

关于苏州骏创汽车科技股份有限公司  
公开发行股票并在北交所上市申请文件的



第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



二零二二年三月

## 北京证券交易所：

贵所于 2022 年 1 月 24 日出具的关于苏州骏创汽车科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函（以下简称“《问询函》”）已收悉，苏州骏创汽车科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“骏创科技”、“公司”、“本公司”）、中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、上海市锦天城律师事务所（以下简称“发行人律师”）、中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对《问询函》所列问题逐项进行了落实，现对《问询函》回复如下，请予以审核。

除另有说明外，本回复所用简称或名词的释义与《苏州骏创汽车科技股份有限公司招股说明书》中的含义相同。

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
涉及申请文件补充披露或修改的内容	楷体（加粗）
对招股说明书的引用	楷体（不加粗）

本回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，均系计算中四舍五入造成。

## 目录

问题 1.毛利率下滑风险 .....	3
问题 2.主要客户销售可持续性 & 新客户开拓 .....	46
问题 3.受让子公司骏创模具股权的公允性 .....	76
问题 4.募集资金使用的合理性 .....	85
问题 5.信息披露豁免的合理性 .....	114
问题 6.关于信息披露质量及中介机构勤勉尽责 .....	126

## 问题 1. 毛利率下滑风险

根据首轮问询回复，报告期内，发行人汽车塑料零部件业务毛利率分别为 38.88%、35.98%、30.31%和 23.70%，模具业务毛利率分别为 44.44%、41.65%、38.84%和 32.97%，低于同行业可比公司肇民科技、唯科科技均值；发行人配套新能源汽车的汽车塑料零部件销售的毛利率分别为-104.93%、24.77%、27.31%和 15.55%，配套新能源汽车的模具销售的毛利率分别为 0.00%、32.82%、22.25%和 32.22%，低于发行人配套非新能源汽车业务毛利率；2021 年 1-6 月发行人汽车塑料零部件毛利率下滑的原因为向 T 公司销售新能源汽车功能部件系列外购占比较高的非电路板类零件占比提升，原材料价格上涨而售价调整滞后、境外销售比例提高而美元汇率下降等。与客户 T 公司的原材料价格传导机制存在一定的滞后性，目前传导周期约为 6 个月；2021 年 1-9 月新能源汽车功能部件系列毛利率为 15.41%，2021 年 1-6 月为 15.55%。

请发行人：（1）结合旭升股份、肇民科技、唯科科技的主要客户所在行业及销售占比，说明同行业可比公司是否存在新能源汽车业务或非新能源业务的侧重，公司新能源汽车业务及非新能源业务毛利率分别与具有相应侧重业务的可比公司毛利率是否存在重大差异。（2）按细分产品类型，说明发行人向 T 公司、T 公司一级供应商广达集团及和硕联合销售产品毛利率情况，进一步分析差异原因。（3）说明汽车天窗控制面板系列新产品处于量产初期情况下毛利率下降较大的原因，报告期内其他的新产品是否存在类似下降，结合同行业可比公司新产品毛利率变化说明是否为行业惯例。（4）说明非新能源汽车零部件毛利率下降、模具毛利率上升的原因，两者变动趋势相反的合理性。（5）结合生产性模具的使用周期和当期在用模具的数量，说明 2020 年模具销量下降而汽车塑料零部件销量上升的合理性。（6）结合定价原则说明模具、汽车天窗控制面板、汽车悬架轴承等产品的各期销售单价与单位成本变动趋势均相反的原因。（7）说明新能源汽车功能部件中底盘系统零部件、非电路板类零件等各类产品销售占比、成本中外购部件占比，说明外购部件是否为关键部件。（8）说明报告期各期 T 公司及其一级供应商产品类型的变化情况、各类产品销售量，区分境内、境外说明向 T 公司销售的产品类型及收入占比，说明 2021 年 1-6 月向 T 公司境内、境外销售毛利率与 2020 年存在较大差异的原因。（9）说明工程塑料粒子

采购是否依赖单一供应商，T 公司等主要客户指定供应商情况；结合期后 T 公司产品销售价格变化说明原材料价格传导机制具体执行情况，分析 2021 年 1-9 月平均毛利率较 2021 年 1-6 月未出现上升的原因，是否存在传导困难。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

**【回复】**

一、结合旭升股份、肇民科技、唯科科技的主要客户所在行业及销售占比，说明同行业可比公司是否存在新能源汽车业务或非新能源业务的侧重，公司新能源汽车业务及非新能源业务毛利率分别与具有相应侧重业务的可比公司毛利率是否存在重大差异

（一）结合旭升股份、肇民科技、唯科科技的主要客户所在行业及销售占比，说明同行业可比公司是否存在新能源汽车业务或非新能源业务的侧重

可比公司旭升股份、肇民科技、唯科科技的主要客户在新能源业务的销售情况具体如下：

项目	旭升股份	肇民科技	唯科科技
新能源汽车业务开展情况	<p>公司是国内较早开发新能源汽车铝制零部件的企业之一，并形成了明显的先发优势，2013 年开始与 T 公司合作，T 公司所生产的电动汽车，具有行业标杆地位。公司抓住市场机遇，成功进入 T 公司的供应链，在新能源汽车市场实现了突破，至 2014 年与其全面合作，从供应个别零部件起步，全面发展到供应传动系统、悬挂系统、电池系统等核心系统零部件，并进一步将零件组装为油泵等总成部件，延伸了公司产业链，建立了同步研发、共同成长的牢固合作关系。</p>	<p>在新能源汽车布局的主要产品包括莱顿混动发动机减震器部件、哈金森电池冷却包部件、慕贝儿 Alpha 双向张紧器部件、三花智控电子水泵部件、富奥股份电子水泵部件、三花智控电子水阀部件、特思通电池冷却包部件等。</p>	<p>向均胜电子销售的中控及按钮系统零部件应用于新能源车型；向卡尔海丝公司销售的车门系统零部件应用于 T 公司（无车型信息）。</p>
新能源汽车业务销售情况	<p>2020 年度，T 公司是公司第一大客户，2020 年度受益于其上海工厂的放量，公司对其实现销售收入 707,848,326.73 元，营收占比为 43.49%，预计随着上海工厂新车型的放量，公司对其的销售额将继续保持增长。</p>	<p>2018 年-2020 年，新能源汽车产品销售收入分别为 85.40 万元、130.10 万元和 860.95 万元，占营业收入的比重不超过 2%；尚不足以支撑汽车领域业务规模的稳定性。</p>	<p>公司汽车领域产品型号较多，通常无法准确对应具体的车型信息（未披露新能源车销售金额）。</p>

项目	旭升股份	肇民科技	唯科科技
业务侧重	侧重于新能源汽车业务	侧重于非新能源汽车业务	未披露新能源车销售金额，无法判断业务侧重情况。

注：信息来源于可比上市公司招股说明书以及年度报告。

根据上表，可比公司旭升股份侧重于新能源汽车业务，在 2020 年度，T 公司是其第一大客户，2020 年度受益于 T 公司上海工厂的放量，旭升股份对 T 公司实现销售收入 707,848,326.73 元，营收占比为 43.49%。

可比公司肇民科技侧重于非新能源业务，在 2019 年度-2020 年度，新能源汽车产品占营业收入的比重不超过 2%，占比较低。

可比公司唯科科技在其公开资料中披露：“汽车领域产品型号较多，通常无法准确对应具体的车型信息”。故未披露应用于新能源车的具体销售情况。

综上，可比公司中，旭升股份在新能源汽车业务的占比相对较高，肇民科技占比较低，唯科科技由于无法准确对应具体的车型信息，因此无法获知其在新源汽车业务的侧重情况。

## （二）公司新能源汽车业务及非新能源业务毛利率分别与具有相应侧重业务的可比公司毛利率是否存在重大差异

### 1、可比公司未具体披露新能源汽车业务的毛利率的情况，因此无法进行比较

同行业可比公司中，旭升股份、肇民科技、唯科科技在新能源车领域均有拓展，但可比公司未具体披露新能源汽车业务的毛利率的情况，因此无法与发行人的新能源汽车业务进行比较。

### 2、与肇民科技非新能源业务的毛利率比较情况

可比公司中，旭升股份在新能源汽车业务的占比相对较高，唯科科技由于无法准确对应具体的车型信息因此无法获知其在新源汽车业务的侧重情况。由于旭升股份和唯科科技未具体披露非新能源业务的毛利率情况，因此发行人无法与旭升股份和唯科科技的非新能源业务进行比较。

肇民科技新能源汽车业务的占比较低，其主要侧重于非新能源汽车业务，故选用其汽车塑料零部件业务以及模具业务的毛利率（假设新能源汽车业务对其综

合毛利率影响较小)，分别与发行人的非新能源业务的毛利率进行比较，具体如下：

项目	客户	2021 年度	2020 年度	2019 年度
汽车塑料零部件	发行人	<b>27.74%</b>	31.56%	36.58%
	肇民科技	-	36.30%	42.34%
模具	发行人	<b>40.78%</b>	47.95%	45.43%
	肇民科技	-	50.04%	54.00%

截至本问询回复签署日，肇民科技未披露 2021 年度报告。

#### (1) 汽车塑料零部件

发行人非新能源业务的汽车塑料零部件主要为向斯凯孚销售的汽车悬架轴承系列和向安通林销售的汽车天窗控制面板系列。肇民科技的汽车塑料零部件主要系汽车发动机周边零部件。

报告期内，发行人非新能源业务的汽车塑料零部件业务毛利率分别为 36.58%、31.56% 和 **27.74%**，**2019 年度和 2020 年度**，肇民科技的汽车塑料零部件业务毛利率为 42.34%、36.30%。

公司的非新能源业务汽车塑料零部件毛利率低于肇民科技，主要原因系：一方面，肇民科技所生产的发动机周边塑料零部件换代周期较慢，且产品性能要求较高，客户和供应商之间的粘度较高。通常情况下，零部件厂商相对稳定的批量化生产和销售，毛利率较为稳定；另一方面，公司的汽车悬架轴承系列和汽车天窗控制面板系列的毛利率在新产品导入以及原材料涨价等因素影响下，使得毛利率有所下滑。

#### (2) 模具

报告期内，发行人非新能源业务的模具毛利率分别为 45.43%、47.95% 和 **40.78%**，**2019 年度和 2020 年度**，肇民科技的模具毛利率为 54.00%、50.04%，2019 年度和 2020 年度，公司非新能源业务的模具业务毛利率低于肇民科技。本期公司配套非新能源汽车的模具的客户主要系斯凯孚和安通林，销售金额较小，毛利率水平较高主要系当期发生的部分业务系模具维修业务。

在汽车塑料零部件行业，通常越复杂的注塑件，其模具复杂程度更高，毛利率越高。发行人在汽车塑料零部件业务中较少涉及发动机周边零件业务，也较少

涉及发动机周边部件模具业务，因此发行人模具业务的毛利率低于肇民科技，具有合理性。

综上，可比公司中，旭升股份在新能源汽车业务的占比相对较高，肇民科技在新能源汽车业务占比较低，唯科科技由于无法准确对应具体的车型信息因此无法获知其在新能源汽车业务的侧重情况。同行业可比公司中，旭升股份、肇民科技、唯科科技在新能源汽车领域均有拓展，但可比公司未具体披露新能源汽车业务的毛利率的情况，因此无法与发行人的新能源汽车业务进行比较；发行人的非新能源业务的毛利率与肇民科技之间的差异系新产品导入、原材料涨价以及产品结构不同所致，差异具有合理性。

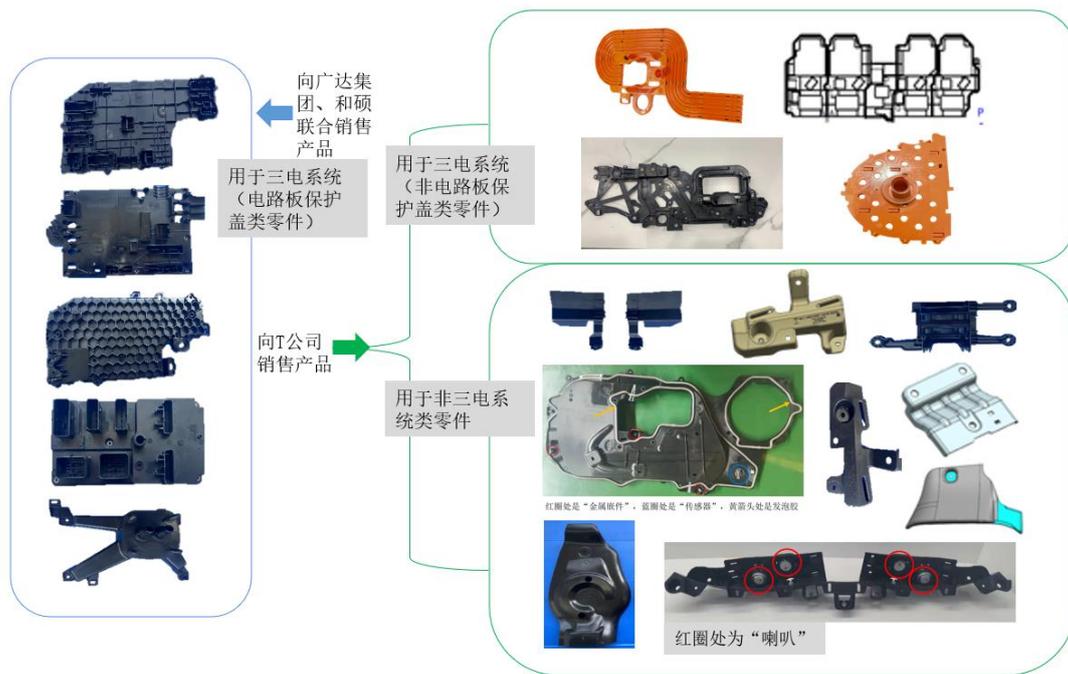
## 二、按细分产品类型，说明发行人向 T 公司、T 公司一级供应商广达集团及和硕联合销售产品毛利率情况，进一步分析差异原因

报告期各期，发行人对 T 公司及其一级供应商的汽车塑料零件销售毛利率具体如下：

项目	客户	2021 年度	2020 年度	2019 年度
T 公司	T 公司	<b>15.30%</b>	17.35%	14.73%
T 公司一级供应商	广达集团	<b>22.49%</b>	35.14%	30.29%
	和硕联合	<b>20.12%</b>	28.67%	22.55%
	综合毛利率	<b>21.57%</b>	32.20%	29.85%

注 1：T 公司及其一级供应商包括广达集团、和硕联合等；

报告期内，公司向 T 公司的销售毛利率分别为 14.73%、17.35%、**15.30%**，向 T 公司的一级供应商广达集团的销售毛利率分别为 30.29%、35.14%和 **22.49%**，向 T 公司的一级供应商和硕联合的销售毛利率分别为 22.55%、28.67%、**20.12%**，毛利率差异系公司向 T 公司以及其一级供应商广达集团、和硕联合的产品结构和产品类型不同所致，具体如下：



