

鼎镁新材料科技股份有限公司

D.MAG (Kunshan) New Material Technology Co., Ltd.

(住所：江苏省昆山开发区蓬溪南路 118 号)



关于鼎镁新材料科技股份有限公司 首次公开发行股票并在主板上市申请文件 之 审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

上海证券交易所：

贵所于 2023 年 06 月 13 日出具的《关于鼎镁新材料科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市的审核中心意见落实函（上证上审（2023）447 号）》（以下简称“《落实函》”）已收悉。

根据贵所的要求，鼎镁新材料科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“鼎镁科技”）、国泰君安证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“国泰君安”）、上海市锦天城律师事务所（以下简称“发行人律师”）、天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对《落实函》所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予以审核。除另有说明外，本回复报告所用简称或名词的释义与《鼎镁新材料科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》中的含义相同。

本落实函回复中的字体代表以下含义：

落实函所列问题	黑体
对落实函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

本落实函回复除特别说明外数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

目录

<u>问题 1. 关于同业竞争</u>	4
<u>问题 2 关于下脚料</u>	16
<u>问题 3 关于一季度业绩</u>	28
<u>问题 4 其他</u>	34

问题 1. 关于同业竞争

根据申报及回复材料：发行人与巨大机械（含其控制的其他企业）均有生产经营少量自行车轮组产品，其中发行人生产的轮组产品主要为铝合金轮组，巨大机械生产的轮组产品主要为碳纤维轮组，发行人认为上述轮组产品不构成同业竞争。

请发行人说明：（1）结合铝合金轮组与碳纤维轮组的主要性能特点、技术原理、生产工艺、应用场景等方面，进一步说明铝合金轮组与碳纤维轮组是否存在竞争关系或替代关系，是否简单以产品销售地域不同、产品的档次不同等认定不构成同业竞争；（2）发行人与巨大机械（含其控制的其他企业）就轮组产品是否存在重合的客户、供应商及其具体情况；（3）结合前述事项，说明发行人与巨大机械在相关业务和产品方面是否构成同业竞争，如是，进一步说明是否构成重大不利影响的同业竞争。

请保荐机构和发行人律师对照《证券期货法律适用意见第 17 号》中关于同业竞争的相关规定，说明核查依据、过程，并就发行人与巨大机械（含其控制的其他企业）在轮组产品方面是否构成重大不利影响的同业竞争发表明确核查意见。

回复：

2017 年，发行人以铝合金车圈及花鼓产品为基础向下游开发了铝合金轮组产品，主要因素系发行人部分车圈及花鼓客户存在轮组代工需求。在上述需求背景下，发行人投建轮组组装产线，以自产车圈及花鼓为主要原材料发展轮组组装业务，并以上述客户 OEM 代工订单为主要业务。发行人轮组产品主要作为工业中间品，后续面向自行车整车制造环节，非作为零售品面向消费者。近年来，发行人铝合金轮组业务模式、主要客户没有发生变化，且业务体量较小，仅占营业收入约 2%。

2013 年，巨大机械作为全球著名自行车品牌企业开始打造 Cadex 品牌高端碳纤维零部件业务，碳纤维轮组是其中重要组成部分。巨大机械碳纤维轮组产品直接通过经销商、代理商面向终端消费者。近年来，巨大机械碳纤维轮组业务模式、客户类型没有发生变化，且业务体量较小，仅占营业收入约 0.3%。

发行人铝合金轮组业务和巨大机械碳纤维轮组业务整体概览如下：

名称	鼎镁科技	巨大机械
公司定位	铝合金材料公司	自行车制造公司
轮组业务性质	轮组 OEM 商	轮组品牌商
市场品牌	无	Cadex
涉及产业链环节及生产过程	铝合金材料制造、铝合金车圈制造、花鼓制造、轮组组装	碳纤维材料制造、碳纤维车圈制造、轮组组装
客户群体	轮组品牌商、整车厂	通过经销商、代理商面向消费者
后续生产环节	用于整车厂装配	直接面向消费者
适用场景	综合环境，大众出行	专业爱好、竞速场景
平均价格	200 元/个	4000 元/个

一、结合铝合金轮组与碳纤维轮组的主要性能特点、技术原理、生产工艺、应用场景等方面，进一步说明铝合金轮组与碳纤维轮组是否存在竞争关系或替代关系，是否简单以产品销售地域不同、产品的档次不同等认定不构成同业竞争

自行车轮组是由车圈、花鼓和辐条组装而成，其中，车圈是两类轮组产品的本质差异所在，是决定轮组主要性能特点、技术原理、生产工艺、应用场景的核心因素。

发行人主营业务是高性能工业铝材及相关制品，以主营产品铝合金车圈及花鼓为基础，向下游延伸开发了铝合金轮组产品，并掌握铝合金材料及车圈工艺的核心技术；而巨大机械主营业务是自行车整车，以自行车整车为基础，打造了 Cadex 碳纤维自行车零部件品牌，其中碳纤维轮组是重要产品之一，且巨大机械掌握碳纤维织物、碳纤维叠层的核心技术。

因此，发行人与巨大机械并非简单的轮组组装公司，而是各自掌握不同核心材料与部件技术的公司，双方轮组产品之性能特点、技术原理、生产工艺、应用场景均取决于双方核心的铝合金技术和碳纤维技术，并具有本质差异，具体如下：

（一）两种轮组主要性能特点与应用场景差异

铝合金材料与碳纤维材料性能差异，决定了两种轮组产品设计特点及产品性能差异，进一步决定了产品的应用场景差异。铝合金材料相比碳纤维材料，具有密度大、延伸率大、弹性模量低的特点。

1、在材料密度的影响下，铝合金轮组一般比碳纤维轮组重 300g-500g。此外，由于铝合金轮组密度较大，均设计为低框轮组；碳纤维密度较小，多设计为高框轮组。在上述轮组重量及设计结构差异下，高框碳纤维轮组具有重量轻、气动性强、风阻小的特点，更适合平路竞速巡航，而低框铝合金轮组的重量、气动性、风阻等指标更加均衡，适合多样的骑行环境和骑行方式。

2、在材料弹性模量方面，碳纤维弹性模量在 230GPa 以上，材料弹性强，因此碳纤维轮组可承担更大的辐条拉力，使整个轮组刚性更强，有助于骑行加速发力，适合竞速场景；铝合金弹性模量约 70GPa，材料弹性弱，因此铝合金轮组可承担的辐条拉力相对较小，使整个轮组刚性较弱，但同时提高了缓冲效果，适用于多种骑行路况。

3、在延伸率方面，碳纤维延伸率小于 1%，铝合金延伸率约 10%-30%，铝合金的韧性和可塑性强于碳纤维，使得铝合金轮组在受到较大外力冲击时不易断裂，碳纤维轮组更容易发生断裂。因此，铝合金轮组适用场景较碳纤维轮组更复杂。

综上所述，由于铝合金与碳纤维材料的差异，使得两种轮组产品的设计方式、产品性能存在明显差异。铝合金轮组性能更加综合全面，适用的场景也更加多样化，可胜任多种复杂路况的骑行，在山地越野、公路骑行等方面均表现良好，此外，其价格优势亦使得产品普及度较高；碳纤维轮组的性能特点，使其产品应用更加专注于竞速领域，在平整的公路或赛道上能够发挥卓越的加速、巡航效果，但其价格高昂（数倍于铝合金轮组），一般仅在职业车手及较为专业玩家中普及。

（二）两种轮组主要生产工艺及技术原理差异

发行人与巨大机械各自覆盖了铝合金轮组与碳纤维轮组的核心产业链环节，并非简单的轮组组装公司。在轮组产业链上，发行人铝合金轮组生产环节涉及铝合金配方研发及合金制造、铝合金车圈及花鼓制造、轮组精密组装；巨大机

械碳纤维轮组生产环节涉及碳纤维织物制造、碳纤维叠层、碳纤维车圈制造、轮组精密组装。具体比较如下：

1、铝合金轮组生产工艺及技术原理

铝合金轮组的生产过程可以归纳为车圈成型和轮组精密装配两大环节，具体生产工艺如下：

（1）铝合金车圈成型工艺

研发并制造特定配方铝合金材料→将铝合金材料经挤压工艺后形成特定截面的挤压型条→将挤压型条进行表面处理→将表面处理后的型条进行圈圆工艺并完成碰焊、轴套等接口处理→进行车削、CNC 加工、钻孔等精加工工艺并形成车圈产品。

（2）铝合金轮组精密装配工艺

备料（将所需的车圈、辐条、花鼓等零件备齐）→编轮（将辐条、花鼓、轮圈按设计要求编制成型）→锁紧（初步锁定辐条角度、位置等）→校正（手工校正辐条张力）→全面检验后最终形成铝合金轮组产品。

（3）铝合金轮组技术原理

铝合金轮组产品技术本质是工业铝材的成型技术及向特定领域延伸的深加工技术，属于变形铝及相关制品加工技术。铝合金轮组在生产过程中所包括的技术可以归纳为铝合金型条制备技术、轮圈的圈圆及接口处理技术、轮组的精密装配技术。

2、碳纤维轮组生产工艺及技术原理

碳纤维轮组的生产过程亦可以归纳为车圈成型和轮组精密装配两大环节，具体生产工艺如下：

（1）碳纤维车圈成型工艺

外购碳纤维纱等原材料→将碳纤维纱有序编织形成碳纤维织物（通过连续碳纤维的相互交叉、绕结等构成片状材料）→浸渗处理形成碳纤维预浸料（将连续整齐平行的增强纤维与树脂基体充分浸润收卷成卷材）→积层（依据设计

的方向及顺序将预浸布叠置)→预成型(按设计要求在内模上将预浸布初步摆放成型)→高温处理成型(将预成型的工件放进模具内,并经高温成型)→钻孔加工(按设计钻幅条孔)→研磨、涂装(外观美化)并形成车圈产品。

(2) 轮组精密装配工艺

备料(将所需的轮圈、幅条、花鼓等零件备齐)→编轮(将车圈、辐条、花鼓按设计要求编制成型)→锁紧(初步锁定辐条角度、位置等)→校正(手工校正辐条张力)→硬力释放(将组轮过程中累积的硬力释放)→二次校正(修正硬力释放后变化的张力)→表面处理→全面检验后最终形成碳纤维轮组产品。

(3) 碳纤维轮组技术原理

碳纤维轮组产品的技术本质是碳纤维复合材料制品的延伸应用,属于碳纤维产业链的下游应用技术。碳纤维轮组在生产过程中所包括的技术可以归纳为碳纤维预浸布制备技术、轮圈的碳布堆叠预成型及高温成型技术、轮组的精密装配技术。

综上所述,铝合金轮组与碳纤维轮组的核心工艺是前端材料及车圈工艺,且发行人与巨大机械在轮组核心工艺上具有本质差异,所需技术、资产、人员均完全不同;在轮组产品后端编织工艺方面,因铝合金车圈及碳纤维车圈性能本身存在核心差异,因此编织工艺具体的环节和技术经验亦存在差异。

(三) 铝合金轮组与碳纤维轮组不存在竞争关系或替代关系

综上所述,由于铝合金与碳纤维材料的差异,使得两种轮组产品的设计方式、产品性能存在明显差异,铝合金轮组适用的场景更加多样化、大众化,碳纤维轮组使用的场景更加专业化、高端化;两种轮组产品分别使用铝合金生产技术路线和碳纤维生产技术路线,生产与技术路线存在本质差异。因此,铝合金轮组与碳纤维轮组之间不存在竞争或替代关系,发行人铝合金轮组与巨大集团碳纤维轮组不构成同业竞争之认定依据,并非简单以产品销售地域不同、产品的档次不同等认定。

二、发行人与巨大机械（含其控制的其他企业）轮组产品是否存在重合的客户、供应商及其具体情况

（一）发行人铝合金轮组产品发展逻辑及其客户、供应商情况

2017年，发行人以铝合金车圈及花鼓产品为基础向下游开发了铝合金轮组产品，主要因素系发行人部分车圈及花鼓客户存在轮组代工需求。在上述需求背景下，发行人投建轮组组装产线，以自产车圈及花鼓为主要原材料发展轮组组装业务，并以上述客户 OEM 代工订单为主要业务。发行人轮组产品主要作为工业中间品，后续面向自行车整车制造环节，并非作为零售品面向消费者。

1、发行人铝合金轮组产品客户

发行人铝合金轮组业务为 OEM 业务，主要根据客户需求为其代工轮组产品。报告期内，发行人轮组产品主要客户为 MG-Components GmbH & Co. KG、天心工业股份有限公司等，其中，MG-Components GmbH & Co. KG 为欧洲轮组品牌商，天心工业股份有限公司为中国台湾自行车零部件厂商。

