



浙江泰鸿万立科技股份有限公司

Zhejiang Tion Vanly Tech Co.,Ltd.

(浙江省台州市海丰路 1178 号)

关于浙江泰鸿万立科技股份有限公司 首次公开发行股票并在沪市主板上市 申请文件的第二轮审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



东方证券承销保荐有限公司
ORIENT SECURITIES INVESTMENT BANKING CO., LTD

(上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 24 层)

上海证券交易所：

浙江泰鸿万立科技股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）收到贵所下发的《关于浙江泰鸿万立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的第二轮审核问询函》（上证上审（2023）681号）（以下简称“《二轮问询函》”），公司已会同东方证券承销保荐有限公司（以下简称“保荐机构”）、国浩律师（杭州）事务所（以下简称“律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）进行了认真研究和落实，并按照问询函的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题回复，现提交贵所，请予以审核。

除非文义另有所指，本问询函回复中的简称与《浙江泰鸿万立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）》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同涵义。

本问询函回复的字体说明如下：

问询函所列问题	黑体、加粗
对问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的补充披露、修改	楷体、加粗

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

目 录

1. 关于客户和收入	3
2. 关于成本和毛利率	38
3. 关于固定资产和模具	57
4. 关于期间费用	81
5. 关于应收票据	97

1. 关于客户和收入

根据问询回复：（1）报告期内，发行人客户数量分别为 17 家、20 家和 22 家，新增及退出客户的收入金额很小，发行人积极开拓了与 T 公司、理想汽车、蔚来汽车、零跑汽车等新能源汽车领域知名企业的合作关系；（2）公司产品销售可区分传统燃油、新能源和通用三类车型，2022 年传统燃油车型的地板结构件销量下滑；（3）报告期内，年降金额占利润总额的比例分别为 3.64%、1.99% 和 1.61%；（4）报告期内边角料销售金额分别为 5,779.97 万元、10,793.23 万元和 13,035.28 万元。

请发行人披露：（1）报告期新增及退出的主要客户名称、对应的销售车型及销售收入、新增及退出原因，新增客户的销售收入变动情况，截至目前发行人与 T 公司、理想汽车等新能源汽车的合作开展情况；（2）报告期各期新获取的定点及对应实现的报告期各期收入，是否存在新增项目定点获取数量放缓的情况，报告期内收入规模增大而年降金额占比下降的合理性；（3）不同客户的通用车型零部件能否共用，2022 年传统燃油车型的地板结构件销量下滑的原因及其趋势；应用于不同车型产品是否共用产线，新能源和通用车型产品单价及成本较高的原因；（4）报告期内生产形成边角料的比例是否稳定及定价依据；（5）报告期各期发行人对主要车型结构件/功能件的销量、销售收入情况，与相关车型的乘用车销量是否匹配，结合燃油车购置税政策以及新能源汽车补贴政策变动、消费需求因素、公司主要产品销售车型和新获取项目定点情况、期后业绩情况分析公司销售增长的可持续性。

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、报告期新增及退出的主要客户名称、对应的销售车型及销售收入、新增及退出原因，新增客户的销售收入变动情况，截至目前发行人与 T 公司、理想汽车等新能源汽车的合作开展情况

（一）报告期新增及退出的主要客户名称、对应的销售车型及销售收入、新增及退出原因，新增客户的销售收入变动情况

1、新增客户

报告期内，发行人主要新增客户具体情况如下：

单位：万元

新增客户名称	新增时间	新增原因	主要销售 车型	报告期内收入情况		
				2023 年	2022 年	2021 年
零跑汽车有限公司	2023 年度	发行人积极开拓市场，新增整车厂客户。	C11	258.51	-	-
上海信杰沪荣新材料 科技有限公司	2023 年度	客户为上汽集团供应商，2023 年起上汽集团指定发 行人通过该客户向其供应零部件产品。	LS6	120.12	-	-
T 公司（上海）	2022 年度	发行人积极开拓市场，新增整车厂客户。	T 公司 3 系 列、Y 系列 产品	4,376.21	10.19	-
海斯坦普汽车组件 （昆山）有限公司	2022 年度	客户为 T 公司供应商，2022 年起 T 公司指定发行人 通过该客户向其供应零部件产品。	T 公司 3 系 列、Y 系列 产品	10,191.69	4,615.40	-
力帆汽车及其关联方	2022 年度	发行人积极开拓市场，2022 年发行人新增向该客户 供应零部件产品。	枫叶	363.77	614.00	-
宁德时代新能源科技 股份有限公司	2022 年度	发行人积极开拓市场，新增新能源汽车配件客户， 主要供应新能源企业电池包相关配件。	ES13-400 ES24-500	178.89	136.19	-
合计			-	15,489.19	5,375.79	-
所有新增客户实现收入			-	15,617.87	5,475.88	71.59
主要新增客户收入占比			-	99.18%	98.17%	-

注：客户数量以合并口径计，仅统计报告期任意一期收入金额超过 50 万元的客户。

2022 年和 2023 年，上述主要新增客户当期实现收入金额占发行人当期新增客户收入金额的比例分别为 98.17%和 99.18%，占比很

高。报告期内发行人通过新增客户海斯坦普间接向 T 公司供货，2022 年和 2023 年发行人通过海斯坦普对 T 公司供货实现收入金额分别为 4,615.40 万元和 10,191.69 万元，金额较大。2022 年发行人获得直接向 T 公司供货的项目定点并已经于 2023 年第三季度开始较大规模供货。

2、退出客户

报告期内，发行人主要退出客户具体情况如下：

单位：万元

退出客户名称	退出时间	退出原因	主要销售车型	报告期内收入情况		
				2023 年	2022 年	2021 年
武汉华滋东江汽车零部件有限公司	2023 年度	客户为吉利集团供应商，2021 年吉利集团指定发行人通过该客户向吉利集团供应部分零部件产品，2023 年后无订单。	路特斯	-	10.45	3.05
柳州市顺菱汽车配件有限责任公司	2023 年度	客户为上汽集团供应商，2022 年上汽集团指定发行人通过该客户向上汽集团供应部分零部件产品，2023 年后无订单。	宝骏 RC-5	-	16.87	-
奇瑞集团及其关联方	2023 年度	原发行人整车厂客户，因客户采购需求调整逐步减少向发行人的采购。	开瑞 EV 开瑞 K50	-	6.96	18.20
海联金汇科技股份有限公司	2022 年度	客户为汽车零部件企业，向发行人零星采购少量零部件并最终用于吉利集团部分车型生产，整体交易金额很小、2022 年后无订单。	帝豪	-	-	70.00
定州市宏远机械有限公司	2022 年度	客户为长城汽车供应商，2021 年长城汽车指定发行人通过该客户向长城汽车哈弗品牌供应部分零部件产品，2022 年后无订单。	哈弗 H6	-	-	33.80
台州润达汽车部件	2022 年度	客户为吉利集团供应商，2021 年吉利集团指定发行	帝豪	-	-	12.81

退出客户名称	退出时间	退出原因	主要销售 车型	报告期内收入情况		
				2023 年	2022 年	2021 年
有限公司		人通过该客户向吉利集团吉利品牌供应部分零部件产品，2022 年后无订单。				
长安汽车及其关联方	2021 年度	原发行人整车厂客户，因客户采购需求调整逐步减少向发行人的采购。	悦翔	-	-	-
合计			-	-	34.28	137.86
所有退出客户收入			-	-	39.28	157.41
主要退出客户收入占比			-	-	87.27%	87.58%

注：客户数量以合并口径计，仅统计报告期任意一期销售金额超过 10 万元的客户。

上述主要退出客户在 2021 年和 2022 年实现收入金额占发行人当期退出客户收入金额的比例为 87.58%和 87.27%，占比很高。报告期内，发行人主要退出客户数量分别为 1 家、3 家和 3 家，2022 年和 2023 年退出客户对应前一年主营业务收入分别为 116.61 万元和 34.28 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 0.09%和 0.02%，金额及占比均很小。报告期内，发行人退出客户主要为合作规模较小且零散采购的零星客户，相关客户基于自身需求变化于部分年份未向发行人采购零部件产品，对发行人持续经营不存在不利影响。

（二）截至目前发行人与新能源汽车的合作开展情况

截至本问询函回复出具日，发行人已与 T 公司、极氪汽车、理想汽车、蔚来汽车、零跑汽车、X 公司、广汽埃安、银河、SMART 等多家知名新能源汽车整车厂或品牌建立了紧密的合作关系并取得项目定点，部分情况如下：

序号	新能源领域客户	车型代号	车型首款零件定点通知书时间	零部件量产时间	供应零部件类型
1	埃安	A12	2018 年	2020 年	功能件
2	极氪	DC1E	2019 年	2021 年	结构件
3	T 公司	电池包通用件	2021 年	2022 年	结构件
4	T 公司	Highland	2022 年	2023 年	结构件
5	SMART	HC11	2021 年	2023 年	功能件
6	零跑	C11	2022 年	2023 年	功能件
7	银河	G636	2022 年	2023 年	功能件
8	银河	G733	2022 年	2023 年	功能件
9	银河	E171	2022 年	2023 年	结构件
10	智己	S11L	2022 年	2023 年	结构件
11	智己	S12L	2022 年	2023 年	结构件
12	零跑	B11	2022 年	2024 年	功能件
13	理想	X04	2022 年	2024 年	结构件
14	理想	X04	2022 年	2024 年	功能件
15	X 公司	MS11	2022 年	2024 年	结构件
16	T 公司	CKD ^注	2023 年	2024 年	结构件
17	蔚来	Firefly	2022 年	预计 2025 年	功能件

序号	新能源领域客户	车型代号	车型首款零件定点通知书时间	零部件量产时间	供应零部件类型
18	理想	W02	2023 年	预计 2025 年	结构件
19	理想	W05	2023 年	预计 2025 年	结构件
20	SMART	HY11	2023 年	预计 2025 年	结构件
21	X 公司	MX11	2023 年	预计 2025 年	结构件
22	SMART	HY11	2023 年	预计 2025 年	功能件
23	SMART	HS11	2024 年	预计 2025 年	功能件
24	零跑	A01	2024 年	预计 2025 年	功能件
25	理想	W04	2024 年	预计 2025 年	结构件

注 1：CKD 全称“Completely Knocked Down”（完全拆散），指的是在汽车进口或引进时，将汽车完全拆散成零部件，然后再进行整车组装。该项目为 T 公司将部分进口零部件本地化生产的统称，系新项目一系列零部件定点的合集。

注 2：已量产时间统计为截至 2024 年 7 月末的量产情况。

发行人深刻把握全球新能源汽车快速发展的机遇，主动响应汽车电动化及新能源汽车领域的发展趋势，积极开拓了上述知名新能源汽车整车厂或品牌的合作关系，为未来业绩奠定了良好的基础。报告期内，发行人用于新能源及通用车型的汽车零部件收入占主营业务收入金额的比例分别为 59.71%、73.42%和 80.63%，占比呈上升趋势、整体发展情况良好。

二、报告期各期新获取的定点及对应实现的报告期各期收入，是否存在新增项目定点获取数量放缓的情况，报告期内收入规模增大而年降金额占比下降的合理性

（一）报告期各期新获取的定点及对应实现的报告期各期收入

一般而言，汽车零部件企业在获得整车厂的项目定点后，需要经过较长时间的项目开发流程，开发成功后正式进入量产环节，从项目开发到量产的时间相对较长、一般需要 1-2 年时间；不同客户、不同车型的开发时间也存在一定差异。下文以发行人报告期各期新实现收入的项目定点来分析其收入情况，具体如下：

1、结构件产品

报告期各期，发行人结构件实现收入的项目定点数量、对应收入金额以及占结构件产品收入的比例情况如下：

单位：万元

定点首次产生收入年份	数量	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
2023 年度	34	6,167.43	5.25%	-	0.00%	-	0.00%
2022 年度	32	30,359.19	25.82%	13,484.86	11.97%	-	0.00%
2021 年度	15	24,612.70	20.94%	22,070.52	19.59%	4,317.23	5.98%
合计	81	61,139.31	52.01%	35,555.38	31.55%	4,317.23	5.98%

报告期各期，发行人新实现收入结构件的主要项目型号、对应的客户名称、具体车型及收入情况如下：

(1) 2023 年度

单位：万元

序号	车型	对应客户	具体车型	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	GE11-A3	吉利集团	几何 G6	1,455.54	-	-
2	B07	长城汽车	哈弗枭龙	775.81	-	-
3	B16 PHEV	长城汽车	第二代大狗新能源	732.33	-	-
4	B30-DHT	长城汽车	B30 平台件	610.44	-	-
5	IP42	上汽集团	名爵 MG7	540.88	-	-
合计				4,114.99	-	-

(2) 2022 年度

单位：万元

序号	车型	对应客户	具体车型	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	TS	T 公司	T 公司 3 系列、Y 系列产品	24,003.37	11,029.17	-
2	ES13	长城汽车	芭蕾猫	1,648.42	1,215.55	-
3	AS33	上汽集团	荣威 RX5	326.60	587.85	-
4	SS13	吉利集团	帝豪 GL	156.10	288.72	-
5	AC1E	吉利集团	几何 E	68.50	78.02	-
合计				26,202.99	13,199.31	-

(3) 2021 年度

单位：万元

序号	车型	对应客户	具体车型	2023 年度	2022 年度	2021 年度
----	----	------	------	---------	---------	---------

序号	车型	对应客户	具体车型	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	SS11	吉利集团	第四代帝豪	12,264.57	10,238.38	2,886.76
2	DC1E	吉利集团	极氪 001	7,366.52	6,872.89	360.38
3	B02	长城汽车	神兽	981.18	2,080.17	400.24
4	EX11	吉利集团	领克 09	481.03	1,460.22	207.68
5	V51	长城汽车	玛奇朵	177.94	161.49	373.98
合计				21,271.25	20,813.14	4,229.05

2、功能件产品

报告期各期，发行人功能件实现收入的项目定点数量、对应收入金额以及占功能件产品收入的比例情况如下：

单位：万元

定点首次产生收入年份	数量	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
2023 年度	27	2,097.59	10.17%	-	0.00%	-	0.00%
2022 年度	34	3,610.43	17.51%	723.35	3.73%	-	0.00%
2021 年度	16	4,020.89	19.50%	3,545.90	18.29%	1,231.07	7.70%
合计	77	9,728.91	47.19%	4,269.25	22.02%	1,231.07	7.70%

报告期各期，发行人新实现收入功能件的主要项目型号、对应的客户名称、具体车型及收入情况如下：

(1) 2023 年度

单位：万元

序号	车型	对应客户	具体车型	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	B16 PHEV	长城汽车	第二代大狗新能源	465.33	-	-
2	EQ100	上汽集团	云朵	241.11	-	-
3	E260	上汽集团	缤果	224.48	-	-
4	C11 REO	零跑汽车	C11	222.51	-	-
5	B26	长城汽车	猛龙	190.86	-	-
合计				1,344.29	-	-

(2) 2022 年度

单位：万元

序号	车型	对应客户	具体车型	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	FX11	吉利集团	博越 L	745.71	107.12	-
2	A21	广汽集团	埃安 Y	368.19	144.43	-
3	AC1E	吉利集团	几何 E	122.96	138.43	-
4	EC24	长城汽车	闪电猫	46.62	43.65	-
5	SS13	吉利集团	帝豪 GL	26.62	165.35	-
合计				1,310.10	598.97	-

(3) 2021 年度

单位：万元

序号	车型	对应客户	具体车型	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	SS11	吉利集团	第四代帝豪	2,037.48	1,670.23	501.58
2	A20	广汽集团	AION Y	918.54	488.65	179.61
3	FE-6DB	吉利集团	缤瑞 cool	748.86	742.26	258.55
4	B02	长城汽车	神兽	30.94	281.67	55.06
5	CN202C	上汽集团	宝骏 RC-6	0.07	4.13	119.32
合计				3,735.88	3,186.95	1,114.12

由上可知，报告期内发行人新增实现收入的项目定点较多，整体收入金额以及收入占比不断提升。

(二) 报告期内，发行人不存在新增项目定点获取数量放缓的情况

发行人产品主要为结构件及功能件产品，报告期内二者合计收入金额占主营业务收入的比例分别为 99.74%、99.53%和 99.82%，占比很高，为发行人的主要收入来源。以结构件产品为例，报告期内发行人新增实现收入的项目定点数量分别为 15 项、32 项和 34 项，数量整体呈上升趋势，不存在新增实现收入的项目定点数量放缓的情况。

新获得的项目定点方面，发行人部分新增项目定点情况详见本题回复“五、”之“（二）”之“4、发行人新获取项目定点情况”相关内容。发行人应用于 T 公司、理想、蔚来、吉利银河等多款热销新能源车型的零部件产品将在 2024 年至 2025 年陆续投产，紧密契合了近年来下游新能源汽车渗透率不断提升的发展

趋势、具有良好的发展前景，为未来业绩奠定了良好的基础。

（三）报告期内发行人收入规模增大而年降金额占比下降的合理性

报告期内，发行人存在年降条款协议约定的零部件收入、最大年降金额及对应各项比例情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
约定年降的产品收入金额①	5,838.13	7,825.45	6,564.23
主营业务收入②	138,428.35	132,697.08	88,439.68
最大年降金额③=①*3%	175.14	234.76	196.93
最大年降金额占收入的比例④=③/②	0.13%	0.18%	0.22%
利润总额⑤	18,599.07	14,591.57	9,876.75
最大年降金额占利润总额的比例⑥=③/⑤	0.94%	1.61%	1.99%

报告期内，发行人最大年降金额占当期主营业务收入的的比例分别为 0.22%、0.18%和 0.13%，2023 年占比较低主要是由于当期发行人来自上汽集团的年降产品收入较少。上汽集团内与发行人约定年降条款的客户主要为上海汽车集团股份有限公司乘用车公司（以下简称“上汽乘用车”），报告期内发行人来自上汽乘用车相关的年降产品收入分别为 4,725.97 万元、5,093.45 万元和 3,274.02 万元。受上汽集团部分车型销量下降等因素影响，发行人 2023 年度向其供货实现收入金额有所下降，与此同时来自于长城汽车、T 公司等客户的收入金额不断上升并相应导致整体主营业务收入金额上升。上述因素综合影响下，当期约定年降的产品收入金额及占当期发行人主营业务收入金额的比例有所降低。

报告期内，发行人最大年降金额占利润总额的比例分别为 1.99%、1.61%和 0.94%，整体不断下降、与上述最大年降金额占主营业务收入比例的变动情况存在一定差异，主要是由于发行人利润总额和主营业务收入的变动幅度存在一定差异。受下游乘用车尤其是自主品牌和新能源市场不断向好、发行人生产经营规模不断扩大、规模经济效应不断显现、客户结构不断优化等积极因素影响，发行人报告期内利润总额分别为 9,876.75 万元、14,591.57 万元和 18,599.07 万元，报告期内年复合增长率为 37.23%、呈现快速上升趋势，增长幅度高于发行人主营业务收入的复合增长率，相应导致最大年降金额占利润总额的比例有所下降。2023

年上述比例下降幅度较大，主要是由于当期涉及年降产品收入金额有所下降的同时，发行人受整体收入上升、资产减值损失金额下降、其他收益有所上升等因素影响利润总额上升幅度相对较大，相应导致 2023 年发行人最大年降金额占利润总额的比例有所下降，具有合理性。

综上所述，报告期内发行人收入规模增大的情况下，最大年降金额占当期主营业务收入的比重呈下降趋势具有合理性；最大年降金额占利润总额的比例有所下降，主要是由于报告期内受规模经济效应等因素综合影响，利润总额的增长幅度大于收入增长幅度，具有合理性。

三、不同客户的通用车型零部件能否共用，2022 年传统燃油车型的地板结构件销量下滑的原因及其趋势；应用于不同车型产品是否共用产线，新能源和通用车型产品单价及成本较高的原因

（一）除部分同平台零部件外，不同客户的通用车型零部件不能共用

发行人产品可应用于通用车型，是指该款零部件产品所安装的车型既可以为新能源车型（含油电混合车型），也可以为传统燃油车型。通用车型产品通常包括如下情形：1、该零部件为平台件，可用于该平台下多款新能源汽车与燃油汽车生产（如 B30 平台件可用于生产哈弗品牌 H6、神兽、大狗等多款车型，每款车均有燃油和新能源版本）；2、该零部件用于生产特定车型，该车型同时包含新能源和燃油版本（如 623A 车型零部件可用于生产沃尔沃品牌 XC40 燃油车型和极星品牌 Polestar 2 新能源车型）。具体而言，除部分同平台零部件外，不同客户的通用车型零部件不能共用，主要有以下两方面原因：

1、汽车制造业逐步向平台化趋势发展，汽车生产平台多采用可在不同车型、不同能源类型车辆共享的通用零部件，汽车零部件企业根据下游整车厂客户的要求进行通用车型零部件生产

汽车平台化是指让新车在开发过程中使用共同构架，利用该构架可在共用部分设计的基础上衍生出外形和用途存在一定差异的车型。汽车平台化是汽车从开发阶段到生产制造过程中的设计方法、设备基础、生产工艺、制造流程以及核心部件和质量控制的一整套体系。

汽车平台化之前，整车厂需要为每一款车型开发单独的车身、底盘、发动机

以及变速箱等核心部件，研发成本高、零部件采购与整车生产不易形成规模经济。汽车平台化的应用可以让整车厂在短时间内推出多款车型同时保证质量稳定。在平台的基础上直接进行后续设计，相对单一车型的无平台化设计，能在保证一部分车身尺寸不变的基础架构上，有效减少重复设计的步骤；在生产过程中，共享的零部件和同样的车身平台可使用同一条生产线及设备，极大节约了生产成本、提高了生产效率。报告期内，发行人进入了吉利集团旗下浩瀚、CMA、PMA 以及长城汽车旗下 A30、B30、ES11 等多个汽车架构平台的供应链体系，具备较强的总成零部件和平台通用零部件设计开发能力。发行人供应的平台件适用于该平台下的多款车型，客户可根据自身生产计划灵活调配所采购平台零部件的选用安装，可协助整车厂实现整车制造过程中的降本增效，因此通用车型零部件未明确具体应用车型。

2、部分汽车零部件产品安装的适配性、通用性较高，可适用于不同能源耗用类型的车型

为适应汽车终端消费市场激烈的竞争，除新能源汽车厂商外，部分整车厂在推出新产品时大多会选择同时推出新能源版本和燃油版本以供不同需求消费者选择，比如吉利领克 01 和长城哈弗 H6 等。同类车型的不同能源版本在与动力系统相关的组成与结构方面存在较大差异，但其他不涉及动力系统的车身结构中存在较多可共用零部件的情形，如发行人功能件产品中的限位器和支撑杆等。与平台件情形类似，同款车型不同版本使用适配性高的相同零部件，可以减少研发支出、增加生产的规模效应并降低整车成本。

综上所述，除部分属于同一平台零部件存在可以共用情形外，不同具体客户的通用车型零部件一般不能共用。

（二）2022 年传统燃油车型的地板结构件销量下滑的原因及其趋势

报告期内，发行人地板结构件按能源耗用分类的销量及占比情况如下：

单位：万件

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比
新能源	1,382.08	34.58%	840.35	25.26%	178.85	6.93%

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比
通用	2,100.94	52.56%	1,976.50	59.42%	1,648.87	63.88%
传统燃油	514.23	12.86%	509.41	15.31%	753.38	29.19%
合计	3,997.26	100.00%	3,326.26	100.00%	2,581.10	100.00%

