件	原材料市场价格波动和汇率波动较大时	原材料市场价和平均汇率
上海本田贸易	不定期调价	调价确认邮件	其他触发条件	原材料市场价格波动较大时	原材料市场价

2. 两类主要产品售价变动趋势

报告期内，公司齿轮、离合器售价情况如下：

单位：元/件套

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价
齿轮	15.97	-4.49%	16.72	3.40%	16.17	12.92%	14.32
离合器	72.37	4.07%	69.54	2.79%	67.65	1.88%	66.40

报告期内，齿轮单价先增后降、离合器单价呈现持续上涨趋势。

(1) 结构性变动导致两者售价呈现不同变动趋势

1) 齿轮产品

齿轮方面，受单价较高的非摩托车齿轮业务收入占比波动影响，导致齿轮单价呈现先增后降趋势。

单位：万元、元/件套

项目	2022年1-6月			2021年度		
	金额	比例	单价	金额	比例	单价
摩托车齿轮	6,116.12	64.79%	12.13	11,341.97	51.10%	10.90
汽车齿轮	1,335.03	14.14%	31.89	4,583.69	20.65%	31.03
其他齿轮	1,988.52	21.07%	44.11	6,268.55	28.24%	45.23
合计	9,439.67	100.00%	15.97	22,194.21	100.00%	16.72

项目	2020年度			2019年度		
	金额	比例	单价	金额	比例	单价
摩托车齿轮	8,665.49	50.54%	10.20	10,436.81	60.76%	10.01
汽车齿轮	2,683.18	15.65%	30.57	1,582.54	9.21%	27.27
其他齿轮	5,795.82	33.81%	47.35	5,157.25	30.02%	52.33
合计	17,144.49	100.00%	16.17	17,176.59	100.00%	14.32

摩托车齿轮方面，报告期内，单价分别为10.01元/件套、10.20元/件套、10.90元/件套和12.13元/件套，相对稳定。2022年1-6月单价有所上升，主要是因为单价较高的ATLAS本田和意大利PIAGGIO收入占比在当期有所上升所致。

汽车齿轮方面，报告期内，单价分别为27.27元/件套、30.57元/件套、31.03

元/件套和 31.89 元/件套，呈现小幅增长，主要是因为结构性变动所致。2020 年，新增客户福伊特其所需产品单价及单位成本均较高从而导致 2020 年、2021 年汽车齿轮单价有所增长。

其他齿轮包括全地形车齿轮、农机齿轮和风电齿轮。报告期内，单价分别为 52.33 元/件套、47.35 元/件套、45.23 元/件套和 44.11 元/件套，呈现小幅波动，主要是因为结构性变动所致。2019 年，部分客户存在偶发性高价格产品采购需求及高价格风电齿轮占比较高影响导致 2019 年单价偏高。

2) 离合器产品

离合器产品方面，受单价较高的干式离心离合器业务收入持续增加影响，导致离合器单价呈现增长趋势。

单位：万元、元/件套

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	金额	比例	单价	金额	比例	单价
湿式多片离合器	2,732.77	56.15%	68.66	7,129.78	64.96%	67.98
湿式离心离合器	1,118.92	22.99%	65.98	2,778.92	25.32%	67.00
干式离心离合器	1,015.63	20.87%	96.78	1,067.17	9.72%	92.94
合计	4,867.32	100.00%	72.37	10,975.87	100.00%	69.54
项目	2020 年度			2019 年度		
	金额	比例	单价	金额	比例	单价
湿式多片离合器	6,475.48	68.16%	69.60	7,786.40	67.36%	70.26
湿式离心离合器	2,508.09	26.40%	60.46	3,141.17	27.17%	55.97
干式离心离合器	516.31	5.43%	87.43	631.69	5.46%	88.50
合计	9,499.89	100.00%	67.65	11,559.26	100.00%	66.40

湿式多片离合器方面，报告期内，单价分别为 70.26 元/件套、69.60 元/件套、67.98 元/件套和 68.66 元/件套，呈下降趋势，主要是因为公司主要客户印度 TVS 单价下降所致。剔除印度 TVS 影响，单价分别为 71.00 元/件套、72.80 元/件套、70.78 元/件套和 73.24 元/件套，呈上升趋势。

湿式离心离合器方面，报告期内，单价分别为 55.97 元/件套、60.46 元/件套、67.00 元/件套和 65.98 元/件套，呈上升趋势，主要是因为公司主要客户印

度 TVS 影响所致。一方面受印度 TVS 各年度采购型号差异，单价波动较大；另一方面印度 TVS 在湿式离合器业务中收入占比变化导致湿式离合器单价波动。剔除印度 TVS 影响，单价分别为 67.61 元/件套、67.47 元/件套、67.58 元/件套和 67.44 元/件套，保持稳定。

干式离合器方面，报告期内，单价分别为 88.50 元/件套、87.43 元/件套、92.94 元/件套和 96.78 元/件套，呈上升趋势，主要是因为结构性影响所致。干式离合器报告期主要客户为五羊本田，受各年度采购型号差异导致单价波动。

(2) 摩托车齿轮、离合器售价变动趋势一致

公司摩托车离合器在自产齿轮的基础上，加入缓冲套、减震弹簧和铆钉等一系列零配件进行焊接、组装而成。因此，两者生产所需主材(如坯件)具有较高相似性。基于主材作为定价及后续调价的主要考虑因素，两者在售价变动趋势上亦具有较高相似性。

单位：元/件套

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价
摩托车齿轮	12.13	11.28%	10.90	6.86%	10.20	1.90%	10.01
摩托车离合器	72.37	4.07%	69.54	2.79%	67.65	1.88%	66.40

报告期内，摩托车齿轮和离合器售价均呈现上涨趋势，变动趋势一致。

(3) 不同客户所需产品差异导致摩托车齿轮、离合器售价变动幅度有所不同

公司主要采用成本加成法进行产品定价，基于相似成本因素影响，售价呈现相同变动趋势。但决定产品售价高低的因素除原材料价格外，还受到市场供需关系、客户的资信情况及采购规模等因素影响。由于客户对齿轮、离合器产品需求通常存在差异，因此，最终产品售价体现较强客户属性。不同客户间，不同产品间售价差异较大。基于不同产品收入占比差异，导致摩托车齿轮和离合器两者售价变动幅度不同。

1) 摩托车齿轮主要客户

期间	公司名称	收入(万元)	收入占比	单价(元/件套)
2022 年 1-6 月	ATLAS 本田	2,963.16	48.45%	***

	意大利 PIAGGIO	1,224.32	20.02%	***
	新大洲本田	525.69	8.60%	***
	上海本田贸易	212.78	3.48%	***
	重庆隆鑫	236.29	3.86%	***
	印度 TVS	113.84	1.86%	***
	小计	5,276.08	86.27%	***
	合计	6,116.12	100.00%	***
2021 年度	ATLAS 本田	4,431.60	39.07%	***
	意大利 PIAGGIO	1,998.33	17.62%	***
	新大洲本田	1,053.26	9.29%	***
	上海本田贸易	1,077.75	9.50%	***
	重庆隆鑫	536.81	4.73%	***
	印度 TVS	428.83	3.78%	***
	小计	9,526.58	83.99%	***
	合计	11,341.97	100.00%	***
2020 年度	ATLAS 本田	2,005.19	23.14%	***
	意大利 PIAGGIO	1,496.14	17.27%	***
	新大洲本田	983.56	11.35%	***
	上海本田贸易	1,036.99	11.97%	***
	重庆隆鑫	441.09	5.09%	***
	印度 TVS	952.82	11.00%	***
	小计	6,915.79	79.81%	***
	合计	8,665.49	100.00%	***
2019 年度	ATLAS 本田	1,021.55	9.79%	***
	意大利 PIAGGIO	1,467.65	14.06%	***
	新大洲本田	1,074.48	10.30%	***
	上海本田贸易	2,584.48	24.76%	***
	重庆隆鑫	592.92	5.68%	***
	印度 TVS	1,626.02	15.58%	***

	小计	8,367.10	80.17%	***
	合计	10,436.81	100.00%	***

报告期内，公司摩托车齿轮主要客户产品售价整体呈现上涨趋势。

2) 离合器主要客户

年份	客户名称	收入(万元)	收入占比	单价(元/件套)
2022年1-6月	印度 TVS	560.90	11.52%	***
	五羊本田	1,219.29	25.05%	***
	新大洲本田	1,655.02	34.00%	***
	望江豪爵	456.08	9.37%	***
	浙江美可达	91.55	1.88%	***
	建设雅马哈	321.36	6.60%	***
	小计	4,304.20	88.43%	***
	合计	4,867.32	100.00%	***
2021年度	印度 TVS	2,676.93	24.39%	***
	五羊本田	2,352.18	21.43%	***
	新大洲本田	2,887.61	26.31%	***
	望江豪爵	1,013.35	9.23%	***
	浙江美可达	414.32	3.77%	***
	建设雅马哈	619.10	5.64%	***
	小计	9,963.49	90.78%	***
	合计	10,975.87	100.00%	***
2020年度	印度 TVS	2,381.84	25.07%	***
	五羊本田	1,894.32	19.94%	***
	新大洲本田	2,324.84	24.47%	***
	望江豪爵	818.89	8.62%	***
	浙江美可达	324.13	3.41%	***
	建设雅马哈	680.09	7.16%	***
	小计	8,424.11	88.68%	***
	合计	9,499.89	100.00%	***

2019 年度	印度 TVS	3,467.02	29.99%	***
	五羊本田	1,974.65	17.08%	***
	新大洲本田	3,027.26	26.19%	***
	望江豪爵	692.34	5.99%	***
	浙江美可达	673.38	5.83%	***
	建设雅马哈	570.86	4.94%	***
	小计	10,405.51	90.02%	***
	合计	11,559.26	100.00%	***

报告期内，公司摩托车离合器主要客户产品售价整体呈现上涨趋势。

基于不同客户收入在齿轮、离合器业务构成中的变化，两者增幅有所不同。

综上，公司齿轮、离合器售价变动趋势不一致具有合理性。

3. 售价波动对毛利率的具体影响

假定其他因素不变，若销售价格单一因素变化±1%至±10%，毛利率敏感性分析如下：

变动率	齿轮产品销售单价变动对毛利率的影响			
	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
1%	0.45%	0.45%	0.44%	0.42%
5%	2.18%	2.21%	2.13%	2.05%
10%	4.25%	4.30%	4.14%	3.98%
-1%	-0.45%	-0.46%	-0.44%	-0.42%
-5%	-2.32%	-2.35%	-2.26%	-2.17%
-10%	-4.78%	-4.86%	-4.67%	-4.46%

假定其他因素不变，产品价格每变动1%，2019-2022年6月各期，毛利率同方向变动0.42、0.44、0.45和0.45个百分点。齿轮毛利率对销售价格较敏感。

变动率	离合器产品销售单价变动对毛利率的影响			
	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
1%	0.23%	0.22%	0.24%	0.28%
5%	1.14%	1.11%	1.20%	1.39%
10%	2.25%	2.19%	2.36%	2.73%

-1%	-0.23%	-0.23%	-0.24%	-0.28%
-5%	-1.18%	-1.15%	-1.24%	-1.44%
-10%	-2.39%	-2.33%	-2.52%	-2.94%

假定其他因素不变，产品价格每变动1%，2019-2022年6月各期，毛利率同方向变动0.28、0.24、0.22和0.23个百分点。离合器销售价格对毛利率较敏感。

综上，报告期内公司产品价格发生波动，对公司毛利率会产生较大影响。相比离合器，公司毛利率对齿轮产品价格的敏感性要高。

(二) 说明报告期各期发行人各类原材料采购价格与市场价格走势的匹配性，各类原材料的采购量、采购金额与耗用量、产品产销量的匹配性，报告期各期发行人单位产品耗用量是否发生明显变化，并结合相关情况，说明发行人相关成本核算是否准确

1. 报告期各期公司各类原材料采购价格与市场价格走势的匹配性

报告期内，公司原材料可分为毛坯材料、配件、其他辅料等，其中毛坯材料包括齿轮毛坯、其他毛坯，配件主要为构成产品的零件，其他辅料包括隔板、纸箱等。其他辅料、配件相较于毛坯材料而言价值较低。报告期内，主要原材料各期平均采购价格情况如下：

单位：元/件、元/KG

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
齿坯-钢制	4.13	4.65	4.01	3.65
齿坯-粉末冶金	8.47	8.31	7.43	7.88
其他毛坯-钢制	2.97	3.07	2.53	2.50
其他毛坯-铝合金	2.42	2.20	1.93	1.87
钢材	5.92	6.29	5.73	5.19

报告期内，公司主要原材料材质为钢材、铝合金、粉末冶金等，公司原材料平均采购价格整体呈上涨趋势。

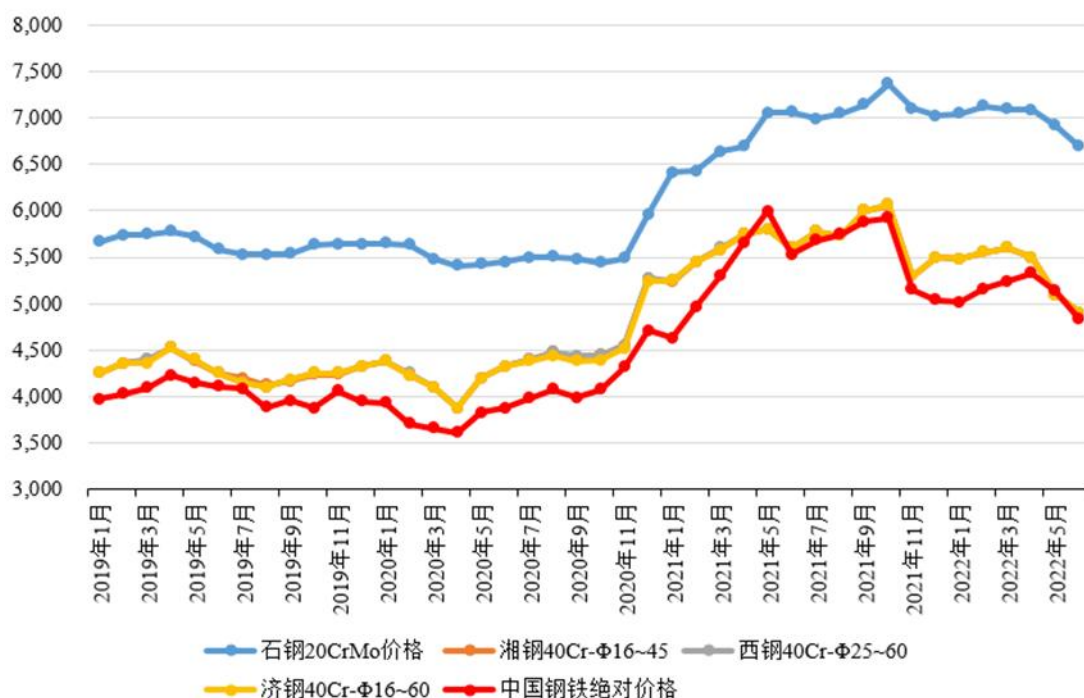
合同约定公司主要原材料采购价格挂钩的市场参考型号：

采购类型	合同约定主要原材料采购价格挂钩的市场参考型号
钢	石钢-20CrMo-Φ45、50、55、60；石钢-20CrMo/20CrMoT/20CrMoA-Φ32、35、40；石钢-40Cr-Φ45、55；石钢其他型号

	西钢-40Cr-Φ50、55、65；西钢-40Cr/45#/20Cr-Φ20、25、30、32
	济钢/首钢-40Cr-Φ18
粉末冶金	与材料价格挂钩的市场参考价格分别与每月26日《中国粉末冶金商务网》300W/杭州易通的水雾化纯铁粉价格、《中国粉末冶金商务网》衡水润泽/河北衡水的8-3球形粉价格、《中国粉末冶金商务网》瑞银新材料/石家庄电解镍粉价格挂钩
铝合金	材料价格挂钩的市场参考价格与《上海有色金属网》网上西南地区铝合金ADC12每月20日的材料平均价格挂钩

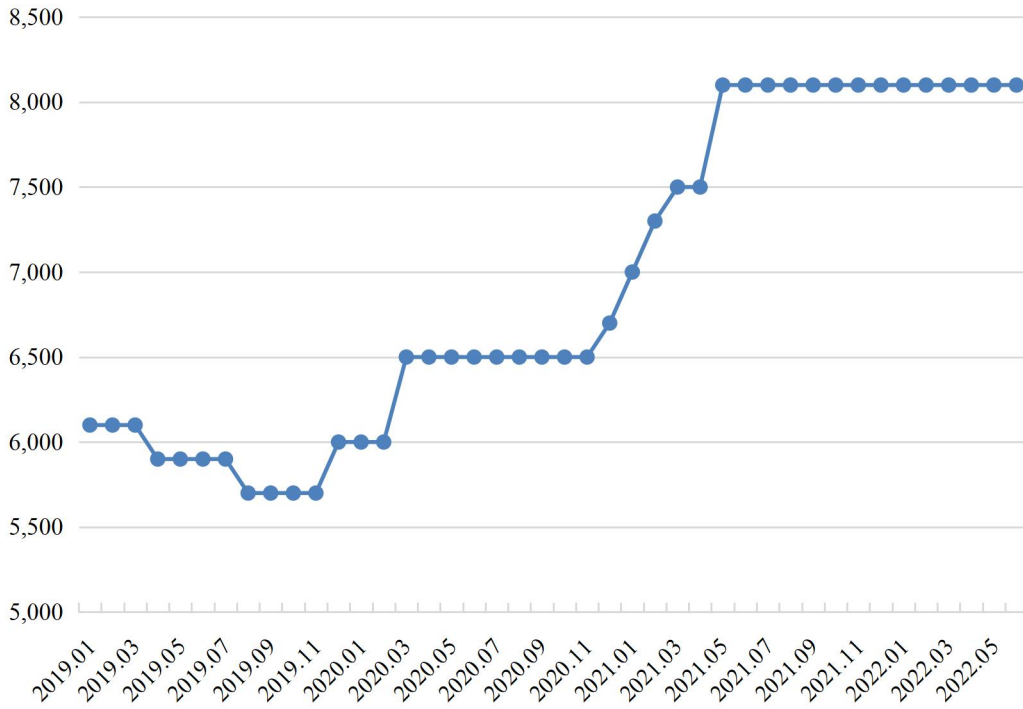
原材料平均采购价格变动与钢材、铝合金、铁粉行情参考价格波动情况基本一致，平均采购单价与行情参考价格波动情况比对情况如下：

2019年-2022年6月钢铁原材料参照价格走势图（元/吨）



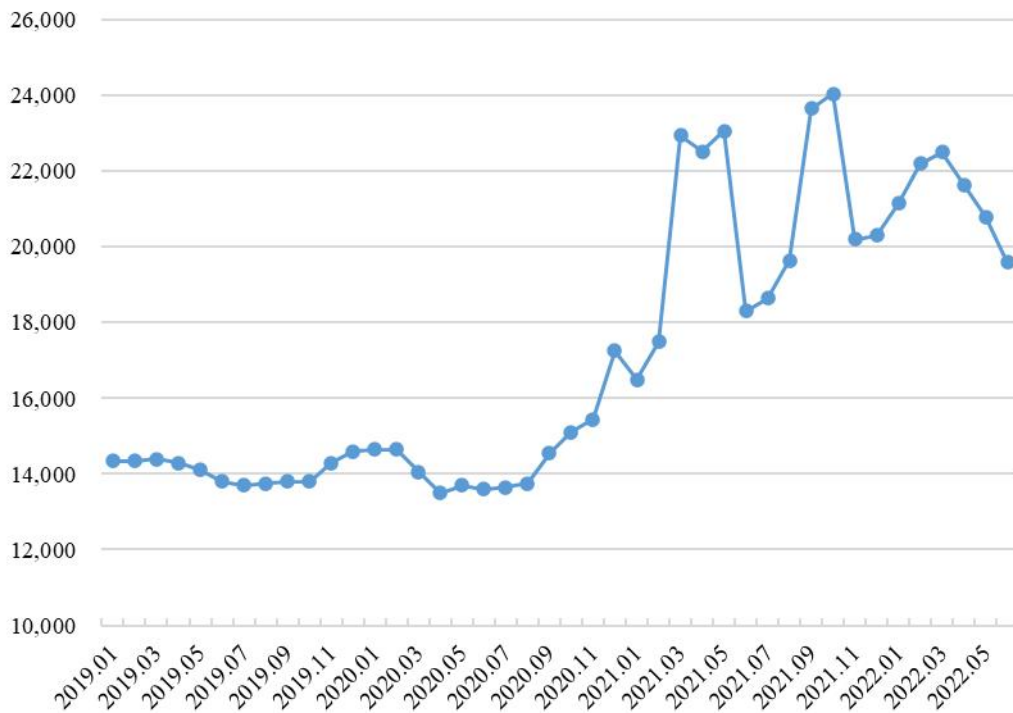
资料来源：钢之家、中国钢材信息门户网

2019年-2022年6月水雾化铁粉300W/杭州屹通高位价走势图（元/吨）



资料来源：中国粉末冶金商务网

2019年-2022年6月铝合金西南ADC12均价走势图（元/吨）



资料来源：上海有色金属网

报告期内，公司主要原材料采购价格与市场价格走势相吻合。

2. 各类原材料的采购量、采购金额与耗用量、产品产销量的匹配性

(1) 营业成本与存货、采购总额的匹配关系

报告期各期，营业成本与存货、采购总额的匹配关系：

单位：万元

采购总额	说明	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业成本	A	12,390.58	27,408.27	20,691.99	22,420.03
存货变动	B	-489.43	1,896.69	-225.61	943.03
研发领料	C	92.18	255.31	240.85	243.66
成本中工资、 折旧摊销等	D	3,235.90	7,160.22	5,437.02	6,278.21
其他	E	7.36	67.94	6.36	49.47
采购总额	F	8,764.79	22,467.99	15,276.57	17,377.98
差异	$G=(A+B+C-D+E)-F$				

(2) 产量与存货、采购量和耗用量的匹配关系

1) 主要原材料采购、耗用与库存的匹配性

公司主要原材料的采购数量、耗用数量、期初期末库存量具体情况如下：

单位：万件、吨

原材料类别	项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
齿坯-钢制	期初库存	0.62	4.51	10.77	12.11
	当期采购	430.02	1,214.61	862.76	1,106.34
	当期耗用	430.64	1,218.49	869.02	1,107.68
	期末库存	0.00	0.62	4.51	10.77
齿坯-粉末冶金	期初库存	10.98	5.82	6.31	0.99
	当期采购	88.14	274.84	184.87	166.41
	当期耗用	93.14	269.68	185.36	161.10
	期末库存	5.99	10.98	5.82	6.31
其他毛坯-钢制	期初库存	0.03	10.23	0.23	9.74
	当期采购	127.97	347.48	248.71	381.73
	当期耗用	128.00	357.69	238.71	391.24
	期末库存	0.00	0.03	10.23	0.23

其他毛坯-铝合金	期初库存	17.48	23.67	20.24	19.31
	当期采购	253.52	717.83	615.18	712.70
	当期耗用	256.70	724.01	611.75	711.77
	期末库存	14.30	17.48	23.67	20.24
钢材	期初库存	12.67	10.33	13.57	45.29
	当期采购	63.33	136.13	126.09	153.84
	当期耗用	75.74	133.80	129.32	185.56
	期末库存	0.25	12.67	10.33	13.57

报告期内，公司主要原材料的耗用数量和采购数量情况整体较为匹配，且期末库存数量相对较小，主要原因系公司持续完善库存管理，通过与主要原材料供应商签订长期采购协议或框架采购合同，对定价机制、预计供货量及保障措施等进行约定，有利于缩短公司原材料采购周期、降低库存量。

综上，公司各类主要原材料的采购与耗用情况整体较为匹配，期末库存量的变化与公司的实际经营情况相匹配。

2) 主要原材料耗用与产量的匹配性

公司按具体产品型号及耗用建立相应的 BOM 表(指物料清单，下同)，生产时根据生产任务需求安排生产领料。报告期内主要原材料的耗用量与根据产品产量及其 BOM 测算的耗用量比较情况如下：

单位：万件

项目	期间	生产耗用量	理论耗用量	耗用比例
齿坯-钢制	2022年1-6月	430.64	422.23	101.99%
	2021年度	1,218.49	1,200.12	101.53%
	2020年度	869.02	847.61	102.53%
	2019年度	1,107.68	1,088.56	101.76%
齿坯-粉末冶金	2022年1-6月	93.14	91.99	101.25%
	2021年度	269.68	266.35	101.25%
	2020年度	185.36	183.43	101.05%
	2019年度	161.10	158.11	101.89%
其他毛坯-钢制	2022年1-6月	128.00	122.60	104.40%

	2021 年度	357.69	351.72	101.70%
	2020 年度	238.71	235.33	101.44%
	2019 年度	391.24	381.05	102.67%
其他毛坯-铝合金	2022 年 1-6 月	256.70	252.66	101.60%
	2021 年度	724.01	714.87	101.28%
	2020 年度	611.75	602.03	101.61%
	2019 年度	711.77	711.34	100.06%
钢材	2022 年 1-6 月	75.74	71.80	105.49%
	2021 年度	133.80	123.78	108.10%
	2020 年度	129.32	123.69	104.55%
	2019 年度	185.56	168.48	110.14%

注：耗用比例=生产耗用量/理论耗用量

报告期内，公司原材料的实际耗用量与理论耗用量的差异较小，主要原材料的耗用比例均接近 100%。其中，钢材耗用比例较大，主要系钢材需锻造加工成坯件，再由坯件投入产品环节的生产，附加锻造过程的物料损耗，因而实际耗用较其他毛坯件原材料耗用大。

3) 主要原材料单位耗用量

单位：件、KG

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
齿坯-钢制	1.15	1.14	1.14	1.06
齿坯-粉末冶金	1.01	1.01	1.01	1.02
其他毛坯-钢制	3.75	3.52	3.12	2.65
其他毛坯-铝合金	4.11	4.30	4.18	3.90
钢材	0.46	0.54	0.59	0.42

注：单位耗用量=生产耗用量/产量

报告期内，公司主要原材料单位耗用量基本稳定。剔除部分产品生产需用多个齿坯以及正常的损耗外，产品产出与投入齿坯类原材料通常具有一比一的匹配关系。其他毛坯主要用于生产离合器，离合器是由包含齿轮等多个部件组合而成，产品产出与投入其他坯件类原材料具有一对多的配比关系。整体来讲，报告期内

其他毛坯耗用量相对稳定，受不同产品耗用毛坯件数量以及产量差异，各年度间略有波动。购入钢材主要用于踏板车齿轮及农机齿轮的生产，因不同齿轮间耗用钢材重量以及产量差异，钢材单位耗用量各年度间略有波动。

综上所述，报告期内，公司各类主要材料投入量与产出量基本保持匹配。

3. 公司成本归集、分配和结转方法

公司产品成本按照实际成本法进行归集，生产成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用等。公司成本核算的具体方法如下：