注：上图可知，发行人向广达集团、和硕联合销售的产品类型较为单一，向 T 公销售的产品类型较为多样化。

### （一）T 公司

报告期各期，公司向 T 公司销售的主要产品以及毛利率情况具体如下：

单位：万元

产品名称	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
用于三电系统（非电路板保护盖类）	633.01	7.90%	23.44%	214.36	21.48%	27.66%	1.00	10.37%	27.42%
用于非三电系统类	7,379.12	92.10%	14.60%	783.81	78.52%	14.53%	8.64	89.63%	13.25%
合计	8,012.13	100.00%	15.30%	998.17	100.00%	17.35%	9.64	100.00%	14.73%

公司向 T 公司销售的主要系用于三电系统（非电路板保护盖类）以及用于非三电系统类的零部件，其中：用于非三电系统类的零部件占比较高。用于非三电系统类的零部件主要为底盘保护板、雷达支架、前门板、尾门支架等，该类产品种类较为多样且较多为新产品；与此同时，用于非三电系统类的塑料零部件相较于用于三电系统外购件占比较高，使得该类产品的毛利率水平相对较低，拉低了公司向 T 公司产品销售的毛利率。

## （二）T 公司一级供应商

### 1、T 公司一级供应商广达集团、和硕联合的整体分析

报告期各期，公司向 T 公司一级供应商广达集团、和硕联合销售的主要产品以及毛利率情况具体如下：

单位：万元

产品名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
用于三电系统(电路板保护盖类)	7,584.93	21.57%	2,550.79	32.20%	543.22	29.85%
合计	7,584.93	21.57%	2,550.79	32.20%	543.22	29.85%

公司向 T 公司一级供应商广达集团、和硕联合主要销售用于三电系统（电路板保护盖类），相比销售给 T 公司的产品，尤其是 T 公司非三电系统类的塑料零部件产品，该类产品的性能要求较高且类型较为单一、新品种类较少、生产工艺趋于稳定，加之该类产品外购件占比较低，使得毛利率水平相对 T 公司较高。

### 2、T 公司一级供应商广达集团、和硕联合的差异分析

报告期各期，公司向 T 公司一级供应商广达集团、和硕联合的销售毛利率情况具体如下：

单位：万元

产品名称	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
广达集团	4,615.64	60.85%	22.49%	1,392.78	54.60%	35.14%	512.83	94.41%	30.29%
和硕联合	2,969.28	39.15%	20.12%	1,158.01	45.40%	28.67%	30.38	5.59%	22.55%
合计	7,584.93	100.00%	21.57%	2,550.79	100.00%	32.20%	543.22	100.00%	29.85%

报告期内，公司向 T 公司的一级供应商广达集团的销售毛利率分别为 30.29%、35.14% 和 **22.49%**，公司向 T 公司的一级供应商和硕联合的销售毛利率分别为 22.55%、28.67% 和 **20.12%**，受销售占比、新产品占比等因素影响，两者毛利率具有一定的差异，具体分析如下：

2019 年度，公司向广达集团、和硕联合销售金额合计 543.22 万元，其中向广达集团销售占比 94.41%、销售毛利率 30.29%，向和硕联合销售占比仅 5.59%、

销售毛利率 22.55%，毛利率差异主要系向和硕联合销售的产品处于较早期的试产阶段且需求量较小，使得毛利率水平相对较低。

2020 年度，公司向广达集团、和硕联合销售金额合计 2,550.79 万元，其中向广达集团销售占比 54.60%、毛利率 35.14%，向和硕联合销售占比 45.40%、毛利率 28.67%，随着收入规模的增长，向广达集团、和硕联合的销售毛利率同比均有所提升，向广达集团的销售毛利率高于和硕联合，主要原因系：①公司于 2018 年开始向广达集团销售，2020 年度，主要产品已经进入相对稳定的批量生产阶段，随着销售规模持续增长，良品率、生产效率趋于稳定，毛利率水平相对较好；②公司于 2019 年度开始向和硕联合销售零部件且销售金额仅为 30.38 万元，2020 年度，主要产品仍处于新品爬坡阶段，良品率、生产效率逐渐步入稳定期。

2021 年度，公司向广达集团、和硕联合销售毛利率分别为 22.49%、20.12%，随着原材料涨价传导周期、汇率变动等因素的影响，两者销售毛利率同比均有所下降，差异较小。

综上所述，发行人对 T 公司及其一级供应商的销售毛利率差异主要系产品类型不同所致，发行人向广达集团、和硕联合的销售毛利率差异主要受销售占比、新品量产初期毛利率较低等因素影响，差异具有合理性。

三、说明汽车天窗控制面板系列新产品处于量产初期情况下毛利率下降较大的原因，报告期内其他的新产品是否存在类似下降，结合同行业可比公司新产品毛利率变化说明是否为行业惯例

(一) 说明汽车天窗控制面板系列新产品处于量产初期情况下毛利率下降较大的原因

### 1、汽车天窗控制面板系列主要新产品量产初期的毛利率情况

报告期内，公司汽车天窗控制面板系列销售收入主要新产品的销售金额、销售占比以及毛利率情况如下：

单位：万元

产品名称	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率
0607182501	362.01	8.56%	30.87%	133.85	3.31%	5.40%	1.20	0.03%	3.96%

0607180102	<b>204.18</b>	<b>4.83%</b>	<b>43.74%</b>	59.61	1.48%	12.90%	0.15	0.00%	4.48%
0607180103	<b>197.29</b>	<b>4.66%</b>	<b>45.15%</b>	73.68	1.82%	17.29%	0.18	0.00%	6.44%
0607181801	<b>146.33</b>	<b>3.46%</b>	<b>33.00%</b>	80.73	2.00%	24.40%	0.43	0.01%	10.76%
0606690601	<b>105.20</b>	<b>2.49%</b>	<b>19.82%</b>	93.48	2.31%	16.07%	52.62	1.16%	6.05%
小计	<b>1,015.01</b>	<b>23.99%</b>	<b>35.40%</b>	<b>441.36</b>	<b>10.92%</b>	<b>14.14%</b>	<b>54.59</b>	<b>1.20%</b>	<b>6.04%</b>

注：上表中的销售占比系占报告期内汽车天窗控制面板系列的销售比例。

上表可知，2019年度、2020年度、**2021年度**，公司汽车天窗控制面板系列销售收入部分主要新产品的综合销售毛利率为6.04%、14.14%、**35.40%**，公司汽车天窗控制面板系列主要新产品在量产初期毛利率相对较低，随着新品持续生产交付，生产效率、良品率逐步提升，毛利率逐步提升。

## 2、汽车天窗控制面板系列新产品产生背景

发行人销售汽车天窗控制面板系列是指安装在汽车顶棚，用于实现对天窗及灯组进行控制的塑料零部件，通常由PCBA、PCBA保护盖、面板框、眼镜盒等部件构成。

发行人销售汽车天窗控制面板系列主要客户系安通林，配套终端客户品牌主要为福特和捷豹路虎，由于汽车天窗控制面板系列的换代成本较高、周期较长，因此2013年开始量产以来长期未进行车型换代。配套福特车型自2019年开始改款试生产、2020年开始改款小量产；配套捷豹路虎车型自2020年开始改款试生产、2021年开始改款小量产。由于新品在量产初期，受需求量较小、处于爬坡阶段生产效率以及良品率低等因素影响，使得毛利率相对较低。

## 3、汽车天窗控制面板系列量产初期毛利率相对较低的原因分析

### (1) 汽车天窗控制面板系列新产品具有多品种、小批量的特征

受汽车内饰多种颜色（约10种颜色）、车辆高中低配置（约5种）、车型版本（比如：警车版、轿车版、皮卡版、SUV版）以及每套配套零件约10多个等因素影响，汽车天窗控制面板系列拥有多种组合方式以及产品版本。报告期内，因福特、捷豹路虎项目改款，产生了较多种类的新产品。

#### 1) 下游客户组装后的版本较多



2) 配套零件种类较多



3) 零件种类、配置、颜色的组合零件较多



与此同时，各汽车厂商的新车型销售和老车型销售会有一些的重叠周期，新车型逐步取代老车型，在此期间，新车型的需求量呈现逐渐爬坡的趋势；各汽车

厂商的新车型，投放到市场后，亦需要经过渠道推广、品牌营销以及逐渐被消费者认可的过程，因此新产品在量产初期的需求量较小，处于爬坡期。

(2) 汽车天窗控制面板系列量产初期具有生产效率低、良品率低的特征

终端车型投放到市场后，整车厂根据消费者实际的购买统计数据，会进行相关配置、规格、版本的优化调整，通常需要 1-2 年时间，所售车型版本及需求量才会趋于稳定。在需求量稳定前，各零件需进行多次试生产、优化调整、再试生产的过程，在此阶段，由于非连续性需求且数量较小，使得公司不能连续性开机生产。同时，公司为应对客户在新产品爬坡阶段的设计、配置等优化调整，需进行多次上下模具、生产、验证过程，使得生产车间频繁的开机、停机，导致生产效率较低、良品率较低，因此新品爬坡阶段成本升高、销售毛利率较低。

以下为新产品量产初期阶段对生产成本中直接材料、直接人工和制造费用的具体影响说明：

序号	成本项目	新产品影响因素
1	直接材料	(1) 汽车塑料零部件每次开机时，均有开机材料耗损； (2) 由于不能连续性批量生产，零部件良品率无法达到较好状态，材料耗损高； (3) 采购需求量随着项目需求量的爬坡而逐步增长，大部分材料采购价格和订单量具有一定的关联性，订单需求少时采购单价相对较高。
2	直接人工	(1) 生产人员对新产品的熟悉程度是逐步强化的过程，新产品阶段，不能连续性批量生产，生产人员尚不能对新产品达到较高的熟悉程度，因此生产效率低； (2) 新产品阶段，生产性模具尚处于优化和磨合阶段，部分新产品需要增加人力来消除模具不稳定带来的产品修整工作。
3	制造费用	(1) 由于新产品不能连续性批量生产，零部件良品率无法达到较好状态，良品率较低； (2) 频繁开机、停机，产生较多无产出的机器工时浪费；同时在首件产品的测量验证时，机器需要原地等待，进一步增加机器工时浪费。

(二) 报告期内其他的新产品是否存在类似下降

除了汽车天窗控制面板系列外，公司其他主要产品系新能源汽车功能部件系列以及汽车悬架轴承系列，其中新能源汽车功能部件的新产品对毛利率影响相对较高，汽车悬架轴承产品的新产品对毛利率影响程度较低，具体分析如下：

1、新能源汽车功能部件系列

报告期内，公司新能源汽车功能部件系列销售收入主要新产品的销售金额、销售占比以及毛利率情况如下：

单位：万元

产品名称	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	销售收入	收入占比	毛利率	销售收入	收入占比	毛利率	销售收入	收入占比	毛利率
0607405201	806.40	4.51%	9.69%	-	-	-	-	-	-
0607292302	414.41	2.32%	28.08%	185.63	4.14%	23.81%	-	-	-
0607340501	251.21	1.41%	35.14%	278.73	6.21%	21.56%	8.40	1.31%	16.96%
0607294201	99.01	0.55%	16.44%	55.60	1.24%	5.12%	-	-	-
0607293001	37.02	0.21%	30.84%	56.63	1.26%	-16.15%	-	-	-
合计	1608.05	8.99%	19.31%	576.60	12.85%	16.99%	8.40	1.31%	16.96%

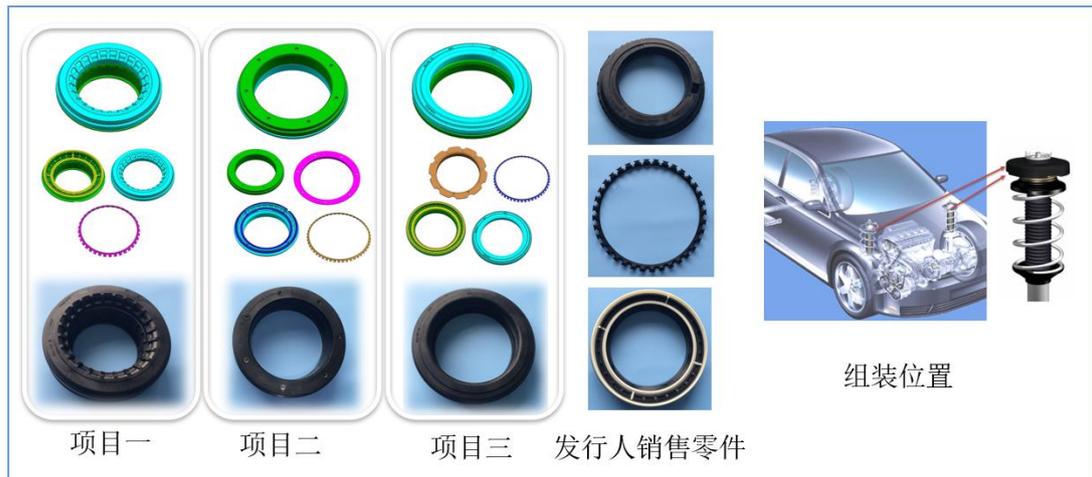
注：上表中的销售占比系占报告期内新能源汽车功能部件系列的销售比例。

上表可知，2019 年度、2020 年度、**2021 年度**，公司新能源汽车功能部件系列部分主要新产品综合毛利率为 16.96%、16.99%、**19.31%**，在量产初期销售毛利率相对较低，随着新品持续生产交付，生产效率、良品率逐步提升，销售毛利率逐步提升。

新能源汽车功能部件系发行人 2019 年开始批量化供货的零件，截至 2021 年底，销售新能源汽车功能部件零件约 250 种（如：电路板保护盖、前门板、雷达支架、底盘保护盖零件等），相比汽车天窗控制面板系列，新产品均具有多品种小量化的特性，加之前述新产品爬坡期的生产效率和良品率低等因素，使得新能源汽车功能部件在新产品阶段，销售毛利率相对较低。

## 2、汽车悬架轴承系列

发行人销售的汽车悬架轴承系列产品，多为黑色的圆形结构，均使用 PA66+30GF 和 PA66+50GF 原料，产品具有相似度，如下图所示：



汽车悬架轴承系列产品，受其组装位置（非外观件）和功能要求（圆形）等因素的限制，新产品和老产品的结构变化较小且具有一定相似度，所使用的原料和核心技术具有通用性，加之该系列产属于内装件，老产品的生产周期较长，新产品的种类和数量较少，使得新产品对毛利率的影响程度较低。

综上所述，新能源汽车功能部件系报告期内新开发的产品，和汽车天窗控制面板系列类似，均具有多品种、小批量的特征，因此新产品对毛利率的影响相对较高。汽车悬架轴承产品由于换代新产品和老产品具有较高的相似度，生产工艺和原材料具有通用性，新产品对毛利率影响程度较低。

### （三）结合同行业可比公司新产品毛利率变化说明是否为行业惯例

同行业可比公司均为上市公司，客户集中度相对较低、产品种类较为分散，配套整车品牌及车型规格较多，当部分下游车型改款换代时新产品对公司的整体毛利率影响通常较低。公司在报告期内的客户集中度相对较高且新产品销售占比增幅较大，因此公司的新产品对毛利率变动影响相对较大。