2、发行人铝合金轮组产品供应商

铝合金轮组产品主要由车圈、花鼓及辐条等装配制造而成。其中，车圈均由发行人自产；花鼓主要由发行人自产，少部分由客户指定花鼓供应商，包括：太仓立方自行车有限公司、利奇机械工业股份有限公司、MG-Components GmbH & Co. KG 等；辐条均为外购，主要供应商包括：南通海诚辐条有限公司、江苏德翔投资有限公司、香港商弘太自行车有限公司等。

（二）巨大机械碳纤维轮组产品发展逻辑及其客户、供应商情况

2013年，巨大机械作为全球著名自行车品牌企业开始打造 Cadex 品牌高端碳纤维零部件业务，碳纤维轮组是其中重要组成部分。巨大机械碳纤维轮组产品直接通过经销商、代理商面向终端消费者。

1、巨大机械碳纤维轮组产品客户

巨大机械对外销售的碳纤维轮组产品通过经销商、代理商直接面向终端消费者，并非 OEM 业务或向其他整车厂出售。其中，中国大陆区域主要客户包

括北京捷安特特京商贸有限公司、河北恒德贸化商贸有限公司；中国台湾地区主要客户包括高菖国际企业有限公司、玩家单车生活馆、吉兴欣业有限公司等；境外客户包括 MEGA POWER INTERNATIONAL LIMITED、CAPPA TRADING PTE LTD.、AMORN ELECTRONIC CENTER SPARE PART 等，巨大机械上述客户均为捷安特自行车品牌在各地的经销商或代理商。

2、巨大机械碳纤维轮组产品供应商

碳纤维轮组主要由车圈、花鼓及辐条等装配制造而成，其中碳纤维车圈主要由碳纤维复合材料经过迭层、高温成型等轻量化工艺制成。巨大机械轮组所需碳纤维车圈主要为自产，自产所需碳纤维纱主要供应商为 TORAY INTERNATIONAL,INC.、台湾塑胶工业股份有限公司等；花鼓均为外购，主要供应商为鼎镁科技、德杰股份有限公司、鑫元鸿实业股份有限公司等；辐条均为外购，主要供应商为 S.A. Sapim NV、厦门鸿基伟业复材科技有限公司、鑫元鸿实业股份有限公司、DT SWISS AG 等。

(三) 发行人与巨大机械轮组产品的客户、供应商不存在重合情况

综上所述，由于发行人铝合金轮组和巨大机械碳纤维轮组的产品诞生逻辑不同、主要原材质及加工工艺不同、产品定位及面向市场不同、发展战略不同，因此，发行人与巨大机械轮组产品不存在重合的客户、供应商之情况。

三、结合前述事项，说明发行人与巨大机械在相关业务和产品方面是否构成同业竞争，如是，进一步说明是否构成重大不利影响的同业竞争

(一) 发行人与巨大机械在轮组业务方面不存在同业竞争

1、双方轮组业务发展起源、业务模式与发展战略不同

发行人铝合金轮组业务，系根据其车圈与花鼓客户的轮组代工需求延伸开发的业务，业务模式为 OEM，产品作为工业中间品用于后续自行车整车制造，而非面向终端消费者；巨大机械碳纤维轮组业务，系其 Cadex 品牌发展战略的重要组成部分，业务模式通过经销商、代理商直接面向终端消费者。发行人和巨大机械不存在重合的客户。

2、双方轮组产品的生产技术路线完全不同

两种轮组产品分别适用铝合金生产技术路线和碳纤维生产技术路线，在产线资产、生产工艺、技术路线方面存在本质差异。发行人和巨大机械不存在重合的供应商。

3、两种轮组产品的性能特点和使用场景完全不同

由于铝合金与碳纤维材料的差异，使得两种轮组产品的设计方式、产品性能存在明显差异。铝合金轮组适用的场景更加多样化、大众化，价格仅在数百元，而碳纤维轮组适用的场景更加专业化、高端化，价格高达数千元至数万元。

4、发行人和巨大机械彼此进入对方产品领域均不具备可行性

发行人和巨大机械在轮组业务之工艺设备、技术储备、产业链合作方的差异，决定发行人进入碳纤维轮组领域或巨大机械进入铝合金轮组领域，均不具备可行性。

综上所述，发行人之铝合金轮组业务与巨大机械之碳纤维轮组业务，在各方面均不存在替代性、竞争性及利益冲突，且两类产品占各自营业收入比例微小，因此，上述业务不构成同业竞争。

（二）巨大机械自行车轮组业务收入占发行人主营业务收入比例微小

报告期内，发行人自行车轮组产品收入分别为 1,929.86 万元、3,750.61 万元和 3,137.78 万元，巨大机械自行车轮组产品收入分别为 503.38 万美元、633.19 万美元和 960.35 万美元。报告期各期，巨大机械自行车轮组收入占发行人主营业务收入比例分别为 2.81%、2.36%和 3.59%。

单位：万元人民币

项目	2022年	2021年	2020年
发行人自行车轮组产品收入（A）	3,137.78	3,750.61	1,929.86
巨大机械自行车轮组产品收入（B）	6,454.32	4,084.84	3,473.12
发行人主营业务收入（C）	179,830.93	172,862.70	123,673.96
巨大机械自行车轮组收入占发行人主营业务收入比例（B/C）	3.59%	2.36%	2.81%

注：巨大机械自行车轮组产品收入已按各年年均汇率换算为人民币。

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》规定：“竞争方的同类收入占发行

人主营业务收入的比例达百分之三十以上的，如无充分相反证据，原则上应当认定为构成重大不利影响的同业竞争。”

发行人铝合金轮组业务与巨大机械碳纤维轮组业务不构成同业竞争，且巨大机械之轮组业务收入占发行人主营业务收入的的比例分别为 2.81%、2.36%和 3.59%，远小于 30%，比例微小，无重大不利影响。

四、请保荐机构和发行人律师对照《证券期货法律适用意见第 17 号》中关于同业竞争的相关规定，说明核查依据、过程，并就发行人与巨大机械（含其控制的其他企业）在轮组产品方面是否构成重大不利影响的同业竞争发表明确核查意见

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》：“...核查认定该相同或相似的业务是否与发行人构成‘竞争’时，应按照实质重于形式的原则，结合相关企业历史沿革、资产、人员、主营业务（包括但不限于产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户、供应商等）等方面与发行人的关系，以及业务是否有替代性、竞争性、是否有利益冲突、是否在同一市场范围内销售等，论证是否与发行人构成竞争；不能简单以产品销售地域不同、产品的档次不同等认定不构成同业竞争。竞争方的同类收入或者毛利占发行人主营业务收入或者毛利的比例达百分之三十以上的，如无充分相反证据，原则上应当认定为构成重大不利影响的同业竞争。”

保荐机构和发行人律师根据《证券期货法律适用意见第 17 号》对发行人轮组产品是否构成重大不利影响的同业竞争进行了核查。

（一）关于企业历史沿革

1、核查程序

通过对发行人董事长、总经理、轮组业务负责人进行访谈，取得发行人早期轮组业务主体公司昆山威帝乐轮组有限公司之工商登记资料、审计报告、业务凭证、资产收购凭证，了解并核查发行人轮组业务的发展历史；通过对巨大机械轮组业务负责人访谈并发送问卷调查，查看巨大机械历年年度报告关于轮组业务的公开披露信息，了解并核查巨大机械轮组业务的发展历史。

2、核查结论

经核查，保荐机构与发行人律师认为：关于发行人与巨大机械之轮组业务发展历史沿革完全独立，均系各方自主发展的业务，双方轮组业务历史沿革不存在交叉。具体如下表所示：

历史沿革因素	鼎镁科技	巨大机械及其控制的其他子公司
开始时间	1、鼎镁科技轮组业务起源于已经注销的关联公司“威帝乐公司”。威帝乐公司成立于2010年，由涂子新创建，威帝乐主营业务为：铝合金自行车轮组，主要为OEM模式。 2、2017年12月鼎镁有限收购威帝乐轮组资产业务，开始经营轮组业务。	1、巨大机械及其控制的其他子公司，2013年开始将碳纤维高级轮组业务作为独立发展的板块，打造专业的顶级零部件，并开始投建碳纤维轮组产线。 2、巨大机械“碳纤维”高级轮组产品的品牌包括：Cadex、Giant，并以Cadex为主。
发展该业务的考虑因素	成立威帝乐是为了填补中国大陆高端铝合金轮组市场的空白，威帝乐开展轮组业务具有天然优势：1、可以从捷轻有限获得稳定的铝制车圈供应；2、可以借助股东的行业资源解决早期客户开发和技术来源问题，OEM订单资源丰富。	巨大机械过往高级车种系搭配第三方品牌高级碳纤维轮组。但品牌轮组对于自行车整车厂商品牌运营，提升自身品牌自行车营销具有重要作用，因此，巨大机械决定开展高级碳纤维轮组的研发/设计/生产。
经营主体	轮组业务源自早期关联方威帝乐公司；2017年12月，鼎镁有限收购威帝乐相关资产，开始经营轮组业务。	产品涉及Cadex、Giant品牌的轮组产品，主要由巨大机械负责生产经营。

（二）关于业务资产与人员

1、核查程序

通过对发行人董事长、总经理、轮组业务负责人进行访谈，取得发行人固定资产、无形资产清单及相关权属凭证，取得发行人组织架构图及员工花名册，取得发行人审计报告，了解并核查发行人轮组业务涉及的资产与人员情况；通过对巨大机械轮组业务负责人访谈并发送问卷调查，取得巨大机械碳纤维产线官方纪录片，查看巨大机械历年年度报告及审计报告，了解并核查巨大机械轮组业务涉及的资产种类与人员情况。

2、核查结论

经核查，保荐机构与发行人律师认为：关于发行人与巨大机械之轮组业务，涉及生产设备等资产具有本质差异，在研发、生产、销售等人员方面不存在交

叉，均通过独立招聘内部培养方式建立轮组业务团队。双方轮组业务之资产、人员情概况具备独立性。具体如下表所示：

资产与人员	鼎镁科技	巨大机械及其控制的其他子公司
涉及的资产	鼎镁科技轮组业务具有轻资产属性，核心在于“组装+矫正”，主要资产为人工组装产线、编制机和矫正设备。	巨大机械投建了碳纤维产线，具体资产包括碳纤成型设备、碳纤维轮组组装设备等，具备碳纤维产品生产能力。相关设备可用于制造碳纤维车架及碳纤维轮组。
业务人员	自行招聘、内部培养；无来源于巨大机械及其控制的其他企业的人员。	业务人员来源于巨大机械总部研发中心，隶属于巨大机械，与鼎镁科技人员无交叉。

（三）关于主营业务（包括但不限于产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户、供应商等）

1、核查程序

通过对发行人董事长、总经理、轮组业务负责人进行访谈，对轮组业务执行穿行测试，取得轮组业务的供应商与客户名单，实地查看轮组业务产线，取得轮组业务的技术资料及注册商标，了解并核查发行人轮组业务的具体特点、技术、商标商号、客户供应商等情况；通过对巨大机械轮组业务负责人访谈并发送问卷调查，取得巨大机械碳纤维产线官方记录片，取得巨大机械轮组业务的主要供应商与客户清单，查看巨大机械历年年度报告及审计报告，了解并核查巨大机械轮组业务的具体特点、技术、商标商号、客户供应商等情况。

2、核查结论

经核查，保荐机构与发行人律师认为：关于发行人与巨大机械之轮组业务，在服务模式、技术积累、商标使用、客户与供应商等方面，不存在交叉与重合，轮组业务发展具备独立性。具体如下表所示：

业务情况	鼎镁科技	巨大机械及其控制的其他子公司
技术来源	2010年业务发展之初，威帝乐轮组业务的工艺技术来源于意大利合作伙伴，并取得了轮组设计、生产、检测技术。公司后续生产工艺及技术均来自内生迭代发展。	自行研发：早期因消费者对巨大机械自行车所搭配的第三方制造碳纤轮组提出客诉，因此巨大机械分析产品相关问题及消费者使用情境，并根据职业车手的回馈，设计了专属模拟测试设备、配合风洞实验等积累相关技术经验，并开发了符合车架需求的碳纤维轮组产品。