（1）生产成本的归集

① 直接材料

直接材料核算直接用于产品生产，构成产品实体的原材料。根据不同产品BOM表按照原材料实际耗用进行成本归集，原材料领用单价按照月末一次加权平均法计价。

② 直接人工

直接人工核算直接生产人员的职工薪酬。按照各生产环节直接生产人员实际薪酬进行成本归集。

③ 制造费用

制造费用主要核算与生产相关的固定资产折旧、燃料动力、辅料消耗、包装费用、生产管理人员及辅助生产人员薪酬等。按照各月实际发生金额进行成本归集。

（2）生产成本的分配

由于各生产环节在产品的生产周期较短、在产品数量较小，因此除直接材料外，当期发生的直接人工及制造费用按照完工产品的标准工时在完工产品中进行分配，各生产环节在产品只核算直接材料成本，未分摊直接人工和制造费用；唯有摩擦材料生产、热处理和磨齿工艺，由于该等环节固定资产、人力投入以及动力消耗较大，且因不同产品工艺差异，仅部分产品需该等环节加工，因此，公司对摩擦材料生产、热处理和磨齿工艺所发生的直接人工和制造费用独立进行成本归集，并分别按照对应工序完工产品的标准工时进行分配。

（3）生产成本的结转

产品完工入库时，根据已经归集的生产成本结转至库存商品；产品销售时，按照月末一次加权平均法结转销售成本。

综上，公司结合产品生产特点确定的生产成本归集、分配和结转方法符合企业会计准则的相关规定，公司产品成本核算准确。

(三) 说明直接人工与产品产量、各期生产人员数量的匹配性，各期人均产量的变化情况，与生产规模、技术应用和工艺流程变化等是否匹配；说明各期制造费用、能源耗用量与产品产量的匹配性

1. 直接人工与产品产量、生产规模、各期生产人员数量的匹配性，各期人均产量的变化情况，与技术和应用和工艺流程变化匹配性

(1) 直接人工与产量、生产规模匹配情况

报告期各期，公司单位人工情况：

期间	分类	产量（万件）	直接人工金额（万元）	单位人工（元/件）
2022年1-6月	齿轮	467.37	798.98	1.71
	离合器	83.81	389.72	4.65
	合计	551.18	1,188.70	2.16
2021年度	齿轮	1,227.72	1,877.53	1.53
	离合器	221.28	1,036.88	4.69
	合计	1,449.00	2,914.41	2.01
2020年度	齿轮	869.38	1,299.26	1.49
	离合器	194.74	766.83	3.94
	合计	1,064.12	2,066.09	1.94
2019年度	齿轮	1,138.15	1,741.80	1.53
	离合器	242.43	958.25	3.95
	合计	1,380.58	2,700.06	1.96

报告期各期，齿轮单位人工分别为1.53元/件、1.49元/件、1.53元/件、1.71元/件，离合器单位人工分别为3.95元/件、3.94元/件、4.69元/件和4.65元/件。各产品单位人工受产量变化而有所波动，2020年因新冠疫情减免社会保险费支出单位人工相对偏低。

报告期各期，公司人均产量情况：

期间	产量（万件）	直接人工人数（人）	人均产量（万件/人）
2022年1-6月	551.18	388	1.42

2021 年度	1,449.00	419	3.46
2020 年度	1,064.12	403	2.64
2019 年度	1,380.58	473	2.92

注：因齿轮和离合器存在重合生产工序，无法将生产人员人数按照产品类别进行区分，故合并列示

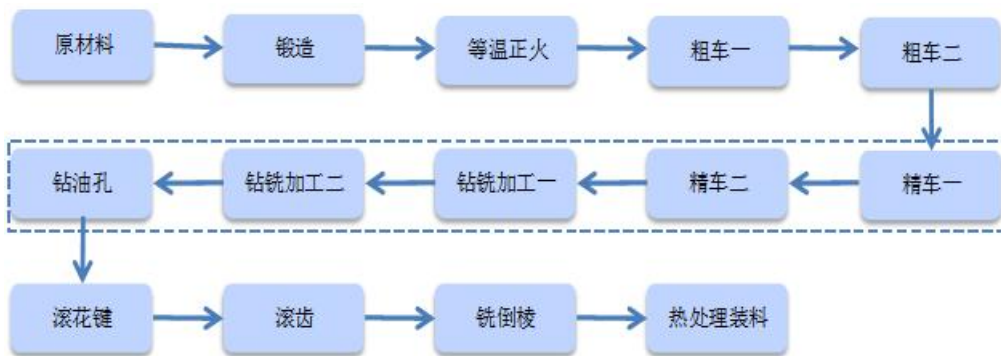
报告期内，直接生产人员呈下降趋势，主要系 2019 年公司搬迁至新工厂对部分产线进行自动化升级实现人工替代。报告期各期，人均产量分别为 2.92 万件/人、2.64 万件/人、3.46 万件/人和 1.42 万件/人。人均产量随着各年度产量的波动而波动，整体而言公司产品人均产出随着公司减人增效政策的实施呈增长趋势。

(2) 直接人工与技术应用和工艺流程变化匹配性

公司主要生产产品的生产以生产线的形式进行，根据产品的结构特征，对相似产品采取共用生产线方式组织生产。同时，根据产品生产量的需求将产品分为：大批量产品、中等批量产品和多品种、小批量产品，生产部门根据产品的产量需求来设计不同的生产线进行匹配。

近年来，公司大力推动新技术、新工艺、新设备的应用，在产品工艺集约化、自动化方面进行不断的技术创新，推动工艺流程优化创新和生产线技术改造，实现生产线的自动化、少人化、数字化的转型升级。以商用车的一体轴产品热处理前段的工艺流程设计为例，公司原有生产工艺流程包括 14 个步骤，通过工艺流程优化，将原来的多个加工工序集约在一个工序中完成，整个生产流程缩减至 10 个步骤，在减少设备投入数量的同时，减少了多台设备控制的变化点，使得产品质量更加稳定，员工结构得到优化。

原生产工艺流程图



现生产工艺流程图



截至本问询函回复日，公司已累计完成 40 余条生产线的设计、改造、创新和自动化应用，在降本增效方面发挥了重要作用。

综上，公司单位人工、人均产出与产量、生产规模、技术应用和工艺流程变化相匹配。

2. 制造费用与产量匹配情况

报告期各期，公司单位制造费用情况：

期间	分类	产量(万件)	制造费用金额 (万元)	单位制造费用 (元/件)
2022年1-6月	齿轮	467.37	2,578.22	5.52
	离合器	83.81	811.84	9.69
	合计	551.18	3,390.06	6.15
2021年度	齿轮	1,227.72	6,216.68	5.06
	离合器	221.28	2,022.70	9.14
	合计	1,449.00	8,239.38	5.69
2020年度	齿轮	869.38	4,835.00	5.56
	离合器	194.74	1,820.95	9.35
	合计	1,064.12	6,655.95	6.25
2019年度	齿轮	1,138.15	5,972.11	5.25
	离合器	242.43	2,358.71	9.73
	合计	1,380.58	8,330.82	6.03

2019年-2021年制造费用金额、单位制造费用整体呈下降趋势。

报告期各期，齿轮单位制造费用分别为 5.25 元/件、5.56 元/件、5.06 元/件、5.52 元/件，离合器单位制造费用分别为 9.73 元/件、9.35 元/件、9.14 元/件和 9.69 元/件。各产品单位制造费用受产量变化而有所波动，同时得利于近年来公司在产品工艺集约化、自动化方面进行的技术创新，推动工艺流程优化使

得 2019 年-2021 年单位制造费用呈现下降趋势，2022 年 1-6 月受产量下降的影响，固定成本分摊较多，单位制造费用有所上涨。

综上，公司单位制造费用与产量变动相匹配。

3. 能源耗用与产品匹配情况

报告期内，公司生产所需能源主要为电力和天然气。报告期内，公司生产环节涉及的能源采购情况如下：

产品类型	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
产量	数量(万件)	666.80	1,684.25	1,201.76	1,475.49
电力	金额(万元)	512.64	1,142.68	845.23	1,001.20
	数量(万度)	724.63	1,799.02	1,462.11	1,620.25
	单价(元/度)	0.71	0.64	0.58	0.62
	单件产品耗电量(度/件)	1.09	1.07	1.22	1.10
天然气	金额(万元)	14.79	32.45	32.98	32.62
	数量(万 m ³)	6.26	15.77	16.87	15.34
	单价(元/m ³)	2.36	2.06	1.95	2.13
	单件产品耗气量(m ³ /件)	0.01	0.01	0.01	0.01

注：产量包含齿轮、离合器和零件。2020 年度电力采购均价下跌，主要受新冠疫情影响，应国家政策要求，政府电费补贴所致。2020 年天然气耗用数量偏高主要系因停气，员工误开排废气阀泄露天然气。2021 年末，受全国天然气、电力供应紧张的影响，能源价格上涨。

报告期内，公司生产用量最大的能源为电力，用电量与公司各年度产品产量变动趋势基本一致。报告期各期，单件产品耗电量分别为 1.10 度、1.22 度、1.07 度和 1.09 度。2020 年度单件产品耗电量偏高主要是因为受新冠疫情影响，产量下降，导致分摊的公用设施耗电量偏高。

综上，公司能源的采购、耗用数量与产品产量相匹配。

(四) 结合同行业公司产品结构、技术水平、客户质量、产品竞争力和议价能力、成本控制能力等，进一步分析说明发行人产品毛利率与同行业公司存在差异且高于行业均值的合理性，发行人相关收入成本核算是否准确，发行人是否具备向下游传导原材料价格波动的能力

1. 公司与同行业可比公司毛利率比较

(1) 可比公司选择标准

公司主要从事齿轮、离合器的研发、生产和销售，根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“C 制造业”中的“C34 通用设备制造业”中的“C345 轴承、齿轮和传动部件制造”。

公司同行业可比公司的选取标准和范围为：1)截至 2022 年 6 月 30 日 A 股的上市公司；2)根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），所处行业为“C 制造业”中的“C34 通用设备制造业”中的小类“C345 轴承、齿轮和传动部件制造”的上市公司；3)由于公司主要产品为构成摩托车和汽车整车的零部件或配件，故将同行业可比公司选取范围进行了扩大，选取范围包括根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，所处行业为“C 制造业”中的“C36 汽车制造业”中的小类“C367 汽车零部件及配件制造”或“C37 铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业”中的小类“C3752 摩托车零部件及配件制造”的上市公司；4)主要产品中包含齿轮、离合器，产品应用领域主要为摩托车、汽车领域，且有公开披露数据的上市公司。

目前国内上市公司中与公司产品完全相似的公司较少，在隶属于上述范围的上市公司中进行了逐一检索筛选，并结合行业分类、产品相似度、客户及应用领域重合度等，选取上市公司中马传动、双环传动、精锻科技、铁流股份和福达股份作为参考，其基本情况如下：

项目	中马传动	双环传动	精锻科技	铁流股份	福达股份
上市时间	2017 年	2010 年	2011 年	2017 年	2014 年
上市板块	主板	主板	创业板	主板	主板
主营业务	汽车变速器及车辆齿轮的研发、生产和销售	机械传动齿轮及其相关零部件的研发、设计与制造	汽车精锻齿轮及其它精密锻件的研发、生产与销售	汽车、农机及工程机械离合器、柴油机高压共轨系统喷油器、新能源汽车电机轴、汽车尾气净化系统 SCR 部件的研发、生产和销售	发动机曲轴、汽车离合器、螺旋锥齿轮、精密锻件和高强度螺栓的研发、生产与销售
主要产品	汽车变速器、新能源汽车减速器、电控分动器、汽车齿轮、摩托车齿轮、农机齿轮。	乘用车齿轮、电动工具齿轮、工程机械齿轮、摩托车齿轮、商用车齿轮、减速器	汽车差速器锥齿轮、汽车变速器结合齿齿轮、汽车变速器轴类件、EDL（电子差速锁齿轮）、同步器齿圈、离合器驱动盘毂类零件、驻车齿轮、新能源汽车用电机轴和差速器总成、高端农业机械齿轮	干摩擦式离合器、发动机高压共轨系统喷油器及新能源汽车高精度零部件、拖拉机双作用离合器、制动片等农机装备核心部件、液力传动装置、飞轮减震器等	发动机曲轴、汽车离合器、螺旋锥齿轮、精密锻件和高强度螺栓等

主要客户	主要客户为博格华纳、万都、舍弗勒、德纳等全球汽车零部件百强企业及STELLANTIS等知名汽车整车厂家；大长江集团、轻骑铃木、新大洲本田、株洲建设雅马哈等知名摩托车生产商以及约翰迪尔等知名农机生产商	在乘用车领域，客户包括大众、采埃孚、通用、福特、丰田、爱信、上汽、一汽、广汽等；在新能源汽车领域，客户包括比亚迪、广汽集团、蔚然动力、日电产、舍弗勒、汇川、博格华纳等；在商用车领域，公司包括采埃孚、康明斯、伊顿、玉柴等；在工程机械领域，客户包括卡特彼勒、约翰迪尔	在国内，公司产品直接或间接配套客户包括一汽大众、上汽大众、吉利汽车、上汽通用、北京奔驰、一汽红旗、上汽通用五菱、长城汽车、长安福特、东风汽车及新能源汽车的沃尔沃、通用、福特、蔚来、理想、小鹏、威马、零跑、广汽、比亚迪、北汽等。 在全球，已为宝马、奥迪、大众、通用、福特、捷豹路虎、丰田、日产、克莱斯勒、沃尔沃等终端客户全球配套，同时也进入了GKN、MAGNA、AAM、美国DANA、JOHNDEERE、BorgWarner、Schaeffler、EATON、Valeo、ZF等全球知名客户的配套体系	云内动力、玉柴集团、厦门金旅、合力股份、杭叉集团	客户主要分为整车、发动机、工程机械及车桥生产企业。整车客户主要有宝马、奔驰、沃尔沃、雷诺日产、上汽通用汽车、中国重汽、陕西重汽、吉利汽车、比亚迪汽车、上汽乘用车、东风柳汽、上汽依维柯红岩、北汽福田、江淮汽车、中国中车、东风商用车、东风汽车、济南重汽、上汽通用五菱、郑州日产、郑州宇通、安徽华菱；发动机客户主要有东风康明斯、日本日野中国公司、日本洋马中国公司、MTU、上海日野、福田康明斯、康明斯工业动力、玉柴股份、东风商用车、玉柴联合动力、云内动力、五菱柳机、绵阳新晨动力；工程机械客户主要有三一重工、柳工、徐工集团、中联重科等；车桥客户主要有陕西汉德车桥、柳州方盛车桥、红岩车桥、柳工机械、舍弗勒等
销售区域	境内 94.19% 境外 5.81%	境内 85.87% 境外 14.13%	境内 65.27% 境外 31.30%	境内 70.74% 境外 29.26%	境内 97.92% 境外 2.08%
下游应用领域	汽车、摩托车、农机等	汽车、摩托车、工程机械等	汽车、农机等	汽车、农机及工程机械等	汽车、农业机械、工程机械、船舶等

公司产品包括齿轮和离合器两大类，属于机械传动领域中的细分行业，在上市或拟上市公司和新三板挂牌公司中没有与公司主要产品、客户和销售区域完全匹配的可比公司。在综合考虑备选公司的主营业务、具体产品和主要客户后，选取中马传动、双环传动、精锻科技、铁流股份、福达股份作为整体业务层面的可比公司。

考虑整体业务层面的可比性，在综合毛利率分析时将上述公司作为比较标的进行对比。但就单一产品业务分部而言，上表部分公司可比性较弱，故增加以下公司作为具体产品业务分部毛利率分析时的比较标的。

公司名称	主要产品	应用行业	主要客户	销售区域
海昌新材	包括齿轮、轴承、齿轮箱、结构件等粉末冶金零部件	汽车齿轮行业	宜宾天工京西重工、上海拓绅赛夫、华兰德、华德控股、凯迪拉克、吉利汽车、华菱星马	境内 25.52%， 境外 74.46%
四川名齿	变速箱齿轮、机油泵齿轮、纺机齿轮等	汽车齿轮行业	陕西汉德车桥有限公司、重汽(济南)车桥有限公司、柳工柳州传动件有限公司、东风柳州汽车有限公司、东风德纳车桥有限公司	境内 100%

盛安传动	变速箱齿轮、机油泵齿轮、纺机齿轮等	汽车齿轮行业	宁波东力传动设备有限公司、江苏国茂减速机股份有限公司、湖南机油泵股份有限公司、北京福田康明斯发动机有限公司、南京高速齿轮制造有限公司	境内 98.89%， 境外 1.11%
九菱科技	商用车减速起动机用粉末冶金齿轮齿圈、乘用车起动机用粉末冶金齿轮齿圈、汽车起动机用粉末冶金含油轴衬、汽车雨刮电机用粉末冶金零件、汽车变速箱同步器粉末冶金齿毂、滑块；制冷压缩机粉末冶金连杆、活塞、阀板；洗衣机离合器、减速器用粉末冶金零件；汽车起动机用永磁铁氧体材料等	汽车齿轮行业	主要客户包括湖北神电、潍坊佩特来、东风电驱动、奇精机械、东贝集团等国内企业，终端客户包括一汽大众、上汽大众、上汽通用、现代汽车、长城汽车、东风雪铁龙、吉利汽车、奇瑞汽车、东风汽车、潍柴、玉柴、康明斯等知名汽车厂商，以及海尔、美的、惠而浦等家电企业	境内 100%
丰安股份	收割机齿轮、拖拉机齿轮、旋耕机齿轮等	农机齿轮行业	江苏沃得农业机械股份有限公司、浙江四方股份有限公司、滁州悦达实业有限公司、浙江云洲科技有限公司、浙江世风机械有限公司	境内 100%
南方精工	滚针轴承、超越离合器、单向皮带轮、机械零部件产品等	汽车、摩托车离合器行业	未披露具体客户，主要为国内外跨国汽车零部件制造企业、工程机械行业、电动工具行业以及摩托车零部件制造企业	境内 73.06%， 境外 26.94%

(2) 公司与可比公司毛利率总体分析

报告期各期，公司与可比公司毛利率对比情况如下：

公司名称	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
中马传动	13.29%	15.71%	16.58%	19.77%
双环传动	20.01%	19.53%	17.37%	17.96%
精锻科技	29.17%	29.26%	31.48%	35.32%
铁流股份	19.13%	24.47%	26.47%	25.89%
福达股份	23.41%	25.72%	23.66%	24.22%
平均值	21.00%	22.94%	23.11%	24.63%
公司	23.17%	24.94%	27.19%	25.89%

报告期内，公司综合毛利率分别为 25.89%、27.19%、24.94%和 23.17%，介于同行业可比公司的合理区间范围内，与行业平均水平不存在重大差异。

(3) 各细分产品与同行业上市公司的毛利率对比分析

1) 摩托车齿轮

公司名称	产品类型	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
中马传动	摩托车齿轮	N/A	7.52%	5.55%	4.38%
双环传动	摩托车齿轮	N/A	26.76%	18.00%	14.32%
可比公司平均值		N/A	17.14%	11.78%	9.35%

公司	摩托车齿轮	21.48%	20.81%	21.25%	20.08%
----	-------	--------	--------	--------	--------

注：同行业可比公司半年报未披露具体业务毛利率数据

报告期内，公司毛利率与双环传动接近但高于中马传动，主要原因是：

① 客户群体及销售市场不同

根据中马传动招股书及年度报告披露，中马传动摩托车齿轮产品主要客户群体为大长江集团、轻骑铃木、新大洲本田、株洲建设雅马哈等合资或国内摩托车整车生产企业，销售市场主要面向中国境内。2021年，中马传动境外业务毛利率23.63%，且境外收入占比5.81%。

公司摩托车齿轮产品主要客户群体为ATLAS本田、意大利PIAGGIO等大型跨国公司，销售市场主要面向中国境外市场，境外收入占比超过50%。

基于客户群体及销售市场反映出的终端消费群体不同，导致公司及中马传动两者在销售定价、技术要求等方面各不相同，同时销售市场不同受到汇率波动、竞争程度影响，从而导致毛利率存在差异。

② 自主生产环节及外协加工参与程度不同

摩托车齿轮生产工艺大致可以分为三部分：齿坯加工、齿轮粗加工及齿轮精加工。

根据行业调研及中马传动招股说明书披露，中马传动2021年摩托车成本中料、工、费占比分别为71.24%、3.46%和25.30%，中马传动的摩托车齿轮生产主要集中在齿轮精加工环节，且在精加工的主要环节机加工及热处理环节均大量采取外协加工的模式，因此直接材料占比较高。而公司摩托车齿轮生产覆盖了全流程，从而使得两者料、工、费的分布差异较大，2021年公司摩托车齿轮料、工、费占比分别为50.67%、11.99%和37.34%。由于公司主要工艺均自主把控，在减少外协参与程度的同时有效控制成本提高了盈利能力。

③ 生产和贸易占比有所不同

根据中马传动招股说明书披露，中马传动对外销售的摩托车齿轮包含部分外购的摩托车齿轮成品。该部分摩托车齿轮成品主要系中马传动外购的起动惰轮、油泵齿轮及转速表齿轮等。2014年至2016年，该部分齿轮的销量分别为397万件、349万件和304万件，销售收入分别为1,851.59万元、1,608.01万元和

1,456.78 万元。而公司所有摩托车齿轮产品均为自主生产并对外销售。因此，基于是否生产加工的不同导致两者毛利率存在差异。

2) 汽车齿轮

公司名称	产品类型	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
福达股份	汽车齿轮	N/A	28.58%	26.17%	20.73%
中马传动	汽车齿轮	N/A	18.65%	14.17%	17.17%
双环传动	乘用车齿轮、商用车齿轮	N/A	18.83%	16.88%	18.53%
精锻科技	锥齿轮类	N/A	30.39%	32.39%	35.99%
海昌新材	链轮、传动齿轮	N/A	40.86%	43.09%	40.28%
九菱科技	齿轮齿圈	N/A	38.62%	40.06%	43.14%
四川名齿	变速箱齿轮	N/A	23.79%	31.46%	27.52%
盛安传动	变速箱齿轮	N/A	32.27%	24.07%	25.94%
可比公司平均值		N/A	29.00%	28.54%	28.66%
公司	汽车齿轮	38.35%	42.45%	40.46%	43.97%

注：同行业可比公司半年报未披露具体业务毛利率数据

公司汽车齿轮毛利率与海昌新材、九菱科技不存在显著差异，但高于中马传动、双环传动等可比公司，主要是因为：

① 产线产出效率高

公司汽车齿轮客户相对集中、产品品种相对集中，单一品种数量较大，从而使得生产线切换较少，生产效率较高。

② 销售区域差异大

根据中马传动、双环传动 2021 年年度报告披露，境外收入占比分别为 5.81% 和 14.13%。

公司汽车齿轮产品主要客户群体为美国 DANA、福伊特和成都西菱，销售市场面向境内外，2021 年汽车齿轮境外收入占比 41.16%。基于销售市场的不同，公司与可比公司在销售定价、技术要求等方面存在差异，同时受到汇率波动、竞争程度影响，从而导致毛利率存在差异。

3) 其他齿轮

公司名称	产品类型	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
------	------	--------------	---------	---------	---------

中马传动	农机齿轮	N/A	35.20%	38.92%	37.10%
双环传动	工程机械齿轮	N/A	24.37%	19.05%	23.10%
丰安股份	农机齿轮	35.31%	34.01%	36.06%	28.81%
可比公司平均值		35.31%	31.19%	31.34%	29.67%
公司	其他齿轮	34.25%	34.25%	36.72%	35.31%

注：同行业可比公司半年报未披露具体业务毛利率数据

公司其他齿轮毛利率介于同行业可比公司的合理区间范围内，与行业平均水平不存在重大差异。

4) 离合器

公司名称	产品类型	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
福达股份	离合器	N/A	22.82%	25.01%	27.71%
铁流股份	离合器-盖总成、 离合器-从动盘	N/A	未披露	30.13%	29.37%
南方精工	离合器	18.79%	20.27%	24.09%	21.13%
可比公司平均值		18.79%	21.55%	26.41%	26.07%
公司	摩托车离合器	16.09%	17.58%	24.48%	23.40%

注：同行业可比公司半年报未披露具体业务毛利率数据

公司离合器产品毛利率与南方精工毛利率及其变动趋势接近，但低于铁流股份、福达股份毛利率水平，主要是因为公司离合器产品主要为摩托车离合器，同行业公司主要生产销售汽车离合器，两者产品和市场存在差异。整体来讲，公司离合器产品毛利率与行业平均水平不存在重大差异。

通过上述比较，公司毛利率与同行业可比公司比较不存在重大差异。

2. 公司相关收入成本核算准确性

(1) 收入核算的准确性

公司收入确认原则、时点及依据：

项目	国内销售	国外销售
----	------	------

收入确认原则	公司销售离合器、齿轮等产品属于在某一时刻履行的履约义务。对于在某一时刻履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；⑤客户已接受该商品；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象	
收入确认时点	寄售模式：公司按照合同或订单将产品发送到客户或客户指定的第三方仓库，客户根据生产情况领用公司产品并按实际耗用量与公司进行结算，客户按月汇总后以书面方式(含纸质或电子文件等方式)通知公司实际耗用的产品数量，销售部门、财务部门核对无误后确认收入	公司按照合同或订单要求发货，在货物出口装船离岸时，根据海关出口报关信息、提单等资料确认收入。提单上记载的出口日期为收入确认时点
	送货量模式：公司按照合同或订单将产品交付给客户或运输至客户指定的第三方仓库，并经客户或客户指定的第三方验收确认，销售部门、财务部门核对无误后确认收入。出库单签收(验收)日期为收入确认时点	
收入确认凭证依据	寄售模式：经客户对账确认的产品清单(包括客户供应链管理平台和挂账单、开票通知等)、销售发票	销售合同(订单)、出库单、出口报关单、提单、销售发票
	送货量模式：经客户确认出库单、对账单、销售发票	

同行业的可比上市公司的收入确认政策：

公司名称	具体内容
中马传动	公司主要销售汽车变速器、汽车齿轮、摩托车齿轮及农机齿轮等产品，属于在某一时刻履行的履约义务。内销收入在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量时确认。外销收入在公司已根据合同约定将产品报关、取得提单、产品销售收入金额已确定、已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入、产品相关的成本能够可靠地计量时确认
双环传动	公司主要销售传动用齿轮和齿轮部件等产品，属于在某一时刻履行的履约义务，销售按地区分为国内销售和国外销售。按照销售地区收入确认方式分为两种：①国内销售：公司根据与客户签订的合同或订单约定的交货方式分情况确认，合同或订单约定送货移交的，在将产品移交给客户并经客户验收后确认收入；合同或订单约定寄售的，在产品送货经客户验收合格并领用后确认收入；②国外销售：在产品报关离港后确认销售收入
精锻科技	公司与客户之间的产品销售合同属于在某一时刻履行履约义务，公司在客户取得相关产品的控制权时点确认收入。具体方法为：对于国内客户：①产品经客户检验合格，按客户出具结算资料及开票通知作为收入确认时点；②产品经客户检验合格并领用，按客户出具结算资料及开票通知作为收入确认时点。对于国外客户：①根据合同规定结算价格采用离岸价的，以产品报关离岸为收入的确认时点；②按照合同约定运送到指定地点的，以产品交接时点或领用时点作为收入确认时点；③按照合同约定交付给承运人的，以产品交接时点作为收入确认时点。同类业务采用不同经营模式导致收入确认会计政策存在差异的情况
铁流股份	①国内公司：国内市场：对于售后市场，公司将产品发送至客户指定地点后确认收入；对于主机配套市场，根据结算模式不同，公司以客户领用后出具结算单时作为确认收入的依据或发货至客户指定地点后确认收入。海外市场：公司报关完成并货物装船后确认收入。 ②国外公司：离合器业务：货物送至客户指定地点后确认收入；高精度加工业务：采用 FCA(交付承运人) 结算方式的，公司以货物交付承运人后确认收入；采用 DDP 结算方式的，公司以发货至客户指定地点后确认收入；采用客户领用结算方式的，公司以客户领用后出具结算单时确认收入

福达股份	公司与客户之间的销售商品合同包含转让产成品的履约义务，属于在某一时点履行履约义务。内销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移；外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移
------	---