同行业可比公司未披露新产品对毛利率的影响情况，仅肇民科技在招股说明书中提及新产品的表述：“2019年，公司舍弗勒轴承用零部件（球）量产初期稳定性较低，存在个别批次退货现象，全年累计退货成本为4.06万元，由于该产品数量较大，对整体良品率和退货率具有一定影响”。通常量产稳定性和退货率与销售毛利率，具有一定关联性。

因此扩大范围至汽车零部件行业其他公司，通过查阅公开资料，泉峰汽车和英搏尔在公开信息中涉及新产品初期毛利率较低的情况，具体如下：

项目	肇民科技	泉峰汽车	英搏尔
新产品毛利率情况	2019年，公司舍弗勒轴承用零部件（球）量产初期稳定性较低，存在个别批次退货现象，全年累计退货成本为4.06万元，由于该产品数量较大，对整体良品率和退货率具有一定影响。	2018年度公司汽车转向与刹车零部件毛利率相比2017年度毛利率小幅下降1.53%，主要系如下原因：一方面2018年度公司为蒂森克虏伯集团生产的转向齿轮产品投入量产，新产品毛利率较低；另一方面公司为麦格纳集团生产的真空泵轴产品中的戴姆勒轴由于受产品价格年降因素影响，毛利率有所下降。	本报告期内，受到生产规模的影响，公司陆续开始批产的新产品毛利率较低，使公司总体的毛利率水平有一定幅度的下降。

注：信息来源于可比上市公司招股说明书以及年度报告。

综上，公司汽车天窗控制面板系列新产品处于量产初期时毛利率较低主要系爬坡期的生产效率、良品率相对较低所致；报告期内，公司亦存在其他的新产品在量产初期毛利率较低的情形。同行业可比公司中仅肇民科技涉及新产品对量产稳定性和退货率有一定影响的表述；通过查阅公开资料，汽车零部件行业公司泉峰汽车和英搏尔在公开信息中涉及新产品初期毛利率较低的相关表述。因此，公司的新产品在量产初期毛利率较低，具有合理性，符合行业惯例。

#### 四、说明非新能源汽车零部件毛利率下降、模具毛利率上升的原因，两者变动趋势相反的合理性

汽车塑料零部件属于定制化产品，每一种规格的塑料零部件产品均需定制相匹配的模具用于定制化生产，模具开发过程需要经历诸如：技术沟通、模具设计、生产加工、试模验证、修模优化、模具批准等较多的工作环节，生产周期较长，同时受客户整体项目进度及客户其他供应商零件进度的影响，通常模具从开发到批量化生产零部件，需要经历较长时间（6-24个月），因此当期生产的模具，其对应的零部件生产通常在期后。

模具相较汽车塑料零部件，生产环节较多、生产周期较长、有较多的反复试模和修模优化的过程，也具有高度定制化且不具有批量化的特性，因此模具和汽车塑料零部件的生产过程不同，成本管控难度亦不同，使得模具毛利率和汽车塑料零部件毛利率的匹配关系较弱。

报告期各期，发行人非新能源汽车的汽车塑料零部件、模具的毛利率具体如

下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
汽车塑料零部件	27.74%	31.56%	36.58%
模具	40.78%	47.95%	45.43%

报告期内，公司的配套非新能源汽车的汽车塑料零部件销售的毛利率分别为 36.58%、31.56% 和 **27.74%**，毛利率逐年下降主要系向斯凯孚销售汽车悬架轴承系列、向安通林销售的汽车天窗控制面板系列毛利率均有所下降所致。公司的配套非新能源汽车的模具销售的毛利率分别为 45.43%、47.95% 和 **40.78%**，毛利率变动系受模具产品结构变动影响，非新能源汽车零部件和模具毛利率变动的具体原因如下：

#### （一）非新能源汽车零部件毛利率下降的原因

公司非新能源汽车零部件主要产品系向斯凯孚销售汽车悬架轴承系列、向安通林销售汽车天窗控制面板系列。报告期内，公司配套非新能源汽车的汽车塑料零部件销售的毛利率分别为 36.58%、31.56% 和 **27.74%**，非新能源汽车零部件毛利率逐年下降主要系向斯凯孚销售汽车悬架轴承系列、向安通林销售的汽车天窗控制面板系列毛利率均有所下降所致。报告期内，发行人汽车塑料零部件中汽车悬架轴承系列、汽车天窗控制面板系列的单位平均售价、单位成本的变动对各业务的毛利率变动分析具体如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
汽车天窗 控制面板 系列	毛利率	<b>23.87%</b>	28.02%	35.88%
	销售单价（元/件）	<b>2.32</b>	2.57	2.48
	销售单价变动（元/件）	<b>-0.25</b>	0.09	-
	销售单价变动对毛利率的影响	<b>-7.77%</b>	<b>2.25%</b>	-
	销售单位成本（元/件）	<b>1.77</b>	1.85	1.59
	销售单位成本变动（元/件）	<b>-0.08</b>	0.26	-
	销售单位成本变动对毛利率的影响	<b>3.62%</b>	<b>-10.11%</b>	-
	其中：直接材料变动对毛利率的影响	<b>9.57%</b>	-8.32%	-
	直接人工成本变动对毛利率的影响	<b>-2.47%</b>	-0.67%	-
	制造费用成本变动对毛利率的影响	<b>-3.81%</b>	0.16%	-

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
	其他成本变动对毛利率的影响	0.33%	-1.28%	-
	综合影响毛利率	-4.15%	-7.86%	-
汽车悬架 轴承系列	毛利率	29.35%	33.86%	36.50%
	销售单价（元/件）	2.25	1.86	2.10
	销售单价变动（元/件）	0.39	-0.24	-
	销售单价变动对毛利率的影响	11.43%	-8.34%	-
	销售单位成本（元/件）	1.59	1.23	1.34
	销售单位成本变动（元/件）	0.36	-0.11	-
	销售单位成本变动对毛利率的影响	-15.95%	5.71%	-
	其中：直接材料变动对毛利率的影响	-10.80%	6.13%	-
	直接人工成本变动对毛利率的影响	-2.25%	-0.92%	-
	制造费用成本变动对毛利率的影响	-2.79%	0.89%	-
	其他成本变动对毛利率的影响	-0.10%	-0.39%	-
	综合影响毛利率	-4.51%	-2.64%	-

注 1：销售单价变动对毛利率的影响=上年销售单位成本\*本年销售单价变动/（上年销售单价\*本年销售单价）；

注 2：销售单位成本变动对毛利率的影响=-本年销售单位成本变动/本年销售单价。

### 1、汽车天窗控制面板系列

发行人客户安通林配套终端客户品牌主要为福特和捷豹路虎等品牌，向发行人采购汽车天窗控制面板系列产品，其中配套福特项目的天窗控制面板系列产品销售占比较高。受产品定位、零件复杂度等因素影响，公司配套福特项目的天窗控制面板系列产品呈现销售单价、单位成本相对较低的特征，而配套捷豹路虎等品牌的天窗控制面板系列产品，则具有销售单价、单位成本相对较高的特点。

2013 年开始量产以来长期未换代；配套福特车型自 2019 年开始改款试生产、2020 年开始改款小量产，配套捷豹路虎车型自 2020 年改款试生产、2021 年开始改款小量产；因此 2019 年度-2020 年度产生了较多的新品。由于新品在量产初期，生产效率、良品率及生产工艺处于爬坡阶段，因此导致发行人天窗控制面板系列毛利率从 2019 年度开始出现下滑，具体销售毛利率分析如下：

#### （1）2020 年度

2020 年度，汽车天窗控制面板系列的单价为 2.57 元/件，单位成本为 1.85 元/件，单价和单位成本较上期均有所提升，毛利率较上期有所下降，具体分析如下：

#### 1) 销售单价影响

2020 年度，公司汽车天窗控制面板系列的销售单价为 2.57 元/件，较上期有所提升，拉高了毛利率 2.25 个百分点，销售单价提升主要原因系：当期配套捷豹路虎等品牌的售价较高的零件销售占比较上期进一步有所提升，拉高了公司当期汽车天窗控制面板系列的平均单价。

#### 2) 单位成本影响

2020 年度，在配套捷豹路虎等品牌车型的零件销售占比提升的背景下，公司的汽车天窗控制面板系列的单位成本上升为 1.85 元/件，较上期有所增长，拉低了当期毛利率 10.11 个百分点，其中：①当期直接材料成本较上期有所上升，拉低了毛利率 8.32 个百分点，主要系配套福特车型的零部件 2020 年开始小量产、配套捷豹路虎车型的零部件自 2020 年开始改款试生产，当期新产品销售金额为 1,110.71 万元，占当期汽车天窗控制面板系列的销售占比为 27.49%，新产品爬坡阶段良品率较低且损耗率较高；②因新收入准则的执行，2019 年度原计入销售费用的由公司承担的运费在 2020 年度调整至营业成本科目进行核算，拉低了当期毛利率 1.40 个百分点。

### (2) 2021 年度

2021 年度，汽车天窗控制面板系列的单价为 2.32 元/件，单位成本为 1.77 元/件，单价、单位成本和毛利率较上期有所下降，具体分析如下：

#### 1) 销售单价影响

2021 年度，公司汽车天窗控制面板系列的销售单价为 2.32 元/件，较上期有所下降，拉低了毛利率 7.77 个百分点，销售单价下降主要原因系：售价较高的配套福特猛禽车型的零件在 2021 年度销量下滑所致，拉低了公司当期汽车天窗控制面板系列的平均单价。

#### 2) 单位成本影响

2021 年度，公司的汽车天窗控制面板系列的单位成本下降为 1.77 元/件，较上期有所下降，拉低了当期毛利率 3.62 个百分点，其中：①当期直接材料成本较上期有所下降，拉高了毛利率 9.57 个百分点，主要系售价和单位成本较高的配套福特猛禽车型的零件在 2021 年度销量下滑所致；②当期直接人工成本拉低了毛利率 2.47 个百分点，主要系受新冠疫情等因素的持续影响，公司生产人员的用工成本大幅增加所致；③当期制造费用成本拉低了毛利率 3.81 个百分点，主要系受公司新厂房搬迁，公司制造费用大幅增加所致。

## 2、汽车悬架轴承系列

发行人客户斯凯孚向发行人采购汽车悬架轴承系列产品，包括轴承上盖、下盖、保持架等部件。汽车悬架轴承系列产品可分为单色产品和双色产品，其中单色产品占比较高。由于双色产品使用两种塑料粒子，通过双色模具、专用双色注塑设备生产而成，使得双色产品的软性密封圈的粘附性更佳，可以耐受 700N 的拉拔力测试，产品通过装配后，具备良好的密封性能，可有效防护外部污染；同时，采用 PA66 加 30%~50%玻纤的工程材料作为主要原材料，使得产品能够经受 1000KG 的破坏力测试，实现了较高的刚性，顺应汽车行业“以塑代钢”的轻量化发展趋势。

因此，受产品结构、配置数量等因素影响，单色产品，具有销售占比高而销售单价、单位成本相对较低的特点；双色产品，则呈现销售占比较低但销售单价、单位成本相对较高的特征。



### (1) 2020 年度

2020 年度，公司汽车悬架轴承系列的单价为 1.86 元/件，单位成本为 1.23 元/件，单价和单位成本较上期均有所下降，毛利率较上期亦有所下降，具体分

析如下：

#### 1) 销售单价影响

2020 年度，公司汽车悬架轴承系列的单价下降为 1.86 元/件，较上期有所降低，拉低了当期毛利率 8.34 个百分点，主要系在当期售价较高的双色产品销售占比下降的背景下，同时受当期汽车悬架轴承系列所使用的主要原材料 PA66+30GF、PA66+50GF 采购价格有所下降且在传导机制的作用下，当期的销售单价亦随之下降。公司汽车悬架轴承系列主要原材料 PA66+30GF、PA66+50GF 的采购单价变动情况具体如下：

单位：元/公斤

塑胶粒子规格	2020 年度		2019 年度
	采购单价	单价较上一年度变化 (%)	采购单价
PA66+30GF	19.96	-14.22	23.27
PA66+50GF	17.34	-19.01	21.41

注：单价为塑料粒子的耗用成本。

#### 2) 单位成本影响

2020 年度，公司汽车悬架轴承系列的单位成本降低为 1.23 元/件，单位成本较上期有所下降，提升了当期毛利率 5.71 个百分点，其中：①当期直接材料成本下降，提升了当期毛利率 6.13 个百分点，主要系在当期售价较高的双色产品销售占比下降的背景下，同时受当期汽车悬架轴承系列所使用的主要原材料 PA66+30GF、PA66+50GF 采购价格下降的影响，导致单位成本较上期有所下降；②当期直接人工成本拉低了毛利率 0.92 个百分点，主要系受新冠疫情影响，公司生产人员的用工成本大幅增加所致。

### (2) 2021 年度

2021 年度，公司汽车悬架轴承系列的单价为 2.25 元/件，单位成本为 1.59 元/件，单价和单位成本较上期均有所上升，毛利率较上期亦有所下降，具体分析如下：

#### 1) 销售单价影响

2021 年度，公司汽车悬架轴承系列的单价上升为 2.25 元/件，较上期有所提升，拉高了当期毛利率 11.43 个百分点，主要系受当期汽车悬架轴承系列所

使用的主要原材料 PA66+30GF、PA66+50GF 采购价格有所上升且在传导机制的作用下，当期的销售单价亦随之上升。公司汽车悬架轴承系列主要原材料 PA66+30GF、PA66+50GF 的采购单价变动情况具体如下：

单位：元/公斤

塑胶粒子规格	2021 年度		2020 年度
	采购单价	单价较上一年度变化 (%)	采购单价
PA66+30GF	27.91	39.83	19.96
PA66+50GF	23.43	35.12	17.34

注：单价为塑料粒子的耗用成本。

## 2) 单位成本影响

2021 年度，公司汽车悬架轴承系列的单位成本上升为 1.59 元/件，单位成本较上期有所提升，拉低了当期毛利率 15.95 个百分点，其中：①当期直接材料成本上升，拉低了当期毛利率 10.80 个百分点，主要系受当期汽车悬架轴承系列所使用的主要原材料 PA66+30GF、PA66+50GF 采购价格上涨的影响，导致单位成本较上期有所上升；②当期直接人工成本拉低了毛利率 2.25 个百分点，主要系受新冠疫情持续影响，公司生产人员的用工成本大幅增加所致；③当期制造费用成本拉低了毛利率 2.79 个百分点，主要系受公司新厂房搬迁，公司制造费用大幅增加所致。

## (二) 模具产品毛利率上升的原因

报告期内，公司配套非新能源汽车的模具分客户的销售收入和毛利率情况具体如下：

单位：万元

客户名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
饰而杰	-	-	-	-	72.47	43.12%
斯凯孚	22.48	65.74%	24.97	78.43%	82.68	50.09%
安通林	705.33	42.01%	896.38	48.64%	794.55	58.51%
其他客户	127.32	29.56%	179.09	40.27%	349.11	15.04%
合计	855.13	40.78%	1,100.45	47.95%	1,298.81	45.43%