产品诞生逻辑	以客户需求为导向，产品延伸于铝合金挤压工艺。 通过“（挤压）自行车圈+花鼓+辐条”将各类零部件组装成铝合金轮组产品。	以打造品牌为导向，产品延伸于自行车研发设计，并围绕整车搭配开发。 在整车设计制造中，为提升高端产品的性能，投入碳纤维新材料及核心部件轮组的研发生产。
经营模式	主要为 OEM 模式，即按照自行车厂商、轮组品牌商等客户的规格、型号要求生产轮组产品。	主要根据自行车专业爱好者及赛事的需求，专注于自主品牌的设计、选材、生产、销售。 碳纤维轮组主要由巨大机械自行生产。
原材料供应商	鼎镁科技轮组业务中，原材料之车圈由公司自产，原材料之花鼓一部分自产、一部分向客户指定供应商采购，其他原材料均为外购。	巨大机械自产碳纤维轮组所需之碳纤维材料系向外采购，并自行生产制造成车圈、轮组。
主要客户	1、主要销售对象为自行车整车厂商、自行车零部件品牌商，用于整车制造； 2、无销售给巨大授权经销商。	1、销售给巨大（高级）授权经销商——用作售后服务、整车零件升级； 2、自用——用于巨大机械中、高级车型生产； 3、无销售给其他自行车及零部件公司。
面向市场	面向整车厂、轮组品牌商。	面向巨大机械自有品牌自行车的售后、升级市场
材质不同	铝合金材质轮组，其中车圈主要是挤压工艺。	碳纤维材质轮组，其中碳纤维圈主要是迭层、高温成型、高刚性轻量化工艺。
产品定位	工业品：主要为 OEM 模式，轮组单价相对较低，平均单价约 200 元人民币/个。	消费品：主要为自行车高级爱好者、自行车赛事设计，产品通过巨大机械（高级）授权经销商销售给终端消费者；平均单价约 500 美元/个。
使用商标情况	主要为 OEM 模式，为客户贴标生产。	Cadex、Giant 双品牌经营：以 Cadex 为主，打造巨大旗下高级零件品牌（碳纤维轮组、坐垫、外胎）
主营业务差异	鼎镁科技主营工业铝材及相关制品的研发、生产和销售，为下游自行车、摩托车、汽车、医疗等领域研发、生产、销售各种铝合金产品。主营产品涉及的核心工艺为铝合金挤压。	巨大机械作为专业的自行车企业，主营业务均围绕自行车整车设计生产展开。涉及的核心技术为：整车及部件设计、车架焊接工艺、整车检测调教、碳纤维叠层、碳纤维高温成型等。除鼎镁科技以外，巨大机械集团并无其他主体拥有铝合金挤压工艺。
发展战略	铝合金轮组产品定位为铝合金车圈、花鼓产品的延伸业务，非核心技术及主打产品，未来以存量客户合作为主。	碳纤维轮组产品定位为高级轻量化自行车零组件，是巨大机械近年打造 Cadex 碳纤维轻量化组件品牌的重要构成。

（四）关于同业竞争总体核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人铝合金轮组产品与巨大机械之碳纤维轮组产品，双方发展历史沿革独立、资产与人员独立、轮组业务（包括但不限于产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户、供应商等）经营独立。

2、发行人铝合金轮组和巨大集团碳纤维轮组在性能特点、技术原理、生产工艺方面、应用场景等方面均存在本质区别，二者轮组产品不存在重合的客户、供应商；发行人和巨大机械在轮组业务之工艺设备、技术储备、产业链合作方的差异，决定发行人进入碳纤维轮组领域或巨大机械进入铝合金轮组领域均不具备可行性。因此，双方轮组业务不具备替代性、竞争性、不存在利益冲突，不构成同业竞争。

3、巨大机械自行车轮组收入占发行人主营业务收入比例分别为 2.81%、2.36%和 3.59%，远小于 30%，比例微小，无重大不利影响。

4、综上所述，发行人与巨大机械在轮组产品方面不构成重大不利影响的同业竞争。

问题 2 关于下脚料

根据申报及回复材料：发行人生产过程中产生的下脚料，一部分直接回炉再利用，一部分直接对外销售，此外，发行人存在外购下脚料作为同类下脚料短缺时补充的情况，主要包括 6 系边角料和其他边角料。

请发行人说明：（1）报告期各期下脚料采购种类、数量、金额，下脚料各类来源（自产/外购）投入生产的种类、数量、金额，关联方及非关联方产品生产各环节产出的下脚料种类、数量、金额，下脚料投入与产量的配比关系，与理论值是否存在较大差异；（2）下脚料成本（如废料折扣率）的确定依据，对于相同种类下脚料，生产再利用的成本与销售价格是否存在明显差异，成本及销售单价是否公允；（3）各期下脚料投入增加成本、回收冲减成本的金额、占比，关联方及非关联方下脚料投入种类、配比关系、成本核算是否存在差异；（4）下脚料有关内控有效性，结合上述情况进一步说明下脚料有关会计处理的准确性，是否存在利用下脚料核算调节成本的情形。

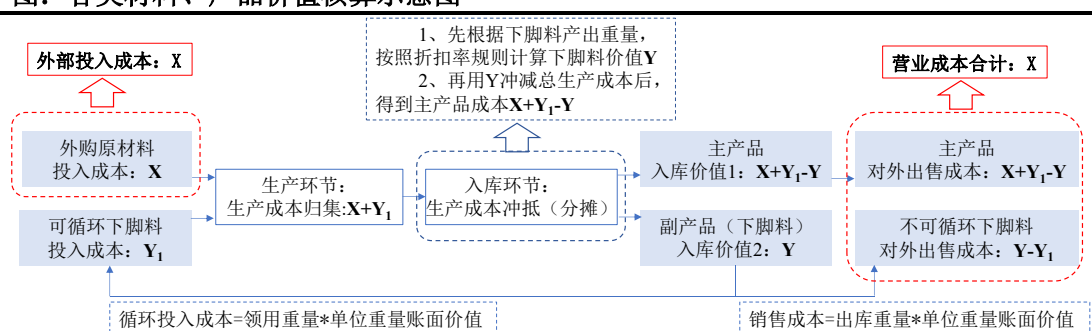
请保荐机构和申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

与同行业企业相同，发行人的生产工艺具有“产生下脚料并再利用下脚料”的稳定特点，因此，在各成本中心，“下脚料冲减生产成本”实际是“对归集生产成本进行分摊与结转”的结果，即：“归集生产成本”一部分结转为主产品，一部分结转为副产品（下脚料），其中主产品用于销售，副产品下脚料主要用于再生产。

在上述业务及财务核算模式下，发行人总生产成本中包含的下脚料投入成本来自于生产内循环，且总生产成本不会因“下脚料冲减生产成本”而发生变化，发行人产品实现销售后，结转营业成本总额不受下脚料循环投入影响。具体如下：

图：各类材料、产品价值核算示意图



X、Y、 Y_1 均表示各类材料、产品的计量价值

- X：外购原材料账面价值，取决于原材料采购成本
- Y：下脚料回收入库价值（分摊冲减生产环节总成本），取决于企业下脚料计价规则（折扣率）。企业生产形成的下脚料副产品，约85%合格用于内循环生产，约15%对外销售。
- 下脚料是生产过程中循环的产物，最终对营业成本不会产生影响。

注：上述示意图解释如下：

①投入：投入的外购原材料价值为 X，投入的循环下脚料价值为 Y_1 ，其中， Y_1 来源于该期间产生的下脚料 Y。

②归集：生产环节归集的生产成本总和为 $X+Y_1$ ，产出品为主产品和副产品。

③产出下脚料冲减/分摊生产成本：产出品入库前，先对副产品（下脚料）进行称重，并按折扣率计算价值 Y 作为下脚料入库价值，同步在总生产成本 $X+Y_1$ 中冲减 Y 后， $X+Y_1-Y$ 即为主产品入库价值。

④销售 1：该期间，产出主产品全部出售，主营业务成本即为 $X+Y_1-Y$ ；

⑤销售 2：该期间，产出副产品全部账面价值为 Y，其中可循环投入下脚料价值为 Y_1 ，剩余不可循环下脚料（价值为 $Y-Y_1$ ）均对外出售，其他业务成本即为 $Y-Y_1$ 。

⑥营业成本核算：该期间，营业成本=主营业务成本+其他业务成本= $(X+Y_1-Y) + (Y-Y_1) = X$

⑦**结论**：如上⑥所示，该期间，营业成本不受下脚料核算影响。

⑧**说明 1**：上述图示为原理图，前提为“期初期末之主产品/副产品存货不变（稳定），期间产出品全部对外出售”。而在实际经营中，期初、期末库存产品规模一般较为稳定，且规模远小于该期间对外出售的产品规模，因此，原理图基本与实际情况相符。且时间跨度越长，受到期初期末存货影响程度越小。

⑨**说明 2**：各报告期末，发行人下脚料规模稳定，且基本为可循环投产下脚料。具体如下：各报告期末，发行人下脚料重量分别为 2,855.53 吨、2,495.64 吨和 2,350.34 吨，金额分别为 3,441.72 万元、3,522.15 万元和 3,417.16 万元；其中不可循环投产下脚料（拟出售）重量分别为 88.22 吨、167.50 吨和 178.72 吨，金额分别为 82.61 万元、138.05 万元和 203.17 万元，期末不可循环投产下脚料规模微小，基本为可循环投产下脚料。

一、报告期各期下脚料采购种类、数量、金额，下脚料各类来源（自产/外购）投入生产的种类、数量、金额，关联方及非关联方产品生产各环节产出的下脚料种类、数量、金额，下脚料投入与产量的配比关系，与理论值是否存在较大差异

报告期内，发行人对下脚料制定了《下脚料使用及管制办法》（以下简称“《管制办法》”），其中确定了下脚料的分级种类的原则，具体如下：

分级	物料标准	主要物料形态
一级	无油污、无氧化、无杂物，单一牌号的铸棒裁切料头，且单块重 $\geq 10\text{Kg}$	熔铸环节产出大块料、头尾棒等
二级	单一牌号的挤压、锯切、锻造等加工工序边角料，无油污且未被污染，未经过表面阳极着色或喷漆处理，且单块重 $\geq 2\text{Kg}$	挤压、裁切、机加工环节产出头尾料等
三级	机加工余料、经表面处理后的机加工余料，且单块重量 $\geq 1\text{Kg}$ ，各工序产生的单一牌号且细小的铝屑	各类生产环节产出的铝丝、铝屑、炉渣等
四级	各工序产生的单一牌号且细小的铝灰	熔铸环节产出铝灰等

注：

1、下脚料的产出环节和物料形态决定下脚料的品质，因此发行人下脚料的级别划分依据为下脚料的产生环节和物料形态；

2、一级、二级为可循环投产下脚料；三级、四级为不可循环投产下脚料；

3、发行人生产的铝合金材料成分包括 6 系与 7 系（其中 6 系为主），6 系与 7 系铝合金产品在生产过程中均会生成各自对应四级下脚料，由于 6 系的铝合金材料及对应产品产量较大，因此下脚料也以 6 系为主。

报告期内，发行人对下脚料的管理按照《管制办法》执行。

（一）报告期各期下脚料采购种类、数量、金额

报告期内，发行人采购下脚料来源均为发行人的稳定的工业铝材客户，主要包括升励五金（深圳）有限公司、江苏艾思飞精密零部件有限公司、江苏铝技精密机械有限公司等，发行人向上述客户销售工业铝材后，客户以工业铝材

为原料进行后续生产，生产中产生的优质下脚料具备较高的再利用价值，可以由发行人进行熔铸循环生产并制造同类成分的合金棒，因此，发行人根据自身需求，向上述客户采购优质下脚料，采购下脚料定价参照市场铝价及折扣率确定。

各报告期内，发行人采购下脚料均属二级料，采购数量和金额情况如下：

年度	重量（吨）	金额（万元）
2022年度	631.83	997.90
2021年度	793.12	1,260.17
2020年度	506.86	590.11

各报告期内，发行人采购下脚料主要为可回收利用的二级料，采购重量占当期投入下脚料重量的比例低于 2%，占比较小，对发行人不存在重大影响。

（二）下脚料各类来源（自产/外购）投入生产的种类、数量、金额

单位：吨、万元

来源	种类	2022年		2021年		2020年	
		重量	金额	重量	金额	重量	金额
自产下脚料	一级料	15,125.56	25,042.49	20,989.20	31,798.86	13,363.10	15,163.93
	二级料	20,263.67	33,622.57	20,582.26	32,671.96	17,931.99	21,370.75
	小计	35,389.23	58,665.06	41,571.45	64,470.82	31,295.08	36,534.68
外购下脚料	二级料	631.83	997.90	793.11	1,260.17	506.86	590.11
	小计	631.83	997.90	793.11	1,260.17	506.86	590.11
合计		36,021.06	59,662.96	42,364.56	65,730.99	31,801.94	37,124.79

发行人生产投入的下脚料类型均为一级料和二级料，其中自产下脚料投入占比 98%以上。

（三）关联方及非关联方产品生产各环节产出的下脚料种类、数量、金额

发行人下脚料的产出以“挤压”、“熔铸”和“裁切”生产环节为主，上述环节产出下脚料占比在 95%左右，下脚料种类主要以一级料和二级料为主。各生产环节产出下脚料种类、数量和金额具体如下：