公司根据自身销售情况制定了收入的具体确认方法，与选择的样本公司的收入确认方法基本一致，公司的收入确认与相关合同约定条件和行业惯例相符，公司收入确认准确。

(2) 成本核算的准确性

成本核算的准确性分析详见本说明三（二）3 之所述。

3. 公司具备向下游传导原材料价格波动的能力

通过“基本合同+价格协议”的方式，公司可以定期与客户协商价格调整，同时，公司与客户约定调价触发条件，根据主要原材料价格变动，与客户不定期协商调整产品价格，以应对短期内原材料价格的剧烈变动(具体详见本说明三(一)1 之所述)，从而向客户传导上游原材料价格波动的影响。

(五) 说明发行人供应商中是否存在贸易类供应商，如存在说明发行人向其采购的合理性，相关原材料采购价格与生产型供应商是否存在明显差异，发行人与相关供应商是否存在关联关系或其他利益安排

报告期内，公司主要原材料存在向贸易类供应商采购的情况，且集中于钢材采购。

1. 公司向钢材贸易类供应商采购合理性

公司主要从事齿轮、离合器生产、销售，由于产品型号较多，生产所需原材料主要为锻造成型的坯件为主；同时，基于部分客户的特殊需求，公司亦存在采购钢材进行自主或定制化加工的需求，故公司原材料采购以毛坯采购为主，钢材采购为辅。由于钢材属于通用类大宗商品，公司采购规模较小，不具备与钢厂直接议价的能力；同时，相较于钢厂预付款的结算方式，与贸易类供应商合作更具有灵活性，可以选择先货后款按月定期结算的方式，因此，公司选择向贸易商进行采购。基于以上原因，公司向钢材贸易类供应商采购具有合理性。

2. 钢材贸易类供应商采购情况

报告期内，公司向钢材贸易类供应商采购金额及采购占比情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
钢材贸易类供应商家数	2	2	2	2
钢材贸易类供应采购金额	375.18	855.89	722.36	798.13
采购总额	8,764.79	22,467.99	15,276.57	17,377.98
占比	4.28%	3.81%	4.73%	4.59%

3. 钢材贸易类供应商基本情况

(1) 向贸易类供应商采购钢材类型及金额

单位：万元、万吨、元/KG

供应商名称	生产商	项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
重庆鼎强商贸有限公司	石钢、大冶特钢	采购金额	361.38	628.66	375.74	610.24
		采购数量	61.87	106.20	81.06	128.70
		采购单价	5.84	5.92	4.64	4.74
丰田通商	江阴兴澄	采购金额	13.80	227.23	346.62	187.89
		采购数量	1.46	29.93	45.03	25.13
		采购单价	9.44	7.59	7.70	7.48
采购金额合计			375.18	855.89	722.36	798.13
采购数量合计			63.33	136.13	126.09	153.84
平均采购单价			5.92	6.29	5.73	5.19
占钢材采购金额的比例			100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

(2) 钢材贸易类供应商基本情况

公司名称	法定代表人	注册资本	成立日期	主营业务	股东
重庆鼎强商贸有限公司	伍鼎强	500万人民币	2003年	销售建筑材料、化工产品及其原料（均不含危险化学品）、金属材料（不含稀贵金属）等	伍鼎强 应茂娟
丰田通商	WATANUKITA TSUYA	400万美元	1995年	各种商品的进出口贸易、海外贸易等	丰田通商（中国）有限公司

公司与相关供应商不存在关联关系或其他利益安排。

4. 同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格对比

报告期内，采购钢材不存在既向贸易类供应商又向终端供应商（钢材生产厂商）采购的情形。各钢材贸易类供应商因采购种类、型号不同，不同规格钢材价

格之间存在一定差异，采购单价不具有可比性。钢材作为大宗商品，规格、材质、型号较多，并非每种型号均有公开市场价格，公司向贸易类供应商采购钢材型号公开报价信息有限，参考合同中约定的比价型号市场价格波动趋势进行比较：

贸易类供应商	生产商	调价参考型号
重庆鼎强商贸有限公司	石钢	参考石钢 20CrMo 材料重庆、杭州市场的报价作为调价参考
	大冶特钢	参考石钢 20CrMo 材料φ16~80 规格重庆市场的报价作为调价参考
丰田通商	江阴兴澄	合同执行期内，价格固定

重庆鼎强商贸有限公司与参考钢材型号波动幅度对比：

期间	石钢 20CrMo 价格波动幅度（重庆）	石钢 20CrMo 价格波动幅度（杭州）	重庆鼎强商贸有限公司采购价格波动幅度
2022 年 1-6 月	1.15%	-3.25%	-1.35%
2021 年度	24.87%	30.45%	27.59%
2020 年度	-1.93%	-0.97%	-2.11%

注：2020 年度波动幅度系与 2019 年度进行比较

通过上表对比，公司向贸易型供应商采购钢材价格波动趋势与市场公开型号波动趋势一致。

（六）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

（1）了解与收入、成本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）了解公司的生产工艺流程和成本核算方法，分析成本核算方法是否符合公司实际经营情况、是否符合企业会计准则的相关要求；

（3）访谈公司总经理和销售负责人，了解公司产品的定价和调价模式；获取主要客户的销售合同，查阅与产品定价和调价机制相关的合同条款；

（4）获取报告期内销售收入明细表，从产品结构、客户需求等方面分析公司齿轮产品和离合器产品售价变动趋势，就产品售价波动对毛利率的影响进行敏感性分析；

（5）获取报告期内采购明细，了解主要原材料采购价格，关注价格变动与钢

材、铝合金、铁粉市场价格变动的匹配情况，复核报告期内主要原材料的采购量、采购金额与耗用量、产品产销量的匹配关系，关注单位产品耗用量变化情况；

(6) 获取关于直接人工、制造费用、能源耗用及产量的统计资料，复核并分析报告期内直接人工、制造费用、能源耗用量与产量的匹配关系；

(7) 查阅同行业可比公司招股说明书、年度报告等公开资料，关注同行业可比公司产品结构、客户情况及销售区域等情况，分析公司产品毛利率与同行业可比公司毛利率存在差异且高于行业均值的原因；

(8) 查阅同行业可比公司招股说明书、年度报告等公开资料，了解其收入确认原则及方法，与公司收入确认原则及方法进行比对分析；

(9) 获取报告期内采购明细，了解公司向贸易类供应商采购的原因及背景，检查贸易类供应商采购金额及采购单价，分析比较采购价格波动趋势与市场公开型号产品价格波动趋势；

(10) 查阅国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开信息，了解主要贸易供应商基本工商信息、主要股东、实际控制人等情况，核查与公司是否存在关联关系。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司已说明齿轮产品和离合器产品的主要客户情况，两类产品主要采用成本加成法进行定价，通常在原材料市场价格波动超过约定幅度或汇率波动超过一定幅度时进行调价；报告期内两类主要产品售价变动趋势不一致主要系产品的结构性变动导致，具有合理性；而摩托车齿轮和离合器因所需主材(如坯件)具有较高相似性，报告期内售价均呈现上涨趋势，变动趋势一致；公司营业利润对齿轮和离合器产品售价波动均较为敏感，相比离合器，毛利率对齿轮产品价格的敏感性更高；

(2) 报告期各期，公司各类原材料采购价格与市场价格走势相匹配，各类原材料的采购量、采购金额与耗用量、产品产销量相匹配，公司单位产品耗用量较稳定，未发生明显变化，公司产品成本核算准确；

(3) 报告期各期，公司直接人工与产品产量、各期生产人员数量相匹配，各期人均产量随着各年度产量的波动而波动，整体而言公司产品人均产出随着减人增效政策的实施呈增长趋势，与生产规模、技术应用和工艺流程变化等相匹配，

各期制造费用、能源耗用量与产品产量相匹配；

(4) 因产品结构、客户群体、销售市场、自主生产环节及外协加工参与程度、生产和贸易占比、产线产出效率等方面存在差异，公司产品毛利率与同行业公司存在差异且高于行业均值具有合理性，公司相关收入成本核算准确，具备向下游传导原材料价格波动的能力；

(5) 公司供应商中存在贸易类供应商，公司向贸易类供应商主要采购大宗商品钢材具有合理性，其向贸易类供应商采购钢材价格波动趋势与市场公开型号价格波动趋势一致，公司与相关供应商不存在关联关系或其他利益安排。

四、境外销售占比较高

根据申报文件，报告期各期发行人境外销售占比分别为 46.03%、49.81%、52.24%、54.59%，占比持续提升。发行人产品主要销往巴基斯坦、美国、印度等地，报告期各期发行人财务费用中汇兑损益金额分别为-107.67 万元、510.00 万元、170.40 万元、-498.76 万元。

请发行人：(1)说明境外销售的主要客户情况，发行人与相关客户的发货和结算方式，外销客户是否存在寄售模式，相关税费的承担方式，报告期各期境外销售的具体产品结构情况，收入规模和占比持续增长的具体原因，与相关地区的摩托车和汽车行业发展情况、主要客户经营情况、发行人境外客户和新产品开发情况等是否匹配。(2)说明发行人主要出口国家对摩托车、汽车产业的行业政策及相关进出口贸易政策是否发生明显变化，主要出口国家的市场竞争格局变化情况，是否会对发行人维持和拓展相关国家地区业务产生不利影响。(3)说明汇率波动对发行人境外销售收入和应收账款的具体影响，发行人应对汇率波动采取的具体措施及实施效果，结合发行人与境外客户的定价方式、定价周期等，说明发行人能否通过调整产品价格应对汇率波动风险。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项发表明确意见，说明对报告期各期发行人境外销售真实性采取的具体核查方法，对照《适用指引 1 号》1-20 的相关要求，对发行人境外销售进行核查，并对发行人境外销售真实性发表明确意见。

(审核问询函问题 7)

(一) 说明境外销售的主要客户情况，发行人与相关客户的发货和结算方式，外销客户是否存在寄售模式，相关税费的承担方式，报告期各期境外销售的具体

产品结构情况，收入规模和占比持续增长的具体原因，与相关地区的摩托车和汽车行业发展情况、主要客户经营情况、发行人境外客户和新产品开发情况等是否匹配

1. 报告期境外销售主要客户情况

报告期内，公司境外销售前五大客户情况：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售内容	销售金额	销售金额占当期外销收入的比例	合作年份	价格条款	获取方式	结算方式
2022年1-6月	1	ATLAS 本田	齿轮、零件	3,991.00	46.43%	2007年	FOB、C&F	竞争性谈判	信用证或TT
	2	美国 TEAM	齿轮	1,412.18	16.43%	2005年	FOB	竞争性谈判	TT
	3	意大利 PIAGGIO	齿轮	1,270.82	14.79%	2012年	FOB、C&F	竞争性谈判	信用证或TT
	4	印度 TVS	齿轮、离合器、零件	810.97	9.44%	2007年	FOB、CIF	竞争性谈判	信用证或TT
	5	美国 TTI	齿轮	582.29	6.77%	2013年	FOB、C&F、CIF	竞争性谈判	TT
合计				8,067.26	93.86%				
2021年	1	ATLAS 本田	齿轮、零件	6,109.26	32.75%	2007年	FOB、C&F	竞争性谈判	信用证或TT
	2	美国 TEAM	齿轮	4,259.03	22.83%	2005年	FOB、CIF	竞争性谈判	TT
	3	印度 TVS	齿轮、离合器、零件	3,489.23	18.70%	2007年	FOB、CIF	竞争性谈判	信用证或TT
	4	意大利 PIAGGIO	齿轮	2,057.63	11.03%	2012年	FOB、C&F	竞争性谈判	信用证或TT
	5	美国 TTI	齿轮	1,886.45	10.11%	2013年	FOB	竞争性谈判	TT
合计				17,801.60	95.42%				
2020年	1	美国 TEAM	齿轮	3,820.57	27.58%	2005年	FOB	竞争性谈判	TT
	2	印度 TVS	齿轮、离合器、零件	3,764.07	27.17%	2007年	FOB、CIF	竞争性谈判	信用证或TT
	3	ATLAS 本田	齿轮、零件	2,394.60	17.29%	2007年	FOB、C&F	竞争性谈判	信用证或TT
	4	意大利 PIAGGIO	齿轮	1,524.79	11.01%	2012年	FOB、C&F	竞争性谈判	信用证或TT
	5	美国 TTI	齿轮	1,370.40	9.89%	2013年	FOB	竞争性谈判	TT
合计				12,874.43	92.95%				
2019年	1	印度 TVS	齿轮、离合器、零件	5,849.42	42.27%	2007年	FOB、CIF	竞争性谈判	信用证或TT
	2	美国 TEAM	齿轮	3,329.65	24.06%	2005年	FOB	竞争性谈判	TT
	3	意大利 PIAGGIO	齿轮	1,467.65	10.61%	2012年	FOB、C&F	竞争性谈判	信用证或TT

	4	ATLAS 本田	齿轮、零件	1,169.95	8.45%	2007 年	FOB、C&F	竞争性谈判	信用证或 TT
	5	美国 TTI	齿轮	883.94	6.39%	2013 年	FOB	竞争性谈判	TT
合计				12,700.60	91.78%				

公司境外销售一般采用 CIF、C&F 和 FOB 价格条款。除交付样件等特殊情况采取空运外，量产产品销售主要采取船运方式进行运输。CIF、C&F 和 FOB 贸易模式下，货物在装运港越过船舷时点即完成交货实现销售。公司境外销售不存在寄售模式。

(1) 主要外销客户基本情况

公司名称	公司简介	经营范围	注册地址	股权结构
ATLAS HONDA LIMITED	成立于 1962 年 10 月 16 日，是巴基斯坦最大的摩托车制造商。公司目前的年产能超过 150 万台，并向孟加拉国和阿富汗出口摩托车和零部件	主要从事摩托车及零部件的先进制造和销售	1-Mc Leod Road, Lahore-54000	截至 2022 年 3 月 31 日，Shirazi Investments (Private) Limited (SIL) 持股 52.43%；Honda Motor Company Limited, Japan 持股 35%；Atlas Insurance Limited 持股 2.84%；其他及个人持股 9.73%
ATLAS AUTOS (PRIVATE) LIMITED	成立于 2011 年 3 月 16 日，为 ATLAS HONDA LIMITED 生产的摩托车提供零部件的本土制造。并作为润滑油营销公司从事汽车和工业润滑油的营销，是摩托车机油市场的领先者之一	主要从事摩托车及零部件的先进制造和销售	Federation House, Shara-e-Firdousi, Clifton, Karachi	未披露
美国 TEAM	总部位于明尼苏达州巴格利市，经营 ATV、多功能车、摩托车和高尔夫球车行业数十年	主要产品包括变速器和驱动桥、车桥和四轮驱动系统、无级变速器 (CVT) 和电动汽车传动系统	1200 Maloney Road Kaukauna, WI 54130	未披露
TVS MOTOR COMPANY LIMITED	印度第三大两轮车公司，收入超过 1821.7 亿卢比 (超过 29 亿美元)。年销量超过 300 万辆，年产能超过 495 万辆。是印度第二大出口商，出口产品到 60 多个国家	摩托车的研发、生产和销售	"Chaitanya", No. 12, Khader Nawaz Khan Road, Nungambakkam Chennai Chennai TN 600006 IN	截至 2022 年 3 月 31 日，发起人及发起人组织持股 50.81%；公众持股 49.19%
意大利 PIAGGIO	欧洲规模最大的摩托车制造企业，其两轮机车产销量高居欧洲第 1 位	摩托车制造	Viale Rinaldo Piaggio 25 - Pontedera (Pisa).	截至 2021 年 3 月 31 日，Immsi 持股 50.07%；Diego Della Valle & C S.r.l. 持股 5.54%；其他持股 44.10%；库存股 0.29%
美国 TTI	成立于 1989 年，为汽车、石油和天然气以及重型设备行业提供高质量的轴承、齿轮、变速箱、硬质合金磨损件等部件。有超过 25 年的行业经验，为客户降低全球采购成本	金属材料及零部件供应商	486 SCHOOL HOUSE LN DEVON PENNSYLVANIA 19333 UNITED STATES	未披露

(2) 主要外销客户经营情况

报告期内公司主要境外客户包括 ATLAS HONDA LIMITED、ATLAS AUTOS (PRIVATE) LIMITED、美国 TEAM、印度 TVS、意大利 PIAGGIO 和美国 TTI，其中 ATLAS HONDA LIMITED、ATLAS AUTOS (PRIVATE) LIMITED、印度 TVS 和意大利 PIAGGIO 有公开披露财务数据，具体情况如下：

1) ATLAS HONDA LIMITED

年度	销量(辆)	收入(卢比)(十亿)	利润(卢比)(十亿)
2021 年	1,350,010	131.90	5.60
2020 年	1,066,114	93.20	3.60
2019 年	1,060,029	84.80	3.10

数据来源：ATLAS HONDA LIMITED 2019 年、2020 年及 2021 年年报；系以公历 4 月 1 日至次年 3 月 31 日为一个会计年度

2) ATLAS AUTOS (PRIVATE) LIMITED

年度	销量(辆)(千)	收入(卢比)(千)	利润(卢比)(千)
2021 年	N/A	N/A	N/A
2020 年	N/A	18,670,921	874,464
2019 年	N/A	13,458,676	-54,518

数据来源：ATLAS AUTOS (PRIVATE) LIMITED 2019-20 年、2020-21 年报；系以公历 7 月 1 日至次年 6 月 30 日为一个会计年度

3) 印度 TVS

年度	销量(辆)(十万)	收入(卢比)(千万)	利润(卢比)(千万)
2021 年	33.10	20,809.50	893.56
2020 年	30.53	16,783.51	612.04
2019 年	32.63	16,455.44	592.25

数据来源：印度 TVS 2019-20 年、2020-21 年、2021-22 年年报；系以公历 4 月 1 日至次年 3 月 31 日为一个会计年度

4) 意大利 PIAGGIO

年度	销量(辆)(千)	收入(欧元)(百万)	利润(欧元)(百万)
2021 年	536	1,668.70	60.10
2020 年	482.70	1,313.70	31.30

2019 年	611.30	1,521.30	46.70
--------	--------	----------	-------

数据来源：意大利 PIAGGIO 2019 年、2020 年及 2021 年年报；系以公历 1 月 1 日至当年 12 月 31 日为一个会计年度

(3) 主要外销客户收入变动情况

单位：万元

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
ATLAS 本田	3,991.00	68.36%	6,109.26	155.13%	2,394.60	104.68%	1,169.95
美国 TEAM	1,412.18	-31.08%	4,259.03	11.48%	3,820.57	14.74%	3,329.65
意大利 PIAGGIO	1,270.82	6.72%	2,057.63	34.95%	1,524.79	3.89%	1,467.65
印度 TVS	810.97	-62.24%	3,489.23	-7.30%	3,764.07	-35.65%	5,849.42
美国 TTI	582.29	-32.98%	1,886.45	37.66%	1,370.40	55.03%	883.94
小计	8,067.26	-6.49%	17,801.60	38.27%	12,874.43	1.37%	12,700.61
境外收入合计	8,595.32	-3.10%	18,655.11	34.68%	13,851.41	0.09%	13,838.44

注：2022 年 1-6 月变动率为与 2021 年 1-6 月的比较数据

报告期内，公司境外收入占主营业务收入的比例分别为 46.03%、49.81%、52.24%和 54.59%，呈现逐年上升趋势。境外销售订单主要来源于日本本田、美国 TEAM、意大利 PIAGGIO、印度 TVS 各跨国厂商分布在全球各地的工厂，销售区域集中在巴基斯坦、美国、印度、越南、印尼等国家。

主要客户收入变动具体原因：

1) ATLAS 本田

报告期内，公司对 ATLAS 本田收入大幅增长，主要原因是：

① 2021 年新增供应部分品种，包括正时齿轮(KOK 系列)、主动齿轮(KYHP)以及起动齿轮组件合计金额 900.68 万元。

② 2021 年 ATLAS 本田摩托车销售量从 106.61 万辆增加至 135.00 万辆，公司作为 ATLAS 本田 70cc 从动齿轮的主要供应商，从动齿轮采购随摩托车销售量增加而增长，较 2020 年增加 1,365.85 万元。

③ ATLAS 本田将原由东南亚采购的摩托车零件业务交由公司，导致零件销售收入实现 1,347.02 万元，较 2020 年增长约 1,000 万元。

2) 美国 TEAM

2019-2021 年度，公司对美国 TEAM 的销售收入稳定增长。得益于新冠疫情催化及美国政府对公民的财务补助，全地形车终端消费需求快速提升，带动公司收入稳定增长。2022 年上半年，受上海新冠疫情的影响，港口货物吞吐速度减缓，北美航线的货船班次减少，导致订单减少和已接受的订单无法按时发货，收入有所下降。

3) 意大利 PIAGGIO

2019-2020 年度，公司对意大利 PIAGGIO 的销售收入稳定增长，2021 年度增幅明显主要是因为受到下游终端市场竞争格局以及公司产品在意大利 PIAGGIO 份额提升影响。基于客户在终端市场的竞争优势，意大利 PIAGGIO 2021 年度销售摩托车 44.97 万辆，较之 2020 年增长 16.90%，加之公司产品在意大利 PIAGGIO 份额的提升，使得收入增长 34.95%。

4) 印度 TVS

报告期内，公司对印度 TVS 的销售收入呈下降趋势，主要是因为：

① 受印度进口国政策及市场竞争影响

公司对印度的主要销售产品为摩托车零部件，受印度推行“印度制造”“反倾销”和“摩托车本土制造”等策略的影响，报告期内公司向印度 TVS 供应产品业务受到一定影响。

② 受公司对印战略调整影响

印度是全球成长最快的新兴经济体之一，经济增长速度引人瞩目。按国内生产总值(GDP)衡量，2016 年印度已经成为世界第六大经济体。印度 TVS 即是印度市场排名第三的摩托车生产企业，年产 320 万辆两轮摩托车和 12 万辆三轮摩托车。因此，2020 年以前，印度市场销售一直置于公司相对重要的位置。2020 年开始，受新冠疫情加之印度对华贸易政策的影响，公司开始有意减少对印度市场投放力度导致报告期内收入下降。

5) 美国 TTI

2019-2021 年度，美国 TTI 的销售收入大幅增长，主要原因是报告期内差速器壳体总成和轴套逐步量产以及原有产品稳定放量增长所致。2022 年上半年，受上海新冠疫情的影响，港口货物吞吐速度减缓，北美航线的货船班次减少，导致订单减少和已接受的订单无法按时发货；同时受汽车行业芯片短缺影响导致下

游客户装机需求调整影响，收入有所下降。

(4) 相关税费的承担方式

报告期内，公司境外销售一般采用 CIF、C&F 和 FOB 价格条款，出口环节免征出口货物的增值税，进口环节进口关税由客户自行承担。出口国的贸易政策变化后，除美国 TEAM 和美国 TTI 外，其他客户未与公司协商并独自承担贸易政策带来的税费变化。2018 年，在中美贸易摩擦加征关税后美国 TEAM 和美国 TTI 与公司协商通过适当调减销售价格与公司共同承担该部分税费。

2. 境外销售的具体产品情况

单位：万元

产品大类	具体类别	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
齿轮	摩托车齿轮	4,413.45	6,985.38	4,526.03	4,211.30
	汽车齿轮	577.68	1,886.45	1,370.40	884.58
	其他齿轮	1,420.25	4,244.12	3,820.57	3,489.04
离合器		836.07	3,155.87	3,072.32	4,107.52
其他		1,347.87	2,383.29	1,062.08	1,146.00
合计		8,595.32	18,655.11	13,851.41	13,838.44

报告期内，境外销售以齿轮产品为主，占境外收入的比例分别为 62.04%、70.15%、70.31%和 74.59%。境外离合器销售受印度 TVS 收入下滑影响而有所下降。其他销售业务中包括自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则全额确认的运保费收入，报告期内其他销售业务增加除确认运保费收入的影响外，主要系 ATLAS 本田零件销售收入增加所致。

3. 境外销售的区域结构情况

单位：万元

销售区域	销售产品	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
美国	汽车齿轮	577.68	1,886.45	1,370.40	883.94
	其他齿轮	1,412.18	4,244.12	3,820.57	3,329.65
	其他	4.62	14.92		
	小计	1,994.47	6,145.48	5,190.97	4,213.59
巴基斯坦	摩托车齿轮	3,049.49	4,529.35	2,016.14	1,043.41
	离合器	102.28	156.56	82.33	38.84

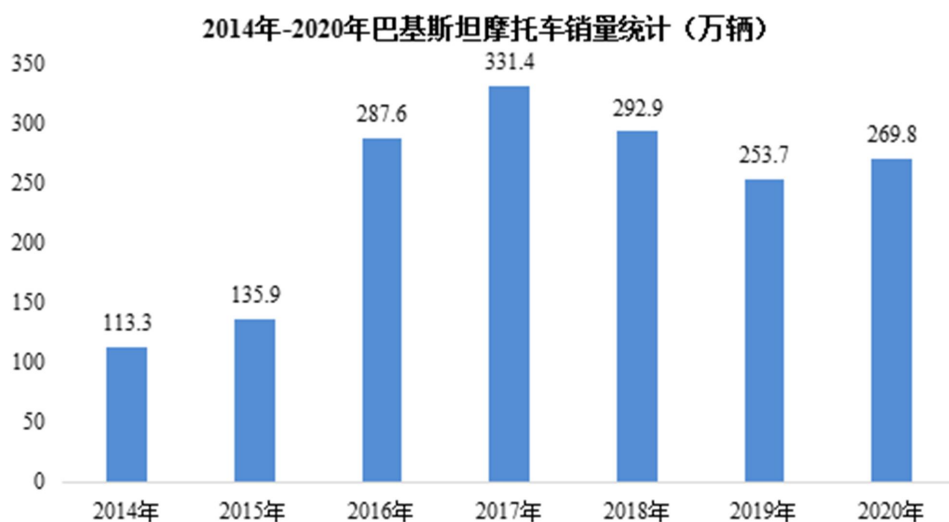
	其他	1,043.30	1,729.00	444.23	176.23
	小计	4,195.08	6,414.92	2,542.70	1,258.48
印度	摩托车齿轮	113.84	331.03	952.82	1,626.02
	离合器	560.82	1,279.90	2,381.74	3,467.02
	其他	136.23	366.36	429.41	756.37
	小计	810.89	1,977.29	3,763.97	5,849.42
印尼	摩托车齿轮		97.80		33.32
	离合器	58.52	1,511.54	97.92	136.08
	其他	62.87	154.86	101.72	150.79
	小计	121.39	1,764.20	199.64	320.19
越南	摩托车齿轮	1,032.42	1,616.80	1,298.04	1,294.77
	离合器	82.22	174.57	449.14	444.98
	其他	57.16	67.80	46.27	16.43
	小计	1,171.80	1,859.17	1,793.45	1,756.18
前五名小计		8,293.63	18,161.06	13,490.73	13,397.85
境外收入合计		8,595.32	18,655.11	13,851.41	13,838.44
占比		96.49%	97.35%	97.40%	96.82%

报告期内，巴基斯坦、美国、印度、越南和为公司产品的主要进口国，报告期内，前五名出口国销售收入占公司外销收入比重保持在 97%左右。前述销售区域增减除受到客户竞争优势、市场地位影响外，还受到所属区域行业发展政策影响。具体而言：