模具业务是公司核心竞争力的集中体现，是生产汽车塑料零部件的基础。模

具的生产制造具有开发周期长、技术密集、工艺复杂、形式多样的特征，模具产品的优劣主要取决于研发设计水平高低、技术工艺及机器设备先进程度等。与注塑件产品类似，公司的模具产品均为定制产品，不同的模具间有明显的差异性，模具的精度和质量影响公司注塑件产品的品质和效率。相比汽车塑料零部件，模具不具有零件批量化生产的特性，受模具种类、规格、尺寸的不同，每套模具的销售毛利率均有所差异。

报告期内，公司配套的非新能源汽车模具主要销售给斯凯孚和安通林，安通林配套终端客户品牌主要为福特和捷豹路虎，斯凯孚和安通林系发行人合作多年的客户，产品要求较高，项目生命周期较久。

报告期内，公司配套非新能源汽车的模具销售的毛利率分别为 45.43%、47.95% 和 **40.78%**，毛利率先升后降。

2020 年度，公司配套非新能源汽车的模具销售的毛利率为 47.95%，较上年度小幅提升 2.52 个百分点。其中：①公司向安通林销售的部分模具系高外观要求的复杂模具，发行人对该类模具的熟悉度相对较低，使得对安通林的模具毛利率有所下降；②当年度公司模具业务中其他客户的毛利率同比有所增长：一方面，该年度其他客户的模具销售主要系对江西亿维汽车制造有限公司，销售金额为 90.00 万元，占其他客户模具收入比例为 50.25%。该客户的模具系双色模具，公司对该类模具较为熟悉，生产效率相对较高，使得毛利率水平相对较高，毛利率为 61.03%；另一方面，公司上年度其他客户的模具销售主要系对上海逸殿，销售金额为 159.91 万元，占其他客户模具收入比例为 45.81%。由于发行人对该客户的玩具类模具经验较少，毛利率仅为 7.66%。在上述因素的综合影响下，公司配套非新能源汽车的模具销售的毛利率有所提升。

**2021 年度**，公司配套非新能源汽车的模具销售的毛利率为 **40.78%**，该年度配套非新能源汽车的模具的客户主要系安通林、宁波圣龙等，毛利率较上年有所降低，主要系：一方面，公司向安通林销售的部分模具系高外观要求的复杂模具，发行人对该类模具的熟悉度相对较低；另一方面，公司向宁波圣龙销售的发动机零件配套生产性模具，熟悉度亦较低，综合所致。

综上，公司非新能源汽车零部件毛利率下降、模具毛利率上升，两者变动趋

势相反具有合理性。

## 五、结合生产性模具的使用周期和当期在用模具的数量，说明 2020 年模具销量下降而汽车塑料零部件销量上升的合理性

### （一）生产性模具的使用周期和当期在用模具的数量

#### 1、生产性模具的使用周期较长因此当期使用的生产性模具通常是前期生产

新模具开发由整车厂新车型和改款车型的推出计划而衍生，通常开发周期为 1-2 年；在没有新车型和改款车型推出时，老车型的汽车塑料零件业务将使用老模具生产交付，直至模具寿命或项目寿命终止；因此，当期正在使用的生产性模具通常是前期生产的，视项目开发进度情况也存在较少当期生产的情况。

生产性模具的使用周期主要有两个因素决定，一是模具使用寿命为 100 万模次（通常模具多是多型腔结构，比如 1 套为 4 穴型腔的模具，则 100 万模次能够生产出 400 万件零部件），二是项目随着改款换代而终止需求（通常为 3-6 年），两者以先到为准。

#### 2、汽车塑料零部件销量与配套车型的销量、在用模具数量相关

报告期各期，公司在用模具数量以及汽车塑料零部件销售数量具体如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
在用模具数量（套）	504	378	343
汽车塑料零部件销售数量（万件）	7,391.82	5,983.59	5,461.83

上表显示，报告期内，发行人在用模具数量和汽车塑料零部件销量，均呈现增长趋势。

### （二）说明 2020 年模具销量下降而汽车塑料零部件销量上升的合理性

#### 1、公司的模具销量与汽车塑料零部件销量匹配关系较弱

报告期内，公司的模具销量与汽车塑料零部件销量匹配关系较弱，主要系：

（1）模具由客户验收后一次性确认收入，不涉及根据零部件做摊销的情形

报告期内，公司对于生产性模具的销售，对不同客户销售模具的合同条款及收入确认时点保持一致，当公司收到客户出具的验收文件后，一次性确认模具收

入，并未发生根据零部件做摊销而分阶段确认收入的情形。

2018 年度，安通林 VF12 项目与发行人在合同中约定了将相应模具费用根据零部件销售数量做摊销，但由于 VF12 项目最终未能按期进入量产，最终触发了安通林与发行人签订的《项目定点函》协议：“因安通林原因导致项目无法量产而需一次性买断模具”，在 2020 年，安通林依照协议一次性支付了 365 万元（不含税）的模具费用买断了前述模具，因此该项目未予实施根据零部件销售数量做摊销。除此之外，发行人不存在与客户在合同中约定将相应模具费用做摊销的情形，发行人的模具收入均系验收后一次性确认。

### （2）不同模具对应的汽车塑料零部件销售不同

由于汽车塑料零部件属于定制化产品，每一种规格的塑料零部件产品均需定制相匹配的模具用于定制化生产，不同规格的塑料零部件产品因配套车型的品牌、销量、配置、畅销度等因素均有所差异，导致每套生产性模具所对应的汽车塑料零部件销售数量存在较大差异。

### （3）模具销量由车辆改款换代及新车型的推出而决定

新模具开发系由整车厂新车型和改款车型的推出计划而衍生，在没有新车型和改款车型推出时，老车型的汽车塑料零件业务将使用老模具生产交付，直至模具寿命或项目寿命终止。

## 2、2020 年度模具销量下降而汽车塑料零部件销量上升的合理性

（1）2020 年度汽车塑料零部件销量上升主要系新能源结构部件的收入大幅提升所致

报告期内，公司汽车塑料零部件的销售数量情况如下：

产品名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
汽车塑料零部件销量（万件）	7,391.82	5,983.59	5,461.83
其中：新能源汽车功能部件（万件）	2,097.57	725.43	84.91

上表可知，2020 年度，公司汽车塑料零部件销量上升主要系新能源结构部件的销量大幅提升所致。

（2）2020 年度模具销量下降主要系复杂结构模具及大尺寸模具增加所致

报告期内，公司的模具销售数量情况具体如下：

产品名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
生产性模具销量（套）	220	89	106
商品性模具销量（套）	0	6	14

2020 年度，公司的模具销量下降，主要原因系：（1）公司调整模具经营策略，商品性模具销量进一步下降；（2）相较 2019 年度，发行人在 2020 年度承接了较多的 T 公司带金属嵌件的复杂结构模具、安通林高外观要求模具，该类模具加工难度大、成本高、尺寸大，相较普通模具对产能的占用率较高，因此产出数量相对有所下降。

报告期内，公司的模具销售单价以及各类型的模具单价情况具体如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
单价（万元/套）	16.46	17.95	15.45
单价 50 万元以上模具数量(套)	5	2	1
单价 20-50 万元模具数量（套）	53	23	9
单价 20 万元以下模具数量(套)	162	70	110

注：2021 年度，公司随着新厂房的投入使用，模具产能提升，模具销量提升。

根据上表，2020 年度，公司单价 50 万元以上的模具数量为 2 套，单价 20-50 万元的模具数量为 23 套，较上期均有所增长。

综上，汽车塑料零部件销量和配套车型的销量以及当期使用的模具具有一定关联性，与当期模具销量的匹配关系较弱。2020 年度，随着新能源汽车功能结构部件系列的需求增长，公司汽车塑料零部件的销量大幅上升；同时，2020 年度由于承接了较多的复杂模具以及商品性模具销售减少，使得 2020 年度模具销售数量下降。因此，2020 年度，公司的汽车塑料零部件销量上升，而模具销量下降，具有合理性。

## 六、结合定价原则说明模具、汽车天窗控制面板、汽车悬架轴承等产品的各期销售单价与单位成本变动趋势均相反的原因

### （一）定价原则

发行人在对下游客户销售汽车塑料零部件及生产性模具方面，均系独立定价，定价过程及定价依据如下：

在汽车塑料零部件定价方面，公司在取得客户合格供应商资格和客户项目询价要求之后，对客户提供的技术资料进行分析、论证，形成可行性分析报告，参考客户的预期销量、历史合作经验、工艺难易度，核算材料使用量、用工人数等成本，加上合理利润后最终报价并报送客户确认。

在汽车生产性模具定价方面，客户向公司提供产品数据、质量要求和产品需求量等关键信息，公司根据客户相关信息，提供初步的模具和产品方案与客户意向交流。公司以料、工、费为基础，结合模具结构难易度、产品生产难易度、项目预计总产值、过往的承接历史、客户预期目标等因素，加上合理的利润后，对客户提供模具报价。

## （二）模具、汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承的销售单价与单位成本变动趋势变动的原因

报告期各期，公司的模具、汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承的销售单价与单位成本变动趋势情况具体如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
模具	销售单价 (元/件)	164,565.44	179,469.75	154,455.36
	销售单位成本 (元/件)	114,361.29	109,768.19	90,117.55
汽车天窗控制面板系列	销售单价 (元/件)	2.32	2.57	2.48
	销售单位成本 (元/件)	1.77	1.85	1.59
汽车悬架轴承系列	销售单价 (元/件)	2.25	1.86	2.10
	销售单位成本 (元/件)	1.59	1.23	1.34

报告期内，公司的模具、汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承的各期销售单价与单位成本变动趋势主要受产品结构变化、原材料价格变动等因素影响，具体分析如下：

### 1、模具系列

模具产品为定制化产品，不同模具的性能、结构、尺寸各不相同，因此随着模具产品类型的不同，报告期各期，公司的模具的单价和单位成本有所波动，具体如下：

2020 年度,公司模具产品平均销售单价为 17.95 万元、单位成本 10.98 万元,同比均有所上升,主要原因系:①2019 年度,公司向饰而杰销售了 13 套模具,该类模具主要用于生产汽车字牌等规格型号较小的塑料零部件,配套的模具尺寸相应较小,平均单价仅为 5.57 万元,而 2020 年度公司没有对饰而杰的模具销售,使得公司当期低单价的模具数量有所减少;②2020 年度,公司向江西亿维汽车制造有限公司销售的模具系双色模具,该类模具销售单价和单位成本较高,拉升了公司当期模具销售的整体单价和单位成本。

2021 年度,公司模具产品平均销售单价为 16.46 万元、单位成本为 11.44 万元,销售单价有所下降而单位成本有所提升,主要原因系:公司在本期承接的模具主要系为 T 公司开发的模具,受当期 T 公司模具类型变动的影 响,影响了公司本期模具产品的单价和单位成本。

## 2、汽车天窗控制面板系列

发行人客户安通林配套终端客户品牌主要为福特和捷豹路虎等品牌,向发行人采购汽车天窗控制面板系列产品,其中配套福特项目的天窗控制面板系列产品销售占比较高。受产品定位、零件复杂度等因素影响,公司配套福特项目的天窗控制面板系列产品呈现销售单价、单位成本相对较低的特征,而配套捷豹路虎等品牌的天窗控制面板系列产品,则具有销售单价、单位成本相对较高的特点。

公司的天窗控制面板系列产品 2013 年开始量产以来长期未换代;配套福特车型自 2019 年开始改款试生产、2020 年开始改款小量产,配套捷豹路虎车型自 2020 年改款试生产、2021 年开始改款小量产;因此 2019 -2020 年度产生了较多的新品。

报告期内,公司的汽车天窗控制面板系列单价分别为 2.48 元/件、2.57 元/件以及 2.32 元/件,单位成本分别为 1.59 元/件、1.85 元/件以及 1.77 元/件,单价和单位成本均呈现先升后降的趋势,具体分析如下:

### (1) 2020 年度

2020 年度,汽车天窗控制面板系列的单价为 2.57 元/件,单位成本为 1.85 元/件,单价和单位成本较上期均有所提升,具体分析如下:

#### 1) 单价

2020 年度，汽车天窗控制面板系列的单价为 2.57 元/件，较上期增长 0.09 元/件，主要系：当期配套捷豹路虎等品牌车型的零件销售占比有所提升，由于该类零件售价相对较高，因此提升了当期汽车天窗控制面板系列的平均单价。

## 2) 单位成本

2020 年度，在配套捷豹路虎等品牌车型的零件销售占比提升的背景下，汽车天窗控制面板系列的单位成本上升为 1.85 元/件，较上期增长 0.26 元/件，其中：  
①配套福特车型 2020 年开始小量产、配套捷豹路虎车型自 2020 年改款试生产，当期新产品销售金额为 1,110.71 万元，占当期汽车天窗控制面板系列的销售占比为 27.49%，由于新产品量产初期生产效率未达到最佳状态，工艺尚处于优化阶段，因此带动单位成本上升；②因新收入准则的执行，2019 年度原计入销售费用由公司承担的运费在 2020 年度调整至营业成本科目进行核算，带动单位成本上升 0.04 元/件。

## (2) 2021 年度

2021 年度，汽车天窗控制面板系列的单价为 2.32 元/件，单位成本为 1.77 元/件，单价和单位成本较上期均有所下降，具体分析如下：

### 1) 销售单价影响

2021 年度，公司汽车天窗控制面板系列的销售单价为 2.32 元/件，较上期有所下降，销售单价下降主要原因系：售价较高的配套福特猛禽车型的零件在 2021 年度销量有所下滑，拉低了公司当期汽车天窗控制面板系列的平均单价。

### 2) 单位成本影响

2021 年度，公司的汽车天窗控制面板系列的单位成本下降为 1.77 元/件，较上期有所下降，其中：①当期直接材料成本较上期有所下降，主要系售价较高的配套福特猛禽车型的零件在 2021 年度销量有所下滑；②受新冠疫情持续影响，公司生产人员的用工成本大幅增加，使得当期直接人工成本有所上升；③受公司新厂房搬迁，公司制造费用有所增加。

## 3、汽车悬架轴承系列

发行人客户斯凯孚向发行人采购汽车悬架轴承系列产品，包括轴承上盖、下

盖、保持架等部件，可分为单色产品和双色产品，其中单色产品占比较高。受产品结构、配置数量等因素影响，单色产品，具有销售占比高而销售单价、单位成本相对较低的特点；双色产品，则呈现销售占比较低但销售单价、单位成本相对较高的特征。

汽车悬架轴承系列系发行人较早应用于“以塑代钢”而批量化生产的产品系列，该系列产品主要使用 PA66+30GF 和 PA66+50GF 工程改性粒子。报告期内，受市场行情等因素影响，上述两款塑料粒子出现价格波动，影响了该系列产品的销售单价和单位成本。

报告期内，公司的汽车悬架轴承平均单价分别为 2.10 元/件、1.86 元/件以及 **2.25 元/件**，单位成本分别为 1.34 元/件、1.23 元/件以及 **1.59 元/件**，呈现先降后升的趋势，具体分析如下：