单位：吨、万元

生产环节	种类	2022年		2021年		2020年	
		重量	金额	重量	金额	重量	金额
挤压	二级料	18,165.07	30,184.69	20,227.17	31,696.10	18,501.12	22,187.61
	三级料	1,006.08	1,323.48	1,486.18	1,819.54	831.57	837.82
	小计	19,171.15	31,508.17	21,713.35	33,515.64	19,332.69	23,025.43
熔铸	一级料	9,097.27	15,062.50	10,393.71	16,195.55	6,014.90	7,262.13
	三级料	737.66	911.69	931.34	1,102.69	586.23	467.86
	四级料	1,277.26	224.91	1,544.32	223.09	1,282.17	35.97
	小计	11,112.19	16,199.10	12,869.37	17,521.33	7,883.30	7,765.96
裁切	一级料	5,806.45	9,629.75	6,730.13	10,757.63	5,075.16	6,133.48
	二级料	939.27	1,491.46	940.27	1,581.75	426.92	512.74
	三级料	1,749.03	2,289.75	2,041.51	2,531.25	1,704.80	1,643.05
	小计	8,494.75	13,410.96	9,711.90	14,870.63	7,206.88	8,289.27
自行车圈和摩托车圈生产	二级料	632.46	1,031.93	841.70	1,255.63	635.89	765.08
	三级料	854.47	1,231.29	873.22	1,199.55	331.12	309.14
	小计	1,486.93	2,263.22	1,714.92	2,455.18	967.01	1,074.22
其他生产环节	二级料	304.05	508.05	223.23	326.63	384.37	465.70
	三级料	313.91	416.97	442.95	578.10	78.83	45.95
	小计	617.96	925.02	666.17	904.73	463.20	511.65
合计	40,882.98	64,306.47	46,675.72	69,267.51	35,853.09	40,666.53	

发行人按工作中心为单位对下脚料分类回收与称重，并按对应铝价折扣率计算下脚料入库价值，同时冲减对应工作中心发生的生产成本（在相同材质工艺的产品内按重量比例分摊）。在上述业务流程及财务核算模式下，下脚料的产出与回收无需与具体产品/客户关联，因此无法区分关联方或非关联方的下脚料产出数量或金额，亦不存在利用冲减下脚料随意调节关联方及非关联方成本的情况。

（四）下脚料投入与产量的配比关系，与理论值是否存在较大差异

在“熔铸”环节中，发行人同时投入下脚料、铝锭和合金等原材料，经高温熔化并搅拌至熔体的温度和成分均匀后，在结晶器中冷却凝固成合金棒，合金棒作为通用型中间品，供后续挤压等工序使用，除“熔铸”环节外，其他生产环节中不涉及下脚料投入。

不同牌号的合金棒对于各类金属成分占比具有明确的理论区间规定，铝合金生产厂商可通过调整合金占比、增减合金种类等方式开发新合金材料或满足特定产品的质量需求。

可回收利用的下脚料同时含有铝、合金等不同金属成分，可在“熔铸”环节中使用，并与原材料铝锭、合金存在一定替代关系，由于可以相互替代，因此下脚料的投入与合金棒的产量并不存在直接的理论配比关系。但为了把控产品质量与生产工艺质量，发行人在生产作业中制定了《铝合金下脚料添加原则》（以下简称“《添加原则》”）。根据《添加原则》，由于一级料可视同铝锭、合金综合体进行投入，因此明确约定了一级料之外的下脚料，在各类牌号合金棒中可添加的最大比例，即：《添加原则》中规定下脚料最大投入理论值比例，不包含一级下脚料。

报告期内，下脚料投入与合金棒产量的实际配比关系如下：

单位：吨

项目	2022年	2021年	2020年
下脚料总投入①	36,021.06	42,364.56	31,801.94
一级料投入②	15,125.56	20,989.20	13,363.10
扣除一级料后下脚料投入③=②-①	20,895.50	21,375.36	18,438.84
合金棒产量④	68,277.30	81,421.74	68,313.24
熔铸环节产生的下脚料⑤	11,112.19	12,869.38	7,883.30
投入占比⑥=③/（④+⑤）	26.32%	22.67%	24.20%

根据《添加原则》，结合报告期内各类牌号合金棒产量占比情况，测算的下脚料（扣除一级料）综合理论最大投入比例如下：

项目	2022年	2021年	2020年
下脚料综合理论上限	36.33%	35.19%	42.60%

注：下脚料综合理论上限=Σ各牌号合金棒允许添加下脚料上限*各牌号合金棒当年产量占比

报告期内，发行人经测算的合金棒生产投入下脚料（不含一级）比例理论最大值为 42.60%、35.19%和 36.33%，下脚料（不含一级）投入实际占比为

24.20%、22.67%和 26.32%，远低于可投入比例的理论最大值，因此发行人对于下脚料的投入使用在合理范围内，并不存在利用下脚料投入降低成本的情况。

二、下脚料成本（如废料折扣率）的确定依据，对于相同种类下脚料,生产再利用的成本与销售价格是否存在明显差异，成本及销售单价是否公允

（一）下脚料成本（如废料折扣率）的确定依据

根据财政部印发的《企业产品成本核算制度（试行）》（财会〔2013〕17号）第三十七条的规定，制造企业应当根据生产经营特点和联产品、副产品的工艺要求，选择系数分配法、实物量分配法、相对销售价格分配法等合理的方法分配联合生产成本。

副产品的定义：副产品，是指企业在同一生产过程中，使用同种原料，在生产主产品的同时附带生产出来的非主要产品。一般采用可变现净值、固定价格等方法确定成本，从主产品成本中扣除。

因此，基于上述规定，发行人将主产品与下脚料（副产品）进行区分，并将总生产成本在主产品与下脚料间进行分配，符合公司自身产品成本核算特点，能够客观反映主营业务经营成果。另外，根据不同用途的下脚料材质规格等情况，按照当月领用的铝锭平均单价为基础乘以一定折扣率进行计价，符合企业会计准则的相关规定。报告期内，发行人上述成本核算方式一直保持一贯性，根据发行人各期存货减值测试结果，下脚料未发生减值。不同下脚料入库单价核算原则如下：

①可循环投入的下脚料(6系)单价=当月领用铝锭平均单价*95%；

②可循环投入的下脚料(7系)单价=当月领用铝锭平均单价*90%；

③不可循环投入铝丝铝屑、井渣单价=当月领用铝锭平均单价*75%；

发行人根据自身工艺特点、下脚料的管理成本经验及市场情况，确定下脚料的入库折扣率。由于发行人经营模式成熟、生产工艺稳定，报告期内上述折扣率未发生变化。发行人上述下脚料折扣率结果，与其他涉及铝材下脚料企业设定的折扣率不存在重大差异，具体如下表所示：

类型	鼎镁科技	宏鑫科技	志特新材	新铝时代
边角余料（6、7系）	90.00%-95.00%	96.00%-97.00%	90.00%-92.00%	94.00%-96.50%
废铝屑（铝丝铝屑、井渣）	75%	78.00%-81.00%	68.00%-75.00%	65.00%-71.00%

注：数据来源于招股意向书、问询函回复

（二）对于相同种类下脚料,生产再利用的成本与销售价格是否存在明显差异，成本及销售单价是否公允

发行人对下脚料的品质严格区分，并在回收入库时按照不同的计价规则核算入库，因此，不存在相同种类下脚料既循环投产，又对外出售的情形。

可循环投入下脚料之再利用成本，与对外出售的下脚料之销售成本，均为各类下脚料回收入库时的成本（按各自对应折扣率计价），承前所述，上述成本计量合理公允。关于对外出售下脚料，实现销售时的铝价折扣率与成本计量折扣率相当，销售价格主要因铝锭市场公开报价而变化，销售单价合理公允。

三、各期下脚料投入增加成本、回收冲减成本的金额、占比，关联方及非关联方下脚料投入种类、配比关系、成本核算是否存在差异

（一）报告期各期下脚料投入增加成本、回收冲减成本情况

1、下脚料是发行人生产过程中的副产品，主要用于循环生产

发行人主要生产工艺包括：熔铸、挤压、后道工序（机加工、圈圆），其中，仅在“熔铸”环节投入下脚料，但在各环节均会产出下脚料，并以“熔铸”和“挤压”环节产出下脚料为主。下脚料是发行人生产过程中重要的副产品，该副产品主要用于循环投产，少量无法再投产的下脚料用于对外出售。关于下脚料副产品价值计算方法，详见本题回复之“二、下脚料成本（如废料折扣率）的确定依据”

（1）下脚料回收冲减成本

发行人对各环节产出的下脚料进行分类收集称重，并按照下脚料折扣率确定下脚料价值，冲减（分摊）对应环节的生产成本，并作为原材料入库核算，具体会计处理如下：

借：原材料——下脚料，贷：生产成本——原材料

(2) 下脚料投入增加成本

发行人在熔铸环节投入下脚料，根据领用下脚料账面价值计入该环节的生产成本，并确认原材料出库，具体会计处理如下：

借：生产成本——原材料（下脚料），贷：原材料——下脚料

2、报告期各期下脚料投入增加成本、回收冲减成本情况

发行人各期下脚料投入增加成本、回收冲减成本的金额仅影响原材料成本，对直接人工和制造费用成本项目不产生影响，具体影响金额及占比如下：

单位：万元

成本项目	2022年		2021年		2020年		三年合计	
	金额	投料占比	金额	投料占比	金额	投料占比	金额	投料占比
全部原材料投入生产成本	148,172.52	100.00%	161,571.86	100.00%	97,933.17	100.00%	407,677.55	100.00%
下脚料回收冲减（分摊）成本 A	64,306.46	43.40%	69,267.51	42.87%	40,666.52	41.52%	174,240.49	42.74%
下脚料销售成本 B	6,298.90	4.25%	6,228.09	3.85%	3,556.95	3.63%	16,083.94	3.95%
外购下脚料投入成本 C	997.9	0.67%	1,260.17	0.78%	590.11	0.60%	2,848.18	0.70%
测算下脚料投入增加成本 D=A-B+C	59,005.46	39.82%	64,299.59	39.80%	37,699.68	38.50%	161,004.73	39.49%
实际下脚料投入增加成本 E	59,662.96	40.27%	65,730.99	40.68%	37,124.79	37.91%	162,518.74	39.86%
差值 (D-E)	-657.50	-0.44%	-1,431.40	-0.89%	574.89	0.59%	-1,514.01	-0.37%

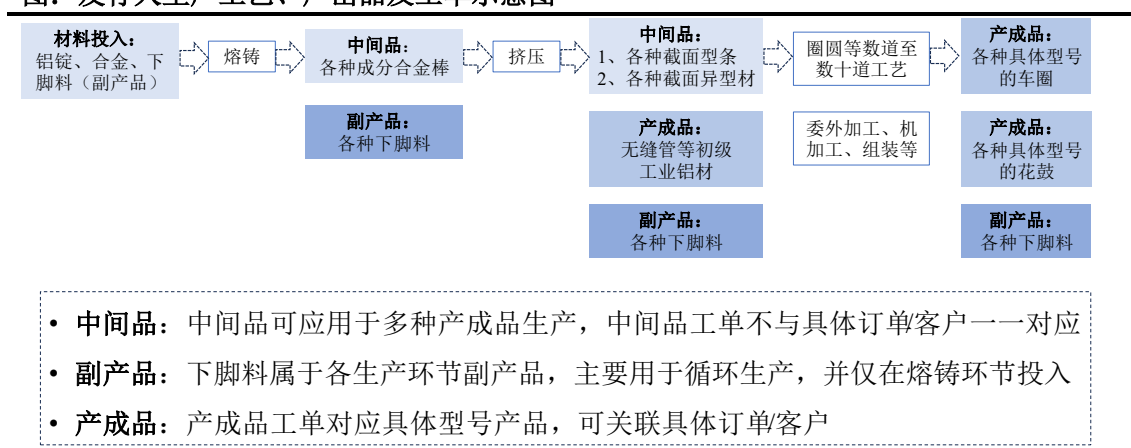
如上表所示，发行人下脚料回收冲减（分摊）成本比例大于投入增加成本比例，主要原因：（1）发行人回收的下脚料多于投入的下脚料，回收下脚料中无法投入循环生产的下脚料（如：铝丝、铝屑等）对外出售；（2）发行人投入的下脚料中，还包含少量外购下脚料。

扣除上述两因素影响后，发行人下脚料回收冲减成本比例与投入增加成本及比例差额仅为 0.59%、-0.89%和-0.44%，上述微小差异主要受生产跨期因素影响。若以三年报告期为考察期，则上述比例差额仅为-0.37%。