(1) 巴基斯坦

巴基斯坦人口 2.08 亿，是世界第六大人口大国，但其国内交通基础设施尚不完善，人均收入较低，摩托车成为普通家庭首选的交通工具。2017 年巴基斯坦摩托车年销量达 331 万辆，而 2005 年巴基斯坦全年仅销售了 50 万辆摩托车，12 年期间巴基斯坦的摩托车年销量增长 6.60 倍。从数据可以看出，近两年的全球新冠疫情并没有对巴基斯坦摩托车市场产生很大影响，这主要得益于巴基斯坦政府的支持。2021 年 7 月，巴基斯坦本地制造的第一辆电动摩托车在伊斯兰堡公开发布，巴基斯坦总理伊姆兰·汗参加了发布仪式并致辞，相关单位和企业也

跟随政府的政策大力发展摩托车产业。2021年11月，ATLAS本田在巴基斯坦的摩托车月销量创下历史新高，月售高达128,503台。巴基斯坦摩托车装配商协会(APMA)主席穆罕默德·萨比尔·谢赫(Muhammad Sabir Shaikh)表示，尽管本田在2021年多次提高摩托车价格，但提价并未影响需求，反而日益增长。公司主要客户ATLAS本田目前是巴基斯坦最大的摩托车制造商，为公司在巴基斯坦的发展奠定了良好的基础。



数据来源：立鼎产业研究网、MarkLines 全球汽车产业，巴基斯坦财年统计时间为7月1日到次年6月30日

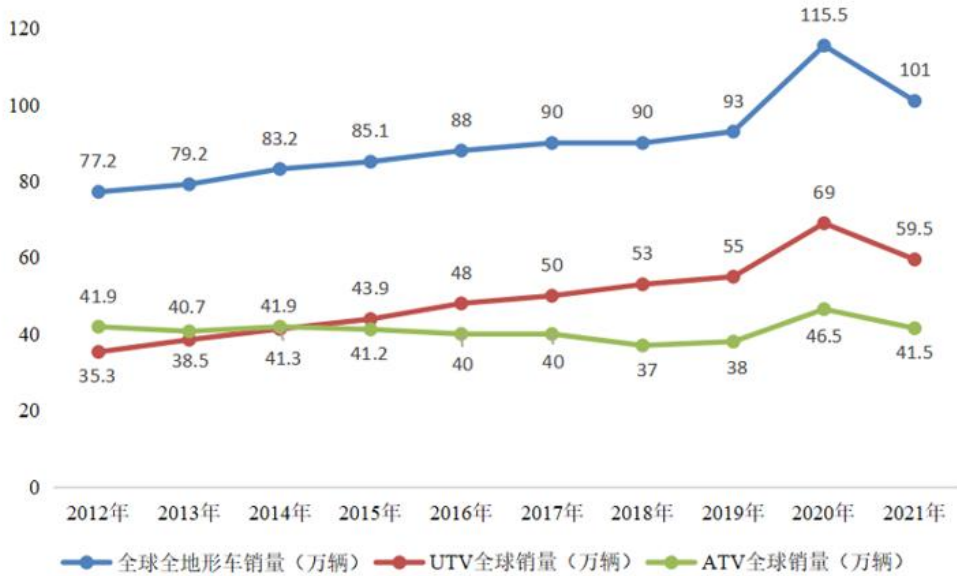
(2) 美国

1) 全地形车市场

美国是全球全地形车的主要产量地和消费地。全地形车作为集实用、娱乐、体育运动等于一体的特种车辆，可在沙滩、草地、山路、旅游场所等多种复杂路面行驶。一方面，由于欧美国家尤其是美国、俄罗斯等国多草地、山路、沙路等复杂地形，对全地形车的消费需求大；另一方面，欧美发达国家人均收入水平较高，人们富于冒险精神、追求刺激，进一步推动了全地形车的消费。2015年，北美及欧洲的全地形车消费量占据全球消费量的89%左右。2020年，由于新冠疫情催化及美国政府对公民的财务补助，北美全地形车销量大幅增长，实现销量98.50万台，贡献了全球销量的主要增长动力。公司全地形车客户美国TEAM主要生产包括变速器和驱动桥等产品，主要客户为北极星。美国北极星品牌是世界上最大的雪地车生产厂商，也是主要的全地形车和摩托艇生产者。2022年第三

季度销售额达 23.41 亿美元，同比增长 32%。

全球全地形车、UTV和ATV销量



数据来源：北极星年报、涛涛车业招股说明书

2) 汽车及汽车零部件市场

美国是车轮上的国家，汽车普及率居全球首位。汽车工业起步较早，传统汽车生产制造能力强。2020年，因受新冠疫情防控限制和经济活动减少因素影响，美国汽车需求大幅下滑，销量同比下降 16.59%。2021年受新冠病毒流行和芯片短缺等影响，美国汽车销量仍受到抑制，售出 15,079,182 辆，同比增长 3.40%。2022年上半年受新冠疫情反复、汽车行业芯片短缺以及部分地区国际局势紧张等因素影响，美国汽车销量进一步下跌。2022年 1-6 月累计售出 706.50 万辆，同比下降 17.4%。2022年第三季度随着新冠疫情及芯片供应的缓解，美国汽车销量已逐步回暖，同比增长 0.66%，达 354.2 万辆。

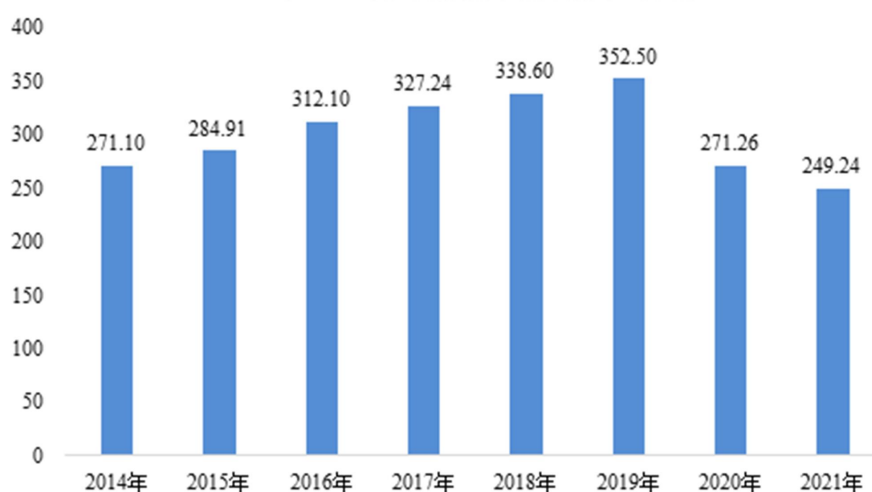
由于汽车零部件产业普遍围绕整车市场的发展进行布局，美国也是汽车零部件行业的主导国之一。根据《中国汽车报》发布的 2022 年全球汽车零部件企业百强榜中，美国上榜数量达 15 家。2021 年，美国汽车零部件市场销售额为 3,759.07 亿美元，同比增长 6.3%，较 2019 年新冠疫情前水平增长 1.9%。其中，美国进口汽车零部件 1,498.23 亿美元，同比增长 4.4%，主要进口国有墨西哥、加拿大、中国、日本和韩国。从全球来看，2021 年全球汽车零部件销售额约为 1.54 万亿美元，同比增长 6.7%，基本恢复至 2019 年新冠疫情前水平。预计 2022 年全球零部件销售额将增长 3.7% 左右。预计至 2028 年将达到 1.98 万亿美元，

2022 年至 2028 年期间年复合增长率为 3.9%。随着全球新冠疫情的缓和供应链问题缓解，西方主要经济体的量化宽松政策使市场需求持续释放，叠加私人出行增加趋势，汽车产量不断修复，汽车产量爬升的预期，有望继续带动零部件行业的业绩增长。

(3) 越南

越南也是重要的摩托车市场之一。2022 年一季度越南经济增长率为 5.03%，经济增速方面保持亚洲首位。因道路狭窄，交通基础设施落后，摩托车又比自行车和电动车行驶得更远，因此摩托车是这里最普遍的交通工具，几乎每个家庭都以摩托车代步、运输生活物品或通过使用摩托车进行贩卖商品，越南人口近 1 亿，市场需求旺盛。越南市场主要有本田、雅马哈、比亚乔、三阳、铃木五大摩托车企业，这些摩托车企业占据越南市场 95% 以上的市场份额。其中，比亚乔和三阳是公司的重要客户。2021 年三阳在越南共有 194 个 SYM 授权分销点，庞大的分销网已覆盖越南各个省份。在经历了 2019、2020 两年新冠疫情影响冲击后，越南市场正逐渐恢复发展。2022 年 10 月 17 日，越南摩托车制造商协会 (VAMM) 公布了 2022 年第三季度 (2022 年 7 月至 2022 年 9 月末) 销量数据，越南本地本田、雅马哈、比亚乔、三阳、铃木，5 家企业合计销量为 762,154 辆，较 2021 年同期增长 207.65%。

2014年-2021年越南摩托车销量统计 (万辆)

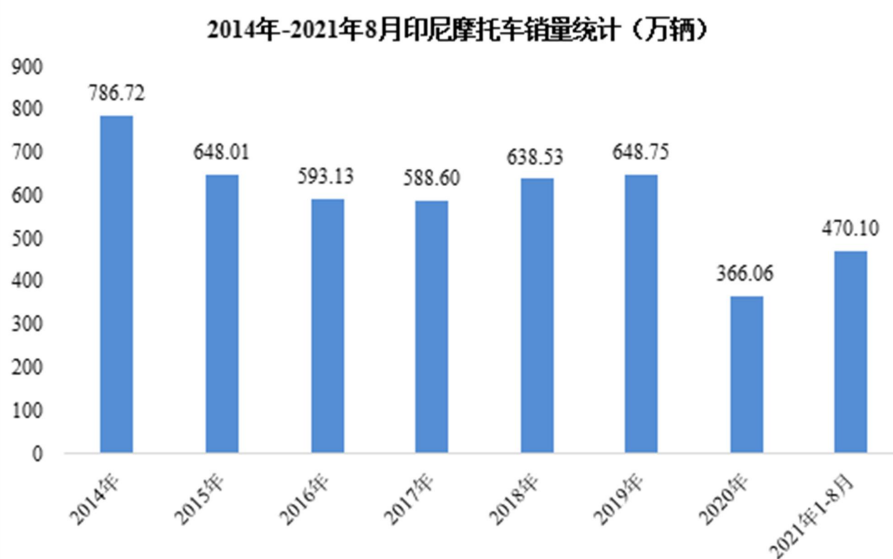


数据来源：越南摩托车制造商协会、MarkLines 全球汽车产业平台

(4) 印尼

摩托车在东南亚很受欢迎，尤其是人口大国印尼。自 2010 年起，印尼就是

东南亚最大，也是全球第三大的摩托车市场。数据显示，印尼 2020 年摩托车市场规模为 3 亿 7 千万美元，预计到 2025 年市场规模将到达 9 亿美元。2020 年，由于新冠疫情在印尼全国迅速蔓延，印尼国内生产总值下降 2.1%，对经济增长极其敏感的摩托车产业销量同比骤降 44%，减至 366 万辆。对此，印尼央行将摩托车贷款标准从首付 10% 放宽为零首付，以提振疲软摩托车市场。数据显示，2021 年 1-8 月份摩托车销量 470.10 万辆，已超过 2020 年全年销量。印尼摩托车工业协会 (AISI) 预计 2022 年，摩托车销量将恢复至原来平均水平。



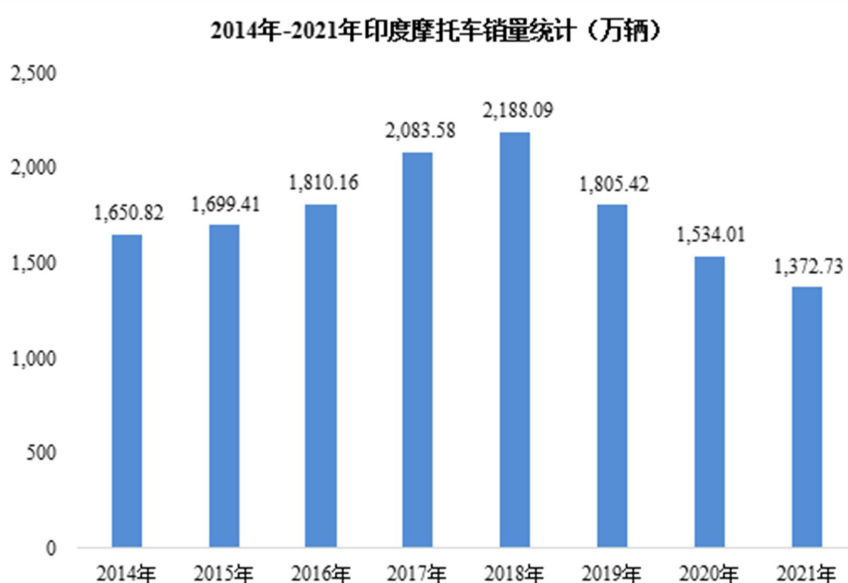
数据来源：印尼摩托车协会 AISI 官网数据

(5) 印度

印度是全球成长最快的新兴经济体之一，经济增长速度引人瞩目。按国内生产总值 (GDP) 衡量，2021 年印度 GDP 同比增长 8.10%，GDP 总量为 3 万亿美元，是亚洲第三大经济体，排名全球第六。印度国土面积不足中国的三分之一，而人口却和中国一样超过 13 亿，且超过三分之二为农业人口。按人均来算，中国的富裕程度是印度的 5 倍。因此，在印度城乡各地，摩托车是大部分民众最主要的交通工具。纵观印度摩托车市场，一方面由于印度新冠疫情情况严重，市场供需减少，另一方面印度道路运输与公路部于 2020 年 11 月颁发摩托车头盔实施强制 BIS 认证的部委令，所有摩托车和后座乘客都必须佩戴符合 IS4151 标准的头盔，导致 2020 年末-2021 年摩托车销量不佳。但根据《2022-2026 年印度摩托车行业投资前景及风险分析报告》，印度摩托车市场受收入水平提高与二、三线城市对交通工具的需求日益增长因素影响，预计 2025 年印度燃油摩托车市场规模将达

424 亿美元，2018 年-2025 年复合年均增长率达到 8.80%，有着广阔的市场前景。

FAME 计划是印度政府出台的一项促进电动汽车普及的政策，计划到 2025 年实现 150cc 以下摩托车的全面电动化。印度政府还为适用于纯电动车和氢燃料电池车的汽车和汽车零部件行业推出生产关联激励措施。2022 年 2 月，印度重工业部已批准包含印度 TVS 在内的 20 家摩托车厂商的激励申请。2021 年印度电动摩托车的销量同比增长 132% 达到 23.4 万辆，预计未来印度电动摩托车市场将会迎来大的发展。



数据来源：华经情报网、MarkLines 全球汽车产业平台、SIAM 官网，印度财年统计时间为 4 月 1 日到次年 3 月 31 日

整体而言，基于进口国所在区域经济发展增速以及国家产业政策支持，市场环境对公司发展较为有利。相关区域行业的发展趋势为公司未来的发展提供了良好的发展机遇。

综上，公司境外收入变化情况与相关地区的摩托车和汽车行业发展情况、主要客户经营情况、公司境外客户和新产品开发情况等相匹配。

（二）说明发行人主要出口国家对摩托车、汽车产业的行业政策及相关进出口贸易政策是否发生明显变化，主要出口国家的市场竞争格局变化情况，是否会对发行人维持和拓展相关国家地区业务产生不利影响

报告期内，巴基斯坦、美国、印度、越南和印尼为公司产品的主要进口国，报告期内对其销售收入占贸易总收入的比重保持在 97% 左右。

1. 产品进口国行业发展政策及竞争格局

(1) 产品进口国行业发展政策

产品进口国行业发展政策详见本说明四(一)3之所述。

(2) 产品进口国竞争格局

1) 巴基斯坦

巴基斯坦摩托车销售主要以“骑式”摩托车为主，由于信仰伊斯兰教，巴基斯坦女性骑摩托车普遍不被大众所接受，踏板车、电动车销量稀少。目前，在巴基斯坦，摩托车市场领先品牌主要为日系品牌，销量领先的摩托车品牌有本田(Honda)、雅马哈(Yamaha)、铃木(Suzuki)、轻骑(Qingqi)等。本田市占率呈逐年增长态势，雅马哈市占率基本持平，铃木市占率近年来逐年下降。2022年，ATLAS本田的摩托车销量份额预计将达到55.40%，市场份额在巴基斯坦最高。

2) 美国

① 全地形车市场

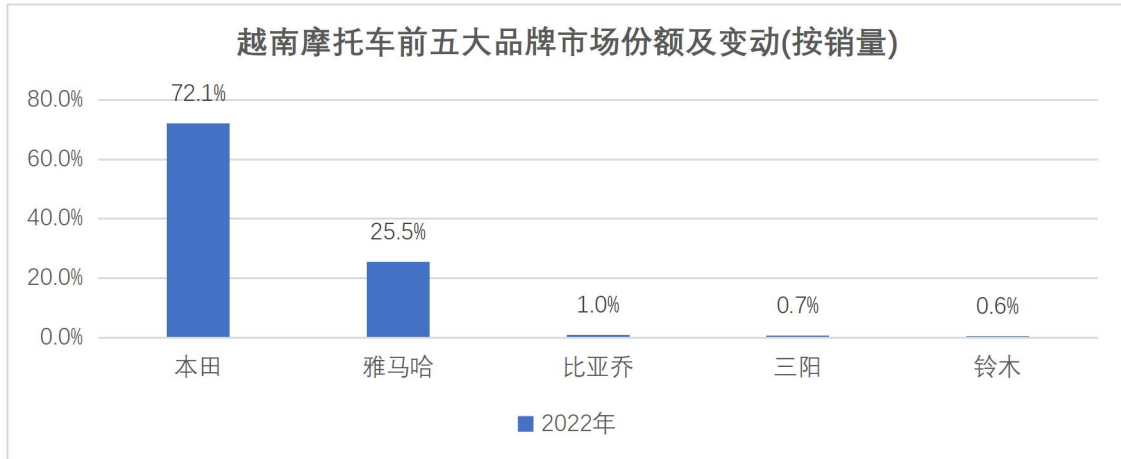
美国、日本等国家最早发展全地形车，占据了技术、销售渠道、品牌等制高点，在国际市场中占据有利态势。目前，全球全地形车的主要产量仍集中在北美。2015年，北极星、北极猫、庞巴迪、约翰迪尔等厂商生产的全地形车约占全球产能的52%，本田、雅马哈、川崎等厂商生产的全地形车约占全球产能的29%左右。全球全地形车的消费主要集中在欧美等发达国家，2015年，北美及欧洲的全地形车消费量占据全球消费量的89%左右。

② 汽车零部件市场

美国是最大的汽车零部件进口国。根据《中国汽车报》发布的2022年全球汽车零部件企业百强榜中，美国上榜数量增加，达15家，总营收增加1,062亿元。其中，公司的终端客户美国DANA(指定美国TTI向公司采购)，排名全球第33位。随着以美国DANA为代表的美国汽车零部件企业的销售增长，公司的产品出口需求也将进一步扩大。

3) 越南

越南摩托车市场庞大，摩托车仍然是大部分越南居民出行的主要交通工具。日本摩托车在越南市场占到90%以上的份额。2022年，本田摩托车在越南市场的份额高达72.10%，占据主导型地位。第二名是雅马哈，市场份额为25.50%。



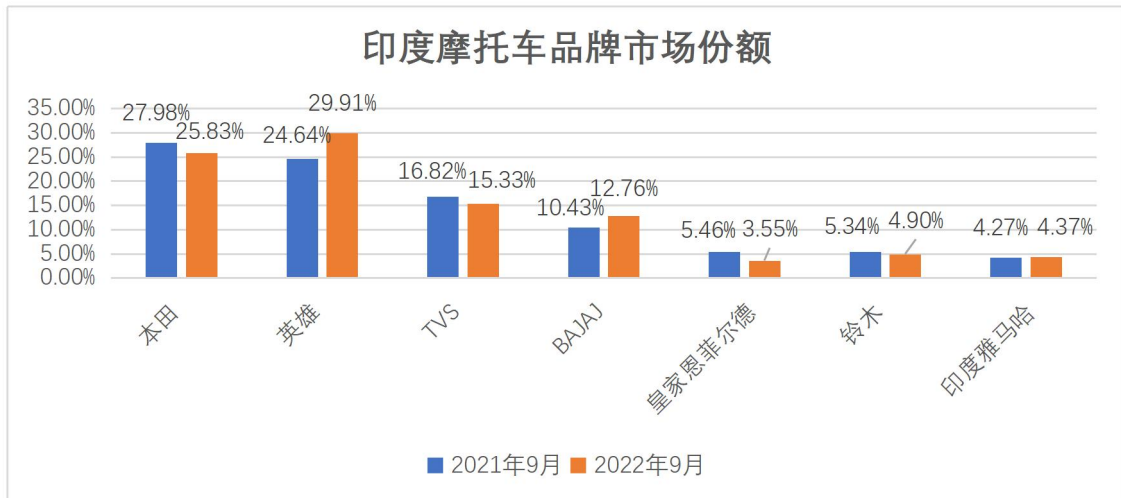
数据来源: Statista

4) 印尼

印尼是东盟第一大摩托车市场,也是当今世界上第三大摩托车市场,仅次于中国和印度。印尼现有的摩托车市场主要由日本品牌主导,2022年本田的市场份额为74%,雅马哈为23%,共占印尼摩托车市场的97%。

5) 印度

印度是世界摩托车主要的生产和消费国,预计到2022年,摩托车市场的收入将达到188.60亿美元。预计收入的年增长率(CAGR 2022-2026)为13.15%。印度摩托车市场上主要品牌有本田、英雄、TVS、雅马哈,Bajaj等。



数据来源: FADA (FEDERATION OF AUTOMOBILE DEALERS ASSOCIATIONS)

2. 产品进口国有关进口政策

(1) 巴基斯坦

2019年12月,《中华人民共和国政府和巴基斯坦伊斯兰共和国政府关于修订〈自由贸易协定〉的议定书》(以下简称《议定书》)正式生效,其核心内容在原自贸协定基础上,大幅提高货物贸易自由化水平。《议定书》约定中巴两国间相互实施零关税产品的税目数比例将从此前的35%逐步增加至75%。此外,双方还将对占各自税目数比例5%的其他产品实施20%幅度的部分降税。其中,根据《巴基斯坦关税减让表》,巴基斯坦对摩托车齿轮、离合器配件(HS税目:87141090)采取了进口关税减让,从基准税率35%降至28%(2022年1月1日实施)。

2021年9月,为了提高汽车生产本土化率,实现2022财年生产30万辆国产汽车的战略目标,巴基斯坦政府进一步扩大了汽车零部件进口优惠政策适用范围和力度,所有汽车相关产品进口附加税从7%下降至2%。

公司对巴基斯坦的主要销售产品为摩托车齿轮及其他配件,报告期内巴基斯坦相关进口政策均朝有利方向发展。受益于进口优惠政策、产品的优良品质和客户的广泛认可,公司报告期内对巴基斯坦销售收入呈现逐年上升趋势。

(2) 美国

2018年7月和8月,美国实施对第一批清单中的原产于中国的约500亿美元商品加征25%的进口关税,涉及汽车产品税号共计185个,其中整车税号38个,包括乘用车13个、客车10个、货车9个、特种车5个及汽车底盘1个,高端装备、摩托车及零部件税号147个。2018年9月,美国对中国第二批2000亿美元进口商品加征10%的关税,涉及汽车产品税号共计206个,全部是汽车零部件产品。

美国海关及边境保护局(CBP)于2019年9月1日起对中国输美的其余3,000亿美元产品加征10%的关税,涉及3,800余个HS编码,涵盖了此前已被加征关税共价值2,500亿美元产品之外的几乎所有中国输美产品,其中包括智能手机、笔记本、平板电脑、摩托车及其零部件。

2022年3月,美国贸易代表办公室(USTR)发布声明,宣布重新豁免352项从中国进口商品的关税,该新规定将适用于在2021年10月12日至2022年12月31日之间进口自中国的商品。汽摩配件是此次关税豁免的品类之一,也是我国出口竞争优势明显的品类之一。该豁免政策的实施将有助于短期内提振中国出口,扩大美国对中国的汽车零部件进口。

(3) 越南

2020年5月，越南政府发布57号政令(57/2020/ND-CP)，越南政府为扶持国内的汽车生产和组装，将在2020年7月10日-2024年期间免征汽车零部件的进口关税。所有进口到越南用于国内组装、制造的汽车零部件(包括用于国内生产汽车零部件的进口物料)，只要国内供应商未有供应，都可豁免进口关税。

越南《西贡经济在线》2021年11月22日报道，越南政府决定将国内生产和组装汽车的税收优惠政策延长至2027年12月31日。2027年底前，用于生产和组装国内汽车的进口零配件享受零关税优惠。具体来说，拥有越南工贸部颁发的汽车制造和组装资格证书，并符合最惠国进口税率的零配件、车型、产量、排放量、优惠考虑期、资料和程序条件的企业，进口国内无法生产的汽车零配件享受零关税优惠。

2020年11月15日，包括东盟十国和中日韩澳新在内的十五个国家正式签署《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)，协定将于2022年1月1日正式生效。根据RCEP，越南将调低中国出口两轮车关税，向越南出口摩托车的相关关税大部分将在20年内匀速降至零税率。报告期内，越南政府对摩托车、汽车及其零配件进口方面的政策一直较为积极，公司对越南的销售收入一直保持较为稳定的状态。

(4) 印尼

2020年11月15日，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正式签署。东盟显著扩大了对我国零关税产品的范围，印尼、菲律宾、柬埔寨、缅甸、马来西亚等国家均对我国新增了降税产品，主要包括汽车及零部件、摩托车、化工、机电、钢铁制品等等。其中在RCEP项下，印尼共就31个摩托车整车及其零部件税目给予中方零关税待遇，占其全部35个摩托车税目的88.57%。我国企业将从新增的降税中获得收益。

2022年3月，印尼政府颁布财政部长编号PMK-13/PMK.010/2022法令规定，半成品整车不完全散装进口特殊关税为零，此举推动印尼民众对电动车的需求。

公司对印尼的主要销售产品为摩托车部件，得益于《区域全面经济伙伴关系协定》的签订、印尼政府对本国摩托车产业发展的鼓励以及公司产品的优良品质和市场口碑，2021年度公司对印尼的销售收入大幅上升。

(5) 印度

在放开市场准入后，印度对于从中国进口产品一直存在焦虑。2019年，印度对华反倾销调查数量仅次于美国，位居全球第二。在新兴经济体，印度对华的反倾销调查数量位居第一，远远超过巴西、墨西哥等国家。

为进一步加强印度汽车、摩托车产业本土化生产制造，2021年2月印度政府财政部长西哈拉曼在其2020-2021年政府预算中宣布，乘用车和三轮车的关税从15%提高到30%，所有电动汽车的进口套件(零部件进口到印度再进行组装)关税从10%提高到15%。公司对印度的主要销售产品为摩托车齿轮和离合器，受印度推行“印度制造”、“反倾销”和“摩托车本土制造”等策略的影响，报告期内公司在印度的销售收入呈下降趋势。

基于前述各区域的贸易政策，公司主要产品出口国基本采取积极或中性的贸易政策。虽然报告期内中美贸易摩擦尚未对公司业绩产生显著影响，但在目前的中美贸易摩擦背景下，世界贸易形势存在一定的不确定性。若中美贸易摩擦继续升级，未来公司主要出口国家或地区对公司加征关税或者在其他贸易政策上施加不利影响，公司的境外业务则可能相应受到影响，并可能在与其他国际化企业以及境外市场的本土企业的竞争过程中处于不利地位，进而对公司的经营业绩带来不利影响。