如上表所述，报告期内发行人传统燃油车型地板结构件的销量分别为 753.38 万件、509.41 万件和 514.23 万件，销量与占比整体均呈下降趋势、与传统燃油车型结构件变动趋势保持一致。2022 年传统燃油车型的地板结构件销量下滑，主要原因如下：

1、下游乘用车行业中，新能源车型销量及占比不断提升、非新能源车型销量及占比不断下降，对汽车零部件行业也产生了一定影响

在节能减排和循环经济的政策指引下，新能源汽车成为了我国汽车行业发展的重点鼓励方向。在政策支持下，近年来我国新能源汽车技术不断进步，新能源汽车市场迅速扩大。2021 年至 2023 年，我国新能源汽车销量分别为 352.1 万辆、688.7 万辆和 949.5 万辆，销量复合增长率为 64.2%，占我国汽车销量的比重分别为 13.40%、25.64%和 31.55%，渗透率及销量规模整体迅速提升。与此相对应，非新能源汽车销量分别为 2,275.4 万辆、1,997.7 万辆和 2,059.9 万辆，其市场占有率也由 86.60%下降至 68.45%，不断下滑且趋势明显。

结合上述数据可知，终端市场中新能源相关车型销量占比呈上升趋势，相应也影响上游零部件供应商的产品结构，传统燃油车型零部件销量占比下降、新能源及通用车型零部件销量占比提升，符合下游乘用车行业的发展趋势。

2、发行人主要客户朝新能源方向转型、订单向新能源方向倾斜，是发行人传统燃油车型零部件销量下降的直接原因

报告期内，吉利集团、长城汽车和上汽集团为与发行人合作多年的整车厂商，为发行人的主要客户，发行人销售的用于前述客户车型产品的收入金额占比分别为 97.74%、89.68%和 80.07%，占比很高。

吉利集团、长城汽车、上汽集团等各大传统车企也正在加速向新能源赛道转型。根据吉利集团与长城汽车公布的数据，报告期内，吉利集团新能源车型销量

分别为 10.01 万辆、32.87 万辆和 48.75 万辆，占吉利集团当期汽车总销量的比例分别为 7.54%、22.94%和 28.90%；报告期内，长城汽车新能源车型销量分别为 13.70 万辆、13.18 万辆和 25.64 万辆，占长城汽车当期汽车总销量的比例分别为 10.69%、12.42%和 20.85%，主要客户新能源车型及销量占比均呈上升趋势。

报告期各期，上述主要客户各类地板结构件产品销量及占比如下：

单位：万件

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比
新能源	350.78	11.83%	316.38	11.29%	178.85	6.93%
通用	2,100.94	70.84%	1,976.50	70.53%	1,648.87	63.88%
传统燃油	514.22	17.34%	509.41	18.18%	753.37	29.19%
合计	2,965.94	100.00%	2,802.29	100.00%	2,581.09	100.00%

如上表所示，报告期内发行人上述主要客户的传统燃油车型的地板结构件销量整体呈下降趋势。受下游客户整车产品及生产计划调整等因素影响，来自哈弗品牌 H6 COUPE、吉利品牌远景系列等燃油车型的生产安排减少、地板结构件订单规模下降，相应导致传统燃油车型的地板结构件销量下降，具有合理性。

伴随下游乘用车市场及下游主要整车厂客户进一步向新能源领域转型，预计未来发行人传统燃油车型的地板结构件产品销量及占比将进一步下降，新能源及通用车型的产品销量及占比将进一步上升，与下游乘用车行业以及主要整车厂客户的发展趋势保持一致。

综上所述，2022 年发行人传统燃油车型的地板结构件销量下滑且报告期内整体呈下降趋势，预期未来传统燃油车型的结构件产品销量将整体进一步有所下降，符合下游乘用车行业以及主要整车厂客户的发展趋势，具有合理性。

（三）发行人应用于不同车型产品存在共用产线情形，新能源和通用车型产品单价及成本较高的原因

1、发行人应用于不同车型产品存在共用产线情形

具体产品生产过程中，发行人的结构件产品的生产过程主要包括落料、冲压、表面加工处理、焊接/铆接等工序，功能件产品在上述生产过程的基础上视产品

情况增加注塑、装配等工序。发行人不同产品生产过程中存在一定共用产线的情形，例如在冲压环节，使用不同模具进行生产时存在共用冲压机的情况；在焊接环节，也存在共用机器人焊接机进行焊接的情形。

2、新能源和通用车型产品单价及成本较高的原因

发行人一般以产品成本为基础并综合考虑客户合作情况、车型销量情况、原材料价格波动和市场竞争等因素后向客户进行报价，零部件产品价格受成本以及上述因素的影响。报告期内，发行人结构件、功能件产品中新能源车型及通用车型的单价及单位成本相对较高，主要是由于：

（1）相较于传统燃油车型，发行人主要客户的新能源车型发展时间相对较短，在整体设计、零部件产业链、模具制造、规模化生产等方面，汽车零部件供应商需要付出更多的努力和投入、成本较高

对于下游主要客户而言，其在介入新能源领域之前已经从事传统燃油车辆业务多年，拥有一套完整、成熟的研发、设计、生产、销售体系，为其配套的汽车零部件供应商也已经在传统燃油车领域长期从事相关零部件的研发、设计、生产工作。在原有燃油车型的升级换代及改款节奏相对较慢的情况下，汽车零部件行业的整体产业链成熟、稳定。与此同时，在车型生命周期内，整车厂及零部件供应商原有金额巨大的研发、厂房、设备等投入伴随着燃油车型的不断销售逐步分摊，单位成本相对较低。

整体而言，国内新能源汽车相对于传统燃油车型依然属于新生事物，国内新能源汽车市场发展时间较短，2018年全国新能源汽车销量仅为22万辆、市场渗透率不足5%，整体迅速发展主要集中于2021年至今，2021年至2023年新能源汽车销量分别为352.1万辆、688.7万辆和949.5万辆，在短时间内迅速发展、快速增长。伴随国家对于新能源汽车市场的大力支持和下游消费市场的培育发展，部分下游整车厂积极向新能源领域转型、加大对新能源领域的投入，对于发行人而言，新能源同一车型的款式型号更多，车身等零部件的规格型号也更多；同时，相较于非新能源车型，新能源车型的结构件加大了对高强度钢以及铝等轻量化材料的运用，连接技术从原先的钢板焊接拓展到铝连接、钢铝连接等工艺；新能源车型中线束及雷达分布较多的侧围结构件和顶盖结构件造型相对于非新能源车

型更为复杂。受上述因素影响，发行人作为零部件供应商，对于新能源领域车型的新增投入也较大。

上述因素综合影响下，为应对下游整车厂客户新能源汽车的发展趋势，发行人在新材料、新工艺、新设计以及厂房、设备等领域均需要投入、成本规模较大。

（2）相较于传统燃油车型，当前新能源车型的销量在迅速扩大的同时整体销量、渗透率仍相对较低，汽车零部件供应商前期投入较大、单位分摊成本较高

2021 年以来，我国新能源汽车整体销量及渗透率变动情况具体如下：

单位：万辆

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
我国汽车总销量	3,009.4	2,686.4	2,627.5
新能源汽车销量	949.5	688.7	352.1
新能源汽车渗透率	31.55%	25.64%	13.40%

数据来源：中国汽车工业协会。

发行人部分下游主要整车厂客户的新能源汽车销售情况如下：

单位：万辆

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
吉利集团	48.75	32.87	10.01
长城汽车	25.64	13.18	13.70

由上表可以看出，2021 年至 2023 年，我国新能源汽车销量分别为 352.1 万辆、688.7 万辆和 949.5 万辆，新能源汽车渗透率分别为 13.40%、25.64%和 31.55%，发行人下游整车厂客户的新能源汽车销量也迅速扩张。但相较于传统燃油车辆而言，整体市场以及发行人下游客户的新能源汽车销量规模仍相对较低，在前期固定投资金额较大的情况下，新能源车型相关零部件的单位分摊成本金额相对较高，相应导致单位零部件产品成本也相对较高。

（3）相较于传统燃油车型，新能源汽车市场迅速扩大的同时对于汽车零部件的需求也迅速扩大，新能源汽车部分零部件采用铝板、成本更高；上述因素对汽车零部件企业的盈利空间、议价能力、产品成本产生一定影响

近年来下游新能源汽车市场规模增长迅速，2021 年至 2023 年我国新能源汽

车销量复合增长率为 64.2%、远超汽车整体市场的 7.0%，汽车零部件市场需求较大。同时，新能源汽车在车身轻量化、新材料、新工艺、新模具等领域均需要新增投入、要求更高，例如新能源车型出于追求轻量化的要求，部分零部件涉及使用铝作为主要原料，相较于传统燃油车较多采用的钢板，铝板的单价相对较高。上述因素对汽车零部件企业的盈利空间、议价能力、产品成本均产生一定影响。

（4）相较于传统燃油车型，发行人下游主要客户中同一品牌或同一平台下的新能源车型价格更高、多为中高端车型

一般而言，新能源车型在智能驾驶、智能座舱、三电系统等方面投入金额较大，导致同一品牌或同一平台下的新能源车型价格相较于传统燃油车型的价格相对较高。

发行人部分零部件产品应用车型中新能源及燃油车型举例情况如下：

能源类型	车型名称	指导价格	整车厂客户
新能源	T 公司 3 系列产品	23.19 万-33.59 万	T 公司
新能源	T 公司 Y 系列产品	24.99 万-35.49 万	T 公司
新能源	极氪 001	26.90 万-32.90 万	吉利集团
新能源	领克 01 EM-P	19.58 万-22.38 万	吉利集团
新能源	哈弗 H6 新能源	14.48 万-15.88 万	长城汽车
新能源	第四代帝豪（醇电混动）	10.98 万-13.98 万	吉利集团
传统燃油	哈弗第三代 H6	9.59 万-12.98 万	长城汽车
传统燃油	第四代帝豪（燃油）	6.99 万-8.89 万	吉利集团
传统燃油	哈弗大狗	12.39 万-14.99 万	长城汽车
传统燃油	缤越 COOL	9.98 万-11.98 万	吉利集团

注：1、吉利帝豪、长城哈弗 H6 均包含多款在售车型，上表列示代表车型信息；
2、上表车型售价统计时间为 2024 年 5 月末。

由上可知，发行人产品应用的新能源车型主要为中高端车型，竞争对手多为国内品牌以及 T 公司；传统燃油车型的销售价格相对较低，面临合资厂商、其他国产品牌之燃油车型的激烈竞争，其零部件产品的价格及成本也相对较低。

综上所述，发行人新能源和通用车型产品单价及单位成本较高，主要是受新车型固定投入较大、整体销量仍相对偏低、下游零部件市场需求较大、材料成本

较高、主要应用于中高端车型等多因素影响，具有合理性。

四、报告期内生产形成边角料的比例是否稳定及定价依据

发行人主要原材料为钢材、铝材，报告期内钢材、铝材合计采购金额占整体原材料采购金额的比例分别为 82.21%、83.00%和 81.27%，占比很高。报告期内发行人生产过程中使用上述原材料形成边角料的情况如下：

单位：吨

项目	类别	2023 年度	2022 年度	2021 年度
钢材	原材料生产消耗量①	85,336.25	95,192.26	74,046.69
	废料产量②	29,562.08	35,890.27	28,305.45
	废料产出比例②/①	34.64%	37.70%	38.23%
铝材	原材料生产消耗量①	4,600.81	2,307.79	-
	废料产量②	1,290.61	586.10	-
	废料产出比例②/①	28.05%	25.40%	-

注：1、发行人边角料主要于冲压环节产生，半成品和在产品的投入基本不产生废料，上表中列示的原材料生产消耗量=消耗量-研发消耗量；

2、废料产出比例=废料产量/原材料生产消耗量；

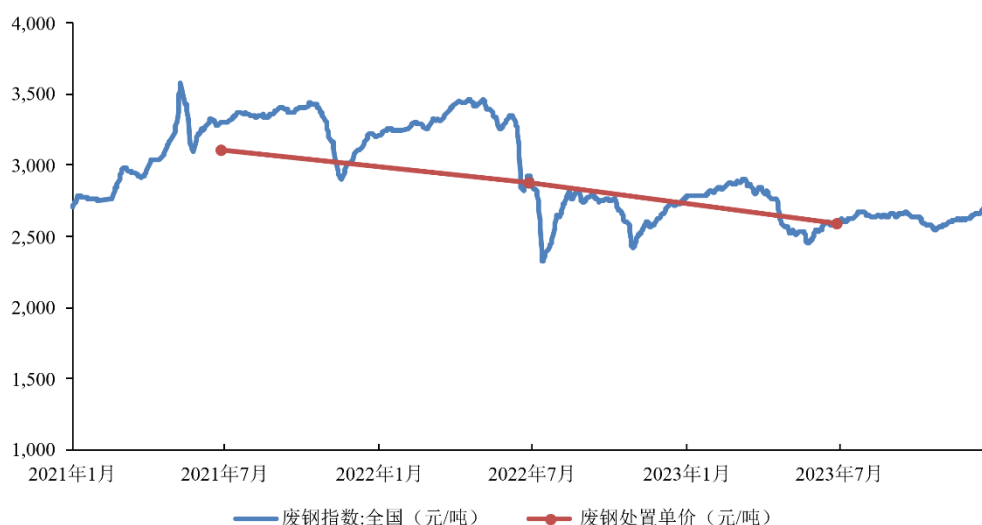
3、发行人 2021 年末未生产铝材产品，因此表格中未列示。

发行人产品生产过程中需要依靠冲压设备、冲压模具等对钢材、铝材施加外力成形，报告期内发行人钢材类产品的废料产出比例分别为 38.23%、37.70%和 34.64%，整体不断下降，主要是由于发行人集中有限资源更多进行前后纵梁、前后地板等各类大体积地板结构件订单的生产，报告期内该类产品产量占公司整体产量的比例分别为 34.48%、40.35%和 46.32%，占比不断提升。大体积结构件在冲压过程中对钢板的利用程度和利用率较高、废料相对较少，推动报告期内钢材类产品的废料产出比例有所下降。

2022 年、2023 年发行人铝材类产品的废料产出比例分别为 25.40%、28.05%，变动幅度较小、整体保持稳定。2023 年上述比例略有上升，主要是根据下游整车厂客户需求发行人铝材类产品结构有所变化，对铝材利用程度和利用率相对较低的其他结构件产品销量占比上升，相应导致铝材类产品的废料产出比例略有上升。

发行人销售边角料价格一般由采购商根据废材市场行情进行报价并由双方

协商确定。报告期内，发行人主要边角料废钢的销售价格与废钢市场价格指数比较情况如下：



由上表可知，报告期内发行人废钢处置单价与废钢市场价格及变动趋势整体保持一致、不存在显著差异。

五、报告期各期发行人对主要车型结构件/功能件的销量、销售收入情况，与相关车型的乘用车销量是否匹配，结合燃油车购置税政策以及新能源汽车补贴政策变动、消费需求因素、公司主要产品销售车型和新获取项目定点情况、期后业绩情况分析公司销售增长的可持续性

（一）报告期各期发行人对主要车型结构件/功能件的销量、销售收入情况，与相关车型的乘用车销量是否匹配

报告期内发行人主要车型结构件及功能件的收入金额具体而言主要受应用车型销量、应用车型能源类型、供货产品情况（是否为平台件、具体产品、每车应用数量、供货价格等）等多因素影响。报告期各期发行人主要产品销量、收入及相关车型的销量情况如下：

1、结构件产品

报告期各期，发行人主要车型结构件的销量、销售收入情况及与相关车型的销量情况如下：

（1）2023 年度

单位：万元、万件、件、万辆

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
1	***	T 公司	24,003.37	928.64	***	7	***	173.97
2	***	吉利集团	12,264.57	738.32	***	42	***	19.70
3	***	长城汽车	10,076.92	630.06	***	40	***	30.07
4	***	长城汽车	8,415.99	1,229.45	***	24-40	***	53.04
5	***	长城汽车	7,886.12	163.90	***	16	***	21.87
6	***	吉利集团	7,366.52	99.61	***	12	***	7.62
7	***	吉利集团	4,698.85	137.55	***	5-40	***	31.25
8	***	长城汽车	4,312.65	139.12	***	19	***	10.73
9	***	长城汽车	4,071.02	334.31	***	30	***	16.77
10	***	吉利集团	2,862.12	85.05	***	54	***	1.04
小计			85,958.14	4,486.03	-			
结构件产品合计			117,559.77	7,650.06	-			
主要车型占比			73.12%	58.64%	-			

注 1：乘用车销量来自 Marklines 全球汽车产业平台等第三方平台统计数据，下同。

注 2：每车约使用零件数为公司中标的该车型零部件包中实现量产供货的零部件数量，下同。

(2) 2022 年度

单位：万元、万件、件、万辆

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
1	***	长城汽车	12,740.82	751.86	***	40	***	31.14
2	***	T 公司	11,029.17	521.99	***	7	***	124.71
3	***	吉利集团	10,238.38	594.94	***	42	***	24.73
4	***	长城汽车	9,853.30	1,196.48	***	24-40	***	45.98
5	***	长城汽车	7,520.70	150.58	***	16	***	12.44
6	***	吉利集团	6,922.82	209.51	***	54	***	3.21
7	***	吉利集团	6,872.89	81.59	***	12	***	7.19
8	***	吉利集团	4,961.39	178.18	***	5-40	***	26.38
9	***	吉利集团	4,742.96	782.20	***	60	***	24.73

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
10	***	吉利集团	4,229.65	262.67	***	44	***	5.34
小计			79,112.10	4,729.99	-			
结构件产品合计			112,685.50	7,812.52	-			
主要车型占比			70.21%	60.54%	-			

(3) 2021 年度

单位：万元、万件、件、万辆

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
1	***	长城汽车	11,467.55	675.68	***	40	***	38.27
2	***	长城汽车	9,065.11	1,131.67	***	24-40	***	49.02
3	***	长城汽车	8,709.87	181.45	***	16	***	12.47
4	***	长城汽车	4,670.66	308.25	***	30	***	10.07
5	***	吉利集团	3,690.10	161.52	***	5-40	***	25.58
6	***	长城汽车	2,966.44	102.93	***	19	***	5.09
7	***	吉利集团	2,886.76	160.89	***	42	***	26.03
8	***	吉利集团	2,559.56	70.21	***	54	***	1.10
9	***	上汽集团	2,432.18	404.16	***	37	***	13.76
10	***	吉利集团	2,275.33	361.73	***	60	***	26.03
小计			50,723.54	3,558.49	-			
结构件产品合计			72,218.22	6,585.92	-			
主要车型占比			70.24%	54.03%	-			

上表中部分车型零部件销量/每车使用零件数与公开查询的市场型号销量存在一定差异，主要原因包括：

(1) 部分下游整车厂于境外存在其他同类车型生产基地同时境内生产基地生产的车型也有部分外销或发行人于报告期间作为新进供应商开始向客户原有车型供货，导致车型零部件销量/每车使用零件数低于公开查询的市场型号销量；

(2) 部分市场型号包括较多年代款及具体车型，前述公开数据平台中披露了市场型号销量数据但未全面披露发行人产品应用的具体款式车型的销量数据，相应导致车型零部件销量/每车使用零件数低于公开查询的市场型号销量；

(3) 部分车型零部件具有平台件性质，部分车型零部件主机厂可通用至其他车型。发行人作为零部件供应商无法得知该部分通用的零部件在同一平台不同车型之间的具体用量分布情况，车型零部件销量/每车使用零件数与公开查询的市场型号销量也存在一定差异；

(4) 部分车型产品包含选用件，可应用到该车型不同配置的车辆中，而该车型并非所有配置的车辆均会使用该选用件；

(5) 整车厂针对部分销售情况较好的车型会进行适当提前备货，当期整车生产数量相对较大的情况下导致车型零部件销量/每车使用零件数高于公开查询的市场型号销量。

综上所述，受上述因素影响，发行人结构件产品中部分车型零部件销量/每车使用零件数与公开查询的市场型号销量存在一定差异，具有合理性。总体而言，报告期各期发行人主要车型结构件的销量、销售收入情况较好，与相关车型的乘用车销量整体相匹配。

2、功能件产品

报告期各期，发行人主要车型功能件的销量、销售收入情况及与相关车型的销量情况如下：

(1) 2023 年度

单位：万元、万件、件、万辆

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
1	***	吉利集团	2,037.48	158.86	***	9	***	19.70
2	***	吉利集团	1,866.96	175.75	***	17	***	19.02
3	***	长城汽车	1,851.43	66.59	***	7	***	21.87
4	***	长城汽车	1,077.65	86.91	***	8	***	30.07
5	***	吉利集团	1,033.83	102.38	***	5-8	***	19.70
6	***	广汽集团	918.54	18.63	***	1	***	22.86

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
7	***	吉利集团	748.86	16.99	***	1-2	***	15.57
8	***	江铃汽车	746.33	20.35	***	2-4	***	10.54
9	***	吉利集团	745.71	32.23	***	2	***	14.04
10	***	吉利集团	505.23	45.93	***	4	***	12.30
小计			11,532.02	724.61	-			
功能件产品合计			20,616.93	1,104.13	-			
主要车型占比			55.93%	65.63%	-			

(2) 2022 年度

单位：万元、万件、件、万辆

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
1	***	吉利集团	2,073.26	216.15	***	17	***	18.45
2	***	吉利集团	1,670.23	122.93	***	9	***	24.73
3	***	上汽集团	1,605.65	54.00	***	1	***	58.08
4	***	长城汽车	1,490.55	51.77	***	7	***	12.44
5	***	吉利集团	1,076.70	51.39	***	12-15	***	24.73
6	***	吉利集团	1,054.99	61.14	***	5-8	***	24.73
7	***	吉利集团	954.63	92.71	***	5-8	***	24.73
8	***	吉利集团	742.26	16.24	***	1-2	***	17.13
9	***	江铃汽车	577.99	19.34	***	2-4	***	8.58
10	***	吉利集团	494.77	44.98	***	4	***	11.07
小计			11,741.03	730.65	-			
功能件产品合计			19,391.89	1,105.62	-			
主要车型占比			60.55%	66.09%	-			

(3) 2021 年度

单位：万元、万件、件、万辆

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
1	***	长城汽车	1,560.25	59.67	***	7	***	12.47
2	***	吉利集团	1,292.24	136.36	***	17	***	14.74

序号	车型	整车厂客户	收入	销量	主要具体应用车型	每车约使用零件数	市场型号	乘用车销量
3	***	上汽集团	1,206.46	40.28	***	1	***	42.65
4	***	吉利集团	747.42	42.48	***	12-15	***	26.03
5	***	吉利集团	607.39	38.07	***	6	***	22.49
6	***	吉利集团	602.06	50.26	***	5	***	9.34
7	***	吉利集团	593.77	19.83	***	2	***	9.34
8	***	吉利集团	531.57	48.42	***	4	***	13.36
9	***	吉利集团	501.58	33.75	***	9	***	26.03
10	***	吉利集团	484.29	23.56	***	5-8	***	26.03
小计			8,127.02	492.68	-			
功能件产品合计			15,991.90	917.51	-			
主要车型占比			50.82%	53.70%	-			

上表中部分车型零部件销量/每车使用零件数与公开查询的市场型号销量存在一定差异，主要原因包括：

（1）部分车型功能件产品会存在两家以上供应商，发行人仅供应部分产品导致车型零部件销量/每车使用零件数低于公开查询的市场型号销量；

（2）部分市场型号包括较多年代款及具体车型，前述公开数据平台中披露了市场型号销量数据但未全面披露发行人产品应用的具体款式车型的销量数据，相应导致车型零部件销量/每车使用零件数低于公开查询的市场型号销量；

