



关于重庆至信实业股份有限公司
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

保荐机构（主承销商）



申万宏源证券承销保荐有限责任公司
SHENWAN HONGYUAN FINANCING SERVICES CO., LTD

（新疆乌鲁木齐市高新区（新市区）北京南路 358 号大成国际大厦 20 楼 2004 室）

二零二五年十月

上海证券交易所：

贵所于 2025 年 9 月 10 日印发的《关于重庆至信实业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（2025）157 号）（以下简称“审核问询函”、“问询函”）已收悉。重庆至信实业股份有限公司（以下简称“至信股份”“发行人”或“公司”）与申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“申万宏源承销保荐”“保荐机构”）、国浩律师（上海）事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列示问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本审核问询函回复所使用的简称与《重庆至信实业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”）中的释义相同。

审核问询函所列问题	黑体（加粗）
审核问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

目录

1.关于板块定位	3
2.关于收入	23
3.关于客户	63
4.关于成本和毛利率	87
5.关于预付款	115
6.关于费用和应收账款	132
7.关于其它	144

1.关于板块定位

根据申报材料及问询回复：（1）发行人属于汽车制造业（C36）下属汽车零部件及配件制造业（C3670），选取了其中主营业务、主要产品涉及汽车金属冲焊零部件和冲压模具的公司共计 49 家进行对比；（2）根据中商产业研究院统计数据，2023 年度中国汽车零部件上市公司榜单中，百强企业营收规模大多位于 20 亿元至 100 亿元之间；（3）多利科技、常青股份、博俊科技等同行可比公司具备一体化压铸技术，发行人拥有铝件的冲压与焊接生产能力，但目前发行人并未涉及铝压铸领域。

请发行人：（1）结合发行人报告期初利润规模较小，报告期内净利润和营业收入快速增长，每年主营业务收入低于同行业上市公司中位数和平均数水平，披露发行人主营业务是否稳定，是否属于规模较大，是否具有行业代表性，是否符合主板板块定位；（2）发行人与汽车零部件上市公司的营业收入等主要指标（包括但不限于所处排名及分位数位置）比较情况；（3）中商产业研究院的机构性质和行业地位，市场声誉是否良好，本次采用相关统计数据具体来源，相关资料是否公开，发行人、中介机构及相关方是否为此付费，本次引用数据的统计依据、过程和方式是否可靠、客观，相关数据的权威性、准确性及完整性；（4）汽车行业一体化压铸工艺、铝等轻量化材料技术的优劣势比较及应用情况，发行人是否具备一体化压铸、铝等轻量化材料处理能力，技术布局是否与行业趋势一致，是否会影响下游客户对发行人产品的需求；（5）结合上述情况，进一步说明发行人的行业代表性。

请保荐机构简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、结合发行人报告期初利润规模较小，报告期内净利润和营业收入快速增长，每年主营业务收入低于同行业上市公司中位数和平均数水平，披露发行人主营业务是否稳定，是否属于规模较大，是否具有行业代表性，是否符合主板板块定位；

（一）发行人主营业务收入与同行业上市公司对比情况，与行业中位数和平均数差异情况

报告期内，汽车零部件及配件制造业（C3670）涉及汽车金属冲焊零部件和冲压模具业务的上市公司共计 49 家，发行人主营业务收入与其具体对比如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发行人主营业务收入	151,804.56	288,727.13	237,273.80	191,009.22
同行业上市公司中位数	141,904.98	310,660.35	274,350.29	286,486.95
同行业上市公司平均数	445,798.14	772,493.32	758,991.20	681,325.76
同行业上市公司中排序位次 (含发行人共 50 家)	18	27	29	28

注：部分上市公司未披露 2025 年 1-6 月主营业务收入金额。

若以行业中位数来看，发行人主营业务收入与行业中位数水平差距逐渐缩小，2025 年 1-6 月，发行人主营业务收入规模已超过行业中位数水平，同行业上市公司排名升至 18。2022 年度至 2024 年度，发行人主营业务收入规模与行业中位数和平均数存在一定差异，主要原因如下：

1、报告期内发行人仍处于规模扩张期，受产能瓶颈影响主营业务收入规模与行业平均数仍存在一定差距，但随着发行人生产基地布局增加、产能增长、新增客户开拓不断取得成效，主营业务收入规模稳健增长

随着我国汽车市场复苏态势强劲，本土品牌迅速崛起，更多整车厂逐步将自主供应商纳入配套体系，优质零部件企业迎来发展机遇。虽然发行人已与长安汽车、吉利汽车、长安福特、蔚来汽车、理想汽车、比亚迪、长城汽车、零跑汽车等知名整车制造商和宁德时代、英纳法、伟巴斯特等知名汽车零部件供应商建立长期、稳定的合作关系，但受限于现有产能规模，发行人产能利用率已处于饱和状态，成为主营业务收入规模增长的关键瓶颈因素。

报告期内，发行人陆续建立安徽至信、常州至信、张家口至信、宜宾至信、金华至信等生产基地并对已有生产基地进行更新改造，冷冲压产能从 2022 年度的 9,558.25 万次增长至 2024 年度的 12,477.16 万次；热成型产能从 2022 年度的 176.64 万次增长至 2024 年度的 422.33 万次；焊接产能从 2022 年度的 176,502.37

万点增长至 2024 年度的 313,806.03 万点，加之发行人新增客户开拓不断取得成效，主营业务收入规模相应增长。随着募集资金投资项目建设投产、产能进一步扩张，发行人产能满足客户需求的能力将持续增强，收入规模有望进一步提高。

2、汽车零部件行业上市公司主营业务差异较大，部分上市公司业务领域较广，主营业务收入规模远高于行业内其他公司，大大拉高行业均值水平

汽车零部件及配件制造业（C3670）上市公司涵盖业务类型较广，不同公司主营业务差别较大，如华域汽车（600741.SH）业务涵盖汽车内外饰、功能件、电子电器、金属成型与模具、热加工、新能源等六大板块，2024 年度、2025 年 1-6 月主营业务收入分别为 1,586.39 亿元、810.02 亿元；宁波华翔（002048.SZ）业务包括乘用车内外饰件、金属件、电子电器件等，主要产品除冷冲压零部件外，还包括电动踏板、装饰条、塑料组件、仪表板等，2024 年度、2025 年 1-6 月主营业务收入分别为 257.95 亿元、126.10 亿元；交运股份（600676.SH）主营业务涵盖现代物流业、客运旅游业、汽车零部件制造业和汽车后服务业等，2024 年度主营业务收入 43.43 亿元，其中道路货运与物流服务、乘用车销售与汽车后服务收入超 30 亿元，占比较高，大大拉高行业均值。除前述上市公司外，同行业内上市公司如新泉股份（603179.SH）、万向钱潮（000559.SZ）、和胜股份（002824.SZ）、西菱动力（300733.SZ）等除从事汽车零部件及模具外，还从事如汽车内饰、仓储物流、电子消费品、航空零部件等其他业务领域，与发行人主营业务差别较大。

受限于公开披露信息口径，部分上市公司未披露金属车身冲焊件及相关模具业务细分收入，统计主营业务时以各公司主营业务收入全部金额计算，头部企业如华域汽车、宁波华翔等因业务范围更广，主营业务收入规模远高于行业内其他公司，大大拉高行业均值水平。若以行业中位数来看，发行人与行业中位数水平差距逐渐缩小，2025 年 1-6 月，发行人主营业务收入规模已超过行业中位数水平，同行业上市公司排名升至 18。

若考虑主营业务与汽车冲焊件业务相关性，剔除华域汽车、宁波华翔、交运股份 3 家上市公司后，其他同行业上市公司主营业务与汽车冲焊件业务相关度相对较高，发行人主营业务收入与同行业其他上市公司对比如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
发行人主营业务收入（A）	151,804.56	288,727.13	237,273.80	191,009.22
同行业上市公司中位数（B）	130,707.45	288,522.89	272,275.66	251,675.48
同行业上市公司平均数（C）	203,809.63	412,490.24	401,320.80	347,008.80
发行人与行业中位数差距（B-A）	-21,097.11	-204.25	35,001.86	60,666.26
发行人与行业平均数差距（C-A）	52,005.07	123,763.11	164,046.99	155,999.58
同行业上市公司中排序位次 （含发行人共 47 家）	16	24	26	25
发行人分位数位置（位次/总家数）	34.04%	51.06%	55.32%	53.19%

注：部分上市公司未披露 2025 年 1-6 月主营业务收入金额。

如上表所示，剔除华域汽车、宁波华翔、交运股份后，自 2024 年度起，发行人主营业务收入规模已超过行业中位数水平，截至报告期末行业内排名升至 16，分位数排名约处于行业前 1/3，行业排名靠前，具有行业代表性。

如前所述，部分上市公司主营业务范围较广，存在从事其他非汽车冲焊件业务的情形，但受限于公开信息披露，无法严格统计发行人金属汽车冲焊件业务在同行业上市公司中的对比情况，可合理推测如统计金属汽车冲焊件业务排名，发行人排序位次预计将更高。

（二）发行人主营业务稳定，经营规模较大，具有行业代表性，符合主板定位

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人主营业务收入占营业收入的比例分别为 91.35%、92.56%、93.50%和 94.63%，其中冲焊零部件业务收入占比分别为 82.89%、87.33%、89.70%和 89.22%，主营业务稳定。随着国内汽车行业整体呈现良好发展态势，长安汽车、吉利汽车等自主品牌车企表现持续向好，叠加我国新能源汽车市场迎来发展机遇，新能源汽车厂商迅速崛起，发行人前期生产基地布局、客户拓展、新车型研发不断取得成效，规模效应不断提升，收入规模和净利润水平增长稳健。

如前所述，2022 年度、2023 年度、2024 年度，发行人主营业务收入低于同行业已上市公司中位数和平均数主要系因发行人尚处于产能扩张期，且同行业公

司业务类型差异较大，华域汽车、宁波华翔、交运汽车等上市公司业务领域较广，收入规模较大，行业内其他同行业公司与其差距较大，大大拉高行业平均数和中位数。但 2025 年 1-6 月，发行人主营业务收入已高于行业中位数。

若考虑主营业务与汽车冲焊件业务相关性，剔除华域汽车、宁波华翔、交运股份后，发行人主营业务收入自 2024 年度起高于行业中位数，且和行业平均数差异呈缩小态势；截至报告期末行业内排名升至 16，分位数排名约处于行业前 1/3，行业排名靠前，具有行业代表性。

发行人符合主板定位情况的具体论述，详见本题“五、结合上述情况，进一步说明发行人的行业代表性”。

二、发行人与汽车零部件上市公司的营业收入等主要指标（包括但不限于所处排名及分位数位置）比较情况；

根据《国民经济行业分类》，汽车零部件及配件制造业（C3670）下属上市公司共计 183 家，发行人营业收入等主要指标排序情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
(1) 营业收入对比				
发行人营业收入	160,414.75	308,786.52	256,352.04	209,106.94
同行业上市公司中所处排名 (含发行人共 184 家)	71	72	76	75
发行人分位数位置 (位次/总家数)	38.59%	39.13%	41.30%	40.76%
(2) 主营业务收入对比				
发行人主营业务收入	151,804.56	288,727.13	237,273.80	191,009.22
同行业上市公司中所处排名 (含发行人共 184 家)	71	72	77	78
发行人分位数位置 (位次/总家数)	38.59%	39.13%	41.85%	42.39%
(3) 归母净利润对比				
发行人归母净利润	9,448.06	20,396.41	13,184.56	7,069.10
同行业上市公司中所处排名 (含发行人共 184 家)	74	60	84	116
发行人分位数位置 (位次/总家数)	40.22%	32.61%	45.65%	63.04%
(4) 净资产收益率对比				

发行人净资产收益率	5.82%	13.85%	10.21%	6.17%
同行业上市公司中所处排名 (含发行人共 184 家)	58	37	66	106
发行人分位数位置 (位次/总家数)	31.52%	20.11%	35.87%	57.61%
(5) 报告期内收入复合增长率				
发行人收入复合增长率	21.52%			
同行业上市公司中所处排名 (含发行人共 184 家)	45			
发行人分位数位置 (位次/总家数)	24.46%			

注 1：同行业上市公司数据来源于公开披露信息；

注 2：部分上市公司未披露 2025 年 1-6 月主营业务收入金额；

注 3：报告期内收入复合增长率为 2022 年度至 2024 年度数据，不含 2025 年 1-6 月。

发行人经营规模增长稳健，截至报告期末营业收入、主营业务收入、归母净利润约处于同行业前 40% 水平，净资产收益率约处于同行业前 1/3 水平，报告期内收入复合增长率约处于同行业前 25% 水平，经营规模和盈利能力均处于行业较前水平，具备竞争优势。发行人主营业务稳定，经营规模较大，具备行业代表性。

三、中商产业研究院的机构性质和行业地位，市场声誉是否良好，本次采用相关统计数据具体来源，相关资料是否公开，发行人、中介机构及相关方是否为此付费，本次引用数据的统计依据、过程和方式是否可靠、客观，相关数据的权威性、准确性及完整性；

(一) 中商产业研究院的机构性质和行业地位，市场声誉是否良好

中商产业研究院是中商产业（股票代码：838497）旗下研究机构。根据其官方网站介绍信息，中商产业研究院系中国信息协会市场研究业分会会员单位、中国市场信息调查业协会团体会员单位，已具备超过 20 年的产业研究服务经验，拥有超过 500 个政府机构产业咨询服务案例，每年发布近 1,000 份各行业研究报告，是市场内较为知名的调研机构。

近年来，中商产业研究院行业统计数据陆续被同行业可比公司无锡振华（605319）、华达科技（603358）以及华海诚科（688535）、英力股份（300956）、神宇股份（300563）、欧菲光（002456）、苏州固锴（002079）等上市公司在募集说明书、审核问询函等公开披露文件中广泛引用，市场声誉良好。

（二）本次采用相关统计数据具体来源，相关资料是否公开，本次引用数据的统计依据、过程和方式是否可靠、客观，相关数据的权威性、准确性及完整性

本次招股说明书引用的系中商产业研究院统计的 2023 年度中国汽车零部件行业上市公司营收排行榜百强榜，系其于 2024 年 5 月通过官方账号公开发布，并经新浪财经、东方财富等网站多方转载，营收数据的统计来源于上市公司公开披露信息，统计依据、过程和方式可靠、客观，所引用的数据来源真实、准确，相关数据具有权威性、准确性及完整性。

（三）发行人、中介机构及相关方是否为此付费

发行人及中介机构通过公开渠道查询获取中商产业研究院发布的数据统计结果，获取该榜单无需支付任何费用，相关数据不存在专门为本次发行上市准备的情况，发行人、中介机构及相关方未为此数据支付任何费用或对数据统计、报告撰写提供任何帮助。中商产业研究院本次统计数据具有独立性。

四、汽车行业一体化压铸工艺、铝等轻量化材料技术的优劣势比较及应用情况，发行人是否具备一体化压铸、铝等轻量化材料处理能力，技术布局是否与行业趋势一致，是否会影响下游客户对发行人产品的需求；

（一）汽车行业一体化压铸工艺、铝等轻量化材料技术的优劣势比较及应用情况

根据工业和信息化部装备工业一司指导，中国汽车工程学会牵头组织编制的《节能与新能源汽车技术路线图 2.0》（以下简称“《路线图 2.0》”），全球汽车技术进入“低碳化、信息化、智能化”深度融合发展时代，汽车低碳化多技术路线并行发展，涉及节能汽车、纯电动与插电式混合动力汽车、燃料电池汽车、智能网联汽车、动力电池、电驱动总成、充电基础设施、轻量化、智能制造与关键装备等九大核心技术领域。《路线图 2.0》提出，目标到 2035 年，燃油乘用车整车轻量化系数降低 25%，纯电动乘用车整车轻量化系数降低 35%。

汽车轻量化作为支撑汽车产业发展尤其是节能减排的重要有效途径之一，根据《路线图 2.0》和相关研究报告，汽车轻量化技术中材料技术路线具体可归纳

为如下种类：

技术方向	适配生产工艺	具体关键技术
高强钢	冷冲压、热成型等	(超) 高强度钢增强增韧相变调控机制以及绿色低成本制备技术、典型高强度钢应用工况下材料模型构建与仿真技术、高强度钢冷成型回弹控制和热成型延迟断裂表征与工程应用技术、变强度热成型钢淬火工艺控制理论等
铝、镁合金等轻质合金	冷冲压或压铸(含一体化压铸)，其中镁合金在汽车领域应用度较低	轻质合金流变特性与性能调控关键技术和模型构建、轻质合金蠕变特性及载荷下性能演变规律、高性能镁合金耐腐蚀性及其表征技术、铝合金锻造工艺设计与过程模拟的核心技术等
非金属材料如工程塑料、高分子材料、碳纤维材料等	注塑工艺、模压成型工艺等，仍在推广阶段，汽车领域应用度较低	先进工程塑料薄壁化零部件开发与关键性能优化技术、纤维增强复合材料树脂浸润及表征关键技术、热塑性复合材料纤维-树脂-交联剂等界面控制理论、多层材料组织力学计算与调控机理、非金属材料蠕变特性及演变规律、非金属材料疲劳特性及其失效机理和失效模式等

截至目前，我国高强度钢应用技术基本成熟，高性能铝合金应用处于起步阶段，其他先进复合材料应用的研究工作不断深入、但尚未大规模量产应用。根据《路线图 2.0》统计数据，近几年“欧洲车身会议”（由国际汽车联盟组织的国际车身领域峰会，创办至今已有 30 余年历史，每届汇聚全球顶尖车型，从车身架构设计、新材料应用、工艺技术等多维度展示）新车型产品的高强度钢用量平均为 56.7%，最高为 73%；“中国轻量化车身会议”（由中国汽车工程学会、汽车轻量化技术创新战略联盟主办，涵盖材料、设计、工艺三大核心领域，通过行业技术交流会议旨在推动中国汽车轻量化技术的发展与应用）新车型产品的高强度钢用量平均为 62%，最高为 70.4%，高强钢仍为目前最主流轻量化技术路线。《路线图 2.0》指出，我国汽车轻量化技术开发和应用体系近期仍以完善高强钢应用体系为重点。

前述技术路线对比及应用情况具体如下：

技术方向	技术路线对比	应用情况
高强度钢	<p>优势：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、原材料价格最低； 2、生产工艺成熟，量产良品率高； 3、高强度屈服强度和抗拉强度大，适用于需满足碰撞要求和安全性能的汽车零部件； 4、高强度韧性良好，变形、扭曲状态下易复原，维修成本较低； 5、生产装备较为成熟，可通过智能化改造提升自动化生产率及智能制造水平。 <p>缺点：</p> <p>对于同等零部件，高强度钢重量相对更重。</p>	<p>最主流技术路线，应用程度最高</p>
铝、镁合金等轻质合金	<p>优势：</p> <p>对于同等零部件，铝合金材料重量中等、零部件减重效果中等。</p> <p>缺点：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、铝合金原材料价格较高； 2、铝合金材料强度相对较低，对于需满足碰撞要求和安全性能的汽车零部件适应性较弱； 3、受铝合金充填流动性的限制，对于壁薄、复杂截面、体积较大的零部件，尤其是总成件的生产过程中易产生充填不足、开裂变形等缺陷，量产良品率较低； 4、因铝合金材料强度较低，发生碰撞时易断裂，复原难度较高，售后维修成本较高； 5、目前铝合金板材热处理装备、挤压与锻造模具、大吨位大尺寸铸锻装备仍有待提升，机器设备及模具成本较高，且自动化生产率及智能制造水平较低； 6、受耐腐蚀性能差、力学性能低、成本高等因素影响，镁合金大批量产业化应用仍然受限。 	<p>铝合金：已量产应用，但尚未成为整车制造商主要用材</p> <p>镁合金：因受耐腐蚀性能差、力学性能低、成本高等尚未实现大批量产业化应用</p>
非金属材料如工程塑料、高分子材料、碳纤维材料等	<p>优势：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、原材料强度较高、韧性较强，可以满足碰撞和安全性能要求； 2、对于同等零部件，先进复合材料重量最低、零部件减重效果最好。 <p>缺点：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、原材料价格最高； 2、目前仅在电池壳体、引擎盖、车顶框架等特定零部件实现产业化应用，尚在推广阶段； 3、现有生产工艺仍在探索阶段，生产成本最高。 	<p>目前主要应用在航空航天领域，汽车领域应用度较低</p>

前述技术路线中，镁合金因受耐腐蚀性能差、力学性能低、成本高等尚未实现大批量产业化应用；其他复合材料亦在推广阶段，现有生产工艺尚存在较大探

索空间，且因原材料成本和生产成本较高，目前主要应用在航空航天领域，汽车领域应用度较低。

而铝合金应用中，主要分为铝压铸（含一体化压铸）和铝冲压（含铝挤压）两类。其中：1、对于铝压铸而言，因其生产工艺为液态成型，消除了接缝缺陷，零部件表面光洁度较高，但因其生产工艺充填流动性受限，对于结构设计壁薄、体积较大的汽车零部件，容易产生充填不足、开裂变形等缺陷，量产良品率较低，且铝压铸机器设备吨位更大、工装模具体积更大、前期投入成本较高、生产能耗更高；总体而言更适合生产有密封性要求、需一次成型的精密零部件如汽车发动机缸体、变速箱壳体等。2、对于铝冲压而言，机器设备和工装模具与高强钢现行的冷冲压工艺具备通用性，生产工艺成熟、量产良品率较高、生产能耗较低，相较于铝压铸更适合生产结构设计壁薄、体积较大的汽车车身零部件及各类总成件。

综上，高强钢和铝合金均为轻量化材料技术的实现路径之一，主要因整车制造商原材料选材、零部件结构设计要求不同选用相应的技术路线。受原材料成本、生产工艺成熟度、零部件防撞性等安全性能要求、智能制造水平等因素影响，高强钢系目前行业最主流轻量化材料应用路线。

（二）发行人是否具备一体化压铸、铝等轻量化材料处理能力，技术布局是否与行业趋势一致，是否会影响下游客户对发行人产品的需求

1、发行人具备铝冲压能力，技术布局与行业趋势一致

发行人自 2016 年开始布局铝合金生产应用技术，并组建专门的研究团队，已具备铝冲压生产能力且生产工艺成熟，技术布局与行业趋势一致。发行人报告期内已实现对长安汽车、长安福特、蔚来汽车、上汽大众、大众汽车等铝合金零部件产品的量产供货。截至 2025 年 8 月末，发行人铝冲压零部件应用的主要量产及在研车型情况如下：

对应终端客户	车型
长安汽车	长安欧尚 CX70、长安 CS75、深蓝 SL03
长安福特	福特锐际、林肯冒险家、林肯飞行家、福特探险者、福特野马电动 SUV、福特蒙迪欧等

对应终端客户	车型
蔚来汽车	蔚来 EC6、蔚来 EC7、蔚来 ES6、蔚来 ES8 等
上汽大众	奥迪 A7L 等
大众汽车	VW411、VW416 等

对于铝压铸（含一体化压铸）而言，因其机器设备、工装模具与发行人现有冲压设备和工装模具不可通用，且对于发行人主要生产的车身总成件而言，铝冲压适用性更高，故发行人暂未投入铝压铸设备。

2、发行人生产工艺符合市场主流需求，根据客户具体需求适配相应生产工艺，能够满足不同客户的产品需求

发行人不断根据行业发展态势进行研发投入，在高强钢冷冲压及热成型领域、铝合金冲压领域已拥有适应行业发展趋势的核心技术，生产工艺成熟，报告期内收入规模稳健增长、客户开拓不断取得成效并持续获得新车型定点，系发行人能够满足客户产品需求的重要体现。

高强钢和铝合金均为轻量化材料技术的实现路径之一，原材料选材通常由整车制造商决定。因高强钢原材料成本更低、屈服强度和韧性更强、安全性能表现更好、生产工艺更为成熟，系当前市场主流需求，且短期内预计仍将处于主流地位。对于存在铝合金应用需求的特定车型，发行人同样具备铝冲压能力，能够满足量产供货需求。

综上，发行人具备高强钢冷冲压及热成型、铝合金冲压等轻量化材料处理能力，技术布局与行业趋势一致，并根据客户具体需求适配相应生产工艺，能够满足下游客户对发行人产品的需求。

五、结合上述情况，进一步说明发行人的行业代表性。

（一）从经营规模看，发行人业务模式成熟，主营业务稳定，生产基地布局较广，收入规模及盈利能力在同行业上市公司中处行业较前水平

主营业务方面，2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人主营业务收入占营业收入的比例分别为 91.35%、92.56%、93.50%和 94.63%，其中冲焊零部件业务收入占比分别为 82.89%、87.33%、89.70%和 89.22%，业务模

式成熟，主营业务稳定。

行业排名方面，与汽车零部件行业全部已上市公司（共计 183 家）相比，截至报告期末发行人营业收入、主营业务收入、归母净利润约处于同行业前 40% 水平，净资产收益率约处于同行业前 1/3 水平，收入复合增长率约处于同行业前 25% 水平，经营规模和盈利能力均处于行业较前水平，具备竞争优势。

行业竞争格局方面，我国汽车零部件制造行业属高度竞争行业，2022 年相关企业注册量达到了 21.42 万家。根据国家统计局发布的《中国统计年鉴》，2023 年度我国汽车制造业规模以上工业企业（主营业务收入在 2,000 万元及以上）数量为 1.89 万家，汽车制造业大中型工业企业（从业人员 300 人及以上，且主营业务收入在 2,000 万元及以上）数量为 0.30 万家；如按 21.42 万家企业注册量测算，汽车制造业规模以上企业占比约为 8.82%，大中型企业占比仅约 1.40%，超九成企业集中在小微区间，形成“小微主体广泛存在，规模企业把控关键”的产业生态。2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人营业收入分别为 209,106.94 万元、256,352.04 万元、308,786.52 万元和 160,414.75 万元，在行业内竞争优势明显。根据国家统计局印发的《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》，工业行业大型企业的划分标准为：从业人员大于等于 1,000 人且营业收入大于等于 4 亿元人民币；截至报告期末发行人员工人数超过 4,000 人，2024 年度营业收入超过 30 亿元，属于国家统计局标准下的大型企业。

基地布局方面，我国汽车产业经过多年快速发展，已形成长三角、珠三角、长江中游、京津冀、山东半岛、成渝、东北等汽车产业集群，发行人业务范围涵盖全国，已在主要产业集群区域建立十余家零部件生产基地，以生产基地为中心，积极开拓辐射范围内新老客户。具体产业集群区域与发行人生产基地布局对应如下：

产业集群区域	发行人生产基地	主要辐射客户
长三角	杭州至信、宁波至信、常州至信、合肥至信、安徽至信、芜湖至信、金华至信	吉利汽车、长安福特、蔚来汽车、理想汽车、零跑汽车、广汽乘用车、奇瑞汽车等

产业集群区域	发行人生产基地	主要辐射客户
长江中游	至信股份（母公司）、合肥至信、安徽至信可覆盖	长城汽车、江铃汽车、路特斯、比亚迪
京津冀	定州至信、张家口至信	吉利汽车、长安汽车、理想汽车等
成渝	至信股份（母公司）、宜宾至信、贵州至信亦可覆盖	长安汽车、长安福特、长城汽车、腾海工贸、宁德时代、奇瑞汽车、上汽通用五菱、英纳法、伟巴斯特等
东北	黑龙江至信	云枫汽车等

如上所述，发行人主营业务稳定，行业排名处行业较前水平，已在主要产业集群地布局生产基地或实现产能覆盖，具备行业代表性。

（二）从客户资源看，发行人与市场主流汽车品牌厂商广泛建立了稳定的合作关系，客户资源优质，客户覆盖面较广

发行人凭借成熟的核心技术和生产工艺，积累了一大批优质客户群，经营规模增长稳健。报告期内，发行人客户结构具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度		主要客户
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
整车制造商	133,734.36	88.10%	266,347.63	92.25%	220,182.43	92.80%	173,452.93	90.81%	长安汽车、吉利汽车、蔚来汽车、长安福特、理想汽车、比亚迪、长城汽车、零跑汽车等
零部件厂商	18,070.21	11.90%	22,379.50	7.75%	17,091.38	7.20%	17,556.29	9.19%	宁德时代、英纳法、伟巴斯特等
合计	151,804.56	100.00%	288,727.13	100.00%	237,273.80	100.00%	191,009.22	100.00%	-

如上表所示，发行人主要客户以大型知名整车制造商为主，2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月，整车制造商客户占发行人主营业务收入比重分别为90.81%、92.80%、92.25%和88.10%，均为长安汽车、吉利汽车、蔚来汽车、长安福特、理想汽车、比亚迪、长城汽车、零跑汽车等知名整车厂；除整车

制造商客户外，发行人其他零部件厂商客户以大型知名零部件供应商如宁德时代、英纳法、伟巴斯特等为主，市场知名度及信誉良好。发行人客户资源优质，以大型知名企业为主。

从终端市场来看，2025年1-6月，我国乘用车市场零售销量前十名的汽车厂商以及发行人与其业务合作情况如下：

排名	汽车厂商	2025年1-6月销量（万辆）	发行人与其业务合作情况
1	比亚迪	161.00	2021年进入合格供应商名录，2022年起量产供货，系发行人2022年度、2025年1-6月前五大客户。发行人承接的项目包括比亚迪秦、宋、海豹等热门车型
2	吉利汽车	122.57	2016年进入合格供应商名录并开始量产供货，系发行人报告期各期前五大客户。目前，发行人已为吉利旗下的吉利、沃尔沃、银河、极氪、领克、几何、莲花（原“路特斯”）等品牌的多款车型提供稳定的配套交付。凭借卓越的产品质量和表现，荣获吉利汽车供应链质量工程中心首次颁发的“季度质量奖”
3	一汽大众	74.35	暂未合作
4	长安汽车	68.32	发行人自成立初期起即与长安汽车开展合作，建立了长期稳定的战略合作关系，系发行人各期前五大客户。目前，发行人已为长安汽车旗下的阿维塔、长安启源、长安深蓝、长安凯程等品牌的多款车型提供稳定的配套交付。发行人首批通过其QCA认证，并基于持续优异的质量表现和交付能力，十余次获长安汽车“优秀供应商”及“质量贡献奖”等奖项
5	奇瑞汽车	64.95	通过宁德时代间接配套；同时已于2025年进入奇瑞汽车商用车合格供应商名录并实现对奇瑞汽车直接量产供货；截至目前正在履行奇瑞汽车乘用车合格供应商准入程序
6	上汽大众	52.29	通过华楷汽车间接配套
7	上汽通用五菱	37.73	2016年进入合格供应商名录。发行人承接的项目包括五菱宏光及五菱宏光S等车型
8	一汽丰田	37.71	暂未合作
9	广汽丰田	36.42	暂未合作

排名	汽车厂商	2025年1-6月销量（万辆）	发行人与其业务合作情况
10	长城汽车	30.59	2018年进入合格供应商名录,2019年起量产供货,系发行人2025年1-6月前五大客户。发行人承接的项目包括坦克300、魏牌高山和宝马MINI等长城汽车旗下热门车型
合计		685.95	-

数据来源：乘联会。

其中，新能源汽车市场中，2025年1-6月，我国造车新势力销量排名前十的汽车厂商以及发行人与其业务合作情况如下：

排名	汽车厂商	2025年1-6月销量（万辆）	发行人与其业务合作情况
1	零跑汽车	22.17	2021年进入合格供应商名录,2022年起量产供货,截至2025年8月末,发行人零跑汽车在手订单4,972.72万元。发行人承接的项目包括零跑C01、零跑C11、零跑B10等车型
2	理想汽车	20.39	2022年进入合格供应商名录,2023年起量产供货,系发行人2024年度前五大客户。发行人承接的项目包括理想汽车MEGA、理想L6等车型
3	小鹏汽车	19.72	暂未合作
4	小米汽车	15.72	通过宁德时代间接配套
5	问界汽车	14.63	通过宁德时代间接配套
6	长安深蓝	14.32	长安深蓝系长安汽车旗下新能源汽车品牌,长安汽车与发行人建立了长期稳定的战略合作关系,系发行人各期前五大客户
7	极氪汽车	9.07	极氪汽车系吉利汽车旗下新能源汽车品牌,吉利汽车与发行人建立了长期稳定的合作关系,系发行人报告期各期前五大客户
8	蔚来汽车	7.44	2020年进入合格供应商名录,2022年起量产供货,系发行人各期前五大客户。发行人配套产品已覆盖到蔚来的轿车、轿跑和SUV等全系在售车型
9	阿维塔	5.91	阿维塔系长安汽车旗下新能源汽车品牌,长安汽车与发行人建立了长期稳定的战略合作关系,系发行人各期前五大客户
10	岚图汽车	5.61	暂未合作
合计		134.98	-

数据来源：各品牌官方网站或定期报告等公开披露信息。

如上所述，发行人与市场主流汽车品牌厂商广泛建立了稳定的合作关系、合作历史较长，报告期内收入稳步增长，2022 年度至 2024 年度收入复合增长率达 21.52%，是公司稳定经营能力、客户拓展能力的重要体现。发行人主要客户终端市场表现良好，客户资源优质，客户覆盖面广，具备行业代表性。

（三）从技术先进性看，发行人核心技术处于行业领先水平，技术储备丰富，行业内竞争优势较强

发行人深耕汽车冲焊零部件及相关模具开发制造三十余年，已形成较为成熟的业务模式，已拥有热成型及轻量化技术领域、冷冲压技术领域、焊接技术领域、模具开发技术领域、智能制造及自动化生产技术领域五大系列核心技术，具备行业领先水平。

发行人专利数量与同行业可比公司对比如下：

公司名称	专利数量
无锡振华	截至 2025 年 6 月末，共拥有 160 项专利，其中发明专利 22 项
华达科技	截至 2024 年末，共拥有专利 79 项，其中发明专利 24 项
多利科技	截至 2022 年末，共拥有 150 项专利权，其中发明专利 28 项
常青股份	截至招股说明书签署日 2023 年 5 月 15 日，共拥有 391 项专利权，其中发明专利 70 项
博俊科技	截至 2025 年 6 月末，共拥有 109 项专利，其中发明专利 20 项
英利汽车	截至 2023 年 6 月末，共拥有专利 358 项，其中发明专利 12 项
泰鸿万立	截至 2025 年 6 月末，公司共拥有专利 128 项，其中发明专利 27 项
发行人	截至 2025 年 6 月末，发行人及其子公司共拥有专利 371 项，其中发明专利 58 项

注：同行业可比公司资料来源于公开披露信息，部分同行业可比公司未披露最新专利数量。

如上表所示，截至 2025 年 6 月末，发行人及其子公司共拥有专利 371 项，其中发明专利 58 项，发行人专利总数量及发明专利数量在同行业可比公司内排名第 2，仅次于常青股份，专利数量及核心技术具备竞争优势。

其中，热成型及轻量化技术方面，发行人具备对高强钢和铝合金等轻量化材料的应用处理能力。其中，高强钢方面，通过对先进生产设备的精准调控，以及结合自身积累的热成型工艺与模具技术，发行人可以使用屈服强度 2,000Mpa 的超高强度钢作为材料进行零部件生产；已系统性地解决了 2,000Mpa 超高强度钢

的氢脆开裂难题，优化了生产工序，进一步提高了生产效率；可利用热成型模具冷却技术实现热成型软区工艺，满足一体化零件在不同部位上的不同强度需求，减少了拼焊等额外工艺，进一步减轻零部件的重量，突破一体门环和双门环加工方法及模具技术，门环产品重量减少 20% 以上。铝合金应用方面，发行人已具备铝冲压生产能力、生产工艺成熟并已实现铝合金零部件量产供货。