（二）发行人仅在熔铸环节进行下脚料投入，工单不区分关联/非关联方

发行人仅在“熔铸”环节投入下脚料，并生产成各种成分的合金棒，合金棒具有如下特征：（1）合金棒存在数十种牌号，不同牌号的合金成分不同；（2）合金棒是通用性最高的中间材料，且是后续挤压环节领用的唯一材料，决定产品的材料成分；（3）某种牌号合金棒，可以被所有客户的各类产品生产领用，如：无缝管、异型材、自行车圈等。

图：发行人生产工艺、产出品及工单示意图



除副产品外，合金棒是“熔铸”环节唯一的产出品，且属于中间通用品，因此发行人在“熔铸”环节的生产工单均不会与具体订单或客户一一对应，无论是关联方产品还是非关联方产品，使用某种成分合金棒时均遵循相同的材料投入比例，下脚料投入种类、配比不存在差异，关于下脚料的成本核算亦不存在差异。

四、下脚料有关内控有效性，结合上述情况进一步说明下脚料有关会计处理的准确性，是否存在利用下脚料核算调节成本的情形

（一）下脚料相关的内控制度

公司在报告期内建立了原物料出入库管理、采购、销售等一系列配套内部控制制度，将下脚料纳入其中一并管理，上述内部控制制度在报告期内有效执行，针对下脚料的特殊性，单独制定了《下脚料使用及管制办法》、《铝合金下脚料添加原则》等内控制度，对下脚料进行明确定义、分级，对下脚料的采购、投入生产、销售、管理等方面进行规范管理。财务部和业务部门定期对下脚料的处置及销售情况进行复核监督，确保下脚料会计处理的规范性、准确性和完

整性。

（二）下脚料出入库管理

下脚料入库管理：对于日常生产中产生的下脚料，由经办人员过磅称重后填写《入库单》进行入库。

下脚料出库管理：生产领用时，由物管课人员依照生管排程填写《工单发料申请单》进行下脚料的发放和出库；销售下脚料时由仓库管理人员根据销售订单填写《送货单》进行下脚料的发放和出库。

（三）下脚料盘点管理

下脚料盘点管理：发行人仓库设有专门的下脚料区，至少每半年对原材料进行全面盘点，盘点时下脚料需进行实际称重，并由仓库管理人员进行初盘，其他部门人员进行交叉复盘，财务人员进行抽盘。

（四）下脚料会计处理

生产过程中，回收下脚料入库时，应由生产人员对下脚料过磅称重，如实记录后将《过磅单》交至仓管员，仓管员确认后出具《入库单》，办理入库手续，并登记 ERP 系统。当期生产产生的下脚料按照当月领用铝锭平均单价*折扣率*重量确定金额，并冲减/分摊产品材料成本。上述下脚料回收具体会计处理如下：

借：原材料——下脚料

贷：生产成本——原材料

综上所述，发行人将下脚料纳入整体原物料管理范畴内，同时针对下脚料的特殊性建立了专门的内部控制制度，在报告期内能够有效执行，能够通过各关键节点实现对下脚料的全面、完整的控制；发行人按照业务实质，将下脚料销售确认为其他业务收入，并针对下脚料的回收、销售等不同处置方式相应执行了符合业务实质的会计处理方式，符合企业会计准则及行业惯例；发行人报告期内下脚料总体销售金额较低，对发行人经营业绩影响较小，各期下脚料投入、产出与产品产出处于合理的匹配区间内，不存在异常的情形；发行人下脚料的核算全面、准确、完整，不存在利用下脚料调节生产成本的情形。

五、请保荐机构和申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见

（一）核查程序

保荐机构及申报会计师执行了如下核查程序：

1、通过查看发行人下脚料外购明细表、对下脚料采购执行穿行测试（包括采购通知单、采购订单、验收单、入库单、付款凭证等），了解核查发行人各期下脚料采购种类、数量与金额，以及交易的真实性；

2、通过查看发行人下脚料管理制度，取得下脚料进销存明细，抽查合金棒的 BOM 表，对熔铸合金棒的生产工作执行穿行测试（包括生产计划、生产通知单、领料单、入库单等），了解核查发行人各类下脚料投入生产的情况及各环节产出下脚料的情况；

3、通过查看发行人《铝合金下脚料添加原则》及合金棒 BOM 表，取得发行人下脚料历史销售明细表并将销售价格与市场铝价进行对比，了解核查发行人下脚料成本（如废料折扣率）的确定依据，以及下脚料的成本及销售价格情况的差异情况；

4、通过查看发行人《生产管理程序》、《仓库管理程序》以及《原材料仓库管理办法》等制度，并对生产各环节执行穿行测试，了解核查发行人下脚料的内容有效性及会计处理的准确性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期各期，发行人下脚料采购数量、种类、金额具备真实性，下脚料投入生产的种类、数量、金额与实际生产工艺特征相符，发行人按照工作中心收集下脚料，无需区分客户属性收集下脚料，因此下脚料的产出记录不会与关联方或非关联方对应；

2、发行人下脚料成本主要参考材质特点、市场报价情况确定折扣率，发行人对下脚料的品质严格区分，并在回收入库时按照不同的计价规则核算入库，因此，不存在相同种类下脚料既循环投产，又对外出售的情形；

3、报告期各期，下脚料投入增加成本、回收冲减成本的金额核算准确，由于下脚料仅在“熔铸”环节投入，且熔铸合金棒作为通用性较高的中间品，其生产工单不会与具体订单或产品对应，因此下脚料的投入记录不会与关联方或非关联方对应；

4、发行人制定了完善的下脚料管理制度且有效执行，下脚料会计处理具备准确性，不存在利用下脚料核算调节成本的情形。

问题 3 关于一季度业绩

请发行人说明 2023 年一季度的审阅数及上半年业绩变动情况，进一步分析业绩变动原因、是否存在业绩下滑的风险及应对措施，必要时进行重大事项提示。

回复：

一、发行人 2023 年一季度经营业绩同比变化情况

发行人 2023 年一季度经营业绩同比变化，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-3 月	2022 年 1-3 月	同比变动情况
营业收入	34,850.55	46,116.36	-24.43%
营业成本	27,560.02	35,150.32	-21.59%
毛利率	20.92%	23.78%	-2.86%
期间费用	3,508.94	4,467.73	-21.46%
净利润	3,360.93	5,327.86	-36.92%

由上表可知，2023 年 1-3 月，发行人经审阅的营业收入为 34,850.55 万元、营业成本为 27,560.02 万元，较去年同期分别下降 24.43%和 21.59%；毛利率为 20.92%，较去年同期下降 2.86 个百分点；净利润为 3,360.93 万元，较去年同期下降 36.92%。

二、发行人 2023 年上半年经营业绩预测

发行人基于 2023 年 1-5 月已实现的业绩情况，结合发行人 2023 年 1-5 月主要产品销售价格、在手订单、市场供需和竞争情况，对 2023 年 1-6 月业绩进行了预计，预计 2023 年 1-6 月主要业绩指标如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年 1-6 月	同比变动情况
营业收入	75,041.52	88,264.94	-14.98%
营业成本	59,221.52	66,472.23	-10.91%
毛利率	21.08%	24.69%	-3.61%
期间费用	7,279.25	8,118.78	-10.34%
净利润	6,778.27	9,581.55	-29.26%

注：上述 2023 年 1-6 月业绩情况系公司预计数据，未经会计师审计，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

由上表可知，2023 年 1-6 月，发行人预计营业收入为 75,041.52 万元、营业成本为 59,221.52 万元，较去年同期分别下降 14.98%和 10.91%；净利润为 6,778.27 万元，较去年同期下降 29.26%；经营业绩降幅与 2023 年一季度相比显著缩小。

三、发行人 2023 年 1-3 月业绩变动的原因

2023 年 1-3 月，发行人营业收入较去年同期下降 24.43%，净利润较去年同期下降 36.92%，其中，主要产品销售收入、销售数量、销售单价对比如下：

产品	项目	2023 年 1-3 月	2022 年 1-3 月	变动情况
工业铝材	销售金额（万元）	16,194.71	22,778.71	-28.90%
	销量（吨）	5,461.38	7,319.45	-25.39%
	平均销售单价（元/吨）	29,653.16	31,120.81	-4.72%
自行车配件	销售金额（万元）	9,228.22	12,407.79	-25.63%
	销量（万个）	221.56	279.76	-20.80%
	平均销售单价（元/个）	41.65	44.35	-6.09%
摩托车圈类	销售金额（万元）	6,300.19	6,792.50	-7.25%

产品	销量（万个）	18.13	19.55	-7.23%
	平均销售单价（元/个）	347.46	347.52	-0.02%
受托加工	销售金额（万元）	1,373.54	2,264.50	-39.34%
	销量（吨）	1,209.79	2,045.10	-40.84%
	平均销售单价（元/吨）	11,353.59	11,072.81	2.54%

如上表所示，2023年1-3月，发行人营业收入下降的主要原因为产品销量同比下降，主要因素系：

（1）自行车行业是发行人下游重要应用领域之一，报告期内占比约53%。2023年1季度相比2022年1季度，自行车行业景气度有所下降对发行人产品销量及经营业绩产生一定影响。根据中国海关出口数据，2023年1季度相比2022年1季度，我国自行车出口数量下降33.4%。

（2）2023年1季度，发行人部分员工发生身体健康问题，对公司生产节奏产生一定影响，各产品产销量均存在一定程度下滑。

（3）在宏观经济波动影响下，2023年1季度发行人与部分同行业可比公司业绩均存在一定程度下滑，具体如下：

①工业铝材可比公司业绩情况

在工业铝材领域，发行人可比公司为亚太科技、鑫铂股份与和胜股份，其中亚太科技下游受益于新能源汽车行业的发展，其2023年1季度业绩同比呈现增长；鑫铂股份与和胜股份2023年1季度业绩同比均呈现一定程度下滑。

单位：万元

公司名称	2023年1季度营业收入		2023年1季度净利润		主要下游应用领域/主要产品
	金额	同比增减	金额	同比增减	
亚太科技	148,960.79	-3.67%	10,439.80	25.21%	汽车
鑫铂股份	124,396.32	28.37%	2,620.27	-42.95%	新能源光伏
和胜股份	53,102.13	-22.15%	2,459.05	-51.23%	汽车、电子消费品、耐用消费品

②自行车行业公司及巨大机械业绩情况

A 股上市公司中，不存在与发行人经营相同自行车零部件产品的公司。受自行车行业景气度影响，A 股自行车行业上市公司及巨大机械 2023 年 1 季度经营业绩同比均呈现一定下滑。

单位：万元

公司名称	2023 年 1 季度营业收入		2023 年 1 季度净利润		主要产品
	金额	同比增减	金额	同比增减	
信隆健康	27,157.45	-46.89%	1,252.83	-72.40%	前叉、车把、座管、立管、碟刹
上海凤凰	35,157.41	-15.06%	1,515.13	-37.90%	自行车整车
久祺股份	48,705.09	-37.09%	1,386.12	-67.37%	自行车、电动自行车及配件
巨大机械	452,683.78	-9.62%	18,805.82	-54.14%	自行车、电动车及配件

注：巨大机械财务数据已按照平均汇率换算。

发行人 2023 年 1 季度业绩存在一定下滑，与同行业公司情况基本一致。除此之外，发行人产品下游应用行业广泛，约 47%应用于非自行车行业，一定程度上提高了抗风险能力，虽然发行人 2023 年 1 季度经营业绩有所下滑，但下降幅度小于可比公司。

四、是否存在业绩下滑的风险及应对措施

发行人 2023 年 1 季度营业收入同比下降 24.43%，净利润同比下降 36.92%，预计 2023 年上半年，发行人营业收入及净利润同比下降幅度大幅收窄至 14.98%和 29.26%。虽然发行人经营业绩短期内存在一定下降，但发行人自身持续盈利能力不存在重大变化，不构成长期业绩下滑的风险，具体如下：

发行人产品下游最主要的应用领域为自行车、摩托车、汽车。发行人 2023 年 1 季度业绩有所下滑受到多维度因素的影响，其中在下游行业需求方面，自行车行业景气度不及去年同期是影响因素之一，但自行车作为兼具功能性、娱乐性、运动性的消费品，虽然市场需求短期存在波动，但长期来看，具有稳定的发展空间，随着市场需求企稳，自行车行业景气度逐步改善，发行人 2023 年第二季度预计实现营业收入 40,190.97 万元，相比第一季度 34,850.55 万元增幅 15.32%；此外，下游摩托车、汽车等其他行业发展持续向好，进一步为发行人