（3）部分车型零部件主机厂可通用至其他车型，发行人作为汽车零部件供应商无法得知该部分通用的零部件在同一平台不同车型之间的具体用量分布情况，相应导致公开查询到的零部件可应用车型的合计销量数据较大、车型零部件销量/每车使用零件数低于公开查询的市场型号销量；

（4）部分客户将同一车型不同配置的功能件命名为不同型号，上表中统计主要型号时该主要型号的零部件销量/每车使用零件数低于公开查询的市场型号销量；

（5）部分车型产品包含选用件、可应用到该车型不同配置的车辆中，而该车型并非所有配置的车辆均会使用该选用件。

综上所述，受上述因素影响，发行人功能件产品中部分车型零部件销量/每车使用零件数与公开查询的市场型号销量存在一定差异，具有合理性。总体而言，报告期各期发行人主要车型功能件的销量、销售收入情况较好，与相关车型的乘用车销量整体相匹配。

（二）结合燃油车购置税政策以及新能源汽车补贴政策变动、消费需求因素、发行人主要产品销售车型和新获取项目定点情况、期后业绩情况分析发行人销售增长的可持续性

1、燃油车购置税政策以及新能源汽车补贴政策变动情况

（1）燃油车购置税政策的具体情况

2022 年 5 月 31 日，财政部、国家税务总局发布《关于减征部分乘用车车辆购置税的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 20 号），对购置日期在 2022 年 6 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间内且单车价格（不含增值税）不超过 30 万元的 2.0 升及以下排量乘用车，减半征收车辆购置税。

该项税收优惠的发布是为了提振当时相对疲软的国内燃油类乘用车市场而做出的政策应对，对燃油车市场在 2022 年下半年的销量提振产生了一定积极作用。

（2）新能源汽车补贴政策的具体情况

新能源补贴政策是国家推广新能源汽车、培育消费者、促进产业化的重要方式。2015 年，为推广新能源汽车，财政部、工信部、科技部、发改委四部委联合发文《关于 2016-2020 年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》，在全国范围内开展新能源汽车推广应用工作并实施新能源补贴。

根据《关于调整新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策》《关于 2022 年新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》等一系列规定，新能源汽车购置的补贴政策自 2016 年至 2022 年逐步退坡并于 2022 年 12 月 31 日终止，2022 年 12 月 31 日之后上牌的车辆不再给予补贴。

（3）上述政策的实施对发行人经营业绩的影响程度很小

2022 年推出的燃油车购置税减免政策属于临时性、阶段性政策，对燃油车市场的下半年销量起到一定的积极推进作用。报告期内发行人的产品应用车型逐步朝新能源方向转型，用于新能源及通用车型零部件的收入占主营业务收入的比例分别为 59.71%、73.42%和 80.63%，整体呈上升趋势同时燃油车型零部件收入对发行人报告期内经营业绩的影响不断下降。上述临时性、阶段性的燃油消费刺激性政策的推出及退出，对我国燃油车市场以及发行人未来经营业绩不会产生较大影响。

前述新能源补贴政策已经于 2022 年末终止，伴随我国新能源汽车市场逐步进入良性快速发展轨道，上述补贴扶持政策逐步退坡并取消不会对我国新能源汽车市场产生较大不利影响，主要是由于：

1) 经过多年的政策引导和支持，我国新能源汽车产业逐步成熟，市场发展已经基本实现从购置补贴政策驱动向市场和产品驱动切换；

2) 汽车动力新能源化是当前汽车行业的发展趋势，我国新能源汽车仍有较大的发展空间，根据工信部 2024 年 1 月公布的行业预测，2024 年我国新能源汽车的目标产销量为 1,150 万辆左右，在 2023 年 949.5 万辆的基础上仍有大幅上涨空间；

3) 近年来国内涌现出了一大批优秀的新能源汽车企业，包括比亚迪、理想汽车、蔚来汽车、小鹏汽车、极氪汽车、零跑汽车等，整体发展情况良好，在与国外品牌、合资品牌燃油车的市场竞争中，国内新能源汽车企业在智能化、车辆性能、性价比等方面均有较强的竞争优势，极大推动了我国新能源汽车市场的良性发展。报告期内在新能源补贴政策逐步退坡的背景下，我国新能源汽车销量不降反增，2022 年及 2023 年新能源汽车销量分别为 688.7 万辆和 949.5 万辆，市场规模及成长性良好。

因此，上述阶段性实施的补贴政策的退出，对我国新能源汽车市场以及发行人未来经营业绩不会产生较大影响。

2、下游新能源汽车、国产自主品牌汽车发展前景良好，消费需求较为旺盛

(1) 我国整体汽车市场发展情况良好，新能源汽车市场渗透率不断提升且成为下游乘用车市场发展的重要趋势之一，未来发展前景良好

2021 年以来，我国新能源汽车整体销量及渗透率变动情况具体如下：

单位：万辆

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
我国汽车总销量	3,009.4	2,686.4	2,627.5
同比变动	12.02%	2.24%	3.81%
新能源汽车销量	949.5	688.7	352.1
同比变动	37.87%	95.60%	57.57%
新能源汽车渗透率	31.55%	25.64%	13.40%

注：数据来源于中国汽车工业协会

自 2009 年以来，我国汽车的产销量已连续多年位居全球首位。2022 年我国汽车产销量分别为 2,702 万辆和 2,686 万辆，较上年分别同比增长 3.60%和 2.24%；2023 年我国汽车产销量分别为 3,016 万辆和 3,009 万辆，较上年同期分别同比增长 11.62%和 12.24%，整体发展情况良好并多年为全球第一大汽车市场。

在新能源汽车领域，在节能减排和循环经济的政策指引下，新能源汽车成为了我国汽车行业发展的重点鼓励方向、新能源汽车技术不断进步、新能源汽车市场迅速扩大。报告期内，我国新能源汽车销量分别为 352.1 万辆、688.7 万辆和 949.5 万辆，占我国汽车销量的比重分别为 13.40%、25.64%和 31.55%，2021 年至 2023 年的销量复合增长率为 64.22%，渗透率及销量规模整体迅速提升。截至 2023 年末，我国新能源汽车保有量为 2,041 万辆，占我国汽车总保有量的 6.07%，未来渗透率依然具有极大的提升空间，中国已成为全球第一大新能源汽车消费市场。

（2）我国国产自主品牌销量规模及占有率不断提升，成为下游乘用车市场发展的重要趋势之一，未来发展前景良好

近年来随着我国汽车工业体系的不断完善和新能源汽车加速渗透，国产自主品牌汽车呈现快速崛起趋势。根据中国汽车工业协会的统计，2021 年至 2023 年，中国品牌乘用车销量由 954.3 万辆增至 1,459.6 万辆，增幅达 52.95%，中国品牌乘用车市场份额由 44.4%升至 56.0%，与之相对的，合资及外资品牌乘用车市场份额下降、由 55.6%下降至 44.0%。

根据中国乘用车市场联席会发布的《2023 年 12 月份全国乘用车市场分析》，

2023 年度国产自主品牌累计份额为 52.0%，同比上升 4.6 个百分点，超过非自主品牌份额。同时国产自主品牌中的新能源汽车渗透率较高，2023 年 12 月自主品牌新能源渗透率为 59.3%、主流合资品牌新能源车渗透率仅为 7.4%。

由上可知，近年来国产自主品牌在整体销量增速、新能源汽车渗透领域均显著领先于主流合资品牌。我国国产自主品牌销量规模及占有率不断提升，成为下游乘用车市场发展的重要趋势之一。

(3) 我国汽车市场以及新能源汽车、国产自主品牌汽车销量的扩张、销量规模及占有率不断提升，给国内汽车零部件行业带来新的发展机遇，未来消费需求情况良好

近年来新能源以及国产自主品牌领域发展迅速，相关汽车零部件的市场前景广阔。一方面快速发展的新能源市场中，新能源汽车企业需要较多构建新的供应链体系，上述因素给汽车零部件企业带来了新的发展契机；另一方面，销量规模迅速上升、市场份额不断提升的国产自主品牌，也给国内汽车零部件企业带来了更大的发展空间和机遇。

在上述积极因素的影响下，我国汽车零部件行业也步入了快速发展阶段。2019 年至今，我国汽车零部件行业主营业务收入恢复持续增长趋势，汽车消费市场尤其是新能源汽车市场的发展将为发行人未来发展奠定良好的市场基础。

3、发行人主要产品销售车型及收入情况

发行人主要产品销售车型包括 T 公司的 3 系列、Y 系列产品以及哈弗 H6、吉利帝豪、极氪 001、沃尔沃等热销车型，销售情况良好。主要车型具体情况详见本题“五、”之“（一）报告期各期发行人对主要车型结构件/功能件的销量、销售收入情况……”相关回复。报告期内，发行人产品的主要应用车型销售情况良好，为发行人未来发展奠定了良好的项目基础。

4、发行人新获取项目定点情况

截至本问询函回复出具日，发行人新获取的预计于 2024 年及以后量产的部分项目定点情况如下：

序号	客户	车型代号	预计零部件量产时间	供应零部件类型
----	----	------	-----------	---------

序号	客户	车型代号	预计零部件量产时间	供应零部件类型
1	吉利	E22H	2024 年已量产	功能件
2	吉利	E371	2024 年已量产	结构件
3	吉利	P145	2024 年	功能件
4	吉利	GEA-P	2025 年	功能件
5	吉利	HS11	2025 年	结构件
6	吉利	P161	2025 年	功能件
7	吉利	L946	2025 年	功能件
8	沃尔沃	V466K	2026 年	结构件
9	沃尔沃	V466K	2026 年	功能件
10	长城	EC15	2025 年	结构件
11	长城	ES14	2025 年	结构件
12	长城	EC15	2025 年	功能件
13	长城	ES14	2025 年	功能件
14	T 公司	CKD	2024 年已量产	结构件
15	理想	X04	2024 年已量产	结构件
16	理想	X04	2024 年已量产	功能件
17	理想	W02	2025 年	结构件
18	理想	W05	2025 年	结构件
19	理想	W04	2025 年	结构件
20	蔚来	Firefly	2025 年	功能件
21	X 公司	MS11	2024 年已量产	结构件
22	X 公司	MX11	2025 年	结构件
23	零跑	B11	2024 年已量产	功能件
24	零跑	A01	2025 年	功能件
25	SMART	HY11	2025 年	功能件
26	SMART	HY11	2025 年	结构件
27	SMART	HS11	2025 年	功能件
28	奇瑞	T1D	2025 年	功能件

注：已量产时间统计为截至 2024 年 7 月末的量产情况。

如上表所示，截至本问询函回复出具日，发行人主要新获取定点情况良好且主要集中于新能源领域，涉及 T 公司、理想、蔚来、X 公司等热销新能源车型，同时现有已实现量产的项目定点也将进一步贡献收入。

5、2023 年发行人销售收入增速放缓的原因及持续性

2023 年发行人营业收入金额为 154,430.16 万元、同比增长 4.50%，收入增速较以前年度有所放缓，主要是由于以下原因：

（1）2023 年下游乘用车市场发生一定变化，对上游零部件企业也产生了一定影响

得益于新能源及国产自主品牌的不断崛起、经济复苏和发展以及消费需求反弹等积极因素，2020 年至 2022 年汽车行业经历了较快的复苏和增长，发行人与可比公司业绩均呈现较快增长趋势。2023 年下游乘用车市场尤其是新能源领域市场发生一定变化：

1) 受新能源汽车补贴、2022 年末燃油车购置税减免政策推出及年初整车厂“价格战”等因素影响，2023 年初国内汽车市场产销处于低谷。与此同时，国内自主品牌销量增速较快、市场占比进一步上升，比亚迪、长安集团、广汽集团、奇瑞集团、吉利集团、长城汽车等自主品牌不断崛起，市场竞争较为激烈。

2) 新能源市场领域，受整体市场规模扩大、智能技术不断进步等因素影响，上汽集团、长安汽车、广汽集团、吉利集团、长城汽车等传统整车厂纷纷进入该领域并不断推出新车型，同时也涌现出了较多的新势力。根据中国乘用车联合会数据，2023 年国内新能源领域新推出车型数量为 104 款，新能源汽车市场竞争对手不断增多，新车型、新品牌迭代速度更快。比亚迪、T 公司、理想汽车等纷纷推出新车型或改款车型，在交付量及增长率等方面上述车企成为 2023 年国内新能源汽车领域增长的重要力量，其中理想汽车凭借三款增程式车型以及在智能化、舒适性、长续航等方面的竞争优势，在 2023 年实现销量 37.60 万辆、同比上升 182.21%，成为国内新能源汽车领域主流整车厂中增速最高的企业。

上述市场竞争等因素影响下，部分车型的销量情况发生一定变化，对应零部件供应商的销量以及收入金额也有所影响。

（2）发行人前期积极拓展部分畅销车型，上述车型报告期内收入金额较大；

2023 年受多因素影响，发行人产品应用车型的销量增长速度相对较缓，对发行人收入增长速度产生了一定影响

2020 年和 2021 年，发行人主要客户吉利集团、长城汽车研发的新款车型密集上市，极氪 001、第四代帝豪、哈弗 H6 第三代等多款车型一经推出即成为爆款产品，发行人积极配合下游客户的生产工作、供货规模不断扩大；同时，发行人也积极争取了向国际电动汽车巨头 T 公司的供货机会，2022 年成功进入 T 公司供应链体系并开始批量间接向 T 公司供货；上述积极因素共同作用同时叠加 2020 年收入基数相对较低因素影响，2020 年至 2022 年发行人收入增长率较高。

前述吉利集团、长城汽车等主要客户推出的新车型上市相对较早，同时受前述燃油车购置税减免、汽车降价和市场新上市车型较多、竞争日趋激烈等因素影响，发行人 2023 年产品供货规模增长速度相对较缓，对发行人 2023 年收入增长速度产生了一定影响。

（3）公司积极拓展获得了部分优质项目定点，新获得项目定点于 2023 年下半年及 2024 年逐步实现收入，未来发展情况良好

发行人已与 T 公司、极氪汽车、理想汽车、蔚来汽车、零跑汽车、X 公司等多家知名新能源汽车整车厂或品牌建立了紧密的合作关系并取得项目定点，发行人于 2024 年及以后量产的部分项目定点情况参见本题之“4、发行人新获取项目定点情况”。

如前述表格所示，发行人主要新获取定点情况良好且主要集中于国产自主品牌及新能源领域，涉及 T 公司、极氪、理想、蔚来、零跑、银河等热销新能源品牌的车型。上述车型进入量产后将逐步贡献收入，同时现有已实现量产的项目定点也将进一步贡献收入，发行人未来发展前景良好。以 T 公司为例，发行人已经于 2023 年第三季度开始批量向其直接供货，收入前景良好。

（4）发行人与下游整车厂客户整体合作情况良好、合作历史悠久；下游客户积极向新能源转型的过程中，发行人也将凭借自身竞争优势持续获得较多的优质项目定点，为未来发展奠定良好的项目基础

汽车零部件行业中，一般而言零部件供应商进入客户的供应链体系后能够在对应车型的生命周期内向客户稳定供货。发行人分别于 2009 年和 2013 与主要客

户吉利集团和长城汽车建立合作关系、至今已逾十年，双方建立了紧密的合作关系。凭借在汽车零部件领域积累的开发、工艺经验以及生产能力优势，发行人不断切入吉利集团与长城汽车的新车型项目的研发与生产过程中，零部件产品对客户主要车型的覆盖程度日趋提升。

近年来上述主要客户逐步加大了向新能源领域转型的力度，新能源车型销量占比不断提升。在下游客户积极向新能源转型的过程中，发行人也将凭借自身过硬的产品质量、强大的研发实力、紧贴客户的区位布局及快速的需求响应等竞争优势，持续获得更多的优质新能源车型项目定点，为未来发展奠定了良好的项目基础。

(5) 发行人 2023 年收入增长幅度与同行业上市公司相比整体保持一致、不存在显著差异

公司自成立以来一直专注于汽车零部件领域，报告期内公司与同行业可比公司的主营业务收入情况对比如下：

单位：万元

公司名称	2023 年度	2022 年度	同比变动
博俊科技	239,096.54	124,919.53	91.40%
华达科技	510,935.98	490,289.92	4.21%
多利科技	369,361.44	317,090.74	16.48%
威唐工业	76,741.34	77,700.02	-1.23%
联明股份	113,306.97	122,496.83	-7.50%
平均数（不包括博俊科技）	267,586.43	251,894.38	2.99%
发行人	138,428.35	132,697.08	4.32%

注：2023年博俊科技收入增长幅度较大，主要系其第一大客户理想汽车在2023年销量增长迅速、同比上升182.21%，带动博俊科技收入增长迅速。

由上表可知，2023年发行人主营业务收入同比增长4.32%，与剔除博俊科技后的同行业可比公司收入增长幅度2.99%差异较小，与下游行业发展变动趋势不存在显著差异，不存在收入增长显著异常于行业趋势的情形。

综上所述，2023 年除博俊科技因第一大客户理想汽车销量大幅度增加导致收入规模显著上升外，发行人与同行业可比公司 2023 年收入增长趋势均较前期

有所放缓、总体保持增长趋势，变动趋势不存在重大差异。受下游乘用车市场发生一定变化、发行人产品应用的下游主要客户推出的车型上市相对较早以及市场新上市车型较多、竞争日趋激烈等因素影响，2023 年发行人收入增长速度放缓。随着发行人新定点项目逐步进入量产阶段以及不断开拓新车型及项目，发行人未来发展前景情况良好。

(5) 发行人已经在招股说明书中就收入增长放缓的情形进行了相应的风险提示

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与发行人相关的风险”之“(一) 经营风险”中进行风险提示，具体如下：

“7、发行人收入增速放缓或收入下降风险

2021 年和 2022 年，发行人营业收入分别同比增长 67.58%和 46.13%，增长速度较快。2023 年，受下游乘用车市场发生一定变化、市场新上市车型较多、竞争日趋激烈等因素影响，发行人产品应用车型的销量增长速度相对较缓，当年实现营业收入为 154,430.16 万元、同比增长 4.50%，收入在上升的同时增幅有所放缓。若未来国内外环境发生重大变化、发行人不能与下游整车厂客户保持良好的合作关系或新客户开拓不利，无法持续获得优质新车型项目并为之开发新产品，则发行人未来存在收入增速放缓或收入下降的风险。”

6、发行人业绩情况良好，不存在期后业绩较大幅度下滑的情形

根据未经审计的财务报表数据，2024 年 1-6 月发行人实现的营业收入为 7.36 亿元、较上年度同期上升 10.48%，主要是由于下游主要客户发展情况良好以及报告期内新增客户 X 公司、理想汽车订单进入量产，下游客户订单规模增加；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 0.65 亿元，较上年同期上升 10.79%，上升幅度与收入增长幅度基本匹配。发行人基于经营情况对 2024 年 1-9 月业绩进行预计，预计扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润约为 1.15 亿元-1.26 亿元，同比增长约 5.17%-15.27%。发行人期后业绩整体情况良好，不存在期后业绩较大幅度下滑的情形。

综上所述，受 2020 年收入基数相对较低等因素影响，2020 年至 2022 年发行人收入增长率较高，伴随收入规模基数的扩大，发行人未来收入规模的增长速

度相较于 2020-2022 年将有所放缓。燃油车购置税政策以及新能源汽车补贴政策等阶段性实施政策的退出，对我国新能源汽车市场以及发行人未来经营业绩不会产生较大影响；下游新能源汽车、国产自主品牌汽车发展前景良好、消费需求较为旺盛；发行人主要产品销售车型情况良好同时获得了一系列新的项目定点并主要集中于新能源领域，涉及 T 公司、理想、蔚来、X 公司等热销新能源车型；发行人业绩情况良好，不存在期后业绩较大幅度下滑的情形。受上述因素影响，发行人未来收入增速相较于 2020-2022 年有所放缓的同时，收入规模整体仍将保持上升趋势、未来发展前景良好。

六、中介机构的核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、获取发行人报告期内的收入台账，统计发行人报告期新增及退出的主要客户情况；访谈发行人管理层，了解报告期内客户新增和退出原因；

2、获取发行人与 T 公司、理想汽车、蔚来汽车等新能源汽车的合作定点通知书等相关文件，分析合作开展情况；

3、统计报告期各期发行人新增实现收入的项目定点数量及对应实现的收入，访谈发行人管理层，了解各期新增项目定点获取数量；

4、获取发行人主要客户销售合同，统计发行人与主要客户签订的销售合同中的年降条款，分析报告期内发行人年降情况；

5、访谈发行人管理层，了解不同客户的通用车型零部件的共用情况、应用于不同车型产品共用产线的情况和新能源和通用车型产品单价及成本较高的原因；

6、查阅发行人报告期内的收入台账，分析 2022 年传统燃油车型的地板结构件销量下滑的原因及其趋势；统计发行人对主要车型结构件、功能件的销量和销售收入情况；查阅公开资料披露的终端车型乘用车销量情况，核查发行人产品销量与终端车型销量是否匹配；

7、访谈发行人财务负责人，了解发行人生产过程中边角料的产出、销售情

况；

8、查阅燃油车购置税政策、新能源汽车补贴政策变动情况，通过汽车工业协会、中国乘用车联合会等查询相关汽车销量变动情况，统计发行人主要产品销售车型、新获取项目定点情况，查阅了发行人 2023 年审计报告、新增获得项目定点情况、期后业绩情况、下游主要客户发展情况，分析公司销售增长的可持续性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人主要客户新增及退出原因具有合理性，新增客户的销售收入变动情况合理，发行人与 T 公司、理想汽车、零跑汽车和蔚来汽车等新能源汽车的合作开展情况良好。

2、报告期内，发行人新增项目定点获取数量不存在显著放缓的情况；报告期内最大年降金额占当期主营业务收入的比重呈下降趋势具有合理性；最大年降金额占利润总额的比重有所下降，主要是由于报告期内受规模经济效应等因素综合影响利润总额的增长幅度大于收入增长幅度，具有合理性。

3、除部分属于同一平台零部件存在可以共用情形外，不同具体客户的通用车型零部件一般不能共用；2022 年发行人传统燃油车型的地板结构件销量下滑且报告期内呈下降趋势，预期未来传统燃油车型的结构件产品销量将进一步有所下降，符合下游乘用车行业以及主要整车厂客户的发展趋势，具有合理性；发行人应用于不同车型产品存在共用产线情形，具有合理性；发行人新能源和通用车型产品单价及单位成本较高，主要是受新车型固定投入较大、整体销量仍相对偏低、下游零部件市场需求较大、材料成本较高、主要应用于中高端车型等多因素影响，具有合理性。

4、发行人报告期内生产形成铝材类边角料的比例稳定、钢材类边角料比例变动及定价依据具有合理性。

5、报告期各期，发行人对主要车型结构件、功能件的销量、销售收入情况与相关车型的乘用车销量整体相匹配；发行人整体经营情况良好，未来收入增速相较于 2020-2022 年有所放缓的同时，收入规模整体仍将保持上升趋势、未来发

展前景良好。

2. 关于成本和毛利率

根据问询回复：（1）外购半成品主要包含半成品冲压件、塑料件等，发行人单件零部件产品耗电量分别为 0.19 度/件、0.22 度/件和 0.24 度/件，单位销量对应半成品采购量分别为 1.71、1.96 和 2.21，主要系地板结构件占比上升；（2）劳务外包根据服务项目完成量进行结算，双方以劳务外包费用对账单等形式进行费用确认；（3）报告期内发行人收入及产销量规模增长更为迅速，因此毛利率上涨。

请发行人披露：（1）按照采购额度分档列示供应商数量、采购金额及占比，供应商集中度是否符合行业惯例；主要供应商和发行人生产基地是否处于同一经营区域，相关资产规模、人员规模情况，与发行人开展的业务规模是否匹配；