冷冲压技术方面，发行人依靠单台最高可达 2,000 吨的大吨位压机和自动化连线压机生产线，配合自主研发的冷冲压控制回弹模具等技术，可使用屈服强度高达 980-1,180MPa 的高强度钢材，并提升产品尺寸精度，减少返工率和废品率。

焊接技术方面，发行人将焊接技术与智能制造技术结合，在攻克焊接难点的同时，采用全新标准化设计理念的焊接工作站通过模块化组合方式，大大缩短建站周期，其中点焊、弧焊快换座均采用统一标准，并具备双头、板厚检测等先进技术，实现焊接过程少人化、无人化。

模具设计开发方面，发行人具备多种类模具开发制造能力，在车型迭代加速的行业背景下，可以快速响应客户生产需求。近年来陆续创新开发出热成型冷切模、热成型模内冲模具、水直冷模具等，模具种类数量及热成型模具开发能力均处于行业领先水平。

智能制造方面，发行人可自主搭建大型自动化冲压连线和自动化焊接机器人工作站，能够覆盖送料、取料、产品检测、产品生产在内的多个生产环节，有助于发行人提升产线自动化生产水平，能够有效减少汽车零部件企业焊接产线的人工投入，提高产品质量稳定性。同时，通过自主研发的离线编程技术，发行人可大幅缩短建站和调试周期；通过对多台机器人协同编程技术，可实现同一产线上不同产品生产的快速切换，实现多产品共线的柔性化生产。

（四）从行业转型升级看，发行人持续赋能汽车轻量化和新能源业务，符合行业发展趋势；同时发行人深入布局智能化技术，提升智能制造水平，不断促进企业发展和行业转型升级

随着汽车行业蓬勃发展，我国新能源汽车需求旺盛，新能源汽车市场占有率大幅提升。根据中国汽车工业协会统计数据，2015 年至 2024 年，我国新能源汽

车销量占比从 1.34%大幅增至 40.93%，市场渗透率有望升至二分之一；2025 年 1-6 月，我国新能源汽车销量市场渗透率升至 44.30%。2024 年度，我国新能源汽车产销量均突破 1,000 万辆，销量达 1,286.60 万辆，同比增长 35.50%，已成为我国汽车市场规模增长的关键因素之一；2025 年 1-6 月，我国新能源汽车产量、销量分别为 696.80 万辆、693.70 万辆，分别同比增长 41.40%、40.30%，继续延续增长态势。发行人提前布局新能源业务，加大新能源车企客户开拓力度，陆续实现对比亚迪、蔚来汽车、理想汽车、零跑汽车、宁德时代等客户量产供货，冲焊零部件产品应用于新能源车型的收入占比从 2022 年度的 25.27%提升至 2025 年 1-6 月的 71.42%，成为公司业绩增速重要来源，系顺应新能源汽车发展趋势的重要体现。

而轻量化作为节能汽车、新能源汽车和智能网联汽车的共性基础技术，已成为推动汽车行业和汽车零部件行业转型升级的关键因素。发行人自 2015 年起便提前布局热成型技术，自 2016 年起布局铝合金生产应用技术，截至目前在轻量化领域拥有大量的技术积淀和行业经验。在轻量化材料应用方面，发行人凭借热成型工艺，能有效利用高强度钢进行冲焊零部件的生产，同时，发行人也拥有铝件的冲压与焊接生产能力，能满足下游客户对于铝制零部件的需求。在轻量化工艺和模具开发设计能力方面，发行人已拥有热冲压成型技术、铝合金冷冲压及连接技术、热成型模内冲模具技术、热成型模具冷却技术、热成型水道自动化设计技术等关键核心技术。在轻量化结构设计方面，发行人积极响应下游客户需求，协同客户进行产品的研发与设计，开发形成了诸如一体门环加工方法及模具技术等，在热成型轻量化领域具备较强的竞争优势。报告期内，发行人采用热成型轻量化技术的零部件占冲焊零部件收入占比已从 2022 年度的 22.27%提升至 2025 年 1-6 月的 43.67%，增长显著，系顺应行业轻量化发展趋势的重要成果。

同时，发行人致力于提升智能制造，全力推动工业 4.0 标准建设。汽车零部件企业实现自动化生产大多直接采购标准化自动化生产线，同行业可比公司亦未披露其在智能制造和自动化生产领域的核心技术，但自动化冲压线和机器人焊接工作站需和具体产品型号、生产工艺参数、生产节拍等不断匹配方能发挥最佳效果，标准化产线的个性化改造成效成为不同零部件供应商智能制造实现水平的重要制约因素。发行人系国家标准计划《工业自动化系统与集成开放技术字典及其

在主数据中的应用 第 20 部分：开放技术字典的维护程序》的主要起草单位之一，“一种基于焊接机器人焊枪位置控制优化方法”“一种工作站控制模式转换方法及系统”等多项技术成果认定为重庆市科学技术成果，并于 2025 年 5 月获恰佩克奖第十一届年度创新品牌奖。发行人配备自动化生产集成软件研发团队，通过自主研发拥有多产品共线柔性焊接自动化技术、多轴协同控制自动化技术、3D 视觉引导自动双料检测技术、双头柔性点焊机器人工作站应用技术、激光切割自动上下料技术、凸焊自动化技术等多项核心技术，已具备离线编程、5G 远程传输、柔性生产、一机多枪等技术能力。发行人通过自主搭建大型自动化冲压连线和自动化焊接机器人工作站并进行适应化改造，实现产线柔性切换功能；通过建立补丁板通用工作站、自主配套激光切割自动上下料设备、建立多工位柔性点焊机器人工作站、优化机器人控制算法等方式不断提升生产效率、强化质量控制和精细化管理水平，截至 2025 年 6 月末总体生产自动化率达 96% 以上。通过自主搭建机器人工作站、自动化生产线等，发行人有效提高了内部各生产基地的自动化水平、生产效率及质量稳定性。随着公司在自动化工程技术研发领域的持续投入，其工业机器人智能制造解决方案已逐步形成完整的技术体系并实现商业化应用，已于 2023 年成功实现对外部客户的业务突破并取得对外收入，2025 年 1-6 月发行人机器人工作站及集成业务收入已突破 1,000 万元。

综上，发行人业务模式成熟，经营规模增长稳健，客户资源优质，核心技术处于行业领先水平，持续赋能汽车轻量化和新能源业务，深入布局智能制造领域，符合行业发展趋势并能够持续促进企业稳定经营和行业转型升级，具备行业代表性，符合主板定位要求。

六、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构履行的核查程序如下：

1、从 wind 拉取汽车零部件及配件制造业（C3670）全部 A 股已上市公司清单及其经营范围、主营业务、主要产品，并结合其年度报告等公开披露信息了解其收入构成，筛选收入构成以汽车冲焊零部件和冲压模具为主、主要客户为整车

厂或其一级供应商的上市公司，统计营业收入、主营业务收入、归母净利润、净资产收益率、收入复合增长率等数据，并与发行人进行对比分析；

2、查询中商产业研究院官方网站，了解其基本情况；对其统计数据、研究报告及被引用情况进行搜索；查阅其发布的 2023 年度中国汽车零部件行业上市公司营收排行榜百强榜，了解数据来源；获取并核查了发行人及其控股股东、实际控制人、董监高及其他关键人员报告期内银行流水，核查发行人及相关方是否为该榜单或中商产业研究院付费或提供帮助；

3、访谈发行人主要研发人员，了解一体化压铸工艺、铝等轻量化材料技术发展现状、未来趋势及优劣势，并了解发行人技术储备情况；

4、查阅行业研究报告和公开披露信息，了解行业发展趋势及市场主要汽车厂商品牌情况；获取发行人报告期内收入明细表，核查其与主要汽车厂商合作情况；访谈发行人主要销售人员，了解与主要汽车厂商合作历史等；走访发行人主要客户，了解其对发行人产品及服务的评价。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，发行人产能利用率饱和，产能瓶颈成为限制发行人主营业务收入规模增长的关键因素；且汽车零部件及配件制造业已上市公司间业务范围差异较大，部分头部企业业务领域较广，收入规模远高于其他同行业公司，系发行人主营业务收入规模低于行业中位数和平均数的主要原因。但发行人经营规模增长稳健，截至报告期末主营业务收入已超过行业中位数，和行业平均数差异呈缩小趋势，行业排名靠前，具有行业代表性；

2、与汽车零部件行业全部已上市公司相比，发行人收入规模及盈利能力均处于行业较前水平，具备竞争优势；

3、中商产业研究院统计数据和行业报告广泛被上市公司引用，市场声誉良好；招股说明书中引用数据系其通过公开渠道免费发布，统计依据、过程和方式可靠、客观，所引用的数据来源真实、准确，相关数据具有权威性、准确性及完

整性；发行人、中介机构及相关方未为此数据支付任何费用或对数据统计、报告撰写提供任何帮助；

4、高强钢和铝合金均为轻量化材料技术的实现路径之一，高强钢仍为目前最主流轻量化技术路线。发行人具备高强钢冷冲压及热成型、铝合金冲压等轻量化材料处理能力，技术布局与行业趋势一致，并根据客户具体需求适配相应生产工艺，能够满足下游客户对发行人产品的需求；

5、发行人业务模式成熟，经营规模增长稳健，客户资源优质，核心技术处于行业领先水平，持续赋能汽车轻量化和新能源业务，深入布局智能制造领域，符合行业发展趋势并持续促进企业稳定经营和行业转型升级，具备行业代表性，符合主板定位要求。

2.关于收入

根据申报材料及问询回复：（1）报告期内，发行人主营业务收入实现稳步增长，但部分客户收入有所下滑；（2）2024 年度营业收入增长率为 20.45%，高于同行业可比公司均值 8.75%；（3）发行人存在 12 月收入占比明显偏高的情况；（4）收入函证存在回函不符和未回函的情形。

请发行人：（1）结合客户主力车型的销售情况和客户向发行人的采购情况，详细分析披露发行人对具体客户的销售产品单价、销售数量、产品结构变化等情况，分析发行人主营业务收入增长的合理性；部分客户收入有所下滑的原因及合理性；（2）发行人 2023 年营业收入增长率与同行业可比公司均值基本一致，2024 年度营业收入增长率远超同行业可比公司均值的合理性；（3）发行人材料采购、产品生产、订单获取、发货、客户验收或者领用结算等各环节的周期情况，结合产品、客户等因素说明发行人第四季度收入占比较高的原因，特别是 12 月收入占比明显偏高的原因，是否存在 12 月缩短收入确认周期从而提前确认收入的情况；发行人收入季节性分布与同行业比较情况，特别是第四季度各月份收入分布比较情况，是否符合行业特点；（4）报告期各期，收入函证的回函不符和未回函的比例较高，详细说明各期回函不符金额对应的主要客户情况及

具体原因，各期末回函的主要客户情况及具体原因；（5）验收模式下，主要客户出具验收结算单的周期情况，是否有对应的销售物流单据，验收结算单是否有客户的签字或盖章；寄售模式下，发行人于次月取得客户领用结算单，各期末在未获取当月客户领用结算单的情况下，发行人如何进行收入的暂估，暂估金额与后续实际确认金额是否存在重大差异，如何确保实际领用数量和结算单数量的一致性，如何管控寄售于客户处的存货。

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、结合客户主力车型的销售情况和客户向发行人的采购情况，详细分析发行人对具体客户的销售产品单价、销售数量、产品结构变化等情况，分析发行人主营业务收入增长的合理性；部分客户收入有所下滑的原因及合理性；

(一) 客户主力车型的销售情况和客户向发行人的采购情况

报告期内，发行人主要客户的主力车型的销售情况和客户向发行人的采购情况，具体如下：

1、吉利汽车

单位：万元、辆

车型	车型类型	冲焊零部件收入				收入变动		发行人销量				市场终端销量				发行人销量与终端销量是否匹配
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2023-2024年度	2022-2023年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	
吉利博越 L	燃油	5,489.96	14,556.20	19,011.49	5,593.27	-4,455.29	13,418.22	57,406	141,883	134,474	30,679	81,503	191,540	140,365	31,716	是 ^{注3}
沃尔沃 EX30	新能源	6,559.55	22,167.52	5,641.33	106.27	16,526.19	5,535.06	36,748	114,665	27,729	-	35,639	98,065	639	-	是 ^{注3}
吉利豪越/嘉际	燃油	1,148.32	5,109.10	5,996.47	9,276.50	-887.37	-3,280.03	10,659	41,164	50,536	40,248	10,409	51,329	48,603	39,665	是
银河 E5	新能源	8,659.32	11,395.21	-	-	11,395.21	-	79,011	91,525	-	-	76,532	77,685	-	-	是
领克 01/05	燃油	1,298.96	2,894.68	4,875.32	6,862.67	-1,980.64	-1,987.35	10,342	14,010	34,944	68,526	14,117	23,060	32,710	46,592	是
smart 精灵 #1/#3	新能源	1,193.50	4,150.24	7,579.61	1,343.93	-3,429.38	6,235.68	16,548	46,137	96,835	16,085	16,682	48,097	67,024	4,794	是 ^{注3}
极氪 001	新能源	811.74	4,260.63	4,328.70	4,505.15	-68.07	-176.45	21,396	105,606	82,813	73,772	18,923	99,984	76,246	71,941	是
吉利星越 L	燃油	1,764.59	3,688.04	2,964.97	1,789.50	723.07	1,175.47	134,204	270,906	180,783	92,895	146,223	267,772	180,142	130,176	是
吉利博越	燃油	11.34	52.42	122.43	7,479.63	-70.02	-7,357.19	-	1,870	6,072	84,568	-	48,604	84,488	117,922	是 ^{注3}
银河 E8	新能源	2,739.92	3,823.92	-	-	3,823.92	-	31,152	33,920	-	-	29,310	31,582	-	-	是
主要车型合计		29,677.20	72,097.96	50,520.32	36,956.92	21,577.64	13,563.40	397,466	861,686	614,186	406,773	429,338	937,718	630,217	442,806	-

吉利汽车收入合计	38,100.24	89,739.35	66,741.28	50,522.25	22,998.07	16,219.03	-	-	-	-	-	-	-	-	-
主要车型收入占比	77.89%	80.34%	75.70%	73.15%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注 1：发行人销量系对应车型的零部件供应台套数量，用各车型的冲压零部件中代表性物料的结算数量除以单台套对该物料的耗用量换算得到，下同；

注 2：市场终端销量数据来源于易车（yiche.com）等网站统计的汽车销量数据，下同；

注 3：发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，部分车型的销量数据存在一定差异，主要系整车生产量与市场终端销售量存在差异。其中，

（1）沃尔沃 EX30、smart 精灵#1/#3 等，新车型上线后交付初期，主机厂为终端铺货而提前备货，导致发行人销量高于市场终端销量；

（2）吉利博越 L、吉利博越等，发行人非该车型的独家供应商或市场终端销量数据包含了相同系列的其他细分车型，导致发行人销量低于市场终端销量。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对吉利汽车冲焊零部件产品的销售收入分别为 50,522.25 万元、66,741.28 万元、89,739.35 万元和 38,100.24 万元。发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，发行人对吉利汽车冲焊零部件产品的销售收入增长受益于新车型增量贡献和成熟车型持续放量，同时部分旧车型上市时间较早或因改款换代等原因导致市场销量下滑。

其中，2023 年度，发行人对吉利汽车销售同比增长 16,219.03 万元，其中，沃尔沃 EX30、吉利博越 L、smart 精灵#1/#3 等车型合计贡献收入增长 26,364.43 万元；同时，吉利博越等车型导致发行人收入下降 12,801.03 万元。2024 年度，发行人对吉利汽车销售同比增长 22,998.07 万元，其中，沃尔沃 EX30、银河 E5、银河 E8 等车型合计贡献收入增长 32,468.39 万元；同时，吉利博越 L、smart 精灵#1/#3 等车型合计导致发行人收入下降 10,890.76 万元。

2、长安汽车

单位：万元、辆

车型	车型类型	冲焊零部件收入				收入变动		发行人销量				市场终端销量				发行人销量与终端销量是否匹配
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2023-2024年度	2022-2023年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	
长安 CS75	燃油	5,711.69	14,759.85	18,488.58	22,079.93	-3,728.73	-3,591.35	93,911	221,119	281,346	256,640	100,188	225,278	250,821	237,615	是
长安欧尚 Z6	通用	2,041.61	10,442.02	10,184.52	4,459.21	257.50	5,725.31	27,299	129,984	125,816	55,914	27,174	127,950	121,637	53,890	是
长安糯玉米	新能源	4,420.82	7,949.75	8,528.91	4,626.90	-579.16	3,902.01	82,399	140,161	154,176	75,848	86,138	141,246	144,481	70,267	是
深蓝 S07	新能源	5,150.80	9,312.37	7,275.18	-	2,037.19	7,275.18	32,455	120,508	70,928	-	35,645	114,343	60,796	-	是
长安 UNI-V	燃油	1,074.75	4,290.98	7,627.36	5,282.07	-3,336.38	2,345.29	20,930	108,779	162,261	107,000	23,525	137,475	146,362	108,786	是
长安 CS55plus	燃油	1,306.34	6,461.05	4,905.30	4,726.42	1,555.75	178.89	61,119	190,063	137,932	125,802	62,334	182,529	132,760	152,794	是
深蓝 SL03	新能源	1,893.60	5,752.89	6,890.81	3,987.90	-1,137.92	2,902.90	10,021	52,552	66,087	37,801	10,691	54,844	68,069	33,354	是
深蓝 S09	新能源	3,317.20	89.45	-	-	89.45	-	11,760	-	-	-	10,123	-	-	-	是 ^注
主要车型合计		24,916.81	59,058.36	63,900.66	45,162.43	-4,842.30	18,738.23	339,894	963,166	998,546	659,005	355,818	983,665	924,926	656,706	-
长安汽车收入合计		31,092.14	71,840.35	77,582.82	59,311.12	-5,742.47	18,271.69	-								
主要车型收入占比		80.14%	82.21%	82.36%	76.14%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注：发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，部分车型的销量数据存在一定差异，主要系整车生产量与市场终端销售量存在差异。其中，深蓝 S09 等，新车型上线后交付初期，主机厂为终端铺货而提前备货，导致发行人销量高于市场终端销量。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对长安汽车冲焊零部件产品的销售收入分别为 59,311.12 万元、77,582.82

万元、71,840.35 万元和 31,092.14 万元。发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，发行人对长安汽车冲焊零部件产品的销售收入增长受益于成熟车型持续放量，同时部分旧车型上市时间较早或因改款换代等原因导致市场销量下滑。

其中，2023 年度，发行人对长安汽车销售同比增长 18,271.69 万元，其中，深蓝 S07、长安欧尚 Z6、长安糯玉米等车型合计贡献收入增长 22,329.58 万元；同时，长安 CS75 等车型导致发行人收入下降 3,591.35 万元。2024 年度，发行人对长安汽车销售同比下降 5,742.47 万元，其中，深蓝 S07、长安 CS55plus 等车型合计贡献收入增长 3,939.92 万元；同时，长安 CS75、长安 UNI-V 等车型合计导致发行人收入下降 8,782.19 万元。

3、蔚来汽车

单位：万元、辆

车型	车型类型	冲焊零部件收入				收入变动		发行人销量				市场终端销量				发行人销量与终端销量是否匹配
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2023-2024年度	2022-2023年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	
蔚来 ET5	新能源	2,499.38	7,626.61	8,361.38	2,918.82	-734.77	5,442.56	9,140	27,889	43,761	16,299	8,490	26,510	40,848	11,813	是
蔚来 ES6	新能源	3,261.00	9,748.42	7,111.65	55.23	2,636.77	7,056.41	27,508	69,713	75,978	178	25,910	75,433	56,539	42,012	是 ^注
蔚来 ES8	新能源	1,219.60	4,149.19	5,259.80	192.22	-1,110.61	5,067.58	3,053	9,833	15,994	441	3,109	9,188	14,138	14,380	是 ^注
蔚来乐道 L60	新能源	5,938.77	4,396.17	31.64	-	4,364.53	31.64	36,884	26,282	-	-	31,862	20,761	-	-	是
蔚来 ET5T	新能源	1,227.67	3,110.50	1,457.25	14.12	1,653.25	1,443.13	22,750	52,754	24,144	125	21,494	50,869	21,361	-	是

蔚来 ET7	新能源	202.53	948.98	588.99	3,641.83	359.99	-3,052.85	1,759	7,920	5,282	34,222	1,747	7,244	5,643	23,046	是
蔚来 EC7	新能源	28.00	179.13	237.43	26.82	-58.30	210.61	737	3,125	4,392	267	747	2,865	3,661	-	是
主要车型合计		14,376.94	30,158.99	23,048.14	6,849.05	7,110.85	16,199.09	101,831	197,516	169,551	51,532	93,359	192,870	142,190	91,251	-
蔚来汽车收入合计		15,970.48	31,146.79	23,273.95	6,859.29	7,872.84	16,414.66	-	-	-	-	-	-	-	-	-
主要车型收入占比		90.02%	96.83%	99.03%	99.85%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注：发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，部分车型的销量数据存在一定差异，主要系整车生产量与市场终端销售量存在差异。其中，蔚来 ES6、ES8 等，因车型改款换代，主机厂对改款后的车型定点重新进行招投标，发行人承接了换代后的车型，导致发行人部分车型的销量低于市场终端销量。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对蔚来汽车冲焊零部件产品的销售收入分别为 6,859.29 万元、23,273.95 万元、31,146.79 万元和 15,970.48 万元。发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，发行人于 2020 年成功开拓蔚来汽车客户，进入其供应商体系，于 2022 年 3 月开始批量供货，配套产品覆盖蔚来品牌轿车、轿跑和 SUV 等全系在售车型，报告期内陆续实现新车型项目的量产，带动发行人收入持续增长。

其中，2023 年度，发行人对蔚来汽车销售同比增长 16,414.66 万元，其中，蔚来 ES6、蔚来 ET5、蔚来 ES8 等车型合计贡献收入增长 19,251.94 万元；同时，蔚来 ET7 车型导致发行人收入下降 3,052.85 万元。2024 年度，发行人对蔚来汽车销售同比增长 7,872.84 万元，其中，蔚来乐道 L60、蔚来 ES6、蔚来 ET5T 等车型合计贡献收入增长 9,014.54 万元；同时，蔚来 ES8、蔚来 ET5 等车型导致发行人收入下降 1,903.69 万元。

4、理想汽车

单位：万元、辆

车型	车型类型	冲焊零部件收入				收入变动		发行人销量				市场终端销量				发行人销量与终端销量是否匹配
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2023-2024年度	2022-2023年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	
理想 L6	新能源	6,105.53	12,017.39	24.97	-	11,992.43	24.97	105,158	203,308	307	-	96,354	192,257	-	-	是
理想 MEGA	新能源	625.93	1,228.47	90.24	-	1,138.23	90.24	6,912	13,419	722	-	5,805	10,798	-	-	是 ^注
主要车型合计		6,731.46	13,245.86	115.20	-	13,130.65	115.20	112,070	216,727	1,029	-	102,159	203,055	-	-	-
理想汽车收入合计		6,768.93	13,333.73	115.20	-	13,218.53	115.20	-	-	-	-	-	-	-	-	-
主要车型收入占比		99.45%	99.34%	100.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注：发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，部分车型的销量数据存在一定差异，主要系整车生产量与市场终端销售量存在差异。其中，理想 MEGA，车型终端销量不及预期，导致发行人该车型的销量高于市场终端销量。

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对理想汽车冲焊零部件产品的销售收入分别为 115.20 万元、13,333.73 万元和 6,768.93 万元。发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，发行人于 2022 年成功开拓理想汽车客户，进入其供应商体系。发行人对理想汽车销售的零部件产品主要系配套理想 L6 等车型，该车型于 2023 年仅有小批量交付，2024 年进入大规模量产阶段。

其中，2023 年度，发行人对理想汽车销售同比增长 115.20 万元，其中，理想 L6、理想 MEGA 车型合计贡献收入增长 115.20 万元。2024 年度，发行人对理想汽车销售同比增长 13,218.53 万元，其中，主要系理想 L6 等车型合计贡献收入增长 13,130.65 万元。

5、长安福特

单位：万元、辆

车型	车型类型	冲焊零部件收入				收入变动		发行人销量				市场终端销量				发行人销量与终端销量是否匹配
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2023-2024年度	2022-2023年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	
福特蒙迪欧	燃油	2,945.08	6,761.29	6,215.45	6,492.36	545.84	-276.91	36,684	82,795	75,497	65,580	34,978	83,024	75,987	60,883	是
福特锐界	燃油	4,148.03	10,441.57	7,544.83	1,962.54	2,896.74	5,582.29	16,260	30,157	28,006	21,601	15,800	29,270	28,110	20,926	是
林肯航海家	燃油	1,852.87	6,546.54	3,153.94	2,387.15	3,392.61	766.79	22,043	74,635	32,987	16,153	25,670	72,729	36,631	17,169	是
福特锐际	通用	658.84	1,650.56	3,918.73	4,766.79	-2,268.17	-848.07	4,136	8,898	22,484	24,056	3,505	10,177	21,421	26,063	是
福特探险者	燃油	400.01	1,079.12	1,861.34	1,287.48	-782.22	573.86	6,260	18,704	27,022	17,724	6,743	18,662	27,574	19,011	是
林肯 Z	燃油	299.28	1,329.17	950.90	1,652.88	378.28	-701.99	3,510	12,896	11,314	18,285	3,816	12,874	12,908	10,650	是
林肯冒险家	燃油	333.61	1,275.25	2,109.46	3,044.41	-834.21	-934.95	4,046	15,316	27,729	38,208	3,757	15,131	25,031	36,406	是
福特福克斯	燃油	100.40	267.47	395.15	1,909.22	-127.69	-1,514.06	-	-	-	15,908	-	-	1,193	16,625	是
主要车型合计		10,738.11	29,350.98	26,149.80	23,502.84	3,201.18	2,646.96	92,939	243,401	225,039	217,515	94,269	241,867	228,855	207,733	-
长安福特收入合计		11,041.27	30,755.67	28,037.86	26,566.41	2,717.80	1,471.45	-	-	-	-	-	-	-	-	-
主要车型收入占比		97.25%	95.43%	93.27%	88.47%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注：发行人对长安福特的销售系按照净额法确认收入，上表中销售收入及销售单价已对净额法进行还原后披露。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对长安福特冲焊零部件产品的销售收入（对净额法进行还原后）分别

为 26,566.41 万元、28,037.86 万元、30,755.67 万元和 11,041.27 万元。发行人销量与相关车型的终端销售情况总体匹配，发行人对长安福特冲焊零部件产品的销售收入增长受益于成熟车型持续放量，同时部分旧车型上市时间较早或因改款换代，以及受国产新能源汽车市场竞争加剧的影响，长安福特等合资车企终端市场份额受到挤压，导致发行人对其收入有所下降。

其中，2023 年度，发行人对长安福特销售同比增长 1,471.45 万元，其中，福特锐界、林肯航海家等车型合计贡献收入增长 6,922.94 万元；同时，福特福克斯、林肯冒险家、福特锐际等车型导致发行人收入下降 4,275.98 万元。2024 年度，发行人对长安福特销售同比增长 2,717.80 万元，其中，林肯航海家、福特锐界等车型合计贡献收入增长 7,213.47 万元；同时，福特锐际、林肯冒险家等车型导致发行人收入下降 4,012.29 万元。

（二）发行人对具体客户的销售产品单价、销售数量、产品结构变化

报告期内，发行人对主要客户销售的冲焊零部件产品的销售收入、销售数量、平均单价、产品结构情况，具体如下：

1、吉利汽车

单位：万元、万件、元/件

产品类别	收入				收入占比				销售数量				销售单价			
	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
侧围类	19,148.24	48,787.57	37,415.20	22,699.33	50.26%	54.37%	56.06%	44.93%	297.81	667.10	573.37	705.70	64.30	73.13	65.26	32.17
地板类	11,753.51	25,636.59	17,367.73	18,735.99	30.85%	28.57%	26.02%	37.08%	199.27	433.99	361.27	490.72	58.98	59.07	48.07	38.18
机舱类	5,519.29	12,482.21	8,899.55	5,544.09	14.49%	13.91%	13.33%	10.97%	173.06	364.28	284.65	356.63	31.89	34.27	31.27	15.55
其他类	1,679.21	2,832.97	3,058.80	3,542.84	4.41%	3.16%	4.58%	7.01%	80.85	169.63	171.06	185.60	20.77	16.70	17.88	19.09
合计	38,100.24	89,739.35	66,741.28	50,522.25	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	750.99	1,635.00	1,390.35	1,738.65	50.73	54.89	48.00	29.06

注：销售数量系冲焊零部件产品的合计销售件数，单位为万件，下同。

2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月，发行人对吉利汽车销售的冲焊零部件产品主要系侧围类和地板类产品，合计收入占比分别为82.01%、82.08%、82.93%和81.11%，占比相对稳定。其中，（1）2023年度发行人侧围类产品收入占比较2022年度有所提高，主要原因系：发行人配套吉利博越L、smart精灵#1/#3、沃尔沃EX30车型的主要产品系侧围类产品，2023年，随着发行人配套上述车型的收入大幅提高，导致侧围类产品的收入占比相对提高；（2）2023年度发行人地板类产品收入占比较2022年有所下降，主要原因系：2022年发行人的地板类产品主要系配套吉利豪越/嘉际、吉利博越等车型，随着发行人上述车型收入下降，导致地板

类产品的收入占比相对降低。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对吉利汽车的冲焊零部件产品的销售数量分别为 1,738.65 万件、1,390.35 万件、1,635.00 万件和 750.99 万件，平均单价分别为 29.06 元/件、48.00 元/件、54.89 元/件和 50.73 元/件。其中，2023 年度平均单价较 2022 年度有所增长，主要原因系：（1）2022 年，发行人承接的吉利博越、吉利豪越/嘉际等车型的侧围类和地板类产品中，安装支架、连接板等重量轻单价低的小型零部件数量较多，拉低了平均单价；（2）2023 年，随着上述车型的收入占比下降，以及承接的吉利博越 L 等、沃尔沃 EX30、smart 精灵#1/#3 等新车型项目中大总成类及大型冲焊零部件占比上升，从而提高了平均单价。

2、长安汽车

单位：万元、万件、元/件

产品类别	收入				收入占比				销售数量				销售单价			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
侧围类	10,250.71	28,704.50	28,266.25	23,417.37	32.97%	39.96%	36.43%	39.48%	304.24	676.06	677.83	607.60	33.69	42.46	41.70	38.54
地板类	8,969.01	24,627.48	24,552.08	16,797.95	28.85%	34.28%	31.65%	28.32%	162.48	513.58	621.69	544.37	55.20	47.95	39.49	30.86
机舱类	9,007.52	14,297.60	15,975.14	14,419.57	28.97%	19.90%	20.59%	24.31%	245.33	543.04	725.90	582.78	36.72	26.33	22.01	24.74
其他类	2,864.91	4,210.78	8,789.34	4,676.23	9.21%	5.86%	11.33%	7.88%	181.54	452.87	571.07	402.71	15.78	9.30	15.39	11.61
合计	31,092.14	71,840.35	77,582.82	59,311.12	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	893.59	2,185.55	2,596.49	2,137.46	34.79	32.87	29.88	27.75

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对长安汽车销售的冲焊零部件产品主要系侧围类、地板类、机舱类产品，合计收入占比分别为 92.12%、88.67%、94.14%和 90.79%，占比相对稳定。其中，2025 年 1-6 月，发行人机舱类产品收入占比较

2024 年度有所提高，侧围类和地板类产品收入占比则相对下降，主要原因系：发行人配套的深蓝 S07、深蓝 S09 等车型的冲焊零部件产品中机舱类产品的收入占比较高，2025 年 1-6 月，上述车型收入增加从而提高了发行人机舱类产品的收入占比。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对长安汽车的冲焊零部件产品的销售数量分别为 2,137.46 万件、2,596.49 万件、2,185.55 万件和 893.59 万件，与收入变动保持一致；冲焊零部件产品平均单价分别为 27.75 元/件、29.88 元/件、32.87 元/件和 34.79 元/件，平均单价呈上升趋势。主要原因系：（1）发行人承接的长安 CS75 等车型的侧围类和地板类产品中，安装支架、连接板等重量轻单价低的小型零部件数量较多，拉低了平均单价，报告期内随着长安 CS75 等车型的收入下降，侧围类和地板类产品的平均单价有所提升；（2）同时，发行人承接的深蓝 S07、深蓝 S09 等车型的机舱类产品中，主要系转向支撑总成、发动机舱边梁焊接分总成等，该总成类产品重量大，销售单价高，2025 年 1-6 月，随着上述车型的收入占比提高，拉升了机舱类产品的平均销售单价。

3、蔚来汽车

单位：万元、万件、元/件

产品类别	收入				收入占比				销售数量				销售单价			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
侧围类	8,536.99	19,032.58	15,584.52	3,994.06	53.45%	61.11%	66.96%	58.23%	162.17	363.47	327.33	134.65	52.64	52.36	47.61	29.66
地板类	3,595.71	4,004.28	2,437.83	727.86	22.51%	12.86%	10.47%	10.61%	22.17	41.91	42.35	20.31	162.18	95.55	57.57	35.83
机舱类	2,105.88	3,159.13	1,867.06	1,798.88	13.19%	10.14%	8.02%	26.23%	16.80	34.91	24.69	55.39	125.37	90.48	75.61	32.48
其他类	1,731.90	4,950.79	3,384.54	338.50	10.84%	15.90%	14.54%	4.93%	32.40	74.63	61.65	10.24	53.45	66.33	54.90	33.05
合计	15,970.48	31,146.79	23,273.95	6,859.29	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	233.54	514.93	456.02	220.59	68.38	60.49	51.04	31.10

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对蔚来汽车销售的冲焊零部件产品主要系侧围类、地板类、机舱类产品，合计收入占比分别为 95.07%、85.46%、84.10%和 89.16%，占比呈现波动。其中，（1）2022 年，发行人承接的车型主要为蔚来 ET5、蔚来 ET7，其中蔚来 ET5 主要系侧围类产品，蔚来 ET7 主要系侧围类和机舱类产品，因此侧围类和机舱类产品收入占比相对较高；（2）2023 年，蔚来 ET5 收入持续增长，但蔚来 ET7 收入下滑，因此侧围类产品收入占比提高，而机舱类产品收入占比下降；同时，蔚来 ES6 等车型收入增长较快，配套该车型的产品除了侧围类产品外，还有较多的全景天窗加强板总成等其他类产品，因此 2023 年其他类产品收入占比相对提高；（3）2025 年 1-6 月，蔚来乐道 L60 收入增长较快，收入占比提高，配套该车型的产品主要系前/后地板总成等地板类产品，因此地板类产品收入占比提高。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对蔚来汽车的冲焊零部件产品的销售数量分别为 220.59 万件、456.02 万件、514.93 万件和 233.54 万件，平均单价分别为 31.10 元/件、51.04 元/件、60.49 元/件和 68.38 元/件。平均单价呈上升趋势，主要原因系：（1）报告期内，发行人配套的蔚来 ES8 等高端车型收入增加，蔚来 ES8 系蔚来的旗舰级 SUV，发行人为该车型配套的 A/B 柱加强板总成、侧围前部总成等侧围类产品，以及后围总成等地板类产品主要采用铝制件，铝材成本较高，单位价格较高，导致侧围类产品和地板类产品的平均单价逐步提高；（2）报告期内，发行人配套的蔚来 ET7 等车型收入减少，配套蔚来 ET7 的安装支架、踏板加强板等机舱类产品为重量轻、单价低的小型零部件，随着蔚来 ET7 收入减少，平均单价逐步提高。同时，随着蔚来乐道 L60、蔚来 ES6 等车型收入增加，发行人为其配套的前围下横梁总成、前横梁总成等高单价的机舱类产品占比提高，导致机舱类产品平均单价逐步提高。