业绩修复提供保障。具体如下：

（一）自行车市场需求基础稳定，行业景气度逐步改善

在过去三年全球新冠疫情影响下，欧美地区提倡以自行车、踏板摩托车作为健康出行工具，减少公共交通使用，因此自行车市场需求快速增加，在海外需求的带动下，我国作为自行车出口大国，各产业链环节均呈现快速发展。2022年下半年以来，随着疫情影响减弱、俄乌战争带来的地缘政治不稳定性等因素加剧了欧洲的通胀水平，给消费市场需求端带来了较大压力，包括自行车在内的消费品市场需求呈现下降。虽然短期内自行车市场景气度呈现一定下滑，但根据 Research And Markets 数据，2020 年全球自行车市场价值为 437 亿美元，保守预计全球自行车市场价值将在 2027 年达到 823 亿美元，年均复合增长率为 4.29%；乐观预计 2027 将达到 1,405 亿美元，年均复合增长率为 18.1%，自行车行业景气度将逐步改善。

（二）摩托车市场近年来稳中有升

2018 年以来，我国摩托车内销稳中有增，出口市场持续高景气，电动摩托车以及休闲娱乐车型的突起使得我国摩托车行业呈现显著的增长趋势，年均复合增长率达到 8.30%，其中 2022 年我国摩托车产销量突破 2,000 万辆，达到 2015 年以来的最好水平。根据 Statista 的调查显示，2020 年全球摩托车行业收入约为 1,170 亿美元，预计到 2026 年收入将增加到 1,600 亿美元。

同时，随着越野、探险摩托车运动的推广及场地赛事的风靡，越野、探险摩托车逐渐形成了具有一定规模的摩托车领域细分市场。2023 年全球越野、休闲摩托车市场预计将实现 75.6 亿美元的收入，并以年复合增长率 6.16% 的趋势增长，预计于 2027 年全球市场容量将达到 96 亿美元，销量将达到 182 万辆左右。

发行人摩托车圈产品主要应用于越野、探险型摩托车，主要客户为 BMW、KTM 等欧洲知名高端摩托车品牌商，充分受益于上述细分市场。随着高端越野、探险摩托车产品市场需求逐步增加，发行人摩托车圈业务亦将同时分享市场红利。

（三）新能源汽车景气度高，汽车轻量化带动材料行业发展

2020年至2022年，我国乘用车销量分别为1,929.2万辆、2,015.7万辆和2,054.2万辆，整体保持稳定增长，其中，新能源汽车2021年销量为352.1万辆，同比增长157.6%，2022年销售为688.7万辆，同比增长93.4%，继续保持高增长态势。相比传统燃油车，新能源汽车对轻量化的需求更加迫切，2020年底，由工信部指导、中国汽车工程学会编制的《节能与新能源汽车发展技术路线图2.0》发布，指出到2025年、2030年、2035年新能源乘用车轻量化系数分别降低15%、25%、35%。随着汽车轻量化叠加新能源汽车快速发展，铝合金作为汽车轻量化的首选材料，将继续在汽车零部件领域不断渗透发展，持续增长。

（四）发行人储备技术产业化逐渐落地，将为公司创造更多业绩增长点

发行人在巩固现有核心客户合作关系的基础上，持续开拓下游新能源电池、新能源汽车、高铁、摩托车等行业的龙头客户，并持续与其开展合作。近年来，发行人不断增加研发投入，2023年起，在汽车、摩托车、高铁等应用领域的工业铝材新技术和新产品已逐步开始产业化落地，并实现订单快速增长，预计未来将为公司创造更多业绩增长点。

序号	新产品/新技术	预计订单量		终端应用客户	简要说明
		2023年	2024年		
1	2***铝合金	199吨	1,300吨	美国涡轮增压器龙头公司	原2***材料长期依赖进口，目前发行人成功突破此材料的研发，已和美国专业汽车涡轮增压器龙头公司达成商务合作，是其在中国大陆唯一一家指定材料供应商。
2	高压溃、高吸能材料	通过认证	待定	某头部动力电池厂	汽车防撞梁项目，预计2023年通过认证后量产。
3	7***铝合金	60吨	720吨	某头部新能源汽车厂	7***汽车螺母项目，认证即将通过，预计2023年部分量产。
4	最新高速高铁转向架锻造件	通过测试	32个转向架	中车轨道交通项目	已成功开发高铁转向架关键零部件产品，应用于国家最新高速高铁项目上，目前处于第二轮测试阶段，预计2023年通过测试，2024年试产两列高铁订单，后续将逐步扩展订单数量。
5	一种新型一体轮毂产品	3,720个	18,000个	名列欧洲前6大摩托车品牌	该种新工艺轮毂产品强度性能比传统轮毂高数倍，且韧性和抗疲劳度都更高，因此不易粉碎断裂、安全性更高、可塑性强，同时产品重量较轻，散热能力好，节省燃油。该产品2023年开始对此欧洲客户进行供货，并将快速放量发展。

（五）发行人在手订单充足，保持良好的生产节奏

截至2023年6月20日，发行人在手订单情况如下：

产品类别	在手订单金额（不含税、万元）
工业铝材产品	15,318.08
自行车圈产品	1,515.74
花鼓及配件产品	3,809.08
摩托车圈类产品	8,194.30
轮组等	780.63
合计	29,617.83

截至 2023 年 6 月 20 日，发行人在手订单数量充足，金额为 29,617.83 万元（不含税），占 2022 年全年主营业务收入比例约 16.5%，生产工作有序进行。

综上所述，发行人 2023 年第 1 季度业绩同比下滑，主要系受到宏观经济波动和下游市场需求短期变化的影响，在自行车、摩托车及汽车行业长期增长趋势不变的背景下，下游市场需求复苏后将逐步带动发行人订单增长，同时发行人依靠自身核心竞争优势，持续稳固市场份额，不断开拓下游客户，提升自身产品技术工艺，发行人不存在业绩长期下滑的风险。

发行人已在招股说明书之“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（一）重大风险提示”章节补充披露如下内容：

“2、短期业绩下滑的风险

发行人根据 2023 年 1-5 月实现营业收入及 2023 年 6 月订单情况，预计 2023 年上半年实现营业收入 75,041.52 万元，同比下降 14.98%，实现净利润 6,778.27 万元，同比下降 29.26%。发行人 2023 年上半年业绩有所下滑主要因素系下游自行车行业景气度不及去年同期所致，因此存在短期业绩下滑的风险。

但自行车作为兼具功能性、娱乐性、运动性的消费品，虽然市场需求短期存在波动，但长期来看，具有稳定的发展空间；此外，发行人下游摩托车、汽车等其他行业发展持续向好，进一步为发行人业绩修复提供保障。”

问题 4 其他

请发行人说明：（1）结合间接控股股东巨大机械的股权结构变化情况、董事会成员提名及构成变动情况以及中国台湾证券交易所主板相关监管要求等，说明巨大机械形成无实际控制人情况的具体时点，相关认定是否符合实际情况，是否存在为满足发行人本次上市而认定为无实际控制人的情形；（2）花鼓及配件、自行车圈产品的主要客户群体，前述产品的关联销售占该类产品销售总额显著较高的原因及合理性，发行人就相关产品的客户拓展情况，是否对关联方存在重大依赖；（3）关联方受托加工业务与非关联方无缝管产品的其他主要原材料投入产出比是否存在差异，是否存在通过受托加工模式由关联方代垫成本费用的情况；（4）北京蒙泰华奥国际贸易有限公司成立时间较短即与发行人合作并成为第一大供应商的原因及合理性。

请保荐机构说明核查依据、过程，并发表明确核查意见；请发行人律师就问题（1）说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。请申报会计师就问题（3）（4）说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、结合间接控股股东巨大机械的股权结构变化情况、董事会成员提名及构成变动情况以及中国台湾证券交易所主板相关监管要求等，说明巨大机械形成无实际控制人情况的具体时点，相关认定是否符合实际情况，是否存在为满足发行人本次上市而认定为无实际控制人的情形

（一）巨大机械的股权结构变化

1、巨大机械股权分散，前十大股东合计持股比例较低

2009年起巨大机械前十大股东合计持股比例区间在 26.02%至 34.85%之间，其中近 5 年持股比例区间在 26.02%至 28.09%之间，近 5 年第一大股东持股比例均未达到 5%，股权始终较为分散。

2、巨大机械上市以来，杜绣珍家族及刘涌昌家族持有巨大机械股份比例稳定

巨大机械 1994 年于中国台湾地区台湾证券交易所上市，上市以来杜绣珍家族、刘涌昌家族持有巨大机械股份比例稳定，杜绣珍家族持股比例区间在 17.22%

至 20.97%，其中自 2005 年后始终保持在 17%左右；刘涌昌家族持股比例区间在 11.27%至 14.19%，其中自 2006 年后始终保持在 11%左右。具体如下表所示：

持股方	1994年-1996年	1997年-1999年	2000年-2002年	2003年-2005年	2006年-2008年
杜绣珍家族持股比例	18.59%-20.97%	18.24%-18.49%	17.68%-18.25%	17.76%-18.01%	17.33%-17.80%
刘涌昌家族持股比例	12.21%-14.19%	12.71%-14.15%	12.25%-14.10%	12.34%-12.62%	11.51%-11.55%
持股方	2009年4月	2010年4月	2011年4月	2012年4月	2013年4月
杜绣珍家族持股比例	17.44%	17.44%	17.27%	17.27%	17.27%
刘涌昌家族持股比例	11.59%	11.60%	11.49%	11.49%	11.47%
持股方	2014年4月	2015年4月	2016年4月	2017年4月	2018年4月
杜绣珍家族持股比例	17.27%	17.24%	17.24%	17.24%	17.24%
刘涌昌家族持股比例	11.30%	11.27%	11.28%	11.39%	11.41%
持股方	2019年4月	2020年4月	2021年4月	2022年4月	2023年1月
杜绣珍家族持股比例	17.25%	17.28%	17.28%	17.28%	17.22%
刘涌昌家族持股比例	11.42%	11.62%	11.75%	11.75%	11.82%

3、不存在单一股东或由杜绣珍家族、刘涌昌家族控制巨大机械股东会情况

自巨大机械上市以来，股权较为分散，无单一股东持股比例接近 30%的情形。其中近 5 年杜绣珍家族合计持有巨大机械股份比例不超过 18%，刘涌昌家族合计持有巨大机械股份比例不超过 12%，且杜绣珍家族与刘涌昌家族之间不存在通过签署一致行动协议或其他方式约定应当保持一致行动关系，巨大机械之股东会不存在被杜绣珍家族或刘涌昌家族控制的情况。

(二) 巨大机械董事会成员提名及构成变动情况

1、董事会成员提名及构成情况

根据巨大机械年度报告、公告，自巨大机械上市以来的历届董事会成员中，杜绣珍家族或刘涌昌家族均无法控制超过 1/3 的董事席位。根据巨大机械公司章程，自 2014 年开始巨大机械董事会独立董事选举采“候选人提名制度”，自

2019 年开始其他非独立董事选举采“候选人提名制度”，制度施行后截至目前董事候选人均由董事会提名。

1994 年以来巨大机械董事会成员及提名（候选人提名制度下）情况如下表所示：

项目	巨大机械历届董事会人员结构				
	1994-1997	1997-2000	2000-2003	2003-2006	2006-2009
董事会人员	刘金标 (刘家族)	刘金标 (刘家族)	刘金标 (刘家族)	刘金标 (刘家族)	刘金标 (刘家族)
	杜绣珍 (杜家族)	刘涌昌 (刘家族)	刘涌昌 (刘家族)	刘涌昌 (刘家族)	刘涌昌 (刘家族)
	杜刘月娇 (杜家族)	杜绣珍 (杜家族)	杜绣珍 (杜家族)	杜绣珍 (杜家族)	杜绣珍 (杜家族)
	罗祥安	杜刘月娇 (杜家族)	杜刘月娇 (杜家族)	杜刘月娇 (杜家族)	元新投资有限公司代表人杜刘月娇 (杜家族)
	卓文川	罗祥安	稳大股份有限公司代表人罗祥安	稳大股份有限公司代表人罗祥安	罗祥安
	王深汉	邱大鹏	邱大鹏	邱大鹏	邱大鹏
	邱灿坤	王守谦	王守谦	王守谦	王守谦
董事会总人数	7	7	7	7	7
杜绣珍家族人数	2	2	2	2	2
刘涌昌家族人数	1	2	2	2	2

注：1、“刘家族”指刘涌昌家族成员或其控制的主体，“杜家族”指杜绣珍家族成员或其控制的主体。

2、巨大机械董事成员由股东会选任，每届任期三年。

(接上表)

项目	巨大机械历届董事会人员结构				
	2009-2012	2012-2015	2015-2018	2018-2021	2021-目前
董事会人员	刘金标 (刘家族)	刘金标 (刘家族)	刘涌昌 (刘家族)	刘涌昌 (刘家族)	刘涌昌 (刘家族) (董事会提名)
	刘涌昌 (刘家族)	亚斯威肯有限公司 (刘家族)	刘金标 (刘家族)	刘金标 (刘家族)	刘金标 (刘家族) (董事会提名)
	杜绣珍	元新投资股	元新投资股份有	杨怀卿	杨怀卿