（2）使用外购半成品是否符合客户要求、是否存在质量纠纷问题及其解决机制，结合地板结构件平均耗电情况、外购半成品的平均消耗情况分析报告期内单位产品耗电量和对应半成品采购上涨的合理性；（3）发行人对劳务外包工作的监督情况，如何保证正确核算以工作时间统计的劳务外包工作量；（4）不同细分产品的单价、单位成本对毛利率的影响。

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、按照采购额度分档列示供应商数量、采购金额及占比，供应商集中度是否符合行业惯例；主要供应商和发行人生产基地是否处于同一经营区域，相关资产规模、人员规模情况，与发行人开展的业务规模是否匹配

（一）按照采购额度分档列示供应商数量、采购金额及占比，供应商集中度是否符合行业惯例

1、按照采购额度分档列示供应商数量、采购金额及占比

以 100 万元以内（含）、100 万元-1,000 万元（含）、1,000 万元-5,000 万元（含）、5,000 万元以上作为划分标准，发行人报告期各期供应商数量、采购金

额及占比进行分档列示如下：

单位：家、万元

年度	分层标准	供应商数量	采购金额	占比
2023 年度	5,000 万元以上	5	52,261.57	58.91%
	1,000 万元-5,000 万元（含）	6	13,195.35	14.87%
	100 万元-1,000 万元（含）	63	18,056.00	20.35%
	100 万元以内（含）	312	5,204.67	5.87%
	合计	386	88,717.58	100.00%
2022 年度	5,000 万元以上	6	56,336.41	58.42%
	1,000 万元-5,000 万元（含）	10	20,315.83	21.07%
	100 万元-1,000 万元（含）	64	14,686.49	15.23%
	100 万元以内（含）	286	5,097.51	5.29%
	合计	366	96,436.24	100.00%
2021 年度	5,000 万元以上	4	30,051.02	47.45%
	1,000 万元-5,000 万元（含）	9	18,441.79	29.12%
	100 万元-1,000 万元（含）	41	10,510.00	16.59%
	100 万元以内（含）	285	4,333.06	6.84%
	合计	339	63,335.86	100.00%

注：供应商数量按合并口径统计，包含外协加工供应商。

发行人各档位的供应商数量、采购金额占比整体保持相对稳定。采购金额为 5,000 万元以上的供应商为第一档位，报告期内各期采购金额占比较高，为发行人主要钢板、铝板供应商；采购金额为 1,000 万元-5,000 万元（含）的供应商为第二档位，占比在 20%左右，主要为公司钢板、外购半成品和外购标准件供应商，合作较为稳定；采购金额为 100 万元以内（含）的供应商数量较多，主要为发行人进行零星原材料采购的供应商，报告期内发行人对该部分供应商采购金额占比均未超过 10%。

2、供应商集中度是否符合行业惯例

报告期内发行人采购的主要原材料为钢材、铝材，采购金额占整体原材料采购金额的比例分别为 82.21%、83.00%和 81.27%，占比很高。发行人采购上述材料时主要向合作情况良好的部分供应商进行采购，相应导致发行人主要供应商采

购金额占比相对较高。

发行人同行业可比公司报告期内前五大供应商采购金额占比情况如下：

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
博俊科技	43.98%	46.68%	34.97%
华达科技	28.28%	40.71%	44.56%
多利科技	51.07%	50.38%	43.88%
威唐工业	42.25%	45.58%	41.77%
联明股份	34.54%	47.22%	56.85%
发行人	58.91%	52.75%	54.32%

数据来源：同行业可比公司定期报告、招股说明书、募集说明书。

由上表可知，发行人前五大供应商采购金额占比略高于同行业可比公司，但整体水平较为接近、不存在显著差异，符合行业惯例。2023 年发行人主要供应商采购金额占比有所上升，主要是由于 2022 年和 2023 年发行人通过直接及间接方式向 T 公司供货实现收入金额分别为 11,029.17 万元和 24,003.37 万元，2023 年收入金额较大，发行人也相应扩大了向主要供应商苏州利来的原材料采购金额，2022 年和 2023 年发行人向苏州利来采购金额分别为 10,464.18 万元和 17,064.23 万元，采购金额及占比上升幅度较大，为 2023 年主要供应商采购金额占比上升的主要影响因素，具有合理性。

综上所述，发行人供应商集中度符合行业惯例、具有合理性。

（二）主要供应商和发行人生产基地是否处于同一经营区域，相关资产规模、人员规模情况，与发行人开展的业务规模是否匹配

发行人主要供应商与发行人生产基地经营区域的匹配性以及相关信息如下：

序号	供应商	主要采购品类	主要经营地	与发行人生产基地区域匹配性	资产规模	人员规模
1	保定苏博板材有限公司	钢板	京津冀地区	匹配（与发行人的顺平基地、望都基地同处于保定市）	***	***
2	上海骏统贸易有限公司	钢板	长三角地区	匹配（与发行人的台州基地同处于长三角地区）	***	***
3	苏州利来工业智造股份有限公司	铝板	长三角地区	匹配（与发行人的台州基地同处于长三角地区）	***	***
4	上海平青供应链管理有限公司	钢板	长三角地区	匹配（与发行人的台州基地同处于长三角地区）	***	***

序号	供应商	主要采购品类	主要经营地	与发行人生产基地区域匹配性	资产规模	人员规模
5	济南宝钢钢材加工配送有限公司	钢板	京津冀地区	匹配（与发行人的济南基地同位于济南市，靠近位于河北的顺平基地、望都基地）	***	***
6	首钢鹏龙钢材有限公司	钢板	京津冀地区	匹配（与发行人的顺平基地、望都基地同处于京津冀地区）	***	***
7	浙江绿草地材料科技有限公司	钢板	长三角地区	匹配（与发行人的台州基地同处于长三角地区）	***	***

注：苏州利来是集铝材等金属材料加工、零部件加工制造及终端产品设计制造为一体的综合性大型生产型企业，在苏州、武汉等地均建有生产基地，为 T 公司指定铝材供应商。

综上所述，发行人主要供应商与发行人生产基地区域具有匹配性；上述供应商多主要从事钢材等大宗商品的贸易加工业务，相关资产规模、人员规模情况与发行人开展的业务规模具有匹配性。

二、使用外购半成品是否符合客户要求、是否存在质量纠纷问题及其解决机制，结合地板结构件平均耗电情况、外购半成品的平均消耗情况分析报告期内单位产品耗电量和对应半成品采购上涨的合理性

（一）使用外购半成品是否符合客户要求、是否存在质量纠纷问题及其解决机制

1、使用外购半成品是否符合客户要求

报告期内，发行人外购半成品采购金额分别为 4,240.42 万元、5,131.61 万元和 5,242.48 万元，占发行人原材料采购金额的比例分别为 6.90%、5.47%和 6.06%，整体占比很低。发行人外购半成品主要包括半成品冲压件、塑料件、电子器件、半成品防撞梁等，发行人采购后用以进一步加工、组装，形成最终用于销售的产品。

根据发行人与主要客户签订的业务合同，发行人主要客户未禁止发行人使用外购半成品生产产品，具体合同条款或合作情况如下：

主要整车厂客户	具体情况
吉利集团	卖方须确保让其下级供应商建立和维持一个有可比性的质量管理体系来保证卖方从其下级供应商处购买或外加工的零部件的产品合格。……卖方下级供应商（含指定供应商）产品发生的任何质量问题，卖方需确保买方享有对其下级供应商进行现场审核的权利，同时卖方须承担由此产生的连带责任。……卖方下级供应商制造的产品应满足买方确认的质量要求，卖方对下级供应商产品质量负责并对买方承担全部责任，包括卖方在买方认可范围中选择的下级供应商的产品质量问题。

主要整车厂客户	具体情况
长城汽车	长城汽车在产品定点后与供应商签订《分供方管控协议》作为《产品开发技术协议》的附件，规范对乙方的分级供应商管控流程，明确甲方从分供方选择到验收各环节对冲压件、模具、检具、夹具的技术和质量要求内容，有效把控分供方开发进度及质量，规避过程风险，达到分供方质量风险最低化，保证冲压件品质。
上汽集团	供应商必须按《SGMW 对供应商质量要求的规定》对分供方（下级供应商）进行管理，SGMW（上汽通用五菱）参与对分供方的管理。
T 公司	T 公司向发行人提供了二级供方清单，包含生产 T 公司所需产品使用的紧固件等，供发行人在清单中选择相关原材料的二级供方并采购，未对发行人向下一级供应商采购原材料进行详细要求。
广汽集团	在定点过程以及批量生产中，供应商应确保自行负责识别、评价其供应链中潜在质量风险，定期开展供应链审核，并通过合适的纠正和预防措施，系统地降低供应链和过程链中的所有风险。甲方保留对供应商及其下级供应商（当审核非甲方指定的下级供应商时，需由供应商陪同）开展制造过程质量审核评估、产品质量审核和供应链审核的权利。

由上可知，发行人主要客户中并不存在禁止发行人使用外购半成品生产产品的禁止性条款，发行人使用外购半成品符合客户要求。根据中介机构对发行人主要客户的访谈，报告期内发行人向主要客户所提供的产品符合销售合同规定的产品质量标准。

2、是否存在质量纠纷问题及其解决机制

（1）发行人不存在使用外购半成品相关质量纠纷

根据中介机构对发行人主要客户的访谈，报告期内发行人向主要客户所提供的产品符合销售合同规定的产品质量标准，发行人与主要客户业务往来过程中履约情况良好，不存在因为质量问题发生的诉讼或者仲裁、纠纷事项。

经查询全国法院被执行人信息查询系统、中国裁判文书网等网站，发行人报告期内不存在因产品质量相关事项而产生的诉讼纠纷情形。

（2）发行人制定了相关控制制度，保障使用外购半成品质量的稳定性

发行人制定了《物资采购制度》《供应商管理手册》等原材料采购及供应商管理制度，对外购件的质量管理作出了明确要求，具体情况如下：

供应商管理方面，发行人要求外购半成品供应商建立 IATF 16949 或 ISO 9001 质量管理体系并完成相应认证，并按照相关管理制度要求对外购半成品供应商进行准入审核、定期审核。确认供应商后，发行人研发部门、质量管理部门与外购半成品供应商进行产品相关技术交流，保证供应商了解发行人采购需求、

保证后期产品质量。

产品开发过程中，发行人与外购半成品供应商签订质量保证协议，供应商提交样件后，发行人质量管理部门对样件进行检测、出具检验报告、材质试验报告及性能试验报告等，对样件质量进行综合评审。

正式供货过程中，发行人质检人员对外购半成品供应商来料质量进行检查，若供应商存在产品质量问题及时采取相应解决措施，并定期对供应商供货质量水平、供货质量稳定性进行评估。

外购半成品采购入库时，发行人质量管理部门根据研发部门技术规范、合同约定、国家及行业标准等确定的外购半成品检验标准及抽样标准，对原材料进行抽样检验，检验无异常后方可入库。

产品生产过程中，发行人生产部门、质量管理部门通过首件检测、抽样检测、末件检测等方式对产品质量进行检测，检测出现质量问题时，采取追溯等应对措施，并依照双方合同约定等进行相应处理。

产品销售出库时，发行人质量管理部门对产品进行出库检验，合格后方可发货。当产品出现质量问题发生客户质量索赔时，发行人会进一步向上追溯，根据与外购半成品供应商的合同约定进行索赔。

（3）发行人对外购半成品供应商的采购合同中就质量责任进行了约定

发行人与外购半成品供应商签订的采购合同中就质量责任进行了明确约定，主要条款如下：

序号	采购合同中的相关约定
1	乙方（外购半成品供应商）产品质量问题或交货不及时，未造成甲方（发行人）生产线停产的，按合同约定标准对乙方予以处罚；若乙方月度内出现两次及以上交货延期，且不配合改善，甲方有权单方解除合同，所有货款不予以支付，乙方同意将至此未支付货款作为违约金赔偿
2	乙方产品质量问题或交货不及时，造成甲方生产线停产的，按合同约定标准赔偿甲方损失。如因乙方产品质量问题或交货不及时，造成甲方客户（主机厂）生产线停线，乙方要承担甲方被客户处罚的所有损失（主机厂客户对甲方的罚款及甲方处理本次事故的所有费用）
3	如乙方产品在甲方生产过程中被发现质量问题，乙方必须负责及时处理，在不造成甲方停产停线的情形下，相关质量考核按照甲乙双方签订的质量保证协议执行
4	对于乙方私自更换材料、供应商、生产场地及工艺工装的，或弄虚作假的，经甲方核实，对乙方予以相应处罚

序号	采购合同中的相关约定
5	甲方交付到客户的总成件产品出现一般质量问题，是由于乙方交付的零部件质量问题导致的，乙方应承担以下三项费用：（1）甲方被客户罚款金额；（2）有质量问题的总成件出厂价2倍价格；（3）甲方去客户处理本次质量事故的相关费用
6	甲方交付到客户的总成件产品出现重大质量问题而被客户召回的，是由于乙方交付的零部件质量问题导致的，乙方应承担市场召回所产生的所有损失
7	未经甲方同意，乙方不得将供给甲方的产品卖给第三方，一经发现，对乙方予以相应处罚

3、发行人使用外购半成品符合行业惯例

发行人采购外购半成品不属于核心部件，使用外购半成品用于进一步生产符合实际生产经营情况，具有合理性和必要性。

采购半成品用于进一步生产在汽车零部件行业属于行业惯例，部分汽车零部件领域上市公司亦存在类似的情形，具体情况如下：

公司名称	具体描述披露情况
无锡振华 (605319.SH)	公司的生产模式以自主生产为主，同时部分产品或半成品进行委外加工或直接采购……报告期内，公司逐步采用直接采购产品或半成品的方式替代冲压环节的委外加工
一彬科技 (001278.SZ)	报告期内，公司主要材料采购为塑料材料、金属材料及外购件，其中，塑料材料主要系PP、PC、ABS，用于生产塑料件；金属材料主要系钢材，用于生产金属件；外购件分为用于直接出售的外购件及用于继续投入生产经营的外购件，主要包括传感器、金属及塑料卡扣、雾灯、螺母等物料
多利科技 (001311.SZ)	除钢材、铝材的采购外，多利科技将部分影响生产效率、自产不经济、加工工艺难度较低的小型非关键零部件产品，选择工艺技术达标、产品质量稳定的供应商进行直接采购。采购的零部件经过质量检验或经与多利科技自产零部件加工组装后销售至下游客户……多利科技主要原材料为钢材、铝材、零部件、标准件、模具材料等
冠盛股份 (605088.SH)	公司采购的主要原材料包括钢材、毛坯件、半成品、球笼部件（三球销、星形套等）、包材、外购防尘罩等。半成品包含轮毂半成品、球笼半成品等
晋拓股份 (603211.SH)	公司向江阴顺拓采购的材料主要为壳体、盖板等半成品压铸件，公司向江阴顺拓采购的主要原因系：……③客户订单集中时，公司自有员工和设备产能难以满足订单需求，公司会对外采购少量半成品。基于上述原因，公司向江阴顺拓采购具有一定的必要性和合理性
泉峰汽车 (603982.SH)	公司的采购物资可以划分为生产性采购和非生产性采购。生产性采购内容主要为原材料和半成品，其中原材料以铝锭为主，半成品主要为端盖和轴类压铸件、锻造件和机加工作件

资料来源：各公司招股说明书、问询函回复、定期报告等信息披露文件。

由上可知，部分汽车零部件领域上市公司也存在采购半成品用于进一步生产的情形，发行人使用外购半成品符合行业惯例，具有合理性。

综上所述，发行人使用外购半成品符合客户要求、不存在质量纠纷问题，发

行人就采购和使用外购半成品有良好的问题解决机制，符合行业惯例。

（二）结合地板结构件平均耗电情况、外购半成品的平均消耗情况分析报告期内单位产品耗电量和对应半成品采购上涨的合理性

1、结合地板结构件平均耗电情况分析报告期内单位产品耗电量上涨的合理性

报告期内，发行人结构件及功能件的产量及单位耗电量情况如下：

单位：度/件

产品	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	产量占比	单位耗电量	产量占比	单位耗电量	产量占比	单位耗电量
地板结构件	46.32%	0.27	40.35%	0.25	34.48%	0.23
其他结构件	40.44%	0.19	48.15%	0.19	53.02%	0.15
功能件	13.24%	0.45	11.50%	0.50	12.50%	0.47
总计	100.00%	0.26	100.00%	0.24	100.00%	0.22

报告期内，发行人结构件及功能件的单位耗电量贡献波动情况如下：

单位：度/件

产品	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	单位耗电量贡献	变动	单位耗电量贡献	变动	单位耗电量贡献
地板结构件	0.12	0.02	0.10	0.02	0.08
其他结构件	0.08	-0.01	0.09	0.00	0.08
功能件	0.06	0.00	0.06	-0.00	0.06
合计	0.26	0.02	0.24	0.02	0.22

报告期内，发行人逐步集中有限资源更多进行前后纵梁、前后地板等各类大体积地板结构件订单的生产，该类产品产量占公司产品整体产量的比例分别为 34.48%、40.35%和 46.32%，整体不断上升且幅度较大，单位耗电量水平相对较高；与此同时受下游客户需求以及订单结构等因素影响，该类产品体积及重量整体呈上升趋势，相应导致单位耗电量水平在较高的同时也有所上涨。受单位耗电量较高以及产量占比不断上升等因素共同影响，报告期内其对发行人整体单位产品耗电量的贡献不断上升，分别同比上升 0.02 度/件、0.02 度/件，为发行人整体

单位产品耗电量上涨的主要影响因素。

报告期内受下游客户需求以及订单结构等因素影响，发行人的其他结构件体积及重量也有所上升；2022 年该类产品单位耗电量有所上涨且幅度相对较大，主要是由于当年 B01 车型侧围、EX11、SS11、DC1E 车型座椅横梁等尺寸较大的结构件产量上升。报告期内发行人功能件单位耗电量受下游客户订单变动等因素影响有所波动、变化幅度较小；2023 年功能件产品单位耗电量有所下降，主要是由于耗电量相对较大的型钢铰链、手刹等产品产量有所下降。

综上所述，报告期内发行人地板结构件单位耗电量较高且产量占比不断上升，为发行人整体单位产品耗电量上涨的主要影响因素，单位耗电量整体上升具有合理性。

2、结合外购半成品的平均消耗情况分析报告期内半成品采购上涨的合理性

报告期内，发行人外购半成品具体采购情况如下：

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
半成品防撞梁	1,238.84	23.63%	1,074.71	20.94%	1,125.19	26.53%
电子器件	1,635.11	31.19%	732.36	14.27%	551.45	13.00%
半成品冲压件	1,186.54	22.63%	1,714.06	33.40%	1,076.44	25.39%
塑料件	859.64	16.40%	1,238.91	24.14%	1,172.14	27.64%
其他	322.34	6.15%	371.57	7.24%	315.20	7.43%
总计	5,242.48	100.00%	5,131.61	100.00%	4,240.42	100.00%

报告期内，发行人外购半成品主要包含半成品防撞梁、电子器件、半成品冲压件和塑料件等。发行人采购后用以进一步生产并形成最终用于销售的产品。发行人上述主要外购半成品的消耗情况如下：

（1）半成品防撞梁

发行人采购的半成品防撞梁主要为用于生产功能件产品中防撞梁产品的钢管等。报告期内，发行人半成品防撞梁采购情况与防撞梁产品产量情况匹配关系如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
半成品防撞梁采购量①	165.78	138.21	148.35
防撞梁产品产量②	163.59	137.94	151.34
平均消耗情况①/②	1.01	1.00	0.98

由上表可知，发行人半成品防撞梁平均消耗情况稳定。

（2）电子器件

发行人采购的电子器件主要为 LPP 油箱盖执行器、指示灯、线束等电子器件，主要用于生产电动汽车电动充电口盖等产品。报告期内，发行人电子器件采购情况与涉及使用电子器件产品产量情况匹配关系如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
电子器件采购量①	91.16	38.79	27.13
相关产品产量②	66.80	28.16	22.21
平均消耗情况①/②	1.36	1.38	1.22

由上表可知，发行人电子器件平均消耗情况稳定。2021 年度平均消耗情况较低，主要系该年度发行人涉及使用电子器件产品的产量较低、单位电子器件用量较少所致。

（3）半成品冲压件

发行人从部分供应商处采购完成部分冲压工序后的半成品或垫片等需要冲压工序的细小零件，用以进一步生产成发行人产品。发行人半成品冲压件采购品类众多，选取报告期内主要采购品类与发行人对应最终产品产量情况匹配关系如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
半成品冲压件采购量①	789.59	875.17	655.12
相关结构件产品产量②	7,451.63	8,342.12	6,675.03
平均消耗情况①/②	0.11	0.10	0.10

由上表可知，发行人半成品冲压件平均消耗情况稳定。

（4）塑料件

发行人外购塑料件半成品主要为踏板罩、手刹手柄护套、踏板垫、限位器罩壳等，用于对应功能件产品的组装。发行人外购塑料件半成品与发行人功能件产品的产量情况匹配关系如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
半成品塑料件采购量①	1,568.14	1,943.48	1,739.37
相关功能件产品产量②	588.60	537.35	489.70
平均消耗情况①/②	2.66	3.62	3.55

由上表可知，2021 年-2022 年发行人半成品塑料件平均消耗情况稳定，2023 年平均消耗量有所下降，主要原因为发行人购置了部分设备将部分外购限位器拉杆、部分手刹护套改为自产，导致当期该部分半成品的采购量以及平均消耗量有所下降，具有合理性。

综上所述，发行人外购半成品的平均消耗情况整体保持稳定；随着报告期内发行人外购半成品相关产品产量的上升，半成品采购金额整体有所上涨具有合理性。

三、发行人对劳务外包工作的监督情况，如何保证正确核算以工作时间统计的劳务外包工作量

劳务外包公司安排组织人员为发行人提供相关作业服务，发行人的生产部门会对劳务外包公司提供的服务通过日常检查、定期抽查等方式进行监督，对于劳务外包服务过程中产生的问题，生产部门会要求其及时进行处理以确保其提供相关服务的服务质量。

发行人生产部门每日会分时段对劳务外包公司所组织作业的人员数量进行记录，生产部门以该人员数量和作业时段为基础统计上述人员以工作时间统计的工作量，并将上述记录按月汇总后交由发行人人事部门与相应劳务外包公司进行复核并形成外包结算单。外包结算单记录相应劳务外包公司当月统计的工作量、外包费用等信息并由发行人与其进行确认，以保证统计的劳务外包工作量的准确性。

经查询公开披露信息，部分上市公司中也存在以工作时间统计劳务外包工作量的情形，具体情况如下：

公司名称	具体描述披露情况
万得凯 (301309.SZ)	公司生产车间分时段对劳务外包方所组织的人员数量进行记录，用以统计劳务外包方所组织的全体人员的工作时长，劳务外包方的劳务量为其所组织的全体人员的工作时长之和。
巨一科技 (688162.SH)	在实际工作的执行过程当中，按照双方的合同约定，公司与劳务外包方依据工作量对劳务外包人员及其相关工作进行考核。对于按工时结算的劳务，按照当地的市场惯例，公司与劳务外包方协商确定单价，公司现场经理负责劳务供应商人员每日执行考勤工作，公司与劳务供应商按照考勤汇总的工时与协商确定的单价进行结算。
秋乐种业 (831087.BJ)	公司子公司存在部分按天计量的劳务外包工作，按照当地的市场惯例，公司与劳务外包方约定完成相关劳务工作所需天数，并按天与劳务外包方及相关人员进行结算。
维科精密 (301499.SZ)	劳务外包单位安排人员开展工作，双方以当月实际完成并经公司验收合格的工时，按工时单价结算，公司按照验收结算单向劳务外包单位支付劳务外包费用。