针对可能出现的贸易摩擦，公司采取以下措施进行应对：

1) 公司将根据自身情况加快转型升级，加快技术创新

公司将继续抓住并用好我国发展的重要战略机遇期，运用新技术新模式加快改造提升传统产业，提升国际竞争力。因势利导做大做强，通过开发新产品，提升产品竞争力、拓展新兴市场等举措应对中美贸易摩擦。

2) 继续保持与美国客户的稳定合作，同时扩大国外其他客户销售规模

公司将继续保持与美国主要客户美国 TEAM、美国 TTI 的稳定合作，积极与客户沟通需求，保证产品的质量稳定和供货及时，提升公司在美国客户供应商体系中的重要程度。同时，公司针对境外其他客户市场投入更多精力。报告期内，公司主要境外市场巴基斯坦销售收入占主营业务收入的比例为 4.19%、9.14%、17.96%和 26.64%，越南、意大利等国家的销售占比也呈上升趋势，以此提高公司抵抗中美贸易摩擦风险的能力。

3) 通过实施募投项目，加强公司应对风险能力

公司募集资金投资项目包括产能扩建及研发中心建设项目。通过募投项目的

实施，公司将通过加大研发投入的力度以及产能扩建，提高公司经营规模，满足更多客户、更多产品的需求，增强对外部风险的抵抗能力。

4) 适当采取价格调整措施，紧跟国内外贸政策引导

公司对美国的主要销售产品为全地形车齿轮及其他汽车齿轮，而报告期内公司汽车齿轮毛利率始终维持在 40%左右的较高水平，公司有一定的缓冲空间消化中美贸易摩擦带来的负面影响。另一方面，中美贸易摩擦不仅影响中国的出口业务，可能还会带来人民币汇率贬值、中国采取限制进口反制措施等一连串影响，这在一定程度上可抵消公司出口业务的不利影响，也为公司进一步加强国内市场开发力度、提高国内市场份额带来契机。

5) 与客户积极协商沟通，共同承担加征的关税

公司对美国的主要销售产品为全地形车齿轮及汽车齿轮，报告期内销售收入分别为 4,213.59 万元、5,190.97 万元、6,145.48 万元和 1,994.47 万元，呈现明显增长趋势。报告期内受中美贸易摩擦影响，关税从 2.50% 增加至 27.50%。因公司产品较美国企业生产的产品具有较强的市场竞争力，在中美贸易摩擦出现进一步恶化时，公司与客户积极协商沟通，双方各承担一部分的关税影响。短期内对销量无重大不利影响，但产品的销售单价会有一定下降。

综上，公司主要出口国家对摩托车、汽车产业的行业政策、进出口贸易政策及竞争格局变化不会对公司维持和拓展相关国家地区业务产生重大不利影响。

(三) 说明汇率波动对发行人境外销售收入和应收账款的具体影响，发行人应对汇率波动采取的具体措施及实施效果，结合发行人与境外客户的定价方式、定价周期等，说明发行人能否通过调整产品价格应对汇率波动风险

1. 汇率波动对公司境外销售收入和应收账款的影响

报告期内，公司境外销售收入主要结算货币为美元，少量客户采用欧元、人民币结算。外销收入按结算外币币种折合成人民币的分类情况如下：

单位：万元

结算币种	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
美元	8,401.30	97.74%	18,269.80	97.93%	13,635.78	98.44%	13,493.25	97.51%
其他币种	194.02	2.26%	385.30	2.07%	215.63	1.56%	345.19	2.49%

合计	8,595.32	100.00%	18,655.11	100.00%	13,851.41	100.00%	13,838.44	100.00%
----	----------	---------	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------

报告期各期公司美元结算的外销收入折合成人民币金额分别为 13,493.25 万元、13,635.78 万元、18,269.80 万元及 8,401.30 万元，占比分别为 97.51%、98.44%、97.93%及 97.74%，以美元结算的外销收入各期均占当期外销收入的 97.00%以上。因此以下以美元的汇率波动情况来分析。

(1) 汇率波动对公司境外销售收入的影响

美元汇率波动对公司境外销售收入的影响情况如下：

单位：万元

项目	说明	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
美元结算外销收入	A	1,305.49	2,826.84	1,974.35	1,962.41
折合人民币外销收入	B	8,401.30	18,269.80	13,635.78	13,493.25
平均折算汇率	C=B/A	6.4354	6.4630	6.9065	6.8759
汇率波动对收入的影响金额	D	36.08	1,253.77	-60.35	-347.68
营业收入	E	16,126.43	36,514.78	28,420.06	30,252.37
汇率波动对收入的影响金额占营业收入比例	F=D/E	0.22%	3.43%	-0.21%	-1.15%

注：汇率波动对收入的影响金额，系指当期美元外销收入按照上年平均折算汇率计算折合的人民币外销收入，与当期实际人民币外销收入的差额，正数表示当期汇率波动对人民币外销收入的减少

由上表可知，报告期内美元汇率波动对公司境外销售收入的影响金额分别为 -347.68 万元、-60.35 万元、1,253.77 万元及 36.08 万元，影响金额占各期营业收入的比重较小，分别为-1.15%、-0.21%、3.43%及 0.22%，汇率波动不会对公司的经营成果产生重大影响。

(2) 汇率波动对应收账款规模的影响

美元汇率波动对公司应收账款的影响情况如下：

单位：万元

项目	说明	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
美元结算应收账款余额	A	281.25	576.29	402.60	223.84
折合人民币应收账款金额	B	1,887.61	3,674.23	2,626.91	1,561.59
期末汇率	C=B/A	6.7114	6.3757	6.5249	6.9762

汇率波动对应收账款的影响金额	D	-94.42	85.98	181.69	-25.29
应收账款人民币总额	E	1,887.61	3,674.23	2,634.26	1,561.59
汇率波动对应收账款的影响金额占应收账款人民币总额比例	E=D/E	-5.00%	2.34%	6.90%	-1.62%

注：汇率波动对应收账款的影响金额，系指当期末美元应收账款按照上年末汇率计算折合的人民币应收账款，与当期末实际人民币应收账款的差额，正数表示当期汇率波动对人民币应收账款的减少

由上表可知，2019年至2022年6月30日，美元汇率波动对公司应收账款的影响金额分别为-25.29万元、181.69万元、85.98万元及-94.42万元，影响金额占各期应收账款余额的比重较小，分别为-1.62%、6.90%、2.34%及-5.00%，汇率波动不会对公司的应收账款规模产生重大影响。

2. 公司应对汇率波动采取的具体措施及实施效果

汇率波动对公司销售收入及应收账款均会产生一定影响，公司针对汇率波动采取了以下应对措施：

(1) 加强对财务人员外汇知识培训并强调汇率的常规风险，及时跟踪汇率变化，结合资金需求选择有利的结汇时间点结汇，降低外汇波动风险；

(2) 产品定价时考虑汇率因素的影响，对汇率变动进行跟踪分析，当汇率波动影响较大时，及时调整产品报价，通过产品销售价格调整转移外汇波动风险；

(3) 通过研发创新，不断提升技术水平以及产品竞争力，继而提升产品的议价能力，从而平缓外汇汇率波动风险。

综上，公司采取了切实有效的降低外汇风险的措施，一定程度上降低了汇率波动对公司经营的风险。

3. 结合公司与境外客户的定价方式、定价周期等，说明公司能否通过调整产品价格应对汇率波动风险

公司主要采用成本加成法进行产品定价，公司在保证自身合理利润的基础上，根据材质(钢质、粉末冶金等)、重量、工序环节数量、是否有特殊工序(如热处理环节或磨齿工艺)以及部分特殊有色金属如镍含量不同等因素，综合考虑各项成本提出各项产品报价。此外，产品定价时还会综合考虑以下因素：① 客户的资信情况、采购规模、付款条件，以及能否与客户达成长期战略合作关系等因素；

② 市场供需关系、具体产品的竞争情况；③ 终端产品的市场竞争力和定价策略；④ 汇率波动的情况。公司外销产品销售价格主要以美元结算，对于汇率波动的影响，公司主要通过以下方式应对汇率波动风险：

(1) 与客户约定弹性定价机制，通过报价转移汇率波动风险

公司与客户销售定价时，充分考虑未来汇率变动的风险。当市场汇率出现大幅波动时，公司会就汇率变动情况向客户申请调整产品销售价格，以减小汇率变动对经营业绩的影响。在建立合作初期，公司采用当时的汇率与客户协商确定产品价格，后期不会轻易改变。但随着合作的持续，市场汇率较定价汇率可能产生偏离，从而影响收入金额。为防范产品价格执行期间市场汇率严重偏离定价汇率带来的风险，公司积极与境外客户沟通，并与部分客户约定弹性定价机制，在期间汇率的波动超过一定范围时，双方重新商议并确定产品价格。根据不同客户及汇率波动幅度的差异采取定期(季度、半年度或年度)或不定期等方式进行调整。

(2) 合理选择结算币种

公司积极推行人民币跨境结算业务，在新客户谈判和长期客户重新议价过程中推广人民币跨境结算，以减小汇率波动风险。报告期内，公司已与包括意大利PIAGGIO在内的主要客户采用人民币结算。

综上，公司按照与客户的约定或过往的交易习惯，定期(按季度或半年度等)或者不定期根据汇率波动情况与客户协商调整产品价格，能够通过调整产品价格应对汇率波动风险。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 获取公司报告期内销售收入明细表，检查公司境外销售的主要国家和地区、主要客户及向主要客户销售的产品情况，了解公司外销收入的变动情况并分析原因；

(2) 访谈公司管理层及销售负责人，获取境外主要客户的中信保资信报告、年度报告，了解境外主要客户的基本信息和经营情况、公司与境外主要客户的合作历史；

(3) 获取并检查境外主要客户的销售合同或销售订单、报关单、收汇单据等原始资料，核对境外主要客户的销售模式、交货、结算方式以及相关税费的承担

方式等；

(4) 获取并查阅相关国家和地区的研究报告和公开报道资料，了解当地摩托车、汽车行业的发展情况；

(5) 访谈公司销售负责人，获取并查阅相关研究报告，了解主要出口国家对摩托车、汽车产业的行业政策、进出口贸易政策以及当地市场竞争格局及变化情况；

(6) 查询报告期内美元兑人民币汇率变动情况，测算汇率波动对公司销售收入、应收账款的影响；

(7) 访谈公司管理层、销售和财务负责人等，了解公司应对汇率波动采取的具体措施，了解公司产品价格的调整机制，分析相关措施应对汇率波动的有效性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司已说明境外销售的主要客户情况，与相关客户的发货和结算方式，公司与境外客户签订的销售合同一般采用 CIF、C&F 和 FOB 价格条款，除交付样件等特殊情况下采取空运外，量产产品销售主要采取船运方式进行运输；货物在装运港越过船舷时点即完成交货实现销售，公司境外销售不存在寄售模式；公司出口环节免征出口货物的增值税，进口环节进口关税和增值税由客户自行承担；

(2) 公司已说明报告期各期境外销售的具体产品结构情况，收入规模和占比持续增长的具体原因；境外收入变化情况与相关地区的摩托车和汽车行业发展情况、主要客户经营情况、公司境外客户和新产品开发情况等相匹配；

(3) 公司已说明主要出口国家对摩托车、汽车产业的行业政策及相关进出口贸易政策变化情况以及主要出口国家的市场竞争格局变化情况。主要出口国家对摩托车、汽车产业的行业政策、进出口贸易政策及竞争格局变化不会对公司维持和拓展相关国家地区业务产生重大不利影响；

(4) 公司已说明汇率波动对境外销售收入和应收账款的具体影响，公司已采取切实有效的降低外汇风险的措施，一定程度上降低了汇率波动对公司经营的风险；

(5) 公司按照与客户的约定或过往的交易习惯，定期（按季度或半年度等）或者不定期根据汇率波动情况与客户协商调整产品价格，公司能够通过调整产品价格应对汇率波动风险。

(五) 请保荐机构、申报会计师说明对报告期各期发行人境外销售真实性采取的具体核查方法，对照《适用指引1号》1-20的相关要求，对发行人境外销售进行核查，并对发行人境外销售真实性发表明确意见

1. 境外销售业务的开展情况，包括但不限于主要进口国和地区情况，主要客户情况、与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容，境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策等

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 访谈公司管理层以及销售负责人，了解公司境外业务开展情况、境外主要客户情况、境外销售模式、境外客户开拓方式、协议签署情况、定价原则等；

2) 获取与主要境外客户签订的框架协议销售订单等，查阅贸易模式、定价原则以及结算方式等主要条款内容；

3) 获取主要境外客户的中信保资信报告，并通过网络检索客户基本情况，核查境外客户的真实性；

4) 对境外主要客户进行实地走访（境外客户境内办事处）或视频访谈，了解境外客户基本情况、双方合作历史及业务开展情况、销售模式、结算方式等，具体走访情况如下：

单位：家、万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
实地走访家数	5	5	5	5
视频访谈家数	4	4	4	4
走访家数合计	9	9	9	9
实地走访金额	4,076.25	11,719.83	10,523.72	11,554.42
视频访谈金额	4,161.60	6,377.35	2,956.37	1,715.26
金额合计	8,237.86	18,097.19	13,480.08	13,269.68
境外收入	8,595.32	18,655.11	13,851.41	13,838.44
访谈比例	95.84%	97.01%	97.32%	95.89%

5) 对境外主要客户报告期内的交易金额和应收账款各期末余额进行函证，具体函证情况如下：

单位：份、万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
发函数量	16	15	15	15
发函金额	8,587.16	18,655.11	13,851.41	13,784.87
外销收入	8,595.32	18,655.11	13,851.41	13,838.44
发函比例	99.91%	100.00%	100.00%	99.61%
回函确认金额	8,465.84	18,182.84	13,503.77	13,269.68
回函确认金额占外销收入比例	98.49%	97.47%	97.49%	95.89%
替代测试金额	121.32	472.27	347.63	515.19
替代测试金额占外销收入比例	1.41%	2.53%	2.51%	3.72%
回函确认及替代测试金额	8,587.16	18,655.11	13,851.41	13,784.87
回函确认及替代测试金额占外销收入比例	99.91%	100.00%	100.00%	99.61%

(2) 核查结论

经核查，我们认为：公司境外客户主要为大型整车厂商以及拥有客户资源的知名贸易商，包括 ATLAS 本田、美国 TEAM、印度 TVS、美国 TTI、意大利 PIAGGIO 等。公司境外销售模式为直销，均为买断式销售；主要通过老客户口碑、业务人员主动推广、参加行业展会等方式进行业务推广，并通过商务谈判的方式获得订单。公司与境外主要客户一般签署框架合同，合同内容主要包括产品要求、定价、交付、贸易模式等条款。公司在成本加成的基础上，结合市场行情、汇率、客户情况等因素，通过商务谈判的方式确定产品价格，并根据客户支付能力、信用情况等确定具体的信用政策。

2. 公司在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

- 1) 了解并获取公司及子公司的相关业务经营资质以及出口目的地所需资质；
- 2) 访谈公司管理层以及销售负责人，了解公司出口产品的资质和许可情况，了解是否存在境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形；

3) 通过网络公开渠道查询公司报告期内是否存在被主要出口国和地区处罚或立案调查的情形；

4) 检查公司报告期内营业外支出明细，关注是否存在罚款支出。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：公司已依法取得《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》和《对外贸易经营者备案登记表》，具有对外出口产品的必要资质；公司在销售所涉国家和地区不存在依法必须取得的资质、许可；报告期内，公司不存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形。

3. 相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 查阅国家外汇及税务等相关法律法规关于跨境资金流动、结换汇的相关规定，访谈公司销售及财务负责人，了解外汇结算情况；

2) 对境外主要客户进行实地走访（境外客户境内办事处）或视频访谈，了解境外客户与公司的结算方式；

3) 前往公司基本银行账户所在地查询、打印已开立银行账户结算清单、企业信用报告和银行对账单，检查并核对公司及其子公司的银行账号开立情况；

4) 获取公司报告期内跨境资金流入及流出和结换汇数据，结合银行对账单检查收汇、付汇、结换汇情况；

5) 对报告期各期末银行账户的类型、余额、外汇合约种类等进行函证，关注银行存款余额的真实性、完整性；

6) 通过国家外汇管理局网站，查询公司报告期内是否受到外汇违法违规的行政处罚。

(2) 核查结论

报告期内，公司跨境资金流动情况主要为销售回款及购买进口设备付款。其中，跨境资金流入主要为境外销售回款，境外销售结算方式包括电汇和信用证，结算货币包括美元、欧元和人民币，收款后公司根据资金需求结合汇率变动情况自主确定结汇时间；跨境资金流出主要为支付设备采购款，结算货币包括美元、欧元、日元和瑞士法郎，公司通过换汇取得外币直接完成支付或开具信用证。

报告期内，公司收付汇情况如下：

单位：万元

项目	币种	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		原币	本位币	原币	本位币	原币	本位币	原币	本位币
收汇	美元	1,454.74	9,360.41	2,597.87	16,788.12	1,796.98	12,388.27	2,185.10	15,042.20
	欧元							1.29	10.14
	人民币	161.62	161.62	406.00	406.00	117.09	117.09	354.94	354.94
付汇	美元	34.51	222.04	49.45	318.79	12.49	85.69	5.72	39.44
	欧元	5.82	42.02			40.14	313.29		
	日元	11,980.60	630.13	6.10	0.37	331.10	21.26	3,276.50	208.36
	瑞士法郎	27.00	184.84						

报告期内，公司结换汇情况如下：

单位：万元

项目	币种	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		换出	换入	换出	换入	换出	换入	换出	换入
结汇	美元兑人民币	1,356.00	8,721.26	2,424.66	15,723.41	940.29	6,548.57	2,226.34	15,352.41
	欧元兑人民币					1.29	10.00		
换汇	人民币兑日元	1,281.24	25,110.60	0.37	6.10	21.56	331.10	211.22	3,276.50
	美元兑欧元	6.61	5.82			48.98	44.60		
	美元兑瑞士法郎	29.64	27.00						
	美元兑日元	5.92	680.00						

经核查，我们认为：报告期内，公司根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结换汇，结换汇具有真实的交易背景。公司外汇结算符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定，不存在外汇、税务等方面违法违规及行政处罚记录。

4. 报告期境外销售收入与海关报关数据是否存在较大差异及差异原因是否真实合理

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 登录并查询中国电子口岸报关系统相关信息，取得报告期内的海关报关

数据明细，检查境外销售收入与海关报关数据是否存在差异；

2) 获取进出口业务台账，检查订单、报关单、提单等原始资料，并实施截止性测试；

3) 对主要境外客户进行实地走访（境外客户境内办事处）或视频访谈，了解境外客户基本情况、双方合作历史及业务开展情况、销售模式、结算方式等，具体走访情况详见本说明四（五）1 之所述。4) 对境外客户进行函证，检查报告期内双方期末余额以及交易金额的真实性和完整性，具体函证情况详见本说明四（五）1 之所述。

（2）核查结论

报告期内，公司海外销售收入与海关报关数据的对比情况如下：

单位：美元万元

项目	序号	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境外收入	A	1,330.37	2,888.02	2,004.45	2,014.83
其中：运保费收入	B	46.38	80.61	21.67	
销售折扣结算差异	C				18.08
出口申报境外销售收入	D=A-B-C	1,283.99	2,807.41	1,982.78	1,996.75
电子口岸数据	E	1,274.48	2,807.83	1,982.37	2,001.42
差异	F=D-E	9.51	-0.42	0.41	-4.67
差异率	G=F/E	0.75%	-0.01%	0.02%	-0.23%

注：数据来源于电子口岸系统导出的报关单明细

经核查，我们认为：公司报告期境外销售收入与海关报关数据差异较小，主要系根据新收入准则调整运保费收入以及报关时间差所致，差异原因真实合理，境外销售收入与海关报关数据总体较为匹配。

5. 出口退税等税收优惠的具体情况

（1）核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 查阅国家税务总局发布的关于出口退税等相关政策，访谈公司财务负责人，了解公司出口退税政策以及出口退税的申报流程；

2) 获取报告期内公司免抵退税申报汇总表，复核汇总表中免抵退出口货物

销售额等申报数据，检查出口退税申报金额的计算，并与账面境外收入进行核对；

3) 获取报告期内子公司旺成贸易外贸企业出口退税汇总申报表，复核汇总表中出口退税出口额等申报数据，检查出口退税申报金额的计算，并与账面境外收入进行核对；

4) 获取出口退税收款的原始单据，检查报告期境外销售收入对应出口退税款的收款情况；

5) 获取并检查公司与印度 TVS 关于折扣确认和调整的沟通记录及相应的审批文件，复核销售折扣的计算。

(2) 核查结论

报告期内，公司母公司享受出口产品增值税“免、抵、退”的优惠政策，账面营业收入与出口退税申报收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	序号	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境外产品销售账面金额	A	5,316.96	9,956.37	5,674.55	4,157.83
其中：不享受出口退税政策的外购产品及样品销售金额	B	0.36	23.48	2.86	1.67
境外设备销售账面金额	C	4.07		8.78	
享受出口退税政策的销售金额合计	D=A-B+C	5,320.68	9,932.90	5,680.46	4,156.16
申报的免抵退税出口货物销售额	E	5,355.71	10,027.61	5,872.13	3,977.58
出口单证反馈时间差形成的申报差异金额	F	35.03	94.71	191.67	-178.59
差异	G=D-(E-F)	0.00	0.00	0.00	0.00

注：境外产品销售账面金额系主营业务收入中外销收入扣除运保费收入金额；出口单证反馈时间差形成的申报差异系因未能在出口当月及时获取报关单及提单信息，而在次月进行申报形成。

由上述表格可知，公司母公司境外销售收入与免抵退税申报汇总表的差异主要系申报时间差所致。

报告期内，子公司旺成贸易享受出口产品增值税“免、退”的优惠政策，其境外销售收入与出口退税申报收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	序号	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境外销售账面金额(人民币)	A	2,980.43	8,178.66	8,027.53	9,680.61
境外销售账面金额(美元)	B	464.72	1,265.95	1,160.11	1,411.55
当年申报出口退税出口额(美元)	C=D+E	633.21	1,218.76	1,064.52	1,618.32
其中：当年出口当年申报出口退税出口额(美元)	D	384.46	1,017.20	958.55	1,287.49
上年出口当年申报出口退税出口额(美元)	E	248.76	201.56	105.98	330.83
当年出口次年申报出口退税出口额(美元)	F	80.26	248.76	201.56	105.98
差异(美元)	G=B-(D+F)	0.00	0.00	0.00	18.08

注：境外销售账面金额系主营业务收入中外销收入扣除运保费收入金额

由上述表格可知，子公司旺成贸易账面境外销售收入与出口退税申报表的差异主要系申报时间差异所致，由于海关电子口岸信息与增值税进项发票认证信息比对存在滞后的情况，出口退税申报一般滞后2-3个月。此外，2019年差异18.08万美元，系对印度TVS的销售折扣结算差异。报告期内，除印度TVS外，公司不存在针对其他客户的销售折扣，不存在应计提而未计提的情况。

经核查，我们认为：报告期内公司出口产品享受“免、抵、退”和“免、退”的增值税税收优惠政策，均按照国家相关规定办理出口退税业务；公司出口申报收入与增值税出口免抵退税相匹配。

6. 进口国和地区的有关进口政策、汇率变动等贸易环境对公司持续经营能力的影响

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 查阅商务部网站关于公司主要出口国家和地区的进口关税等进口贸易政策，了解相关政策对公司出口业务的影响；；

2) 结合主要结算货币对人民币的汇率波动，分析汇率波动对公司经营业绩的影响；

3) 访谈公司管理层，了解报告期内公司境外销售的情况及未来预期，了解应对出口国或地区关税、汇率波动采取的管理措施。

(2) 核查结论

报告期内，公司出口业务符合主要境外客户所在国家和地区的有关进口政策，受印度对华政策的影响，公司报告期内对印度客户的销售收入呈下降趋势，但不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。公司与境外客户和境外设备供应商的货款主要以美元进行结算，人民币对美元汇率波动对营业收入、营业利润存在一定影响，但汇率波动风险不会对公司持续经营能力构成重大不利影响。

经核查，我们认为：公司境外销售面临的有关进口政策、汇率变动等贸易环境对公司持续经营能力不存在重大不利影响。

7. 主要境外客户与公司及其关联方是否存在关联方关系及资金往来

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 获取报告期内主要境外客户的中信保资信报告，通过网络检索客户信息了解其基本情况，核查境外客户与公司是否存在关联关系；

2) 获取公司控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员、公司持股 5% 以上股东及其关系密切的家庭成员、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等人员填写的关联方调查表，取得公司出具的关联方清单；

3) 获取公司报告期内所有银行账户流水和控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员(包括配偶、成年子女)、公司持股 5% 以上股东及其关系密切的家庭成员(包括配偶、成年子女)、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员(包括核心技术人员、申报期内公司历任出纳、销售负责人和内审负责人)个人银行账户流水，核查主要境外客户与公司或上述人员是否存在除正常业务以外的资金往来，并获取关于不存在关联关系以及资金往来的个人声明；

4) 对公司主要境外客户进行实地走访(境外客户境内办事处)或视频访谈，询问客户是否与公司存在关联关系以及其他资金往来。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司主要境外客户与公司及其关联方不存在关联方关系及正常业务以外的资金往来。

综上，按照《适用指引》1-20 的相关要求对公司境外销售进行核查，我们认为，公司报告期各期境外销售收入真实、准确、完整，与实际业务发生情况相匹配。

五、其它财务问题

(1) 资产折旧核算准确性。根据申报文件，报告期各期末发行人固定资产余额分别为 2.37 亿元、2.56 亿元、2.40 亿元、2.27 亿元，投资性房地产余额分别为 1102.28 万元、1023.37 万元、944.46 万元、907.92 万元。请发行人：①进一步说明不同类型固定资产和投资性房地产折旧年限和残值率的具体判断标准和依据，相关资产的折旧年限和折旧率是否符合资产使用的实际情况，是否符合行业惯例，发行人对于确定相关资产折旧计算方式的内控措施及执行情况，各期同类资产折旧标准是否一致，是否存在滥用会计政策以调节利润等情况。②说明发行人投资性房地产的具体情况，相关资产的形成背景及使用情况，是否对外出租，相关资产的面积与租金价格和相关收入是否匹配，未来发行人对相关资产的规划安排。

(2) 关于停工损失。根据申报文件，2020 年度发行人管理费用中停工损失金额为 346.05 万元，停工停产期间研发人员薪酬、折旧均计入了管理费用。请发行人说明停工损失的具体构成情况，与发行人员工数量、薪酬费用、固定资产规模和折旧政策是否匹配，将研发人员薪酬和资产折旧计入管理费用停工损失是否符合《企业会计准则》的规定。

(3) 票据结算终止确认情况。根据申报文件，发行人背书或贴现的银行承兑汇票存在终止确认情况。请发行人补充披露发行人票据贴现和终止确认的具体情况，说明报告期内发行人结算方式是否发生明显变化，票据终止确认的具体依据，是否符合行业惯例，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

(4) 关于交易性金融资产。根据申报文件，报告期末发行人交易性金融资产余额为 2,000.44 万元。请发行人：①说明报告期各期购入和处置交易性金融资产的具体情况，发行人关于交易性金融资产的内部控制措施，相关交易是否履行了决策程序，信息披露是否合规，各期交易性金融资产与投资收益、公允价值变动收益及投资活动现金流是否匹配；②说明发行人货币资金是否存在受限情况，在货币资金余额并购入交易性金融资产情况下，仍大量贷款的合理性，相关资产负债情况与发行人实际经营是否匹配。