#### （1）2020 年度

2020 年度，汽车悬架轴承系列的单价为 1.86 元/件，单位成本为 1.23 元/件，单价和单位成本较上期均有所下降，具体分析如下：

##### 1) 单价

2020 年度，汽车悬架轴承系列的单价为 1.86 元/件，当期的单价较上期下降 0.24 元/件，主要原因系：在当期售价较高的双色产品销售占比下降的背景下，同时受原材料降价而产品价格相应传导的影响，使得汽车悬架轴承系列的销售单价有所降低。

##### 2) 单位成本

2020 年度，汽车悬架轴承系列的单位成本为 1.23 元/件，较上期下降 0.11 元/件，主要系受当期单位成本较高的双色产品销售占比下降以及当期原材料价格下降等因素影响下，公司当期原材料成本有所下降，拉低了当期单位成本 0.11 元/件。

#### （2）2021 年度

2021 年度，汽车悬架轴承系列的单价为 **2.25 元/件**，单位成本为 **1.59 元/件**，单价和单位成本较上期均有所上升，具体分析如下：

## 1) 单价

2021 年度，汽车悬架轴承系列的单价为 2.25 元/件，较上期提升 0.39 元/件，主要系：在当期原材料的涨价在传导机制的作用下，使得汽车悬架轴承系列的销售单价有所提升。

## 2) 单位成本

2021 年度，汽车悬架轴承系列的单位成本为 1.59 元/件，较上期提升 0.36 元/件，其中：①在当期原材料价格上涨等因素影响下，公司当期原材料成本有所提升，带动当期单位成本上升 0.25 元/件，主要原材料 PA66+30GF、PA66+50GF 的采购单价变动情况具体如下：

单位：元/公斤

塑胶粒子 规格	2021 年度		2020 年度
	采购单价	采购单价	采购单价
PA66+30GF	27.91	39.83%	19.96
PA66+50GF	23.43	35.12%	17.34

注：单价为塑料粒子的耗用成本。

②受疫情等因素影响，公司当期的生产人员的用工成本大幅增加，使得当期直接人工成本有所提升；③受公司新厂房搬迁，公司制造费用有所增加。

综上，报告期各期，公司的模具、汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承的销售单价与单位成本变动主要受产品结构变化、原材料价格变动等因素的影响，变动具有合理性。

七、说明新能源汽车功能部件中底盘系统零部件、非电路板类零件等各类产品销售占比、成本中外购部件占比，说明外购部件是否为关键部件

(一) 说明新能源汽车功能部件中底盘系统零部件、非电路板类零件等各类产品销售占比、成本中外购部件占比

### 1、新能源汽车功能部件细分产品情况

根据销售的新能源汽车功能部件应用领域的差异，可划分为用于三电系统（非电路板保护盖类零件）、用于三电系统（电路板保护盖类零件）和用于非三电系统类零件，各项产品的零件类型以及外购件情况具体如下：

项目	主要零件类型	图示	外购件情况
用于三电系统 (非电路板保护盖类零件)	电池托盘、高低压盖板零件		外购带螺丝和金属嵌件，用于产品组装和局部加强
用于三电系统 (电路板保护盖类零件)	电路板保护盖		外购带螺丝和金属嵌件，用于产品组装和局部加强
用于非三电系统类零件	汽车前门板、支架、底盘保护盖、汽车尾板部件		外购喇叭、传感器、卡勾、金属嵌件等，与发行人零件组装或嵌入注塑

## 2、新能源汽车功能部件中细分产品的销售占比情况

报告期内，新能源汽车功能部件中细分产品的销售占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
用于三电系统(非电路板保护盖类)	2,387.49	13.35%	888.85	19.82%	48.14	7.51%
用于三电系统(电路板保护盖类)	7,584.93	42.42%	2,550.79	56.87%	543.22	84.74%
用于非三电系统类	7,906.71	44.22%	1,045.99	23.32%	49.67	7.75%
合计	17,879.13	100.00%	4,485.64	100.00%	641.03	100.00%

报告期内，公司用于三电系统(非电路板保护盖类)销售占比分别为 7.51%、19.82%和 13.35%；用于三电系统(电路板保护盖类)销售占比分别为 84.74%、56.87%和 42.42%；用于非三电系统类销售占比为 7.75%、23.32%和 44.22%。

## 3、新能源汽车功能部件中外购件成本占比情况

报告期内，新能源汽车功能部件中外购件成本占比具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	成本	外购部件的成本	外购件成本占比	成本	外购部件的成本	外购件成本占比	成本	外购部件的成本	外购件成本占比
用于三电系统 (电路板保护	5,949.15	250.17	4.21%	1,729.34	166.86	9.65%	381.04	82.40	21.63%

盖类)									
用于三电系统(非电路板保护盖类)	1,982.16	71.53	3.61%	667.88	-	-	61.47	-	-
用于非三电系统类	6,645.59	2,102.55	31.64%	863.22	83.33	9.65%	39.72	4.55	11.46%
合计	14,576.90	2,424.25	16.63%	3,260.44	250.19	7.67%	482.23	86.95	18.03%

报告期内,用于三电系统(电路板保护盖类)外购件成本占比分别为 21.63%、9.65%和 4.21%,用于三电系统(非电路板保护盖类)外购件成本占比分别为 0.00%、0.00%和 3.61%,用于非三电系统类的外购件成本占比分别为 11.46%、9.65%和 31.64%,用于三电系统(电路板保护盖类)和非三电系统类的外购件成本占比相对较高。

## (二) 外购部件不是关键部件

报告期内,公司的外购零件主要系传感器、喇叭和金属件,其中传感器、喇叭主要应用在组装工序,金属件主要应用于嵌件注塑工序。

组装工序使用的传感器、喇叭和金属件等外购件,系客户为了更便捷高效的提升其生产线效率,将非关键外购零件委托发行人外购后与发行人自制零件组装后交付;嵌件注塑工序所使用的金属件等外购件,主要功能系“以塑代钢”后的局部结构加强和紧固螺丝组装使用,外购件的主要功能等情况如下:

发行人销售零件	涉及外购件类型	外购件功能	是否具有通用性
汽车尾板部件	喇叭	噪音提醒	是
汽车前门板部件	传感器	控制电子件	是
各种带嵌件的汽车塑料零部件(带螺丝)	螺丝、螺母	用于辅助组装	是
各种带嵌件的汽车塑料零部件(局部加强)	冲压件	以塑代钢后,用于局部结构加强	否
各种组装部件	卡扣	用于辅助组装	是

发行人购买外购件主要应用在汽车尾板部件、汽车前门板部件、各种带嵌件的汽车塑料零部件等,外购零件厂商多为公司周边地区的制造厂商,部分零件系标准件,从零件的应用功能和部件通用性分析,该类外购件不是发行人产品生产工艺中的关键部件。

八、说明报告期各期 T 公司及其一级供应商产品类型的变化情况、各类产品销售量,区分境内、境外说明向 T 公司销售的产品类型及收入占比,说明 2021 年 1-6 月向 T 公司境内、境外销售毛利率与 2020 年存在较大差异的原因

(一) 说明报告期各期 T 公司及其一级供应商产品类型的变化情况、各类产品的销售量

报告期各期, T 公司及其一级供应商产品类型(汽车塑料零部件)的变化情况以及各类产品销售量具体如下:

单位: 万件

客户	产品类型	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
T 公司	用于三电系统(非电路板保护盖类)	40.94	33.86	0.24
	用于非三电系统类	271.29	169.24	1.40
广达集团	用于三电系统(电路板保护盖类)	196.48	150.09	44.79
和硕联合		101.20	92.01	2.19

公司向 T 公司销售的主要系用于三电系统(非电路板保护盖类)以及用于非三电系统类的新能源功能结构件,公司向广达集团、和硕联合主要销售用于三电系统(电路板保护盖)的新能源功能结构件。报告期内,公司向上述客户销售的产品类型保持稳定,销售数量呈现快速增长趋势。

(二) 区分境内、境外说明向 T 公司销售的产品类型及收入占比,说明 2021 年 1-6 月向 T 公司境内、境外销售毛利率与 2020 年存在较大差异的原因

2020 年度和 2021 年 1-6 月, T 公司境内以及境外的销售金额以及毛利率情况如下:

区域	产品	2021 年 1-6 月			2020 年度		
		销售金额(万元)	销售占比	毛利率	销售金额(万元)	销售占比	毛利率
内销	用于三电系统(非电路板保护盖类)	22.64	1.06%	26.76%	0.70	0.10%	30.28%
	用于非三电系统类	458.12	21.45%	18.04%	198.16	28.46%	1.93%
	模具	1,655.45	77.49%	32.22%	497.52	71.44%	12.58%
	合计	<b>2,136.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>29.13%</b>	<b>696.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>9.57%</b>
外销	用于三电系统	158.18	8.46%	21.11%	213.66	26.73%	27.65%

区域	产品	2021年1-6月			2020年度		
		销售金额 (万元)	销售 占比	毛利率	销售金额 (万元)	销售 占比	毛利率
	(非电路板保护盖类)						
	用于非三电系统类	1,711.45	91.54%	8.68%	585.65	73.27%	18.79%
	模具	-	0.00%	0.00%	-	0.00%	0.00%
	合计	<b>1,869.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>9.73%</b>	<b>799.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>21.16%</b>

2020年度，T公司境内销售和境外销售的毛利率分别为9.57%和21.16%；2021年1-6月，T公司境内销售和境外销售的毛利率分别为29.13%和9.73%，2021年1-6月与2020年度，公司向T公司境内、境外销售毛利率存在差异的具体原因如下：

### 1、2020年度T公司境内销售毛利率较低主要系模具产品全球竞争激烈所致

2020年度，T公司境内销售和境外销售的毛利率分别为9.57%和21.16%，境内销售主要系模具产品，境外销售主要系汽车塑料零部件产品。

2020年度，公司境内销售毛利率较低主要系该年度模具产品以及汽车塑料零部件产品毛利率较低，与T公司合作初期，由于T公司上海工厂投产在即且T公司的产品全球销量大幅提升，围绕T公司业绩增长而展开的采购开发工作面向全球同步进行，竞争较为激烈，公司凭借自身在协同开发、工艺技术以及响应速度方面的竞争优势，成为了T公司重要供应商，获取了T公司较多的订单，为公司未来的业务发展奠定坚实基础。

### 2、2021年1-6月T公司境外销售毛利率较低系美元贬值、新产品导入等因素所致

2021年1-6月，T公司境内销售和境外销售的毛利率分别为29.13%和9.73%，境内销售主要系模具产品，境外销售主要系汽车塑料零部件产品。

2021年1-6月，T公司境内销售毛利率为29.13%，毛利率有所提升，主要系：（1）2020年T公司上海公司投产后，T公司体系的供应商数量相对稳定，竞争程度有所下降，发行人的报价利润水平有所恢复；（2）随着汽车塑料零部件销量持续爬坡，生产效率和良品率逐步提升。

2021年1-6月，T公司境外销售毛利率为9.73%，毛利率有所下降主要系境外销售中的汽车塑料零部件毛利率水平降低所致，具体如下：（1）受到美元贬值的影响；（2）T公司在境内有2款新能源汽车在量产，在境外有4款新能源汽车在量产，2021年1-6月，T公司新产品的销售金额为1,719.14万元，其中境内新产品为398.92万元，境外新产品金额为1,320.22万元，T公司境外涉及较多的新产品导入，新产品量产初期生产效率较低，使得毛利率水平相对较低。

综上，公司向T公司销售的主要系用于三电系统（非电路板保护盖类）以及用于非三电系统类的新能源功能结构件，公司向广达集团、和硕联合主要销售用于三电系统（电路板保护盖）的新能源功能结构件，销售数量均呈现快速增长趋势。2020年度，T公司境内销售毛利率较低主要系模具产品和汽车塑料零部件产品全球竞争激烈所致；2021年1-6月，T公司境外销售毛利率较低系美元贬值、新产品导入等因素所致。

九、说明工程塑料粒子采购是否依赖单一供应商，T公司等主要客户指定供应商情况；结合期后T公司产品销售价格变化说明原材料价格传导机制具体执行情况，分析2021年1-9月平均毛利率较2021年1-6月未出现上升的原因，是否存在传导困难

（一）说明工程塑料粒子采购是否依赖单一供应商，T公司等主要客户指定供应商情况

### 1、工程塑料粒子采购不依赖单一供应商

（1）向主要工程塑料粒子供应商的采购占比相对较低

发行人生产汽车塑料零部件主要使用PA66类、PET类、PPS类、PC类、PP类等改性塑料粒子，且多为工程塑料粒子。报告期各期，主要工程塑料粒子前五大供应商采购金额及采购占比情况如下：

单位：元

期间	序号	供应商名称	采购金额	占当期塑料粒子采购比例（%）
2021年度	1	安特普工程塑料（苏州）有限公司	23,586,774.06	19.06
	2	江苏金发科技新材料有限公司	17,063,668.06	13.79
	3	常州永欣方超进出口有限公司	13,644,437.60	11.03

期间	序号	供应商名称	采购金额	占当期塑料粒子采购比例 (%)
	4	上海华长贸易有限公司	11,187,920.41	9.04
	5	苏州易夏新材料有限公司	9,168,171.89	7.41
合计			74,650,972.02	60.33
2020年度	1	安特普工程塑料(苏州)有限公司	21,360,492.90	36.91
	2	开德阜国际贸易(上海)有限公司	5,973,318.85	10.32
	3	常州永欣方超进出口有限公司	4,480,901.84	7.74
	4	江苏金发科技新材料有限公司	4,272,234.51	7.38
	5	苏州美和锋化学有限公司	3,564,971.69	6.16
合计			39,651,919.79	68.51
2019年度	1	安特普工程塑料(苏州)有限公司	20,776,841.15	45.49
	2	开德阜国际贸易(上海)有限公司	6,534,588.33	14.31
	3	常州永欣方超进出口有限公司	3,163,511.34	6.93
	4	上海稻田产业贸易有限公司	2,646,515.52	5.80
	5	凯柏胶宝塑料(上海)有限公司	2,498,203.75	5.47
合计			35,619,660.08	78.00

随着发行人收入规模的持续增长，塑料粒子采购规模及种类的相应增加。报告期内，第一大供应商采购占比逐年下降，**2021年度**，公司向第一大工程塑料粒子（安特普）供应商采购占比**19.06%**。安特普工程塑料（苏州）有限公司系发行人所在城市的本地企业，主要从事PA66类改性塑料粒子的生产和销售，受生产厂商安特普本地化直销等因素影响，在价格、交期和服务等方面具有较好的竞争力。

## (2) 工程塑料粒子生产厂商和采购渠道具有可替代性

报告期内，发行人主要采购PA66类、PC类、PET类等工程塑料粒子，该类工程塑料粒子主要由巴斯夫、沙伯基础、杜邦、塞拉尼斯、帝斯曼、科思创、奥升德、安特普等多家知名化工企业生产，由于工程塑料在20世纪50年代开始已经得到迅速发展，经过多年的积累和沉淀，各主要生产厂商所销售的产品规格，存在彼此替代关系；同时，从采购渠道（贸易商）方面看，由于各生产厂商考虑提高渠道管理效率、降低沟通成本、减少销售人员投入等因素考虑，通常拥有较多的贸易商销售渠道以拓展市场，且彼此存在替代关系。