资料来源：各公司招股说明书、问询函回复、定期报告等信息披露文件。

综上所述，发行人以工作时间统计的劳务外包工作量的核算方式有效、可准确核算工作量，与部分上市公司情形保持一致、不存在显著差异。

四、不同细分产品的单价、单位成本对毛利率的影响

（一）报告期内发行人主营业务按照细分产品的构成情况

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	收入占比	毛利率贡献率	收入占比	毛利率贡献率	收入占比	毛利率贡献率
地板结构件	54.50%	14.86%	48.96%	13.09%	41.45%	11.21%
侧围结构件	15.98%	3.59%	22.44%	4.99%	27.15%	5.71%
其他结构件	14.44%	4.10%	13.52%	3.22%	13.06%	3.32%
安全防护类功能件	6.04%	0.82%	6.71%	0.81%	8.22%	1.65%
传动制动类功能件	4.40%	1.18%	5.31%	1.45%	6.26%	1.27%
其他	4.64%	0.91%	3.07%	0.70%	3.86%	0.90%
主营业务合计	100.00%	25.46%	100.00%	24.26%	100.00%	24.07%

由上表可知，报告期内发行人销售的主要细分产品为地板结构件、侧围结构件、其他结构件、安全防护类功能件以及传动制动类功能件，合计收入金额占比分别为 96.14%、96.93%和 95.36%，上述产品收入占比及毛利率变动导致毛利率

贡献率有所变动，为报告期内发行人毛利率变动的主要影响因素。

（二）报告期内发行人不同细分产品的单价、单位成本对毛利率的影响

1、地板结构件产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内，发行人地板结构件产品的收入分别为 36,656.96 万元、64,968.92 万元和 75,448.17 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 41.45%、48.96%和 54.50%，占比不断上升，其单位价格及成本情况如下：

单位：元/件

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	18.87	-3.36%	19.53	37.53%	14.20
单位成本	13.73	-4.06%	14.31	38.10%	10.36
毛利率	27.27%	0.53%	26.74%	-0.30%	27.04%

毛利率有所波动系上述期间内单位价格及单位成本的变动幅度存在一定差异所致，具体情况如下：

各因素影响数	2023 年度较 2022 年度	2022 年度较 2021 年度
单位价格变动的影响数	-2.55%	19.91%
单位成本变动的影响数	3.08%	-20.21%
合计	0.53%	-0.30%

注 1：单位售价变动的影响数=（本年度销售单位售价-上年度销售单位成本）÷本年度销售单位售价-（上年度销售单位售价-上年度销售单位成本）÷上年度销售单位售价，下同；

注 2：单位成本变动的影响数=（本年度销售单位售价-本年度销售单位成本）÷本年度销售单位售价-（本年度销售单位售价-上年度销售单位成本）÷本年度销售单位售价，下同。

报告期内，发行人地板结构件单位价格和单位成本的变动趋势保持一致，变动幅度存在一定差异。

报告期内，发行人地板结构件单位价格分别为 14.20 元、19.53 元和 18.87 元，2022 年上升较快，主要是由于新能源及通用车型零部件销量占比不断上升且单价较高。报告期内上述两类车型零部件销量占比分别为 70.81%、84.69%和 87.14%，呈上升趋势且相较于原传统燃油车型上述两类车型产品的单位价格较高，为 2022 年地板结构件单位价格上升的主要影响因素。2023 年地板结构件单位价格与 2022 年基本一致，变动幅度较小。

报告期内，发行人地板结构件单位成本分别为 10.36 元、14.31 元和 13.73 元，2022 年上升较快，主要是由于报告期内发行人人工用工成本上升，承接前后纵梁、前后地板等大体积地板结构件的订单增加以及成本较高的新能源及通用车型销量占比上升，为 2022 年地板结构件单位成本上升的主要影响因素。2023 年地板结构件单位成本与 2022 年基本一致，变动幅度较小。

报告期内，发行人地板结构件的毛利率分别为 27.04%、26.74%和 27.27%，分别变动-0.30 和 0.53 个百分点，其中单位价格变动导致毛利率分别变动 19.91%和-2.55%，单位成本变动导致毛利率分别变动 20.21%和 3.08%。

2、侧围结构件产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内，发行人侧围结构件产品的收入分别为 24,011.89 万元、29,780.13 万元和 22,123.42 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 27.15%、22.44%和 15.98%，占比不断下降，其单位价格及成本情况如下：

单位：元/件

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	12.22	0.02%	12.22	6.38%	11.48
单位成本	9.47	-0.32%	9.50	4.77%	9.07
毛利率	22.49%	0.26%	22.23%	1.19%	21.04%

毛利率有所波动系上述期间内单位价格及单位成本的变动幅度存在一定差异所致。具体情况如下：

各因素影响数	2023 年度较 2022 年度	2022 年度较 2021 年度
单位价格变动的影响数	0.01%	4.73%
单位成本变动的影响数	0.25%	-3.54%
合计	0.26%	1.19%

报告期内，发行人侧围结构件单位价格和单位成本的变动趋势保持一致，变动幅度存在一定差异。

报告期内，发行人侧围结构件单位价格分别为 11.48 元、12.22 元和 12.22 元，2022 年单位价格有所上升，主要是由于新能源及通用车型零部件销量占比不断

上升且单价较高。报告期内上述两类车型零部件销量占比分别为 32.30%、41.81% 和 55.88%，不断上升且相较于原传统燃油车型上述两类车型的单位价格较高，为 2022 年侧围结构件单位价格不断上升的主要影响因素。2023 年地板结构件单位价格与 2022 年基本一致，变动幅度较小。

报告期内，发行人侧围结构件单位成本分别为 9.07 元、9.50 元和 9.47 元，2022 年单位成本有所上升，主要是由于报告期内人工用工成本上升以及成本较高的新能源及通用车型销量占比上升，为 2022 年侧围结构件单位成本不断上升的主要影响因素。2023 年地板结构件单位成本与 2022 年基本一致，变动幅度较小。

报告期内，发行人侧围结构件的毛利率分别为 21.04%、22.23%和 22.49%，分别变动 1.19 和 0.26 个百分点，其中单位价格变动导致毛利率分别变动 4.73% 和 0.01%，单位成本变动导致毛利率分别变动-3.54%和 0.25%。

3、其他结构件产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内，发行人其他结构件产品的收入分别为 11,549.37 万元、17,936.46 万元和 19,988.18 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 13.06%、13.52%和 14.44%，收入金额及占比均有所上升，其单位价格及成本情况如下：

单位：元/件

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	10.85	23.92%	8.76	45.10%	6.03
单位成本	7.77	16.45%	6.67	48.23%	4.50
毛利率	28.41%	4.60%	23.81%	-1.61%	25.42%

毛利率有所波动系上述期间内单位价格及单位成本的变动幅度存在一定差异所致，具体情况如下：

各因素影响数	2023 年度较 2022 年度	2022 年度较 2021 年度
单位价格变动的影响数	14.71%	23.18%
单位成本变动的影响数	-10.11%	-24.79%
合计	4.60%	-1.61%

报告期内，发行人其他结构件单位价格和单位成本的变动趋势保持一致，变动幅度存在一定差异。

报告期内，发行人其他结构件单位价格分别为 6.03 元、8.76 元和 10.85 元，整体不断上升，主要是由于新能源及通用车型零部件销量占比不断上升且单价较高。报告期内上述两类车型零部件销量占比分别为 17.79%、36.34%和 54.36%，不断上升且相较于原传统燃油车型上述两类车型的单位价格较高，为各期其他结构件单位价格不断上升的主要影响因素。

报告期内，发行人其他结构件单位成本分别为 4.50 元、6.67 元和 7.77 元，整体不断上升，主要是由于报告期内人工用工成本上升以及成本较高的新能源及通用车型销量占比上升，为各期其他结构件单位成本不断上升的主要影响因素。

报告期内，发行人其他结构件的毛利率分别为 25.42%、23.81%和 28.41%，分别变动-1.61 和 4.60 个百分点，其中单位价格变动导致毛利率分别上升 23.18%和-24.79%，单位成本变动导致毛利率分别变动-24.79%和-10.11%。2023 年发行人其他结构件单位价格增幅高于单位成本增幅、毛利率上升幅度较大，主要系发行人当期新增向 T 公司销售车门铰链加强板等其他结构件产品，该类产品单价及毛利率水平相对较高，带动发行人其他结构件产品毛利率有所提升。

4、安全防护类功能件产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内，发行人安全防护类功能件产品的收入分别为 7,270.02 万元、8,897.47 万元和 8,355.91 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 8.22%、6.71%和 6.04%，占比较低且不断下降，其单位价格及成本情况如下：

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	11.88	-0.62%	11.96	-5.01%	12.59
单位成本	10.27	-2.28%	10.51	4.50%	10.06
毛利率	13.58%	1.47%	12.11%	-8.00%	20.10%

毛利率有所波动系上述期间内单位价格及单位成本的变动幅度存在一定差异所致，具体情况如下：

各因素影响数	2023 年度较 2022 年度	2022 年度较 2021 年度
单位价格变动的影响数	-0.54%	-4.21%
单位成本变动的影响数	2.02%	-3.79%
合计	1.47%	-8.00%

报告期内，发行人安全防护类功能件单位价格分别为 12.59 元、11.96 元和 11.88 元，变动幅度较小、整体保持稳定。2022 年产品单位价格较 2021 年略有下降，主要是由于 2022 年发行人向下游客户销售的单位价格较高的防撞梁产品销量占安全防护类功能件销量的比例有所下降，带动该类产品单价有所下降。

报告期内，发行人安全防护类功能件单位成本分别为 10.06 元、10.51 元和 10.27 元，变动幅度较小、整体保持稳定。2022 年发行人安全防护类功能件单位成本较 2021 年有所上升，主要是由于在防撞梁产品销量占比下降的同时，受吉利集团等客户需求变动影响，发行人型钢铰链产品销量由 132.56 万件上升为 191.25 万件、销量及占比上升幅度相对较大，该类产品单价相对较低的同时单位成本相对较高，为当期安全防护类产品单位成本上升的主要影响因素。

报告期内，发行人安全防护类功能件的毛利率分别为 20.10%、12.11%和 13.58%，分别变动-8.00 和 1.47 个百分点，其中单位价格变动导致毛利率分别变动-4.21%和-0.54%，单位成本变动导致毛利率分别变动-3.79%和 2.02%。2022 年发行人安全防护类功能件在单位价格下降的同时单位成本有所上升，导致当期毛利率下降幅度较大。

5、传动制动类功能件产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内，发行人传动制动类功能件产品的收入分别为 5,539.47 万元、7,039.82 万元和 6,094.57 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 6.26%、5.31%和 4.40%，占比较低且不断下降，其单位价格及成本情况如下：

单位：元/件

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	41.79	1.40%	41.21	11.34%	37.02
单位成本	30.62	2.28%	29.94	1.40%	29.53

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
毛利率	26.72%	-0.63%	27.36%	7.12%	20.23%

毛利率有所波动系上述期间内单位价格及单位成本的变动幅度存在一定差异所致，具体情况如下：

各因素影响数	2023 年度较 2022 年度	2022 年度较 2021 年度
单位价格变动的影响数	1.00%	8.12%
单位成本变动的影响数	-1.63%	-1.00%
合计	-0.63%	7.12%

报告期内，发行人传动制动类功能件单位价格和单位成本的变动趋势保持一致，变动幅度存在一定差异。

报告期内，发行人传动制动类功能件单位价格分别为 37.02 元、41.21 元和 41.79 元，整体不断上升，主要是由于新能源及通用车型零部件销量占比不断上升且单价较高。报告期内上述两类车型零部件的销量占比分别为 42.43%、53.91% 和 56.13%，占比不断上升且单位价格相对较高；来自吉利集团、长城汽车、广汽集团旗下车型毛利和单价较高的踏板需求不断增加、销量占比不断提升。上述因素共同影响下，该类产品的单位价格不断上升。

报告期内，发行人传动制动类功能件单位成本分别为 29.53 元、29.94 元和 30.62 元，变动幅度较小、整体保持稳定。2022 年，发行人传动制动类功能件单位成本上升幅度相对较小，主要是由于来自长城汽车、吉利集团、广汽旗下车型毛利率较高踏板需求不断增加、销量占比不断提升同时其他单位成本较高产品的销量占比下降。前述客户的踏板类产品单位价格较高、单位成本相对较低，导致其在销量占比不断上升的情况下拉低了传动制动类功能件产品单位成本的上升幅度，相应导致单位成本上涨幅度相对较小。

报告期内，发行人传动制动类功能件的毛利率分别为 20.23%、27.36%和 26.72%，分别变动 7.12 和-0.63 个百分点，其中单位价格变动导致毛利率分别上升 8.12%和 1.00%，单位成本变动导致毛利率分别下降 1.00%和 1.63%。2022 年发行人传动制动类功能件单位价格上升幅度高于成本上升幅度，导致当期毛利率

上升幅度较大。

综上所述，报告期内发行人销售的主要细分产品的单位价格和单位成本变动幅度存在一定差异，导致毛利率产生一定波动；主要细分产品收入占比及毛利率变动导致毛利率贡献率有所变动，为报告期内发行人毛利率变动的主要影响因素。

五、中介机构的核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、获取发行人采购明细表，分档统计发行人供应商情况；查阅同行业可比公司信息披露文件，比较发行人与同行业可比公司的供应商集中度情况；

2、访谈发行人主要供应商，了解发行人主要供应商主要经营情况以及与发行人开展的业务规模是否匹配；

3、查阅发行人与客户签署的合同、发行人内部管理制度和发行人与主要外购半成品供应商签署的合同，分析发行人使用外购半成品是否符合客户要求、是否具有相应质量保障及解决机制；

4、访谈发行人主要客户、供应商和发行人总经理，了解发行人使用外购半成品是否存在质量纠纷问题；查阅同行业公司信息披露文件，了解发行人使用外购半成品的情况是否符合汽车零部件行业市场惯例；

5、统计发行人各类结构件产品的平均耗电情况，分析发行人报告期内单位产品耗电量上涨的原因及合理性；获取发行人采购明细表，分析发行人外购半成品采购情况与对应产品销售情况的匹配性；

6、访谈了发行人的主要劳务公司，了解关于发行人与其报告期内的劳务公司之间业务开展等情况；查验了发行人与劳务公司签订的劳务外包协议、发行人报告期内的劳务外包统计台账、结算单；

7、获取发行人收入成本明细表，分析不同细分产品的单价、单位成本对毛利率的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人供应商集中度情况符合行业惯例；发行人主要供应商与发行人生产基地经营区域具有匹配性，相关资产规模、人员规模情况与发行人开展的业务规模相匹配。

2、发行人使用外购半成品符合客户要求、不存在质量纠纷问题，发行人就采购和使用外购半成品有良好的问题解决机制；发行人报告期内单位产品耗电量、半成品采购上涨具有合理性。

3、发行人以工作时间统计的劳务外包工作量的核算方式有效、可准确核算工作量，与部分上市公司情形保持一致、不存在显著差异。

4、报告期内发行人销售的主要细分产品的单位价格和单位成本变动幅度存在一定差异，导致毛利率产生一定波动；主要细分产品收入占比及毛利率变动导致毛利率贡献率有所变动，为报告期内发行人毛利率变动的主要影响因素。

3. 关于固定资产和模具

根据问询回复：（1）报告期各期发行人设计生产的模具金额为 10,059.46 万元、8,567.99 万元和 3,433.52 万元，2022 年公司推出新品号数量相对略少，当年模检夹具原值仅增加 2,265.67 万元，增幅 5.43%、相对较小；（2）因部分产品对应车型销量未达预期，发行人对其计提了减值准备；（3）报告期各期末在建工程归集的模检夹具金额分别为 5,508.80 万元、2,460.82 万元和 4,728.46 万元，B16 模检夹具开发时长较长仍未转固。

请发行人披露：（1）报告期各期模检夹具原值增加金额和折旧金额，原值增加金额和增速与报告期收入高速增长是否匹配，2022 年模检夹具原值增加金额较低是否表明产品收入存在增速放缓或收入下滑趋势；（2）报告期各期末公司主要模具开始摊销时间、已摊销年份及金额、对应车型的销售时间；已计提减值的模具对应的车型、模具原值、计提减值金额及其确定依据，部分产品对应车型销量大幅下滑未计提减值准备的合理性；（3）报告期各期末在建工程——模检夹具的开始研发时间和研发进度、未转固的合理性，与相关车型研发、上市时间是否一致，B16 模检夹具开发时长较长的合理性，与其他模具的平均开发

时长是否一致。

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、报告期各期模检夹具原值增加金额和折旧金额，原值增加金额和增速与报告期收入高速增长是否匹配，2022 年模检夹具原值增加金额较低是否表明产品收入存在增速放缓或收入下滑趋势

（一）报告期各期模检夹具原值增加金额和折旧金额以及和主营业务收入匹配情况

受下游乘用车市场中新能源以及国产自主品牌不断发展、自身实力不断增强等积极因素影响，报告期内发行人收入金额迅速扩大，同时发行人也积极设计生产新的模具，各期完成金额分别为 8,567.99 万元、3,433.52 万元、8,651.41 万元。伴随 2023 年部分产品应用车型陆续上市及产品实现量产，2023 年发行人完成设计生产的模具金额达 8,651.41 万元、金额较大。

报告期内发行人模具金额与主营业务收入整体变动趋势保持一致，二者的增长金额和幅度存在一定差异，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
主营业务收入	138,428.35	132,697.08	88,439.68
较上期变动金额	5,731.27	44,257.40	35,352.86
转固的生产性模具金额即原值增加金额①	5,519.72	2,632.11	7,683.12
实现销售的商品性模具金额②	3,131.69	801.41	884.87
当期设计生产的模具金额①+②	8,651.41	3,433.52	8,567.99
模具投入金额变动	5,217.89	-5,134.47	-1,491.47
模具折旧金额	5,333.59	6,120.59	6,384.74

注：受车型上市时间、产品量产时间影响，模具投入金额会在不同年度间呈现一定波动。2023 年，使用发行人产品的 T 公司等整车厂多款车型陆续上市，相应导致发行人当期模具结转投入金额相对较大。

报告期各期，发行人主营业务收入与当期完成设计生产的模具在增长金额和幅度方面存在一定差异，具体原因如下：

1、报告期内发行人模具投入和主营业务收入的影响因素存在较大差异，相应导致二者的变动幅度存在一定差异。受下游客户车型上市时间、产品量产时间因素影响，模具投入金额在报告期内的不同年度间存在一定的波动；模具投入后，项目实现的收入在车型生命周期内伴随车型销量变化而有一定波动。

（1）发行人模具投入和主营业务收入的影响因素存在较大差异，相应导致二者金额的变动幅度存在一定差异

各期模具投入金额主要受项目定点数量、具体项目内容（零部件材质、特殊要求、工序数量、单车中标数量）、应用车型上市时间等因素影响。汽车零部件领域公司的收入增长除与项目定点数量相关外，还主要受下游乘用车市场发展、项目定点所涉及车型的销量、供货产品情况（是否为平台件、具体产品、单车供货数量、供货价格等）等因素影响。

二者的影响因素存在较大差异，除项目定点数量外，收入金额还更多的受到车型销量、单车供货量、供货价格等其他因素的影响。比如相较于其他项目，部分平台件项目或单车型销量较大的重点优质项目，可在模具投入金额差异较小的情况下获得更大的收入金额，投入金额和实现收入金额的变动不具有完全一致性。

（2）受下游客户车型上市时间、产品量产时间因素影响，模具投入金额在报告期内不同年度间存在一定的波动

发行人开发的模具在对应产品量产、已达到预定可使用状态时结转，因此受车型上市、产品量产时间影响，模具增加金额会在不同年度间呈现一定波动。如应用车型较多于某一年度上市、产品实现量产，则当年模具投入金额也会较大，同时也会相对降低下一年度的模具投入金额。

（3）模具投入后，实现的收入在车型生命周期内伴随车型销量变化而有一定波动，两者存在一定的时间间隔

一般而言，汽车零部件企业在获得整车厂的项目定点后，需要经过较长时间的项目开发流程，开发成功后模具投入量产。一般情况下，车型的销量在其生命周期内呈现一定的波动。因此针对具体项目，在对应模具完成投入、产品实现量产后，其零部件供货规模以及实现的收入也在车型生命周期内伴随车型销量变化而有一定波动。受上述因素影响，模具投入和较大规模实现收入之间存在一定的

时间间隔。

受上述因素综合影响，报告期内发行人模具投入和营业收入的快速增长之间在时间以及金额上存在一定差异，具有合理性。

2、报告期内发行人逐步集中有限资源积极拓展新能源及国产自主品牌领域的重点车型，上述重点车型型号较少、单车供货量和收入金额较大，有助于在模具投入相对较少的情况下实现更高的收入

在近年来新能源汽车不断发展、国产自主品牌不断崛起的背景下，发行人也紧密契合上述市场发展趋势同时结合当前的产能规模限制，逐步集中精力攻关部分重点车型、重点项目，以便更好地实现规模经济效应并保证较好的盈利水平。

近年来发行人先后成功拓展了极氪汽车、T 公司、理想汽车、吉利帝豪等优势品牌的重点车型项目，其中极氪汽车、T 公司、理想汽车分别有 4 款、2 款、3 款主力在销车型，2023 年分别实现整体销量 11.87 万辆、180.86 万辆、37.60 万辆，车型数量相对较少、单车型销量规模较大，相较于原有车型种类和数量较多的燃油车型，该部分重点车型新增模具投入规模相对较少但单车供货规模以及单车收入较大，有助于发行人收入金额的不断增长。发行人主动选择、优先保障重点项目，不存在发行人与下游主要客户合作终止、无法获得项目的情形。

3、发行人积极拓展具有较强通用性的平台化项目，该类项目可应用于更多的车型，有助于在模具投入相对较少的情况下实现更大的销量和收入规模

发行人积极拓展具有较强通用性的平台化项目，先后进入了吉利集团旗下浩瀚、CMA、PMA 以及长城汽车旗下 A30、B30、ES11 等多个汽车架构平台的供应链体系并陆续于 2020 年、2021 年实现量产，对应模具也多在当期结转，相应导致 2020 年、2021 年模具投入金额较大且相对降低了 2022 年的模具投入金额。

上述平台件量产后，可以扩展应用于该平台内的多款车型，在模具投入相对较少的情况下可实现更大的收入规模并在后续年度持续贡献收入。

4、部分同行业上市公司也存在模具增加金额下降同时收入不断增长的情况，发行人的情况符合行业惯例

报告期内发行人部分同行业可比公司模具原值增加与收入变动情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
博俊科技	原值增加金额	6,017.03	1,788.52	4,468.39
	主营业务收入	239,096.54	124,919.53	74,004.58
华达科技	原值增加金额	1,367.58	1,080.30	1,370.44
	主营业务收入	510,935.98	490,289.92	452,013.82
多利科技	原值增加金额	2,190.61	3,437.30	2,909.28
	主营业务收入	369,361.44	317,090.74	259,237.45
威唐工业	原值增加金额	-	94.00	265.48
	主营业务收入	76,741.34	77,700.02	68,800.70
联明股份	原值增加金额	275.37	-	45.34
	主营业务收入	113,306.97	122,496.83	120,881.03

注：上述数据来源于公开披露的年报、招股说明书，不包括用于销售的模具金额。

由上表可知，上述同行业上市公司也存在模具增加金额下降的情况下收入不断增长的情形，二者之间也存在一定差异。报告期内发行人模具增加金额和收入的变动情况与上述同行业上市公司保持一致，符合行业惯例。