4、理想汽车

单位：万元、万件、元/件

产品类别	收入				收入占比				销售数量				销售单价			
	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
侧围类	1,793.35	3,586.63	95.40	-	26.49%	26.90%	82.81%	-	52.94	102.96	1.44	-	33.88	34.84	66.20	-
地板类	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
机舱类	2,430.74	4,772.54	9.78	-	35.91%	35.79%	8.49%	-	42.44	82.18	0.11	-	57.28	58.07	92.45	-
其他类	2,544.83	4,974.55	10.02	-	37.60%	37.31%	8.70%	-	21.09	40.73	0.13	-	120.67	122.13	77.22	-
合计	6,768.93	13,333.73	115.20	-	100.00%	100.00%	100.00%	-	116.47	225.87	1.67	-	58.12	59.03	68.80	-

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对理想汽车销售的冲焊零部件产品主要系侧围类、机舱类和其他类产品，未承接地板类的冲焊零部件产品。其中，2023 年，侧围类产品收入占比较高，主要系 2023 年发行人销售的产品主要系配套理想 MEGA 车型的侧围类产品；2024 年度和 2025 年 1-6 月，随着理想 L6 销量的增长，发行人配套该车型的各类产品占比相对稳定。

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对理想汽车的冲焊零部件产品的销售数量分别为 1.67 万件、225.87 万件和 116.47 万件，平均单价分别为 68.80 元/件、59.03 元/件和 58.12 元/件，呈小幅下降趋势，主要系受年降影响。

5、长安福特

单位：万元、万件、元/件

产品类别	收入				收入占比				销售数量				销售单价			
	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
侧围类	973.82	2,840.61	4,356.83	6,449.15	8.82%	9.24%	15.54%	24.28%	67.84	173.90	213.15	340.96	14.35	16.34	20.44	18.91
地板类	7,019.75	19,045.33	16,633.62	14,714.77	63.58%	61.92%	59.33%	55.39%	73.27	234.92	185.82	180.94	95.81	81.07	89.52	81.33
机舱类	1,080.48	2,998.00	2,115.76	1,124.89	9.79%	9.75%	7.55%	4.23%	48.77	146.10	99.93	75.77	22.16	20.52	21.17	14.85
其他类	1,967.21	5,871.72	4,931.65	4,277.60	17.82%	19.09%	17.59%	16.10%	82.97	298.67	274.90	241.61	23.71	19.66	17.94	17.70
合计	11,041.27	30,755.67	28,037.86	26,566.41	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	272.84	853.59	773.80	839.27	40.47	36.03	36.23	31.65

注：发行人对长安福特的销售系按照净额法确认收入，上表中销售收入及销售单价已对净额法进行还原后披露。

2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月，发行人对长安福特销售的冲焊零部件产品主要系地板类和其他类产品，合计收入占比分别为71.49%、76.91%、81.02%和81.39%。其中，地板类收入占比呈上升趋势，主要系发行人承接的福特锐界、福特蒙迪欧的零部件产品主要系地板类产品，随着两款车型收入占比相对提高，整体上地板类收入占比相应提高；侧围类产品收入占比呈下降趋势，主要系发行人承接的福特锐际、福特探险者等车型的零部件产品主要系侧围类产品，随着两款车型收入占比相对下滑，整体上侧围类产品收入占比相应下降。

2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月，发行人对长安福特的冲焊零部件产品的销售数量分别为839.27万件、773.80万件、853.59万件和272.84万件，平均单价分别为31.65元/件、36.23元/件、36.03元/件和40.47元/件，呈小幅上升趋势，主要系发行人向长安福特销售产品结构变化导致。随着单价较高的地板类产品收入占比提高，以及单价较低的侧围类产品收入占比下降，整体平均单价相应提高。

（三）发行人主营业务收入增长的合理性；部分客户收入有所下滑的原因及合理性

根据上述客户主力车型的销售情况和客户向发行人的采购情况，以及发行人对具体客户的销售产品单价、销售数量、产品结构变化等情况，可知发行人主营业务收入实现稳步增长，主要得益于吉利汽车、长安汽车、蔚来汽车、理想汽车、长安福特等核心整车厂客户主力车型的市场终端销量的强劲表现。其中，2023年，吉利汽车的沃尔沃 EX30、博越 L、smart 精灵#1/#3，长安汽车的欧尚 Z6、深蓝 S07，蔚来汽车的 ET5、ES6、ES8 等车型销售大幅增长，发行人配套上述车型冲焊零部件收入较上年度合计增长 55,756.01 万元；2024 年，吉利汽车的沃尔沃 EX30、银河 E5、银河 E8，长安汽车的深蓝 S07，蔚来汽车的乐道 L60，理想汽车的理想 L6，比亚迪的宋 Pro，长城汽车的宝马 MINI 等车型销售大幅增长，发行人配套上述车型冲焊零部件收入较上年度合计增长 57,695.91 万元。

报告期内，国内汽车行业整体呈现良好发展态势，长安汽车、吉利汽车等自主品牌车企表现持续向好，对零部件企业的需求不断扩大，有效拉动了公司产品销售收入的稳步提升。公司凭借优异的产品质量和稳定的交付能力和高效的配套服务，赢得了客户的信赖，与客户建立了长期稳定的战略合作关系，并持续获得新车型配套项目。同时，公司积极拓展布局国内新能源汽车市场，抓住国产新能源汽车快速发展的机遇，持续拓展新品牌客户资源。因此，发行人主营业务收入增长具有合理性。

长安汽车、长安福特等客户在部分年度收入出现下滑，主要系部分旧车型上市时间较早、部分车型改款换代等原因，导致的收入阶段性波动；此外，受到国产新能源汽车市场竞争加剧的影响，长安福特等合资车企终端市场份额受到挤压，导致收入下降。因此，该部分客户收入有所下滑的原因具有合理性。

报告期内，发行人持续获得新车型配套项目，定点车型储备丰富；同时截止目前，发行人在手订单情况良好；未来随着整车厂商重点车型的陆续上市和量产，将为公司带来持续的收入增长，发行人相关业务和业绩增长具有可持续性。

二、发行人 2023 年营业收入增长率与同行业可比公司均值基本一致，2024 年度营业收入增长率远超同行业可比公司均值的合理性；

2023 年度、2024 年度，发行人营业收入分别为 256,352.04 万元和 308,786.52 万元，分别较上年度增长 22.59%和 20.45%。同期，同行业可比公司的平均增长率分别为 20.34%和 8.75%。发行人营业收入增长率与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

可比公司	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
无锡振华	253,073.03	9.23%	231,698.37	23.19%	188,075.45
华达科技	510,611.20	-4.89%	536,888.80	4.00%	516,260.96
多利科技	359,202.01	-8.19%	391,253.93	16.62%	335,500.87
博俊科技	422,705.55	62.55%	260,048.56	86.96%	139,090.93
泰鸿万立	168,864.69	9.35%	154,430.16	4.50%	147,776.70
常青股份	340,901.38	4.93%	324,886.56	2.71%	316,321.76
英利汽车	469,251.66	-11.76%	531,813.32	4.39%	509,426.94
收入平均增幅		8.75%		20.34%	-
发行人	308,786.52	20.45%	256,352.04	22.59%	209,106.94

2024 年度，同行业可比公司的平均营业收入增长率低于发行人的主要原因系不同可比公司的客户结构以及客户的终端市场销量表现存在较大差异，收入增长分化严重。受下游客户车型销量减少的影响，部分可比公司出现收入下滑，导致同行业可比公司均值较上年度增幅放缓。

1、2024 年度，同行业可比公司中华达科技、多利科技与英利汽车的营业收入分别较上年下滑 4.89%、8.19%和 11.76%，剔除华达科技、多利科技、英利汽车等营业收入负增长企业后，同行业可比公司收入增幅的均值为 21.52%，与发行人增速基本一致。具体分析如下：

(1) 根据华达科技 2024 年年度报告，在新能源汽车行业价格战加剧、传统燃油车市场持续萎缩的背景下，本田、丰田、日产、通用等老牌合资车企纷纷“减员、减产、降本”，华达科技配套量随之下降。根据华达科技 2025 年 3 月披露的《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书》，华达科技主要客户系一汽大众、东风汽车、广汽集团、特斯拉等。其中，2024 年度，一汽大众、

广汽集团销量分别为 165.91 万辆和 200.31 万辆,较 2023 年同比分别下降 13.15% 和 20.04%。

(2) 根据多利科技 2024 年年度报告,受下游终端产品销量波动,多利科技 2024 年度营业收入 35.92 亿元,同比下降 8.19%。客户结构方面,多利科技的主要客户中上汽大众、上汽通用、上汽乘用车等传统整车制造商,2024 年度整车销量均较上年度出现下滑,降幅分别为 5.51%、56.54%和 28.30%。

(3) 根据英利汽车 2024 年年度报告,在新能源汽车市场持续爆发,传统燃油车市场面临转型压力的背景下,2024 年英利汽车订单量较 2023 年度减少,导致 2024 年度营业收入下滑。英利汽车重要客户包括一汽大众、北京奔驰、沃尔沃亚太、华晨宝马等。2024 年度,英利汽车客户集中度较高,来源于一汽大众的收入为 187,490 万元,占收入的 40%左右,营业收入受一汽大众的终端销量影响较大,2024 年度一汽大众销量为 165.91 万辆,较 2023 年同比下降 13.15%。

2、发行人营业收入增长系定点车型项目销售良好所致,增长具有合理性。

发行人主要客户系长安汽车、吉利汽车、蔚来汽车、长安福特、理想汽车等,与前述同行业可比公司在客户结构上存在差异。得益于下游主要客户经营表现持续向好,2024 年发行人营业收入保持持续增长态势。2024 年度,发行人营业收入较 2023 年增长 52,434.48 万元,收入增加主要由吉利汽车、理想汽车和比亚迪等整车厂客户的收入增加带动,上述客户合计贡献收入增长占发行人整体收入增量的近 90%。故发行人营业收入增长系定点车型项目销售良好所致,增长具有合理性。

同行业可比公司中,博俊科技 2024 年的前五大客户为理想汽车、吉利集团、赛力斯、长安汽车、比亚迪,与发行人客户结构较为相似,其 2024 年营业收入增长率也处于较高水平。泰鸿万立主要客户系吉利汽车、长城汽车等;常青股份主要客户包括江淮汽车、奇瑞汽车、比亚迪等,其中,2024 年吉利汽车、长城汽车、奇瑞汽车、比亚迪等整车厂表现向好,销量均较 2023 年同期上涨,带动前述企业营业收入增长。

综上所述，由于发行人与同行业可比公司客户结构存在差异，且客户的终端市场表现也不同，故营业收入增长率会存在差异。（1）华达科技、多利科技、英利汽车主要客户中的部分传统整车制造商，受新能源汽车行业价格战加剧、传统燃油车市场持续萎缩等影响，销量下滑，导致前述公司收入出现下滑的情形。剔除华达科技、多利科技、英利汽车等营业收入负增长企业后，2024 年度同行业可比公司收入增幅的均值为 21.52%，与发行人收入增速基本一致；（2）博俊科技、无锡振华、泰鸿万立、常青股份等受益于下游整车厂表现向好，营业收入持续增长；（3）发行人的收入增长系主要客户经营表现持续向好，定点车型项目销售良好所致，故发行人 2024 年度营业收入增长率高于同行业可比公司均值具有合理性。

三、发行人材料采购、产品生产、订单获取、发货、客户验收或者领用结算等各环节的周期情况，结合产品、客户等因素说明发行人第四季度收入占比较高的原因，特别是 12 月收入占比明显偏高的原因，是否存在 12 月缩短收入确认周期从而提前确认收入的情况；发行人收入季节性分布与同行业比较情况，特别是第四季度各月份收入分布比较情况，是否符合行业特点；

（一）发行人材料采购、产品生产、订单获取、发货、客户验收或者领用结算等各环节的周期情况

公司主要产品为汽车冲焊零部件，具有多品种、批次各异的特点。在采购与生产管理中，公司主要采用“以销定产”与“以产定采”相结合的模式，依据客户采购订单及自身销售预测合理排布生产，在保障客户需求的同时，提升产能利用率与生产效率。

1、订单获取

报告期内，发行人主要客户销售订单执行周期情况如下：

客户	销售订单执行周期	报告期内是否发生变动
吉利汽车	客户每月下旬通过邮件发送次月车型总量计划，发行人依据该计划进行物料拆解和生产排产。每周一，客户提供一周的日排产计划，发行人据此发货至吉利客户仓库或指定三方仓库；若发往三方仓库，客户需自行取货。客户每月进行一次整月结算，并通过客户信息平台发布结算信息。	否
长安汽车	客户每月下旬通过邮件发送次月车型月度计划（即次月每日生产量），发行人依据该计划进行物料拆解和生产排产。发行人基于日排产计划发货至长安物流仓库。客户每月进行两次结算：每月5日左右结算上月21日至月底，当月25日左右结算本月1-20日，并通过客户信息平台发布结算信息。	否
蔚来汽车	客户每月下旬通过邮件和蔚来NIO平台发送次月各车型月度总量计划，发行人依据该计划进行物料拆解和生产排产。每周一，客户提供一周的日排产计划，发行人基于客户系统实时需求发货至蔚来汽车仓库。客户每月初结算上月整月数据，并通过客户信息平台发布结算信息。	否
长安福特	客户每月下旬通过邮件发送次月车型月度计划（即次月每日生产量），发行人依据该计划进行物料拆解和生产排产。发行人基于日排产计划从成品库房发货。每月初进行一次结算，结算上月全月数据，并通过客户信息平台发布结算信息。	否
理想汽车	客户每月下旬通过邮件发送次月车型总量计划，发行人依据该计划进行物料拆解和生产排产。公司根据日排产计划发货至理想客户仓库或指定三方仓库。客户采用到货结算模式，结算周期为每月25日至次月24日，每月进行一次结算，并通过客户信息平台发布结算信息。	否
腾海工贸	客户每月下旬通过邮件发送次月车型总量计划。发行人依据该计划执行物料分解和生产排产。客户每日下午发送次日的要货指令，发行人根据客户的日要货指令发货至客户处。客户每月对上月整月数据进行一次结算，并通过邮件发布结算信息。	否
比亚迪	客户每月下旬通过邮件发送次月车型月度计划（即次月每日生产量）。发行人依据该计划执行物料分解和生产排产。发行人依据客户的日生产计划发货至第三方仓库。第三方仓库根据客户的要货指令发货至客户处。客户每月对上月整月数据进行一次结算，并通过客户信息平台发布结算信息。	否
长城汽车	客户于每月下旬通过其系统平台向发行人发送次月车型总量计划。发行人依据该月度车型计划执行物料拆解及生产排产。客户于每日下午向发行人下达次日的取货计划，发行人据此进行备货并安排发货事宜，货物由客户指定的第三方物流车队完成上门提货。客户按月对整月周期（结算周期为上月11日至次月10日）进行统一结算，并通过其信息平台发布开票信息。	否

注：报告期内，存在同一控制下多个客户主体与发行人同时合作的情况，因此选取其中主要

的客户主体的订单周期执行情况进行列示。

2、材料采购

公司采购的核心原材料为钢材，其采购流程围绕需求预测与钢材供应商交付周期展开：物流部通常依据客户生产预测，向采购部提供 1-3 个月后的钢材需求量；采购部基于该需求数据向钢材供应商下达订单，生产及送货周期一般为 60-90 天。

3、产品生产

公司生产计划的制定与调整以客户需求为核心：客户按照年度计划预估全年产量，具体执行时制定月、周等滚动计划，公司根据客户月、周计划并结合实际订单情况排定生产计划。待客户发出准确需求订单后，公司生产部门对生产计划进行相应调整，确保生产与需求精准匹配。公司冲压零部件生产采用批次化排产模式，每批次生产周期通常约 1 周左右。其中，热成型产品需依次经过落料、热压、激光切割、抛丸、焊接、检测等环节；冷冲压产品需经过落料、冷冲压、焊接、检测等环节，两类产品的核心生产环节（落料、热压/冷冲压）约需 3-5 天，总成焊接通常于交付前日或当日完成。

4、发货：为保障交付效率，公司围绕整车制造商生产基地布局生产与运输网络，产品发货后通常可实现当天运输送达。

5、客户验收或者领用结算：（1）直接销售模式下，产品交付给客户并经客户验收后确认收入；（2）寄售模式下，产品交付给客户并经客户领用时确认收入。公司根据与客户约定的结算周期，每月开展一至两次结算工作。

报告期内，公司主要客户信用政策为 30-90 天，具体信用期情况如下：

客户名称	信用政策	报告期内是否发生变化
吉利汽车	发票入账后次月 1 日起 45 天/75 天	否
长安汽车	发票入账后 90 天	否
蔚来汽车	发票入账后 90 天	否
长安福特	发票入账后 30 天	否

客户名称	信用政策	报告期内是否发生变化
理想汽车	发票入账后 90 天	否
腾海工贸	发票入账后 90 天	否
比亚迪	发票入账后 60 天	否
长城汽车	发票入账后次月 1 日起 90 天	否

报告期内，公司与主要客户信用政策未发生变化，不存在放宽信用期的情形。

公司根据与客户约定的结算周期，每月开展一至两次结算工作，具体结算周期情况如下：

结算模式	客户名称	结算清单的出具方式	结算清单的出具时点	报告期内是否发生变化
寄售模式	吉利汽车	客户系统出具结算单	每月 10 日左右结算上月 1-31 日	否
	长安汽车	客户系统出具结算单	每月 5 日左右结算上月 21 日至月底，当月 25 日左右结算本月 1-20 日	否
	蔚来汽车	客户系统出具结算单	每月 1 日到 5 日结算上月 1-31 日	否
	长安福特	客户系统出具结算单	每月 5 日后结算上月 1-31 日	否
	比亚迪	客户系统出具结算单	每月 20 日之前结算上月 1-31 日	否
	腾海工贸	邮件出具结算单	每月 25 日之后结算上月 1-31 日	否
	长城汽车	客户系统出具结算单	每月 20 日结算上月 11-31 日及本月 1-10 日	否
直接销售模式	理想汽车	客户系统出具	每月 25 日结算上月 25-31 日及本月 1-24 日	否
	蔚来汽车	客户系统出具	每月 1 日到 5 号结算上月 1-31 日	否
	英纳法	邮件出具	每月 5 日后结算上月 1-31 日	否
	伟巴斯特	客户系统出具	每月 10 日后结算上月 11 日-本月 10 日	否
	广汽乘用车	客户系统出具	每月 11 日左右结算上月 1-31 日	否
	地通控股	客户系统出具	每月 10 日左右结算上月 1-31 日	否

(二) 结合产品、客户等因素说明发行人第四季度收入占比较高的原因，特别是 12 月收入占比明显偏高的原因，是否存在 12 月缩短收入确认周期从而提前确认收入的情况

1、结合产品、客户等因素说明发行人第四季度收入占比较高的原因

报告期各期，发行人第四季度主营业务不同产品类别收入占各类别全年收入的具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度 第四季度		2023 年度 第四季度		2022 年度 第四季度	
	收入金额	占各类别 全年收入 比例	收入金额	占各类别 全年收入 比例	收入金额	占各类别 全年收入 比例
冲焊零部件	88,501.16	31.95%	73,104.87	32.65%	57,966.02	33.44%
冲压模具	4,047.07	36.82%	446.78	3.43%	11,591.03	65.56%
机器人工作 站及集成	650.58	87.05%	360.27	100.00%	-	-
合计	93,198.81	32.28%	73,911.92	31.15%	69,557.05	36.42%

(1) 关于冲焊零部件业务，发行人各季度收入随着汽车行业整体的波动而变化，其中第四季度占比高于其他季度，主要系第四季度为乘用车产销的主要旺季，符合行业特征。

报告期内，发行人各期前五大整车厂客户第四季度产量及销量占比情况如下：

项目	客户	2024 年 第四季度	2023 年 第四季度	2022 年 第四季度
销量占比	吉利汽车	31.56%	31.50%	30.94%
	长安汽车	29.07%	26.77%	28.36%
	蔚来汽车	32.75%	31.27%	32.70%
	长安福特	30.19%	28.44%	23.82%
	理想汽车	31.71%	35.05%	34.76%
	比亚迪	35.68%	31.24%	36.58%
	平均数	31.83%	30.71%	31.19%
产量占比	吉利汽车	未披露	未披露	未披露
	长安汽车	32.58%	29.56%	29.00%
	蔚来汽车	未披露	未披露	未披露
	长安福特	30.59%	30.68%	23.90%
	理想汽车	未披露	未披露	未披露
	比亚迪	35.85%	30.62%	36.43%

	平均数	33.01%	30.29%	29.77%
--	-----	--------	--------	--------

注：主要客户的产销量占比数据来源于官方公告信息，其中吉利汽车、蔚来汽车、理想汽车未披露产量数据。

如上表所示，2022 年度、2023 年度和 2024 年度，主要客户第四季度产量占比均值分别为 29.77%、30.29%、33.01%，销量占比均值分别为 31.19%、30.71%、31.83%，均超过全年平均水平，表明第四季度为乘用车产销的主要旺季。发行人第四季度冲焊零部件销售金额占比分别为 31.38%、32.65%、31.95%（已剔除 2022 年度补差），销售占比与报告期内主要客户产销数据占比相匹配，不存在显著异常。

（2）关于冲压模具业务，由于各汽车厂商的新车型开发周期和需求时点不尽相同，不同模具的设计复杂程度和生产周期差异较大，收入主要依据客户对产品的最终验收时点进行确认，因此收入季节波动较大。冲压模具 2022 年度第四季度收入占比较高主要系长安福特 CDX706 车型、蔚来汽车 Pegasus 车型、恒大汽车 SX11 车型冲压模具经客户验收后确认收入。2024 年度第四季度收入占比较高主要系蔚来汽车 DOM 车型冲压模具经客户验收后确认收入。

（3）关于机器人工作站及集成业务，公司该业务因处于起步阶段，收入规模尚较低，公司根据客户的验收报告确认机器人工作站及集成业务收入，因此收入季节性波动相对较大。

2、12 月收入占比明显偏高的原因，是否存在 12 月缩短收入确认周期从而提前确认收入的情况

（1）报告期内，发行人第四季度不同月份主营业务收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
十月	24,961.92	8.65%	20,970.63	8.84%	18,594.55	9.73%
十一月	27,703.16	9.59%	18,362.81	7.74%	25,860.79	13.54%
十二月	40,533.73	14.04%	34,578.48	14.57%	25,101.71	13.14%
合计	93,198.81	32.28%	73,911.92	31.15%	69,557.05	36.42%

从第四季度分月数据看，报告期内，第四季度 12 月主营业务收入占比分别为 13.14%、14.57%、14.04%，主要是由于年末及春节前为整车市场传统销售旺季，以及元旦、春节长假对生产的影响，长安汽车、吉利汽车、长安福特、蔚来汽车等客户根据其内部销售计划增加对上游零部件供应商的采购力度。

(2) 报告期内，发行人各期前五大整车厂客户第四季度 12 月份产量及销量占比情况如下：

项目	客户	2024 年度 12 月	2023 年度 12 月	2022 年度 12 月
销量占比	吉利汽车	9.65%	8.92%	10.19%
	长安汽车	9.36%	8.42%	10.90%
	蔚来汽车	14.03%	11.25%	12.91%
	长安福特	12.02%	12.05%	7.60%
	理想汽车	11.69%	13.39%	15.94%
	比亚迪	12.05%	11.28%	12.59%
	平均数	11.47%	10.89%	11.69%
产量占比	吉利汽车	未披露	未披露	未披露
	长安汽车	12.09%	9.88%	10.75%
	蔚来汽车	未披露	未披露	未披露
	长安福特	11.58%	9.86%	6.80%
	理想汽车	未披露	未披露	未披露
	比亚迪	10.84%	10.15%	12.50%
	平均数	11.50%	9.96%	10.02%

2022 年度、2023 年度和 2024 年度，主要客户 12 月份产量占比均值分别为 10.02%、9.96%、11.50%，销量占比均值分别为 11.69%、10.89%、11.47%，均超过全年平均水平，销售占比与报告期内主要客户产销数据占比相匹配，不存在显著异常。报告期内，公司根据与客户约定的信用期与结算周期进行结算、对账以及收款，公司主要客户信用政策以及结算周期未发生变化，不存在 12 月缩短收入确认周期从而提前确认收入的情况。

(三) 发行人收入季节性分布与同行业比较情况，特别是第四季度各月份收入分布比较情况，是否符合行业特点；

发行人与同行业可比公司的各季度收入占比情况如下：

项目	公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
第一季度	无锡振华	19.37%	18.25%	23.67%
	华达科技	27.07%	19.95%	21.76%
	多利科技	21.73%	21.11%	21.91%
	常青股份	21.69%	24.24%	23.26%
	博俊科技	18.88%	15.88%	16.23%
	英利汽车	24.74%	21.90%	21.44%
	泰鸿万立	21.79%	21.47%	23.25%
	平均值	22.18%	20.40%	21.64%
	发行人	19.30%	18.54%	21.43%
第二季度	无锡振华	24.78%	23.57%	18.68%
	华达科技	18.78%	24.01%	19.80%
	多利科技	20.95%	23.20%	19.25%
	常青股份	23.90%	23.03%	24.38%
	博俊科技	21.88%	23.39%	17.40%
	英利汽车	25.69%	25.72%	16.65%
	泰鸿万立	21.93%	22.48%	18.79%
	平均值	22.56%	23.63%	19.28%
	发行人	23.94%	21.49%	19.07%
第三季度	无锡振华	24.21%	27.93%	28.94%
	华达科技	23.43%	23.62%	26.62%
	多利科技	26.58%	25.87%	30.11%
	常青股份	26.52%	24.46%	27.58%
	博俊科技	26.95%	26.12%	26.58%
	英利汽车	23.71%	25.77%	30.93%
	泰鸿万立	25.79%	25.82%	27.12%
	平均值	25.31%	25.66%	28.27%

项目	公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	发行人	24.80%	27.31%	28.11%
第四季度	无锡振华	31.63%	30.26%	28.71%
	华达科技	30.71%	32.42%	31.82%
	多利科技	30.75%	29.81%	28.73%
	常青股份	27.90%	28.28%	24.78%
	博俊科技	32.29%	34.60%	39.79%
	英利汽车	25.86%	26.61%	30.98%
	泰鸿万立	30.49%	30.23%	30.84%
	平均值	29.95%	30.32%	30.81%
	发行人	31.95%	32.65%	31.38%

注：各季度收入占比：根据可比公司披露的年度报告或招股说明书等公开资料统计；发行人为主营业务收入冲焊零部件收入的各季度收入占比（已剔除 2022 年度补差影响），下同。

报告期各期，中国乘用车市场自主品牌按季度的销量分布情况以及发行人第四季度主营业务收入占比情况如下：

单位：万辆、万元

项目		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		销量/ 收入	占比	销量/ 收入	占比	销量/ 收入	占比
中国乘用车市场自主品牌销量	第一季度	339.50	18.91%	268.30	18.45%	254.20	21.61%
	第二季度	402.70	22.42%	330.30	22.72%	234.40	19.93%
	第三季度	449.20	25.01%	389.50	26.79%	327.30	27.83%
	第四季度	604.40	33.66%	466.00	32.05%	360.30	30.63%
	合计	1,795.80	100.00%	1,454.10	100.00%	1,176.20	100.00%
发行人第四季度收入及占比		88,501.16	31.95%	73,104.87	32.65%	52,755.79	31.38%

注：数据来源：wind-中国汽车工业协会。

根据上表可知，每年的第一季度受春节元旦等假期影响，中国乘用车市场销量整体占比较低；而第四季度为乘用车销售旺季，市场销量整体占比较高。发行人收入季节性分布符合行业特点，与同行业可比公司不存在重大差异。

此外，发行人第四季度不同月份收入占比存在差异，其中 12 月份收入占比

相对较高，主要原因系：（1）各年末，特别是12月份，整车厂商及其经销商为达成年度销量目标，通常会增加终端促销力度及终端销量的增长；（2）国家和各省市的汽车消费刺激政策（如“以旧换新”等）的申请截止日期常设定在每年12月底，有效刺激了终端购车需求在年底前集中释放；（3）春节假期通常位于1月或2月，主机厂及其供应链企业停工时间较长，为保障节后生产与销售的平稳衔接，主机厂往往会在12月提前进行整车的库存储备。上述原因均带动了主机厂订单的增加，并带动了发行人等零部件供应商年末，特别是12月份销量的增加。

综上，发行人收入季节性分布符合行业特点，与同行业可比公司不存在重大差异；第四季度各月份收入分布情况符合行业特点。

四、报告期各期，收入函证的回函不符和未回函的比例较高，详细说明各期回函不符金额对应的主要客户情况及具体原因，各期末回函的主要客户情况及具体原因；

（一）发行人收入函证的具体情况

报告期各期，发行人收入函证的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入（a）	160,414.75	308,786.52	256,352.04	209,106.94
函证金额（b）	153,957.12	302,932.89	237,859.11	201,093.01
发函比例（c=b/a）	95.97%	98.10%	92.79%	96.17%
回函金额（d）	143,903.31	277,990.66	229,902.31	181,591.36
回函直接相符金额（e）	98,991.24	197,677.27	175,094.33	156,640.45
回函不符调节后相符金额（f）	44,912.07	80,313.39	54,807.98	24,950.91
回函直接相符比例（g=e/a）	61.71%	64.02%	68.30%	74.91%
回函不符调节后相符比例（h=f/a）	28.00%	26.01%	21.38%	11.93%
合计回函相符比例（i=g+h）	89.71%	90.03%	89.68%	86.84%
未回函进行替代测试金额（l）	10,053.81	24,942.23	7,956.80	19,501.65
回函直接相符、调节后相符、替代测试合计金额（j=e+f+l）	153,957.12	302,932.89	237,859.11	201,093.01
收入确认比例（k=j/a）	95.97%	98.10%	92.79%	96.17%

(二) 各期回函不符金额对应的主要客户情况及具体原因

发行人各期回函不符金额对应的主要客户及回函不符的具体原因如下：

单位：万元

期间	客户名称	发函金额	回函金额	差异金额	具体原因
2025年 1-6月	蔚来汽车科技（安徽）有限公司	14,042.38	13,731.95	310.43	（1）冲压模具销售分期收款业务，客户按开票挂账进度确认为当年采购额，发行人在模具完工并经客户验收合格后，确认收入；（2）该客户冲焊零部件产品为寄售模式，客户以开票记录当期采购额，发行人按照客户领用时间暂估收入，为暂估差异。
	北京理想汽车有限公司常州分公司	6,135.66	4,641.81	1,493.85	客户校验挂账流程时间较长，在收到发行人开具销售发票后，通过校验登记流程于次月月初挂账，计入挂账月份的采购额。
	蔚来汽车（安徽）有限公司	3,217.39	932.29	2,285.10	（1）冲压模具销售分期收款业务，客户按开票挂账进度确认为当年采购额，发行人在模具完工并经客户验收合格后，确认收入；（2）该客户冲焊零部件产品为寄售模式，客户以开票记录当期采购额，发行人按照客户领用时间暂估收入，为暂估差异。
	重庆铃耀汽车有限公司	2,260.89	2,841.31	-580.42	该客户冲焊零部件产品为寄售模式，客户以开票记录当期采购额，发行人按照客户领用时间暂估收入，为暂估差异。
	北京理想汽车有限公司	633.26	405.49	227.77	客户校验挂账流程时间较长，在收到发行人开具销售发票后，通过校验登记流程于次月月初挂账，计入挂账月份的采购额。
	重庆睿蓝汽车制造有限公司	408.20	-	408.20	该客户冲焊零部件产品为寄售模式，客户以开票记录当期采购额，发行人按照客户领用时间暂估收入，为暂估差异。
	重庆睿蓝汽车研究院有限公司	363.13	-	363.13	该客户冲焊零部件产品为寄售模式，客户以开票记录当期采购额，发行人按照客户领用时间暂估收入，为暂估差异。

期间	客户名称	发函金额	回函金额	差异金额	具体原因
	其他回函差异小于 200 万元客户	17,851.16	17,680.81	312.46	(1) 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用或验收时间暂估收入, 为暂估差异; (2) 客户校验挂账流程时间较长, 在收到发行人开具销售发票后, 通过校验登记流程于次月月初挂账, 计入挂账月份的采购额。
	合计	44,912.07	40,233.66	-	-
2024 年 度	蔚来汽车科技 (安徽) 有限公司	20,341.21	16,226.38	4,114.83	(1) 冲压模具销售收款业务, 客户按开票挂账进度确认为当年采购额, 发行人在模具完工并经客户验收合格后, 确认收入; (2) 该客户冲焊零部件产品为寄售模式, 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用时间暂估收入, 为暂估差异。
	南京长安汽车有限公司	11,087.24	10,809.04	278.20	该客户冲焊零部件产品为寄售模式, 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用时间暂估收入, 为暂估差异。
	重庆铃耀汽车有限公司	10,612.30	9,690.62	921.68	该客户冲焊零部件产品为寄售模式, 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用时间暂估收入, 为暂估差异。
	北京理想汽车有限公司	3,484.05	3,045.72	438.33	发行人在模具经过客户认可并取得客户确认文件时确认收入, 客户以开票记录当期采购额, 以前年度存在冲压模具预收款, 客户计入以前年度采购额。
	蔚来汽车 (安徽) 有限公司	2,081.69	8,236.20	-6,154.51	(1) 冲压模具销售分期收款业务, 客户按开票挂账进度确认为当年采购额, 发行人在模具完工并经客户验收合格后, 确认收入; (2) 该客户冲焊零部件产品为寄售模式, 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用时间暂估收入, 为暂估差异。

期间	客户名称	发函金额	回函金额	差异金额	具体原因
	其他回函差异小于 200 万元客户	32,706.90	32,797.01	446.67	(1) 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用或验收时间暂估收入, 为暂估差异; (2) 客户校验挂账流程时间较长, 在收到发行人开具销售发票后, 通过校验登记流程于次月月初挂账, 计入挂账月份的采购额。
	合计	80,313.39	80,804.97	-	-
2023 年 度	蔚来汽车 (安徽) 有限公司	25,688.51	22,299.03	3,389.48	(1) 冲压模具销售分期收款业务, 客户按开票挂账进度确认为当年采购额, 发行人在模具完工并经客户验收合格后, 确认收入; (2) 该客户冲焊零部件产品为寄售模式, 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用时间暂估收入, 为暂估差异。
	南京长安汽车有限公司	9,041.74	8,396.03	645.71	该客户冲焊零部件产品为寄售模式, 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用时间暂估收入, 为暂估差异。
	上海蔚来汽车有限公司	7,611.85	7,151.19	460.66	该客户冲焊零部件产品为寄售模式, 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用时间暂估收入, 为暂估差异。
	其他回函差异小于 200 万元客户	12,465.88	12,464.45	363.54	(1) 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用或验收时间暂估收入, 为暂估差异; (2) 客户校验挂账流程时间较长, 在收到发行人开具销售发票后, 通过校验登记流程于次月月初挂账, 计入挂账月份的采购额。
	合计	54,807.98	50,310.70	-	-
2022 年 度	蔚来汽车 (安徽) 有限公司	8,129.94	6,289.87	1,840.07	(1) 冲压模具销售分期收款业务, 客户按开票挂账进度确认为当年采购额, 发行人在模具完工并经客户验收合格后, 确认收入; (2) 该客户冲焊零部件产品为寄售模式, 客户以开票记录当期采购额, 发行人按照客户领用时间暂估收入, 为暂估差异。
	南京长安汽车有限公司	4,636.15	4,364.21	271.94	客户以开票记录当期采购额, 为暂估差异。