(5) 关于预付设备款。报告期末发行人其他非流动资产中预付设备款金额为 1,140.05 万元。请发行人说明采购的具体设备和供应商情况，相关设备的发货和投产安排，未来投产对发行人生产能力的影响，采用预付方式购买相关设备是

否符合行业及发行人与相关供应商交易的惯例。

(6) 关于其他业务收入。报告期各期发行人其他业务收入分别为 186.47 万元、612.79 万元、803.90 万元、379.81 万元，金额持续增长。请发行人进一步说明其他业务收入的具体构成情况，与发行人资产和业务的匹配性。

(7) 关于销售费用。根据申报文件，报告期各期发行人销售费用率明显低于行业均值。请发行人：结合与同行业公司销售方式、与客户合作模式、客户结构、主要客户情况等，进一步分析说明发行人销售费用率明显低于同行业公司的合理性，报告期各期发行人各项期间费用与现金活动现金流出情况及支付的其他与现金活动有关现金是否匹配。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。（审核问询函问题 8）

（一）资产折旧核算准确性

1. 进一步说明不同类型固定资产和投资性房地产折旧年限和残值率的具体判断标准和依据，相关资产的折旧年限和折旧率是否符合资产使用的实际情况，是否符合行业惯例，公司对于确定相关资产折旧计算方式的内控措施及执行情况，各期同类资产折旧标准是否一致，是否存在滥用会计政策以调节利润等情况

（1）固定资产和投资性房地产折旧年限和残值率的具体判断标准和依据

按照《企业会计准则第 4 号—固定资产》的规定，企业应当根据固定资产的性质和使用情况，合理确定固定资产的使用寿命和预计净残值。企业在确定固定资产使用寿命时，应当考虑下列因素：（一）预计生产能力或实物产量；（二）预计有形损耗和无形损耗；（三）法律或者类似规定对资产使用的限制。

按照《企业会计准则第 3 号—投资性房地产》的规定，采用成本模式计量的建筑物的后续计量，适用《企业会计准则第 4 号——固定资产》；采用成本模式计量的土地使用权的后续计量，适用《企业会计准则第 6 号——无形资产》。

公司按照企业会计准则的规定，结合行业特点及公司自身生产经营状况，包括产品生产工艺、预计生产能力等，综合考虑资产的实际使用情况、机器设备更新换代周期及预计损耗等因素，参考同行业可比公司折旧政策，确定不同类型固定资产和投资性房地产的折旧年限和残值率。

报告期内，公司固定资产的折旧政策如下：

类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
----	------	---------	--------	---------

房屋及建筑物	年限平均法	20.00-35.00	0.00-5.00	2.71-5.00
机器设备	年限平均法	3.00-11.00	0.00-5.00	8.70-31.67
运输设备	年限平均法	5.00	0.00-5.00	19.00-20.00
办公设备	年限平均法	3.00-5.00	0.00-5.00	19.00-33.33

报告期内，公司投资性房地产的折旧政策如下：

类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	年限平均法	20.00	0.00	5.00
土地使用权	年限平均法	46.00	0.00	2.17

报告期各期，公司投资性房地产均为出租的厂房及其对应的土地使用权，该部分厂房能够单独计量，且对外出租目的为赚取租金，符合会计准则对于投资性房地产的规定。

(2) 公司固定资产有关折旧计算的内部控制措施及执行情况

公司制定了《QP-038-TE00-固定资产管理控制程序》等相关制度，对固定资产的折旧范围、折旧年限、折旧方法及预计残值率等进行了明确的规定，报告期内，固定资产有关折旧计算的内控制度设计合理，执行有效。

(3) 公司固定资产折旧政策与同行业比较情况

公司名称	固定资产折旧政策				
	类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
精锻科技	房屋及建筑物	年限平均法	20.00	10.00	4.50
	机器设备	年限平均法	10.00	10.00	9.00
	电子设备	年限平均法	3.00	10.00	30.00
	运输设备	年限平均法	4.00	10.00	22.50
	检测设备	年限平均法	10.00	10.00	9.00
	办公用品及其他	年限平均法	10.00	10.00	9.00
双环传动	房屋及建筑物	年限平均法	30.00-40.00	5.00	2.38-3.17
	通用设备	年限平均法	5.00	5.00	19.00
	专用设备	年限平均法	5.00-10.00	5.00	9.50-19.00
	运输设备	年限平均法	5.00	5.00	19.00
中马传	房屋及建筑物	年限平均法	5.00-20.00	5.00	4.75-19.00

动	通用设备	年限平均法	5.00-10.00	5.00	9.50-19.00
	专用设备	年限平均法	10.00	5.00	9.50
	运输工具	年限平均法	5.00	5.00	19.00
	其他设备	年限平均法	5.00-10.00	5.00	9.50-19.00
铁流股份	房屋及建筑物	年限平均法	12.58-20.00	5.00	7.55—4.75
	机器设备	年限平均法	0.33-10.00	5.00	95.00—9.50
	运输设备	年限平均法	1.00-5.00	5.00	95.00—19.00
	办公设备及其他	年限平均法	0.50-5.00	5.00	95.00—19.00
福达股份	房屋及建筑物	年限平均法	20.00-30.00	5.00	3.17-4.75
	机械设备	年限平均法	10.00-15.00	5.00	6.33-9.50
	运输设备	年限平均法	5.00	2.00-5.00	19.00-19.60
	其他设备	年限平均法	5.00	2.00-5.00	19.00-19.60
公司	房屋及建筑物	年限平均法	20.00-35.00	0.00-5.00	2.71-5.00
	机器设备	年限平均法	3.00-11.00	0.00-5.00	8.70-31.67
	运输设备	年限平均法	5.00	0.00-5.00	19.00-20.00
	办公设备	年限平均法	3.00-5.00	0.00-5.00	19.00-33.33

注：数据来源于各可比公司 2022 年半年报

公司固定资产折旧政策与同行业比较不存在重大差异。

综上，公司固定资产折旧年限和残值率的确定符合资产使用的实际情况，符合行业惯例，确定相关资产折旧方法的内控制度设计合理，执行有效，各期同类资产折旧标准一致，不存在滥用会计政策以调节利润等情况。

2. 说明公司投资性房地产的具体情况，相关资产的形成背景及使用情况，是否对外出租，相关资产的面积与租金价格和相关收入是否匹配，未来公司对相关资产的规划安排

(1) 公司投资性房地产的具体情况

单位：万元

资产名称	类别	房屋坐落	权证字号	资产原值	投资性房地产分摊系数	投资性房地产分摊原值
厂房	房屋、建筑物	沙坪坝区井口园井熙路 4 号附 1 号	104 房地证 2012 字第 07651 号	1,286.33	100%	1,286.33
厂房	房屋、建筑物	沙坪坝区井口园井熙路 4 号附 3 号	104 房地证 2012 字第 07656 号			

土地使用权	土地使 用权	沙坪坝区井口园井 熙路4号附1号、 附3号	104房地证2012 字第07651号、 第07656号	849.85	70.51%[注]	599.23
合计				2,136.17		1,885.55

[注] 分摊系数=出租房产面积÷房产总面积

(2) 公司投资性房地产的形成背景及对相关资产的规划安排

报告期内，公司从固定资产转入投资性房地产的资产主要系公司位于井口老厂区的部分厂房。2019年因公司的主要经营部门自老厂区重庆市沙坪坝区井口园井熙路4号附3号搬迁至重庆市沙坪坝区振华路37号，故老厂区部分厂房处于闲置状态。公司与郭氏洪伸签订书面合同，将闲置厂房出租给郭氏洪伸以赚取租金。上述对外出租的厂房在用途、状态、目的等方面不同于公司自用厂房，符合投资性房地产的定义，公司决定将该等房产转入投资性房地产核算，并采用成本模式进行计量。未来，公司计划继续将该部分资产出租以赚取租金，在财务报表上作为投资性房地产进行列示。

(3) 投资性房地产使用情况及与相关收入的匹配情况

报告期内，公司投资性房地产均用于对外出租以赚取租金，相关租赁合同按年签订，详细情况如下：

承租人	租赁期	资产类别	租赁用途	租赁面积 (m ²)	月租金 (含税)	出租原因 及合理性
郭氏洪伸	2019/10/1 -2020/9/30	投资性房地产	工业生产及办公	13,273.69	27.46万元	赚取租金
	2020/10/1 -2021/9/30	投资性房地产	工业生产及办公	13,273.69	27.46万元	
	2021/10/1 -2022/9/30	投资性房地产	工业生产及办公	13,273.69	29.33万元	
		固定资产	工业生产	787.00		
	2022/10/1 -2023/9/30	投资性房地产	工业生产及办公	13,273.69	29.33万元	
		固定资产	工业生产	787.00		

其中，郭氏洪伸2021年续签合同时新增租赁面积787平方米，由于该房产系公司自用厂房中部分闲置区域，不能单独出售，不满足投资性房地产确认条件，因此相关资产仍属于固定资产。

报告期内，公司房屋租赁收入情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
房屋租赁收入	181.95	347.12	329.77	86.57
其中：郭氏洪伸	167.62	319.18	313.83	78.46
其他零星租赁	14.33	27.94	15.94	8.11
郭氏洪伸租赁月份数	6	12	12	3
郭氏洪伸租赁月租金 (不含税)	27.94	26.15、27.94	26.15	26.15
郭氏洪伸测算租金收入	167.62	319.18	313.83	78.46
测算差异				

报告期内，公司投资性房地产出租面积和租金价格与租金收入匹配。

3. 核查程序及结论

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

- 1) 了解与固定资产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) 对公司财务负责人进行访谈，了解固定资产、投资性房地产的划分依据、相关资产形成的背景以及未来对相关资产的规划安排，了解固定资产的折旧范围、折旧方法、折旧年限和预计净残值情况；
- 3) 获取公司固定资产卡片账和投资性房地产明细表，实地查看相关资产的使用情况；
- 4) 获取公司报告期固定资产和投资性房地产折旧明细表，复核报告期内折旧标准是否一致、折旧计算是否准确；
- 5) 获取并查阅同行业可比公司的年度报告和半年报，了解其固定资产折旧政策；
- 6) 获取并查阅公司报告期内签订的租赁合同，了解相关资产出租的面积、租金等关键条款，复核与租金收入的匹配性。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

- 1) 公司按照企业会计准则的规定，结合行业特点及公司自身生产经营状况，包括产品生产工艺、预计生产能力等，综合考虑资产的实际使用情况、机器设

备更新换代周期及预计损耗等因素，参考同行业可比公司折旧政策，确定不同类型固定资产和投资性房地产的折旧年限和残值率；相关资产的折旧年限和折旧率符合资产使用的实际情况，符合行业惯例；公司对于确定相关资产折旧计算方式的内部控制设计合理，执行有效；各期同类资产折旧标准保持一致，不存在滥用会计政策以调节利润等情况；

2) 公司投资性房地产系对外出租的位于井口老厂区的部分厂房。2019 年因公司的主要生产经营部门自老厂区重庆市沙坪坝区井口园井熙路 4 号附 3 号搬迁至重庆市沙坪坝区振华路 37 号，故老厂区部分厂房处于闲置状态。公司与郭氏洪伸签订书面合同，将闲置厂房出租给郭氏洪伸以赚取租金，相关资产的形成背景及使用情况符合公司的实际情况；投资性房地产出租面积和租金价格与租金收入匹配；未来公司计划继续将该部分资产出租以赚取租金。

(二) 关于停工损失。请公司说明停工损失的具体构成情况，与公司员工数量、薪酬费用、固定资产规模和折旧政策是否匹配，将研发人员薪酬和资产折旧计入管理费用停工损失是否符合《企业会计准则》的规定

1. 公司停工损失的具体构成及匹配情况

(1) 停工损失的具体构成

2020 年初新冠疫情爆发后，重庆中心城区全面封控，公司于 2020 年 2 月底逐步复工，2020 年 3 月起生产经营恢复正常。该次停工损失以涉及的生产线以及配套辅助车间为单位对停工期间的支出进行归集，金额合计 346.05 万元，包括生产人员薪酬 101.05 万元、固定资产折旧 198.98 万元和动力费用 46.02 万元。

根据《企业会计准则—存货》第三章第九条规定：“下列费用应当在发生时确认为当期损益，不计入存货成本：（一）非正常消耗的直接材料、直接人工和制造费用；（二）不能归属于使存货达到目前场所和状态的其他支出。”《企业会计准则—收入》第四章第二十七条：“企业应当在下列支出发生时，将其计入当期损益：……（三）非正常消耗的直接材料、直接人工和制造费用（或类似费用），这些支出为履行合同发生，但未反映在合同价格中。（四）无法在尚未履行的与已履行的履约义务之间区分的相关支出”。受新冠疫情影响，公司进入非正常生产状态，停工期间的相关投入无法形成产出，也无法通过运营策略的调整避免相关成本的产生，属于非正常消耗，与正常生产活动可明确区分，且金额可以可靠计量，因此将相关停工损失计入“管理费用—停工损失”科目核算和列报，

符合企业会计准则的相关规定。

(2) 停工损失与公司员工数量、薪酬费用、固定资产规模和折旧政策的匹配情况

停工损失中包括生产人员薪酬、固定资产折旧和动力费用。停产期间各车间人员的工资、社保、福利费、固定资产折旧及其他按照实际发生的成本费用直接进行归集，计入相应车间“生产成本”和“制造费用”科目。月末成本结转时，将属于停工期间所对应的“生产成本”和“制造费用”部分，结转计入“管理费用—停工损失”科目。2020年2月“生产成本”和“制造费用”中生产人员薪酬、固定资产折旧和动力费用发生及分配情况如下：

单位：万元

项目	当月累计金额	存货成本金额	停工损失金额
生产人员薪酬	132.88	31.83	101.05
固定资产折旧	217.18	18.20	198.98
动力费用	53.02	7.00	46.02
合计	403.08	57.03	346.05

2020年除2月以外的其他各月份的生产车间及配套辅助车间的生产人员薪酬、固定资产折旧平均金额为254.65万元、220.50万元，因生产人员薪酬、动力费用与产量直接相关，限产停产导致2020年2月生产人员薪酬、动力费用减少与当年度其他正常经营月份相关费用存在差异，具有合理性。

综上，公司停工损失的具体构成与公司员工数量、薪酬费用、固定资产规模和折旧政策相匹配。

2. 研发人员薪酬和资产折旧计入管理费用停工损失是否符合《企业会计准则》的规定

招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“(六)研发投入分析”之“1.研发投入构成明细情况”披露“2020年度公司研发费用较2019年度减少200.96万元，主要系2020年根据相关政策减免了社保以及新冠疫情停产期间研发人员薪酬、折旧计入了管理费用。”其中，“新冠疫情停产期间研发人员薪酬、折旧计入了管理费用”系表述错误，公司已在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“(六)研发投入分析”之

“1.研发投入构成明细情况”披露内容进行修改，调整为“2020年度公司研发费用较2019年度减少200.96万元，主要系2020年根据相关政策减免了社保以及受新冠疫情限产停产导致人工薪酬金额下降所致。”

综上，公司不存在将研发人员薪酬和资产折旧计入管理费用停工损失的情况。

3. 核查程序及结论

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

- 1) 访谈公司生产负责人，了解报告期内停工的具体原因；
- 2) 获取公司停工损失明细表，复核停工损失的计算过程和依据，核查停工损失的会计处理，比较分析停工前后费用的结构及变动情况；
- 3) 获取公司报告期内员工花名册、应付职工薪酬明细表、固定资产卡片账，分析停工损失与公司员工数量、薪酬费用、固定资产规模和折旧政策的匹配情况；
- 4) 获取公司停工期间研发费用明细表，结合员工花名册、研发人员名单、固定资产卡片账及折旧明细表，复核计入研发费用的薪酬、固定资产折旧是否准确。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

- 1) 公司停工损失以涉及的生产线以及配套辅助车间为单位对停工期间的支出进行归集，金额合计346.05万元，包括生产人员薪酬101.05万元、固定资产折旧198.98万元和动力费用46.02万元，与公司员工数量、薪酬费用、固定资产规模和折旧政策相匹配；
- 2) 公司未将研发人员薪酬和资产折旧计入管理费用停工损失，管理费用停工损失主要系生产人员薪酬、固定资产折旧和动力费用，符合企业会计准则的相关规定。

(三) 票据结算终止确认情况请公司补充披露公司票据贴现和终止确认的具体情况，说明报告期内公司结算方式是否发生明显变化，票据终止确认的具体依据，是否符合行业惯例，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

1. 票据贴现和终止确认的具体情况

报告期内，公司收到的应收票据均为银行承兑汇票，该等票据不存在贴现的情况。

(1) 报告期内公司票据背书的具体情况

单位：万元

期间	是否到期	背书转让、贴现情况	金额
2022年1-6月	期末已到期金额	已背书	157.00
	期末未到期金额	已背书	1,756.08
	合计		1,913.08
2021年度	期末已到期金额	已背书	2,358.93
	期末未到期金额	已背书	1,921.53
	合计		4,280.46
2020年度	期末已到期金额	已背书	1,864.44
	期末未到期金额	已背书	1,742.76
	合计		3,607.21
2019年度	期末已到期金额	已背书	2,038.17
	期末未到期金额	已背书	1,371.11
	合计		3,409.29

(2) 报告期末已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据情况

单位：万元

项目		2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
终止确认的 应收票据	背书	1,756.08	1,921.53	1,742.76	1,371.11
	贴现				
未终止确认的应收票据					
合计		1,756.08	1,921.53	1,742.76	1,371.11

公司银行承兑汇票的承兑人均均为商业银行，由于商业银行具有较高的信用，银行承兑汇票到期不获支付的可能性较低，报告期末，公司将已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的银行承兑汇票终止确认。

(3) 报告期采用银行承兑汇票结算的情况

报告期内，公司主要采用对公转账、电汇、信用证以及银行承兑汇票等方式进行结算，其中采用银行承兑汇票结算的情况见下表：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入金额	16,126.43	36,514.78	28,420.06	30,252.37
票据结算金额	1,913.08	4,174.96	3,627.51	3,448.84
票据结算占收入比例	11.86%	11.43%	12.76%	11.40%
其中：主要客户票据结算金额	1,697.00	3,536.64	3,014.27	2,841.76
主要客户票据结算占比	88.70%	84.71%	83.09%	82.40%

注：主要客户包括成都西菱、福伊特等下表8家销售客户

如上表所示，报告期各期公司采用银行承兑汇票结算的金额占营业收入金额比例分别为11.40%、12.76%、11.43%、11.86%，主要客户票据结算金额占当年票据结算总金额的比例分别为82.40%、83.09%、84.71%、88.70%。

报告期内，以银行承兑汇票作为结算方式的主要客户及其结算方式变动情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
成都西菱	银行承兑汇票	银行承兑汇票	银行承兑汇票	银行承兑汇票
福伊特	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票	无交易
江苏罡阳	银行承兑汇票	银行承兑汇票	银行承兑汇票	银行承兑汇票
银川威力	银行承兑汇票	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票	银行承兑汇票
重庆隆鑫	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账
浙江美可达	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账
建设雅马哈	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账	银行承兑汇票、对公转账
河南中轴	银行承兑汇票	银行承兑汇票	无交易	无交易

综上，结算方式系根据行业惯例及客户要求协商确定，报告期内公司结算方式保持一致，未发生明显变化。

2. 票据终止确认的依据

(1) 会计准则规定

根据《企业会计准则第23号—金融资产转移》(2017年修订)有关规定：“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，并分别下列情形处理：

1) 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。

2) 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。

3) 企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的（即除本 1）、2）之外的其他情形），应当根据其是否保留了对金融资产的控制，分别下列情形处理：① 企业未保留对该金融资产控制的，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。② 企业保留了对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认相关负债。继续涉入被转移金融资产的程度，是指企业承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。”

公司收到的应收票据均为银行承兑汇票，鉴于票据承兑人经营情况及商业信用较好，银行承兑汇票到期不获支付的可能性较低；同时，公司在存续期内未发生过因银行承兑汇票到期不能兑付导致公司被追索的情形，背书或贴现方式转让的银行承兑汇票所有权上几乎所有的风险和报酬已经转移，公司终止确认的银行承兑汇票符合终止确认的条件。

(2) 已背书银行承兑汇票终止确认符合行业惯例

同行业相关案例如下：

公司名称	票据终止确认的依据	票据终止确认的具体情形
中马传动	当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产	对期末已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据进行终止确认
双环传动	当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：(1) 收取金融资产现金流量的合同权利已终止；(2) 金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定	对期末已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据进行终止确认
精锻科技	公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产	对期末已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据进行终止确认
铁流股份	满足下列条件之一时，公司终止确认金融资产：(1) 收取金融资产现金流量的合同权利终止；(2) 金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；(3) 金融资产已转移，虽然公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是未保留对	对期末已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据进行终止确认

	金融资产的控制	
福达股份	已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产	对期末已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据进行终止确认。期末应收票据均为银行承兑汇票，公司认为所持有的银行承兑汇票不存在重大的信用风险，不会因银行或其他出票人违约而产生重大损失
公司	当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：a、收取金融资产现金流量的合同权利已终止；b、金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第23号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定	对期末已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据进行终止确认

注：数据来源于各可比公司 2022 年半年报

综上，公司将已贴现或已背书未到期的银行承兑汇票予以终止确认符合行业惯例，会计处理符合企业会计准则的相关规定。

3. 核查程序及结论

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 获取公司报告期各期应收票据明细表及应收票据备查簿，检查票据类型、承兑人、出票人、出票日、金额、到期日等主要信息，关注票据的背书、贴现及到期收款情况；

2) 了解公司将银行承兑汇票背书予以终止确认的原因，检查期末未到期应收票据终止确认的会计处理是否正确；

3) 访谈公司销售和财务负责人，了解报告期内主要客户的结算方式及其变化情况；

4) 获取并查阅同行业可比公司应收票据终止确认的依据和具体情形，分析公司会计处理是否符合行业惯例。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 公司已补充披露票据终止确认的具体情况；

2) 公司报告期内结算方式未发生明显变化；票据终止确认的具体依据符合行业惯例，相关会计处理符合企业会计准则的相关规定。

(四) 关于交易性金融资产

1. 说明报告期各期购入和处置交易性金融资产的具体情况，公司关于交易

性金融资产的内部控制措施，相关交易是否履行了决策程序，信息披露是否合规，各期交易性金融资产与投资收益、公允价值变动收益及投资活动现金流是否匹配

(1) 报告期各期购入和处置交易性金融资产的具体情况

1) 报告期各期购入和处置交易性金融资产情况：

单位：万元

项目	说明	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
期初余额	A	806.47		5,000.00	5,007.89
购入	B	12,085.60	41,309.10	14,540.00	20,390.00
公允价值变动	C	0.17	0.27		-7.89
处置	D	10,891.80	40,502.90	19,540.00	20,390.00
期末余额	E=A+B+C-D	2,000.44	806.47		5,000.00

2) 各类交易性金融资产交易明细情况

报告期内公司交易性金融资产包括三类：证券理财产品、结构性存款以及银行理财产品。

① 证券理财产品

报告期内，公司购买的证券理财产品主要系申万宏源证券有限公司（以下简称申万宏源）发行的理财产品，具体情况如下：

单位：万元

产品名称	产品主要条款	购买金额	赎回金额	期间	投资收益	收益率	理财产品资金流向
宝利鑫质押式报价回购产品	(1)产品类型：质押式报价回购 (2)产品期限：无固定期限	3,222.80	3,222.80	2021.3.29 -2021.11.22	1.34	0.54% -6.00%	[宝利鑫]是申万宏源开展的深圳证券交易所质押式报价回购交易业务，申万宏源以符合条件的自有资产作为质押物，通过质押式回购的方式向客户提出融资报价，为客户提供约定收益的短期理财服务。产品运作环节主要包括： ①申万宏源向中国结算深圳分公司抛交质押物，中国结算深圳分公司冻结质押物并依据折算后的标准券数量，给定申万宏源可发行的产品最大规模；②申万宏源通过官网、网上交易系统等平台向客户提供各期限产品的报价；③客户接受报价，向申万宏源提交初始交易委托指令，交易一经确认不可撤销；④申万宏源将在回购到期日返还客户的本金及收益。
		5.60	5.60	2022.1.7 -2022.1.10	0.00	0.67%	

金利三号 集合资产 管理计划	(1)产品类型: 固定收益类集合资产管理计划 (2)产品期限: 八年 (3)风险等级: R2(中低)风险金融产品	1,000.00	1,000.00	2021.4.7 -2021.6.24	7.70	3.60%	(1)固定收益类资产: 银行存款, 国内依法发行的固定收益类产品, 包括国内银行间市场和交易所市场上市交易的国债、金融债、地方政府债、央行票据、企业债、公司债(含项目收益债、非公开发行公司债)、中期票据、短期融资券、非公开定向债务融资工具、债券型基金、证券投资基金的优先级、资产支持证券、可交换债券、可转换债券、同业存单、债券逆回购、清算备付金、到期日在一年以内的国债等高流动性短期金融产品及其他法律法规或政策许可投资的固定收益证券品种; (2)权益类资产: 因可转换债转股或可交换债换股形成的权益类资产; (3)现金类资产包括现金、货币市场基金; (4)债券正回购。 法律法规或中国证监会允许集合计划投资其他品种的, 资产管理人与资产托管人协商一致且在履行变更程序后, 可以将其纳入本计划的投资范围。
龙鼎金牛 三值 7 期	(1)产品类型: 挂钩中证 500 指数保本型浮动收益凭证 (2)产品期限: 一年 (3)风险等级: R1(低风险)产品	796.70	796.70	2021.6.28 -2021.8.31	9.47	6.78%	补充产品发行人自有资金, 保证经营活动顺利进行
龙鼎金牛 三值 8 期		211.20	211.20	2021.6.29 -2021.10.11	3.72	6.19%	
龙鼎金牛 三值 51 期		214.90	214.90	2021.10.12 -2021.11.15	1.28	6.38%	
龙鼎金牛 三值 79 期		217.30	217.30	2021.11.22 -2021.12.28	1.46	6.81%	
龙鼎金牛 三值 34 期		806.20	806.20	2021.9.1 -2022.1.5	19.33	6.94%	
龙鼎金牛 三值 120 期		1,000.00	尚未到期	2022.1.20			
国债逆回购	与国债挂钩, 安全性较高	1,640.00	1,640.00	2022.1.6 -2022.1.10	0.15	取决于购买日的交易市价	

② 结构性存款

报告期内, 公司购买的结构性存款均系重庆农村商业银行股份有限公司的结构性存款, 具体情况如下:

单位: 万元

产品主要条款	购买金额	赎回金额	期间	持有时间(天)	投资收益	收益率	理财产品资金流向
保本浮动收益型 利率挂钩: 澳元 兑美元即期汇率		2,500.00	2018.12.13 -2019.1.18	36	7.40	3.00%	结构性存款 产品, 不涉 及最终投向
		2,500.00	2018.12.13 -2019.1.18	36	8.38	3.40%	
保本浮动收益型 利率挂钩: 3 个月 Libor	5,000.00	5,000.00	2019.1.24 -2019.4.26	92	42.22	3.35%	
	3,000.00	3,000.00	2019.7.25 -2019.10.24	91	25.43	3.40%	