5、发行人积极推进项目实施，2023 年完成设计生产的模具金额较 2022 年有所增加且幅度较大

发行人积极向优质新能源领域客户或品牌拓展，顺利取得了部分重点车型及项目的定点，伴随上述重点优质新能源领域客户及车型项目的取得、投入以及逐步量产，发行人的模具投入金额也将有所增加。2023 年，发行人当期设计生产的模具金额为 8,651.41 万元，较 2022 年发行人模具投入金额有所上升。

综上所述，发行人报告期内模具原值与收入均保持增长、变动趋势保持一致；二者在时间以及金额上存在一定差异，新增投入模具金额下降的同时收入快速增长具有合理性，与同行业上市公司保持一致，符合行业惯例；模具每年度投入金额受应用车型上市及产品量产时间的影响，相应导致报告期内各个年度的增加金额存在一定波动；2023 年发行人模具投入金额较大、显著高于 2022 年，增长情况良好。

（二）2022 年模检夹具原值增加金额较低是否表明产品收入存在增速放缓或收入下滑趋势

1、模具在各期的投入结转金额受应用车型上市时间、产品量产时间等的影响，上述时间多由下游整车厂客户决定，相应导致不同年度间的投入金额存在一定波动；2020 年、2021 年发行人模具对应车型上市数量较多，相应导致当期模具结转金额较大并相对降低了 2022 年模检夹具增加金额，具有合理性；伴随收入规模的不断扩大，未来增长速度将相对放缓

如前所述，发行人开发的对应模具在产品量产、已达到预定可使用状态时结转，因此受车型上市、产品量产时间影响，模具增加金额会在不同年度间呈现一定波动。

发行人积极拓展具有较强通用性的平台化以及部分新能源领域的重点客户、重点车型、重点项目，上述项目对应车型多在 2020 年、2021 年上市并实现量产，相关模具亦于上述年度内结转，相应导致上述期间内的模具投入金额较大，上述项目亦将在后续年度持续贡献收入。在新增项目较多于上述期间内量产、模具于当期结转且投入金额较大的情况下，2022 年当期模具增加金额相对较低，具有合理性。

发行人报告期初主营业务收入金额相对较低，在 2021 年、2022 年连续两年保持高速增长后，主营业务收入规模已经处于较高水平，2021 年、2022 年分别同比增长 66.59%、50.04%，复合增长率为 58.10%，增长速度远高于同行业上市公司整体水平。鉴于当前收入规模已经相对较大，发行人预计未来收入金额及利润规模不断扩大的同时，增长速度将有所放缓、具有合理性。

2、发行人报告期内不存在收入下滑趋势；前述 2020 年及 2021 年实现量产的项目持续贡献收入同时发行人进一步积极拓展重点客户、重点项目，成长前景良好

发行人报告期内整体经营情况良好，主营业务收入金额分别为 88,439.68 万元、132,697.08 万元、138,428.35 万元，增长迅速、不存在收入不断下滑的趋势和情形。

发行人一直在积极开发重点客户、重点项目。截至本问询函回复出具日，发

行人已与多家知名新能源汽车品牌或整车制造商建立了紧密的合作关系，顺利取得了 T 公司、理想、蔚来、吉利银河等新能源汽车领域内优质企业或品牌的项目定点，深度契合下游乘用车领域的发展方向和未来发展趋势，具有良好的市场空间和发展前景；上述新能源领域项目订单将陆续在 2024-2025 年实现量产、贡献收入。上述项目定点情况详见本问询函回复之“1、关于客户和收入”之“一、（二）截至目前发行人与新能源汽车的合作开展情况”相关内容。

以新增客户 T 公司为例，2022 年和 2023 年发行人通过直接及间接方式向 T 公司供应汽车零部件产品已经实现销售的金额分别为 11,029.17 万元和 24,003.37 万元、2023 年增长迅速。T 公司在新能源汽车领域具有领先的竞争优势地位，车型数量较少（主力在销车型为 2 款）、单车型销量较大，报告期内其全球整体销售量为 93.62 万辆、131.39 万辆和 180.86 万辆，销量规模较大且增长迅速。在纯电车型领域，T 公司 3 系列和 Y 系列产品为 2022 年、2023 年全球最畅销车型前两名，销量合计达到 124.71 万辆、173.97 万辆，增长迅速且成长前景良好。

以新增客户理想汽车为例，其为国产新能源汽车领域的新势力、成长迅速，车型数量较少（主力在销车型为 3 款）、单车型销量较大。报告期内其实现销量分别为 9.05 万辆、13.32 万辆、37.60 万辆，分别同比增长 177.4%、47.2%、182.2%，增长迅速且成长前景良好。

3、发行人 2023 年内模具投入金额较 2022 年有所增加且幅度较大，将在 2024 年-2025 年陆续量产、贡献收入

发行人开发的对应模具在产品量产、已达到预定可使用状态时结转。2023 年，发行人完成设计生产的模具金额为 8,651.41 万元，较 2022 年发行人模具投入金额上升幅度较大。上述项目将陆续在 2024 年-2025 年量产、贡献较大金额收入。

伴随上述重点优质新能源领域客户及车型项目的取得、投入以及在 2024 年-2025 年内逐步量产，发行人未来成长前景良好。

4、2023 年发行人整体经营情况良好，不存在收入下滑的情况

2023 年，发行人营业收入金额为 154,430.16 万元、实现归母净利润金额为 16,077.27 万元，整体经营情况良好、不存在收入金额较大幅度下降的情形。

综上所述，模具每年度的投入金额受应用车型上市及产品量产时间的影响，相应导致报告期内各个年度的金额存在一定波动，2022 年模检夹具增加金额较低具有合理性；发行人当前收入规模已经相对较大，预计未来收入金额不断增长的同时增长速度将有所放缓；报告期内发行人一直在积极开发新能源领域的重点客户、重点项目同时积极拓展平台件项目，2023 年内发行人模具投入金额达 8,651.41 万元、较 2022 年有所增加且幅度较大；受益于重点优质项目、平台化项目的开拓，发行人未来销售前景情况良好。

二、报告期各期末公司主要模具开始摊销时间、已摊销年份及金额、对应车型的销售时间；已计提减值的模具对应的车型、模具原值、计提减值金额及其确定依据，部分产品对应车型销量大幅下滑未计提减值准备的合理性

（一）报告期各期末公司主要模具开始摊销时间、已摊销年份及金额、对应车型的销售时间

报告期各期末公司主要模具的相关具体情况如下：

单位：年、万元						
客户	车型	开始摊销时间	原值	已摊销年份	已摊销金额	对应车型的上市时间
吉利集团	几何 G6	2023 年 8 月	1,444.51	0.42	200.63	2023 年 9 月
	极氪 001	2021 年 10 月	2,041.37	2.25	1,365.00	2021 年 10 月
	四代帝豪	2021 年 5 月	1,783.16	2.67	1,551.86	2021 年 8 月
	领克 09	2021 年 10 月	1,015.32	2.25	701.00	2021 年 11 月
	熊猫 MINI	2022 年 11 月	248.54	1.17	96.65	2023 年 2 月
	极星 2	2020 年 8 月	864.62	超 3 年	864.60	2020 年 8 月
	几何 A/C	2019 年 1 月	2,276.05	超 3 年	2,263.67	2019 年
	帝豪 GS/GL	2016 年	4,964.46	超 3 年	4,385.52	2016 年
	缤越	2019 年 12 月	318.19	超 3 年	314.44	2018 年
	缤瑞 COOL	2020 年 9 月	140.92	超 3 年	136.75	2018 年
	领克 01-03	2018 年 3 月	3,224.94	超 3 年	3,207.91	2018 年
	XC40	2019 年 7 月	315.52	超 3 年	313.85	2018 年
	远景 X3	2019 年 5 月	246.79	超 3 年	246.62	2017 年
	银河 L6	2023 年 6 月	147.48	0.58	28.68	2023 年 9 月

客户	车型	开始摊销时间	原值	已摊销年份	已摊销金额	对应车型的上市时间
	精灵 3	2023 年 5 月	116.74	0.67	25.94	2023 年 6 月
长城汽车	哈弗神兽	2021 年 12 月	1,146.03	2.08	428.47	2021 年 12 月
	哈弗初恋/赤兔	2020 年 12 月	1,077.07	超 3 年	1,020.24	2021 年 1 月
	哈弗三代 H6	2020 年 5 月	1,153.74	超 3 年	1,040.84	2020 年 8 月
	哈弗平台件	2020 年 5 月	1,300.91	超 3 年	1,012.07	-
	欧拉好猫	2020 年 11 月	843.28	超 3 年	831.18	2020 年 12 月
	魏牌玛奇朵	2021 年 4 月	311.73	2.75	43.45	2021 年 9 月
	哈弗大狗	2020 年 9 月	1,007.74	超 3 年	809.91	2020 年 9 月
	哈弗枭龙	2023 年 4 月	340.42	0.75	90.98	2023 年 5 月
	哈弗猛龙	2023 年 9 月	173.14	0.33	44.19	2023 年 10 月
上汽集团	五菱星光	2023 年 9 月	129.32	0.33	26.33	2023 年 12 月
	荣威 RX5	2022 年 7 月	370.56	1.50	337.62	2022 年 8 月
	五菱宝骏 RC-5/6	2020 年 9 月	92.52	超 3 年	22.36	2020 年 9 月
	宝骏云朵	2023 年 7 月	142.09	0.50	46.56	2023 年 8 月

注：1、报告期各期末上述车型模检夹具账面价值占模检夹具整体账面价值的比例分别为 79.80%、79.54%和 70.70%，占比较高；

2、开始摊销时间列示的是模具最早开始摊销的时间，后续改款、新增款式等导致新增模具的摊销时间未做列示；

3、部分模具摊销年份超过 3 年，主要是由于该车型对应模具开始摊销时间较早，车型后续存在改款、新增款式等情形，发行人相应开发新的模具并进行摊销，相应导致该车型对应模具持续摊销时间超过 3 年；

4、已摊销年份为开始摊销时间至 2023 年末的已摊销月份/12 折算，已摊销金额为截至 2023 年末的数据。

发行人模检夹具一般在获得客户工装样件批准、能够达到客户对量产零部件质量要求、可实现量产时结转为固定资产并开始摊销。下游整车厂客户一般会在车型满足量产条件时，综合考虑下游乘用车市场情况、生产安排、市场销售安排等多方面因素后确定车型的具体上市时间并迅速组织交付。因此一般情况下，车型量产时间与车型上市时间间隔较短。相应的，发行人模检夹具开始摊销时间与对应车型上市时间间隔也相对较短、整体基本一致，具有合理性。

发行人主要模具开始摊销年份与车型上市销售时间整体保持一致、相匹配。上述主要应用车型中，缤越、缤瑞 COOL、XC40、远景 X3 对应模具的开始摊销时间晚于初始车型上市时间，主要系由初始车型上市后发行人作为改款車型的新

入供应商新开发模具或作为初始车型的二轨供应商新开发模具并进行摊销，导致模具开发完成及开始摊销时间晚于初始车型上市时间，具备合理性。

综上所述，报告期各期末公司主要模具摊销时间与对应车型的上市销售时间匹配情况较好。

（二）已计提减值的模具对应的车型、模具原值、计提减值金额及其确定依据，部分产品对应车型销量大幅下滑未计提减值准备的合理性

1、已计提减值的模具对应的车型、模具原值、计提减值金额及其确定依据

报告期各期发行人已计提减值的模具对应的车型情况如下：

单位：万元

期间	车型	当期末模具原值	当期计提减值金额	截至 2023 年末净值	减值计提依据及具体情况
2023 年末	哈弗神兽	1,146.03	323.58	19.88	该车型 2023 年销量下降幅度较大且销量水平很低。对于停产产品，公司对尚未摊销完的模具余额全部计提减值准备；对销量下降幅度很大且销量水平很低的产品，公司结合下游市场情况、车型销售情况、生产订单、客户情况以及该车型部分产品可应用于 B07 等其他车型等因素，对模具进行了减值测试并确定可收回金额，对账面价值超过可收回金额的部分计提减值准备。
	帝豪 GS/GL	4,964.46	94.54	8.26	该车型 2023 年销量下降幅度很大且销量水平很低。对于停产产品，公司对尚未摊销完的模具余额全部计提减值准备；对销量下降幅度很大且销量水平很低的产品，公司结合下游市场情况、车型销售情况、生产订单、客户情况以及是否可应用于其他车型等因素，对模具进行了减值测试并确定可收回金额，对账面价值超过可收回金额的部分计提减值准备。
	魏牌玛奇朵	311.73	46.48	-	截至 2023 年 6 月末产品基本停产，公司对尚未摊销完的模具余额全部计提减值准备。
	领克 09	1,015.32	47.61	266.71	该车型 2021 年 11 月开始上市销售，2023 年销量有所下降并于 2024 年有所回升，公司结合下游市场情况、车型销售情况、生产订单、客户情况以及是否可应用于其他车型等因素，对模具进行了减值测试并确定可收回金额，对账面价值超过可收回金额的部分计提减值准备。
	哈弗三代 H6	1,153.74	84.55	28.35	该车型部分选配零件产品基本停产，公司对该部分产品对应的尚未摊销完的对应模具余额全部计提减值准备。
2022 年末	哈弗神兽	1,121.38	374.10	19.88	该车型 2021 年开始上市销售，2022 年销量为 4.76 万辆，公司部分产品销量水平很低。公司结合下游市场情况、车型销售情况、生产订单、客户情况以及该车型部分产品可应用于 B07 等其他车型等因素，对模具进行了减值测试并确定可

期间	车型	当期末模具原值	当期计提减值金额	截至 2023 年末净值	减值计提依据及具体情况
					收回金额,对账面价值超过可收回金额的部分计提减值准备。
	帝豪 GS/GL	4,963.89	257.79	8.26	该车型 2022 年市场销量为 2.78 万辆,公司部分产品停产,对尚未摊销完的对应模具余额全部计提减值准备。
	魏牌玛奇朵	306.82	221.80	-	该车型 2021 年开始上市销售,2022 年销量下降幅度较大且销量水平很低。对于停产的产品,公司对尚未摊销完的模具余额全部计提减值准备;对销量下降幅度很大且销量水平很低的产品,公司结合下游市场情况、车型销售情况、生产订单、客户情况以及是否可应用于其他车型等因素,对模具进行了减值测试并确定可收回金额,对账面价值超过可收回金额的部分计提减值准备。
	哈弗平台件	974.64	70.21	70.35	公司部分产品销量很低、基本停产,公司对该部分产品对应的尚未摊销完的模具余额全部计提减值准备。
	五菱宝骏 RC-5/6	92.52	70.16	-	该车型 2022 年销量下降幅度较大且销量水平很低,公司对尚未摊销完的模具余额全部计提减值准备。
2021 年末	哈弗 F7	404.45	290.96	-	公司供应的产品于 2021 年末基本停产,公司对尚未摊销完的模具余额全部计提减值准备。

注:上述项目计提减值金额占报告期各期计提减值金额的比例分别为 75.54%、71.62% 和 86.27%,占比较高;哈弗平台件不包括未计提减值车型项目的金额。

发行人建立了模检夹具台账并关注了解下游整车厂客户的经营情况、是否存在整车厂经营困难或无后续生产计划以及所应用车型停产或销量下滑幅度较大等情形。出现整车厂经营情况恶化或车型停产等情形时,发行人对尚未摊销完的模具全部计提减值准备;对销量下降幅度很大且销量水平很低的产品,公司结合下游市场情况、车型销售情况、生产订单、客户情况以及是否可应用于其他车型等因素,对相关模具进行了减值测试并确定可收回金额,对账面价值超过可收回金额的部分计提减值准备。截至 2023 年末,上述已计提减值模具的期末账面价值金额合计为 323.20 万元,整体金额很小。

(1) 哈弗神兽车型对应模具在 2022 年末未全额计提减值准备以及 2022 年计提减值准备金额的原因及合理性

1) 哈弗神兽车型对应模具 2022 年末未全部计提减值准备的原因及合理性

该车型为长城汽车推出的一款紧凑型家用 SUV,于 2021 年 12 月正式上市销售,2022 实现年销量为 4.76 万辆、整体销量规模较大。截至 2022 年末,发行人部分应用于上述车型的零部件产品销量水平很低,发行人对其进行减值测试并

计提减值准备。

一般情况下，发行人在整车厂客户情况持续恶化、车型停产、终止使用等情形下对模具全额计提减值准备。截至 2022 年末，长城汽车当年实现营业收入 1,373.40 亿元、归属于母公司股东净利润金额 82.66 亿元，当年实现汽车产销量规模分别为 110.23 万辆、106.75 万辆，整体经营情况良好、不存在经营恶化的情况。与此同时，上述车型依然在生产过程中且存在备品备件需求，不存在车型停产或终止使用的情况。因此，截至 2022 年末上述车型不存在应全部计提减值准备的情形，未全部计提减值准备具有合理性。

2) 哈弗神兽车型对应模具 2022 年计提减值准备金额的合理性

公司结合下游乘用车市场整体情况良好、车型依然继续在售、存在生产订单、客户整体情况良好以及该车型部分零部件产品可应用于 B07 等其他车型等因素，对相关模具进行了减值测试并确定可收回金额、计提减值准备。

哈弗神兽车型从 2021 年 12 月开始上市销售，截至 2022 年末已经累计生产 5.68 万套、月均生产 0.44 万套，基于当时水平预计 3 年内生产完成合同约定的 20 万套的完成率为 78.64%（0.44 万套*36 个月/20 万套）。结合下游乘用车市场情况、车型销售情况、生产订单、客户情况、该车型部分零部件产品可应用于 B07 等其他车型等因素以及与下游客户的确认沟通，发行人谨慎预计最终生产完成率约为 2/3（66.64%）、需要计提减值准备。截至 2022 年末，发行人对哈弗神兽对应模具计提减值准备的测算情况如下：

项目	金额（万元）
模具原值①	1,121.38
预计整体订单完成率②	66.64%
整体可收回金额③=①*②	747.28
需计提减值金额④=①-③	374.10

哈弗神兽车型 2023 年下半年销量下降幅度较大同时发行人应用于该车型的零部件产品产销量水平很低，发行人当期计提减值准备 323.58 万元，计提减值准备后截至 2023 年末账面价值金额 19.88 万元、金额很小。

(2) 吉利帝豪 GS/GL、玛奇朵在 2022 年末未全部计提减值准备的原因及

合理性

吉利帝豪 GS/GL 于 2016 年开始上市销售，畅销时间较长、销售情况较好。2022 年受推出时间较长、出现较多市场竞争车型等多因素影响，上述车型当年销量下降幅度较大，但依然保持相对较大规模、为 2.78 万辆，2022 年末该车型对应模具账面价值金额为 156.77 万元、金额很小。2022 年末该车型未出现吉利集团客户经营情况恶化、车型停产、终止使用等需要全额计提减值准备的情况，同时该车型存在后续备品备件的订单需求，因此发行人在 2022 年末未对其全部计提减值准备、具有合理性。截至 2023 年末部分产品基本停产，公司对该部分产品对应的尚未摊销完的模具余额全部计提减值准备，期末账面价值金额为 8.26 万元、金额很小。

魏牌玛奇朵于 2021 年开始上市销售，2022 年销量下降幅度较大且销量水平很低，2022 年末该车型对应模具账面价值金额为 41.75 万元、金额很小。2022 年末该车型未出现长城汽车客户经营情况恶化、车型停产、终止使用等需要全额计提减值准备的情况，同时存在后续备品备件的订单需求，因此发行人在 2022 年末未对其全部计提减值准备、具有合理性。截至 2023 年 6 月末产品基本停产，公司对尚未摊销完的模具全部计提减值准备，期末已无余额。

(3) 发行人对于模具计提减值的依据和方法符合行业惯例、具有合理性

部分汽车零部件领域公司在其公开披露文件中披露了模具的减值依据和方法，具体情况如下：

公司名称	具体描述披露情况
福赛科技 (301529.SZ)	报告期内重庆福赛向北汽韩一的销售收入及在手订单持续下滑。截至 2021 年末，重庆福赛对北汽韩一相关模具均可正常使用，经减值测试后不存在减值情形，不存在闲置、终止使用等情形，因此公司未对相关模具计提减值准备。 考虑到韩系车市场占有率下降、客户北汽韩一营业状况持续恶化，基于谨慎性原则，公司决定终止向北汽韩一供应现有产品，公司将其定点项目对应的模具全额计提减值准备；此外，由于风骏 7 等车型市场销量下滑明显，公司对该等车型模具计提减值准备。
美利信 (301307.SZ)	模具以对应产品是否停产（即断点）、工艺装备以是否闲置或毁损不能使用等判断是否存在减值迹象，公司于每季末进行减值测试，判断是否存在不能使用情况及是否存在对应产品断点等情况。报告期内，公司对已停产闲置的模具和工艺装备充分计提了资产减值损失，除此之外，长期待摊费用中的模具和工艺装备均正常使用中。

公司名称	具体描述披露情况
钧达股份 (002865.SZ)	因部分车型销量远低于预期或因故停产或迟迟未能量产，公司预计无法收回前期投入的模具投资，公司于资产负债表日判断其是否存在减值迹象，如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。
汇通控股(已通过上交所上市委审核且已提交注册)	部分定点项目虽然存在收入增速放缓、收入下滑情形，但对应的车型均在售，且公司未来继续供应售后备件产品，短期内，产品供货不会终止，仍产生销售收入，根据《企业会计准则第8号—资产减值》的相关规定，以上模具不存在“企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期”的减值迹象……因此公司未对该部分模具计提减值准备。

由上可知，汽车零部件领域部分上市公司/拟上市公司在整车厂客户经营情况持续恶化（如福赛科技），或对应产品存在停产闲置、终止使用等情况（如福赛科技、美利信、钧达股份、汇通控股），或销量大幅下滑（福赛科技、钧达股份）等情形下，根据《企业会计准则第8号—资产减值》的相关规定进行减值测试并在可收回金额低于账面价值时计提相应减值准备。在客户情况持续恶化、停产、终止使用等情况下一般全额计提减值准备。

发行人在客户情况持续恶化、停产、终止使用等情况下一般对模具账面价值全额计提了减值准备，同时在销量大幅下滑但仍在使用的情况下也根据《企业会计准则第8号—资产减值》的相关规定进行了减值测试并计提减值准备，减值计提谨慎。

由上可知，发行人对于模具计提减值的依据和方法符合行业惯例、具有合理性。

2、部分产品对应车型销量大幅下滑未计提减值准备的合理性

报告期各期，发行人主要模具对应车型销量及计提减值准备的情况如下：

客户	车型	销售变动情况（万辆）			是否存在销量大幅下滑情形	备注
		2023 年	2022 年	2021 年		
吉利集团	几何 G6	0.60	-	-	否	-
	极氪 001	7.63	7.19	0.60	否	-
	四代帝豪	18.83	17.83	20.95	否	-
	领克 09	1.49	2.41	0.33	是	2021 年 11 月开始上市销售、时间相对较短；2023 年销量有所下滑，发行人计提减值准备 47.61 万元。