期间	客户名称	发函金额	回函金额	差异金额	具体原因
	上海蔚来汽车有限公司	3,707.31	3,495.23	212.08	客户以开票记录当期采购额,为暂估差异。
	其他回函差异小于 200 万元客户	8,477.51	8,431.27	315.88	(1) 客户以开票记录当期采购额,发行人按照客户领用或验收时间暂估收入,为暂估差异;(2) 客户校验挂账流程时间较长,在收到发行人开具销售发票后,通过校验登记流程于次月月初挂账,计入挂账月份的采购额。
	合计	24,950.91	22,580.58	-	-

注：其他回函差异小于 200 万元客户回函差异金额为各单体客户回函差异绝对值合计数。

如上表所示，客户回函不符主要原因包括：（1）冲压模具分期收款业务，客户按开票挂账进度确认为当年采购额，发行人在模具完工并经客户验收合格后，确认收入；（2）部分客户记录采购金额时，按照当期收到的发票金额统计，暂估部分不予统计，由此产生的暂估时间性差异；（3）客户财务收到发票后需校验登记挂账，由于发行人客户皆为国内大型企业，部分客户校验挂账流程时间较长，在收到发行人开具销售发票后，通过校验登记流程于次月月初挂账，计入挂账月份的采购额，由此产生的时间性差异所致。

对于回函差异部分，保荐机构、申报会计师获取了经客户确认的冲压模具验收报告、领用/验收结算单作为差异调节表的支撑文件，以及销售合同、订单、增值税发票、回款回单等支持性文件，调节依据可靠，交易数据可以确认。

（三）各期末回函的主要客户情况及具体原因

发行人报告期各期末回函的主要客户情况及具体原因如下：

单位：万元

期间	客户名称	函证金额	占未回函收入比例	占营业收入比例
2025 年 1-6 月	比亚迪	5,101.20	50.74%	3.18%
	长城汽车	2,358.41	23.46%	1.47%
	宁德时代	1,532.73	15.25%	0.96%
	合计	8,992.35	89.44%	5.61%
2024 年度	比亚迪	9,288.40	37.24%	3.01%
	上汽通用五菱	4,317.92	17.31%	1.40%

期间	客户名称	函证金额	占未回函收入比例	占营业收入比例
	吉利汽车	4,143.64	16.61%	1.34%
	长城汽车	3,575.80	14.34%	1.16%
	合计	21,325.76	85.50%	6.91%
2023 年度	比亚迪	5,790.29	72.77%	2.26%
	广汽乘用车	1,421.62	17.87%	0.55%
	合计	7,211.90	90.64%	2.81%
2022 年度	比亚迪	10,755.56	55.15%	5.14%
	广汽乘用车	4,356.42	22.34%	2.08%
	恒大汽车	2,382.67	12.22%	1.14%
	合计	17,494.64	89.71%	8.37%

注：主要客户如比亚迪、长城汽车、吉利汽车等生产基地数量较多，上表仅包含未回函的生产基地。

报告期各期，上表客户函证未回函的原因系发行人部分客户为国内大型企业，地位较为强势，发行人单家销售金额占对方总采购的比例较小，且回函确认及签章等事项涉及内部较多行政流程，对方处理回函意愿较低。针对未回函情况，保荐机构、申报会计师均已执行替代测试，获取相应客户报告期内的销售及应收账款入账明细，并对原始会计凭证、合同/订单、冲压模具验收报告、验收单/结算单、出库单、银行回单、发票等关键业务单据进行检查，验证其收入的真实性。

五、验收模式下，主要客户出具验收结算单的周期情况，是否有对应的销售物流单据，验收结算单是否有客户的签字或盖章；寄售模式下，发行人于次月取得客户领用结算单，各期末在未获取当月客户领用结算单的情况下，发行人如何进行收入的暂估，暂估金额与后续实际确认金额是否存在重大差异，如何确保实际领用数量和结算单数量的一致性，如何管控寄售于客户处的存货。

（一）发行人验收模式和寄售模式的整体情况

报告期内，发行人冲焊零部件业务收入确认模式具体情况如下：

单位：万元

项目	内销/外销	收入确认方法	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

冲焊零 部件	内销	客户实际领用后确认收入	124,882.11	82.27%	246,177.54	85.26%	208,787.19	87.99%	156,835.56	82.11%
		客户验收后确认收入	17,895.38	11.79%	29,421.01	10.19%	13,778.75	5.81%	15,315.21	8.02%
	外销	货物报关出口并确认货物已装船后确认收入	342.34	0.23%	1,390.76	0.48%	1,306.02	0.55%	1,179.28	0.62%
冲焊零部件收入小计			143,119.82	94.28%	276,989.31	95.93%	223,871.95	94.35%	173,330.05	90.74%
主营业务收入合计			151,804.56	100.00%	288,727.13	100.00%	237,273.80	100.00%	191,009.22	100.00%

发行人冲焊零部件产品销售分为领用后确认收入（即寄售模式）和验收后确认收入（即验收模式），其中以寄售模式为主，寄售模式比例较高。

寄售模式系汽车零部件行业常见采用的销售模式，同行业可比公司对寄售模式表述如下：

公司名称	寄售模式具体表述
无锡振华	汽车冲压零部件：公司已根据合同约定将产品交付给购货方，并按照合同约定的验收模式（客户验收入库或领用）进行验收，验收通过并收取价款或取得收款的权利时确认销售收入。
华达科技	用量确认收入：公司产品运达客户指定的地点后，部分客户仅核对数量、不验收质量、不确认价格，公司产品相应形成发出商品；客户在实际领用时，同步确认产品的用量、质量及价格，公司依据客户确认信息完成收入确认。
多利科技	未披露
常青股份	上线结算方式下，发货至客户指定地点，客户上线使用后出具验单，公司在收到客户验单后确认收入。
博俊科技	未披露
英利汽车	本集团生产汽车零部件产品及模具类产品并销售予各地汽车整车制造厂商等客户。本集团根据销售合同的相关条款，以按照约定发出货物，客户在收到货物或者上线使用后予以验收，客户验收合格作为销售收入的确认时点。
泰鸿万立	根据与客户签订的合同或订单要求，将产品送达客户指定的地点并经客户领用，公司根据客户出具的结算单经核对无误后确认收入。

注：同行业可比公司信息来源于公开披露资料。

如上表所示，寄售模式系汽车零部件行业常见的销售模式。整车制造商客户出于库存管理等考虑，通常要求其供应商组织生产后送货至第三方仓库或客户指定仓库供其领用，以满足其生产连续性、便利性及低库存管理等需要，发行人以

寄售模式为主符合客户需求及实际经营情况。

同行业可比公司中，披露具体寄售模式占比的公司较少，若放宽至汽车零部件企业，发行人与汽车零部件企业内上市公司寄售模式占比对比如下：

公司名称	寄售模式收入占比			
	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
泰鸿万立	未披露	未披露	71.69%	80.62%
世昌股份	未披露	86.15%	79.46%	80.72%
新铝时代	未披露	未披露	88.81%	87.14%
发行人	82.27%	85.26%	87.99%	82.11%

注：同行业可比公司信息来源于公开披露资料。

如上表所示，发行人寄售模式占比与汽车零部件行业上市公司不存在重大差异，发行人以寄售模式为主符合行业惯例。

综上，发行人冲焊零部件业务分为验收模式和寄售模式，其中以寄售模式为主，符合汽车零部件行业通用销售模式，符合行业惯例，与客户需求和实际业务合作模式相符。

（二）验收模式下，主要客户出具验收结算单的周期情况，是否有对应的销售物流单据，验收结算单是否有客户的签字或盖章

验收模式下，主要客户验收结算单的出具方式和出具周期：

客户	出具方式	出具周期
理想汽车	客户系统出具	每月 25 日结算上月 25-31 日及本月 1-24 日
蔚来汽车	客户系统出具	每月 1 日到 5 日结算上月 1-31 日
英纳法	邮件出具	每月 5 日后结算上月 1-31 日
伟巴斯特	客户系统出具	每月 10 日后结算上月 11 日-本月 10 日
广汽乘用车	客户系统出具	每月 11 日左右结算上月 1-31 日
地通控股	客户系统出具	每月 10 日左右结算上月 1-31 日

注：报告期内，存在同一控制下多个客户主体与发行人同时合作的情况，因此选取其中主要的客户主体的结算时点进行列示。

根据上表，验收模式下，主要客户出具验收结算单的周期为每月一次。验收模式下均有经客户确认签收的物流单据，物流单据由发行人物流部门保管留存。

物流单据与验收结算单相匹配，发行人在确认收入时，会核对验收结算单中的货物信息与物流单据是否一致。验收结算单一般为客户系统导出或客户邮件出具，非系统导出的验收结算单均要求客户相关负责人员签字或盖章。

（三）寄售模式下，发行人于次月取得客户领用结算单，各期末在未获取当月客户领用结算单的情况下，发行人如何进行收入的暂估，暂估金额与后续实际确认金额是否存在重大差异

为确保收入确认的真实性和准确性，发行人各期末在未获取客户领用结算单时，基于确保收入确认证据的客观性与可靠性以及计量的准确性与完整性，暂不进行收入暂估，在次月取得客户正式出具的领用结算单后，结合与客户双方约定一致的单价，补充当月的暂估分录，确认客户在当期实际领用产品所对应的销售收入，在期后实际开票结算后冲销该暂估分录，暂估金额与实际结算金额不存在重大差异。该会计处理方式严格遵循《企业会计准则》中收入确认的相关原则，即企业应在客户取得相关商品控制权时确认收入。

寄售模式下，公司暂估收入方法与会计准则的对比如下：

项目	准则规定	公司实际情况	是否符合准则规定
收入确认的判断	合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务	双方与客户已签订正式合同，并明确各自义务，公司已按要求生产交付了零部件产品	是
	该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务相关的权利和义务	公司零部件产品送达寄售客户指定的中转仓库时所有权（控制权）仍属于公司，客户经领用生产后所有权（控制权）转移至客户	是
	该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款	根据客户出具的领用结算单结合双方约定一致的单价确认收入金额	是
	该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额	根据客户出具的领用结算单结合双方约定一致的单价确认收入，本公司获取合同价款的权利从或有变为确定，未来现金流量的实现风险、时间分布以及金额发生根本性改变	是
	企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回	确认收入金额客户有相应的支付能力	是

项目	准则规定	公司实际情况	是否符合准则规定
客户取得控制权的判断	企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务	公司根据客户出具的领用结算单及约定一致的单价确定的货款向客户收取货款	是
	企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权	公司零部件产品经客户产线上线后所有权已转移给客户	是
	企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品	公司零部件产品交付至客户寄售仓即已将实物转移给客户	是
	企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	公司零部件产品经客户产线上线后主要风险和报酬已转移给客户	是
	客户已接受该商品	客户出具领用结算单表明其已接受公司的零部件产品	是

如上表所示，由于客户实际领用行为发生在上月，商品的控制权已于该时点转移，故上述收入确认方法实质上真实反映了已于上月完成的履约义务，符合企业会计准则的规定。

（四）如何确保实际领用数量和结算单数量的一致性，如何管控寄售于客户处的存货

公司业务部负责公司的销售业务及客户管理等工作，物流部负责发货、装运、货物跟单等工作。发行人为规范发出商品过程管控，确保寄售仓数据准确、结算及时、以及异常问题得到及时处理，制定了《发出商品管理实施细则》《销售回款管理规则》等内控制度，对寄售于客户处的存货进行管控。公司严格执行相关内控制度对发出商品进行管理。公司在产品发货、客户签收、发出商品审核、客户领用结算、发出商品盘点等环节进行控制，并要求业务人员及时跟踪产品物流状态，定期与客户对账。

对于寄售于客户处的存货，公司实行的主要控制措施如下：

环节	管理内容
产品发货	库管员根据客户的订单打印送货单，组织物流人员粘贴产品条码，装车发运客户端驻厂交付送货人员，接收清点数量，交给客户接收窗口，确保交货产品上账客户系统中。
发出商品审核	库管员每日接收核对回执单、对应 ERP 调入单是否一致，并且登录客户系统，根据 ERP 调入单核实发出商品的数量是否已在客户系统中入账，如有异常应当即联系送货人员和客户物流人员。
发出商品领用结算	1、业务员每月获得领用结算信息后，将领用结算信息、客户系统当期结存数、ERP 当期应结算数进行对比，对差异数据上报物流交付负责人，并报送业务中心业务经理；2、业务员获得领用结算信息后，核对 ERP 系统价格与结算价格是否一致，将差异数据上报物流交付负责人，并报送业务中心业务经理；3、业务员确认领用结算数据无误后提交销货申请，经审核后，由财务人员确认收入，同时结转发出商品成本。
发出商品盘点	公司定期组织寄售在客户处的发出商品盘点，盘点表由相关盘点人员与负责人签字，货物保管、灭失等风险，均与客户或者物流公司进行约定，以明确责任人和赔偿机制，能够保证企业产品的安全完整。

综上所述，报告期内公司对于发出商品的管控措施有效，执行情况良好，实际领用数量和结算单数量不存在重大差异。寄售模式下与客户合作增强了双方的业务关系，有助于发行人进一步加深与合作客户的合作深度，提升发行人在客户供应链体系中的份额，实现发行人销售规模的进一步提升。

六、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行的核查程序如下：

1、获取发行人收入成本明细表，了解客户向发行人的采购情况，分析发行人对具体客户的销售产品单价、销售数量、产品结构变化；通过易车网与主要客户官网等公开信息渠道，获取发行人产品涉及的主要车型销量信息；访谈发行人业务中心人员，了解并分析部分客户收入有所下滑的原因及合理性；

2、通过公开披露信息了解同行业可比公司营业收入变动原因，分析 2024 年发行人营业收入增长率远超同行业可比公司均值的合理性；

3、访谈发行人业务中心、采购部、物流部相关人员，了解发行人材料采购、产品生产、订单获取、发货、客户验收或者领用结算等各环节的周期情况；对第

四季度收入执行检查程序，取得并检查合同、出库单、验收单、结算单、销售发票等；查阅公司对主要客户的信用政策及结算对账情况，分析与其他期间是否存在重大差异；

4、访谈财务人员及业务人员，了解第四季度收入以及12月份占比较高的原因并分析合理性；从公开信息中获取主要客户的产销情况、同行业可比公司的分季度收入情况、中国乘用车市场的销量情况，分析发行人产品销售情况与客户产销量变动的匹配性、发行人收入季节性分布与同行业比较情况，以及是否符合行业特征；

5、对报告期内主要客户执行函证程序，针对回函不符的情况，编制了差异调节表；针对回函不符与未回函情况，检查了相关销售合同/订单、发货单、领用/验收结算单、冲压模具验收报告、发票、回款回单等支持性证据，了解对应的主要客户情况及具体原因，分析相关收入的真实性和准确性；

6、访谈发行人业务中心人员，了解主要客户出具验收、领用结算单的周期情况；获取并查阅客户具体验收凭证及单据，检查是否有对应的销售物流单据，验收结算单是否有客户的签字或盖章；

7、访谈发行人财务负责人，了解各期末在未获取当月客户领用结算单的情况下，发行人进行收入暂估的方式；获取发行人收入确认相关会计凭证，分析暂估金额与后续实际确认金额差异情况；

8、查阅发行人发出商品管理制度，获取报告期内发行人定期盘点的盘点结果，了解盘点差异原因及后续处理，核查发出商品管理制度执行情况；对发行人发出商品执行现场监盘程序，对现场盘点难度较大的，结合实际盘点情况、重要性水平选取函证样本，通过函证方式予以确认；如客户未回函，则对发出商品执行替代测试，检查期末发出商品对应的出库单、签收单、期后结算单据等；针对报告期各期末发出商品，查看客户的供应商管理系统，获取订单明细、领用明细、结算明细、销售发票等，核对发出商品期后结算情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人对具体客户的销售产品单价、销售数量、产品结构变化具有合理性；发行人主营业务收入增长具有合理性；部分客户收入有所下滑具有合理性；

2、发行人 2023 年营业收入增长率与同行业可比公司均值基本一致，2024 年度营业收入增长率远超同行业可比公司均值具有合理性；

3、发行人第四季度各月份订单周期、结算周期与其他期间不存在重大差异，12 月份及第四季度收入占比较高具有合理性；不存在 12 月缩短收入确认周期从而提前确认收入的情况；发行人收入季节性分布以及第四季度各月份收入分布符合行业特点；

4、各期收入函证的回函不符和未回函情况具有合理性；经执行替代程序，相关收入具有真实性和准确性；

5、验收模式下，主要客户出具验收结算单有对应的销售物流单据，验收结算单一般为客户系统导出或客户邮件出具，非系统导出的验收结算单客户相关负责人员均签字或盖章；寄售模式下，各期末在未获取当月客户领用结算单的情况下，发行人进行收入暂估的方式具有合理性，暂估金额与后续实际确认金额不存在重大差异，不存在跨期确认收入的情形；发行人已建立发出商品管理制度并得到有效执行，报告期内发出商品盘点结果与发行人发出商品实际结余情况相符，公司对于发出商品的管控措施有效，保证了实际领用数量和结算单数量的一致性。

3.关于客户

根据申报材料及问询回复：（1）受汽车轻量化发展影响，热成型钢材的采购占比上升较快；（2）由于冲焊零部件种类繁多，不同车型配置亦存在差异，故难以计算主要客户向发行人采购与向其他供应商采购的占比；（3）招股书披露公司已配套宁德时代、英纳法、伟巴斯特等知名汽车零部件供应商；（4）发行人的模具存在部分摊销部分销售模式，在此模式下，模具开发成本由公司与客户共同承担，模具开发成本计入长期待摊费用；公司在收取合同对价后确认为合同负债，分摊计入零部件产品收入；（5）长安福特汽车有限公司及其关联公司同时是发行人 2022 年第一大供应商和 2022 年第三大客户。

请发行人披露：（1）热成型钢材与汽车轻量化的关系，主要应用于哪些客户，报告期增长较快的原因；（2）发行人产品是否属于一品一点生产模式，主要客户同一产品是否对其他供应商采购，说明发行人是否存在被替代等客户流失风险；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；（3）报告期总体客户数量，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，截至目前发行人与宁德时代、英纳法、伟巴斯特等知名汽车零部件供应商合作开展情况；（4）部分摊销部分销售模式下收取对价分摊计入零部件收入的分摊依据，模具开发成本全部还是部分摊销，开发成本摊销年限的依据，是否与量产情况相关，相关内控制度是否健全完整；（5）结合与长安福特同时发生采购、销售具体原材料/产品的内容、金额等，说明发行人向其采购又销售的商业合理性，是否符合行业惯例；说明相关交易是否属于加工业务，相关收入确认采用总额法还是净额法，是否符合企业会计准则的要求。

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、热成型钢材与汽车轻量化的关系，主要应用于哪些客户，报告期增长较快的原因；

（一）热成型钢材与汽车轻量化的关系

热成型钢材是一种面向轻量化和增强汽车被动安全需要的特殊高强度钢材。通过热成型技术，该类高强度钢材会被加热至奥氏体状态，然后快速转移到模具中进行冲压成形，并在保压淬火后制成具有均匀马氏体组织的超高强钢零件。相较于传统钢材零部件，热成型零部件在抗拉、抗弯等力学性能方面具有较大优势，在实现相同零件结构刚性或防撞性能的前提下，运用热成型钢材可以使得零件的厚度显著减少，从而实现相同部位零部件重量的下降。

此外，热成型钢材的运用有利于零部件的结构整合优化，减少零部件数量。热成型钢材在加热成为高温奥氏体状态后，成型性能较好、成型精度较高，配合热成型模具技术可以将过去由多个零件焊接组成的复杂零件整合成单一热成型

零件，减少了拼接板等零部件数量，实现了零部件产品重量的减少。以发行人拥有的一体门环和双门环加工方法与模具技术为例，通过热成型技术对门环类产品进行优化，门环类产品的重量可以减少 20% 以上。

最后，热成型钢材的运用在保证全车安全性能的基础上，为全局轻量化创造了条件。热成型钢材主要运用于 A 柱、B 柱、防撞梁等车身关键部位，可以有效地提升车身刚性与安全性，热成型钢材的运用为全局轻量化创造了条件，在保证整车安全性能的基础上，使得车身非关键区域可以选择更轻、更薄的材料进行减重，如行李箱盖、翼子板等。

综上所述，热成型钢材是实现汽车轻量化的重要材料之一。

（二）热成型钢材主要运用于哪些客户，报告期增长较快的原因

报告期内，发行人实现的冲焊零部件产品收入中热成型零部件金额占比增长迅速，已由 2022 年度的 22.27% 增至 2025 年 1-6 月的 43.67%，由热成型钢材制成的热成型零部件广泛运用于长安汽车、吉利汽车、长安福特、比亚迪、蔚来汽车等主要客户主要车型。

发行人采购采用“以产定采”模式，热成型钢材占比增长较快与下游客户对于热成型零件的需求规模上涨有关。具体分析如下：

1、汽车轻量化趋势带动下游热成型产品需求上涨

对燃油车而言，轻量化技术可提高燃油经济性，据统计，汽车重量每减轻 10%，燃油消耗可降低 6%-8%。对新能源汽车而言，轻量化技术可显著提高新能源汽车的续航里程。据统计，汽车重量每减轻 10%，车辆的续航里程有望增加 5%-8%。同时，轻量化技术有助于提升汽车的加速和制动性能，并降低能耗。积极寻求产品轻量化已成为整车厂维持自身市场竞争力的重要手段。而热成型钢材由于其加工工艺成熟，单位价格相较于铝合金、镁合金、碳纤维等其他轻量化材料较低，成本优势显著，系目前最主流轻量化技术路线，被广泛地运用于冲焊零部件中，用以实现车身的轻量化。汽车轻量化趋势的发展，拉动了整车厂客户热成型产品需求规模的持续上涨。2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6

月，发行人热成型零部件收入分别为 38,594.39 万元、69,134.18 万元、97,990.40 万元和 62,505.52 万元，呈现持续增长趋势。

2、新能源汽车对于轻量化的需求更大，发行人新能源收入占比的提升进一步提高了热成型零部件的需求规模

与传统燃油车相比，新能源汽车的三电系统（电池、电机、电控系统）会导致整车重量增加，使得新能源汽车有更大的轻量化需求。此外，对于传统燃油车，虽然轻量化能降低油耗，但其重要性和对用户体验的直接影响，不如新能源汽车的续航里程提升显著。中国汽车工程学会发布的《节能与新能源汽车技术路线图 2.0》针对汽车轻量化提出目标：燃油乘用车整车轻量化系数到 2025 年、2030 年和 2035 年分别降低 10%、18%和 25%，纯电动乘用车整车轻量化系数分别降低 15%、25%和 35%。故新能源汽车对于轻量化的需求更大，整车厂更倾向于在新能源汽车零部件中使用热成型钢材等轻量化材料。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人应用于新能源车型的冲焊零部件产品实现收入金额分别为 40,049.40 万元、88,546.26 万元、154,373.99 万元和 91,053.98 万元，收入占比分别为 25.27%、42.74%、60.24%和 71.42%，收入金额及占比持续提升。发行人新能源收入占比的提升进一步提高了热成型零部件的需求规模。

3、依托在热成型产能规模、核心技术、产品性能上的优势，发行人持续获得热成型零件的定点，从而拉动了热成型钢材采购占比的提升

报告期内，发行人持续加大热成型产能投入。2022 年度、2023 年度、2024 年和 2025 年 1-6 月，发行人热成型设备理论冲压次数分别为 176.64 万次、349.38 万次、422.33 万次和 271.96 万次，产能逐渐提升，热成型零部件生产规模效应逐渐凸显。同时，发行人不断加大热成型产品研发投入，已形成众多热成型领域核心技术，在热成型模具设计、产品材料运用与工艺改进方面积累了大量的生产经验。通过对先进生产设备的精准调控，以及结合自身积累的热成型工艺与模具技术，公司可以使用屈服强度 2,000Mpa 的超高强度钢作为材料进行零部件生产。

依托在产能规模、核心技术、产品性能等方面的优势，发行人的热成型零部件口碑良好，深受客户信赖，在下游业务与客户开拓中具有较强的竞争力。以新能源整车厂蔚来汽车、理想汽车、比亚迪等客户为例，2022年度、2023年度、2024年度、2025年1-6月，发行人销售给前述三个客户的冲焊零部件中热成型零部件的合计收入占比分别为16.97%、21.92%、54.06%、67.95%，占比提升显著。发行人持续获得热成型零件的定点，从而拉动了热成型钢材采购占比的提升。

综上所述，在轻量化趋势和发行人新能源收入占比持续提高的背景下，发行人依托热成型产能规模、核心技术、产品性能的优势，持续获得热成型零部件定点。下游客户对热成型零件的需求规模上涨拉动了发行人热成型钢材采购需求的增长，从而导致采购占比增长较快。

二、发行人产品是否属于一品一点生产模式，主要客户同一产品是否对其他供应商采购，说明发行人是否存在被替代等客户流失风险；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；

（一）发行人产品是否属于一品一点生产模式，主要客户同一产品是否对其他供应商采购，说明发行人是否存在被替代等客户流失风险；

发行人的冲焊零部件产品主要属于一品一点的生产模式，主要客户同一产品主要从同一供应商进行采购，同一产品向不同供应商采购的情况较少，发行人被替代的客户流失风险较小，主要原因分析如下：

1、整车厂为保证自身产品供应的稳定性，对于供应商产能与质量管理有较为严格的要求。如果上游零部件供应商无法满足量产规模要求，或者因质量管控问题导致产品供应稳定性出现波动，整车厂客户可能会就同一产品向其他供应商采购，保证供应链安全。报告期内，发行人产能持续扩张，规模效应显著，2022年至2024年，发行人冷冲压设备产能由9,558.25万次提升至12,477.16万次，热成型设备产能由176.64万次提升至422.33万次，焊接产能由176,502.37万点提升至313,806.03万点。同时，发行人重视生产质量管控，产品质量深受客户信赖，多次获得主要客户颁布的供应商奖项。由于发行人在产能、质量管控上的优势，

主要客户不存在出于供应链安全考虑，而向其他供应商采购发行人同一产品的情况。

2、部分整车厂出于自身战略考虑，会在多地设立生产基地，并生产交付同款车型产品。如果上游零部件供应商未在整车厂生产基地附近布局产能，整车厂客户出于运输时间、成本等因素考虑，可能会就同一产品向其他供应商采购以满足自身交付需求。报告期内，发行人为提高自身快速响应优势，在重庆、四川、江苏、安徽、浙江、贵州、陕西、河北、黑龙江等多个重要省份进行了布局，业务范围涵盖全国。由于发行人在汽车主要产业集群区域已广泛布局生产基地，主要客户因前述原因而向其他供应商采购发行人同一产品的风险较小。

3、对于部分重量较小、结构简单的冲焊零部件，由于生产门槛较低，零部件供应商均能生产，整车厂客户可能会向多个供应商同时采购。但对于重量大、结构复杂的冲焊零部件，由于模具开发难度较大、模具制造成本较高、生产工艺要求较高，整车厂一般会采用一品一点的方式交由核心供应商生产，以此减少重复开发成本、保证生产稳定性。依托在技术开发、工艺改进、产能规模上的优势，发行人持续承接中大型冲焊零部件项目，故发行人产品主要属于一品一点生产模式。

此外，报告期内，发行人主要客户中仅比亚迪因自身业务模式原因，部分零部件自产或同时向其他供应商采购，报告期内发行人对比亚迪的收入合计占主营业务收入的比例仅约为 5%，占比较小；其他主要客户仅存在少数零部件同时向其他供应商采购的情形，主要系：吉利汽车旗下吉利博越、吉利博越 L 车型的部分零部件，收入占比较小。吉利博越车型的一品多点采购模式系吉利汽车出于战略布局考虑，将部分车型生产转移至陕西宝鸡基地，并在附近寻求新的供应商所致。发行人依托子公司陕西至信的快速响应优势成功定点该车型，获取了部分生产份额。而吉利博越 L 车型的一品多点模式系部分零件与吉利汽车旗下其他车型共用，且存在其他供应商同时供货的情形。除上述情形外，根据发行人掌握的信息，发行人向主要客户销售的零部件产品均属于一品一点模式。由于客户严格的供应商准入机制以及对模具开发、工艺技术、量产规模等的要求，发行人与客户一旦形成合作关系，供应关系将保持稳定，不会轻易改变合作关系。

综上所述，依托产能规模、质量控制、产能布局、技术工艺上的优势，发行人主要客户向其他供应商采购发行人同一产品的风险较小，故发行人被替代等客户流失风险较小。

(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；

通常汽车冲焊零部件企业获得整车厂的新车型项目定点后，需要经过较长时间的项目前期策划和开发流程，开发成功后进入量产环节，从项目前期策划到量产的时间相对较长，不同客户、不同车型的开发周期也存在一定差异，其中，国内造车新势力的车型从前期策划到正式量产的周期为 1.5 年左右。因此，以发行人报告期各期新实现收入的车型项目定点来分析收入情况。

报告期各期，发行人新实现收入的车型项目定点数量、对应收入金额以及占冲焊零部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	项目数量			2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	新能源车型	燃油车及通用车型	合计	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
2022 年	17	19	36	24,087.97	16.83%	69,011.96	24.92%	90,352.62	40.36%	45,227.50	26.09%
2023 年	26	5	31	26,101.56	18.24%	69,655.76	25.15%	34,920.64	15.60%	-	-
2024 年	30	1	31	38,654.91	27.01%	46,394.80	16.75%	-	-	-	-
2025 年 1-6 月	15	1	16	11,710.80	8.18%	-	-	-	-	-	-
合计	88	26	114	100,555.23	70.26%	185,062.52	66.81%	125,273.26	55.96%	45,227.50	26.09%

注 1：“项目数量”统计范围系：报告期各年度整车制造商客户的新车型项目数量；

注 2：“收入”系报告期各年度新实现收入车型项目的主营业务收入-冲焊零部件收入。

其中，主要项目的车型、对应的客户名称及收入情况如下：

1、2025 年 1-6 月新实现收入的车型

单位：万元

序号	车型	车型类型	整车制造商客户	报告期内收入情况			
				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度

1	零跑 B10	新能源	零跑汽车	5,489.53	-	-	-
2	深蓝 S09	新能源	长安汽车	3,317.20	-	-	-
3	比亚迪汉 L	新能源	比亚迪	1,062.81	-	-	-
4	极氪 007	新能源	吉利汽车	696.88	-	-	-
5	银河 A7	新能源	吉利汽车	199.05	-	-	-
6	其他	-	-	945.32	-	-	-
合计				11,710.80	-	-	-

2、2024 年度新实现收入的车型

单位：万元

序号	车型	车型类型	整车制造商客户	报告期内收入情况			
				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	银河 E5	新能源	吉利汽车	8,659.32	11,395.21	-	-
2	理想 L6	新能源	理想汽车	6,105.53	12,017.39	-	-
3	蔚来乐道 L60	新能源	蔚来汽车	5,938.77	4,396.17	-	-
4	宝马 MINI	新能源	长城汽车	2,358.41	3,575.93	-	-
5	比亚迪宋 Pro	新能源	比亚迪	1,727.57	4,081.46	-	-
6	其他	-	-	13,865.32	10,928.63		
合计				38,654.91	46,394.80	-	-

3、2023 年度新实现收入的车型

单位：万元

序号	车型	车型类型	整车制造商客户	报告期内收入情况			
				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	沃尔沃 EX30	新能源	吉利汽车	6,559.55	22,167.52	5,641.33	-
2	深蓝 S07	新能源	长安汽车	5,150.80	9,312.40	7,275.18	-
3	蔚来 ES6	新能源	蔚来汽车	3,261.00	9,748.42	7,111.65	-
4	蔚来 ES8	新能源	蔚来汽车	1,219.60	4,149.19	5,259.80	-
5	蔚来 ET5T	新能源	蔚来汽车	1,227.67	3,110.50	1,457.25	-
6	其他	-	-	8,682.94	21,167.73	8,175.43	
合计				26,101.56	69,655.76	34,920.64	-

4、2022 年度新实现收入的车型

单位：万元

序号	车型	车型类型	整车制造商客户	报告期内收入情况			
				2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
1	吉利博越L	燃油	吉利汽车	5,489.96	14,556.20	19,011.49	5,593.27
2	长安糯玉米	新能源	长安汽车	4,420.82	7,949.75	8,528.91	4,626.90
3	长安欧尚Z6	通用	长安汽车	2,041.61	10,442.02	10,184.52	4,459.21
4	蔚来ET5	新能源	蔚来汽车	2,499.38	7,626.61	8,361.38	2,918.82
5	长安UNI-V	燃油	长安汽车	1,074.75	4,290.98	7,627.36	5,282.07
6	其他	-	-	8,561.45	24,146.41	36,638.97	22,347.23
合计				24,087.97	69,011.96	90,352.62	45,227.50

报告期内发行人新增实现收入的车型项目定点数量较多，2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月，发行人新增实现收入的项目定点数量分别为36项、31项、31项和16项，新增车型主要为各整车厂客户的主力车型，市场销量较好。上述新车型项目贡献收入占发行人冲焊零部件业务收入的比例分别为26.09%、55.96%、66.81%和70.26%，占比持续上升，新车型带动发行人整体收入持续提升。

报告期内发行人新增实现收入的车型中新能源车型项目数量分别为17项、26项、30项和15项，数量呈持续上升趋势，符合国内新能源汽车市场份额快速增长的发展趋势。发行人依托与传统战略客户合作的先发优势，同时积极开发新品牌客户，持续承接其新能源车型项目，不存在新增项目定点获取数量放缓的情况。

截至2025年6月30日，发行人已获得定点但尚未量产的主要车型项目具体如下：

序号	预计零部件量产时间	车型代码	整车制造商客户	序号	预计零部件量产时间	车型代码	整车制造商客户
1	2025年7月	C11-26款	零跑汽车	21	2026年3月	VW313	大众汽车
2	2025年7月	P171	吉利汽车	22	2026年3月	Blanc	蔚来汽车
3	2025年8月	EX1E	吉利汽车	23	2026年3月	A10	零跑汽车
4	2025年8月	SD05	吉利汽车	24	2026年3月	D16(D13)	零跑汽车
5	2025年8月	CX1E-A1	吉利汽车	25	2026年3月	Draco	蔚来汽车
6	2025年8月	J90K&EU	长安马自达	26	2026年4月	W10	理想汽车

7	2025年8月	SD06	吉利汽车	27	2026年5月	A05	零跑汽车
8	2025年8月	SJ	比亚迪	28	2026年5月	D21	零跑汽车
9	2025年9月	HY11-P	吉利汽车	29	2026年5月	E112	长安汽车
10	2025年9月	SD08	吉利汽车	30	2026年5月	X14	理想汽车
11	2025年10月	CETUS	蔚来汽车	31	2026年6月	VW416	大众汽车
12	2025年10月	C655	长安汽车	32	2026年6月	Hercules	蔚来汽车
13	2025年11月	P182	吉利汽车	33	2026年6月	B216	长安汽车
14	2025年11月	C363	长安汽车	34	2026年6月	A03	零跑汽车
15	2025年11月	GEA-A	吉利汽车	35	2026年6月	W05	理想汽车
16	2025年11月	FS21	吉利汽车	36	2026年7月	VAN	奇瑞汽车
17	2025年12月	D11	零跑汽车	37	2026年8月	B10-G117	零跑汽车
18	2025年12月	CF510V	上汽通用五菱	38	2026年9月	VW411	大众汽车
19	2025年12月	C518	长安汽车	39	2026年9月	V451K	吉利汽车
20	2025年12月	DX1H	吉利汽车	40	2026年9月	CX810	长安福特