	3,000.00	3,000.00	2019.10.29 -2019.12.27	59	16.97	3.50%	
2019 年小计	11,000.00	16,000.00			100.40		
保本浮动收益型 利率挂钩：3 个月 Libor	3,000.00	3,000.00	2020.4.1 -2020.6.24	84	24.16	3.50%	结构性存款 产品，不涉 及最终投向
	3,000.00	3,000.00	2020.6.29 -2020.9.27	90	24.41	3.30%	
2020 年小计	6,000.00	6,000.00			48.58		
保本浮动收益型 利率挂钩： EUR/USD 即期汇 率	2,000.00	2,000.00	2021.2.8 -2021.5.8	89	15.61	3.20%	结构性存款 产品，不涉 及最终投向
	2,000.00	2,000.00	2021.5.12 -2021.6.11	30	4.93	3.00%	
	3,000.00	3,000.00	2021.5.12 -2021.8.11	91	23.19	3.10%	
	3,000.00	3,000.00	2021.8.17 -2021.11.15	90	22.93	3.10%	
2021 年小计	10,000.00	10,000.00			66.65		

③ 银行理财产品

报告期内，公司购买的银行理财产品均系渝农商理财有限责任公司（重庆农村商业银行股份有限公司全资子公司）发行的江渝财富“天添金”渝快宝公募开放式理财产品，具体情况如下：

单位：万元

产品主要条款	购买金额	赎回金额	期间	投资收益	收益率	理财产品资金流向
(1)产品类型： 公募、固定收益 类、非保本浮动 收益型 (2)产品期限： 无固定期限 (3)风险等级： 二级（即较低风 险水平）	9,390.00	4,390.00	2019.9.25- 2019.12.31	28.86	3.78%	投资于以下符合监管要求的固定收益类资产，包括但不限于银行存款、同业存单、资产支持证券、公募货币基金、公募债券基金、质押式及买断式回购、银行间市场和交易所发行的债权、其他符合监管要求的债权类资产等，以上固定收益类资产投资比例不低于80%。其中银行存款、公募货币基金，同业存单、利率债等具有高流动性资产投资占比不低于15%，评级AAA及以下债券和其他固定收益类资产投资占比不高于85%。
	8,540.00	13,540.00	2020.1.1- 2020.12.31	114.92	3.50%	
	24,840.00	24,840.00	2021.1.4- 2021.12.31	68.83	2.96%	
	9,440.00	8,440.00	2022.1.5- 2022.6.30	19.86	2.47%	

注：收益率=投资收益÷加权平均持有本金，其中加权平均持有本金=Σ（每笔基金投资本金*持有天数/会计期间涵盖的天数）

报告期内，公司收回投资收到的现金主要为滚动赎回理财产品及结构性存款。公司投资支付的现金主要为滚动购买理财产品及结构性存款。公司利用自有闲置资金进行短期理财产品投资，在确保公司日常经营和资金安全的前提下，通过适度投资流动性好、安全性高、风险适当的理财产品以提高资金使用效率，获得一

定的投资效益。

(2) 公司关于交易性金融资产的内控措施、相关交易决策程序、信息披露合规性

1) 公司交易性金融资产的内控措施

① 对理财产品投资主要的内控措施

公司关于投资决策和审批的制度主要为《对外投资管理制度》，公司《对外投资管理制度》第六条规定“公司的股东大会、董事会、总经理办公会为公司对外投资的决策机构，各自在其权限范围内，对公司的对外投资做出决策，其他任何部门和个人无权做出对外投资的决定”。

在日常工作中，财务部根据年度经营目标，结合公司发展战略，制定资金计划，进行资金监控，在保证资金流动性、安全性的前提下，选择合理的理财方式，在董事会、股东大会授权范围内进行投资理财，做好公司资金的保值、增值工作，确保资金安全。

② 内控有效性

公司的理财产品主要为稳健型理财产品，风险较低。公司已制定对外投资的相关内部控制制度，并在日常经营中贯彻落实。公司依据相关制度对投资规模设定了梯度合理的决策审批环节，在把握风险可控的原则下，利用闲置资金购买与公司风险承受能力相匹配的低风险理财产品，既保证了资金安全，又提高了资金的使用效益。根据理财产品购买明细及实际投资收益，公司在报告期内购买的理财产品，符合公司对理财产品投资收益及风控管理等相关规定，理财产品投资收益及风控管理等相关内部控制有效执行。

2) 公司购买理财产品履行了决策程序并披露

报告期内，公司购买理财产品分别经第三届董事会第四次会议、2018年第四次临时股东大会，第三届董事会第十五次会议、2020年度股东大会会议审议通过，并在全股转系统进行公告。

(3) 各期交易性金融资产与投资收益、公允价值变动收益及投资活动现金流的匹配情况

单位：万元

项目	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	------------	--------	--------	--------

期初交易性金融资产余额	806.47		5,000.00	5,007.89
加：投资支付的现金	12,085.60	41,309.10	14,540.00	20,390.00
减：收回投资收到的现金	10,930.87	40,663.36	19,689.69	20,503.98
加：理财产品公允价值变动收益	0.44	0.27		
加：理财产品投资收益	39.07	160.46	163.50	121.37
减：取得投资收益收到的现金			13.80	15.28
减：其他变动	0.27			
期末交易性金融资产余额	2,000.44	806.47		5,000.00

报告期内，公司交易性金融资产与投资收益、公允价值变动收益及投资活动现金流匹配。

2. 说明公司货币资金是否存在受限情况，在货币资金余额并购入交易性金融资产情况下，仍大量贷款的合理性，相关资产负债情况与公司实际经营是否匹配

(1) 货币资金受限情况

报告期内，公司货币资金受限详细情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
银行承兑汇票保证金	599.40	694.20	396.00	700.00
信用证保证金	357.96			40.76
银行借款保证金		204.00		
受限货币资金小计	957.36	898.20	396.00	740.76
货币资金	10,056.81	9,042.27	10,987.05	4,049.58
受限货币资金占比	9.52%	9.93%	3.60%	18.29%

报告期内，公司受限资金系银行承兑汇票保证金、信用证保证金和银行借款保证金。公司已在编制报告期各期的现金流量表中作为非现金及现金等价物予以扣除。

(2) 货币资金余额并购入交易性金融资产情况下，仍大量贷款的合理性，相关资产负债情况与公司实际经营是否匹配

1) 货币资金构成情况

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面金额	占比(%)	账面金额	占比(%)	账面金额	占比(%)	账面金额	占比(%)
库存现金	4.39	0.04	2.95	0.03	2.43	0.02	5.44	0.13
银行存款	9,095.05	90.44	8,141.12	90.03	10,588.62	96.37	3,303.38	81.57
其他货币资金	957.38	9.52	898.20	9.93	396.00	3.60	740.76	18.29
合计	10,056.81	100.00	9,042.27	100	10,987.05	100.00	4,049.58	100.00

报告期各期末，公司货币资金主要由银行存款、其他货币资金构成，其中：其他货币资金系银行承兑保证金、银行借款保证金及信用证保证金，其使用存在限制。银行存款主要系外币存款，报告期内外币存款分别为1,657.38万元、6,689.60万元、7,063.41万元及8,174.08万元，占银行存款比例分别为50.17%、63.18%、86.76%及89.87%。外币存款主要系出口销售收汇形成，公司结合资金需求选择有利的结汇时点结汇。

2) 银行借款情况

① 银行借款整体情况

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
短期借款		680.00	4,950.00	6,900.00
一年内到期的非流动负债中银行借款	10,155.00	4,693.00	564.00	192.00
长期借款	6,428.00	12,365.00	12,394.00	11,008.00
银行借款合计	16,583.00	17,738.00	17,908.00	18,100.00

② 报告期各期短期借款增减变动情况

单位：万元

项目	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
期初金额	680.00	4,950.00	6,900.00	5,420.00
本期增加		680.00	4,950.00	6,900.00
本期减少	680.00	4,950.00	6,900.00	5,420.00
期末金额		680.00	4,950.00	6,900.00

③ 报告期各期长期借款增减变动情况（含分类为一年内到期的非流动负债的长期借款）

单位：万元

项目	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
期初金额	17,058.00	12,958.00	11,200.00	11,200.00
其中：流动资金借款	6,890.00	1,950.00		
固定资产借款	10,168.00	11,008.00	11,200.00	11,200.00
本期增加		4,950.00	1,950.00	
其中：流动资金借款		4,950.00	1,950.00	
固定资产借款				
本期减少	475.00	850.00	192.00	
其中：流动资金借款	7.00	10.00		
固定资产借款	468.00	840.00	192.00	
期末金额	16,583.00	17,058.00	12,958.00	11,200.00
其中：流动资金借款	6,883.00	6,890.00	1,950.00	
固定资产借款	9,700.00	10,168.00	11,008.00	11,200.00

3) 货币资金余额与贷款余额均较高的合理性，相关资产负债情况与公司实际经营匹配性

① 考虑不同渠道资金的使用限制，合理安排自有资金留存和贷款规模

公司作为生产型工业企业，资金需求较大，在原材料、人员薪酬以及扩大再生产等方面均需大额投入。考虑不同渠道资金的使用限制，公司审慎安排资金计划，将贷款资金和自有资金进行合理分流，流动资金贷款投入原材料采购，经营积累的自有资金投入到人员薪酬、扩大再生产和临时资金支付等。

A. 流动资金贷款的合理性

报告期内，公司流动资金贷款金额合理且相对稳定，考虑年度采购规模及采购付款信用期，公司流动资金贷款基本维持在7,000万元左右规模，其中2020年和2021年进行了流动资金贷款期限调整，由原有的一年期流动资金贷款调整为两年期。公司各年度流动资金贷款规模和采购总额的匹配性：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
平均流动资金贷款规模 [注 1]	7,226.50	7,235.00	6,900.00	6,160.00
采购总额	8,764.79	22,467.99	15,276.57	17,377.98
占比[注 2]	41.22%	32.20%	45.17%	35.45%

[注 1]平均流动资金贷款规模=(期初短期借款余额+期初长期借款中流动资金借款余额+期末短期借款余额+期末长期借款中流动资金借款余额)/2

[注 2]2022年1月-6月占比按年进行折算

B. 自有资金规模合理性

报告期内，随着业务规模的逐步提升，公司在人员薪酬及相关支出等方面的营运资金需求也同步上升。报告期各期，公司分别实现营业收入 3.03 亿元、2.84 亿元、3.65 亿元和 1.61 亿元，支付给职工以及为职工支付的现金分别为 0.61 亿元、0.48 亿元、0.63 亿元和 0.31 亿元。为保证公司业务稳健经营，公司需要保持一定规模货币资金用于正常周转。

除满足业务稳健增长的资金需求外，随着行业发展趋势、公司在战略布局方面的变化，扩大再生产资金需求亦相对较大。报告期内，公司顺应下游市场发展趋势，在现有业务的基础上进行拓展，进行不同应用领域产品的再开发、再创新。目前，公司在新能源汽车齿轮领域已取得长城汽车全资子公司蜂巢传动 20 万套新能源乘用车变速器传动部件的定点通知，并与潜在客户达成对 3 万套新能源商用车差速器传动部件的合作意向，新产品研发投入、试产、量产的固定资产投入以及募投项目的逐步实施均需占用大量资金。因此，为满足扩大再生产的资金需求，公司有必要保留一定规模的货币资金。

② 长期贷款未到偿还期限导致贷款余额偏高

2017 年-2019 年期间，因厂区搬迁涉及大量产线新建及固定资产投入，公司在 2017 年 9 月至 2018 年 9 月期间向银行申请固定资产贷款，贷款金额合计 11,200.00 万元，借款到期时间为 2023 年 9 月。基于特定期间建设需要及贷款性质，导致公司报告期内贷款余额及资产负债率偏高。

③ 保持与银行机构良好合作关系

公司通过银行贷款维护与银行的良好关系，提高资金运营效率。公司定期制定资金管理计划，并跟踪计划运行，在预计资金存在缺口时，综合考虑资金筹集

能力、资金成本和资产管理能力等因素，通过短期银行借款进行补充。报告期内，公司与银行机构保持良好合作关系，获得了较为充裕的授信额度，截至 2022 年 6 月 30 日，公司获得的银行综合授信共计 22,328.00 万元，公司借款利率较低，流动资金借款利率维持在 3.85%-4.35%之间。

④ 融资渠道单一

公司目前融资渠道较为单一，主要依靠银行贷款和自身的积累。随着公司业务规模的不断扩大，对资金的需求量持续增长，单一的融资渠道制约了公司的发展速度。因此，通过银行贷款方式解决部分资金需求存在必要性和合理性。

⑤ 同行业可比公司普遍存在“存贷比”偏高的情况

报告期内，同行业可比公司银行存款余额与贷款余额比值情况

公司名称	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
中马传动	N/A	N/A	N/A	771.96%
双环传动	12.86%	13.39%	14.17%	12.16%
精锻科技	77.06%	45.50%	56.33%	50.77%
铁流股份	156.10%	207.72%	220.90%	98.15%
福达股份	47.32%	65.85%	25.05%	17.82%
平均值	73.34%	83.11%	79.11%	190.17%
公司	54.85%	45.90%	59.13%	18.25%

注：数据来源于各可比公司 2019 年-2021 年年报、2022 年半年报

通过上表可知，“存贷比”偏高属于行业普遍现象，符合行业惯例。

综上，报告期内公司在货币资金购入交易性金融资产情况下，仍存在大量贷款具有合理性，资产负债情况与公司实际经营匹配。

3. 核查程序及结论

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 了解与资金管理、对外投资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) 获得报告期内理财产品说明书或协议书、银行回单和相关会计凭证，检查理财产品名称、发行方、投资范围、投资期限、收益率、理财产品资金流向等

内容，核査理财产品是否涉及公司的客户或供应商及其关联方；

3) 获取并査阅投资购买理财产品相关董事会决议、股东大会决议等决策文件，检查相关信息披露情况；

4) 对报告期各期末公司银行理财产品余额、银行存款和其他货币资金实施函证程序，确认期末理财产品余额的真实性、完整性以及货币资金的受限情况；

5) 获取公司报告期内的借款合同，査阅贷款银行、资金用途、利率、期限等关键要素条款；

6) 访谈公司财务负责人，了解货币资金受限情况、银行贷款的背景及原因、报告期各期资金使用情况、设备采购和项目建设情况等。

(2) 核査结论

经核査，我们认为：

1) 公司已说明报告期各期购入和处置交易性金融资产的具体情况，公司关于交易性金融资产的內控制度执行有效，相关交易均履行了决策程序，信息披露合规，各期交易性金融资产与投资收益、公允价值变动收益及投资活动现金流匹配；

2) 公司货币资金存在受限情况，主要系银行承兑汇票保证金、信用证保证金和银行借款保证金，在货币资金并购入交易性金融资产情况下仍大量贷款符合公司的实际情况，具有合理性，相关资产负债情况与公司实际经营匹配。

(五) 关于预付设备款。请发行人说明采购的具体设备和供应商情况，相关设备的发货和投产安排，未来投产对发行人生产能力的影晌，采用预付方式购买相关设备是否符合行业及发行人与相关供应商交易的惯例

1. 采购的具体设备和供应商情况，相关设备的发货和投产安排，未来投产对公司生产能力的影晌

公司根据实际生产经营情况、设备使用情况以及产能利用情况，结合对未来市场发展的规划，确定设备更新改造计划，采取询价等方式自主决定设备品牌和采购渠道。公司与供应商通过竞争性谈判确定设备参数、采购价格、结算方式、付款进度等核心条款，并签订采购协议。公司设备采购采用按进度付款的方式，付款节点一般包括协议签订、发货、安装验收以及质保等环节。其中进口设备协议签订环节的付款进度一般为 10%-30%，发货时的累计付款进度一般为 90%左右，安装验收环节累计付款进度一般为 100%。国产设备付款进度普遍低于进口设备，

同时安装调试验收完成一般预留 10%的质保金。

报告期末公司其他非流动资产均为预付设备款，截至本问询函回复日，大部分设备在期后已到货，部分处于安装调试阶段，部分已完成验收并结转至固定资产。

(1) 相关设备付款进度及到货情况

单位：万元

采购内容	预付款金额	付款进度	发货情况	到货情况
制齿设备	670.31	10%	期后已发货	进口设备，期后已到货
		90%	已发货	进口设备，尚未完成进口报关手续，期后已到货
数控车床	200.59	30%	期后已发货	进口设备，期后已到货
		90%	已发货	进口设备，期后已到货
检测设备	40.79	20%	未发货	
工业机器人	133.40	90%	期后已发货	进口设备，期后已到货
运输设备	80.00	20%	已发货	进口设备，期后已到货
其他设备	14.97	30%	期后已部分发货	期后已部分到货
合计	1,140.05			

注：期后指截至 2022 年 10 月 31 日

(2) 主要设备供应商及预付款情况

单位：万元

供应商名称	供应商类型	采购内容	预付款金额	账龄
株式会社神崎高级工机制作所	制造商	制齿设备	442.93	1 年以内
瑞士莱斯豪尔公司	制造商	制齿设备	189.81	1 年以内
重庆优尼科机电技术有限公司	进口代理商	数控车床	172.44	1 年以内
捷米(重庆)机器人有限公司	进口代理商	工业机器人	133.40	1 年以内
重庆东杰汽车销售服务有限公司	进口代理商	运输设备	80.00	1 年以内
大昌华嘉香港有限公司	进口代理商	检测设备	40.79	1 年以内
日本卡希富基公司	制造商	制齿设备	37.57	1 年以内
山善(上海)贸易有限公司	进口代理商	数控车床	28.15	1 年以内
合计			1,125.09	1 年以内

预付设备款金额	1,140.05	1年以内
占比	98.69%	

公司其他非流动资产中预付设备款账龄均在一年以内，付款进度与合同约定相符。截至本问询函回复日，除少量进口检测设备外，预付款对应的主要设备均已到货，预付设备款不存在长期挂账的情况。

公司上述设备主要系向境外供应商进口的生产设备，主要用于扩充产能或更新老旧设备。报告期期末预付设备款项占货币资金的比例为11.34%，占用流动资金比例较小，且大部分设备在报告期后已陆续到货，预付设备款占用流动资金的时间较短。

(3) 相关设备的投产安排及对公司生产能力的影

报告期内，公司采购上述设备主要用于齿轮相关生产线的建设，具体情况如下：

生产线	设备投产安排	对公司生产能力的影
磨齿综合区	磨齿机、数控齿轮磨床等制齿设备，以及齿轮检测设备	相关设备用于募投项目“新能源汽车高精度传动部件建设项目”，设备完全投产后连同其他必需设备将新增120万件新能源汽车齿轮的生产能力
双联齿轮1线	数控滚齿机、数控剃齿机、插齿机等制齿设备、数控车床、工业机器人等	相关设备用于传统燃油车变速箱一级换挡齿轮和二级换挡齿轮的生产，设备完全投产后连同其他必需设备将新增50万件齿轮的生产能力，相关产品目前处于小批量生产阶段
光孔盘形齿轮1线	数控滚齿机、数控剃齿机等制齿设备、数控车床、工业机器人等	相关设备用于传统燃油车变速箱三级换挡齿轮和涡轮的生产，设备完全投产后连同其他必需设备将新增50万件齿轮的生产能力，相关产品目前处于小批量生产阶段

2. 预付款方式购买相关设备是否符合行业及公司与相关供应商交易的惯例

(1) 同行业可比公司主要采取预付款方式采购生产设备

序号	公司名称	其他非流动资产构成			
		2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
1	中马传动	预付长期资产款项	预付长期资产款项	预付长期资产款项	预付长期资产款项
2	双环传动	无	预付软件款项	无	无
3	精锻科技	预付设备款、预付工程款、预付土地款、预付软件款和留底增值税进项税额	预付设备款、预付工程款、预付土地款、预付软件款和留底增值税进项税额	预付设备款、预付工程款、预付土地款、预付软件款和留底增值税进项税额	预付设备款、预付工程款、预付土地款、预付软件款和留底增值税进项税额

4	铁流股份	预付工程设备款	预付工程设备款	预付工程设备款	预付工程设备款
5	福达股份	预付工程设备款、预付房产土地款	预付工程设备款、预付房产土地款	预付工程设备款	预付工程设备款
6	公司	预付设备款	预付设备款	预付设备款	预付设备款

注：数据来源于 2019 年-2021 年年报及 2022 年半年报

由上表可知，同行业可比公司均采用预付设备款采购生产设备等长期资产，并将期末预付设备款列报于其他非流动资产，公司预付方式购买生产设备符合行业惯例。

(2) 公司向相关供应商预付款采购设备符合交易的一贯性

根据《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》中关于流动性与非流动性的划分原则，该类预付设备款不满足归类为流动资产的要求，主要原因为购买长期资产而支付的预付款项不可能在短期内变现，而是会转化为一项长期资产，在未来较长的时期内通过使用该项长期资产并从中获利。截至各报告期期末，公司预付设备款尚未到货，因此将购置设备预先支付的款项重分类至其他非流动资产中，会计科目的分类列报合理、准确。

报告期各期末，公司其他非流动资产内容及金额如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
预付设备款	1,140.05	115.52	142.14	378.97

报告期内其他非流动资产均为预付设备款，2019 年至 2021 年，随着搬迁完成、建设项目减少，预付设备款呈现逐年减少趋势。2022 年 6 月末，公司拟购入设备以扩大生产，预付设备款增加。

报告期各期，公司均存在采用预付款方式向设备供应商采购设备的情形，符合其交易的惯例。公司的各设备供应商与公司不存在关联关系，且供应商大部分属于成立 5 年以上的长期经营的国内外大中型设备制造商，报告期内未发生预付款项长期被占用和发生坏账的情形，不存在无法履约或无法收回款项的风险。

3. 核查程序及结论

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 对公司管理层及相关部门负责人进行访谈，了解与设备供应商的交易惯

例、设备采购的付款、到货、投产安排以及对生产的影响等情况；

2) 获取公司报告期内的设备采购合同、付款凭证和银行回单等原始凭证，查阅采购合同中关于发货、交付、付款等核心条款，评价预付方式购买设备的合理性；

3) 检查采购合同的实际执行情况，了解相关设备的发货、进口报关、申报完税等情况，实地查验相关设备的到货、安装调试和验收情况；

4) 通过公开渠道查询并获取主要设备供应商的基本信息和征信情况，结合回款及到货情况，分析设备供应商是否存在无法履约或公司无法收回款项的风险；

5) 对报告期各期末主要设备供应商预付款项进行函证；

6) 获取并查阅同行业可比公司其他非流动资产构成情况，了解是否存在以预付款方式购买相关设备的情形。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 公司已说明采购的具体设备和供应商情况，设备主要为向境内外具有一定影响力的生产厂商采购的生产设备和检测设备，除少量进口检测设备等外，预付款对应的主要设备已到货并按计划进行投产；

2) 公司采购的设备主要用于齿轮相关生产线的建设，设备投产后将进一步提升公司的生产能力，采用预付方式购买相关设备符合行业及公司与相关供应商交易的惯例。

(六) 关于其他业务收入。请公司进一步说明其他业务收入的具体构成情况，与公司资产和业务的匹配性

1. 其他业务收入的具体构成情况

(1) 报告期各期，其他业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋出租收入	181.95	47.90%	347.12	43.18%	329.77	53.81%	86.57	46.42%
电费及租赁变电设施收入	111.86	29.45%	266.54	33.16%	181.91	29.69%	11.93	6.40%
废料销售收入	55.94	14.73%	134.29	16.71%	87.3	14.25%	74.8	40.11%

其他	30.06	7.92%	55.95	6.96%	13.81	2.25%	13.17	7.07%
合计	379.81	100.00%	803.9	100.00%	612.79	100.00%	186.47	100.00%

报告期内，公司其他业务收入主要为房租出租收入、电费及租赁变电设施收入和废料销售收入等；报告期各期，其他业务收入占营业收入的比重分别为0.62%、2.16%、2.20%和2.36%，占比较小，对公司营业收入不构成重大影响。

(2) 其他业务收入持续增长的原因

报告期内，公司其他业务收入金额持续增长，主要系因租赁产生的租金及租户用电相关费用的增加。2019年至2020年房租收入增加主要系公司自2019年10月起将老厂区部分厂房出租给郭氏洪伸用于生产经营。电费及租赁变电设施收入系郭氏洪伸租用公司变电设施用于生产而产生，随着郭氏洪伸用电量增加，公司电费及租赁变电设施收入也随之增长。2021年房租收入增加主要系从2021年10月出租面积增加导致房租月租金增长所致，租赁面积变动情况详见本说明五（一）2之所述。

废料销售收入主要为铁屑销售收入，2019至2020年，公司业务增长平缓，废料销售收入波动不大；2021年开始，受公司业务规模增长和钢铁市场行情上涨的双重影响，公司铁屑数量及单价同时增长，导致铁屑销售收入增长幅度较大。

2. 其他业务收入与公司资产和业务的匹配性

(1) 房屋出租收入

报告期内，公司房屋出租收入主要系向郭氏洪伸出租老厂房的收入，各期租金均严格按照合同约定的租赁面积和单价进行结算，具体情况详见本说明五（一）2之所述。

(2) 电费及租赁变电设施收入

电费及租赁变电设施收入主要系出租房屋并配套出租变电设施产生的收入，每月根据承租人的实际用电量进行结算，电费及租赁变电设施收入与公司资产规模和业务无法匹配。

(3) 废料销售收入

报告期内，废料销售收入主要系公司毛坯件加工过程中产生的铁屑，销售给重庆市沙坪坝区物资回收有限责任公司实现的收入。

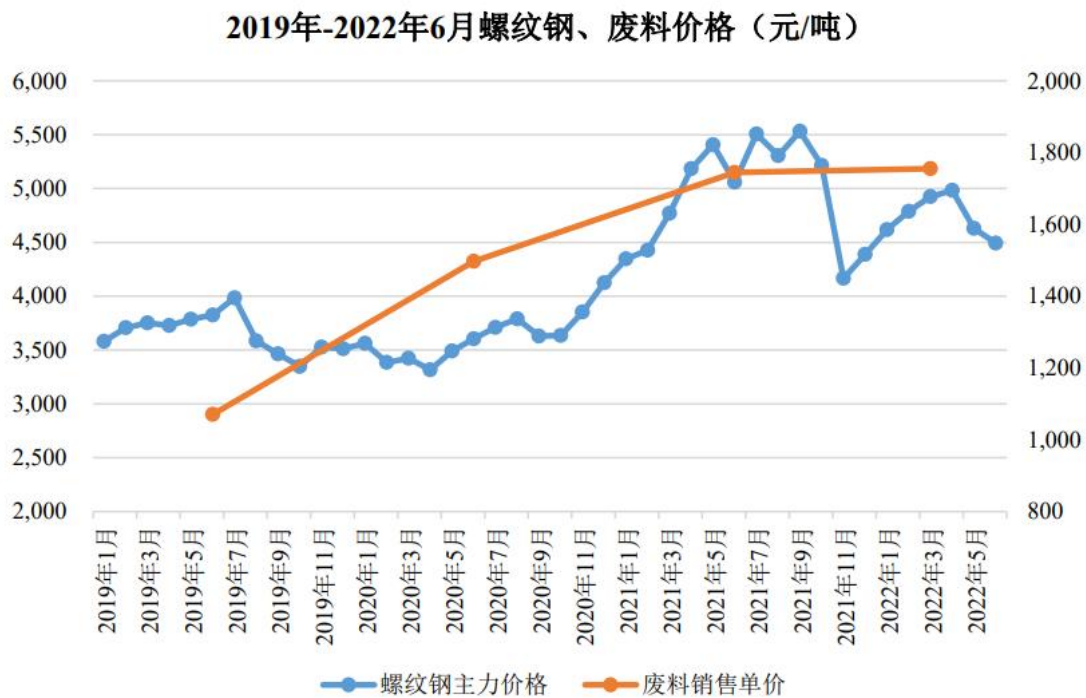
1) 废料数量和产量的匹配关系

年度	废品销售收入 (元)	废料销售数量 (吨)	销售单价 (元/吨)	齿轮、离合器 及零件产量 (万件)	废料销售数量 /齿轮、离合器 及零件产量 (吨/万件)
2022年1-6月	559,432.74	318.72	1,755.25	732.78	0.43
2021年度	1,342,916.81	769.70	1,744.73	1,884.52	0.41
2020年度	873,022.11	583.15	1,497.08	1,386.13	0.42
2019年度	747,978.54	698.73	1,070.48	1,713.03	0.41