客户	车型	销售变动情况（万辆）			是否存在 销量大幅 下滑情形	备注
		2023 年	2022 年	2021 年		
	熊猫 MINI	10.96	-	-	否	-
	极星 2	8.78	4.56	2.17	否	-
	几何 A/C	2.89	8.55	2.59	是	2022 年的销量较高，2023 年销量下滑较多但仍然保持相对较高水平，未计提减值准备。截至 2023 年末，模具账面价值为 12.03 万元、金额很小。
	帝豪 GS/GL	0.22	2.78	5.02	是	2022 年及 2023 年下降幅度较大且整体销量水平很低，当期计提减值金额分别为 257.79 万元和 94.54 万元。截至 2023 年末，模具账面价值为 8.26 万元、金额很小。
	缤越	19.02	18.45	14.74	否	-
	缤瑞 COOL	3.27	6.05	5.26	是	2023 年销量水平较低，账面金额很小且在产供货，经测试后未计提减值准备。截至 2023 年末，模具账面价值为 0.38 万元、金额很小。
	领克 01-03	10.57	12.44	14.66	否	销量有所下滑但仍保持较高水平，截至 2023 年末账面价值为 4.11 万元、金额很小。
	XC40	17.46	15.55	17.81	否	-
	远景 X3	-	0.89	5.27	是	2022 年销量大幅下滑，截至 2022 年末账面价值为 0.22 万元、金额很小。截至 2023 年 6 月末车型已停产，发行人全额计提减值准备，2023 年末无账面价值。
	银河 L6	1.73	-	-	否	2023 年 9 月上市
	精灵 3	未披露	-	-	-	2023 年 6 月上市
长城汽车	哈弗神兽	0.64	4.76	0.67	是	2023 年销量下降较多且销量水平很低，发行人计提减值准备 323.58 万元，截至 2023 年末账面价值金额为 19.88 万元、金额很小。
	哈弗初恋/赤兔	8.33	0.64	0.51	否	-
	哈弗三代 H6	30.07	31.14	38.27	否	-
	欧拉好猫	10.73	7.24	5.09	否	-

客户	车型	销售变动情况（万辆）			是否存在销量大幅下滑情形	备注
		2023 年	2022 年	2021 年		
	魏牌玛奇朵	-	0.29	0.51	是	2021 年第四季度开始销售，2022 年销量下滑幅度较大、销量水平很低且 2023 年基本停产，发行人 2022 年和 2023 年分别计提减值准备 221.80 万元、46.48 万元。截至 2023 年末，模具无账面价值。
	哈弗大狗	16.77	10.08	10.07	否	-
	哈弗枭龙	3.05	-	-	否	2023 年 5 月上市
	哈弗猛龙	1.72	-	-	否	2023 年 10 月上市
	五菱星光	1.69	-	-	否	2023 年 12 月上市
上汽集团	荣威 RX5	6.16	9.96	8.04	是	发行人产品自 2022 年开始供应，2023 年销量下降较多，发行人计提减值准备 25.17 万元；2023 年末，模具账面价值为 7.76 万元、金额很小。
	五菱宝骏 RC-5/6	-	0.06	1.27	是	2022 年销量下滑幅度较大、销量水平很低且 2023 年基本停产，2022 年计提了减值准备 70.16 万元；2022 年末、2023 年末模具无账面价值。
	宝骏云朵	2.62	-	-	否	2023 年 8 月上市

由上表可知，发行人针对停产、销量大幅下滑且销量水平很低的车型对应模具多数均已经计提了减值准备；少量产品对应车型销量下滑幅度较大但未计提减值准备，主要是由于下滑后的销量仍然保持相对较高水平或销量逐步爬升、前景良好等，经减值测试后无需计提减值准备，具有合理性。

三、报告期各期末在建工程一模检夹具的开始研发时间和研发进度、未转固的合理性，与相关车型研发、上市时间是否一致，B16 模检夹具开发时长较长的合理性，与其他模具的平均开发时长是否一致

（一）报告期各期末在建工程一模检夹具的开始研发时间和研发进度、未转固的合理性，与相关车型研发、上市时间是否一致

一般而言，汽车零部件企业在获得整车厂的项目定点后，需要经过较长时间的项目开发流程，开发成功后正式进入量产环节，从项目开发到量产的时间相对较长、一般需要 1-2 年时间。同时，客户会结合自身安排、市场等情况，安排不

同车型、不同款式分阶段上市。发行人开发的模具在对应产品量产时结转，与客户车型研发时间、上市时间整体保持一致。

报告期各期，发行人在建工程一模检夹具主要项目的研发、结转相关情况如下：

单位：万元

类型	主要项目	开始研发时间	开发进度	结转年度	已结转金额	车型上市时间	与车型研发、上市时间是否一致	未转固合理性	截至 2023 年末余额及期后结转情况
模检夹具	W05 模检夹具	2023 年 9 月	正常开发中	尚未结转	-	尚未上市	公司模具与客户车型同步开发，车型尚未上市，时间保持一致。	项目在开发过程中，尚未量产、未达到预定可使用状态	896.76
	W02 模检夹具	2023 年 9 月	正常开发中	尚未结转	-	尚未上市	公司模具与客户车型同步开发，车型尚未上市，时间保持一致。	项目在开发过程中，尚未量产、未达到预定可使用状态	566.76
	TS 模检夹具	2021-2022 年	部分车型已完工，部分车型正常开发中、部分承接产品的模具正常开发中	2023 年	1,352.91	初始车型 2020 年之前上市、改款车型 2023 年上市、部分款式尚未上市	T 公司客户车型早期上市后，公司作为后进供应商与其建立合作关系并陆续承接了部分产品，公司开发的模具在产品实现量产时结转，因此开始开发时间、结转时间均晚于初始车型上市时间。部分改款款式的车型已经于 2021 年上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。截至 2023 年末，应用的部分改款车型尚未上市，部分模具仍正在开发中，时间保持一致。	截至 2023 年末部分改款车型尚未上市、部分承接产品模具正常开发中，对应的模具仍在开发过程中，尚未量产、未达到预定可使用状态	343.49（承接产品模具在 2024 年 2 月结转 71.99 万元）
				2021 年	264.01				
	GE11-A3 模检夹具	2023 年 3 月	已完工	2023 年	1,444.51	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经于 2023 年上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	MS11 模检夹具	2022 年 12 月	正常开发中	尚未结转	-	尚未上市	公司模具与客户车型同步开发，车型尚未上市，时间保持一致。	项目在开发过程中，尚未量产、未达到预定可使用状态	1,024.28（车型已经于 2024 年 3 月上市，对应模具已经于 2024 年 3

类型	主要项目	开始研发时间	开发进度	结转年度	已结转金额	车型上市时间	与车型研发、上市时间是否一致	未转固合理性	截至 2023 年末余额及期后结转情况
									月结转完毕)
	SD3A-A1 模检夹具	2022 年 12 月	已完工	2023 年	939.09	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经于 2023 年上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	X04 模检夹具	2022 年 9 月	正常开发中	尚未结转	-	尚未上市	公司模具与客户车型同步开发，车型尚未上市，时间保持一致。	项目在开发过程中，尚未量产、未达到预定可使用状态	787.99（车型已经于 2024 年 4 月上市，对应模具已经于 2024 年 3 月结转完毕）
	HY11 模检夹具	2023 年 3 月	正常开发中	尚未结转	-	尚未上市	公司模具与客户车型同步开发，车型尚未上市，时间保持一致。	项目在开发过程中，尚未量产、未达到预定可使用状态	908.37
	DX11 模检夹具	2022 年 5 月	已完工	2023 年	126.55	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经于 2023 年上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	S12L 模检夹具	2022 年 8 月	已完工	2023 年	87.03	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经于 2023 年上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	B02 模检夹具	2020-2022 年	主要车型已完工，部分车型正常开发中	2022 年	22.70	2021 年	公司模具与客户车型同步开发，部分款式的车型已经于 2021 年上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	仍有部分款式的车型尚未上市，对应的模具仍在开发过程中，尚未量产，未达到预定可使用状态	74.15
				2021 年	871.37				

类型	主要项目	开始研发时间	开发进度	结转年度	已结转金额	车型上市时间	与车型研发、上市时间是否一致	未转固合理性	截至 2023 年末余额及期后结转情况
	B16 模检夹具	2021-2022 年	已完工	2023 年	804.44	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	A07 模检夹具	2021 年 5 月	已完工	2023 年	287.91	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	B07 模检夹具	2022 年 3 月	已完工	2023 年	285.04	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	S11L 模检夹具	2022 年 2 月	已完工	2023 年	234.60	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	V331 模检夹具	2018-2019 年	已完工	2021 年	92.47	2020 年	公司模具与客户车型同步开发，部分款式车型于 2020 年上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
				2020 年	763.20				
	DC1E 模检夹具	2019-2022 年	已完工	2022 年	241.61	2021 年	公司模具与客户车型同步开发，不同款式的车型已经上市，公司开发的主要对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
				2021 年	2,080.60				
				2020 年	285.19				
	B30 模检	2019-2020	已完工	2022 年	61.17	平台件不适	公司模具与客户车型同步开发，	-	-

类型	主要项目	开始研发时间	开发进度	结转年度	已结转金额	车型上市时间	与车型研发、上市时间是否一致	未转固合理性	截至 2023 年末余额及期后结转情况
	夹具	22 年		2021 年	137.73	用	公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。		
				2020 年	1,549.08				
	EX11 模检夹具	2019-2022 年	已完工	2022 年	383.96	2021 年	公司模具与客户车型同步开发，不同款式的车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
				2021 年	1,023.64				
	A01 模检夹具	2019-2021 年	已完工	2022 年	30.57	2021 年	公司模具与客户车型同步开发，不同款式的车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致；2020 年 12 月发行人结转金额为 692.64 万元，对应车型于 2021 年 1 月上市。	-	-
				2021 年	93.38				
				2020 年	692.64				
	SS11 模检夹具	2023 年	正常调试中	尚未结转	-	2021 年	根据生产需求新增夹具,正常调试中、时间保持一致。	根据生产需求新增夹具，正常调试中、尚未达到预定可使用状态	33.19
		2020-2022 年	已完工	2022 年	545.32		公司模具与客户车型同步开发，不同款式的车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
				2021 年	1,752.31				
	V51 模检夹具	2020-2021 年	已完工	2023 年	16.76	2021 年	公司模具与客户车型同步开发，不同款式的车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
				2022 年	174.11				
				2021 年	151.12				

类型	主要项目	开始研发时间	开发进度	结转年度	已结转金额	车型上市时间	与车型研发、上市时间是否一致	未转固合理性	截至 2023 年末余额及期后结转情况
	HC11 模检夹具	2021-2022 年	已完工	2023 年	138.34	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	A79 模检夹具	2021-2022 年	已完工	2023 年	109.39	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	AS33 模检夹具	2021-2022 年	已完工	2023 年	20.71	2022 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
				2022 年	133.92				
	IP42 模检夹具	2022 年	已完工	2023 年	338.21	2023 年	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	9BQC 模检夹具	2020-2021 年	已完工	2022 年	66.86	平台件不适用	公司模具与客户车型同步开发，车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
	CN202 模检夹具	2019-2021 年	已完工	2022 年	106.66	2020 年	公司模具与客户车型同步开发，不同款式的车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
				2020 年	62.15				
	ES11 模	2019-2020	已完工	2022 年	72.95	2020 年	公司模具与客户车型同步开发，	-	-

类型	主要项目	开始研发时间	开发进度	结转年度	已结转金额	车型上市时间	与车型研发、上市时间是否一致	未转固合理性	截至 2023 年末余额及期后结转情况
	检夹具	22 年		2021 年	33.92		不同款式的车型已经上市，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。		
				2020 年	576.98				
	B01 模检夹具	2019-2021 年	已完工	2022 年	5.40	2020 年	公司模具与客户车型同步开发，公司开发的对应模具在产品量产时结转，时间保持一致。	-	-
				2021 年	674.11				
				2020 年	1,007.10				

注：1、上表中部分模具在车型的部分款式上市当年结转，后续发行人会根据客户需求针对同一车型其他零部件开发新模具或作为二轨供应商开发新模具，上述新开发的模具的结转时间晚于初始车型的上市时间，具有合理性；
2、上表中的开发进度为截至 2023 年末的开发进度情况。

由上可知，发行人开发的对应模具在产品量产、已达到预定可使用状态时结转，与客户车型研发时间、上市时间整体保持一致，不存在显著差异；上述主要在建工程-模检夹具的期末结转情况良好，不存在应用车型已量产后较长时间未结转的情形，期后结转情况良好。

（二）B16 模检夹具开发时长较长的合理性，与其他模具的平均开发时长是否一致

一般而言，汽车零部件企业在获得整车厂的项目定点后，需要经过较长时间的项目开发流程，开发成功后正式进入量产环节，整体开发时间较长、一般需要 1-2 年的时间。同时项目从开发到量产受到客户车型开发进度、车型上市计划、模具生产及试生产等多方面因素影响，不同项目的开发时长存在较大差异。

部分汽车零部件领域上市公司在其公开披露文件中也披露了模具开发的大致时间，具体情况如下：

公司名称	具体描述披露情况
纽泰格 (301229.SZ)	项目开发过程主要包括模具及工装设计制造、生产设备配置、样件试制、PPAP（生产件批准程序），通常需要 1-2 年的周期。
模塑科技 (000700.SZ)	不同的保险杠产品需要不同的模具，模具从开发设计到整车商验收通过的时间周期长达 1-2 年。
骏创科技 (833533.BJ)	新模具开发由整车厂新车型和改款车型的推出计划而衍生，通常开发周期为 1-2 年。
文灿股份 (603348.SH)	认证过程较为严苛，因此从产品开发到实现大批量供货，整个过程一般需要 1-2 年的时间。
天龙股份 (603266.SH)	新项目从模具开发到产品量产需要 1-2 年时间。
新泉股份 (603179.SH)	公司处于资金密集型行业，一款新车从开发到实现量产周期约在 1-2 年时间。

由上可知，部分汽车零部件领域上市公司的模具开发时间一般为 1-2 年，周期情况与发行人整体保持一致、符合行业惯例。

B16 模检夹具自 2021 年 12 月开始开发并已经于 2023 年 2 月开发完成，对应车型已经于 2023 年 2 月上市且相关模具也已经于 2023 年 2 月结转，从开始开发到结转历时 14 个月。B16 模检夹具开发时长未超过正常的开发时长，与发行人模具的整体开发时长保持一致。

四、中介机构的核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、了解模检夹具与收入变动情况的匹配性，对外销售模具的主要客户及车型，模具的摊销及减值情况以及在建工程—模检夹具的开发状况及转固情况；

2、获取发行人模检夹具原值明细表、收入明细表，了解发行人报告期内模检夹具原值、折旧及收入的变动情况；了解模检夹具的开始研发时间、研发进度、开始摊销时间、已摊销年份及金额、对应车型上市销售时间等；

3、对发行人模检夹具、在建工程执行监盘程序，检查模检夹具的存放、保管、减值迹象情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人报告期内模具原值与收入均保持增长、变动趋势保持一致；模具投入和营业收入在增加金额和幅度方面存在一定差异，变动情况与同行业上市公司整体保持一致，符合行业惯例；模具每年度的结转和增加金额受应用车型上市及产品量产时间的影响，相应导致各个年度的增加金额存在一定波动；2023 年发行人完成设计生产的模具金额显著高于 2022 年，增长情况良好；

在新增项目较多于 2020 年、2021 年量产的情况下，2022 年新增量产项目相对较少、当期模具增加金额相对较低，具有合理性；鉴于当前收入规模已经相对较大，预计未来收入金额不断增长的同时增长速度将有所放缓；发行人未来销售前景情况良好，发行人不会存在收入较大幅度下滑的情形。

2、报告期内，发行人主要模具摊销时间与对应车型的上市销售时间相匹配；发行人针对停产、销量大幅下滑且销量水平很低的车型对应模具多数均已经计提了减值准备。

3、发行人开发的对应模具在产品量产、已达到预定可使用状态时结转，与客户车型研发时间、上市时间整体保持一致；2023 年发行人完成设计生产的模具金额显著高于 2022 年，增长情况良好；B16 模检夹具受客户车型开发进度、车型上市计划等影响开发时长较长且已经于 2023 年 2 月结转，与发行人模具的整体开发时长保持一致。

4. 关于期间费用

根据申报材料：（1）报告期各期末销售费用、管理费用、研发费用的人员

总数分别为 250、287、375，各年新增员工分别为 53、89 和 154；报告期内管理费用率和研发费用率低于同行业可比公司但销售费用率高于同行业可比公司；

（2）运输费用与运送货物重量、体积、运输距离等紧密相关，体积越大、运输距离越远的情况下其运输费用越高，2021 年运输费用占收入比例上升幅度较大；

（3）研发领料部分在研发项目中形成材料消耗，体现为当期研发费用。

请发行人披露：（1）报告期内销售人员、研发人员新增人数与新客户拓展、研发项目开展的匹配性；报告期内管理费用率和研发费用率低于同行业可比公司但销售费用率高于同行业可比公司的合理性；（2）结合发行人的主要生产基地、主要客户的生产基地，列示主要运输路线的运输次数、运输单价，并分析 2021 年后运输费用占收入比例上升幅度较大的原因；（3）报告期各期研发项目材料损耗的金额，相关损耗是否形成废料进行销售。

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、报告期内销售人员、研发人员新增人数与新客户拓展、研发项目开展的匹配性；报告期内管理费用率和研发费用率低于同行业可比公司但销售费用率高于同行业可比公司的合理性

（一）报告期内销售人员、研发人员新增人数与新客户拓展、研发项目开展的匹配性

报告期内，发行人销售人员和研发人员人数情况如下：

单位：人

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
销售人员	61	52	52
研发人员	155	124	94

注：上表中平均人数为当期各月人数的算数平均数。

1、报告期内销售人员新增人数与新客户拓展的匹配性

报告期内发行人销售人员数量呈波动上涨趋势，同时发行人在原有主要客户之外成功拓展了新的客户资源。报告期各期，发行人实现收入金额超过 10 万元的客户数量分别为 20 家、22 家、26 家，也呈上升趋势，二者的变动趋势保持一

致、整体相匹配。

大型下游客户在选择供应商时拥有一套严格的选择标准，从供应商资质、研发水平、供货能力、产品质量、响应速度、服务情况、产品价格等方面进行全方位考核且考核周期相对较长，对供应商的认证标准较高。报告期内发行人新客户及项目拓展时，也涉及客户拜访、审核、技术交流、产品设计及报价、图纸及模具评审、产品质量跟踪、达产审核、后续跟踪等多个环节，新客户的最终获得和拓展耗时较长。发行人销售人员积极对接客户、挖掘市场及客户需求，积极进行市场及客户拓展。

报告期内，基于发行人在汽车零部件领域积累的经验、综合竞争实力并经长期不断拓展，先后成功拓展了 T 公司、海斯坦普等重点优质客户并积极与其他潜在客户进行接洽。整体而言，报告期内发行人销售人员数量与新客户增加情况变动趋势保持一致、整体相匹配。

2、报告期内研发人员新增人数与研发项目开展的匹配性

报告期内发行人研发人数呈上升趋势，主要是由于近年来我国新能源汽车技术不断进步，新能源汽车市场迅速扩大、渗透率不断提升。为适应新能源汽车发展趋势同时伴随国内乘用车市场以及公司整体经营业绩的好转，发行人从 2021 年起进一步在新能源领域的材料、工艺、产品等方面加大研发投入，新增招聘了部分研发人员且新增研发项目数量整体保持增长。

报告期内公司研发人数、在研项目数量情况如下：

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
研发人数（人）	155	124	94
研发项目数量（个）	24	18	13

由上可知，报告期内发行人研发人员及研发项目数量均整体呈上升趋势，变动趋势保持一致、整体相匹配。报告期内公司逐步在新能源领域的材料、工艺、产品等方面加大研发投入，对公司而言新能源领域相对较新、单个项目的直接投入及人员投入较大，相应地研发人员数量的上升幅度较大。

（二）报告期内管理费用率和研发费用率低于同行业可比公司但销售费用率高于同行业可比公司的合理性

报告期内，公司与同行业可比公司各项期间费用率对比如下：

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
销售费用率			
博俊科技	0.37%	0.46%	0.62%
华达科技	1.03%	0.83%	0.85%
多利科技	0.29%	0.30%	0.31%
威唐工业	2.71%	2.58%	3.73%
联明股份	1.06%	1.06%	1.10%
平均数	1.09%	1.05%	1.32%
发行人	1.26%	1.21%	1.51%
管理费用率			
博俊科技	3.54%	4.30%	4.58%
华达科技	3.24%	3.09%	2.75%
多利科技	2.60%	2.43%	2.47%
威唐工业	8.65%	6.95%	7.13%
联明股份	5.60%	5.10%	4.85%
平均数	4.73%	4.37%	4.35%
发行人	4.10%	3.73%	3.63%
研发费用率			
博俊科技	3.27%	3.66%	3.85%
华达科技	3.43%	3.65%	3.58%
多利科技	3.31%	3.70%	3.25%
威唐工业	3.98%	3.27%	4.42%
联明股份	3.67%	2.61%	2.41%
平均数	3.53%	3.38%	3.50%
发行人	3.37%	3.35%	3.14%

如上表所示，报告期内，发行人管理费用率和研发费用率低于同行业可比公司平均水平，销售费用率高于同行业可比公司平均水平，具体分析如下：

1、发行人与同行业可比公司管理费用率对比

发行人管理费用率水平高于可比公司华达科技、多利科技。发行人管理费用率低于同行业可比公司平均水平，主要是由于可比公司博俊科技、威唐工业、联明股份管理费用率较高，具体内容如下：

（1）与博俊科技对比

发行人管理费用率与博俊科技对比具体情况如下：

项目	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
职工薪酬/营业收入	博俊科技	2.23%	2.55%	2.86%
	发行人	2.14%	1.87%	1.75%
	差异	0.09%	0.68%	1.11%
管理费用率	博俊科技	3.54%	4.30%	4.58%
	发行人	4.10%	3.73%	3.63%
	差异	-0.56%	0.57%	0.95%

如上表所示，2021 年、2022 年博俊科技管理费用率高于发行人主要是由于其管理费用中职工薪酬占收入比例较高，具体情况如下：

单位：人、元/人/月

项目	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
平均人数	博俊科技	294	228	152
	发行人	197	166	132
平均薪酬	博俊科技	16,446.76	12,953.87	12,672.34
	发行人	13,997.70	13,835.95	11,151.34

受业务情况、经营状况、管理策略、组织架构等多方面因素影响，不同公司对管理人员需求存在不同。2021 年及 2022 年受管理人员数量相对较少等因素影响，发行人管理费用率低于博俊科技，具有合理性。2023 年博俊科技管理费用率有所下降，主要是由于受理想汽车销量上升等因素影响，其收入规模上升幅度较大，相应导致其管理费用率有所下降。

（2）与威唐工业对比

与威唐工业相比，发行人管理费用率较低主要是由于职工薪酬、折旧摊销及中介机构费三项费用率相对较低，具体情况如下：

项目	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
职工薪酬	威唐工业	3.73%	3.91%	3.53%
	发行人	2.14%	1.87%	1.75%
	差异	1.59%	2.04%	1.78%
折旧摊销	威唐工业	1.79%	1.16%	0.78%
	发行人	0.32%	0.31%	0.40%
	差异	1.47%	0.85%	0.38%
中介机构服务费	威唐工业	1.06%	0.64%	1.07%
	发行人	0.39%	0.33%	0.26%
	差异	0.67%	0.31%	0.81%
上述三项费用率差异		3.73%	3.22%	2.99%
管理费用率差异		4.55%	3.22%	3.50%

如上表所示，发行人与威唐工业管理费用率的差异主要是由于上表中三项费用率存在差异。

1) 发行人管理费用中职工薪酬费用率明显低于威唐工业，主要系管理人员平均薪酬存在差异所致，具体情况如下：

单位：人、元/人/月

项目	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
平均人数	威唐工业	105	100	102
	发行人	197	166	132
平均薪酬	威唐工业	24,244.93	26,981.42	20,794.28
	发行人	13,997.70	13,835.95	11,151.34