综上所述，报告期内，公司向第一大供应商的采购占比逐年下降，工程塑料粒子的供应商具有一定的分散度；各生产厂商和采购渠道具有可替代性，因此发行人不存在依赖单一供应商或终端供应商的情形。

## 2、T 公司等主要客户指定供应商情况

### （1）客户指定塑料粒子品牌或供应商的背景和原因

由于塑料粒子是注塑件最主要的原材料，对注塑件的成本、交期、性能和品质有较大影响，在询价阶段和项目定点前期沟通阶段，发行人会从商务方面、技术方面综合评审原材料的选择，主要评审：①采购价格：采购价格是否相对昂贵，如是，发行人可以推荐价优的原材料；②采购渠道：采购渠道是否充足，如若否，发行人可以推荐通用性较广泛的原材料；③采购周期：采购周期是否太长，如是，发行人可以推荐国内生产工厂的原材料；④工艺、品质稳定性等：是否对工艺、品质稳定性带来风险，如是，发行人推荐替代材料选择。

发行人销售人员和技术人员，根据原材料的内部评审情况与客户展开沟通交流，由于客户较为关注零部件的成本、交期、质量，且在细分的工艺领域时充分尊重专业生产厂商的建议，也非常欢迎供应商在这方面的探讨交流和合理化建议。当客户部分采纳发行人的合理化建议后，基于汽车行业 IATF16949 程序的要求，最终要将双方确认后的塑料粒子重新修订在图纸中，以免后续的变更争议。

发行人参与了塑料粒子的选择过程，也具有推荐权，由于最终会将双方确认的塑料粒子写入图纸或报价单，方便后续的传导机制实施，此种情况下，发行人视其为客户指定原材料品牌、规格、型号。

### （2）客户指定品牌和供应商的三种情形

客户向发行人询价时，在图纸或邮件中针对于原材料通常有三种表述方法：①明确塑料粒子的品牌、规格、型号；②仅明确测试要求，由发行人自行根据汽车厂商的材料库挑选确定；③只明确塑料粒子大类，不明确品牌、规格、型号，请发行人根据过往经验和技术研究推荐，具体如下：

#### 1) 仅指定品牌，不指定供应商

当确定了塑料粒子品牌、规格、型号，由发行人根据供应商管理控制程序和

评估结果确定最终合作供应商，自主选择供应商，根据市场价格协商定价，根据销售订单进行采购。

## 2) 指定品牌，指定供应商

少部分客户出于产品质量、原材料工艺和合作历史考虑，还会指定某些产品对应原材料的采购渠道。在指定供应商的情况下，客户通常会指定一家或多家供应商，发行人通过供应商评审程序对供应商做资格批准，经评审后发行人与供应商签订一系列商务协议，并与指定供应商根据市场价格协商定价，在交付、质量、服务等方面，发行人自主管理。

## 3) 完全自主采购

主要是非汽车类零部件业务和客户要求发行人自行选择的汽车塑料零部件业务，该部分占比较低

### (3) T 公司等主要客户指定供应商的情况

T 公司等主要客户指定供应商的情况具体如下：

序号	主要客户	塑料粒子的指定情况
1	T 公司	发行人和客户共同确定塑料粒子品牌和规格（指定品牌、规格），客户不指定供应商
2	斯凯孚	仅 PA66 类塑料粒子指定供应商（同时指定 3 家供应商，包括：“安特普”、“索尔维”、“聚隆”）
3	安通林	发行人和客户共同确定塑料粒子品牌和规格（指定品牌、规格），客户不指定供应商
4	广达集团	发行人和客户共同确定塑料粒子品牌和规格（指定品牌、规格），客户不指定供应商
5	和硕联合	发行人和客户共同确定塑料粒子品牌和规格（指定品牌、规格），客户不指定供应商

综上所述，T 公司等主要客户通常与发行人共同确认并指定塑料粒子品牌和规格，仅斯凯孚存在部分指定供应商情形，但发行人具有自主议价和自主管理权。

(二) 结合期后 T 公司产品销售价格变化说明原材料价格传导机制具体执行情况, 分析 2021 年 1-9 月平均毛利率较 2021 年 1-6 月未出现上升的原因, 是否存在传导困难

### 1、结合期后 T 公司产品销售价格变化说明原材料价格传导机制具体执行情况

#### (1) T 公司的传导机制情况

发行人主要采购的原料价格于 2021 年上半年上涨, 发行人同步以邮件或电话方式通知 T 公司相应的采购窗口, T 公司接到发行人申请后, 积极协助发行人与供应商的谈判工作, 最终予以传导; 但是, 由于汽车零部件行业此轮塑料粒子大幅涨价为多年不遇的罕见情形, T 公司内部传导机制存在一定的滞后性, 目前约为 6 个月, 举例说明如下:

以发行人销售产品型号 607321201、607320601 为例, 发行人于 2021 年 3 月收到供应商涨价通知, 于 2021 年 3 月同步向客户申请价格调整, 客户于 2021 年 4 月协助发行人与原材料供应商进行价格谈判, 最终于 2021 年 6 月确认同意涨价, 由于未结订单延续原先的销售价格, 实际新价格产品的交易时间为 2021 年 8 月、2021 年 9 月, 传导周期约为 5-6 个月。

#### (2) T 公司在原材料价格传导完成后的销售价格上涨

2021 年 1-6 月, 针对 T 公司体系客户销售排名前 15 个主要产品型号进行分析, 其中 9 个零件涉及原材料涨价, 客户依照发行人提出的材料涨价金额, 结合实际产品称重确认、原材料涨价情况的核实, 最终对涉及原材料涨价的产品均实施了销售价格的传导, 客户全部承担了原材料涨价的价格传导, T 公司主要产品型号价格实际传导情况如下:

序号	产品型号	销售额 (万元)	原材料是否涨价	实际传导周期	传导前销售单价 (美元/件)	传导后销售单价 (美元/件)
1	607405201	365.59	否	-	-	-
2	607321201	271.80	是	5 个月	2.02	2.18
3	607320601	228.48	是	6 个月	1.60	1.91
4	607320801	223.01	是	6 个月	1.60	1.91
5	607321001	209.96	是	6 个月	1.44	1.72

序号	产品型号	销售额 (万元)	原材料是否 涨价	实际传导周期	传导前销售单 价 (美元/件)	传导后销售单 价 (美元/件)
6	607322001	202.76	是	6 个月	1.44	1.70
7	607292302	196.01	否	-	-	-
8	607340501	186.21	否	-	-	-
9	607405901	184.06	是	客户批准更换 国产替代料	-	-
10	707320301	168.47	否	-	-	-
11	607340101	152.25	是	6 个月	1.66	1.94
12	607340401	148.00	是	6 个月	1.66	1.95
13	607340301	138.17	是	6 个月	1.55	1.80
14	607340801	135.72	是	3 个月	1.93	2.18
15	607322101	134.00	是	客户批准更换 国产替代料	-	-

综上所述,整车厂商由于规模较大、组织架构较为复杂、预算制度较为严格,加之 T 公司系新能源整车厂商,处理原材料大幅涨价的应对经验较少,相较于历史悠久的传统整车厂商或组织架构相对简化的一级供应商, T 公司目前的传导机制相较其他客户存在一定的滞后性,传导周期约为 6 个月;向 T 公司销售的产品在原材料价格传导完成后价格上涨。

## 2、原材料价格传导完成后公司 2021 年度新能源汽车功能部件的毛利率有所回升

2021 年 1-6 月、2021 年 1-9 月和 2021 年度,公司新能源汽车功能部件的销售金额和毛利率情况具体如下:

单位:万元

产品系列	2021 年度		2021 年 1-9 月		2021 年 1-6 月	
	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
新能源汽车功能 结构部件	17,879.13	18.47%	10,429.10	15.41%	5,738.06	15.55%

2021 年 1-6 月、2021 年 1-9 月和 2021 年度,公司新能源汽车功能部件系列的毛利率分别为 15.55%、15.41%和 18.47%,其中新能源汽车功能部件系列 2021 年 1-9 月毛利率较 2021 年 1-6 月未出现上升系原材料涨价传导未实施完成所致。

随着 2021 年 9 月开始原材料上涨销售价格传导的陆续完成,公司 2021 年度新能源汽车功能部件的毛利率有所回升,原材料涨价传导虽存在一定的滞后性,

但传导机制有效，不存在传导困难的情形。

## 十、请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见

### （一）核查依据与核查过程

针对上述事项，保荐机构、申报会计师履行了一系列核查程序，具体如下：

1、通过查阅公开资料，了解旭升股份、肇民科技、唯科科技的主要客户所在行业及销售占比，确认同行业可比公司是否存在新能源汽车业务或非新能源业务的侧重。

2、获取发行人的公司新能源汽车业务及非新能源业务毛利率明细表，与可比公司的新能源汽车业务及非新能源业务毛利率进行比较，确认公司新能源汽车业务及非新能源业务毛利率分别与具有相应侧重业务的可比公司毛利率是否存在重大差异。

3、通过与发行人董事会秘书访谈，了解公司的新能源汽车业务及非新能源业务毛利率分别与具有相应侧重业务的可比公司毛利率差异的原因。

4、获取发行人向 T 公司、T 公司一级供应商广达集团及和硕联合销售产品的毛利率明细表，分析差异的原因。

5、访谈发行人管理层，了解公司向 T 公司、T 公司一级供应商广达集团及和硕联合销售产品毛利率情况，分析差异原因。

6、获取报告期内公司的汽车天窗控制面板系列主要新产品与其他主要新产品毛利率情况，了解汽车天窗控制面板系列新产品处于量产初期情况下毛利率较低的原因，了解报告期内其他的新产品是否存在类似下降的情况。

7、查阅可比上市公司招股说明书以及年度报告，分析新产品量产初期情况下毛利率较低是否为行业惯例。

8、通过与发行人董事会秘书的访谈，了解新产品量产初期情况下毛利率较低的原因。

9、获取非新能源汽车零部件以及模具毛利率的明细表，分析非新能源汽车零部件毛利率下降、模具毛利率上升的原因。

10、访谈发行人管理层，了解非新能源汽车零部件毛利率下降、模具毛利率上升的原因以及两者变动趋势相反的合理性；

11、获取发行人汽车塑料零部件销售数据、模具销售数据以及在使用模具的数据，分析 2020 年模具销量下降而汽车塑料零部件销量上升的合理性。

12、访谈发行人管理层，了解影响汽车塑料零部件销量的影响因素以及 2020 年模具销量下降而汽车塑料零部件销量上升的合理性。

13、获取发行人报告期各期模具、汽车天窗控制面板、汽车悬架轴承等产品的销售单价与单位成本，分析销售单价与单位成本变动趋势。

14、访谈发行人财务总监，了解模具、汽车天窗控制面板、汽车悬架轴承等产品的定价原则以及报告期各期上述产品的销售单价与单位成本变动的原因。

15、获取发行人新能源汽车功能部件的分产品的收入成本明细表，分析底盘系统零部件、非电路板类零件等各类产品销售占比、成本中外购部件占比情况。

16、访谈公司董事会秘书，了解新能源汽车功能部件中外购件的主要构成情况以及具体功能定位，了解外购部件是否为关键部件。

17、获取发行人的收入成本明细表，分析报告期各期 T 公司及其一级供应商产品类型的变化情况、各类产品销售量情况。

18、通过获取 T 公司区分境内、境外销售的产品类型及收入占比情况，分析 2021 年 1-6 月向 T 公司境内、境外销售毛利率与 2020 年存在较大差异的原因。

19、访谈公司董事会秘书、财务总监，了解公司报告期各期 T 公司及其一级供应商产品类型的变化情况、各类产品销售量，了解公司区分境内、境外向 T 公司销售的产品类型及收入占比，了解 2021 年 1-6 月向 T 公司境内、境外销售毛利率与 2020 年存在较大差异的原因。

20、获取公司工程塑料粒子的采购明细数据，分析工程塑料粒子采购是否依赖单一供应商。

21、获取 T 公司产品的期后销售价格数据，分析期后 T 公司原材料价格传导机制具体执行情况。

22、获取 T 公司的 2021 年 1-6 月、2021 年 1-9 月以及 2021 年度的收入成本

明细表，分析 2021 年 1-9 月平均毛利率较 2021 年 1-6 月未出现上升的原因以及 2021 年度的 T 公司毛利率变动情况。

23、访谈公司董事会秘书、财务总监，分析工程塑料粒子采购是否依赖单一供应商，了解 T 公司等主要客户指定供应商情况，了解 2021 年下半年 T 公司产品销售价格变化情况以及原材料价格传导机制具体执行情况，了解 2021 年 1-9 月平均毛利率较 2021 年 1-6 月未出现上升的原因以及是否存在传导困难。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、可比公司中，旭升股份在新能源汽车业务的占比相对较高，肇民科技占比较低，唯科科技由于无法准确对应具体的车型信息因此无法获知具体侧重情况；同行业可比公司中，旭升股份、肇民科技、唯科科技在新能源车领域的均有拓展，但可比公司未具体披露新能源汽车业务的毛利率的情况，因此无法与发行人的新能源汽车业务进行比较；发行人的非新能源业务的毛利率与肇民科技之间的差异系新产品导入、原材料涨价以及产品结构不同所致，差异具有合理性。

2、发行人对 T 公司及其一级供应商的销售毛利率差异主要系产品类型不同所致。

3、公司汽车天窗控制面板系列新产品处于量产初期情况下毛利率较低主要系爬坡期的生产效率、良品率相对较低所致；报告期内，公司亦存在其他的新产品在量产初期毛利率较低的情形；同行业可比公司中较少涉及新产品毛利率变化的情况，汽车零部件行业其他公司中泉峰汽车和英搏尔在公开信息中涉及新产品初期毛利率较低的相关表述。公司的新产品在量产初期毛利率较低，具有合理性，符合行业惯例。

4、公司非新能源汽车零部件毛利率逐年下降主要系向斯凯孚销售汽车悬架轴承系列、向安通林销售的汽车天窗控制面板系列毛利率均有所下降所致，模具毛利率逐年提升系受模具产品结构影响各期销售的模具产品有所差异所致，两者变动趋势相反具有合理性。

5、生产性模具的使用周期较长因此当期使用的生产性模具通常是前期生产，汽车塑料零部件销量因配套车型的销量与报告期各期在用模具数量相关；汽车塑

料零部件销量和配套车型的销量以及当期使用的模具有一定关联性，与当期模具销量的匹配关系较弱。2020年度随着新能源汽车功能结构部件系列的需求增长，使得2020年度汽车塑料零部件的销量上升；同时，2020年度由于承接了较多的复杂模具，使得2020年度模具销售数量下降。因此，2020年度汽车塑料零部件销量上升，模具销量下降，具有合理性。

6、发行人在对下游客户销售汽车塑料零部件及生产性模具方面，均系独立定价，主要参考客户的预期销量、历史合作经验、工艺难易度等加上合理利润提供报价；报告期内，公司的模具、汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承的各期销售单价与单位成本变动主要受产品结构变化、原材料价格变动等因素的影响，变动具有合理性。