如上表所示，发行人已获得定点但尚未产生收入的主要车型项目数量较多，包括吉利汽车、长安汽车、零跑汽车、蔚来汽车、理想汽车、比亚迪、长安福特、长安马自达、大众汽车等核心整车厂客户的主力车型，上述车型的零部件产品将在2025年下半年至2026年陆续进入量产阶段，为发行人未来业务的持续增长奠定了良好的基础。同时，现有已定点并实现量产的热销车型项目也将进一步持续为公司贡献收入增长，公司具有良好的发展趋势和发展前景。

三、报告期总体客户数量，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，截至目前发行人与宁德时代、英纳法、伟巴斯特等知名汽车零部件供应商合作开展情况；

（一）报告期总体客户数量，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、主要新增客户

报告期内，发行人主要新增客户具体情况如下：

单位：万元

新增年度	客户名称	客户类型	主要销售车型	新增原因	主营业务收入			
					2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
2023年	理想汽车	整车制造商	理想 L6、理想 MEGA	发行人紧跟新能源汽车发展趋势，积极开拓并新增整车制造商客户。	6,768.93	17,200.56	115.20	-
2023年	零跑汽车	整车制造商	零跑 B10、零跑 C11	发行人紧跟新能源汽车发展趋势，积极开拓并新增整车制造商客户。	5,927.83	916.23	1,876.31	-
2024年	睿蓝汽车	整车制造商	睿蓝 7、睿蓝 8	睿蓝汽车系重庆千里科技股份有限公司子公司，由吉利汽车参与投资，专注于新能源汽车领域。吉利汽车引荐发行人与睿蓝汽车开展合作。	1,098.96	585.85	-	-
2023年	大众汽车	整车制造商	西亚特 Cupra	大众安徽成立后专注于新能源汽车领域，发行人紧跟新能源汽车发展趋势，通过招投标获得了西亚特 Cupra 等车型的定点。	450.13	1,360.38	53.73	-
2022年	恒大汽车	整车制造商	恒大恒驰 5	发行人积极开拓市场，通过招投标获得了恒大汽车的首款量产车恒大恒驰 5 项目的定点。	-	-	106.59	2,382.67
2023年	哪吒汽车	整车制造商	哪吒 L	发行人积极开拓市场，通过招投标获得	-	1,903.96	23.56	-

				了哪吒汽车哪吒 L 项目的定点。				
2022 年	腾海工贸	零部件厂商	-	腾海工贸为长城汽车的一级供应商,长城汽车引荐发行人与腾海工贸开展合作。	3,867.93	7,522.05	8,392.67	4,965.75
2022 年	宁德时代	零部件厂商	-	发行人紧跟新能源汽车发展趋势,积极开拓并新增新能源领域零部件厂商客户,主要供应电池冲压箱盖等零部件。	4,299.97	5,826.20	1,511.68	714.12
2022 年	江铃汽车	整车制造商/ 零部件厂商	-	江铃汽车为长安汽车的部分车型进行生产加工,发行人根据江铃汽车的生产 and 订单需求,对其进行销售。	2,677.82	5,953.33	2,109.80	368.04
2023 年	重庆卓通	零部件厂商	-	重庆卓通为长城汽车的一级供应商,长城汽车引荐发行人与重庆卓通开展合作。	563.12	1,313.36	1,353.83	-
合计					25,654.70	42,581.92	15,543.37	8,430.58
所有新增客户实现收入					29,550.77	47,119.57	17,460.56	8,513.46

注 1: 新增客户数量按照同一控制口径下合并统计,统计范围系报告期合计主营业务收入金额超过 50 万元的客户;

注 2: 睿蓝汽车指重庆睿蓝汽车制造有限公司及其关联方,大众汽车指大众汽车(安徽)有限公司,恒大汽车指恒大恒驰新能源汽车科技(广东)有限公司及其关联方,哪吒汽车指合众新能源汽车股份有限公司,江铃汽车指江铃控股有限公司,重庆卓通指重庆卓通汽车工业有限公司及其关联方,下同。

发行人报告期总体客户的数量为 64 个,该客户系按照同一控制口径下汇总报告期合计主营业务收入金额超过 50 万元的客户,该范围内客户的收入占报告期各期主营业务收入比例均超过了 99%。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月,发行人新增客户实现收入金额分别为 8,513.46 万元、17,460.56 万元、47,119.57 万元和 29,550.77 万元,主要系理想汽车和零跑汽车等整车制造商客户,以及腾海工贸、宁德时代、江铃汽车等零部件厂商客户。

其中，（1）理想汽车：2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对其收入分别为 115.20 万元、17,200.56 万元和 6,768.93 万元。发行人于 2022 年成功开拓理想汽车客户，进入其供应商体系，销售的零部件产品主要系配套理想 L6、理想 MEGA 等车型，该车型于 2023 年仅有小批量交付，2024 年进入大规模量产阶段。

（2）零跑汽车：2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对其收入分别为 1,876.31 万元、916.23 万元和 5,927.83 万元。发行人 2023 年承接的领跑车型主要系零跑 C11，当年该车型贡献收入较高；2024 年随着该车型的市场热度降低公司收入下滑；2025 年公司承接的零跑 B10、零跑 B01 等车型陆续进入量产爬坡阶段，订单及收入随之大幅增长。

（3）腾海工贸：2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对其收入分别为 4,965.75 万元、8,392.67 万元、7,522.05 万元和 3,867.93 万元。腾海工贸为长城汽车的一级供应商，引荐发行人与腾海工贸达成合作，发行人向腾海工贸销售的零部件产品主要系为长城坦克 300 车型提供配套。

（4）宁德时代：2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对其收入分别为 714.12 万元、1,511.68 万元、5,826.20 万元和 4,299.97 万元，发行人对宁德时代销售的产品主要为电池冲压箱盖等电池包围件产品，并最终应用到赛力斯、吉利等客户的新能源车型上。发行人进入宁德时代的供应商体系后逐渐加大合作，收入逐年增长。

（5）江铃汽车：2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人对其收入分别为 368.04 万元、2,109.80 万元、5,953.33 万元和 2,677.82 万元，江铃汽车为长安汽车的启源、深蓝等部分品牌车型进行代工，随着相关车型的热销，发行人对江铃汽车的收入有所增长。

2、主要退出客户

报告期内，发行人主要退出客户具体情况如下：

单位：万元

退出年度	客户名称	客户类型	主要销售车型	退出原因	报告期内收入情况			
					2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
2024年	恒大汽车	整车制造商	恒大恒驰5	该客户因自身经营不善，发行人结束与其合作关系。	-	-	106.59	2,382.67
2025年	哪吒汽车	整车制造商	哪吒L	该客户因自身经营不善，发行人结束与其合作关系。	-	1,903.96	23.56	-
2025年	宝能汽车	整车制造商	DS7、DS9	该客户因自身经营不善，发行人结束与其合作关系。	-	2.78	59.97	816.01
2025年	世圆汽车零部件	零部件厂商	-	该客户系哪吒汽车供应商，哪吒汽车指定发行人通过该客户向哪吒汽车供应部分零部件产品。随着与哪吒汽车合作的终止，发行人也不再向该客户销售产品。	-	718.03	-	-
2025年	常嘉汽车零部件	零部件厂商	-		-	293.05	-	-
2024年	连灌自动化	零部件厂商	-	该客户基于自身生产需求变化而向发行人采购机器人设备，设备购置非每年连续发生。	-	-	360.27	-
合计					-	2,917.82	550.38	3,198.68
所有退出客户实现收入					-	3,717.45	550.38	3,639.97

注 1：退出客户数量按照同一控制口径下合并统计，统计范围系报告期合计主营业务收入金额超过 50 万元的客户；

注 2: 退出客户认定范围系报告期内曾产生收入, 但后续年度无收入的客户;

注 3: 宝能汽车指深圳市宝能汽车有限公司, 世圆汽车零部件指浙江世圆汽车部件有限公司, 连灌自动化指上海连灌自动化科技有限公司, 常嘉汽车零部件指嘉兴常嘉汽车零部件有限公司。

2022 年度、2023 年度和 2024 年度, 发行人退出客户实现收入金额分别为 3,639.97 万元、550.38 万元和 3,717.45 万元, 主要系恒大汽车、哪吒汽车和宝能汽车等自身经营不善的整车制造商客户, 以及基于自身需求变化而短期内不再合作的零部件厂商等客户。上述客户 2022 年度、2023 年度和 2024 年度, 实现收入占当期主营业务收入的比例分别为 1.91%、0.23% 和 1.29%, 收入占比较低, 对发行人持续经营不存在重大不利影响。

（二）截至目前发行人与宁德时代、英纳法、伟巴斯特等知名汽车零部件供应商合作开展情况

发行人依托产品、技术优势积极拓展客户范围，与众多汽车零部件供应商建立了合作关系，其中包含宁德时代、英纳法、伟巴斯特等知名零部件企业。2022年、2023年、2024年、2025年1-6月，发行人向零部件企业销售实现的主营业务收入分别为17,556.29万元、17,091.38万元、22,379.50万元、18,070.21万元，增长较快，主要系宁德时代等零部件企业收入增长拉动所致。

随着新能源汽车渗透率的持续提升，为迎合新能源发展趋势，发行人不断布局新能源汽车领域，不仅拓展了理想汽车、蔚来汽车、零跑汽车等整车厂客户，也与宁德时代等新能源零部件企业建立了合作关系，具体情况如下：

宁德时代是新能源电池领域的知名企业之一。2021年宁德时代宜宾基地开始投产，受制于本地较少的冲焊产能，宁德时代向周边地区寻求相应的冲焊零部件生产资源。为获取与该优质客户合作的机会，发行人积极与宁德时代接洽，并于2021年11月顺利通过供应商资质审核，进入其供应链体系。2021年，发行人通过招投标获得了电池箱盖等零部件定点，该零部件与宁德时代生产的新能源电池进行配套后，最终用于问界M7等车型。随着后续双方合作的深入，发行人定点的零部件终端已覆盖问界、极氪、深蓝、阿维塔、小米等众多知名品牌。2022年、2023年、2024年、2025年1-6月，发行人向宁德时代销售的冲焊零部件收入分别为714.12万元、1,481.93万元、5,398.05万元和3,258.66万元，增长较快，主要系问界、极氪、阿维塔等车型终端销量上涨，从而拉动电池箱盖等零部件需求上涨。截至2025年8月末，发行人宁德时代在手订单约11.05万件，在手订单对应销售收入约为1,690.89万元，发行人与宁德时代合作情况持续深化向好。

英纳法、伟巴斯特均系汽车天窗领域的知名零部件企业。其中，英纳法总部设在欧洲，下游服务包括福特在内的众多整车厂商。发行人通过长安福特的推介与英纳法建立联系，于2018年1月通过英纳法供应商审核，并进入其供应链体系，先后定点长安福特CX482（福特锐际）、CX483（林肯冒险家）等车型天窗项目。2018年年底，由于欧洲对于冲焊零部件企业的环保要求较高，相关产能较为紧缺，英纳法主动与发行人寻求合作，将发行人生产的长安福特CX482顶

盖、边缘装饰板等零件出口至欧洲进行整车装配。报告期内，发行人境外销售收入均系上述零件出口所致。

与英纳法相似，伟巴斯特供应的天窗总成件也广泛运用于发行人主要客户长安福特旗下众多车型。为获取与该客户合作的机会，发行人通过长安福特的推介与伟巴斯特建立联系。凭借汽车零部件领域的技术积累与质量优势，发行人于2016年10月通过伟巴斯特供应商审核，并进入其供应链体系，先后定点了长安福特C519（福特福克斯）、CD542（福特蒙迪欧）等车型天窗项目。

受国产新能源汽车市场竞争加剧的影响，长安福特等合资车企终端市场份额受到挤压，车型终端销量的承压也影响了发行人向英纳法、伟巴斯特等零部件企业的销售收入。报告期内，发行人积极迎合新能源趋势，不断调整自身产品结构，提高新能源收入占比，持续提升与宁德时代等新能源零部件供应商的合作广度和深度，拉动了零部件企业销售收入的持续增长，故英纳法、伟巴斯特销售收入承压对于发行人影响较小。

四、部分摊销部分销售模式下收取对价分摊计入零部件收入的分摊依据，模具开发成本全部还是部分摊销，开发成本摊销年限的依据，是否与量产情况相关，相关内控制度是否健全完整；

（一）部分摊销部分销售模式下收取对价分摊计入零部件收入的分摊依据

部分摊销部分销售模式下，公司按照客户要求完成模具开发，合同明确约定模具开发费用，但在结算条款中约定，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司先行付款，剩余未付款部分在后续冲焊零部件的量产销售过程中分摊至一定数量的产品单价中，作为零部件产品价款的一部分进行支付。

发行人在收取客户先行支付的部分模具开发费用后确认为合同负债，随着商品销售的同时分摊确认收入；剩余开发费用在后续量产零部件产品价格中体现，即零部件产品结算价格包含剩余模具价款分摊金额，随着零部件产品的销售结算确认收入。

即：部分摊销部分销售模式下零部件收入=实际销售的零部件数量*（单个零部件产品结算价格+单个零部件合同负债应分摊金额）

单个零部件合同负债应分摊金额=合同约定的先行支付对价÷合同约定的分摊零部件数量

以某个冲压模具为例，公司与客户签订合同为其开发冲压模具，客户需支付开发费用共计 131.56 万元。开发相关费用采用 50% 支付+50% 按 5 万件分摊支付的方式。客户需先行支付 65.78 万元冲压模具开发费用；剩余 65.78 万元在后续交付的前五万件零部件产品结算价格中包含，即交付的前五万件产品结算单价中包含剩余工装推销费 $65.78 \text{ 万元} \div 5 \text{ 万件} = 13.156 \text{ 元/件}$ 。

公司在收到先行支付的 65.78 万元模具款时将其确认为合同负债，模具开发完成并经客户验收后，随着冲焊零部件产品的交付，公司将客户单独支付的 65.78 万元分摊计入零部件产品收入中，单个零部件分摊金额=合同负债 65.78 万元÷5 万件=13.156 元/件。后续零部件产品销售时，每销售 1 件零部件产品，按照结算单价确认冲焊零部件产品收入的同时，再行确认合同负债分摊 13.156 元，计入零部件收入。

（二）模具开发成本全部还是部分摊销，开发成本摊销年限的依据，是否与量产情况相关，相关内控制度是否健全完整

部分摊销部分销售模式下，模具开发的全部成本随着冲焊零部件产品的销售，按年限摊销结转至对应汽车零部件产品的营业成本之中。

对于冲压模具，由于高强度钢材质平均寿命 50 万冲次，按量产后年产 10 万件计约 5 年，根据不高估资产/收益，不低估负债/费用的谨慎性原则，以及根据准则中关于摊销期限在预计使用寿命和合同期限或法定期限中遵循孰短原则的规定，发行人根据主要配套车型的量产生命周期，结合经营实际情况，将冲压模具的摊销年限设定为乘用车 3 年、商用车 5 年。报告期各期末，公司结合对应车型市场需求、在手订单、销量预期等因素考虑工装模具剩余摊销年限，对车型已下线、车型终端市场销量持续走低的工装模具加速摊销，一次性计入对该客户的销售成本。

冲压模具管理的主要内部控制措施：

控制要素	具体控制措施	主要负责部门
职责分工	明确技术开发、采购、生产、财务等部门在模具管理中的职责和权限	各部门
业务流程规范	制定模具立项、设计、采购、验收、使用、维护、摊销和处置等环节的操作规程	技术开发、采购、质量管理、工装管理、财务等部门
模具开发成本归集	建立工时、材料、外协和分摊成本的归集方法,通过信息系统采集数据	生产、财务等部门
冲压模具实物盘点与对账	定期对模具进行实地盘点,与客户核对模具款项	业务、质量管理、工装管理、财务等部门
审核与监督	财务部设立专人对模具成本归集、分摊和摊销进行审核,内部审计部门定期评估内部控制有效性	财务、内部审计等部门

发行人为规范从模具设计、开发到生产使用、维护和最终处置的全过程,制定《财务管理手册》《工装制作管理流程》《自制工装开发流程》《模具验收管理流程》等内部控制制度,对模具项目的立项审批、模具采购或建造的授权与执行、模具成本的归集与分摊、模具资产的验收与入库、模具使用与维护记录、模具开发成本摊销的计提以及模具报废处置等事项予以规范并有效执行,相关内控制度健全完整。

五、结合与长安福特同时发生采购、销售具体原材料/产品的内容、金额等,说明发行人向其采购又销售的商业合理性,是否符合行业惯例;说明相关交易是否属于加工业务,相关收入确认采用总额法还是净额法,是否符合企业会计准则的要求。

(一) 结合与长安福特同时发生采购、销售具体原材料/产品的内容、金额等,说明发行人向其采购又销售的商业合理性,是否符合行业惯例

报告期内,发行人与长安福特同时发生采购、销售具体原材料/产品的内容、金额具体如下:

单位: 万元

交易方向	交易内容	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
向长安福特	冷冲压钢	2,740.74	6,561.62	7,428.03	9,678.93

采购	材等				
向长安福特销售	冲焊零部件总成	4,560.65	17,376.01	17,282.95	20,677.22

长安福特为管控供应链成本与原材料质量，与钢材供应商签订集采协议，统一谈判确定价格。发行人根据长安福特的要求，向其采购生产长安福特零部件所需的冷冲压钢材等特定钢材。发行人将采购来的钢材，经过自身的冲压、焊接、装配等一系列复杂的生产和加工流程，制造成符合长安福特技术标准的零部件总成产品，再销售给长安福特。采用此种购销模式的主要原因如下：

1、质量管控需求：长安福特作为整车厂，对关乎车辆安全和使用性能的关键零部件有极高的质量要求。通过指定原材料供应商甚至直接参与定价，可以从源头（原材料规格、钢厂品牌）确保材料质量的一致性和可靠性，保障最终整车的产品质量和安全标准。

2、成本控制需求：长安福特凭借其大规模采购的优势，与钢材厂商进行集中谈判，能够获得比单个零部件厂商更优惠的协议价格，从而降低其整体供应链的采购成本。发行人执行该价格，使得长安福特的成本控制策略得以贯穿整个供应链。

整车厂指定一级供应商从特定渠道采购原材料，是汽车零部件行业的常见做法。部分整车厂出于保证产业链合作、保障产品质量稳定等方面的考虑，要求零部件供应商实施原材料定点采购，主要原因包括整车厂质量管控要求、客户认证需要、发挥集中采购优势等。同行业可比公司关于客户指定供应商采购的情况具体如下：

可比公司	客户指定供应商的情形
无锡振华	公司在获得整车制造商订单后，会同时收到整车制造商对于材料供应商和材料规格的要求。公司分拼总成加工业务主要原材料为冲压零部件，由整车制造商指定的零部件供应商向公司供货，冲压零部件的价格由整车制造商直接和材料供应商协商确定，并通知公司执行，公司仅负责从供应商采购并向供应商支付货款，不参与该部分原材料的定价过程。
华达科技	部分主机厂商（如广汽乘用车、东风本田汽车等）出于保证产业链合作、质量稳定等方面的考虑，往往要求上游零部件厂商实施车用板材的定点采购，其同时会直接指定合同价格、期限和供货方式等合同条款。此类定点供应商有广州广汽宝商钢材加工有限公司、武汉本田贸易有限公司等。

可比公司	客户指定供应商的情形
多利科技	对于钢材、铝材等原材料采购，根据整车制造商对钢材、铝材等原材料渠道是否存在特定要求，公司原材料采购可分为非定点采购和定点采购。定点采购中，公司部分客户为了控制整车供应链采购成本、保证产品质量，在新开发项目中要求零部件企业对部分型号规格的钢材、铝材与客户或客户指定的定点公司签订采购合同进行采购。公司根据采购计划依照采购合同自主决定采购安排。
常青股份	由于整车厂商对整车的质量、安全指标等要求较高，为确保采购的汽车零部件产品质量符合标准，江淮汽车、奇瑞汽车等整车厂商往往会要求一级供应商向指定供应商采购特定规格子件，由一级供应商加工成总成件后销售至整车厂商。
博俊科技	根据客户的要求和汽车零部件行业惯例，客户为了确保供货产品质量要求公司从其指定供应商处采购指定型号钢材，同时为了达到通过大规模采购而降低采购价格的目的，公司与某大型钢材供应商签订了三方供货协议。
英利汽车	普通车用钢材和高强度车用钢材在国内均有生产且生产技术较为成熟，客户往往向公司指定钢厂范围及钢材的相应规格，由公司自行选定供应商。超高强度车用钢材的供应主要依赖进口，因此客户一般向公司指定具体供应商及钢材规格。
泰鸿万立	为控制自身整车生产原材料供应的稳定性及生产成本、提高采购效率，部分主机厂客户（如长城汽车）会按季度或半年度与钢材厂商确定钢板的集中采购价格，泰鸿万立向指定供应商采购时，可以自主决定采购数量，指定钢板供应商按照当期集中采购价格报价并提供钢板原材料。

注：同行业可比公司指定供应商情形来源于公开披露信息，均未披露具体指定供应商比例。

如上表所示，同行业可比公司普遍存在按整车厂要求向指定供应商采购原材料的情况。主机厂商为确保原材料品质、供应稳定及整车质量安全标准，通常会要求一级供应商从指定渠道采购或限定钢材规格及钢厂范围。

综上，客户指定供应商模式较为常见，符合行业惯例。

（二）说明相关交易是否属于加工业务，相关收入确认采用总额法还是净额法，是否符合企业会计准则的要求

发行人按净额法确认对长安福特的收入，符合企业会计准则要求。

根据《监管规则适用指引——会计类1号》的相关规定，发行人与长安福特合作过程中实际承担的角色分析如下：

1、监管指引相关规定

规定	说明
《监管规则适用指引——会计类1号》相关规定	公司（委托方）与无关联第三方公司（加工方）通过签订销售合同的形式将原材料“销售”给加工方并委托其进行加工，同时，与加工方签订商品采购合同将加工后的商品购回。在这种情况下，公司应根据合同条款和业务实质判断加工方是否已经取得待加工原材料的控制权，即加工

规定	说明
	<p>方是否有权主导该原材料的使用并获得几乎全部经济利益，例如原材料的性质是否为委托方的产品所特有、加工方是否有权按照自身意愿使用或处置该原材料、是否承担除因其保管不善之外的原因导致的该原材料毁损灭失的风险、是否承担该原材料价格变动的风险、是否能够取得与该原材料所有权有关的报酬等。如果加工方并未取得待加工原材料的控制权，该原材料仍然属于委托方的存货，委托方不应确认销售原材料的收入，而应将整个业务作为购买委托加工服务进行处理；相应地，加工方实质是为委托方提供受托加工服务，应当按照净额确认受托加工服务费收入。</p>

2、结合监管指引相关规定和发行人的具体情况分析

(1) 原材料的性质是否为委托方的产品所特有

根据长安福特与发行人及钢材供应商签订的三方采购协议，发行人为长安福特生产零部件所需钢材材料，由长安福特向钢材供应商进行代买后统一销售给发行人，该等主要原材料为长安福特与钢材供应商协商确定的特定规格型号的产品，发行人无法将其用于其他产品的生产。

(2) 加工方是否有权按照自身意愿使用或处置该原材料

发行人通过长安福特获得的钢材直接应用于生产零部件并最终交付给长安福特，未经许可不得移作他用或转卖。根据协议约定，因车型停产、换代、设计变更导致的积压的不能消耗的材料，如是正常停产收线导致的，由钢材供应商自行处理，如是长安福特非正常停产收线导致的，由三方协商解决。因此，发行人无权按照自身意愿使用或处置从长安福特采购的主要原材料。

(3) 是否承担除因其保管不善之外的原因导致的该原材料毁损灭失的风险

发行人综合考虑长安福特整车生产计划和自身安全库存的基础上向钢材供应商报送采购计划，根据三方协议约定，发行人需定期向钢材供应商提供全部零部件的实时库存数据，钢材供应商根据整车厂生产计划和发行人库存确定订货计划，由于钢材供应商参与原材料的存货管理，发行人实际不承担除保管责任以外的存货风险。

(4) 是否承担该原材料价格变动的风险、是否能够取得与该原材料所有权有关的报酬

发行人生产完成后直接向长安福特交付零部件产品，零部件定价依据参考主要原材料采购价格和加工费等确定，因此发行人不承担该原材料价格变动的风险。同时，该等原材料均用于长安福特的产品生产，发行人未取得与该原材料所有权有关的报酬。

综上所述，发行人未取得长安福特所销售材料的控制权，其业务安排的实质为受托加工业务，因此，发行人采用净额法核算符合会计准则和监管指引的相关规定。

六、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行的核查程序如下：

1、通过访谈技术中心人员以及查阅专业资料了解热成型钢材与汽车轻量化的关系；获取发行人主要零部件产品清单及 BOM 清单，了解热成型钢材运用于客户产品的情况，分析热成型钢材采购占比增长较快的原因；

2、访谈发行人业务中心人员，了解发行人产品是否属于一品一点生产模式，主要客户同一产品是否对其他供应商采购；分析发行人是否存在被替代等客户流失风险；获取发行人新车型项目定点及相关收入明细，统计报告期各期新获取的定点及对应实现的报告期各期收入，分析是否存在新增项目定点获取数量放缓的情况；

3、获取发行人收入明细表与客户明细表，统计报告期总体客户数量，分析新增及退出的主要客户、对应的销售车型及销售收入、新增客户的销售收入变动情况；访谈发行人业务中心人员，了解客户新增及退出原因，截至目前发行人与宁德时代、英纳法、伟巴斯特等知名汽车零部件供应商合作开展情况；

4、访谈发行人财务负责人，了解模具的开发、设计、销售过程中，相关成本和收入的核算方式以及与零部件销售的关系；了解部分摊销部分销售模式下收取对价分摊计入零部件收入的分摊依据、模具开发成本摊销方式、开发成本摊销年限的确认依据以及是否与量产情况相关；获取并查阅发行人模具管理内部控制制度，访谈发行人模具管理人员，了解模具验收、保管、维护、盘点等流程的相

关控制设计和执行情况；获取发行人模具明细表，复核模具摊销情况。查询同行业可比公司公开披露信息，比较发行人与同行业模具收入确认方式，分析是否符合行业惯例与会计准则规定；

5、访谈发行人业务中心人员，获取长安福特同时发生采购、销售具体原材料/产品明细清单等，分析发行人向其采购又销售的商业合理性；查询同行业可比公司公开披露信息，分析前述情况是否符合行业惯例；获取并查阅长安福特相关采购、销售合同，分析相关交易是否属于加工业务、相关收入确认采用总额法还是净额法以及是否符合企业会计准则的要求。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、热成型钢材是实现汽车轻量化的重要材料之一；由热成型钢材制成的热成型零部件主要运用于长安汽车、吉利汽车、长安福特、比亚迪、蔚来汽车等客户；下游客户对热成型零件的需求规模上涨拉动了发行人热成型钢材采购需求，报告期增长较快具有合理性；

2、发行人的冲焊零部件产品主要属于一品一点的生产模式，主要客户同一产品主要从同一供应商进行采购，同一产品向不同供应商采购的情况较少，发行人被替代的客户流失风险较小；不存在新增项目定点获取数量放缓的情况；

3、报告期内，新客户拓展情况较好，为发行人未来业绩持续增长提供动力；退出客户主要系因自身经营不善，发行人结束与其合作关系，对持续经营不存在重大不利影响；

4、发行人对模具的开发、设计、销售过程的成本与收入核算准确；发行人模具收入确认方式符合具体的业务合作模式，相关会计处理符合行业惯例及企业会计准则的规定；模具摊销年限确定依据合理；发行人已制定模具管理内部控制制度，对模具验收、保管、维护、盘点等环节做出明确规定，管理机制得到有效执行；

5、发行人向长安福特采购又销售具有商业合理性，符合行业惯例；相关交易属于受托加工业务，发行人采用净额法核算符合会计准则和监管指引的相关规

定。

4.关于成本和毛利率

根据申报材料及问询回复：（1）报告期毛利率分别为 14.49%、14.11%和 16.43%；（2）客户指定供应商的情况下，如果客户进行代买或垫付材料款，发行人不控制相关存货，按净额法确认收入；如果客户未进行代买或垫付材料款，发行人控制相关存货，按总额法确认收入；（3）2022 年度、2023 年度和 2024 年度，发行人边角料销售重量与产品产量的占比分别为 42.73%、43.49%和 44.68%，保持相对稳定。

请发行人披露：（1）区分产品维度，进一步从定价端和成本端定量分析毛利率变动的主要原因；下游汽车整车厂商竞争激烈，整车价格逐年下降的行业背景下，发行人主要产品冲焊零部件毛利率逐年上涨的真实性和合理性；（2）针对发行人各年度主要原材料进行采购单价的公允性分析，确保覆盖主要原材料和主要供应商，可将供应商向发行人的销售价格与向其余客户的销售价格进行对比分析；（3）在客户指定供应商下，采用总额法和净额法下的业务约定条款是否存在差异，现实交易中“客户进行代买或垫付材料款，发行人不控制相关存货”的判断标准，是否均有明确合同条款对应，是否有类似会计处理的案例，相关会计政策是否一贯执行；发行人不控制存货的情况下，相关存货是否能够与公司自身的存货区分，相关内控制度及执行情况；（4）发行人废料率达到 42%以上的合理性，对比同行业公司情况说明是否符合行业惯例。

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、区分产品维度，进一步从定价端和成本端定量分析毛利率变动的主要原因；下游汽车整车厂商竞争激烈，整车价格逐年下降的行业背景下，发行人主要产品冲焊零部件毛利率逐年上涨的真实性和合理性；

（一）区分产品维度，进一步从定价端和成本端定量分析毛利率变动的主要原因

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，公司冲焊零部件业务毛利率分别为 12.98%、13.49%、15.98%和 15.47%，冲焊零部件可以分为侧围类、地板类、机舱类，以及底盘、顶盖和电池盒/盖等其他类产品。报告期内，冲焊零部件的各类产品对毛利率贡献情况如下：

项目	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
侧围类	13.57%	38.81%	5.27%	14.11%	43.87%	6.19%
地板类	17.27%	29.75%	5.14%	18.11%	29.18%	5.28%
机舱类	16.10%	18.33%	2.95%	20.12%	14.53%	2.92%
其他类	16.12%	13.11%	2.11%	12.74%	12.42%	1.58%
合计	-	100.00%	15.47%	-	100.00%	15.98%
项目	2023 年度			2022 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
侧围类	11.00%	42.84%	4.71%	10.40%	38.77%	4.03%
地板类	16.47%	29.69%	4.89%	15.70%	32.78%	5.15%
机舱类	14.74%	13.78%	2.03%	14.04%	13.98%	1.96%
其他类	13.54%	13.70%	1.85%	12.73%	14.47%	1.84%
合计	-	100.00%	13.49%	-	100.00%	12.98%

注：毛利率贡献率=该产品毛利率×收入占比。

由上表可知，冲焊零部件产品中侧围类、地板类、机舱类和其他类产品收入占比及毛利率的变动导致各类产品的毛利率贡献率有所变动，为报告期内发行人冲焊零部件产品毛利率变动的主要影响因素。

报告期内，发行人各主要类别产品的单位成本上升对于毛利率的影响程度相较于单位价格上升对于毛利率的影响程度较小，使得发行人毛利率呈现上涨的趋势。一方面，公司积极优化产品结构，在新车型项目的承接中重点拓展高附加值的总成类及大型冲焊零部件业务。另一方面，报告期内主要原材料市场价格整体呈下降趋势，且公司持续推进降本增效措施，有效提升了生产效率并降低了单位制造成本，并实现了内部成本的持续优化。因此，虽然中大型零部件销量占比的提高使得发行人各类型冲焊零部件的单位成本呈现上升趋势，但单位成本的上升

幅度低于单位价格的上升幅度。具体分析如下：

1、侧围类产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内，发行人侧围类产品的收入分别为 67,205.92 万元、95,895.63 万元、121,525.49 万元和 55,542.38 万元，占冲焊零部件产品收入的比例分别为 38.77%、42.84%、43.87% 和 38.81%，其单位价格及单位成本情况如下：

单位：元/件

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	45.49	-8.46%	49.69	22.78%	40.47	59.55%	25.37
单位成本	39.32	-7.88%	42.68	18.49%	36.02	58.47%	22.73
毛利率	13.57%	-0.54%	14.11%	3.11%	11.00%	0.60%	10.40%

发行人侧围类产品的毛利率有所波动系该类产品的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	2025 年 1-6 月较 2024 年度	2024 年度较 2023 年度	2023 年度较 2022 年度
单位价格变动的的影响数	-7.93%	16.51%	33.44%
单位成本变动的的影响数	7.39%	-13.40%	-32.84%
合计	-0.54%	3.11%	0.60%

注 1：单位价格变动的的影响数=（本年度销售单位价格-上年度销售单位成本）÷本年度销售单位价格-（上年度销售单位价格-上年度销售单位成本）÷上年度销售单位价格，下同；
注 2：单位成本变动的的影响数=（本年度销售单位价格-本年度销售单位成本）÷本年度销售单位价格-（本年度销售单位价格-上年度销售单位成本）÷本年度销售单位价格，下同。

报告期内，发行人侧围类产品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。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人侧围类产品单位价格分别为 25.37 元/件、40.47 元/件、49.69 元/件和 45.49 元/件，2022 年单位价格较低主要系安装支架、连接板等重量轻单价低的小型零部件数量较多；2023 年和 2024 年单位价格上升较快，主要是由于大总成类及大型冲焊零部件销量占比不断上升且单价较高。报告期内，单价低于 30 元的小型零部件销量占比分别为 71.66%、60.09%、47.11% 和 46.94%，呈下降趋势；而单价高于 30 元的中大

型零部件销量占比分别为 28.34%、39.91%、52.89%和 53.06%，呈上升趋势。2025 年 1-6 月，侧围类产品单位价格较上年度变动幅度较小，主要系不同重量及价格的产品结构分布较上年度相对稳定。

报告期内，发行人侧围类产品单位成本分别为 22.73 元/件、36.02 元/件、42.68 元/件和 39.32 元/件，2023 年和 2024 年单位成本上升较快，主要是由于报告期内发行人新车型项目承接中大总成类及大型冲焊零部件项目占比提高，该类产品重量高、体积大，单件成本较高，以及人工用工成本上升等因素，导致单位成本上升。2025 年 1-6 月单位成本较上年相对稳定。单位成本的变动趋势与单位价格基本一致。

报告期内，发行人侧围类产品的毛利率分别为 10.40%、11.00%、14.11%和 13.57%，分别变动 0.60%、3.11%和-0.54%，其中单位价格变动导致毛利率分别变动 33.44%、16.51%和-7.93%，单位成本变动导致毛利率分别变动-32.84%、-13.40%和 7.39%。

2、地板类产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内，发行人地板类产品的收入分别为 56,809.68 万元、66,471.50 万元 80,813.23 万元和 42,583.59 万元，占冲焊零部件产品收入的比例分别为 32.78%、29.69%、29.18%和 29.75%，其单位价格及单位成本情况如下：

单位：元/件

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	51.75	13.66%	45.53	30.09%	35.00	24.06%	28.21
单位成本	42.81	14.82%	37.28	27.53%	29.23	22.93%	23.78
毛利率	17.27%	-0.83%	18.11%	1.64%	16.47%	0.77%	15.70%

发行人地板类产品的毛利率有所波动系该类产品的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	2025 年 1-6 月较 2024 年度	2024 年度较 2023 年度	2023 年度较 2022 年度
单位价格变动的的影响数	9.84%	19.32%	16.35%