	(杜家族)	份有限公司 代表人杜绣 珍 (杜家族)	限公司代表人杜 绣珍 (杜家族)	(刘家族)	(刘家族) (董事会提名)
	元新投资有 限公司代表 人杜刘月娇 (杜家族)	元新投资股 份有限公司 代表人杜刘 月娇 (杜家族)	元新投资股 份有限公司代表人杜 刘月娇 (杜家族)	杜绣珍 (杜家族)	杜绣珍 (杜家族) (董事会提名)
	罗祥安	罗祥安	王守谦	元新投资股 份有限公司 (杜家族)	亚底控投股 份有限公司代表人涂 子訢 (杜家族) (董事会提名)
	邱大鵬	邱大鵬	罗祥安	罗祥安	涂子谦 (杜家族) (董事会提名)
	王守谦	王守谦	邱大鵬	邱大鵬	邱大鵬 (董事会提名)
			吴崇义 (独立董事) (董事会提名)	邱大维	邱大维 (董事会提名)
			陈宏守 (独立董事) (董事会提名)	吴崇义 (独立董事) (董事会提名)	何春盛 (独立董事) (董事会提名)
				陈宏守 (独立董事) (董事会提名)	陈宏守 (独立董事) (董事会提名)
				罗瑞霖 (独立董事) (董事会提名)	罗瑞霖 (独立董事) (董事会提名)
董事会总 人数	7	7	9	11	11
杜绣珍家 族人数	2	2	2	2	3
刘涌昌家 族人数	2	2	2	3	3

2、董事会选任规则

(1) 2014年之前，巨大机械未制定及实施“候选人提名制度”

根据巨大机械自 1994 年 5 月 21 日至 2014 年 6 月 22 日适用的公司章程规定：董事由股东会就有行为能力之人/股东中选任，任期为三年。在巨大机械施行董事选举“候选人提名制度”前，历任董事由公司股东会依据公司章程规定直接提出并选定，具体如下：在股东会上，按单记名累积投票制，由每位股东在其选票上直接填写被选举董事姓名/名称，各股东可将其选票集中于一人或分配数人，最终综合所有选票计算所有被选举人得票，依得票数从高到低确定当选

董事。

(2) 自 2014 年起，巨大机械先后就独立董事、非独立董事选举制定并实施“候选人提名制度”

根据巨大机械 2014 年 6 月 23 日修订的公司章程：“独立董事人数不得少于 2 人……采候选人提名制度，由股东会就独立董事候选人名单中选任之”；根据巨大机械 2019 年 6 月 21 日修订的公司章程：“董事采候选人提名制度，由股东会就董事候选人名单中选任之，任期均为三年”。同时，根据中国台湾地区“公司法”规定，持有已发行股份总数 1% 以上股份之股东、董事会有权提出董事候选人名单。

上述规则制定后，巨大机械于 2015 年、2018 年董事会改选时，对独立董事选任施行“候选人提名制度”；于 2021 年董事会改选时，对全体董事选任施行“候选人提名制度”。在前述三次董事改选中，无持股股东提名董事候选人，董事候选人名单由董事会提出，并由股东会选定。

3、无一方可实现对董事会的控制

在上述历届董事成员中，杜绣珍家族、刘涌昌家族均无法控制超过 1/3 的董事席位，且杜绣珍家族与刘涌昌家族之间不存在通过签署一致行动协议或其他方式约定保持一致行动关系。结合巨大机械董事选任规则，亦不存在杜绣珍家族或刘涌昌家族通过董事会、股东会控制董事成员选任的情况。

综上所述，杜绣珍家族或刘涌昌家族无法实现对巨大机械董事会的控制。

(三) 中国台湾证券交易所主板相关监管要求

中国台湾地区无关于实际控制人的表述及明文规定，企业申请于中国台湾证券交易所上市条件不包含实际控制人应于一定期间未发生变更等相关要求，巨大机械未在其上市地对实际控制人作出认定、披露。

(四) 巨大机械无实际控制人

巨大机械无单一股东持有其已发行股份总数接近或达到 30% 以上，或得以

行使巨大机械表决权接近或达到 30%以上；亦无多方股东通过协议等安排共同持有巨大机械已发行股份总数接近或达到 30%以上，或行使巨大机械表决权接近或达到 30%以上；无单一股东能够对巨大机械股东会、董事会实现控制，该等情况自巨大机械上市以来未发生变化。

根据上述巨大机械股权结构、董事会成员情况，及巨大机械出具的说明，巨大机械自 1994 年上市以来无实际控制人。

（五）巨大机械无实际控制人的认定符合实际情况，不存在为满足发行人本次上市而认定为无实际控制人的情形

自巨大机械上市以来，股权结构、董事会控制情况未发生重大变化；发行人直接股东大金控股、众御有限以及间接控股股东巨大机械均已比照实际控制人相关规定出具了自愿锁定股份、减持、稳定股价措施等系列承诺。结合如上所述，对巨大机械无实际控制人的认定，系在其自身认定的基础上，结合实际情况作出，不存在为满足发行人本次上市而认定为无实际控制人的情形。

（六）保荐机构及发行人律师核查

1、核查程序

保荐机构及发行人律师执行了如下核查程序：

（1）查阅巨大机械公告的历次年度报告，中国台湾李志珊律师事务所出具的《法律查核报告暨意见书》《法律查核补充报告暨意见书》《法律查核补充报告暨意见书（二）》，获取巨大机械提供的前十大股东名单，获取杜绣珍家族成员、刘涌昌家族成员在巨大机械的持股情况，核查巨大机械上市以来股权分布以及杜绣珍家族、刘涌昌家族持股情况；

（2）查阅巨大机械公告、董事换届公告，核查巨大机械历届董事成员以及杜绣珍家族成员、刘涌昌家族成员任职情况；

（3）查阅巨大机械公司章程、台湾地区“公司法”，核查巨大机械董事选任规则；

(4) 对照《证券期货法律适用意见第 17 号》相关规定，核查发行人最近三年控制权是否发生变更及认定为无实际控制人的合理性；

(5) 取得巨大机械就无实际控制人事项出具的《说明函》，查阅大金控股、众御有限以及巨大机械比照实际控制人相关规定出具的系列承诺。

2、核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

经核查巨大机械上市以来股权结构变化情况、董事会成员提名及构成变动情况，并结合中国台湾证券交易所主板相关监管要求以及巨大机械的公开披露情形，认为上市以来巨大机械无单一股东持股比例接近或达到 30% 的情形，巨大机械之股东会亦不存在被杜绣珍家族或刘涌昌家族控制的情况。在所述巨大机械历届董事会中杜绣珍家族、刘涌昌家族均无法控制超过 1/3 的董事席位，亦不存在杜绣珍家族或刘涌昌家族得以通过董事会、股东会控制董事成员选任的情况。

巨大机械无实际控制人的认定符合实际情况，不存在为满足发行人本次上市而认定为无实际控制人的情形。

二、花鼓及配件、自行车圈产品的主要客户群体，前述产品的关联销售占该类产品销售总额显著较高的原因及合理性，发行人就相关产品的客户拓展情况，是否对关联方存在重大依赖

(一) 发行人花鼓产品、自行车圈产品的主要客户群

1、花鼓产品

报告期各期，发行人花鼓及配件业务占营业收入的比例分别为 8.80%、9.99% 和 11.42%，发行人花鼓及配件产品的主要客户群情况如下：

单位：万元

序号	客户	2022 年	2021 年	2020 年	客户属性
1	巨大集团	18,186.27	14,391.96	10,325.23	全球最著名自行车品牌之一

2	太仓立方自行车有限公司	1,114.13	1,171.07	8.13	全球著名自行车制造商 CUBE 集团成员
3	天心工业	808.09	151.87	125.85	中国台湾最大的自行车部件 品牌
4	OTIS INTERNATIONAL LTD.	392.76	171.33	12.38	KuBus 的轮组代工企业
5	F.S.A.SRL	372.92	552.14	371.12	全球著名的自行车零部件企 业
6	KuBus Corporate BV	247.61	1,385.05	161.48	欧洲著名自行车品牌商
7	其他	269.83	270.99	225.76	
合计		21,391.60	18,094.41	11,229.94	
花鼓业务占营业收入比例		11.42%	9.99%	8.80%	

报告期各期，发行人花鼓及配件产品主要客户为巨大集团，销售占比分别为 91.94%、79.54% 和 85.02%。除巨大集团以外，发行人不断加强对第三方客户的开发，与太仓立方自行车有限公司、天心工业等著名客户建立了合作关系，发行人花鼓产品的主要客户群为自行车制造企业、自行车轮组制造企业等。

2、自行车圈产品

报告期各期，发行人自行车圈产品占营业收入的比例分别为 13.51%、13.69% 和 13.75%，发行人自行车圈产品的主要客户群情况如下：

单位：万元

序号	客户	2022 年	2021 年	2020 年	客户属性
1	巨大集团	14,029.33	13,370.90	9,593.75	全球最著名自行车品牌之 一
2	DT 集团	4,115.70	6,089.44	3,288.44	全球最著名专业自行车部 件品牌之一
3	MG-Components GmbH & Co. KG	2,420.73	1,668.74	519.56	欧洲著名自行车部件品牌 之一
4	Diamant Fahrradwerke GmbH	746.13	480.36	-	全球著名自行车品牌 Trek 的欧洲工厂
5	松下电器全球采购 (中国)有限公司	632.50	710.02	443.34	松下集团子公司
6	天心工业	550.25	45.74	-	中国台湾最大的自行车部 件品牌
7	松永福利器具制造 (上海)有限公司	223.38	329.05	191.08	日资轮椅行业著名品牌
8	其他	3,046.73	2,116.91	3,209.77	
合计		25,764.74	24,811.16	17,245.93	

自行车圈业务占营业收入比例	13.75%	13.69%	13.51%	
---------------	--------	--------	--------	--

报告期各期，发行人自行车圈产品主要客户为巨大集团，销售占比分别为 55.63%、53.89%和 54.45%。除巨大集团以外，发行人不断加强对第三方客户的开发，与 DT 集团、MG-Components GmbH & Co. KG 等著名客户建立了合作关系，发行人自行车圈产品的主要客户群为自行车制造企业、自行车轮组制造企业等。

（二）关联销售花鼓、自行车圈产品占同类产品比例较高的原因及合理性

花鼓及自行车圈产品是自行车系统重要零部件，低端花鼓及自行车圈主要为铁质，中高端花鼓及自行车圈主要为铝合金材质，发行人作为国内高性能工业铝材企业，以高品质铝材为基础向下游延伸开发了中高端花鼓及自行车圈产品，且仅适配于中高端自行车。因此，发行人产品品质与定位决定其自行车花鼓、自行车圈的目标客户群及发展策略系：为中高端自行车品牌、轮组品牌供应花鼓及自行车圈。

发行人作为中高端花鼓、自行车圈产品的供应商，目前仅在中国大陆设立生产基地，因此，相关产品对全球其他地区中高端自行车整车制造企业渗透率相对较慢。

在中国大陆，巨大集团作为全球中高端自行车制造商设立了四家整车工厂，是国内最大的自行车制造企业之一，其在采购花鼓、车圈等原材料时，采取“短链供应”原则，即在整车厂半径 30 公里内选择供应商，且选购发行人产品时遵循“优先非绝对”原则，因此成为发行人花鼓、车圈产品最主要的客户。综上，发行人花鼓、车圈产品关联销售占该类产品销售总额比例较高具备合理性。

（三）发行人就相关产品的客户拓展情况，是否对关联方存在重大依赖

发行人自开发花鼓、车圈业务以来，不断加强第三方客户开拓，截至报告期末，花鼓关联销售降至 85%，自行车圈关联销售降至 54%，但比例仍较大，因此，发行人花鼓及配件业务对关联方存在一定依赖。但与此同时，发行人掌握中高端花鼓及车圈产品的市场领先技术，如：开发了多种 60T 以上规格高端

花鼓产品，而国内基本无相关企业能够提供该档次产品，因此巨大机械对发行人亦有一定依赖。

发行人整体业务规模较大，花鼓及车圈业务仅占营业收入比例约 24%，且在其他业务板块，发行人关联交易占比微小，因此，发行人总体业务对关联方不存在重大依赖。

发行人已在招股说明书之“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（一）重大风险提示”章节补充披露如下内容：

“发行人营业收入中，花鼓及配件业务比例分别为 8.80%、9.99%和 11.42%，其中关联销售比例分别为 91.94%、79.54%和 85.02%；自行车圈业务比例分别为 13.51%、13.69%和 13.75%，其中关联销售比例分别为 55.63%、53.89%和 54.45%。虽然花鼓、自行车圈业务占公司业务规模合计比例仅约 24%，但在该两业务板块内关联销售比例较大，对关联方存在一定依赖。”