7、新能源汽车功能部件产品主要为用于三电系统（非电路板保护盖类）、用于三电系统（电路板保护盖类）和用于非三电系统类，其中用于三电系统（电路板保护盖类）和非三电系统类的外购件成本占比相对较高；发行人购买外购件主要应用在汽车尾板部件、汽车前门板部件、各种带嵌件的汽车塑料零部件等，外购零件厂商多为公司周边地区的制造厂商，部分零件系标准件，从零件的应用功能和部件通用性分析，该类外购件不是发行人产品生产工艺中的关键部件。

8、公司向T公司销售的主要系用于三电系统（非电路板保护盖类）以及用于非三电系统类的新能源功能结构件，公司向广达集团、和硕联合主要销售用于三电系统（电路板保护盖）的新能源功能结构件，销售数量均呈现快速增长趋势；2020年度T公司境内销售毛利率较低主要系模具产品和汽车塑料零部件产品全球竞争激烈所致，2021年1-6月T公司境外销售毛利率较低系美元贬值、新产品导入等因素所致，差异具有合理性。

9、公司工程塑料粒子采购不依赖单一供应商，T公司等主要客户通常与发行人共同确认并指定塑料粒子品牌和规格，仅斯凯孚存在部分指定供应商情形；期后向T公司销售的产品在原材料价格传导完成后的公司向T公司销售的产品价格有所回升；新能源汽车功能部件系列2021年1-9月毛利率较2021年1-6月基本保持稳定系传导未完成；随着2021年9月开始原材料上涨销售价格传导的陆续完成，公司2021年度新能源汽车功能部件的毛利率有所回升，原材料涨价传导虽存在一定的滞后性，但传导机制有效。

## 问题 2. 主要客户销售可持续性 & 新客户开拓

根据首轮问询回复，发行人存在部分年度对主要客户斯凯孚、安通林销售额下滑以及对饰而杰销售额逐年下滑的情形；根据 2021 年 9 月 30 日从 T 公司供应商系统中下载的采购需求数据统计，在手订单超过 1.50 亿元。2021 年，发行人已经新获取长安马自达、比亚迪、罗兰克斯、爱杰姆等客户的新订单。

请发行人：（1）按汽车天窗控制面板、汽车悬架轴承、新能源汽车功能部件和其他等细分产品，补充披露报告期各期汽车塑料零部件的销售收入、占比及主要客户情况。（2）结合销售的产品内容和客户主营业务，说明上海逸殿文化传播有限公司、苏州诺璧昌汽车零部件有限公司成立当年即成为前五大客户的原因及合理性，是否与发行人存在关联关系，双方业务开展是否真实，发行人免除上海逸殿文化传播有限公司 37.35 万元尾款是否存在利益输送，发行人是否存在签订虚假订单等违规情形。（3）说明成为 T 公司直接合格供应商的审批流程，包括但不限于审核环节、审核内容及所需时间，获批成为合格供应商后针对不同车型或系列的产品是否存在重新审核的要求。（4）说明对主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰的期后在手订单情况、已实现销售收入；说明 T 公司提供的滚动需求订单与实际采购情况是否存在较大差异，在手订单是否为已经双方确认的确定性订单，是否具有可参考性，上述订单在境内、境外金额分布，说明订单金额与去年同期的比较情况及变化原因。（5）逐家说明长安马自达、比亚迪等报告期内新客户开发的具体进展，包括但不限于是否形成合作意向协议、签署框架合同以及在手订单金额等情况。

请保荐机构核查并发表明确意见。请保荐机构、申报会计师就以下问题补充发表明确意见：针对销售、采购核查的回函差异情况，发行人主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性，主要客户及其关联方、关键经办人员与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系、是否存在利益输送或其他利益安排。

**【回复】**

一、按汽车天窗控制面板、汽车悬架轴承、新能源汽车功能部件和其他等细分产品，补充披露报告期各期汽车塑料零部件的销售收入、占比及主要客户情况

发行人在招股说明书“第五节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（二）主要产品及服务情况”之“1、汽车塑料零部件”补充披露如下：

报告期各期，公司汽车塑料零部件细分产品的销售收入以及占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
汽车天窗控制面板	4,230.64	14.48%	4,040.07	26.54%	4,532.43	35.52%
汽车悬架轴承	6,211.91	21.27%	5,905.57	38.80%	6,204.66	48.62%
新能源汽车功能部件	17,879.13	61.21%	4,485.64	29.47%	641.03	5.02%
其他	887.17	3.04%	789.71	5.19%	1,383.82	10.84%
合计	29,208.86	100.00%	15,220.98	100.00%	12,761.93	100.00%

报告期各期，公司汽车零部件的主要客户基本情况如下：

序号	客户	主要向发行人采购类别	基本情况
1	斯凯孚	汽车悬架轴承系列	斯凯孚总部设立于瑞典，成立于1907年，目前在全球拥有近百余家工厂，主要生产各类轴承，密封件，轴承用特种钢。为轴承科技与制造的领导者，为全球最大的滚动轴承制造公司之一，其业务遍及世界130个国家，每年生产五亿多个轴承，销售网络遍布全球。
2	安通林	汽车天窗控制面板系列	安通林集团是世界上最大的汽车零部件制造商之一，也是汽车内饰创新技术和解决方案的领先供应商。在细分领域（内外饰、顶棚等）位居前列。公司在26个国家拥有150多家工厂和30,000名员工。
3	T公司	新能源汽车功能部件	美资企业，是全球领先的新能源车厂，产销电动车、太阳能板、及储能设备。
4	和硕联合	新能源汽车功能部件	和硕联合科技股份有限公司 Pegatron Corporation（台证所：4938）创立于2007年（从华硕电脑分拆而来），连同其子公司在全球从事设计，制造和销售计算机，通信和消费电子产品。2020年8月10日，和硕位列《财富》世界500强排行榜第269位。公司产品包括穿戴装置、智慧家庭装置、车用电子（Automotive Electronics）等，着重于软硬体核心技术之整合发展，提供客户完整解决方案及高附加值之产品与服务。
5	广达	新能源汽车	广达集团由林百里总裁创建于1988年，除了在笔记本电脑领域

序号	客户	主要向发行人采购类别	基本情况
	集团	功能部件	中维持领先地位外,广达集团更延伸触角至服务器、液晶显示器、液晶电视、通讯、汽车等领域,积极展开产业整合布局。为全球 Fortune 500 大公司之一。
6	饰而杰	其他(车灯和车标系列)	SRG Global 是世界领先的汽车和商用车行业塑料高价值涂料制造商之一,在包括北美,西欧和中欧以及亚洲在内的世界各主要地区均拥有制造业。总部设在美国密歇根州 Troy。作为全球最大的汽车工业镀铬塑料配件生产商之一,专长于塑料拉丝制成品,包括拉丝电镀和拉丝镍表面处理工艺,其产品包括格栅,车牌,仪表盘框与内饰材料,被广泛应用于几乎世界上每一个汽车制造商所生产的产品上。

二、结合销售的产品内容和客户主营业务,说明上海逸殿文化传播有限公司、苏州诺璧昌汽车零部件有限公司成立当年即成为前五大客户的原因及合理性,是否与发行人存在关联关系,双方业务开展是否真实,发行人免除上海逸殿文化传播有限公司 37.35 万元尾款是否存在利益输送,发行人是否存在签订虚假订单等违规情形

(一) 结合销售的产品内容和客户主营业务,说明上海逸殿文化传播有限公司、苏州诺璧昌汽车零部件有限公司成立当年即成为前五大客户的原因及合理性,是否与发行人存在关联关系,双方业务开展是否真实

### 1、苏州诺璧昌

#### (1) 苏州诺璧昌基本情况

发行人曾经子公司盖尔领的下游客户诺璧昌(上海)实业有限公司(以下简称“诺璧昌(上海)”) (成立时间 2013 年 1 月 4 日),由于自身业务架构调整等因素,于 2018 年将业务拆为两部分,分别为诺璧昌(上海)实业有限公司、苏州诺璧昌汽车零部件有限公司;苏州诺璧昌主要从事汽车电子换挡器业务,诺璧昌(上海)主要经营范围为:道路运输、各类工程建设、园林绿化工程、货物进出口、汽车零配件批发、五金产品批发、金属工具销售等。

(2) 成立当年即成为前五大客户系苏州诺璧昌成立后,直接导入了诺璧昌(上海)的业务

发行人曾经子公司盖尔领与其下游客户诺璧昌(上海)于 2017 年开始合作,2018 年苏州诺璧昌成立后,诺璧昌(上海)将电子换挡器业务拆分至苏州诺璧昌。基于供应链上下游关系,苏州诺璧昌向发行人曾经的子公司盖尔领主要采购

电子换挡器产品，苏州诺璧昌在收购盖尔领后，向发行人及其子公司采购汽车塑料零部件以及配套的模具。苏州诺璧昌向发行人以及曾经的子公司盖尔领采购的产品均用于自身业务，再加工后售于整车厂吉利汽车、沃尔沃，具有合理性。

(3) 与发行人不存在关联关系，双方业务开展具有真实性

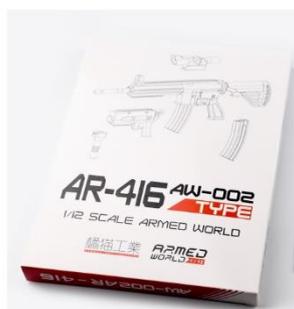
发行人对苏州诺璧昌销售的产品，最终配套于吉利、沃尔沃“博越”等多款车型的汽车电子换挡，销售具有真实性。

根据发行人及发行人董事、监事、高级管理人员等关联自然人分别填写的调查表以及根据企查查、天眼查等工商信息查询平台显示，苏州诺璧昌的主要股东、董监高与发行人的董监高不存在关联关系，不存在除购销交易外的其他往来。

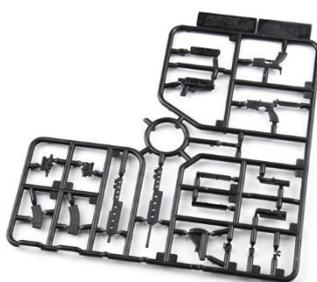
## 2、上海逸殿

(1) 上海逸殿基本情况

上海逸殿文化传播有限公司（以下简称“上海逸殿”）于2017年4月成立，主要业务为动漫玩具产品及拼装玩具产品的设计与销售，无生产能力，通过展会、代理商和电商等形式进行销售。上海逸殿执行董事、总经理系动漫与玩具行业的爱好者和设计者，拥有中国本土原创模型玩具品牌。



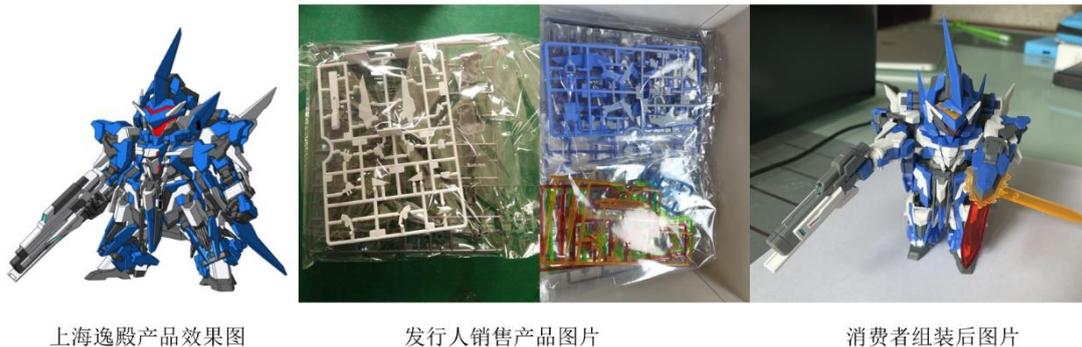
上海逸殿销售产品图品



发行人销售产品图品



消费者组装后效果图



上海逸殿产品效果图

发行人销售产品图片

消费者组装后图片

由于该类业务主要借鉴日本动漫玩具，市场有较多的成熟案例，研发周期较短，通常类似玩具公司在正式成立前已经完成首款产品的研发，因此上海逸殿筹办后可以快速完成项目定点进行模具开发和产品试制，同步向代理商或电商进行推广。

### (2) 成立当年即成为前五大客户的原因及合理性

上海逸殿的产品主要生产工艺为注塑，发行人从事注塑零件及配套模具的生产和销售，由于其认可发行人的技术实力以及产品质量，因此基于上下游关系开展合作，向发行人采购注塑零件和模具。上海逸殿于 2017 年 7 月向发行人定点项目，2019 年发行人对其销售金额为 177.37 万元，占当年度发行人境内收入比例为 1.29%，在当年度内销客户中排名第五，金额较小且占比较低。

### (3) 与发行人不存在关联关系，双方业务开展具有真实性

上海逸殿的产品最终销售于各大电商，如京东、淘宝等，销售具有真实性。

根据发行人及发行人董事、监事、高级管理人员等关联自然人分别填写的调查表以及根据企查查、天眼查等工商信息查询平台显示，上海逸殿的主要股东、董监高与发行人的董监高不存在关联关系，不存在除购销交易外的其他往来。

综上所述，发行人与苏州诺璧昌和上海逸殿交易具有合理性，销售具有真实性，与发行人不存在关联关系。

(二) 发行人免除上海逸殿文化传播有限公司 37.35 万元尾款是否存在利益输送，发行人是否存在签订虚假订单等违规情形

### 1、发行人免除上海逸殿尾款不存在利益输送

发行人向上海逸殿提供注塑零件和模具，截至 2020 年 6 月 12 日，上海逸殿共欠发行人货款合计 207.02 万元，由于上海逸殿经营业绩较差，尚不具备支付该欠款的能力，就上述欠款事项，经双方多次沟通，达成了一致意见，上海逸殿于 2020 年 6 月 12 日向发行人出具的《款项支付承诺》：（1）2020 年 12 月 31 日前支付 50.00 万元；（2）2021 年 7 月 1 日前支付 119.67 万元；（3）上述款项如按期支付后，发行人免除剩余项目尾款 37.35 万元（发行人承接上海逸殿“03&04 玩具项目”，订单总金额 53.36 万元含税，已支付 30% 款项，剩余 70% 款项金额为 37.35 万元）。

发行人已于上述约定时间内收到上海逸殿的前两笔款项，根据《款项支付承诺》的约定，免除上海逸殿项目尾款 37.35 万元。

上述事宜，系发行人针对客户经营困难导致付款异常，经过双方协商后调整还款方案，主要目的系保障货款的回收性，符合商业逻辑，不存在利益输送。

### 2、发行人不存在签订虚假订单等违规情形

发行人承接上海逸殿模具订单后，由模具项目人员与客户多次技术沟通，进行产品数据修改；发行人模具设计人员根据确认后的产品数据，进行模具设计，而后进行模具制造。

模具生产加工完成后，试样给客户确认，在此期间客户视产品设计变更情况向发行人下达修模订单，试样经批准后，上海逸殿向发行人下达玩具零件订单；发行人依照订单需求购买原材料并组织生产，同时，客户提供彩色包装盒给发行人用于玩具的包装，最终交付给客户。上海逸殿采购发行人产品后，通过展会、电商等渠道进行销售。