单位成本变动的的影响数	-10.67%	-17.68%	-15.58%
合计	-0.83%	1.64%	0.77%

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

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

报告期内, 发行人地板类产品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。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月, 发行人地板类产品单位价格分别为 28.21 元/件、35.00 元/件、45.53 元/件和 51.75 元/件, 单位价格持续上升, 主要是由于报告期内大总成类及大型冲焊零部件销量占比不断上升且单价较高, 而单价较低的小型零部件销量占比不断下降。报告期内, 单价低于 30 元的小型零部件销量占比分别为 75.35%、69.11%、59.64%和 51.14%, 呈下降趋势; 而单价高于 30 元的中大型零部件销量占比分别为 24.65%、30.89%、40.36%和 48.86%, 呈上升趋势。

报告期内, 发行人地板类产品单位成本分别为 23.78 元/件、29.23 元/件、37.28 元/件和 42.81 元/件, 单位成本持续上升, 主要是由于报告期内发行人新车型项目承接中大总成类及大型冲焊零部件项目占比提高, 该类产品重量高、体积大, 单件成本较高, 以及人工用工成本上升等因素, 导致单位成本上升。单位成本的变动趋势与单位价格基本一致。

报告期内, 发行人地板类产品的毛利率分别为 15.70%、16.47%、18.11%和 17.27%, 分别变动 0.77%、1.64%和-0.83%, 其中单位价格变动导致毛利率分别变动 16.35%、19.32%和 9.84%, 单位成本变动导致毛利率分别变动-15.58%、-17.68%和-10.67%。

3、机舱类产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内, 发行人机舱类产品的收入分别为 24,238.34 万元、30,845.52 万元 40,250.11 万元和 26,229.60 万元, 占冲焊零部件产品收入的比例分别为 13.98%、13.78%、14.53%和 18.33%, 其单位价格及单位成本情况如下:

单位：元/件

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	39.42	28.57%	30.66	27.19%	24.11	28.40%	18.77
单位成本	33.07	35.04%	24.49	19.16%	20.55	27.36%	16.14
毛利率	16.10%	-4.02%	20.12%	5.38%	14.74%	0.70%	14.04%

发行人机舱类产品的毛利率有所波动系该类产品的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	2025年1-6月较 2024年度	2024年度较 2023年度	2023年度较 2022年度
单位价格变动的影响数	17.75%	18.22%	19.01%
单位成本变动的影响数	-21.77%	-12.85%	-18.32%
合计	-4.02%	5.38%	0.70%

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

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

报告期内，发行人机舱类产品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。

2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月，发行人机舱类产品单位价格分别为18.77元/件、24.11元/件、30.66元/件和39.42元/件，单位价格持续上升，主要是由于报告期内大总成类及大型冲焊零部件销量占比不断上升且单价较高，而单价较低的小型零部件销量占比不断下降。报告期内，单价低于30元的小型零部件销量占比分别为82.53%、76.81%、71.98%和65.16%，呈下降趋势；而单价高于30元的中大型零部件销量占比分别为17.47%、23.19%、28.02%和34.84%，呈上升趋势。

报告期内，发行人机舱类产品单位成本分别为16.14元/件、20.55元/件、24.49元/件和33.07元/件，单位成本持续上升，主要是由于报告期内发行人新车型项目承接中大总成类及大型冲焊零部件项目占比提高，该类产品重量高、体积大，单件成本较高，以及人工用工成本上升等因素，导致单位成本上升。单位成本的变动趋势与单位价格基本一致。

报告期内，发行人机舱类产品的毛利率分别为 14.04%、14.74%、20.12%和 16.10%，分别变动 0.70%、5.38%和-4.02%，其中单位价格变动导致毛利率分别变动 19.01%、18.22%和 17.75%，单位成本变动导致毛利率分别变动-18.32%、-12.85%和-21.77%。

4、其他类产品单价、单位成本对毛利率的影响

报告期内，发行人其他类产品的收入分别为 25,076.12 万元、30,659.31 万元 34,400.48 万元和 18,764.26 万元，占冲焊零部件产品收入的比例分别为 14.47%、13.70%、12.42%和 13.11%，其单位价格及单位成本情况如下：

单位：元/件

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
单位价格	36.00	46.65%	24.55	23.19%	19.93	36.04%	14.65
单位成本	30.20	40.96%	21.42	24.34%	17.23	34.78%	12.78
毛利率	16.12%	3.38%	12.74%	-0.81%	13.54%	0.81%	12.73%

发行人其他类产品的毛利率有所波动系该类产品的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	2025 年 1-6 月较 2024 年度	2024 年度较 2023 年度	2023 年度较 2022 年度
单位价格变动的影响数	27.76%	16.27%	23.12%
单位成本变动的影响数	-24.37%	-17.08%	-22.31%
合计	3.38%	-0.81%	0.81%

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

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

报告期内，发行人其他类产品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。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人其他类产品单位价格分别为 14.65 元/件、19.93 元/件、24.55 元/件和 36.00 元/件，单位价格持续上升，主要是由于报告期内大总成类及大型冲焊零部件销量占比不断上升且单价

较高，而单价较低的小型零部件销量占比不断下降。报告期内，单价低于 30 元的小型零部件销量占比分别为 92.16%、84.55%、81.86%和 77.74%，呈下降趋势；而单价高于 30 元的中大型零部件销量占比分别为 7.84%、15.45%、18.14%和 22.26%，呈上升趋势。

报告期内，发行人其他类产品单位成本分别为 12.78 元/件、17.23 元/件、21.42 元/件和 30.20 元/件，单位成本持续上升，主要是由于报告期内发行人新车型项目承接中大总成类及大型冲焊零部件项目占比提高，该类产品重量高、体积大，单件成本较高，以及人工用工成本上升等因素，导致单位成本上升。单位成本的变动趋势与单位价格基本一致。

报告期内，发行人其他类产品的毛利率分别为 12.73%、13.54%、12.74%和 16.12%，分别变动 0.81%、-0.81%和 3.38%，其中单位价格变动导致毛利率分别变动 23.12%、16.27%和 27.76%，单位成本变动导致毛利率分别变动-22.31%、-17.08%和-24.37%。

综上所述，报告期内发行人销售的不同类别产品的单位价格的变动趋势与单位成本基本一致，但变动幅度存在一定差异，主要产品单位收入的上升幅度高于单位成本的上升幅度，因此毛利率呈现上涨的趋势。

(二) 下游汽车整车厂商竞争激烈，整车价格逐年下降的行业背景下，发行人主要产品冲焊零部件毛利率逐年上涨的真实性和合理性

公司冲焊零部件的毛利率整体呈上升趋势。主要原因系：一方面，公司积极优化产品结构，在新车型项目的承接中重点拓展高附加值的总成类及大型冲焊零部件业务。总成类及大型冲焊零部件通常集成多个零件，设计时需综合考虑结构强度、碰撞安全、装配精度和轻量化；生产中涉及多工序、高精度模具和自动化生产线。高附加值产品占比的提高进一步带动了毛利率水平的提升。为了应对下游整车厂客户的降价压力，发行人依托在冷冲压、热成型产品模具设计、工艺开发、规模化生产等领域积累的经验与优势，积极寻求新车型定点，持续优化产品结构、增加高附加值高毛利零部件产品的占比。报告期内，发行人新车型项目承接中大总成类及大型冲焊零部件项目占比不断提高。从细分产品维度来看，侧围类、地板类、机舱类，以及其他类产品的单位销售价格均呈上升趋势，单价高于

30 元的中大型零部件销量占比不断提高。

另一方面，公司主要原材料市场价格整体呈下降趋势；同时，公司持续推进降本增效措施，通过实施产线优化整合、生产班组精简及工艺流程改进等举措，有效提升了生产效率并降低了单位制造成本；且发行人通过产能规模扩张、技术工艺改进及自动化率提升，实现了内部成本的持续优化。报告期内，随着发行人不断扩张生产基地布局，产能规模持续提升。2022 年至 2024 年，发行人冷冲压设备产能由 9,558.25 万次提升至 12,477.16 万次，热成型设备产能由 176.64 万次提升至 422.33 万次，焊接产能由 176,502.37 万点提升至 313,806.03 万点，各设备类型产能利用率均保持较高水平，规模化生产优势逐渐凸显。同时，在产能规模提升的基础上，发行人持续对技术工艺进行改进并加大自动化投入，进一步提升生产效率。技术工艺优化方面，以定州至信 1500T 产线优化为例，发行人通过优化换模流程，并调整机床回程上限、滑块下行减速点、机械手协同时点、冲裁刃口间隙等生产参数，将该产品单班平均产出提高约 50% 以上。自动化投入方面，发行人持续提升智能制造水平，以某轮罩分总成产品为例，发行人将该产品产线进行工序优化以实现连线生产，使得该产品产线生产班组人员由原先的 20 人整合精简至 12 人，自动化水平大幅提高。因此，虽然中大型零部件销量占比的提高使得发行人各类型冲焊零部件的单位成本呈现上升趋势，但单位成本的上升幅度低于单位价格的上升幅度。如本题一、（一）所述，报告期内，发行人各主要类别产品的单位成本上升对于毛利率的影响程度相较于单位价格上升对于毛利率的影响程度较小，使得发行人毛利率呈现逐年上涨的趋势。

综上，虽然在整车价格逐年下降的背景下，整车厂客户会通过年降与降低新车型项目定点价格等方式将降价压力向上游供应商传导，但报告期内主要原材料市场价格整体呈下降趋势且发行人积极改善产品结构、推进降本增效措施，因此发行人主要产品冲焊零部件毛利率逐年上涨具有真实性和合理性。

二、针对发行人各年度主要原材料进行采购单价的公允性分析，确保覆盖主要原材料和主要供应商，可将供应商向发行人的销售价格与向其余客户的销售价格进行对比分析；

报告期各期，发行人向前五名供应商采购原材料情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占原材料采购金额比例
2025年1-6月				
1	苏州利来工业智造股份有限公司及其关联公司	冷板/冷卷、热成型钢材	11,202.26	16.07%
2	重庆思也其汽车零部件有限公司及其关联公司	冷板/冷卷、热成型钢材	4,989.69	7.16%
3	上海臻贵实业有限公司	冷板/冷卷、热成型钢材	4,794.05	6.88%
4	福然德股份有限公司及其关联公司	冷板/冷卷、热成型钢材	4,682.35	6.72%
5	重庆兰华汽车零部件有限公司	冷板/冷卷、热成型钢材	4,603.49	6.60%
合计			30,271.84	43.43%
2024年度				
1	苏州利来工业智造股份有限公司及其关联公司	冷卷/冷板、热成型钢材	22,740.42	16.59%
2	福然德股份有限公司及其关联公司	冷卷/冷板、热成型钢材	11,537.75	8.42%
3	合肥常茂钢材加工有限公司	冷卷/冷板、热成型钢材	9,152.75	6.68%
4	美达王（武汉）钢材制品有限公司	冷卷/冷板	8,823.84	6.44%
5	重庆思也其汽车零部件有限公司及其关联公司	冷卷/冷板、热成型钢材	8,673.55	6.33%
合计			60,928.31	44.45%
2023年度				
1	苏州利来工业智造股份有限公司及其关联公司	冷卷/冷板、热成型钢材	18,379.30	15.30%
2	重庆思也其汽车零部件有限公司及其关联公司	冷卷/冷板、热成型钢材	8,466.25	7.05%
3	合肥常茂钢材加工有限公司	冷卷/冷板、热成型钢材	8,431.25	7.02%
4	长安福特汽车有限公司及其关联公司	冷卷/冷板	7,428.03	6.18%
5	森六（广州）贸易有限公司	热成型钢材	7,342.92	6.11%
合计			50,047.76	41.66%
2022年度				
1	长安福特汽车有限公司及其关联公司	冷卷/冷板	9,678.93	10.21%

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占原材料采购金额比例
2	苏州利来工业智造股份有限公司及其关联公司	冷卷/冷板、热成型钢材	6,766.18	7.14%
3	上海君博钢材加工有限公司	冷卷/冷板	6,195.99	6.54%
4	重庆思也其汽车零部件有限公司及其关联公司	冷卷/冷板、热成型钢材	5,913.99	6.24%
5	重庆利动商贸有限公司	热成型钢材	5,143.78	5.43%
合计			33,698.87	35.56%

注：上表中已将同一控制下公司合并统计采购金额。

钢材的采购单价受到多项关键技术参数的影响，例如抗拉强度、延伸率、屈服强度、化学成分、杂质含量限值以及表面镀层要求等。鉴于不同规格和型号的钢材在价格上往往差异显著，缺乏直接可比性，为更深入且全面地评估发行人原材料采购价格的公允性，本次分析进一步扩大了原材料覆盖范围，对上述报告期内各年度前五大供应商，选取牌号与厚度均一致，并存在两家及以上供应商同时供货的主要钢材型号进行对比。对于在前五大供应商中无法匹配到牌号与厚度完全一致钢材的情形，则将其采购单价与其销售给其他客户的、牌号和厚度相近的钢材价格进行对比。具体情况如下所示：

1、苏州利来工业智造股份有限公司

报告期内，发行人向苏州利来工业智造股份有限公司（以下简称“苏州利来”）采购的原材料主要为蔚来汽车专用钢材，因蔚来汽车对原材料钢材的性能要求较市场通用钢材存在较大差异，发行人不存在向其他供应商采购同类型原材料的情形，无法直接对比采购单价。基于上述因素，将苏州利来向发行人销售的主要钢材价格与向其他客户销售的牌号、规格相类似的钢材价格进行对比，具体情况如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	向发行人销售单价	向其他客户销售单价
2025年1-6月	***	9.74	9.74
	***	9.76	9.66
	***	9.73	9.57
2024年度	***	9.15	9.58

	***	9.43	10.17
	***	9.29	9.88
2023 年度	***	9.00	9.08
	***	8.62	9.12
	***	9.23	9.46
2022 年度	***	9.94	9.81
	***	11.06	11.32
	***	10.87	11.10

如上表所示，苏州利来向发行人销售的蔚来汽车专用钢材价格与向其他客户销售的钢材价格不存在重大差异，因具体钢材销售时点不同单价有所变化。中介机构对苏州利来进行了实地走访，确认其对发行人的销售定价机制符合市场化定价原则，定价策略与苏州利来对其他同类型客户基本一致，发行人与苏州利来的交易定价具备商业合理性与公允性。

2、重庆思也其汽车零部件有限公司

报告期内，发行人向重庆思也其汽车零部件有限公司（以下简称“思也其”）与向其他供应商采购同类型钢材价格的对比情况具体如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	发行人采购单价	向其他供应商采购单价
2025 年 1-6 月	***	5.05	4.85
	***	4.16	4.49
	***	7.86	7.77
2024 年度	***	4.80	4.72
	***	4.36	4.56
	***	4.77	4.86
2023 年度	***	5.29	5.57
	***	4.68	4.63
	***	4.08	4.27
2022 年度	***	5.67	5.72
	***	6.24	6.40
	***	5.33	4.81

如上表所示，发行人向思也其采购的原材料单价与向其他供应商采购单价不存在重大差异。

3、上海臻贵实业有限公司

上海臻贵实业有限公司（以下简称“臻贵实业”）系比亚迪指定原材料供应商，2022年起发行人向其采购比亚迪专用钢材，报告期内，不存在其他供应商与臻贵实业供应同类原材料的情形，无法直接对比采购单价。基于上述因素，将臻贵实业向发行人销售的主要钢材价格与向其他客户销售的牌号相同的钢材价格进行对比，具体情况如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	向发行人销售单价	向其他客户销售单价
2025年1-6月	***	7.02	6.96
	***	9.60	9.60
2024年度	***	7.27	7.11
	***	9.60	9.60
2023年度	***	7.77	7.61
	***	9.59	9.60
2022年度	***	7.61	7.61

如上表所示，臻贵实业向发行人销售的原材料价格与向其他客户销售的同类钢材的价格不存在重大差异，因具体钢材销售时点不同单价有所变化。中介机构对臻贵实业进行了实地走访，确认其对发行人的销售定价机制符合市场化定价原则，定价策略与臻贵实业对其他同类型客户基本一致，发行人与臻贵实业的交易定价具备商业合理性与公允性。

4、福然德股份有限公司

报告期内，发行人向福然德股份有限公司（以下简称“福然德”）与向其他供应商采购同类型钢材价格的对比情况具体如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	发行人采购单价	向其他供应商采购单价
2025年1-6月	***	5.45	5.90

	***	5.07	4.95
	***	4.95	5.29
2024 年度	***	4.54	4.68
	***	4.46	4.36
	***	4.48	4.77
2023 年度	***	4.78	4.78
	***	5.33	5.63
	***	6.02	5.62
2022 年度	***	8.02	7.70
	***	6.32	5.82
	***	6.55	6.04

如上表所示，发行人向福然德采购的原材料单价与向其他供应商采购单价不存在重大差异。

5、重庆兰华汽车零部件有限公司

报告期内，发行人向重庆兰华汽车零部件有限公司（以下简称“兰华汽车”）与向其他供应商采购同类型钢材价格的对比情况具体如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	发行人采购单价	向其他供应商采购单价
2025 年 1-6 月	***	4.62	4.78
	***	4.61	4.54
	***	6.21	5.89
2024 年度	***	4.98	5.59
	***	5.02	5.72
	***	4.81	5.07
2023 年度	***	6.90	6.86
	***	5.13	4.48
	***	4.60	4.99

注：2022 年底发行人与兰华汽车初始进行业务往来，原材料采购量较小，不存在与其他供应商供应同类钢材的情形。

如上表所示，发行人向兰华汽车采购的原材料单价与向其他供应商采购单价不存在重大差异。

6、合肥常茂钢材加工有限公司

报告期内，发行人向合肥常茂钢材加工有限公司（以下简称“合肥常茂”）与向其他供应商采购同类型钢材价格的对比情况具体如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	发行人采购单价	向其他供应商采购单价
2025年1-6月	***	3.77	3.78
	***	3.82	4.02
	***	3.99	3.91
2024年度	***	4.46	4.39
	***	4.36	4.40
	***	4.49	4.82
2023年度	***	5.34	5.70
	***	4.77	4.82
	***	4.74	4.60
2022年度	***	4.38	4.60
	***	5.76	5.98
	***	5.66	5.48

如上表所示，发行人向合肥常茂采购的原材料单价与向其他供应商采购单价不存在重大差异。

7、美达王（武汉）钢材制品有限公司

报告期内，发行人向美达王（武汉）钢材制品有限公司（以下简称“美达王”）与向其他供应商采购同类型钢材价格的对比情况具体如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	发行人采购单价	向其他供应商采购单价
2024年度	***	6.08	5.90
	***	6.26	6.00
	***	5.67	5.66
2023年度	***	5.02	4.84
	***	4.80	4.65
	***	6.28	6.19

注：发行人于2023年开始与美达王进行业务往来，2025年1-6月，因其未中标原材料采购

份额，不存在向其采购原材料情形。

如上表所示，发行人向美达王采购的原材料单价与向其他供应商采购单价不存在重大差异。

8、长安福特汽车有限公司

报告期内，发行人向长安福特与向其他供应商采购同类型钢材价格的对比情况具体如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	发行人采购单价	向其他供应商采购单价
2025年1-6月	***	6.20	5.97
	***	6.00	5.94
	***	7.38	7.32
2024年度	***	5.33	5.36
	***	6.56	6.66
	***	6.96	6.88
2023年度	***	6.50	6.43
	***	6.90	6.66
	***	7.10	6.76
2022年度	***	6.95	6.25
	***	8.06	8.06

如上表所示，发行人向长安福特采购的原材料单价与向其他供应商采购单价不存在重大差异。

9、森六（广州）贸易有限公司

报告期内，发行人向森六（广州）贸易有限公司（以下简称“森六贸易”）与向其他供应商采购同类型钢材价格的对比情况具体如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	发行人采购单价	向其他供应商采购单价
2024年度	***	8.01	7.35
	***	8.10	7.29

	***	8.17	7.46
2023 年度	***	9.01	8.11
	***	8.27	7.52
	***	8.30	7.52
2022 年度	***	5.77	6.02
	***	5.74	5.94
	***	6.11	5.75

注：报告期内发行人向森六（广州）贸易有限公司采购用于长城汽车的 Tagal 钢材，2024 年起因长城汽车指定发行人向上海金吉顺汽车科技有限公司采购 Tagal 钢材，发行人与森六（广州）贸易有限公司的合作逐渐终止。2025 年 1-6 月，不存在向其采购原材料情形。

如上表所示，发行人向森六贸易采购的原材料单价与向其他供应商采购单价不存在重大差异，因具体钢材销售时点不同单价有所变化。

10、上海君博钢材加工有限公司

报告期内，发行人向上海君博钢材加工有限公司（以下简称“上海君博”）与向其他供应商采购同类型钢材价格的对比情况具体如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	发行人采购单价	向其他供应商 采购单价
2025 年 1-6 月	***	4.93	5.34
	***	4.94	5.03
	***	4.40	4.53
2024 年度	***	6.21	5.85
	***	6.21	5.73
	***	6.22	6.20
2023 年度	***	5.51	5.89
	***	5.65	5.49
	***	5.17	4.96
2022 年度	***	5.63	6.24
	***	6.59	6.01
	***	5.82	5.65

如上表所示，发行人向上海君博采购的原材料单价与向其他供应商采购单价不存在重大差异。

11、重庆利动商贸有限公司

重庆利动商贸有限公司（以下简称“利动商贸”）系长安福特指定原材料供应商，2017年起发行人向其采购长安福特专用热成型钢材，报告期内，不存在其他供应商与利动商贸供应同类原材料的情形，无法直接对比采购单价。基于上述因素，将利动商贸向发行人销售的主要钢材价格与向其他客户销售的牌号、规格相类似的钢材价格进行对比，具体情况如下：

单位：元/kg

年度	钢材型号	向发行人销售单价	向其他客户销售单价
2025年1-6月	***	9.90	9.75
	***	10.29	10.24
	***	9.75	9.75
2024年度	***	10.67	10.24
	***	11.13	10.24
	***	10.80	10.24
2023年度	***	10.83	10.87
	***	10.80	10.87
	***	11.60	10.58
2022年度	***	8.87	8.93
	***	8.82	9.27
	***	8.80	9.27

如上表所示，利动商贸向发行人销售的原材料价格与向其他客户销售的同类钢材价格不存在较大差异，因具体钢材销售时点不同单价有所变化。中介机构对利动商贸进行了实地走访，确认其对发行人的销售定价机制符合市场化定价原则，定价策略与利动商贸对其他同类型客户基本一致，发行人与利动商贸的交易定价具备商业合理性与公允性。

综上，发行人主要原材料采购价格公允，与主要供应商的采购定价遵循市场化原则，与向其他同类供应商采购单价或该供应商向其他客户销售同类原材料单价不存在重大差异。

三、在客户指定供应商下，采用总额法和净额法下的业务约定条款是否存在差异，现实交易中“客户进行代买或垫付材料款，发行人不控制相关存货”

的判断标准，是否均有明确合同条款对应，是否有类似会计处理的案例，相关会计政策是否一贯执行；发行人不控制存货的情况下，相关存货是否能够与公司自身的存货区分，相关内控制度及执行情况；

（一）在客户指定供应商下，采用总额法和净额法下的业务约定条款是否存在差异，现实交易中“客户进行代买或垫付材料款，发行人不控制相关存货”的判断标准，是否均有明确合同条款对应，是否有类似会计处理的案例，相关会计政策是否一贯执行

1、在客户指定供应商下，采用总额法和净额法下的业务约定条款是否存在差异

在客户指定供应商模式下，根据《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南的相关规定：

“当存在第三方参与企业向客户提供商品时，企业向客户转让特定商品之前能够控制该商品，从而应当作为主要责任人的情形包括：一是企业自该第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。实务中，企业在判断其在向客户转让特定商品之前是否已经拥有对该商品的控制权时，不应仅局限于合同的法律形式而应当综合考虑所有相关事实和情况进行判断。这些事实和情况包括：（1）企业承担向客户转让商品的主要责任。（2）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。（3）企业有权自主决定所交易商品的价格。（4）其他相关的事实和情况”

根据以上相关规定，发行人采用总额法和净额法下的业务约定条款具体差异如下：

判断维度	总额法	净额法
企业是否承担向客户转让商品的主要责任	出现原材料质量问题，由发行人自行向供应商追责和索赔。	涉及客户、发行人和供应商三方的责任界定。
企业在转让商品之前或之后是否承担了该商品的存货风险	原材料到货验收后，其毁损灭失风险、积压风险均由发行人承担。发行人将原材料纳入自身库存管理。	发行人不承担实质性的存货风险。材料需专用于该客户产品，发行人需定期提供库存数据以供其协调备货，客户参与管理存货。

判断维度	总额法	净额法
企业是否承担信用风险及货款结算的独立性	发行人自行根据生产计划和库存向指定供应商下单采购。发行人独立向供应商支付货款，承担直接的付款义务。	客户代买原材料后转售给发行人，发行人向客户单独支付材料款；或客户预付材料款给发行人，发行人此款项全额支付给指定供应商。

2、现实交易中“客户进行代买或垫付材料款，发行人不控制相关存货”以及其他业务约定条款的判断标准，是否均有明确合同条款对应

实际操作中，对于“客户进行代买或垫付材料款，发行人不控制相关存货”以及其他业务约定条款的判断标准主要依据《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定，发行人结合实际情况，以蔚来汽车（总额法）和长安福特（净额法）为例，具体判断如下：

（1）企业是否承担向客户转让商品的主要责任

①总额法下，发行人承担向客户转让商品的主要责任

根据发行人与客户签订的销售合同或集采合同约定，发行人对其销售的相关产品承担产品质量责任，当产品质量出现问题时客户会对发行人进行索赔，发行人需要承担相关费用或损失。

发行人与蔚来汽车签订的集采协议第四条约定：“合作伙伴（发行人）在收到集采原材料后或在集采原材料使用过程中发现问题，并初步判断属于材料质量问题的，应及时（且不应晚于约定的集采原材料质保期满日）联系原材料供应商进行确认，经确认确属集采原材料质量问题的，由合作伙伴与原材料供应商开展后续索赔流程；因此给蔚来造成损失的，由合作伙伴根据相关协议向蔚来承担责任，合作伙伴向原材料供应商进行追索。合作伙伴怠于及时联系原材料供应商进行确认或其他可归结于合作伙伴的原因造成的后果和损失由合作伙伴自行承担；因此给蔚来造成损失的，合作伙伴应承担赔偿责任。蔚来收到零件后发现问题，如判定为集采原材料问题，由合作伙伴根据相关协议向蔚来承担责任，合作伙伴向原材料供应商进行追索。”

由上可知，如因集采原材料质量问题对蔚来汽车造成损失，发行人向蔚来汽车承担赔偿责任，再由发行人自行向上游材料供应商进行追索，上游供应商不直

接对蔚来汽车承担赔偿责任，因此发行人承担向蔚来汽车转让相关产品的主要责任。

②净额法下，发行人未承担向客户转让商品的主要责任

根据发行人与客户签订的集采合同约定，对于钢材质量异议，由发行人与钢材供应商及客户协商解决，发行人负责对原材料进行加工后交付给客户，不对原材料的质量负主要责任。

发行人与长安福特及重庆宝钢汽车钢材部件有限公司签订的三方集采协议约定：“乙方（重庆宝钢）负责钢材原材料的加工、包装、运输及仓储的全过程服务，甲方（长安福特）和丙方（发行人）有义务协助乙方开展相应的工作”，“发生在本协议下的钢材质量异议，由甲、乙、丙三方协商解决。”

由上可知，如对钢材质量产生异议，由三方协商解决，实际情况中钢材质量通常由钢材供应商进行保障，因此发行人未承担向客户转让相关产品的主要责任。

(2) 企业在转让商品之前或之后是否承担了该商品的存货风险

①总额法下，企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险

合同条款中一般不对原材料的管理进行具体约定，由发行人自行根据生产计划采购，在原材料采购验收后，控制权即归属于发行人，由发行人进行后续管理并承担原材料生产加工中的保管责任、毁损灭失的风险以及原材料的滞销积压风险，产品在交付客户前发生的毁损、灭失等风险均由发行人承担。

发行人与蔚来汽车签订的集采协议约定：“冲压件项目的定点供应商（“合作伙伴”）需按蔚来要求和蔚来指定的价格，自行向蔚来指定的原材料供应商（“原材料供应商”）购买其向蔚来供应的冲压零件中需使用的部分钢铝原材料。”，发行人与蔚来汽车指定供应商苏州利来工业智造股份有限公司签订的采购协议里约定：“交货地点为买方生产场地或指定地点”，“收货时按相应钢厂标准与买方要求”。

实际操作过程中，发行人自行向蔚来指定供应商采购，相关材料入库后发行人将其纳入自身存货进行管理，并承担向蔚来交付零部件的责任，因此发行人承担了该商品的存货风险。

②净额法下，企业在转让商品之前或之后未承担该商品的存货风险

发行人采购原材料验收后，客户参与原材料的存货管理，发行人对应的材料库存情况需定期提交给材料供应商，以便于整车厂与钢材供应商协调备货，公司实质上不承担除保管责任以外的存货风险。

发行人与长安福特及重庆宝钢汽车钢材部件有限公司签订的三方集采协议约定：“丙方（发行人）保证通过甲方（长安福特）获得的钢材直接应用于丙方的生产零件并最终交付给甲方，除非得到甲、乙（重庆宝钢汽车钢材部件有限公司）双方的许可丙方保证不得移作它用或转卖。” “车型停产、换代、设计变更导致的积压的不能消耗的材料，如甲方按计划正常停产收线不能消耗的库存由乙方自行处理；如遇甲方非正常停产收线（突然停产或大幅减产）导致不能消耗的库存由三方协商解决。” “乙方应及时、主动跟踪、反馈本协议以及每期钢材销售合同的履行情况和钢材使用情况。同时，乙方应在每月底前向甲、丙方书面汇报各产品的材料库存状况。”

由上可知，长安福特参与发行人相关存货管理，发行人需定期提供库存使用情况，长安福特非正常停产收线导致不能消耗的库存由三方协商解决，发行人无法根据自身意愿使用或处置相关存货，因此发行人未承担该商品的存货风险。

（3）企业是否承担信用风险及货款结算的独立性

①总额法下，企业承担信用风险，货款独立结算

发行人向客户指定供应商采购指定原材料，由发行人独立与供应商对账结算并支付货款，不存在客户垫付货款或代买材料的情形，公司承担了应付供应商款项的责任；另外，发行人向客户收取零部件相关全部款项，承担了应收客户款项的信用风险。

根据发行人与蔚来指定供应商苏州利来签订的采购协议约定：“结算方式：到货后验收合格且收到等额发票后 30 天付款，100%承兑”，发行人与蔚来的对账结算政策为：“本一般条款项下的货物验收合格的，客户将在收悉根据客户指示而由供应方适当开具的发票之日起 90 days 内付款。”。

由上可知，发行人相关采购和销售独立结算，不存在关联关系，承担了客户

应收款项回收的信用风险。

②净额法下，企业未承担信用风险，货款未独立结算

客户根据整车生产计划，代买材料后统一销售给发行人，或预付材料款给发行人，发行人将此款项全额支付给指定供应商，此过程中发行人未承担信用风险，相关贷款存在关联关系。

发行人与长安福特及重庆宝钢汽车钢材部件有限公司签订的三方集采协议约定：“乙方（重庆宝钢汽车钢材部件有限公司）根据甲方发布的整车生产计划为甲方（长安福特）、丙方（发行人）双方组织原材料订货。甲方需求钢材由甲方直接向乙方采购，丙方的需求之钢材由甲方统一采购后转卖给丙方。”“按甲、乙、丙三方共同确认的清单，根据上述所列价格明细计算，甲方据此向乙方支付上月配送材料的全部货款（量产零件、试模料、售后件和自购件），付款时间在支付月 25 日，如遇节假日，结算时间顺延。”“按甲、乙、丙三方共同确认的对账结算清单进行结算，甲方在支付月 25 日前开具相应发票至丙方，丙方给甲方付款时间在支付月 25 日前。”

由上可知，客户长安福特先向指定供应商重庆宝钢支付原材料采购款，然后根据三方共同确认的结算清单开票给发行人，发行人将相关原材料采购款支付给长安福特，长安福特既是发行人的客户，又是其供应商，采购的原材料用于生产对应的零部件，发行人实质未承担与原材料相关的信用风险。

综上，报告期内，发行人根据会计准则相关规定，结合具体合同条款和实际业务合作模式判断是否实质上对存货构成控制。根据上述合同内容描述，发行人若同时满足实质上未承担向客户转让商品的主要责任，在转让商品之前或之后未承担实质存货风险，未实质承担信用风险，则按照净额法确认收入；反之，则按照总额法确认收入，相关判断标准均有合同条款对应。

3、是否有类似会计处理的案例，相关会计政策是否一贯执行

在客户指定供应商的情形下，同行业可比公司类似会计处理案例如下：

可比公司	客户指定供应商的情形	分析
------	------------	----

可比公司	客户指定供应商的情形	分析
泰鸿万立	为控制自身整车生产原材料供应的稳定性及生产成本、提高采购效率，部分主机厂客户（如长城汽车）会按季度或半年度与钢材厂商确定钢板的集中采购价格，泰鸿万立向指定供应商采购时，可以自主决定采购数量，指定钢板供应商按照当期集中采购价格报价并提供钢板原材料。	明确分析了针对指定供应商的情况采用总额法确认收入的合理性。
无锡振华	公司在获得整车制造商订单后，会同时收到整车制造商对于材料供应商和材料规格的要求。公司分拼总成加工业务主要原材料为冲压零部件，由整车制造商指定的零部件供应商向公司供货，冲压零部件的价格由整车制造商直接和材料供应商协商确定，并通知公司执行，公司仅负责从供应商采购并向供应商支付货款，不参与该部分原材料的定价过程。	明确分析了针对指定供应商的情况采用净额法确认收入的合理性。
华达科技	部分主机厂商（如广汽乘用车、东风本田汽车等）出于保证产业链合作、质量稳定等方面的考虑，往往要求上游零部件厂商实施车用板材的定点采购，其同时会直接指定合同价格、期限和供货方式等合同条款。此类定点供应商有广州广汽宝商钢材加工有限公司、武汉本田贸易有限公司等。	结合相关公开信息描述，推断其采用总额法进行核算。
多利科技	对于钢材、铝材等原材料采购，根据整车制造商对钢材、铝材等原材料渠道是否存在特定要求，公司原材料采购可分为非定点采购和定点采购。定点采购中，公司部分客户为了控制整车供应链采购成本、保证产品质量，在新开发项目中要求零部件企业对部分型号规格的钢材、铝材与客户或客户指定的定点公司签订采购合同进行采购。公司根据采购计划依照采购合同自主决定采购安排。	结合相关公开信息描述，推断其采用总额法进行核算。
常青股份	由于整车厂商对整车的质量、安全指标等要求较高，为确保采购的汽车零部件产品质量符合标准，江淮汽车、奇瑞汽车等整车厂商往往会要求一级供应商向指定供应商采购特定规格子件，由一级供应商加工成总成件后销售至整车厂商。	结合相关公开信息描述，推断其采用总额法进行核算。
博俊科技	根据客户的要求和汽车零部件行业惯例，客户为了确保供货产品质量要求公司从其指定供应商处采购指定型号钢材，同时为了达到通过大规模采购而降低采购价格的目的，公司与某大型钢材供应商签订了三方供货协议。	结合相关公开信息描述，推断其采用总额法进行核算。
英利汽车	普通车用钢材和高强度车用钢材在国内均有生产且生产技术较为成熟，客户往往向公司指定钢厂范围及钢材的相应规格，由公司自行选定供应商。超高强度车用钢材的供应主要依赖进口，因此客户一般向公司指定具体供应商及钢材规格。	结合相关公开信息描述，推断其采用总额法进行核算。