报告期内，公司废料销售收入分别为74.80万元、87.30万元、134.29万元和55.94万元。报告期内，公司废料率整体保持稳定，废料销售收入随市场钢材价格的升高相应增加，废料销售数量与产量具有较强匹配关系。

2) 废料销售单价和螺纹钢期末价格走势

报告期各期，废料销售单价和螺纹钢期货价格走势：



数据来源：东方财富 Choices

公司废料销售单价的走势和螺纹钢期货走势基本一致，未见重大异常。

3) 废料销售客户基本情况

报告期内，公司废料销售客户仅为重庆市沙坪坝区物资回收有限责任公司，其基本情况如下：

公司名称	重庆市沙坪坝区物资回收有限责任公司
------	-------------------

统一社会信用代码	91500106203053284N
成立时间	1990年3月7日
法定代表人	罗中余
注册资本	408万元人民币
实收资本	404.8686万人民币
注册地址	重庆市沙坪坝区渝碚路88-3号
主要生产经营地	重庆市沙坪坝区渝碚路88-3号
经营范围	一般项目：废旧物资购销、加工；黑色金属冶炼及铸造、委托、寄售生活用品(限经核准的分支机构经营)；销售：金属材料(不含稀贵金属)、家用电器、百货(不含农膜)、汽车零部件、家具、摩托车零部件、文化办公机械；废旧蓄电池回收、废旧机械设备拆除、房屋拆除(均须取得相关资质或审批后方可从事经营)；机械设备租赁；会务服务；市场调查。(以上范围国家法律、法规禁止经营的不得经营；国家法律、法规规定应经审批而未获审批前不得经营)* (除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)
股权结构	重庆市沙坪坝区供销合作社持有66.05%股权，侯天明、钱应明、徐家俊、余东林、曾勇、汪红等48名股东共持有33.95%股权

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司5%以上股份的股东与该客户不存在关联关系。

2. 核查程序及结论

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

- 1) 获取报告期内其他业务收入明细表，了解其他业务收入的具体构成情况；
- 2) 获取报告期内租赁收入明细表和房屋租赁合同，关注承租人、租赁价格、租赁面积以及租赁期间等关键合同条款，复核各期租金计算过程，检查租赁发票、收款凭证等原始单据，实地查看对外出租厂房的实际使用情况，并对承租方进行函证；
- 3) 获取报告期内电费及租赁变电设施收入明细表和相关协议，检查销售发票、用电量明细、收款凭证等结算单据，复核电费及租赁变电设施收入的确认并进行函证；
- 4) 获取报告期内废料收入明细表和相关销售协议，对公司管理层进行访谈，了解废料管理流程以及合同实际执行情况，检查废料销售发票、废料过磅单、以及收款凭证等结算单据，并对废料回收单位进行函证；

5) 复核废料销售数量与产量的配比关系，关注废料产出与公司生产经营的匹配性。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

公司其他业务收入主要包括房屋出租收入、电费及租赁变电设施收入和废料销售收入等，房屋出租收入和电费及租赁变电设施收入主要基于报告期内的投资性房地产出租产生，废料销售收入主要来自于生产过程中产生的铁屑等废料，与公司资产和业务相匹配。

(七) 关于销售费用。请公司：结合与同行业公司销售方式、与客户合作模式、客户结构、主要客户情况等，进一步分析说明公司销售费用率明显低于同行业公司的合理性，报告期各期公司各项期间费用与现金活动现金流出情况及支付的其他与现金活动有关现金是否匹配

1. 公司销售费用率明显低于同行业公司的合理性

(1) 报告期各期，公司销售费用构成

单位：万元

项目	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
运输费							340.80	45.78
职工薪酬	64.91	44.62	150.59	50.16	133.69	45.11	144.20	19.37
业务招待费	21.66	14.89	45.25	15.07	29.13	9.83	85.59	11.50
产品质量维护费	30.35	20.86	53.3	17.75	41.71	14.07	59.01	7.93
差旅费	4.47	3.08	10.43	3.48	12.82	4.33	49.69	6.68
其他	24.08	16.55	40.65	13.54	79.04	26.67	65.08	8.74
合计	145.47	100.00	300.21	100.00	296.39	100.00	744.37	100.00

报告期各期，销售费用率分别为 2.46%、1.04%、0.82%、0.90%，公司销售费用主要由职工薪酬、业务招待费、产品质量维护费、差旅费和其他销售费用构成，均为公司销售部门和销售人员开展日常销售活动所必要的支出，剔除 2019 年运费影响，销售费用率各期波动幅度不大。

自 2020 年起，根据《企业会计准则第 14 号——收入》(财会[2017]22 号)

的相关规定，运费作为合同履约的必要活动支出计入主营业务成本，因此，2020年-2022年1-6月运输费用未列示在销售费用中。

报告期内，公司运输费用占营业收入的比重情况具体如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
运输费用(万元)	179.38	433.93	376.18	340.80
营业收入(万元)	16,126.43	36,514.78	28,420.06	30,252.37
运输费用占营业收入比例	1.11%	1.19%	1.32%	1.13%

报告期各期，公司所发生的运输费用金额为340.80万元、376.18万元、433.93万元和179.38万元，占各期营业收入的比重为1.13%、1.32%、1.19%和1.11%，运输费用占营业收入比重各期波动幅度不大。

(2) 公司与同行业可比公司销售费用率比较分析

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率情况：

公司名称	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
中马传动	0.59%	0.96%	1.17%	2.82%
双环传动	0.90%	1.30%	3.06%	3.50%
精锻科技	0.55%	0.70%	0.67%	2.62%
铁流股份	5.47%	5.41%	4.92%	6.95%
福达股份	2.42%	2.94%	2.47%	4.64%
平均数	1.99%	2.26%	2.46%	4.11%
公司	0.90%	0.82%	1.04%	2.46%

注：数据来源于各可比公司2019年-2021年年报、2022年半年报

同行业可比公司销售方式、主要产品、与客户合作模式和客户结构情况：

公司名称	销售模式	主要产品	与主要客户合作模式	客户结构
中马传动	主要为直销模式	汽车变速器、新能源汽车减速器、电控分动器、汽车齿轮、摩托车齿轮、农机齿轮	汽车变速器产品客户主要为国内知名整车厂，车辆齿轮产品客户主要为全球汽车零部件百强企业及摩托车、农机整车生产企业，公司与主要客户合作关系稳定，与其一般先签订供货框架协议，确定价格调整原则或者产品价格区间，然后在合作期间根据具体的市场行情对价格进行确认	客户类型涉及汽车整车生产企业、全球汽车零部件百强企业、摩托车整车生产企业和农机整车生产企业，遍布长三角、环渤海、华中、西南、东北、珠三角六大汽车基地
双环传动	直销为主，少量出口产品采用代理的方式进行	乘用车齿轮、电动工具齿轮、工程机械齿轮、摩托车齿轮、商用车齿轮、减速器	与主要客户签订框架性协议，对单价等进行初步约定	客户主要集中于整车制造以及为整车制造配套的发动机、变速箱、车桥生产企业

精锻科技	直销模式	汽车差速器锥齿轮、汽车变速器结合齿齿轮、汽车变速器轴类件、EDL（电子差速锁齿轮）、同步器齿圈、离合器驱动盘毂类零件、驻车齿轮、新能源汽车用电机轴和差速器总成、高端农业机械用齿轮等	对外销售产品一般每年与客户签订一次年度销售框架协议，对货物价格及规格、产品质量、年度预计采购量、运输及交货方式、结算方式、违约责任等进行约定，以后的具体供货时间和数量以采购方订单或计划为准	客户涵盖国内和国外两大市场的多家知名车企
铁流股份	以经销商模式和自营模式为主	干摩擦式离合器、发动机高压共轨系统喷油器及新能源车辆精密零部件、拖拉机双作用离合器、制动片等农机装备核心部件、液力传动装置、飞轮减震器等	客户主要包括国内主机配套市场客户、国内售后服务市场客户和国外售后服务市场客户。公司一般在年初或前一年底与国内主机配套客户、国内售后服务市场客户签订年度供货框架协议，后续根据实际情况按订单供货，订单表现为多批次、小金额特点。公司未与国外客户签订框架协议，按实际订单供货，单笔订单一般金额较小	主要客户是渠道覆盖面较广且具有一定规模的汽车零部件商贸流通企业或出口贸易商，以及重点培育主机备品市场和大客户
福达股份	主机配套直销模式和售后服务代理销售模式	发动机曲轴、汽车离合器、螺旋锥齿轮、精密锻件和高强度螺栓等	与主要客户签订框架协议	目前公司主要配套的境内客户均为国内主要发动机及整车厂商，包括众多国际大型发动机及整车生产企业在中国设立的合资企业，主要分为整车、发动机、工程机械及车桥生产企业；公司的客户以境内整车厂、主机厂为主逐步发展为境内外客户并重的产业格局
公司	直销	齿轮（汽车、摩托车、非道路用车）和离合器（摩托车）	主要通过与客户签署框架协议和具体订单的形式进行合作。框架协议期限一般为1年，主要对双方的权利义务关系进行概括性规定，约定内容包括合作原则、产品包装和运输、价格调整原则或者产品价格区间、交货和验收原则、价款结算方式、质量保证和违约责任等。当客户有具体需求时，下发具体订单，订单内容包括产品型号和规格、数量和金额、具体交货时间和地址等	产品主要为国内外大型整车制造企业的主流车型配套

注：数据来源于各可比公司 2022 年半年报和招股说明书

由上表可见，公司与中马传动、双环传动、精锻科技的销售模式均以直销模式为主，面向的客户主要是整车配套市场，销售的产品以汽车和摩托车齿轮为主，产品直接到达主机厂或整车厂等终端客户。而铁流股份和福达股份存在直销模式、经销商模式和代理商模式，面向的市场包括整车配套市场和售后服务市场，客户既有终端主机厂，也有中间的代理商和经销商，其销售费用的构成和占比与公司存在较大差异。

1) 公司与中马传动、双环传动、精锻科技销售费用率的比较

公司名称	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
------	------------	--------	--------	--------

中马传动	0.59%	0.96%	1.17%	2.82%
双环传动	0.90%	1.30%	3.06%	3.50%
精锻科技	0.55%	0.70%	0.67%	2.62%
平均数	0.68%	0.99%	1.63%	2.98%
公司	0.90%	0.82%	1.04%	2.46%

注：数据来源于各可比公司 2019 年-2021 年年报、2022 年半年报

中马传动、双环传动、精锻科技均采用直销模式，销售费用率与公司较为接近。受会计准则变更的影响，中马传动、精锻科技和公司自 2020 年起、双环传动自 2021 年起将运输费调整到主营业务成本进行列支，剔除运输费影响后，公司与该 3 家可比公司的销售费用率的平均值基本保持一致。

2) 公司与铁流股份、福达股份销售费用率的比较

公司与铁流股份、福达股份销售费用各明细项目占营业收入的比重如下：

项目	2022 年 1 月-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	公司	铁流股份	福达股份	公司	铁流股份	福达股份	公司	铁流股份	福达股份	公司	铁流股份	福达股份
运输费										1.13%	1.59%	1.30%
职工薪酬	0.40%	2.73%	0.89%	0.41%	1.76%	0.59%	0.47%	1.37%	0.55%	0.48%	1.22%	0.63%
业务招待费	0.13%	0.25%	0.17%	0.12%	0.31%	0.12%	0.10%	0.33%	0.12%	0.28%	0.38%	0.17%
产品质量维护费	0.19%	1.67%	0.60%	0.15%	2.47%	1.68%	0.15%	2.26%	1.27%	0.20%	2.57%	1.95%
差旅费	0.03%	0.12%	0.19%	0.03%	0.13%	0.13%	0.05%	0.11%	0.12%	0.16%	0.15%	0.19%
其他	0.15%	0.35%	0.13%	0.11%	0.20%	0.10%	0.28%	0.26%	0.08%	0.22%	0.35%	0.11%
仓储费		0.13%	0.43%		0.23%	0.31%		0.33%	0.32%		0.38%	0.30%
销售佣金		0.06%			0.14%			0.18%			0.17%	
展销费		0.02%			0.10%			0.07%			0.07%	
广告宣传费		0.06%			0.04%			0.03%			0.11%	
保险费		0.09%			0.03%			0.05%			0.04%	

注：数据来源于铁流股份、福达股份 2019 年-2021 年年报、2022 年半年报

公司与铁流股份、福达股份销售费用率的差异，主要体现在产品质量维护费（售后服务费）、职工薪酬和仓储保管费。

① 产品质量维护费（售后服务费）

基于业务结构和产品类别差异，公司与铁流股份、福达股份产品质量维护费存在较大差异。齿轮类零件产品通常生产下线即可销售，独立性、整体性好，售后维护费相对较少；而其他部件类产品通常由独立生产的零件装配组合而成，因所涉多个零件且受不同零件间兼容度影响，售后维护费相对较高。

② 职工薪酬

职工薪酬费用率差异主要各地工资水平差异、销售机构设置情况以及销售激励政策不同所致。报告期内，公司与福达股份薪酬占比接近、与铁流股份差异较大。公司与铁流股份报告期前三年平均工资对比情况如下：

单位：元/年/人

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
公司	68,887.13	73,564.87	58,868.87	60,446.05
铁流股份	未披露	105,718.39	111,098.97	105,417.28

注：本表所称每人年平均工资的计算公式为：每人年平均工资=当期应付职工薪酬-工资、奖金、津贴和补贴本期增加数/在职员工总人数；铁流股份数据来源于2019-2021年报

铁流股份位于浙江省杭州市，属东部经济发达地区，其平均工资高于公司。同时，二者销售模式的不同，也直接导致了销售人员薪酬的差异：铁流股份在国内售后服务市场建成了发达的经销商网络体系，为国内各个省份均配备区域销售经理，负责所辖省份的客户开拓、销售和售后服务工作；在国外市场上，铁流股份在北美和欧洲设立子公司，直接负责当地市场的客户开拓和售后服务。而公司客户构成以各大主机厂为主，凭借着其深耕行业多年取得的良好口碑以及优质的产品质量和服务，与众多国内外客户建立了良好而稳定的合作关系；公司在销售渠道开发上主要以展会、客户拜访等方式为主，投入相对较少。因此，公司销售费用中的职工薪酬低于铁流股份具有合理性。

③ 仓储保管费

仓储行为的发生主要取决于各公司的销售、备货策略。由于公司50%左右的销售收入来自于出口销售，该部分出口销售直接由公司发货至港口报关出口，无需租赁仓库储存。50%的国内销售收入中有65%左右的产品系与客户进行用量结算(即公司将产品直接运送至客户仓库，客户根据使用量与客户进行结算)，该部

分产品也无需租赁仓库储存。此外由于公司客户集中度较高，国内销售中前十客户占比 80%，公司可以在较短时间内及时响应客户的需求，因此报告期内公司仓储费远低于同行业。而同行业其他公司主要为内销(铁流股份、双环传动、中马传动、福达股份 2019-2021 年国内平均销售比例分别为 68.83%、86.56%、93.44%、97.96%)且客户集中度不高(铁流股份、双环传动、中马传动、福达股份 2019-2020 年前五客户平均销售占比分别为 28.83%、22.97%、49.76%、49.44%)，为及时响应客户需求保证供货及时性，其均对外租赁仓库从而产生仓储费。

此外，公司在日常经营活动中不断提高效率，强化内部成本和费用控制，能够根据市场形势，对期间费用进行严格控制，保持期间费用率维持在较低水平。因此，由于销售模式、客户结构和产品结构等方面存在差异，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平具有合理性。

2. 期间费用与现金流的匹配情况

报告期各期，公司“支付其他与经营活动有关的现金”构成情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
支付销售费用、管理费用等期间费用	284.10	573.27	636.04	895.90
票据保证金	205.20			
其他	54.33	104.89	44.06	25.40
合计	543.63	678.16	680.10	921.30

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金主要包括支付期间费用、票据保证金和其他等三项内容。其中支付期间费用系扣除职工薪酬、折旧摊销等非付现费用的付现销售费用、付现管理费用和付现研发费用。票据保证金系支付的与经营活动相关的应付票据保证金余额的变动净额，其他项目主要包括支付的银行手续费、罚款以及其他保证金等。销售费用、管理费用和研发费用三项付现费用与现金活动现金流出的匹配性测算如下：

(1) 财务费用与现金流的匹配情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
财务费用项目：				

利息费用①	395.04	844.91	863.38	895.20
利息收入②	11.68	17.49	20.19	42.19
汇兑损益	-498.76	170.40	510.00	-107.67
银行手续费③	20.27	42.56	30.69	29.83
现金流量表项目：				
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金项目中的利息支出④	395.04	844.91	863.38	895.20
收到其他与经营活动有关的现金项目中的利息收入⑤	11.68	17.49	20.19	42.19
支付其他与经营活动有关的现金项目中的手续费⑥	20.27	42.56	30.69	25.40
勾稽差异 1(①-④)				
勾稽差异 2(②-⑤)				
勾稽差异 3(③-⑥)				4.43

报告期各期，公司财务费用与现金流量表相关项目基本勾稽。

(2) 销售费用、管理费用、研发费用与现金流匹配情况

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
付现销售费用	50.21	96.33	120.99	545.83
付现管理费用	225.22	470.25	471.15	319.66
付现研发费用	8.67	6.69	43.90	30.40
小计①	284.10	573.27	636.04	895.90
支付其他与经营活动有关的现金项目中的销售费用	50.21	96.33	120.99	545.83
支付其他与经营活动有关的现金项目中的管理费用	225.22	470.25	471.15	319.66
支付其他与经营活动有关的现金项目中的研发费用	8.67	6.69	43.90	30.40
小计②	284.10	573.27	636.04	895.90
勾稽差异(①-②)				

报告期各期，公司付现销售费用、付现管理费用和付现研发费用与现金流量相关项目勾稽。

2. 核查程序及结论

(1) 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1) 获取公司销售费用明细表，比较报告期内各费用明细的变动情况，了解并分析主要项目变动的原因及合理性；

2) 对销售费用执行细节测试，抽查销售费用相关的合同、发票、付款凭证等原始单据，检查销售费用的真实性；对资产负债表日前后的销售费用实施截止性测试，检查是否存在费用跨期的情况，关注销售费用的完整性；

3) 查阅同行业上市公司的年度报告和招股说明书，了解同行业销售费用构成，分析公司销售费用结构、销售费用率占比与同行业存在差异的原因及合理性；

4) 获取报告期各期现金流量表明细，与各期间费用进行勾稽核对，分析付现期间费用与现金流出的匹配性。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 公司的销售模式为直销模式，报告期各期销售费用的构成及销售费用率与以直销模式为主的同行业公司不存在显著差异；

2) 公司销售费用率低于同行业可比上市公司平均水平，主要系业务结构、销售方式、与客户合作模式等因素不同，具有商业合理性；

3) 报告期各期公司各项期间费用与现金活动现金流出情况及支付的其他与经营活动有关的现金相匹配。

六、募集资金用途合理性。请保荐机构、申报会计师对公司分红及购买理财产品的资金流向进行核查，并对相关资金是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方或者为发行人代垫成本费用的情况发表明确意见。（审核问询函问题9）

(一) 公司分红资金流向核查

1. 现金分红

报告期内，公司进行了三次现金股利分配，具体情况如下：

序号	股东大会审议通过日	权益分配方案	股权登记日	派息日	派发金额(万元)
1	2022-05-20	每10股派人民币现金3.00元	2022-07-19	2022-07-20	2,277.43

2	2021-05-21	每 10 股派人民币现金 5.00 元	2021-07-19	2021-07-20	3,795.71
3	2019-04-18	每 10 股派人民币现金 10.00 元	2019-05-22	2019-05-23	7,591.42

报告期内及期后公司累计现金股利分配合计金额 13,664.56 万元，股东分红明细情况如下：

单位：万元

股东名称	股利派发金额	报告期内到账金额	期后到账金额
吴银剑	11,370.28	9,475.23	1,895.05
吴银华	1,013.91	844.92	168.99
吴银翠	979.75	816.45	163.29
其他股东	300.62	250.53	50.09
合计	13,664.56	11,387.13	2,277.43

注：2022 年股利分配派息日为 2022 年 7 月 20 日

2. 分红资金流向和用途

报告期内，吴银剑、吴银华和吴银翠持有公司股份比例合计为 97.80%，为公司历次现金分红的主要受益人，截至问询函回复日其他在册股东（非二级市场交易产生的新股东）所分得红利金额相对较小，且均分别向公司出具《确认函》，确认“分红款未流向旺成科技及其子公司的客户和供应商及其关联方，不存在协助公司代垫成本费用等情形”。因此，下文仅对吴银剑、吴银华和吴银翠分红资金流向进行列示。

(1) 吴银剑

报告期内，实控人吴银剑累计收到公司分红款项 9,475.23 万元，主要资金流向和用途如下：

单位：万元

项目	款项性质	金额	主要资金流向和用途
分红资金来源	公司分红款项	9,475.23	
	其他投资分红款	736.70	
	合计	10,211.93	

主要 分红 流向 和用 途	转至配偶、子女等	3,477.68	转至儿子吴科言账户 3,173.00 万元，其个人账户资金流出主要用于银行和证券理财 2,175.51 万元，房屋装修 532.70 万元，“眯眼侦探社”投资 60.00 万元，个人其他日常支出 54.79 万元，账户留存 153.49 万元
			转至配偶谢继红账户 219.68 万元，其个人账户资金流出主要用于银行和证券理财 248.49 万元
			转至女儿吴雅琪账户 85 万元，主要用于其个人日常消费支出
	投资理财	3,312.05	银行及证券投资理财
	赠予亲属	1,880.37	赠予吴银华 1,030.24 万元，吴银翠及其子女合计 850.13 万元，具体详见吴银华、吴银翠分红资金流向
	购置房产	862.13	
	个人及家庭消费支出	231.20	
	账户留存	427.10	
	合计	10,190.53	

注：不含本人账户间的资金划转，投资理财为净额列示

(2) 吴银华

报告期内，吴银华累计收到公司分红款项 844.92 万元，接受吴银剑赠予款项 1,030.24 万元，主要资金流向和用途如下：

单位：万元

项目	款项性质	金额	主要资金流向和用途
分红 及赠 与资 金来 源	吴银剑赠予款项	1,030.24	
	公司分红款项	844.92	
	合计	1,875.16	
主要 资金 流向 和用 途	投资理财	1,122.40	银行及证券投资理财
	转至子女	669.00	转至儿子吴桐 659.00 万元，儿媳 10.00 万元，吴桐个人账户资金流出主要用于银行和证券理财 711.58 万元
	借出借款	90.72	款项已收回
	取现及其他日常消费支出	76.66	
	合计	1,958.78	

注：不含本人账户间的资金划转，投资理财为净额列示

(3) 吴银翠

报告期内，吴银华累计收到公司分红款项 816.45 万元，接受吴银剑赠予款

项 850.13 万元（其中 300 万元支付给女儿伍静），主要资金流向和用途如下：

单位：万元

项目	款项性质	金额	主要资金流向和用途
分红及赠与资金来源	吴银剑赠予款项	550.13	
	公司分红款项	816.45	
	合计	1,366.58	
主要资金流向和用途	投资理财	617.29	银行及证券投资理财
	转至子女	236.38	转至女儿伍静，报告期内伍静收吴银剑赠与款项和吴银翠转入款项合计 536.38 万元，其个人账户资金流出主要用于借款给其表哥蓝*用于亚马逊店铺经营 318.96 万元，证券理财 74.40 万元，其余款项留存于其银行账户
	房屋装修等费用	41.40	
	借款	35.00	
	取现	34.00	
	个人日常消费支出	10.33	
	账户留存	169.45	
	合计	1,143.85	

注：不含本人账户间的资金划转，投资理财为净额列示

(4) 报告期后的分红资金流向

2022 年股利分配派息日为 2022 年 7 月 20 日，故相关分红款项未在公司主要股东报告期内的银行流水中体现。针对该情况，获取吴银剑、吴银华和吴银翠主要账户 2022 年 7 月 1 日-2022 年 12 月 12 日资金流水，对分红款去向进行核查。主要资金流向和用途如下：

单位：万元

股东名称	分红金额	流出金额	主要资金流向和用途
吴银剑	1,895.05	1,500.00	转至儿子吴科言，吴科言作为投资款转入宁波渝毅隆豪创业投资合伙企业（有限合伙）募集监督户，持股比例为 14.85%
		295.05	留存于证券账户用于投资理财
		41.35	账户留存
吴银华	168.99	100.00	银行理财产品
		70.00	取现用于儿媳生育奖励，尚留存于其儿媳银行账户

吴银翠	163.29	163.29	银行理财产品
-----	--------	--------	--------

经核查，我们认为：报告期内及期后，公司现金分红已按照持股比例向各股东分配完毕。公司主要股东取得的分红款主要用于银行和理财证券等金融资产投资、个人及家庭的日常消费支出和购房、装修等固定资产支出，相关资金不存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方或者为公司代垫成本费用的情形。

（二）公司理财产品的资金流向核查

报告期内公司购买理财产品的资金流向详见本说明五（四）之所述。

（三）核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

1. 对于控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员、公司持股 5%以上股东及其关系密切的家庭成员、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员，除吴雅琪、伍静外，陪同相关自然人前往各大商业银行（主要选取 6 大国有银行（工商银行、建设银行、中国银行、农业银行、交通银行、邮储银行）、10 家全国性股份制商业银行（民生银行、中信银行、光大银行、浦发银行、兴业银行、招商银行、浙商银行、广发银行、华夏银行、平安银行）以及当地主要的城商行（重庆银行）和农商行（重庆农村商业银行），下同），查询其开户情况；针对有开户情况的，则现场获取其在报告期内的全部银行资金流水；

2. 取得相关人员出具的关于银行账户完整性的承诺函，将从银行获取的个人账户清单、银行查询的账户信息与相关人员提供的银行账户进行核对，通过支付宝账单、微信账单和中国银联“云闪付”APP 进行补充查询，核查相关人员的账户清单是否有遗漏；通过对公司银行账户与上述自然人个人账户之间的资金往来以及上述自然人账户之间的资金往来交叉核对，验证银行账户的完整性；

3. 对个人银行账户超过重要性水平的大额流水进行逐查，关注是否存在频繁大额存取现、大额异常支付的情形；是否与公司、其他关联自然人之间存在异常资金往来的情形；同时获取公司报告期内客户、供应商清单，查询报告期内主要客户、供应商的基本信息，查询其实际控制人和法定代表人等主要相关人员名单，并将报告期内主要客户、供应商及其主要相关人员与个人银行流水中的交易对手方进行逐一对比，确认相关自然人与公司主要客户、供应商之间是否存在异常资金往来。对相关自然人进行访谈，了解相关交易背景，关注资金流向或用途

是否存在异常，并获取购房合同、房屋装修合同、理财协议等相关资料。

4、获得报告期内理财产品说明书或协议书、银行回单和相关会计凭证，检查理财产品名称、发行方、投资范围、投资期限、收益率、理财产品资金流向等内容是否异常，核查公司理财产品是否涉及公司的客户或供应商及其关联方。

(四) 核查意见

经核查，我们认为：公司分红及理财产品的资金流向不存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方或为公司代垫成本费用的情形。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：




中国注册会计师：




二〇二二年十二月二十一日