（四）保荐机构核查

1、核查程序

保荐机构执行了如下核查程序：

通过取得发行人收入成本明细表，对花鼓及配件、自行车圈产品的主要客户进行实地走访或视频访谈，对发行人主要业务板块负责人进行访谈，了解并核查发行人花鼓及配件、自行车圈业务的发展历史、主要客户群体情况、客户拓展情况，并分析上述业务板块关联交易占比较高的原因及合理性，判断是否对关联方存在重大依赖。

2、核查结论

经核查，保荐机构认为：

除巨大集团以外，发行人花鼓产品及自行车圈的主要客户群为自行车制造企业、自行车轮组制造企业等；发行人作为中高端花鼓、自行车圈产品的供应商，仅在中国大陆设立生产基地，因此，相关产品对全球其他地区中高端自行车整车制造企业渗透率相对较低；在中国大陆，巨大集团作为全球中高端自行

车制造商设立了四家整车工厂，是国内最大的自行车制造企业之一，其在采购花鼓、车圈等原材料时，采取“短链供应”原则，即在整车厂半径 30 公里内选择供应商，且选购发行人产品时遵循“优先非绝对”原则，因此成为发行人花鼓、车圈产品最主要的客户。因此，发行人花鼓、车圈产品关联销售占该类产品销售总额比例较高具备合理性。

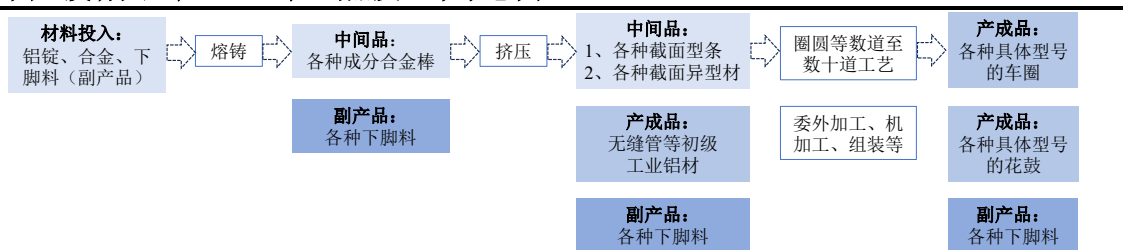
发行人自开发花鼓、车圈业务以来，不断加强第三方客户开拓，截至报告期末，花鼓关联销售降至 85%，自行车圈关联销售降至 54%，但比例仍较大，因此，发行人花鼓及配件业务对关联方存在一定依赖。发行人已在招股说明书对进行相关风险提示。

三、关联方受托加工业务与非关联方无缝管产品的其他主要原材料投入产出比是否存在差异，是否存在通过受托加工模式由关联方代垫成本费用的情况

（一）关联方受托加工业务与非关联方无缝管产品采取“共线生产”方式

发行人无缝管产品涉及的工艺流程为“熔铸+挤压”，在“挤压”环节，关联方受托加工业务与非关联方无缝管（以下简称“两种无缝管业务”）领用的合金棒种类基本相同，与此同时“熔铸”环节之熔炼炉等设备具有启停成本高的特点，因此，在“熔铸”环节，两种无缝管业务采取“共线生产”的方式，即：不会为受托加工无缝管单独熔铸合金棒。

图：发行人生产工艺、产出品及工单示意图



- **中间品：**中间品可应用于多种产成品生产，中间品工单不与具体订单/客户一一对应
- **副产品：**下脚料属于各生产环节副产品，主要用于循环生产，并仅在熔铸环节投入
- **产成品：**产成品工单对应具体型号产品，可关联具体订单/客户

（二）两种无缝管业务均仅在“熔铸”初始环节投入铝锭、合金等原材料，但该环节生产工单不与具体订单或业务类型一一对应

在“共线生产”模式下，两种无缝管业务均仅于“熔铸”初始环节投入铝锭、合金等原材料并制造成合金棒，且合金棒是“挤压”环节领用的唯一材料。

“熔铸”环节生产的某牌号合金棒，既可以被关联方受托加工业务领用，也可以被非关联方无缝管产品领用，亦可以被其他同材质非无缝管产品领用，发行人不会单独为某具体产品专门生产合金棒。

以无缝管最主要材料成分——6061W 牌号合金棒为例：

(1) 关联方受托加工无缝管业务中，6061W 材质无缝管产品占比约 82%；

(2) 非关联方无缝管产品中，6061W 材质占比约 66%；

(3) 发行人在生产 6061W 牌号合金棒时，根据各类无缝管、其他工业铝材、各类自行车圈等产品的在手及预计订单，预测对 6061W 牌号合金棒的需求合并排产，各批次生产工单不与具体订单或业务类型一一对应，且各批次生产作业具有一致性。

(4) 发行人在生产 6061W 合金棒时，投入合金比例为 3.62%。

(三) 两种无缝管业务的其他主要原材料投入产出比不存在差异，发行人不存在通过受托加工模式由关联方代垫成本费用的情况

1、两种无缝管业务的其他主要原材料投入产出比不存在差异

承前所述，发行人无缝管产品生产过程采取“共线生产”模式，且原材料仅在“熔铸”环节投入。无缝管主要原材料的投入产出比取决于无缝管的材质成分，如：在两种无缝管业务下，6061W 材质无缝管均为最主要的产品，该无缝管产品存在特定的铝锭、合金投入比例，不因业务模式而产生差异。

因此，无缝管的材料投入产出比与业务模式无关，两种无缝管业务使用合金棒的原材料投入产出比不存在差异。在上述业务模式下，发行人不存在亦无法通过受托加工模式由关联方代垫成本费用。

2、关联方受托加工无缝管业务下，成本的核算方式

(1) 两种无缝管业务的定价方式

发行人两种无缝管业务的定价模式如下：

单位：元/kg

无缝管业务种类	定价方式	2022年加工费	2021年加工费	2020年加工费
受托加工无缝管	加工费*重量	11.27	10.54	10.49
非关联方无缝管产品	铝价*重量+加工费*重量	11.64	10.49	10.09

注：“重量”指各业务模式下，发行人应当交付无缝管产品的重量；“铝价”根据上海有色金属网铝锭市场价确定。

(2) “共线生产”业务模式决定成本核算方式

承前所述，发行人两种无缝管业务的生产环节具有同一性，适宜采用“共线生产”模式，在该模式下：

起始“熔铸”环节的生产工单不会与具体订单或业务类型一一对应，因此，两种无缝管业务在“熔铸”环节的生产成本核算方式相同且无法区分，即：均包含铝锭投入成本。关联方受托加工无缝管实现销售时，在主营业务成本中，按照“铝价*重量”冲减材料成本，以还原受托加工主营业务成本。具体如下表所示：

业务流程	具体环节	会计分录
来料入库	原材料入库	借：原材料——铝锭
		贷：原材料——受托加工物资（备抵科目）
生产及入库	熔铸实际生产时	借：生产成本——合金棒
		贷：原材料——铝锭/合金 贷：直接人工、制造费用
	合金棒半成品入库	借：自制半成品——合金棒
		贷：生产成本——合金棒
	挤压环节实际生产时	借：生产成本——无缝管
		贷：自制半成品——合金棒 贷：直接人工、制造费用
受托加工无缝管入库	借：库存商品——受托加工无缝管	
	贷：生产成本——无缝管	
销售及出库	受托加工产品出库	借：应收账款/银行存款
		贷：主营业务收入——受托加工费（净额法）
		借：主营业务成本——受托加工
		贷：库存商品——受托加工无缝管

	冲减受托加工材料成本	借：原材料—受托加工材料（备抵科目）
		贷：主营业务成本—受托加工

（四）保荐机构及申报会计师核查意见

1、核查程序

发行人及申报会计师执行了如下核查程序：

通过取得发行人无缝管产品的 BOM 清单，对受托加工无缝管及非关联方无缝管产品之生产环节执行穿行测试，取得铝锭及合金等主要原材料的领用明细表、取得无缝管产品完工入库明细表，了解并核查发行人受托加工无缝管业务与非关联方无缝管产品的其他主要原材料投入产出比是否存在差异，是否存在通过受托加工模式由关联方代垫成本费用的情况。

2、核查结论

经核查，发行人及申报会计师认为：

关联方受托加工业务与非关联方无缝管产品采取“共线生产”方式，两种无缝管业务均仅在“熔铸”初始环节投入铝锭、合金等原材料，但该环节生产工单不与具体订单或业务类型对应，因此，无缝管的材料投入产出比与业务模式无关，两种无缝管业务的主要原材料投入产出比不存在差异，发行人不存在通过受托加工模式由关联方代垫成本费用的情况。

四、北京蒙泰华奥国际贸易有限公司成立时间较短即与发行人合作并成为第一大供应商的原因及合理性

（一）北京蒙泰华奥国际贸易有限公司成立时间较短即与发行人合作并成为第一大供应商的原因及合理性

发行人主要供应商北京蒙泰华奥国际贸易有限公司（以下简称“北京蒙泰”）基本情况如下：

公司名称	北京蒙泰华奥国际贸易有限公司
成立日期	2019-07-18
法定代表人	奥博

注册资本	30,000 万元人民币
主营业务	煤炭、铝棒、铝锭、电力等的销售
股权结构	内蒙古蒙泰集团有限公司 45.00%；内蒙古蒙泰（香港）有限公司 35.00%；蒙泰（上海）融资租赁有限公司 20.00%。
控股股东	内蒙古蒙泰集团有限公司
业务范围及人员人数	铝锭业务主要涉及山东、河北、天津、江苏，以华东为主，职工人数约 200 人。

北京蒙泰成立于 2019 年 7 月，并于 2021 年 8 月与发行人开始合作往来，并非设立后即与发行人开展合作，双方合作背景如下：

2020 年以来铝价快速上涨，发行人与各铝锭贸易商采购铝锭时，会遇到贸易商捂盘惜售等情形，采购管理工作难度加大；与此同时，发行人为控制铝锭来源和品质，2021 年开始开发“生产型”供应商，并与内蒙古蒙泰集团有限公司（以下简称“蒙泰集团”）间建立合作关系。

蒙泰集团成立于 2001 年底，是位于内蒙古的一家大型民营企业，蒙泰集团以煤炭、电力、电解铝产业为主，2022 年蒙泰集团销售额约 400 亿元。蒙泰集团作为大型铝锭生产型供应商，早年主要以集团本体直接开展铝锭销售业务；2019 年，蒙泰集团下设北京蒙泰作为其销售贸易业务主体，主要原因系蒙泰集团业务规模发展迅速，铝锭产量规模不断提升，而下游客户集中度较低，单个各下游客户需求量远小于其生产体量，为提高集团运转效率，集团进行专业化分工，因此下设北京蒙泰作为集团内铝锭等产品的唯一销售贸易业务主体，全面负责集团自产铝锭的销售工作。发行人向蒙泰集团采购铝锭的具体交易对象主体即为北京蒙泰。

2022 年度，发行人对北京蒙泰采购总额占北京蒙泰年度总销售额约 5.1%。蒙泰集团、北京蒙泰之股东、董事、监事、高管与发行人均不存在关联关系，北京蒙泰与发行人合作并成为第一大供应商具备合理性。

（二）保荐机构及申报会计师核查

1、核查程序

发行人及申报会计师执行了如下核查程序：

通过公开信息查询了北京蒙泰的基本工商信息及股东情况，获取了报告期内发行人与北京蒙泰的交易明细，对北京蒙泰业务负责人就双方的业务合作背景、合作方式、合作过程、采购产品类型及同类占比、合作双方及其关键人员是否存在关联关系等内容进行了访谈确认。

2、核查结论

经核查，发行人及申报会计师认为：

北京蒙泰作为控股股东蒙泰集团的销售公司，拥有充足且市场化的销售渠道，并非设立后即与发行人开展合作；双方建立合作背景合理，报告期内采购业务真实，北京蒙泰与发行人合作并成为第一大供应商具备合理性。

（本页无正文，为鼎镁新材料科技股份有限公司《关于鼎镁新材料科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件之审核中心意见落实函的回复》之签章页）



鼎镁新材料科技股份有限公司

2023年6月21日

发行人董事长声明

本人已认真阅读鼎镁新材料科技股份有限公司本次《关于鼎镁新材料科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件之审核中心意见落实函的回复》的全部内容，确认本次落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

发行人董事长：


涂季冰

鼎镁新材料科技股份有限公司

2023年 第 月 日



（本页无正文，为国泰君安证券股份有限公司《关于鼎镁新材料科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件之审核中心意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人：



邹涛泽



杨志杰

国泰君安证券股份有限公司

2023年6月21日



保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《关于鼎镁新材料科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件之审核中心意见落实函的回复》的全部内容，了解本落实函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人（主承销商）董事长：



贺 青

国泰君安证券股份有限公司

2023年6月21日