注：同行业资料来源于公开披露信息。

由上表可见，除无锡振华分拼总成加工业务按照净额法确认收入外，其余可比公司零部件通常采用总额法确认收入。其中，泰鸿万立（总额法）和无锡振华（净额法）在公开信息披露中，明确分析了针对指定供应商的情况采用总额法或净额法确认收入的合理性，具体判断依据如下：

相关规定	泰鸿万立	无锡振华
企业承担向客户转让商品的主要责任	<p>公司产品主要为通用性原材料、并非下游客户产品所特有。</p> <p>公司与客户签订销售合同并对销售相关产品承担产品质量责任，当质量不符合要求时客户会对泰鸿万立进行索赔，发行人需要承担相关费用或损失。</p>	整车制造商指定的供应商对其供应的冲压件和标准件质量负责，公司不承担主要责任。
企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	<p>公司与原材料供应商签署采购合同，泰鸿万立自取得原材料控制权后自行承担向供应商付款的义务，并承担钢材、铝材的积压、毁损灭失、价格波动风险，并可以自由使用或处置原材料。</p> <p>公司对库存的钢板、铝板等原材料承担保管责任。在相关产品的销售业务中，产品交付给客户并完成控制权转移前，材料的损毁、灭失风险仍由泰鸿万立承担。</p>	公司无权决定销售对象，所生产的产品不能用于其他用途。根据协议，公司完成分拼总成加工业务后只能销售给整车制造商。
企业有权自主决定所交易商品的价格	<p>公司通过提供实质性的生产过程将通用性的钢材、铝材生产为具体的零部件产品后出售给客户并获得经济报酬，生产过程后原材料变为零部件产品，原材料性能、产品、用途均发生巨大变化。泰鸿万立有权自主决定产品交易价格，对主要客户销售的产品系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、市场竞争等因素后向客户进行报价，且会随着市场及生产情况进行价格调整。</p> <p>公司承担产品价格、原材料价格变动的风险以及实现收入后的应收款项回收风险。</p>	公司向供应商采购的零部件价格由整车制造商与供应商商谈确定，公司按照整车制造商与供应商谈妥的价格执行。
企业承担信用风险	公司承担实现收入后的应收款项回收风险。	根据三方采购协议约定，公司在收到整车制造商对应月份的货款后再支付给其他供应商，在此过程中公司未承担相应信用风险。

注：同行业资料来源于公开披露信息。

由上表可见，泰鸿万立承担了向客户转让商品的主要责任，在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险，有权自主决定所交易零部件的价格，承担了应收账款回收的信用风险，因此采用了总额法确认收入；相反，无锡振华未承担向客户转让商品的主要责任，在转让商品之前或之后未承担该商品的存货风险，无权自主决定冲压件和标准件的交易价格，未承担相关的信用风险，因此采用了净

额法确认收入。

综上，同行业可比公司均结合合同约定以及实际业务合作情况判断适用总额法或净额法，并较多采用总额法，判断方式和判断依据与发行人不存在重大差异。发行人会计政策符合企业会计准则要求，报告期内一贯执行，与同行业可比公司会计处理一致。

（二）发行人不控制存货的情况下，相关存货是否能够与公司自身的存货区分，相关内控制度及执行情况

发行人制定了《原材料仓储管理规则》《外购外协件收发区管理规则》《采购策略管理规则》《存货管理制度》《产品标识和可追溯性管理规则》等存货管理相关的内部控制制度，对存货的各部门管理职责权限、物资采购入库管理、生产物料领用、退料管理、产成品入库管理、产成品销售出库管理、存货盘点管理等方面进行了明确的制度规范，由采购中心、物流部等多部门联动配合、流水作业进行标准化管控，保证了相关业务能够常态化高效进行，报告期内执行情况良好。

报告期内，发行人严格执行相关存货管理制度，能够将发行人不能控制的相关存货与其自有存货区分开来，具体情况如下：

1、存货验收与入库：各管理部门对存货的数量、质量、技术规格等方面进行检查与验收，仓库人员核对送货单、物流单等信息，并对物料入库前进行验收，对验收合格物料，仓库人员填写入库单；

2、仓储管理：发行人对存货分区、分类标识，对于发行人不控制的存货与其他存货能够区分；同时安排专员定期对分管区域产品标识执行情况进行巡查；

3、定期盘点：发行人定期对存货进行盘点，对于发行人不控制的存货一并纳入盘点范围，具体盘点工作由存货管理部门和财务部共同组织开展，盘点完成后形成盘点报告，财务部每月对存货进行抽盘，形成存货月度抽盘记录。

综上，对于发行人不控制的存货能够与公司自身的存货区分，发行人已建立较为完善的与存货管理相关的内部控制制度且报告期内严格执行，及时、准确、完整地记录存货的出库、入库及日常管理情况，公司定期对控制的设计和执行情

况进行检查和复核，以确保控制设计的有效性且被一贯执行。报告期内，发行人存货相关的内部控制制度健全、设计合理、执行有效。

四、发行人废料率达到 42%以上的合理性，对比同行业公司情况说明是否符合行业惯例。

报告期内，发行人的边角料销售重量、产品产量和生产制造过程中形成的边角料比率（简称废料率）等具体如下表所示：

单位：吨

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
边角料销售重量（a）	38,042.51	78,641.97	62,871.36	51,224.13
冲焊件产品产量（b）	90,963.13	176,028.09	144,574.13	119,874.87
边角料与产品产量的匹配性（c=a/b）	41.82%	44.68%	43.49%	42.73%
材料投入量（d）	105,453.13	222,777.21	184,802.61	147,848.28
废料率（e=a/d）	36.08%	35.30%	34.02%	34.65%

注：材料投入量统计范围系原卷、加工卷、定尺材料等原材料，不含采购后直接用于焊接的外购件等半成品。

报告期内，发行人边角料销售重量与主要产品产量及材料投入量均相匹配。2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月，发行人边角料销售重量与产品产量的占比分别为42.73%、43.49%、44.68%和41.82%，废料率分别为34.65%、34.02%、35.30%和36.08%，均保持相对稳定。

同行业可比公司的废料率具体如下：

单位：元/吨

可比公司	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
无锡振华	未披露	42.72%	38.00%	38.79%
常青股份	未披露	未披露	未披露	24.20%
泰鸿万立	未披露	未披露	34.30%	37.41%
大昌科技	未披露	未披露	31.81%	29.32%
可比公司平均值	未披露	42.72%	34.70%	32.43%
发行人	36.08%	35.30%	34.02%	34.65%

注 1：同行业可比公司中仅无锡振华、常青股份和泰鸿万立披露过报告期内的废料率数据，因此补充大昌科技（“安徽大昌科技股份有限公司”）等冲焊零部件行业的公司披露的相关

数据进行补充对比；

注 2：无锡振华 2024 年度废料率为 2024 年 1-6 月数据、大昌科技 2023 年度废料率为 2023 年 1-6 月数据。

报告期内，发行人废料率波动较小，与同行业可比公司披露的废料率不存在重大差异。同时，根据《汽车行业一体压铸深度跟踪报告》等行业数据显示“传统冲压-焊接工艺，通常板材利用率为 60%~70%”，报告期内发行人的板材利用率（根据“材料利用率=1-废料率”进行测算）分别为 65.35%、65.98%、64.70% 和 63.92%，与行业数据不存在较大差异。

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行的核查程序如下：

1、获取发行人收入成本明细表，区分产品维度统计分析单位价格、单位成本以及毛利率的变动原因；了解整车厂商的竞争情况、整车价格变动情况，分析对发行人的具体影响；了解发行人为应对下游整车厂客户的降价压力所采取的措施及有效性；分析发行人主要产品冲焊零部件毛利率上涨的真实性和合理性；

2、取得并检查发行人报告期各期采购明细表，核查主要原材料供应商采购金额、数量、价格情况，并与其他供应商供应同类型原材料的采购价格进行对比分析，核查是否存在重大异常情形；对于不存在主要供应商与其他供应商供应同类原材料的情形，取得并检查主要供应商向其他客户销售类似原材料的采购价格并进行分析，核查是否存在重大异常情形；

3、查阅主要客户合同条款，并结合会计准则了解发行人采用总额法或净额法的核算依据，并查阅同行业公司案例，了解同行业公司处理情况；查阅发行人存货管理相关内部控制制度，了解内控执行情况；

4、计算并分析边角料销售重量、产品产量和废料率；通过公开信息渠道了解同行业可比公司的废料率情况以及行业材料利用率情况，分析发行人情况是否符合行业惯例。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、整车价格逐年下降的行业背景下，发行人为应对下游整车厂客户的降价压力采取了有效措施；受主要原材料市场价格整体呈下降影响且发行人积极改善产品结构、推进降本增效措施，主要产品冲焊零部件毛利率逐年上涨具有真实性、合理性；

2、发行人主要原材料采购价格公允，与主要供应商的采购定价遵循市场化原则，与向其他同类供应商采购单价或该供应商向其他客户销售同类原材料单价不存在重大差异；

3、发行人根据与不同客户的合同条款和实际操作执行情况，根据会计准则和监管指引的相关规定判断是否采用总额法或净额法，相关会计政策一贯执行；发行人已建立完善的与存货管理相关的内部控制制度且报告期内严格执行，对于不控制的存货能够与公司自身的存货区分；

4、报告期内，发行人废料率波动较小，与同行业可比公司披露的废料率，以及行业数据不存在重大差异。

5.关于预付款

根据申报材料及问询回复：发行人原材料以预付模式为主，发行人预付工装模具款存在较多预付供应商款项金额大于当年度采购入库金额，报告期各期末预付款前五名供应商中未见报告期各期前五大原材料供应商。

请发行人披露：（1）发行人预付工装模具款存在较多预付供应商款项金额大于当年度采购入库金额的原因及合理性，发行人预付供应商款项进度是否与合同约定一致，是否存在提前预付款项的情况；结合采购入库情况，分析发行人是否存在未收到货物的情况下持续大额预付款的情况，预付款项的资金去向是否存在异常；（2）结合同行业可比公司，详细说明预付款模式是否符合行业惯例；发行人对前五大原材料供应商的具体采购模式与采购量的匹配性、付款进度是否符合合同约定以及各期末对应的往来款余额情况；原材料采购采用预

付款模式和应付款模式的各自占比情况，对非前五大供应商采用预付款模式的合理性，发行人相关采购的真实性。

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、发行人预付工装模具款存在较多预付供应商款项金额大于当年度采购入库金额的原因及合理性，发行人预付供应商款项进度是否与合同约定一致，是否存在提前预付款项的情况；结合采购入库情况，分析发行人是否存在未收到货物的情况下持续大额预付款的情况，预付款项的资金去向是否存在异常；

（一）发行人预付工装模具款存在较多预付供应商款项金额大于当年度采购入库金额的原因及合理性，发行人预付供应商款项进度是否与合同约定一致，是否存在提前预付款项的情况

对于工装模具款，发行人根据车型及零件类别对每个工装模具单独进行招投标或询比价，不同生产基地、不同车型项目选取的供应商变动较大，整体工装模具供应商较为分散；且工装模具到货周期较长，一般从下达开模指令到模具验收完成需 1 年至 1.5 年，预付款项所对应的工装模具通常在次年及之后验收入库，故期末预付款余额和当期采购入库金额存在时间差异，具有合理性。

报告期各期末，按照预付款项余额口径，发行人工装模具款预付款前五名供应商具体情况如下：

单位：万元

2025年6月30日								
供应商名称	预付款项金额	主要采购内容	该供应商当年度采购入库金额	期末预付金额和当期采购金额差异原因	合同约定的支付或结算方式	预付款是否与合同约定一致	是否存在提前预付款项的情况	是否符合实际业务情况和采购需求
上海科正模具有限公司	409.35	工装模具	393.80	发行人向其采购 J90K、VW311、Type132 等车型工装模具，当年度采购金额和预付款金额均对应前述车型，因模具开发周期不同，部分模具尚处于开发阶段，当期未入库	合同签订后、工装发货验收合格后分别支付一定金额	预付款对应工装模具部分处于设计开发阶段，部分处于验收阶段，预付款比例与合同约定一致	否	是
扬州迈新模具工业有限公司	381.55	工装模具	238.95	发行人向其采购 VW311、DX1H 等车型工装模具，当年度采购金额和预付款金额均对应前述车型，因模具开发周期不同，部分模具尚处于开发阶段，当期未入库	合同签订后、全工装样件合格后、预验收合格后、终验收合格后等时点分别支付一定金额	预付款对应工装模具部分处于设计开发阶段，部分处于全工装样件阶段，预付款比例与合同约定一致	否	是
四川祥喆精密模具有限公司	318.62	工装模具	494.25	工装模具当期采购金额排名第 7，预付金额与采购金额相	合同签订后、全工装样件合格后、预验收合格后、终验收合格后等时	预付款对应工装模具部分处于设计开发阶段，部分处于终验收阶段，预付	否	是

				匹配	点分别支付一定金额	款比例与合同约定一致		
浙江丰久模具科技有限公司	317.33	工装模具	281.11	发行人向其采购 A01、A03、A10、D16&D21、E371-A1、HY11-P、T132A 等车型工装模具，其中 A01 车型工装模具当期入库，A03、A10、D16&D21、E371-A1、HY11-P、T132A 等车型工装模具尚处于开发阶段，当期未入库	合同签订后、全工装样品合格后、预验收合格后、终验收合格后等时点分别支付一定金额	预付款对应工装模具部分处于设计开发阶段，部分处于终验收阶段，预付款比例与合同约定一致	否	是
浙江黄岩冲模有限公司	310.01	工装模具	1,457.45	工装模具当期采购金额排名第 2，预付金额与采购金额相匹配	合同签订后、全工装样品合格后、预验收合格后、终验收合格后等时点分别支付一定金额	预付款对应工装模具部分处于设计开发阶段，部分处于预验收阶段，预付款比例与合同约定一致	否	是
合计	1,736.85	-	-	-	-	-	-	-
2024 年 12 月 31 日								
供应商名称	预付款项金额	主要采购内容	该供应商当年度采购入库金额	期末预付金额和当期采购金额差异原因	支付或结算方式	预付款是否与合同约定一致	是否存在提前预付款项的情况	是否符合实际业务情况和采购需求
上海凌云汽车模具有限	576.80	工装模具	1,707.40	工装模具当期采购金额排名	合同签订后、全工装样品合格后、预验收合格	预付款对应工装模具处于设计开发阶段，预付款	否	是

公司				第 1, 预付金额与采购金额相匹配	后、终验收合格后、验收合格回厂后、回厂调试达到验收状态后等时点分别支付一定金额	比例与合同约定一致		
浙江黄岩冲模有限公司	477.40	工装模具	945.88	工装模具当期采购金额排名第 4, 预付金额与采购金额相匹配	合同签订后、全工装样件合格后、预验收合格后、终验收合格后等时点分别支付一定金额	预付款对应工装模具处于设计开发阶段, 预付款比例与合同约定一致	否	是
上海新砚模具制造有限公司	436.28	工装模具	388.54	发行人向其采购 A12 等车型工装模具, 当年度采购金额和预付款金额均对应前述车型, 因模具开发周期不同, 部分模具尚处于开发阶段, 当期未入库	合同签订后支付 50%; PSW 签署后剩余 50% 分月支付	预付款对应工装模具处于验收阶段, 预付款比例与合同约定一致	否	是
四川祥喆精密模具有限公司	325.60	工装模具	1,119.52	工装模具当期采购金额排名第 2, 预付金额与采购金额相匹配	合同签订后、全工装样件合格后、预验收合格后、终验收合格后等时点分别支付一定金额	预付款对应工装模具处于设计开发阶段, 预付款比例与合同约定一致	否	是
上海科正模具有限公司	291.00	工装模具	1,009.63	工装模具当期采购金额排名第 3, 预付金额与采购金额相匹配	合同签订后、工装发货验收合格后分别支付一定金额	预付款对应工装模具处于设计开发阶段, 预付款比例与合同约定一致	否	是
合计	2,107.08	-	-	-	-	-	-	-
2023 年 12 月 31 日								

供应商名称	预付款项金额	主要采购内容	该供应商当年度采购入库金额	期末预付金额和当期采购金额差异原因	支付或结算方式	预付款是否与合同约定一致	是否存在提前预付款项的情况	是否符合实际业务情况和采购需求
天津汽车模具股份有限公司及其关联公司	282.85	工装模具	164.64	发行人向其采购 AC0、VW313 等车型工装模具，其中 VW313 车型工装模具当期入库，AC01 等车型工装模具尚处于开发阶段，当期未入库	合同签订后、全工装样件合格后、预验收合格后、终验收合格后等时点分别支付一定金额	预付款对应工装模具处于预验收阶段，预付款比例与合同约定一致	否	是
四川天坤模具制造有限公司	277.86	工装模具	28.08	发行人向其采购 W05 等车型工装模具，当年度采购金额和预付款金额均对应前述车型，因模具开发周期不同，部分模具尚处于开发阶段，当期未入库	合同签订后支付 30%；工装发货验收合格后支付 70%	预付款对应工装模具部分处于设计开发阶段，部分处于预验收阶段，部分处于终验收阶段，预付款比例与合同约定一致	否	是
上海科正模具有限公司	212.40	工装模具	228.00	发行人向其采购 VW311、W02、E245&E261 等车型工装模具，当年度采购金额和预付款金额均对应前述车型，因模具开发周期不同，部分模具尚处于开发阶段，当期未入库	合同签订后支付 30%；工装发货验收合格后支付 70%	预付款对应工装模具处于设计开发阶段，预付款比例与合同约定一致	否	是

上海凌云汽车模具有限公司	147.00	工装模具	957.67	工装模具当期采购金额排名第 11, 预付金额与采购金额相匹配	合同签订后支付 30%; 验收合格回厂后支付 30%; 回厂调试达到验收状态后支付 40%	预付款对应工装模具处于设计开发阶段, 预付款比例与合同约定一致	否	是
辉泰(太仓)汽配有限公司	123.00	工装模具	-	因行业内信息参与招投标并中标 AC01 等车型, 与发行人开始业务合作, 发行人主要向其采购 AC01 等车型工装模具, 截至期末尚处于开发阶段, 当期未入库	合同签订后支付 30%; 全工装样件合格后支付 20%; 模具预验收合格后支付 20%; 模具终验收合格后支付 20%; 质保金 10%	预付款对应工装模具处于设计开发阶段, 预付款比例与合同约定一致	否	是
合计	1,043.11	-	-	-	-	-	-	-
2022 年 12 月 31 日								
供应商名称	预付款项金额	主要采购内容	该供应商当年度采购入库金额	期末预付金额和当期采购金额差异原因	支付或结算方式	预付款是否与合同约定一致	是否存在提前预付款项的情况	是否符合实际业务情况和采购需求
苏州森维模具有限公司	582.14	工装模具	-	因行业内信息参与招投标并中标 SK11 车型, 与发行人开始业务合作, 发行人主要向其采购 V216、MC11 等车型工装模具, 截至期末尚处于开发阶段, 当期未入库	合同签订后、全工装样件合格后、模具预验收合格、模具终验收合格后等时点分别支付一定金额	预付款对应工装模具处于设计开发阶段, 预付款比例与合同约定一致	否	是
昆山恒凌汽	523.35	工装	-	经蔚来汽车推荐并完成发行	合同签订后、预验收合	预付款对应工装模具处	否	是

车模具有限公司		模具		人供应商准入审核后,与其开展关于蔚来汽车 Sirius、Aries、Libra 等车型的业务合作,向其采购相关车型工装模具,截至期末尚处于开发阶段,当期未入库	格后、终验收合格后等时点分别支付一定金额	于设计开发阶段,预付款比例与合同约定一致		
江苏瑞金装备科技有限公司	463.76	工装模具	-	因行业内信息参与招投标并中标 Sirius 车型,与发行人开始业务合作,发行人主要向其采购 Sirius、Aries 等车型工装模具,截至期末尚处于开发阶段,当期未入库	合同签订后支付 30%; 模具预验收合格后支付 30%; 模具终验收合格后支付 30%; 质保金 10%	预付款对应工装模具处于设计开发阶段,预付款比例与合同约定一致	否	是
扬州迈科精密模具有限公司	334.28	工装模具	-	因行业内信息参与招投标并中标蔚来汽车 Aries 车型,与发行人开始业务合作,发行人主要向其采购 Aries 等车型工装模具,截至期末尚处于开发阶段,当期未入库	合同签订后支付 30%; 模具预验收合格后支付 30%; 模具终验收合格后支付 30%; 质保金 10%	预付款对应工装模具处于设计开发阶段,预付款比例与合同约定一致	否	是
浙江黄岩冲模有限公司	324.27	工装模具	730.27	工装模具当期采购金额排名第 12, 预付金额与采购金额相匹配	合同签订后、全工装样件合格后、预验收合格后、终验收合格后等时点分别支付一定金额	预付款对应工装模具处于设计开发阶段,预付款比例与合同约定一致	否	是
合计	2,227.81	-	-	-	-	-	-	-

注:天津汽车模具股份有限公司及其关联公司包括黄骅天汽模汽车模具有限公司、天津天汽模志通车身科技有限公司、湘潭天汽模热成型技术有限公司。

如上表所示，因不同车型工装模具的工艺要求、模具精度、外观设计差异较大，发行人对每个车型、每个工装模具单独进行招投标或询比价，不同车型项目选取的供应商变动较大，工装模具供应商较为分散，各供应商各年度采购入库金额随所承接的车型项目变动，连续性较弱。加之工装模具开发及验收周期较长，通常需进行 1-1.5 年，预付款时点与验收入库时点存在差异，故期末预付款余额和当期采购入库金额存在差异，具有合理性。

但发行人各期末预付工装模具款均对应具体车型，与具体业务合同相匹配，预付款进度与合同约定以及工装模具实际开发阶段相匹配，不存在提前预付款项的情况，符合实际业务和采购需求，预付款项真实、合理。

(二) 结合采购入库情况，分析发行人是否存在未收到货物的情况下持续大额预付款的情况，预付款项的资金去向是否存在异常

报告期各期末，发行人工装模具款预付款前五名供应商对应的预付款项账龄及期后到货情况具体如下：

单位：万元

2025 年 6 月 30 日						
供应商名称	预付款项金额	预付款项账龄	期后到货情况	尚未到货原因	是否存在未收到货物持续大额预付情形	预付款项资金去向是否异常
上海科正模具有限公司	409.35	1 年以内	部分到货	J90K、T132A 等车型工装模具尚未开发完成	否	否
扬州迈新模具工业有限公司	381.55	1 年以内	未到货	VW416、DX1H 等车型工装模具尚未开发完成	否	否
四川祥喆精密模具有限公司	318.62	1 年以内	部分到货	J90K、A03、DX1H、HY11-P、T132A 等车型工装模具尚未开发完成	否	否
浙江丰久模具科技有限公司	317.33	1 年以内	未到货	A03、E371-A1、HY11-P、T132A 等车型工装模具尚未开发完成	否	否

浙江黄岩冲模有限公司	310.01	1年以内	部分到货	SD06、DX1H等车型工装模具尚未开发完成	否	否
合计	1,736.85	-	-	-	-	-
2024年12月31日						
供应商名称	预付款项金额	预付款账龄	期后到货情况	尚未到货原因	是否存在未收到货物持续大额预付情形	预付款项资金去向是否异常
上海凌云汽车模具有限公司	576.80	1年以内	已到货	-	否	否
浙江黄岩冲模有限公司	477.40	1年以内	部分到货	部分车型推迟开发计划,预付款暂未结算完成	否	否
上海新砚模具制造有限公司	436.28	1年以内	已到货	-	否	否
四川祥喆精密模具有限公司	325.60	1年以内	部分到货	J90K、Blanc等车型工装模具尚未开发完成	否	否
上海科正模具有限公司	291.00	1年以内	已到货	-	否	否
合计	2,107.08	-	-	-	-	-
2023年12月31日						
供应商名称	预付款项金额	预付款账龄	期后到货情况	尚未到货原因	是否存在未收到货物持续大额预付情形	预付款项资金去向是否异常
天津汽车模具股份有限公司及其关联公司	282.85	1年以内	已到货	-	否	否
四川天坤模具制造有限公司	277.86	1年以内	已到货	-	否	否

上海科正模具有限公司	212.40	1年以内	已到货	-	否	否
上海凌云汽车模具有限公司	147.00	1年以内	已到货	-	否	否
辉泰（太仓）汽配有限公司	123.00	1年以内	已到货	-	否	否
合计	1,043.11	-	-	-	-	-
2022年12月31日						
供应商名称	预付款项金额	预付款账龄	期后到货情况	尚未到货原因	是否存在未收到货物持续大额预付情形	预付款项资金去向是否异常
苏州森维模具有限公司	582.14	1年以内	已到货	-	否	否
昆山恒凌汽车模具有限公司	523.35	1年以内	已到货	-	否	否
江苏瑞金装备科技有限公司	463.76	1年以内	已到货	-	否	否
扬州迈科精密模具有限公司	334.28	1年以内	已到货	-	否	否
浙江黄岩冲模有限公司	324.27	1年以内	已到货	-	否	否
合计	2,227.81	-	-	-	-	-

注1：天津汽车模具股份有限公司及其关联公司包括黄骅天汽模汽车模具有限公司、天津天汽模志通车身科技有限公司、湘潭天汽模热成型技术有限公司。

注2：期后到货时间截至2025年8月31日。

如上表所示，报告期各期末，发行人主要预付款账龄均为1年以内，不存在在未收到货物的情况下持续大额预付款的情况，截至目前尚未到货原因主要是所属工装模具尚在设计开发阶段，具有合理性，与车型实际开发情况相匹配。

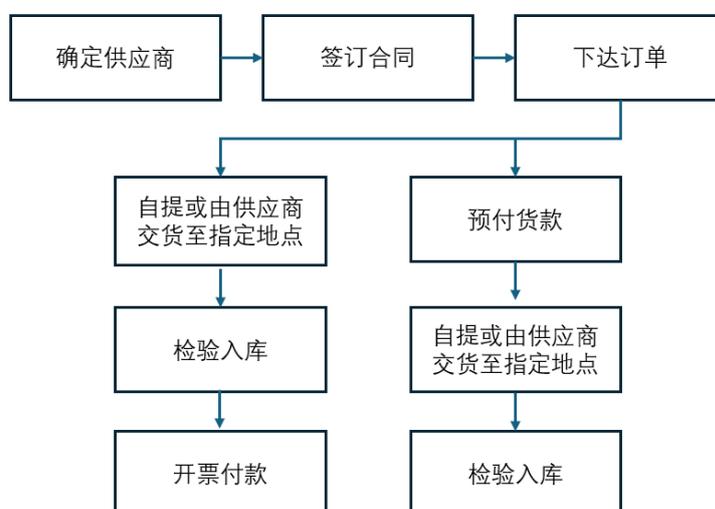
中介机构获取并核查了发行人及子公司、控股股东、实际控制人、董监高及其他关键人员、主要关联方报告期内银行流水；走访报告期内主要预付款项供应商，了解发行人与其业务合作、款项往来信息；获取并核查报告期各期末预付款对应的主要合同、发票、付款回单、期后到货情况等。经核查，发行人预付款项均出于真实采购需求，与车型实际开发情况相匹配，期后到货情况良好，预付款资金去向不存在异常情形。

二、结合同行业可比公司，详细说明预付款模式是否符合行业惯例；发行人对前五大原材料供应商的具体采购模式与采购量的匹配性、付款进度是否符合合同约定以及各期末对应的往来款余额情况；原材料采购采用预付款模式和应付款模式的各自占比情况，对非前五大供应商采用预付款模式的合理性，发行人相关采购的真实性。

（一）结合同行业可比公司，详细说明预付款模式是否符合行业惯例

发行人主要原材料为钢材，由于国内车用钢材生产加工技术及产业链配套已经逐步发展成熟，目前车用钢材生产商主要包括宝钢、武钢、鞍钢、首钢等大型钢厂，销售方主要包括车用钢材生产商（及其销售子公司）或钢材贸易商。其中，钢厂供应商多采用预付款模式，钢材贸易商多采用应付款模式。发行人预付款模式符合行业惯例。

不同采购付款模式流程图具体如下：



同行业可比公司关于采购付款模式的公开披露资料相关内容如下：

序号	公司名称	公开披露资料	关于预付款模式的相关表述
1	无锡振华	向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书	“公司预付款项金额分别为 5,472.68 万元、6,687.99 万元和 5,649.34 万元，主要为预付给供应商的货款，金额较小，占流动资产的比例较低。”
2	华达科技	2025 年半年度报告全文	按预付对象归集的期末余额前五名的预付款情况：广州广汽宝商钢材加工有限公司占预付款项期末余额合计数的比例 58.78%……
3	多利科技	招股说明书	“报告期各期末，公司预付原材料款的余额分别是 2,795.74 万元、5,106.31 万元、3,757.12 万元和 3,995.10 万元，主要是预付钢材款”
4	常青股份	2025 年半年度报告	按预付对象归集的期末余额前五名的预付款情况：中国宝武钢铁集团有限公司占预付款项期末余额合计数的比例 54.53%、河钢集团有限公司占预付款项期末余额合计数的比例 20.76%……
5	博俊科技	向不特定对象发行可转换公司债券之募集说明书	“报告期各期末，公司预付款项金额分别为 1,750.99 万元、4,595.38 万元、8,346.23 万元和 14,997.31 万元。公司预付款项主要为预付的原材料采购款和设备购置款……”
6	英利汽车	关于长春英利汽车工业股份有限公司 2022 年度向特定对象发行 A 股股票申请文件的审核问询函之回复报告	“报告期各期末，公司的预付款项金额分别……，主要为预付模检夹及原材料采购款项。”
7	泰鸿万立	关于第一轮审核问询函的回复意见	“公司生产需要的原材料主要为钢材、铝材，使用预付款或现款现货形式采购钢材、铝材为目前主流的支付方式……”

如上表所示，同行业可比公司同样存在以预付款模式采购原材料，发行人采购付款模式符合行业惯例，与同行业可比公司一致。

（二）发行人对前五大原材料供应商的具体采购模式与采购量的匹配性、付款进度是否符合合同约定以及各期末对应的往来款余额情况

报告期各期，发行人前五大原材料供应商均为钢材贸易商，具体情况如下：

单位：万元

公司名称	采购模式	采购内容	当期采购金额	往来款余额	支付或结算方式	付款进度是否符合合同约定
2025 年 1-6 月						

苏州利来工业智造股份有限公司及其关联公司	应付款模式	冷板/冷卷、热成型钢材	11,202.26	4,604.58	开票后 30 日内/75 日内付款	是
重庆思也其汽车零部件有限公司及其关联公司	应付款模式	冷板/冷卷、热成型钢材	4,989.69	1,793.70	开票后三 个月内付款	是
上海臻贵实业有限 公司	应付款模式	冷板/冷卷、热 成型钢材	4,794.05	577.07	开票后 30 日内付款	是
福然德股份有限公 司及其关联公司	应付款模式	冷板/冷卷、热 成型钢材	4,682.35	2,397.21	开票后 30 日内/45 日 内付款	是
重庆兰华汽车零部 件有限公司	应付款模式	冷板/冷卷、热 成型钢材	4,603.49	2,790.08	开票后 45 日内/75 日 内付款	是
合计	-	-	30,271.84	12,162.64	-	-
公司名称	采购模式	采购内容	当期采购 金额	往来款余额	支付或结 算方式	付款进度 是否符合 合同约定
2024 年度						
苏州利来工业智造 股份有限公司及其 关联公司	应付款模式	冷卷/冷板、热 成型钢材	22,740.42	4,054.99	开票后 30 日内/75 日 内付款	是
福然德股份有限公 司及其关联公司	应付款模式	冷卷/冷板、热 成型钢材	11,537.75	3,093.70	开票后 30 日内/45 日 内付款	是
合肥常茂钢材加工 有限公司	应付款模式	冷卷/冷板、热 成型钢材	9,152.75	2,336.22	开票后 30 日内/75 日 内付款	是
美达王（武汉）钢 材制品有限公司	应付款模式	冷卷/冷板	8,823.84	1,743.41	开票后 75 日内付款	是
重庆思也其汽车零 部件有限公司及其 关联公司	应付款模式	冷卷/冷板、热 成型钢材	8,673.55	1,428.50	开票后三 个月内付 款	是
合计	-	-	60,928.31	12,656.83	-	-
公司名称	采购模式	采购内容	当期采购 金额	往来款余额	支付或结 算方式	付款进度 是否符合 合同约定
2023 年度						
苏州利来工业智造 股份有限公司及其 关联公司	应付款模式	冷卷/冷板、热 成型钢材	18,379.30	1,989.93	开票后 30 日内/75 日 内付款	是

重庆思也其汽车零部件有限公司	应付款模式	冷卷/冷板、热成型钢材	8,466.25	5,174.68	开票后三个月内付款	是
合肥常茂钢材加工有限公司	应付款模式	冷卷/冷板、热成型钢材	8,431.25	2,614.93	开票后 30 日内/75 日内付款	是
长安福特汽车有限公司及其关联公司	应付款模式	冷卷/冷板	7,428.03	171.96	开票后当月付款	是
森六（广州）贸易有限公司	应付款模式	热成型钢材	7,342.92	2,536.32	开票后 75 日内付款	是
合计	-	-	50,047.76	12,487.82	-	-
公司名称	采购模式	采购内容	当期采购金额	往来款余额	支付或结算方式	付款进度是否符合合同约定
2022 年度						
长安福特汽车有限公司及其关联公司	应付款模式	冷卷/冷板	9,678.93	1,318.35	开票后当月付款	是
苏州利来工业智造股份有限公司及其关联公司	应付款模式	冷卷/冷板、热成型钢材	6,766.18	1,683.38	开票后 30 日内/75 日内付款	是
上海君博钢材加工有限公司	应付款模式	冷卷/冷板	6,195.99	3,456.54	开票后 75 日内付款	是
重庆思也其汽车零部件有限公司	应付款模式	冷卷/冷板、热成型钢材	5,913.99	2,749.97	开票后三个月内付款	是
重庆利动商贸有限公司	应付款模式	热成型钢材	5,143.78	1,995.41	开票后 30 日内付款	是
合计	-	-	33,698.87	11,203.65	-	-

注：上表中已将同一控制下公司合并统计采购金额。

如上表所示，发行人对报告期各期前五大原材料供应商均为应付款模式，付款进度符合合同约定，期末往来款余额与当期采购金额相匹配，具有商业合理性，采购业务真实。相较于钢厂作为钢材生产企业要求提前支付预付款且主要产品为未经加工的钢卷，并通常需要整卷购买，最低采购量与发行人实际生产需求量存在差异；钢材贸易商交货期相对较短，以应付款模式为主，主要交货产品通常已进行切割、镀层等初步加工，且可自主决定单次采购量。发行人主要通过钢材贸易商采购原材料有利于缩短采购及生产周期、提高原材料周转率、降低资金压力，符合发行人实际生产经营需要。

综上，发行人采购模式与采购量具有匹配性，各期末往来款项余额符合合同约定的付款进度，符合行业惯例，与发行人实际业务情况和采购需求相符。

（三）原材料采购采用预付款模式和应付款模式的各自占比情况，对非前五大供应商采用预付款模式的合理性，发行人相关采购的真实性

报告期各期，发行人原材料采购中，不同采购模式的采购金额及占比具体如下：

单位：万元

采购模式	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
应付款模式	63,122.15	90.56%	126,214.77	92.08%	109,103.49	90.81%	79,126.70	83.50%
预付款模式	6,582.76	9.44%	10,852.12	7.92%	11,037.38	9.19%	15,631.83	16.50%
合计	69,704.91	100.00%	137,066.89	100.00%	120,140.87	100.00%	94,758.53	100.00%