注：上表中威唐工业的管理人数为其年度报告披露的财务人员及行政人员人数之和。

如上表所示，威唐工业管理人员平均薪酬较发行人明显偏高，导致其管理费用中的职工薪酬费用率高于发行人。

2) 报告期内，发行人与威唐工业管理费用中折旧摊销金额如下：

单位：万元

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
威唐工业	1,469.04	954.51	562.84

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
发行人	500.14	452.79	401.71
差额	968.90	501.72	161.13

报告期内，威唐工业的收入规模相对发行人较小，折旧摊销费金额高于发行人且差额报告期内持续上升，导致其管理费用折旧摊销费用率高于发行人，主要是由于：①其无形资产中软件原值远大于发行人，2023 年末其软件原值 1,918.56 万元，发行人软件原值 879.52 万元；②报告期内其房屋装修费用摊销额大于发行人；③报告期内，其管理费用中的固定资产折旧费等金额高于发行人，发行人子公司管理用场所多为造价较低的钢结构房屋，导致折旧摊销各期发生额相对较低。

3) 报告期内发行人与威唐工业的中介机构服务费金额如下：

单位：万元

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
威唐工业	865.85	527.30	771.56
发行人	602.27	491.50	263.88
差额	263.58	35.81	507.69

如上表所示，威唐工业与上市公司相关事项较多、报告期内其中中介机构费用相对较高。

上述因素综合影响下，发行人管理费用率低于威唐工业，具有合理性。

(3) 与联明股份对比

与联明股份相比，发行人管理费用率较低主要是由于职工薪酬、折旧摊销两项费用率相对较低，具体情况如下：

项目	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
职工薪酬	联明股份	2.83%	2.44%	2.48%
	发行人	2.14%	1.87%	1.75%
	差异	0.69%	0.57%	0.73%
折旧摊销	联明股份	1.20%	0.77%	0.65%
	发行人	0.32%	0.31%	0.40%

项目	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
	差异	0.88%	0.46%	0.25%
上述两项费用率差异		1.57%	1.03%	0.98%
管理费用率差异		1.50%	1.37%	1.22%

如上表所示，发行人与黎明股份管理费用率报告期内存在一定差异，主要是由于职工薪酬和折旧摊销两项费用率存在差异。

1) 发行人管理费用中职工薪酬费用率低于黎明股份，主要系管理人员人均薪酬存在差异所致，具体情况如下：

单位：人、元/人/月

项目	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
平均人数	黎明股份	168	190	194
	发行人	197	166	132
平均薪酬	黎明股份	16,028.21	13,180.26	13,047.56
	发行人	13,997.70	13,835.95	11,151.34

如上表所示，受 2021 年-2022 年管理人员数量相对较少以及报告期内平均薪酬整体相对较低等因素影响，发行人管理费用率低于黎明股份，具有合理性。

2) 报告期内，发行人与黎明股份管理费用中折旧摊销费金额如下：

单位：万元

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
黎明股份	1,362.71	950.28	790.93
发行人	500.14	452.79	401.71
差额	862.57	497.49	389.22

黎明股份管理费用中的折旧摊销金额大于发行人主要是由于：①其无形资产规模远大于发行人，2023 年末其土地使用权原值 16,926.06 万元、软件原值 1,128.38 万元，发行人土地使用权原值 10,030.68 万元、软件原值 879.52 万元，远小于黎明股份；②报告期内，其管理费用中的固定资产折旧费金额高于发行人，发行人子公司管理用场所多为造价较低的钢结构房屋，导致折旧摊销各期发生额相对较低。

上述因素综合影响下，发行人管理费用率低于黎明股份，具有合理性。

综上所述，发行人管理费用率水平低于同行业可比公司平均水平，主要是由于上述同行业可比公司均为上市公司，上市时间相对较早、资金实力较强，其通过资本市场募集较多资金并积极建设投资项目、新建生产基地、扩大经营规模，相应的相关人员数量较多、平均薪酬较高，与此同时上市以来土地使用权、软件、办公楼宇等账面金额较大，相应导致折旧摊销金额较大。上述因素影响下，发行人管理费用率水平相对较低，符合发行人及同行业可比公司生产经营的实际发展情况和发展阶段，具有合理性。

2、发行人与同行业可比公司研发费用率对比

报告期内，发行人研发费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
博俊科技	3.27%	3.66%	3.85%
华达科技	3.43%	3.65%	3.58%
多利科技	3.31%	3.70%	3.25%
威唐工业	3.98%	3.27%	4.42%
联明股份	3.67%	2.61%	2.41%
平均数	3.53%	3.38%	3.50%
发行人	3.37%	3.35%	3.14%

发行人与同行业可比公司的研发费用率均在 3%-4%之间，发行人研发费用率介于同行业上市公司范围内、整体上不存在明显差异。研发项目受到业务构成、市场和客户需求、技术和产品储备需要、发展战略等多方面影响，研发费用投入存在一定差异，发行人研发费用率略低于部分同行业可比公司具有合理性。

3、发行人与同行业可比公司销售费用率对比

报告期内，发行人销售费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
博俊科技	0.37%	0.46%	0.62%
华达科技	1.03%	0.83%	0.85%
多利科技	0.29%	0.30%	0.31%
威唐工业	2.71%	2.58%	3.73%

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
联明股份	1.06%	1.06%	1.10%
平均数	1.09%	1.05%	1.32%
发行人	1.26%	1.21%	1.51%

发行人销售费用率高于同行业可比公司平均水平，主要是由于销售费用中职工薪酬费用率及业务招待费用率高于同行业可比公司。

(1) 职工薪酬

发行人销售费用中职工薪酬费用率与同行业可比公司对比情况如下：

销售费用-职工薪酬费用率			
公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
博俊科技	0.16%	0.30%	0.35%
华达科技	0.23%	0.22%	0.20%
多利科技	0.20%	0.21%	0.23%
威唐工业	0.71%	0.56%	0.76%
联明股份	0.71%	0.70%	0.72%
平均数	0.40%	0.40%	0.45%
发行人	0.59%	0.57%	0.70%

如上表所示，报告期内，发行人销售费用中职工薪酬费用率高于博俊科技、华达科技及多利科技，与威唐工业及联明股份差异较小。发行人销售人员的平均薪酬与博俊科技、华达科技及多利科技对比情况如下：

单位：元/人/月

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
博俊科技	10,924.21	13,441.66	9,022.05
华达科技	5,737.15	5,265.24	14,332.24
多利科技	11,721.02	10,558.06	-
发行人	12,503.24	13,554.64	11,409.02

注：根据华达科技定期报告，华达科技 2021 年生产人员为 1,685 人、销售人员为 56 人、技术人员为 134 人、财务人员为 166 人、行政人员为 260 人、质保人员为 190 人、后勤人员为 19 人，2022 年生产人员为 2,027 人、销售人员为 177 人、技术人员为 426 人、财务人员为 197 人、行政人员为 181 人，2023 年生产人员为 3377 人、销售人员为 175 人、技术人员

为 352 人、财务人员为 118 人、行政人员为 459 人，报告期各期其各类人员数量、统计口径存在较大变动，故其 2022 年度平均薪酬与 2021 年度差异较大。

发行人销售人员的人员数量与博俊科技、华达科技及多利科技对比情况如下：

单位：人

公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
博俊科技	33	26	26
华达科技	-	-	-
多利科技	57	55	-
发行人	61	52	52

注：华达科技报告期各期销售人员统计口径变动较大，此处未做列示；发行人平均人数为当期各月人数的算数平均数，其中销售人员含兼职售后人员。

如上表所示，发行人销售人员的平均人数及平均薪酬高于博俊科技，平均薪酬高于多利科技，平均人数和平均薪酬与华达科技存在差异，导致发行人销售费用中职工薪酬费用率高于上述三家公司，具有合理性。

（2）业务招待费

发行人销售费用中业务招待费用率与同行业可比公司对比情况如下：

销售费用-业务招待费用率			
公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
博俊科技	0.08%	0.03%	0.06%
华达科技	0.12%	0.05%	0.05%
威唐工业	0.12%	0.13%	0.11%
联明股份	0.14%	0.14%	0.12%
平均数	0.12%	0.09%	0.09%
发行人	0.50%	0.49%	0.60%

注：多利科技销售费用中未单独披露业务招待费。

如上表所示，报告期内公司业务招待费用率高于同行业可比公司，主要原因如下：

①报告期内发行人业务规模增长速度较快，发行人市场拓展活动积极、经营规模及收入金额增长速度更快，更积极地拓展获得新客户、新项目、新定点，产生的业务招待活动数量及费用金额也相对较大；

②报告期内发行人与同行业上市公司的主要客户群体、产品结构、客户车型升级换代频率等方面存在较大差异，同行业上市公司较多聚焦于合资及外资燃油车厂商，相较于新能源厂商以及领先的国产自主品牌，其车型较为固定、升级换代相对较慢，而发行人主要精力聚焦的新能源汽车及国产自主品牌厂商推出新品牌、新车型的速度更快，推出新车型数量更多，发行人为了紧跟步伐，需更积极地参与相关配套开发、市场拓展工作，相关投入更多；

③报告期内发行人加大投入、不断拓展对发行人而言属于全新领域的新能源汽车零部件的客户资源，逐步扩大新能源领域的投入。在此过程中发行人需要和全新领域的客户、项目进行拓展对接，业务招待活动较多。

上述因素综合影响下，发行人销售费用率高于同行业上市公司平均水平，具有合理性。

由上可知，发行人管理费用率水平低于同行业可比公司平均水平，主要是由于上述同行业可比公司均为上市公司，上市时间相对较早、资金实力较强，其通过资本市场募集较多资金并积极建设投资项目、新建生产基地、扩大经营规模，相应的相关人员数量较多、平均薪酬较高，与此同时上市以来土地使用权、软件、办公楼宇等账面金额较大，相应导致折旧摊销金额较大，上述因素影响下，同行业可比公司管理费用率水平相对较高。发行人报告期内处于快速发展阶段且处于尚未上市的状态，发行人将更多的资源及精力投入到新客户、新项目的开拓以及更好地客户服务中，销售费用金额较大、占比较高。研发费用率水平整体与同行业上市公司平均水平保持一致、不存在显著差异。

综上所述，上述情形符合发行人及同行业可比公司生产经营的实际发展情况和发展阶段，具有合理性。

二、结合发行人的主要生产基地、主要客户的生产基地，列示主要运输路线的运输次数、运输单价，并分析 2021 年后运输费用占收入比例上升幅度较大的原因

（一）主要生产基地、主要客户的生产基地，列示主要运输路线的运输次数、运输单价情况

报告期内，发行人主要生产基地及主要客户生产基地的运输线路及运输情况如下：

单位：次、元/件

发行人		主要客户			2023 年度		2022 年度		2021 年度	
省份	主要基地	客户名称	省份	主要基地	运输次数	运输单价	运输次数	运输单价	运输次数	运输单价
浙江省	台州基地	长城汽车	江苏省	泰州基地	1,424	2.75	680	2.34	860	2.19
浙江省	台州基地、湖州基地	长城汽车	浙江省	平湖基地	48	2.30	373	3.49	804	2.32
山东省	济南基地	长城汽车	河北省	徐水基地	339	0.22	459	0.15	519	0.11
河北省	顺平基地、望都基地	长城汽车	河北省	徐水基地	3,691	0.16	6,589	0.14	2,086	0.19
浙江省	台州基地	吉利集团	浙江省	慈溪基地、梅山基地、北仑基地、临海基地、路桥基地、长兴基地	1,394	0.17	4,618	0.46	4,528	0.22
浙江省	台州基地	吉利集团	山西省	晋中基地	242	0.32	573	0.40	321	0.30

注：每次运输货运车辆的尺寸、体积、集拼情况等存在一定差异，其运输规模存在一定变动；运输单价为单件产品的平均运输费用。

报告期内，发行人浙江基地运输至长城汽车江苏基地的路线主要为浙江台州至江苏泰州。上述线路运输规模较大，运输内容中 A01 车型左/右前纵梁后段总成、左/右前纵梁内板焊合等体积较大的结构件产品占比提升同时逐步采用运输价格相对较高的重庆哈弗物流负责运输，综合影响导致运输价格较高。

报告期内，发行人浙江基地运输至长城汽车浙江基地的路线主要为浙江台州至嘉兴平湖。2022 年运输的产品中 A02 车型左/右前纵梁后段总成、左/右前纵梁前端板等大体积结构件较多、运输价格较高。根据下游整车厂客户的生产安排 2023 年发行人对长城汽车的供货重点逐步转移至江苏泰州 A01 车型，当期向平湖基地的运输车次显著下降、运往泰州的运输车次显著上升。

报告期内，发行人浙江基地运输至吉利集团浙江基地的路线主要包括台州市内运输、台州至宁波梅山/北仑/慈溪以及湖州长兴等。2022 年发行人运输产品中 DC1E 和 SS11 的后地板左/右纵梁总成以及后地板上横梁总成等大型结构件占比提升、单位产品运费较高，同时 2022 年下半年开始吉利集团将部分基地的零部件运输方式由供应商安排物流运输逐步改为吉利自提，在切换过程中部分货物由发行人临时安排配送、运输单价较高。2023 年发行人浙江省内的吉利自提切换基本完成，当期该路线运输的主要为由发行人台州基地送至湖州基地并由湖州基地加工后用于吉利集团车型的半成品，该产品可以堆叠运输、空间利用率较高、单车运送数量较多，相应导致该线路运输单价相对较低。

（二）2021 年后运输费用占收入比例上升幅度较大的原因及合理性

2021 年，发行人运输费用金额占主营业务收入比例较 2020 年上升 1.07 个百分点，主要是由于发行人对下游客户长城汽车主要基地的运输费用金额上升较大、占发行人主营业务收入的比例上升 0.95 个百分点，为发行人运输费用金额占比上升的主要影响因素。

2021 年发行人向长城汽车供货地点发生一定变化、新增部分供货地点且供货运输商及产品结构发生一定变化，上述因素综合影响导致运输费用上升，具体如下：

（1）新增较远供货地点和线路对运输费用金额占比产生一定影响。2020 年，发行人向长城汽车供货主要由顺平生产基地以及济南生产基地运往长城汽车徐水生产基地，上述线路的运费金额占当期向长城汽车供货运费金额的比例超过 90%，为 2020 年发行人对长城汽车的主要运输线路。顺平基地以及济南基地距离长城汽车徐水基地的距离较近，运输产品主要为体积较小的限位器安装加强板焊接、制动管夹安装支架焊接等产品，整体运输费用金额较小、金额占比较低。

为拓展哈弗 A01、欧拉 ES11 等车型的生产销售规模，长城汽车先后在江苏泰州和浙江嘉兴平湖建设生产基地并于 2020 年下半年建成投产。发行人于 2021 年开始向上述生产基地大规模供货，在原有线路之外新增浙江台州至上述生产基地的运输需求。2020、2021 年，上述新增运输线路发生的运费占发行人向长城汽车主要供货路线金额的比例分别为 4.90%、72.38%，2021 年占比较高并成为

对长城汽车的主要运输线路。上述运输线路中台州-泰州基地的运输距离为 530 公里，台州-嘉兴平湖基地的运输距离为 330 公里，运输距离较远；与此同时运输内容主要为左/右前纵梁后段总成、左/右前纵梁内板焊合等体积较大的结构件产品，相应导致运输费用金额较大、金额占比相对较高。

（2）运输供应商发生变化对运输费用金额占比产生一定影响。为更好的配合客户将产品运输到长城汽车各生产基地，发行人根据客户要求于 2021 年上半年开始逐步使用长城汽车全资子公司重庆哈弗物流有限公司作为供应长城汽车产品的主要运输单位，负责台州向长城汽车各主要生产基地的零部件运输，其运输价格相对较高，推动运输费用金额占比有所上升。

（3）产品结构发生一定变化，地板结构件占比有所上升。2020 年、2021 年发行人向长城汽车销售的地板结构件收入金额占比分别为 43.53%、61.68%，2021 年上升幅度较大。该类产品体积及重量相对较大、运输价格相对较高，推动运输费用金额占比有所上升。

受前述因素影响，发行人对下游客户长城汽车上述主要生产基地的运费金额有所上升、占发行人主营业务收入的比例上升 0.95 个百分点，为发行人 2021 年运费占比增加 1.07 个百分点的主要影响因素。

三、报告期各期研发项目材料损耗的金额，相关损耗是否形成废料进行销售

发行人报告期各期研发项目材料损耗情况如下：

单位：万元

类别	2023 年度	2022 年度	2021 年度
材料损耗金额	24.71	25.96	11.48
研发费用	5,210.19	4,944.96	3,173.68
占比	0.47%	0.52%	0.36%

发行人研发项目领用的材料根据研发活动的要求经过反复多次的实验、测试等程序，部分塑胶、低值易耗品等材料经过相关的研发活动使用后不具备经济价值，无法作为废料进行销售。材料损耗金额很小、占研发费用的比例很低，发行人将其作为研发项目中的材料消耗体现为当期研发费用，具有合理性。

四、中介机构的核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、访谈发行人销售及研发工作负责人，了解报告期内销售、研发人员的变动情况及原因，了解发行人报告期内业务开拓、研发项目开展情况和研发项目的开展、领用材料的使用及损耗情况；

2、获取并分析发行人报告期各期销售、管理和研发费用明细，了解其主要构成及变动原因；

3、查阅同行业可比公司公开资料，对比分析发行人销售、管理和研发费用率与同行业可比公司的差异情况及原因；

4、获取发行人的运输费用明细，统计发行人向客户的主要运输路线的运输次数及单价情况，分析发行人 2021 年后运输费用占收入比例上升幅度较大的原因；

5、获取发行人报告期各期研发项目材料损耗明细，了解项目材料损耗占研发费用金额的比例及变动情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人销售人员数量与新客户增加情况变动趋势保持一致、整体相匹配；报告期内发行人研发人员及研发项目数量均整体呈上升趋势，变动趋势保持一致、整体相匹配；报告期内发行人管理费用率和研发费用率低于同行业可比公司、销售费用率高于同行业可比公司具有合理性。

2、发行人 2021 年后运输费用占收入比例有所上升，主要是受新增部分较远供货地点和线路、供货运输商发生变化等因素综合影响，发行人对长城汽车主要基地运输费用占比上升，具有合理性。

3、发行人报告期内研发损耗金额很小、占比很低，主要系经过相关的研发活动使用后不具备经济价值的相关材料，未作为废料进行销售。

5. 关于应收票据

根据问询回复：报告期各期末发行人收到的信用级别较高银行承兑的票据金额分别为 7,008.48 万元、1,473.40 万元和 3,742.68 万元。

请发行人披露：2020 年信用级别较高银行承兑的票据的开具主体、金额较高的原因。

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、2020 年信用级别较高银行承兑的票据的开具主体、金额较高的原因

（一）2020 年信用级别较高银行承兑的票据的开具主体

发行人 2020 年末信用级别较高银行承兑的票据的主要开具主体情况如下：

单位：万元

序号	开具主体	对应客户	金额	占比
1	重庆市永川区长城汽车零部件有限公司	长城汽车及其关联方	3,065.03	43.73%
2	浙江豪情汽车制造有限公司	吉利集团及其关联方	1,600.00	22.83%
3	重庆轻舟汽车销售服务有限公司	长城汽车及其关联方	300.00	4.28%
4	山东骏骋汽车贸易有限公司	长城汽车及其关联方	300.00	4.28%
5	深圳市金达汽车贸易有限公司	长城汽车及其关联方	300.00	4.28%
小计			5,565.03	79.40%

由上表可知，2020 年末发行人收到的信用级别较高银行承兑的票据主要是下游客户开具的票据或下游客户收到票据后背书转让给发行人。

（二）2020 年末金额较高的原因

发行人 2020 年末信用级别较高银行承兑的票据金额较高，主要是由于 2020 年银行票据贴现利率相对较高、平均年化利率为 2.76%，通过银行质押票据开立银行承兑汇票业务的利率相对较低。当期发行人向银行质押了部分信用级别较高银行承兑的承兑汇票、金额为 6,261.38 万元，该部分票据在期末未到期，在应收款项融资科目中列示核算，导致期末应收款项融资余额较大。

2021年和2022年银行贴现利率整体下降,票据贴现平均利率分别为2.56%、1.78%,较2020年有所下降,同时公司业务快速增长、资金需求增加较快。公司当期收到信用级别较高银行承兑的承兑汇票后,较快进行票据的背书或贴现并终止确认,导致期末应收款项融资余额有所下降。

综上所述,发行人2020年信用级别较高银行承兑的票据金额较高具有合理性。

二、中介机构的核查程序和核查意见

(一) 核查程序

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序:

1、查阅2020年应收票据与应收款项融资明细,统计票据开具主体及对应客户情况;

2、访谈发行人财务负责人,了解2020年信用级别较高银行承兑的票据金额较高的原因;

3、获取发行人报告期内票据质押明细,核查2020年票据质押情况;

4、查询报告期内银行票据贴现利率、质押票据开立银行承兑汇票业务的利率并对比报告期内的利率变化情况。

(二) 核查意见

经核查,保荐机构、申报会计师认为:

2020年信用级别较高银行承兑的票据的期末余额较高主要受当期银行贴现利率较高因素影响,发行人向银行质押部分票据而未进行终止确认所致,具有合理性。

保荐机构的总体意见：对本回复材料中的发行人回复（包括补充披露和说明的事项），本保荐机构均已进行核查，确认并保证其真实、完整、准确。

（本页无正文，为浙江泰鸿万立科技股份有限公司《关于浙江泰鸿万立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的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

浙江泰鸿万立科技股份有限公司
2024年8月14日



发行人董事长声明

本人已经认真阅读浙江泰鸿万立科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，确认本次审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

发行人董事长：


应正才

浙江泰鸿万立科技股份有限公司

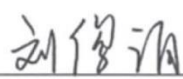


2024年8月14日

（本页无正文，为东方证券承销保荐有限公司《关于浙江泰鸿万立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的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：


郑 睿


刘俊清

东方证券承销保荐有限公司



2024 年 8 月 14 日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读浙江泰鸿万立科技股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解本次审核问询函回复的核查过程、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，本次审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，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。

董事长：



金文忠



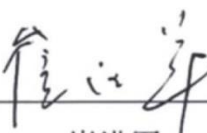
东方证券股份有限公司

2024 年 8 月 14 日

保荐机构（主承销商）首席执行官声明

本人已认真阅读浙江泰鸿万立科技股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解本次审核问询函回复的核查过程、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，本次审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，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。

法定代表人、首席执行官：


崔洪军

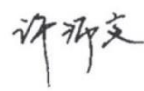
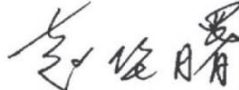


2024 年 8 月 14 日

（本页无正文，为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）《关于浙江泰鸿万立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的第二轮审核问询函的回复》之签章页）



中国·北京

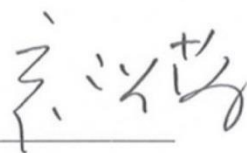
中国注册会计师：		
	黄敬臣	
中国注册会计师：		
	许沥文	
中国注册会计师：		
	赵伦曙	

2024 年 8 月 14 日

（本页无正文，为国浩律师（杭州）事务所《关于浙江泰鸿万立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的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

国浩律师（杭州）事务所

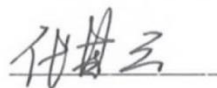
经办律师：颜华荣



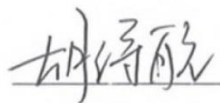
负责人：颜华荣



代其云



胡诗航



2024 年 8 月 14 日