如前所述，钢材销售方主要包括车用钢材生产商（及其销售子公司）或钢材贸易商，其中车用钢材生产商（及其销售子公司）因生产排期较满、单次采购量较大，通常要求支付预付款，但相较而言直接从钢材生产商处采购标准钢材原卷更具价格优势；钢材贸易商交货期较短，且单次采购量更为灵活，交货产品通常已进行切割、镀层等初步加工，以应付款模式为主，也存在部分大型钢材贸易商因其具有特殊加工工艺，谈判话语权较重，要求采用预付款模式。因发行人客户覆盖较广，零部件产品均为定制化产品且规格型号众多，具有“小批量、多批次”特点，经综合考虑交货期、原材料周转速度、后续生产流程等因素后，发行人原材料供应商以钢材贸易商为主，占比约 90%，具有商业合理性，与行业惯例相符。

如本题“二、（二）发行人对前五大原材料供应商的具体采购模式与采购量的匹配性、付款进度是否符合合同约定以及各期末对应的往来款余额情况”所述，发行人报告期各期原材料前五大供应商均为钢材贸易商，采用应付款模式；对部分钢材生产商采购采用预付款模式，具有合理性，符合发行人实际生产经营需要。发行人对主要供应商采购入库金额与期末往来款余额相匹配，符合合同约定，采购业务真实，与实际业务情况和采购需求相符。

中介机构对发行人及其子公司的采购实施穿行测试、截止性测试，获取并核

查与采购相关的会计凭证、合同/订单、送货单、入库单、发票、付款单、转账记录等资料，并实施函证程序。经核查，发行人的采购真实。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行的核查程序如下：

1、取得发行人报告期内预付款项明细表，获取报告期内预付款项相关文件，包括但不限于采购合同、采购订单、期后到货情况等，核查预付款项是否具有商业合理性，是否符合实际业务开展和采购需求，预付款项金额是否与合同约定一致；

2、访谈发行人主要采购人员，了解具体采购模式、结算模式以及差异原因；查询同行业可比公司公开披露信息，了解行业内采购模式及具体情况；

3、取得发行人报告期内采购明细表、应付账款明细表、预付款项明细表、主要供应商采购合同等，统计不同采购结算模式下供应商采购情况，并分析采购量与往来款余额是否匹配，付款进度是否符合合同约定等；对采购业务实施穿行测试，核查与采购相关的会计凭证、合同/订单、送货单、入库单、发票、付款单、转账记录等；

4、对主要供应商实施函证程序并实地走访，了解其基本信息、经营情况、与发行人合作历史、交易情况、资金往来、是否存在关联关系等，核查采购业务真实性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人工装模具预付款与当期采购入库金额存在差异，主要系因工装模具开发周期较长，且供应商较为分散，预付时点与验收入库时点存在差异，具有合理性；发行人各期末预付工装模具款均对应具体车型，与具体业务合同相匹配，预付款进度与合同约定以及工装模具实际开发阶段相匹配，不存在提前预付款项

的情况；发行人预付款项均出于真实采购需求，与车型实际开发情况相匹配，期后到货情况良好，预付款资金去向不存在异常情形；

2、发行人原材料采购结算模式分为预付款模式和应付款模式，与行业惯例相符，与同行业可比公司一致；发行人对前五大原材料供应商采购模式与采购量具有匹配性，各期末往来款项余额符合合同约定的付款进度，符合行业惯例，与发行人实际业务情况和采购需求相符；发行人原材料供应商以钢材贸易商为主，占比约 90%，前五大原材料供应商均为钢材贸易商，采用应付款模式，主要系因发行人零部件产品具有“小批量、多批次、定制化”特性，钢材贸易商交货期较短、采购量灵活且交货产品通常已进行切割、镀层等初步加工，发行人经综合考虑交货期、原材料周转速度、后续生产流程等因素以向钢材贸易商采购为主，具有商业合理性；发行人采购业务真实，与实际业务情况和采购需求相符。

6.关于费用和应收账款

根据申报材料和问询回复，（1）报告期发行人业务招待费合计占营业收入比重为 0.15%、0.17%和 0.18%，同行业可比公司平均值约为 0.34%左右；业务招待费占三费的比重远低于同行业可比公司平均值；（2）报告期各期末，发行人逾期应收账款分别为 825.67 万元、3,256.05 万元和 4,070.42 万元。

请发行人：（1）结合业务模式、客户结构等，披露发行人业务招待费比例低于同行业可比公司的原因及合理性；业务招待费归集是否准确完整，是否存在代垫费用或员工账外支出等行为；（2）逾期应收账款对应的主要客户，逾期时间、逾期原因和坏账计提情况以及截止目前的回款情况。

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、结合业务模式、客户结构等，披露发行人业务招待费比例低于同行业可比公司的原因及合理性；业务招待费归集是否准确完整，是否存在代垫费用或员工账外支出等行为；

(一) 结合业务模式、客户结构等，说明发行人业务招待费比例低于同行业可比公司的原因及合理性

1、从业务模式来看，发行人业务招待费覆盖客户获取及合格供应商认证、新车型定点报价、产品和工装模具开发、客户日常维护、售后响应等阶段，主要集中在客户获取到产品开发阶段

通常情况下，从客户获取到完成合格供应商认证、获取新车型定点、实现量产并日常供货所需周期较长，涉及的业务招待活动具体如下：

主要业务阶段	发行人主要参与部门	可能涉及的业务招待环节
客户获取	主要管理人员、销售部门、研发部门等	客户拜访，频次不定
合格供应商认证	主要管理人员、销售部门、研发部门、质量部、物流部等	客户现场审厂等
新车型定点报价	业务中心、技术开发中心等	与客户进行技术交流和商务对接
产品和工装模具开发	研发部门、质量部、物流部等	工艺评审、工装模具验收、样件验收等，可能涉及客户现场评审或验收
客户日常维护	主要管理人员、业务中心、质量部、物流部等	客户拜访，频次不定
售后响应	主要管理人员、业务中心、物流部等	频次不定，主要解决物流交付和产品质量问题；如无重大质量问题，一般在客户日常维护中完成

如上表所示，在客户获取、合格供应商认证、新车型定点报价、产品和工装模具开发、客户日常维护、售后响应等各阶段均可能发生业务招待活动，但主要集中在客户获取到产品和工装模具开发阶段，如客户现场审厂、现场评审、现场验收等业务招待活动较多，日常维护阶段所需费用较少且频次不定。如遇大规模退换货或重大质量问题，售后响应费用可能较高。

在汽车零部件行业逐步分工专业化、生产规模化的背景下，客户与零部件供应商形成了较为标准化的合作和准入模式，供应商管理体系趋向标准化，整车制造商客户更注重零部件供应商的硬性资质条件，如资质证书、体系审核、良品率、工装模具开发设计能力等，业务招待活动有所减少。

2、从客户结构和获取时间来看，发行人进入主要客户合格供应商体系均在报告期初或之前，报告期内业务招待费多为客户日常维护支出，业务招待活动有限

报告期内，发行人主要客户分布及完成供应商准入时间具体如下：

主要客户名称	进入供应商名录的时间
吉利汽车	2016年6月
长安汽车	2010年以前
蔚来汽车	2020年11月
长安福特	2010年以前
理想汽车	2022年4月
腾海工贸	2022年2月
比亚迪	2021年4月
长城汽车	2018年3月

如上表所示，发行人进入主要客户合格供应商体系较早，报告期内初始客户开拓及合格供应商认证阶段业务招待活动较少。

3、从销售费用结构来看，发行人重视提升客户响应时效性，在主要客户厂区均配备售后服务人员，力争售后问题即时响应、现场解决，报告期内产品交付及时、质量稳定，售后阶段业务招待活动较少，相应职工薪酬占比高于同行业可比公司

销售费用结构方面，发行人职工薪酬占比较高，业务招待费占比较低。报告期内，发行人与同行业可比公司销售人员数量、对应职工薪酬占营业收入比重具体如下：

公司名称	2025年6月末		2024年末		2023年末		2022年末	
	期末销售人员数量	职工薪酬占比	期末销售人员数量	职工薪酬占比	期末销售人员数量	职工薪酬占比	期末销售人员数量	职工薪酬占比
无锡振华	未披露	0.05%	10	0.06%	8	0.06%	9	0.09%
华达科技	未披露	0.27%	122	0.30%	175	0.23%	177	0.22%
多利科技	未披露	0.18%	52	0.18%	58	0.20%	55	0.21%
常青股份	未披露	1.38%	310	0.81%	165	0.59%	145	0.54%

博俊科技	未披露	0.09%	20	0.12%	39	0.16%	26	0.30%
英利汽车	未披露	0.22%	39	0.14%	39	0.18%	41	0.16%
泰鸿万立	未披露	0.57%	46	0.57%	45	0.59%	46	0.57%
平均值	-	0.39%	86	0.31%	76	0.29%	71	0.30%
发行人	257	0.93%	254	0.84%	207	0.77%	157	0.82%

注：同行业可比公司数据来源于公开披露信息。其中，泰鸿万立 2024 年末销售人员数量为截至 2024 年 6 月 30 日数据。

2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末，发行人销售人员人数分别为 157 人、207 人、254 人和 257 人，高于同行业可比公司均值，与常青股份、华达科技相近。发行人通过增加售后人员配置，力争售后问题即时响应、现场解决，提高客户日常维护效率。报告期内，发行人现场售后服务人员具体配置如下：

序号	客户名称	驻场售后人员配备情况
1	长安汽车	客户主要厂区均配备驻场人员，合计约 20 人，分布在北京、重庆、南京、合肥等地
2	吉利汽车	客户主要厂区均配备驻场人员，合计约 10 人，分布在贵阳、杭州、余姚、宁波、张家口等地
3	零跑汽车	驻场人员约 10 人，分布在杭州等地
4	蔚来汽车	客户主要厂区均配备驻场人员，合计约 10 人，分布在合肥、滁州等地
5	理想汽车	驻场人员约 5 人，分布在常州等地
6	长安福特	驻场人员约 5 人，分布在重庆、杭州等地
7	长安马自达	驻场人员约 5 人，分布在南京等地
8	宁德时代	驻场人员约 5 人，分布在重庆等地
9	睿蓝汽车	驻场人员约 5 人，分布在重庆等地
10	长城汽车	专人驻场重庆主厂区
11	江铃汽车	专人驻场南昌主厂区
12	上汽通用五菱	专人驻场重庆主厂区

如上表所示，发行人组建了专业的交付保障及质量售后团队，配备数十人专职售后团队在重庆、合肥、杭州、常州、宁波、南京、北京、贵阳、张家口等主要客户生产基地驻场，以实时响应、解决客户售后问题，提升客户售后服务效率，减少了因售后问题响应不及时而可能产生的商务招待活动。

同时，发行人通过提高自动化生产率、加强产品质量检测等方式，实现产品从投料到生产的全过程管控，零部件产品良品率维持在较高水平，报告期内退换货金额及质量索赔金额较低，仅存在因产品污损、划痕等原因产生的少量售后情形，相应售后阶段业务招待活动较少。

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
退换货金额	76.72	37.88	94.94	2.30
质量索赔金额	86.31	118.92	108.00	117.54
退换货及质量索赔合计	163.03	156.80	202.94	119.84
营业收入	160,414.75	308,786.52	256,352.04	209,106.94
占营业收入比重	0.10%	0.05%	0.08%	0.06%

如上所述，发行人通过增加售后服务人员配置、提升驻场响应能力、提升产品质量稳定性以提高售后服务效率、减少售后费用支出，销售人员职工薪酬占比较高，业务招待费占比相应下降。

（二）业务招待费归集是否准确完整，是否存在代垫费用或员工账外支出等行为

1、在费用核算方面，发行人制定了完善的内控制度并有效执行

在业务招待费核算方面，发行人已制定《费用报销管理制度》，对相关费用的审批和报销予以规范。计划发生招待前，员工需在 OA 系统提交“业务招待费申请流程”进行事前审批；业务招待费报销流程需与申请流程关联；实际报销时，需提交的报销附件包括发票、消费清单、住宿水单等单据；报销流程由本人发起、经部门负责人审批、财务审核岗审核、财务负责人审核通过后，由出纳核付报销。同时，综合管理部负责对内部领用酒水做日常收发台账管理，并在每月底向财务部提交内部领用酒水台账。

报告期内，发行人严格按照权责发生制记录相关经济业务，以保证费用归集的准确性和完整性。一方面，发行人以业务受益部门为基础对相关费用进行归集，按照业务实质对业务招待费相关费用进行归集核算；另一方面，发行人结合业务

招待费申请、报销流程检查发票、消费清单、住宿水单等单据，确保相关费用在归属期间记录完整。

报告期内，发行人已建立有效的会计核算制度和内部控制制度，并在管理层的监督下得到了有效实施，公司相关会计基础健全，与财务报表相关的内部控制健全并得到了有效执行，业务招待费归集准确完整。

2、发行人业务招待费核算内容符合实际业务需求及行业惯例

报告期内，发行人销售费用中业务招待费主要包括客户获取、合格供应商认证、新车型定点报价、产品和工装模具开发、客户日常维护以及售后响应过程中所发生的相关招待费用；管理费用中的业务招待费主要包括公司管理人员以及日常非业务活动中所发生的对外联络、公司内部活动、中介机构接待、体系认证等过程中所发生的相关招待费用，相关费用符合公司实际业务需求。

经查阅同行业可比公司公开披露信息，同行业可比公司对于业务招待费核算内容如下：

可比公司	业务招待费核算内容
无锡振华	未披露
华达科技	未披露
多利科技	未披露
常青股份	未披露
博俊科技	公司业务招待费主要是销售人员报销的招待客户的餐费、交通费和住宿费等
英利汽车	未披露
泰鸿万立	销售费用中业务招待费主要是销售人员为市场开拓、品牌推广和产品交流等开展各类活动以及在业务洽谈、对外联络、客户考察、商务接待时所发生的相关招待费用。管理费用中的业务招待费主要是管理人员对外联络、公司内部活动、中介机构接待等发生的相关招待费用

如上表所示，同行业可比公司业务招待费核算内容与发行人基本一致，主要包括销售人员为市场开拓、商务接待、客户维护等过程中发生的相关招待费用，以及管理人员对外联络、公司内部活动所发生的招待费用等。发行人业务招待费核算内容符合公司实际业务需求及行业惯例，具有合理性，相关业务招待费用归集准确、完整。

3、发行人不存在代垫费用或员工账外支出等行为

针对发行人业务招待费是否存在代垫费用或员工账外支出等行为，中介机构所做的核查工作如下：

（1）了解发行人业务招待费发生的场景、内容以及费用报销流程、费用核算方法；了解发行人与业务招待费用核算相关的内部控制制度及程序；

（2）对发行人财务负责人及主要销售人员进行访谈，了解发行人业务招待费发生的具体情况、管控流程及会计核算过程；

（3）检查大额业务招待费的原始审批记录、发票、消费清单、住宿水单等报销单据，复核业务招待费记录的准确性；

（4）取得发行人及子公司的企业信用报告，亲自获取已开立银行账户清单和银行流水，并执行以下核查工作：

①实施银行函证程序；

②核查报告期内全部银行账户的账号、账户类型、账户余额信息，与银行对账单进行比对；

③核查报告期内大额银行收支，核对记账凭证及原始凭证（银行单据记录），核查是否存在异常或者违规交易，核查发行人资金管理相关内部控制制度设计并运行有效；

④核查发行人在报告期内日期相近的大额资金进出情况。

（5）针对关联方银行流水，执行如下核查程序：

①取得发行人实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、关键岗位人员的云闪付《银行卡查询报告》，获取其报告期内所有银行卡流水以及银行账户完整性承诺；比对银行流水中本人交易账号信息，检查获取的银行账户是否完整；

②核查关联自然人 5 万元人民币或等值外币以上的大额资金流水，与相关关联自然人了解交易背景、交易对手等情况，确认资金流水发生的真实性和合理性，并签署银行流水调查问卷；

③获取主要关联法人的已开立银行账户清单，取得报告期全部银行账户的银行流水；

④核查关联法人 20 万元人民币或等值外币以上的大额资金流水，与相关业务人员了解交易背景、交易对手等情况，确认资金流水发生的真实性和合理性；

⑤检查银行流水中与发行人有关的往来，核查发行人与其关联方是否存在违规资金往来；

⑥核查关联自然人、关联法人的银行流水中是否与发行人客户或供应商存在大额资金往来，是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形；

⑦走访报告期内主要客户、供应商，确认其与发行人及子公司的资金往来是否均具有真实交易背景，是否存在个人卡收付情形，是否存在资金体外循环或代垫成本费用情形。

经核查，发行人及其子公司大额资金往来不存在重大异常情形，与客户供应商之间的往来均与业务活动相匹配；相关自然人和关联法人银行流水不存在与发行人客户、供应商、股东、发行人员工及其他关联方之间的大额异常往来情形；发行人不存在代垫费用或员工账外支出等情形。

综上，发行人制定了包括《费用报销管理制度》在内完善的内控制度并在报告期内有效执行。发行人按照权责发生制记录相关经济业务，业务招待费核算内容符合行业惯例，相关费用归集准确、完整，不存在代垫费用或员工账外支出等行为。

二、逾期应收账款对应的主要客户，逾期时间、逾期原因和坏账计提情况以及截止目前的回款情况。

报告期各期末，发行人逾期应收账款情况如下：

单位：万元

期间	应收账款余额	逾期应收账款金额	逾期比例	扣除单项计提坏账后的逾期应收账款金额	扣除单项计提坏账应收账款后的逾期比例
2025年6月30日	113,453.23	3,643.28	3.21%	1,296.52	1.14%
2024年12月31日	121,209.86	4,070.42	3.36%	1,781.85	1.47%
2023年12月31日	98,130.72	3,256.05	3.32%	3,197.49	3.26%
2022年12月31日	91,141.78	825.67	0.91%	825.67	0.91%

2022年末、2023年末、2024年末和2025年6月末，扣除单项计提坏账后的逾期应收款项分别含应收北汽银翔汽车有限公司 317.32 万元、307.96 万元、307.96 万元和 280.40 万元，因账龄较长已按账龄全额计提坏账准备。若剔除该款项，2022年末、2023年末、2024年末和2025年6月末，发行人扣除已全额计提坏账后的逾期应收款项分别为 508.35 万元、2,889.53 万元、1,473.89 万元和 1,016.12 万元，逾期比例分别为 0.56%、2.94%、1.22%和 0.90%，占比较低。

报告期内，发行人与主要客户信用政策具体如下：

客户名称	信用政策	报告期内是否发生变化
吉利汽车	发票入账后次月 1 日起 45 天/75 天	否
长安汽车	发票入账后 90 天	否
蔚来汽车	发票入账后 90 天	否
长安福特	发票入账后 30 天	否
理想汽车	发票入账后 90 天	否
腾海工贸	发票入账后 90 天	否
比亚迪	发票入账后 60 天	否
长城汽车	发票入账后次月 1 日起 90 天	否

如上表所示，报告期内，发行人与主要客户信用政策未发生变化，不存在放宽信用期的情形。逾期应收账款主要系因部分客户内部付款审批流程较长，或个别客户如合众新能源、浙江世圆、嘉兴常嘉、北汽银翔等处于破产重整或司法诉讼阶段。

发行人逾期应收账款对应的主要客户、应收金额、逾期时间、逾期原因和坏账计提情况以及截止目前的回款情况如下：

单位：万元

客户名称	逾期金额	逾期占比	坏账计提金额	逾期原因	期后回款金额	回款计划
2025年6月30日						
合众新能源汽车股份有限公司	1,294.53	35.53%	1,294.53	客户破产重整	-	目前处于破产重整阶段，杭州至信已申报债权
浙江世圆汽车部件有限公司	731.37	20.07%	731.37	未收到下游客户货款	-	一审判决被告向原告支付货款731.37万元及逾期付款利息，对方已提起上诉，目前在二审审理中
黑龙江云枫汽车有限公司	328.71	9.02%	16.44	客户付款流程较长	145.30	持续合作，陆续回款
北汽银翔汽车有限公司	280.40	7.70%	280.40	客户破产重整	-	根据债务重整计划追偿
嘉兴常嘉汽车零部件有限公司	262.31	7.20%	262.31	未收到下游客户货款	-	一审判决被告向原告支付货款262.31万元及逾期付款利息。目前法院已立案执行
重庆睿蓝汽车研究院有限公司	231.15	6.34%	11.56	客户付款流程较长	-	持续合作，陆续回款
安徽达亚汽车零部件有限公司	101.49	2.79%	5.07	客户付款流程较长	-	持续合作，陆续回款
吉利汽车	88.03	2.42%	4.40	客户付款流程较长	-	持续合作，陆续回款
合计	3,317.99	91.07%	2,606.08	-	145.30	-
2024年12月31日						
合众新能源汽车股份有限公司	1,244.68	30.58%	622.34	客户破产重整	-	目前处于破产重整阶段，杭州至信已申报债权
吉利汽车	751.31	18.46%	37.57	客户付款流程较长	751.31	已全额收回

客户名称	逾期金额	逾期占比	坏账计提金额	逾期原因	期后回款金额	回款计划
浙江世圆汽车部件有限公司	731.37	17.97%	731.37	未收到下游客户货款	-	一审判决被告向原告支付货款 731.37 万元及逾期付款利息，对方已提起上诉，目前在二审审理中
腾海工贸	313.85	7.71%	15.69	客户付款流程较长	313.85	已全额收回
北汽银翔汽车有限公司	307.96	7.57%	307.96	客户破产重整	27.56	根据债务重整计划追偿
嘉兴常嘉汽车零部件有限公司	253.97	6.24%	253.97	未收到下游客户货款	-	一审判决被告向原告支付货款 262.31 万元及逾期付款利息。目前法院已立案执行
黑龙江云枫汽车有限公司	224.96	5.53%	11.25	客户付款流程较长	224.96	已全额收回
合计	3,828.10	94.06%	1,980.15	-	1,317.68	-
2023 年 12 月 31 日						
腾海工贸	1,300.00	39.93%	65.00	客户付款流程较长	1,300.00	已全额收回
长安汽车	938.09	28.81%	46.90	客户付款流程较长	938.09	已全额收回
北汽银翔汽车有限公司	307.96	9.46%	307.96	客户破产重整	27.56	根据债务重整计划追偿
零跑汽车	214.53	6.59%	10.73	客户付款流程较长	214.53	已全额收回
上海连灌自动化科技有限公司	164.10	5.04%	8.21	客户付款流程较长	164.10	已全额收回
深圳市宝能汽车有限公司	159.19	4.89%	13.29	客户付款流程较长	159.19	已全额收回
合计	3,083.87	94.71%	452.09	-	2,803.47	-
2022 年 12 月 31 日						
吉利汽车	402.81	48.79%	20.14	客户付款流程较长	402.81	已全额收回
北汽银翔汽车有限公司	317.32	38.43%	317.32	客户破产重整	27.56	根据债务重整计划追偿

客户名称	逾期金额	逾期占比	坏账计提金额	逾期原因	期后回款金额	回款计划
华楷麦尔汽车系统(宁波)有限公司	37.28	4.51%	1.86	客户付款流程较长	37.28	已全额收回
合计	757.41	91.73%	339.33	-	467.65	-

注 1：期后回款金额统计截止时间为 2025 年 8 月 31 日；

注 2：合众新能源汽车股份有限公司、浙江世圆汽车零部件有限公司、嘉兴常嘉汽车零部件有限公司、北汽银翔汽车有限公司应收账款已全额计提坏账准备。

如上表所示，除客户处于破产重整阶段或因司法诉讼导致的逾期应收账款外，发行人其他逾期应收账款形成的主要原因系部分客户内部付款审批流程较长。除破产重整及诉讼外相关逾期款项处于正常回款周期，且 2022 年末、2023 年末、2024 年末相关逾期款项均已回款完毕。发行人已于报告期各期末根据预期信用损失模型评估预期信用损失，按账龄组合对应收账款计提坏账准备。对于信用状况明显恶化、未来回款可能性较低、已有客观证据表明已经发生信用减值等的客户，发行人对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失，应收账款坏账准备计提充分。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行的核查程序如下：

1、访谈发行人主要管理人员，了解发行人业务模式、业务流程、所涉及的业务招待环节等；

2、获取报告期内管理费用、销售费用明细表，并与同行业可比公司进行对比分析；查阅发行人业务招待费相关内控制度，了解业务招待费归集原则和审批程序；获取并核查了发行人及其子公司、控股股东、实际控制人、董监高及其他关键人员、主要关联方报告期内银行流水，核查是否存在代垫费用或员工账外支出；

3、获取发行人报告期各期末应收账款明细表，复核账龄划分准确性；获取单项计提坏账准备的客户清单，通过网络查询等方式了解该等客户具体情况，核

查单项计提是否充分；通过网络查询等方式了解主要客户是否存在重大负面舆情或经营风险，核查其他客户是否存在重大信用风险；

4、获取报告期各期末主要应收账款客户对应的销售订单、结算单、发票以及期后回款等单据凭证，核查应收账款及回款的真实性；

5、取得发行人对合众新能源、浙江世圆、嘉兴常嘉等公司的诉讼文件，了解最新诉讼进展；查阅汽车行业上市公司公开披露信息，了解同行业公司对于合众新能源的坏账准备计提比例，并与发行人进行对比分析。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人业务招待费比例低于同行业可比公司，主要系因发行人进入主要客户合格供应商体系较早，报告期内初始客户开拓及合格供应商认证阶段业务招待活动较少，加之发行人于客户厂区现场配备的售后服务人员较多，售后响应能力大幅提升，售后阶段业务招待活动较少；发行人业务招待费归集准确完整，不存在代垫费用或员工账外支出等行为；

2、报告期内，发行人与主要客户信用政策未发生变化，不存在放宽信用期的情形。除破产重整及诉讼外相关逾期款项处于正常回款周期，且 2022 年末、2023 年末、2024 年末相关逾期款项均已回款完毕；发行人应收账款坏账准备计提充分。

7.关于其它

7.1 关于经营资质

根据申报材料及问询回复：陕西至信未取得排水许可证。

请发行人披露：（1）陕西至信未取得排水许可证的原因，是否存在违规情况，未取得排水许可证情况下运营是否存在受到主管部门行政处罚的风险，是否构成重大违法行为，预计何时取得，是否有相关整改措施；（2）发行人安全

生产标准化认证是否已申请续期，目前的进展，到期后续期是否存在障碍，如无法按时完成续期对发行人生产经营的影响。

请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、陕西至信未取得排水许可证的原因，是否存在违规情况，未取得排水许可证情况下运营是否存在受到主管部门行政处罚的风险，是否构成重大违法行为，预计何时取得，是否有相关整改措施；

截至本回复出具之日，陕西至信厂房均承租自宝鸡市陆港物流有限公司（以下简称“陆港物流”），尚未取得《城镇污水排入排水管网许可证》（以下简称“排水许可证”）。陕西至信及陆港物流均不属于重点排污单位，同时，根据陕西至信的建设项目《环境影响报告表》，陕西至信项目的冷却水循环利用，不外排；食堂废水经油水分离器分离后并经处理后排入园区污水管网。故，陕西至信项目生产过程中不产生对外排放的废水，其排入排水管网的主要是生活污水。

陕西至信已向出租方陆港物流提出配合办理排水许可证的要求，陆港物流于2025年9月15日出具了《情况说明》，确认其作为租赁不动产的所有权人未及时办理租赁不动产的排水许可证。但自其取得相关不动产至今，不存在因未取得排水许可证而受到主管部门处罚情形。现基于陕西至信提出的要求，陆港物流已积极与主管部门沟通并推进办理排水许可证事宜。

2025年9月16日，宝鸡高新技术产业开发区住房和城乡建设局出具《证明》，确认：“陕西至信未取得排水许可证的情形不构成重大违法违规行为，不会因此受到被本单位要求停工停产、搬迁拆除等影响其正常生产经营的行政措施，亦不会因此受到本单位作出的行政处罚”。

综上所述，陕西至信因出租方陆港物流未及时办证而未取得排水许可证，但目前已与主管部门沟通并推进办理排水许可证事宜。鉴于陕西至信不属于重点排污单位，并根据宝鸡市高新技术产业开发区住房和城乡建设局出具《证明》，陕西至信未取得排水许可证情况下运营不存在受到主管部门行政处罚的风险，不构成重大违法行为，不构成本次发行上市的重大法律障碍。

二、发行人安全生产标准化认证是否已申请续期，目前的进展，到期后续期是否存在障碍，如无法按时完成续期对发行人生产经营的影响。

应急管理部《企业安全生产标准化建设定级办法》（应急[2021]83号）第三条规定：“企业应当按照安全生产有关法律、法规、规章、标准等要求，加强标准化建设，可以依据本办法自愿申请标准化定级”。根据上述规定，安全生产标准化定级为企业自愿申请事项，并非强制性许可事项或政府要求必备资质，该证书是否取得不影响企业日常生产经营。

为保障、提升在安全生产方面的管理水平，进而提升自身业务实力与竞争力，发行人及部分子公司自愿取得了安全生产标准化认证。截至本回复出具之日，发行人安全生产标准化认证均在有效期内，不存在临期未续期的情形，具体认证情况如下：

序号	企业名称	认证标准	证书/通知编号	有效期	认证部门
1	杭州至信	安全生产标准化三级企业(机械)	杭 AQBIXIII202500249	2025.03 至 2028.03	杭州市应急管理局
2	宁波至信	安全生产标准化三级企业(机械制造)	宁 AQBIXIII202300599	2023.08.01-2026.07.31	宁波市应急管理局

此外，根据主管部门公示信息，截至本回复出具之日，发行人及其子公司大江至信、合肥至信、陕西至信已通过安全生产标准化的认证，具体如下：

序号	企业名称	认证标准	公示日期	主管部门
1	至信股份	国家安全生产标准化三级企业	2025.02.08	重庆市江北区应急管理局
2	大江至信	国家安全生产标准化三级企业	2024.09.26	重庆市渝北区安全生产委员会办公室
3	合肥至信	安全生产标准化二级企业(机械)	2024.12.23	安徽省应急管理厅
4	陕西至信	工贸行业安全生产三级标准化企业	2025.04.27	宝鸡市应急管理局

注：根据《企业安全生产标准化建设定级办法》的规定，企业标准化等级有效期为3年。

报告期内，发行人及其子公司不存在因违反安全生产规定而被行政处罚的情形，管理体系运行良好，安全生产标准化认证预计不存在续期障碍。鉴于安全生

产标准化认证是非强制的自愿性认证，即使到期后无法按时完成续期亦不会对发行人生产经营构成重大不利影响。

综上所述，截至本回复出具之日，发行人安全生产标准化认证均在有效期内，不存在临期末续期的情形；到期后续期预计不存在障碍，即使到期后无法按时完成续期亦不会对发行人生产经营构成重大不利影响。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行的核查程序如下：

- 1、查阅出租方陆港物流出具的《情况说明》；
- 2、查阅宝鸡市高新技术产业开发区住房和城乡建设局出具的《证明》；
- 3、通过陕西省生态环境厅网站核查陕西省 2025 年环境监管重点单位名录，确认陕西至信及陆港物流均不属于重点排污单位；
- 4、通过信用中国、住房和城乡建设部门等网站，对陆港物流是否因未取得排水许可证受到行政处罚情况进行网络核查；
- 5、通过信用中国、住房和城乡建设部门、应急管理部门等网站，对发行人及其子公司报告期内合法合规情况进行网络核查；
- 6、查阅发行人及其子公司安全生产标准化认证证书、公示文件；
- 7、通过应急管理部门等主管政府部门网站，对发行人及其子公司安全生产标准化认证情况进行网络核查；
- 8、取得发行人及其子公司所在企业信用信息平台、相关主管政府部门出具的发行人及其子公司合法合规情况的企业信用报告、合规证明文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

- 1、陕西至信因出租方陆港物流未及时办证而未取得排水许可证，但目前已

与主管部门沟通并推进办理排水许可证事宜。鉴于陕西至信不属于重点排污单位，并根据宝鸡市高新技术产业开发区住房和城乡建设局出具《证明》，陕西至信未取得排水许可证情况下运营不存在受到主管部门行政处罚的风险，不构成重大违法行为，不构成本次发行上市的重大法律障碍；

2、截至本回复出具之日，发行人安全生产标准化认证均在有效期内，不存在临期未续期的情形；到期后续期预计不存在障碍，即使到期后无法按时完成续期亦不会对发行人生产经营构成重大不利影响。

7.2 关于募投项目

请发行人披露：冲焊生产线扩产能及技术改造项目目前取得主管部门核准/备案情况和环评批复情况，预计何时取得，是否存在障碍。

请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、请发行人披露：冲焊生产线扩产能及技术改造项目目前取得主管部门核准/备案情况和环评批复情况，预计何时取得，是否存在障碍。

发行人本次募集资金投资项目均已履行了项目核准或备案、环境影响评价等程序，取得的审批、核准或备案情况如下：

序号	项目名称	备案证项目名称	备案文号	项目环评批复
1	冲焊生产线扩产能及技术改造项目	-	-	-
1.1	冲焊生产线扩产能及技术改造项目（重庆基地）	至信实业产线改造项目	2401-500105-07-02-176835	渝（两江）环准[2024]44号
1.2	冲焊生产线扩产能及技术改造项目（宁波基地）	宁波至信汽车零部件产线智能化升级改造项目	2401-330252-07-02-353571	甬新环建[2024]27号
1.3	冲焊生产线扩产能及技术改造项目（安徽基地）	新能源汽车零部件冲焊生产线扩产技术改造项目	2402-341574-04-02-282936	金环管[2024]7号
2	补充流动资金	-	-	-

综上，发行人本次募集资金投资项目均已取得必要的项目投资备案及环评批复，符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

二、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行的核查程序如下：

- 1、获取发行人募投项目可行性研究报告，了解本次募集资金投资项目需要履行的项目核准、备案或环境影响评价程序，并取得项目投资备案证（表）及环评批复；
- 2、复核发行人招股说明书中相关章节内容。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

发行人本次募集资金投资项目均已取得必要的项目投资备案及环评批复，符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

保荐人关于发行人回复的总体意见：

对本问询回复材料中的发行人回复（包括补充披露和说明的事项），本保荐人均已进行核查，确认并保证其真实、完整、准确。

（本页无正文，为重庆至信实业股份有限公司《关于重庆至信实业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》之签字盖章页）

法定代表人、董事长：



陈志宇

重庆至信实业股份有限公司

2025年10月10日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于重庆至信实业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》的全部内容，确认本问询函回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

董事长：



陈志宇



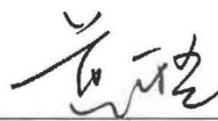
重庆至信实业股份有限公司

2015年10月10日

(本页无正文，为《关于重庆至信实业股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页)

保荐代表人：


梁 潇


黄学圣

申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2015年10月10日

保荐人（主承销商）法定代表人声明

本人已认真阅读《关于重庆至信实业股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》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，本次审核问询函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人法定代表人：


王明希

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2015年10月10日



(本页无正文，为《关于重庆至信实业股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页)

经办律师:   
徐 晨 马敏英 谢嘉湖

律师事务所负责人: 
徐 晨



（此页无正文，为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）《关于重庆至信实业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》之签字盖章页。）



中国注册会计师：



李飞

中国注册会计师：



李朝蒙

中国·北京

中国注册会计师：



侯文海

2025年10月10日