发行人与上海逸殿的交易均具有真实的销售原始单据，包括销售订单、出货单、销售发票、物流运输单、签收单以及回款记录，以及双方关于项目的邮件沟通等记录，通过淘宝或京东平台可以查阅上海逸殿玩具产品的销售情况，销售具有真实性，发行人不存在与其签订虚假订单等违规情形。

三、说明成为 T 公司直接合格供应商的审批流程,包括但不限于审核环节、审核内容及所需时间, 获批成为合格供应商后针对不同车型或系列的产品是否存在重新审核的要求

(一) 汽车零部件领域的供应商开发具有严格的审批程序

汽车零部件领域的供应商开发, 具有较为严格的遴选、评审和准入程序, 潜在供应商首先须具备汽车零部件行业认证 (IATF16949 体系), 部分生产制造型企业还需要具备环境管理体系认证 (ISO14001 体系) 和政府有关部门出具的环保验收证明, 潜在供应商通常需要经历: (1) 潜在供应商选择、潜在供应商评估; (2) 供应商管理体系的现场评审; (3) 双方协议签署; (4) 客户内部审批程序等主要流程, 预计需要 1-2 年的审批周期。

(二) 发行人获批成为 T 公司合格供应商的审批程序

2017 年度, T 公司的金属零件供应商在向 T 公司提供部分集成了汽车塑料件的零件时出现品质异常, 考虑到发行人较好的技术实力以及稳定的产品品质, 该一级供应商寻求发行人进行合作, 发行人为其开发了该类汽车塑料零部件并解决了品质异常问题。由于该一级供应商意向通过委外发行人的方式扩大汽车注塑件业务, 进而发行人被推荐给了 T 公司作为二级供应商。由于 T 公司较快的业务发展以及新能源汽车对“汽车轻量化”的迫切需求, 使得 T 公司希望引入更多具备综合竞争实力的注塑件供应商成为其直接的一级供应商。因此公司经过 T 公司团队对技术、工艺、体系、价格等方面的评审, 最终批准成为 T 公司的直接合格供应商, 具体流程如下:

时间	审核环节	审核内容
2017 年 11 月	潜在供应商选择、潜在供应商评估	与 T 公司一级供应商的合作中取得良好表现, 从而被推荐给 T 公司, T 公司通过初始资料对发行人进行了意向评估。
2018 年 11 月	供应商管理体系的现场评审	通过 T 公司团队对发行人工厂的现场体系审核, 主要审核生产能力、技术能力、品质能力等管理体系要求。
2019 年 2 月	双方协议签署	发行人与 T 公司正式签署框架采购协议, 约定了关于订单、付款等商务条款。
2019 年 6 月	客户内部审批程序	完成 T 公司供应商审核全部流程, 成为正式一级供应商。
2020 年 3 月	通过 CSR 辅助认证	通过 T 公司增加的 CSR 辅助认证 (主要面对劳工安全以及社会责任的 RBA 审核)。

### **（三）获批成为合格供应商后针对不同车型或系列的产品不存在重新审核要求**

发行人获批成为 T 公司合格供应商后，针对不同车型或系列的产品，在合格供应商的审批方面，不存在重新审核的要求。

当出现不同车型或系列的新产品时，T 公司向发行人提供产品图纸、技术要求等信息，发行人通过内部技术评估和成本估算，向 T 公司反馈技术方案和报价单，T 公司进行相应新产品的技术和商务评审，通过比质比价后，以协商定价的方式确定项目定点。

### **（四）获批成为合格供应商后与 T 公司合作的发展情况**

#### **1、发行人在 T 公司业务中的竞争优势**

报告期内，发行人利用自身丰富的生产经验、优异的产品质量、良好的专业技术、快速的响应能力等竞争优势，实现了对 T 公司销售的大幅增长。同时，面对市场上不同的竞争对手，公司充分运用差异化的竞争策略，深耕拓展业务，巩固业务份额，具体情况如下：

（1）相较金属制品（包含：铝制品），塑料制品具有密度低的优势，且不需要金属制品制造所需的机加工环节，“以塑代钢”具有成本低、效率高、轻量化等优势。

（2）由于 T 公司的物流方式主要为“上门提货”，公司所处的长三角区域，能够以更低的成本、更快的速度服务于 T 公司的境内工厂，与非长三角地区的供应商相比，具有地缘优势。

（3）T 公司的产品具有较高的性能和质量要求以及较为复杂的结构特征，供应商通常需要 2-3 年的稳定合作与充分磨合，才能够较好的满足客户需求，相较新的供应商，公司具有先发优势。

（4）自设立以来，发行人始终专注于“注塑工艺”，通过与安通林、斯凯孚等知名汽车零部件企业的合作，积累了协同开发、双色工艺、复杂嵌件工艺等研发能力和先进技术，相较市场其他供应商，公司具有较好的生产能力和竞争优势。

（5）发行人自 2015 年度成为了非上市公司，在公司治理等方面具备较

强的合规性；与此同时，公司取得了 IATF16949、ISO14001 等体系证书，拥有了较好的管理体系；相较市场其他供应商，公司具有较好的综合管理能力。

## 2、发行人与 T 公司合作的发展阶段以及合作稳定性

### （1）合作初期竞争较为激烈

在合作初期，由于 T 公司上海工厂投产在即且 T 公司的产品全球销量大幅提升，围绕 T 公司产品增量而展开的采购开发工作面向全球同步进行，竞争较为激烈。公司凭借自身在协同开发、工艺技术以及响应速度的竞争优势，成为 T 公司重要供应商，获取了 T 公司全系车型的配套供货资质，为公司未来新能源汽车行业的业务发展奠定坚实基础。

### （2）合作粘度持续增强

发行人自 2019 年开始与 T 公司批量交易，随着 T 公司车型销量的不断提升，向 T 公司及其一级供应商配套的新能源汽车功能部件的销售收入亦大幅增长，具体如下：

发展阶段	T 公司的发展情况	发行人新能源汽车功能部件的销售金额
2019 年度	实现销量 36.77 万辆，新建上海工厂	641.03 万元
2020 年度	实现销量 49.97 万辆，上海工厂投产	4,485.64 万元
2021 年度	实现销量 93.62 万辆，新建欧洲工厂和美国工厂	17,879.13 万元

目前，T 公司在中国境内的供应商的类型和数量趋于稳定，双方团队的磨合较为顺畅，加之发行人对 T 公司产品的熟悉程度越来越高，生产效率和产品良率逐步提升。2021 年 1-6 月、2021 年 1-9 月和 2021 年度，公司新能源汽车功能部件系列的毛利率分别为 15.55%、15.41% 和 18.47%。2021 年 9 月份开始，随着原材料价格传导的实施完成，公司新能源汽车功能部件系列的毛利率有所回升，能够证明发行人对其具有一定的议价能力，合作双方的粘度持续增强。

### （3）未来合作具有稳定性

#### 1) 汽车零部件领域合作双方粘度较高

由于汽车厂商有召回制度、三包要求等，对汽车零配件供应商会有追偿机制，更换供应商会大量增加客户的额外成本（比如：模具费用、路试费用等），因此

当公司确定成为 T 公司的合格供应商后，为了产品性能的一致性与稳定性，T 公司一般情况下如无重大情况将不会调整。

## 2) 对 T 公司的模具销量奠定未来零部件收入基础

报告期各期，公司对 T 公司的模具销量情况具体如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
模具数量（套）	179.00	30.00	28.00
模具收入（万元）	2,765.32	497.52	522.88

上表可知，报告期内，发行人通过自身的综合竞争优势，迅速扩大 T 公司的业务规模，并开发了较多的新模具，该部分模具主要用于生产发行人向 T 公司销售的塑料零部件。汽车零部件行业通常具有“模塑一体化”的特性，模具销售和零部件销售通常为同一供应商，且汽车零部件行业相较于消费电子、家电等行业具有长生命周期的特点，因此发行人向 T 公司开发的模具将为发行人对 T 公司的零部件业务增长奠定基础。

## 3) 在手订单充足

2020 年度，T 公司车型实现销量 49.96 万辆，占全球汽车销量约 0.64%。2021 年度，随着新冠疫情的区域性控制及消费者意愿的提升，T 公司车型实现销量 93.62 万辆，占全球汽车销量约 1.10%-1.13%<sup>1</sup>。截至 2022 年 2 月 11 日，T 公司未来 52 周的在手订单金额为 1.91 亿元。T 公司尚处于快速发展期，随着新能源汽车消费需求的不断增长，T 公司及发行人的销量将得到进一步的提升，公司与 T 公司的合作有望持续扩大。

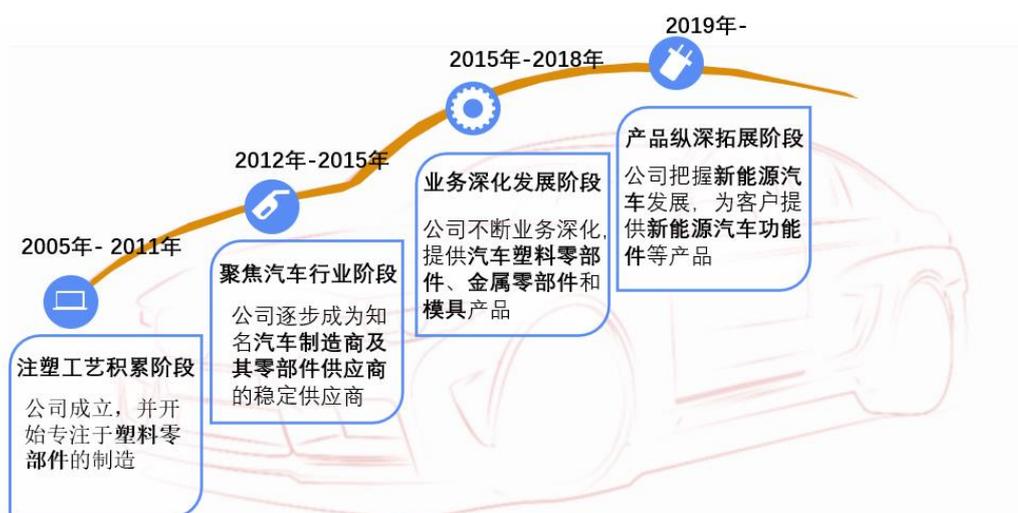
<sup>1</sup> 国际信用评级机构标准普尔 2022 年初发布报告，上调了全球汽车行业增长预期。报告预计，2021 年全球汽车销量约 8300 万至 8500 万辆，将增长 8%到 10%。标准普尔分析称，在 2021 年受疫情严重冲击后，全球汽车业逐步加快复苏步伐，尤其是去年下半年以来一些国家采取相关扶持政策和刺激措施，带动了汽车销售。

四、说明对主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰的期后在手订单情况、已实现销售收入；说明 T 公司提供的滚动需求订单与实际采购情况是否存在较大差异，在手订单是否为已经双方确认的确定性订单，是否具有可参考性，上述订单在境内、境外金额分布，说明订单金额与去年同期的比较情况及变化原因

### （一）公司的整体业务发展情况

#### 1、公司的业务发展概况

发行人自 2005 年设立以来，发行人始终专注于“注塑工艺”，向各行业领域客户提供塑料零部件，不断积累塑料零部件生产相关的技术和工艺，提升研发水平和制造能力。发展初期，公司主要服务于消费电子、家电、医疗、汽车等行业，客户分布较为广泛。随着汽车市场的蓬勃发展，公司将业务聚焦于汽车领域，在与安通林、斯凯孚等知名汽车零部件领域客户的长期稳定合作过程中，积累了丰富的生产经验。近年来，在全球新能源汽车快速发展背景下，公司也进入全球最大的新能源汽车制造商供应体系，推动公司收入的快速增长。公司各时期的业务发展阶段具体如下：



#### 2、公司不同发展阶段的主要产品和所用工艺的情况

顺应行业发展趋势的变革，公司积极优化业务方向，开发了较多的产品类型。虽然公司在不同发展阶段的产品类型有所不同，但所使用的生产工艺具有一定通用性。公司不同发展阶段的主要产品和所用工艺的情况具体如下：

发展阶段	主要产品	主要所用工艺	主要客户领域	供应商等级
注塑工艺积累阶段	手机塑料按键、电视机塑料底座、笔记本电脑塑料盖、医疗器械塑料盖、游戏机塑料件、汽车塑料装饰件	注塑加工工艺	消费电子行业、家电行业、医疗行业、游戏机、汽车行业	二级、三级供应商
聚焦汽车行业阶段	汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承系列、汽车车灯和车标系列	注塑加工工艺	传统燃油汽车行业	二级供应商
业务深化发展阶段	在原有业务基础上增加了汽车换挡器系列、发动机系列、卡箍系列、模具系列等产品	注塑加工工艺(单射、双射、高光、透明、复杂嵌件)、模具加工工艺、卡箍加工工艺	传统燃油汽车行业	二级供应商
产品纵深拓展阶段	在原有业务基础上增加了新能源汽车功能部件系列等产品	注塑加工工艺(单射、双射、高光、透明、复杂嵌件)、模具加工工艺、卡箍加工工艺	传统燃油汽车行业、新能源汽车行业	一级、二级供应商

报告期内，公司在业务深化发展阶段以及产品纵深拓展阶段的具体情况如下：

#### (1) 业务深化发展阶段

自 2015 年开始，随着与知名汽车零部件生产商的长期稳定合作，公司产品被众多汽车品牌的制造商所采用，公司为应对市场发展需求及订单增长情况，持续提高产能，不断深化汽车零部件业务，为客户提供汽车塑料零部件、汽车金属零部件和模具等产品，丰富了产品种类。

在此阶段，公司以注塑工艺为基础工艺，向安通林、斯凯孚、饰而杰等客户提供汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承系列、汽车车灯和车标系列。通过与斯凯孚的深度合作，沉淀了较为宝贵的“以塑代钢”等相关核心技术，积累了“双色注塑”、“嵌件注塑”、“特殊工程材料注塑”的生产经验，为公司新能源汽车功能部件的拓展奠定了坚实基础。

#### (2) 产品纵深拓展阶段

鉴于 T 公司的快速发展趋势及领先的行业地位，加之 T 公司较为追求“轻量化”所带来的续航能力提升而广泛的采用塑料零部件，因此公司加强了对其的市场开拓工作。

自 2019 年开始，发行人充分运用与斯凯孚深度合作期间在“以塑代钢”领域中所积累的“双色注塑”、“嵌件注塑”、“特殊工程材料注塑”生产经验，结合“自动化生产”等技术的创新改善，成为了 T 公司的一级供应商；与此同时，公

司通过一体化的竞争优势，扩大与 T 公司的合作，并取得了良好的开发成果；作为二级供应商，公司拓展了和硕联合、广达集团等新能源汽车领域客户。

### 3、公司的未来发展规划

公司将继续以注塑工艺为基础，专注于汽车塑料零部件及配套模具业务，聚焦于汽车领域，在稳步推进传统汽车领域业务的同时，积极开拓新能源汽车领域的业务。

#### (1) 稳步推进传统汽车领域业务

公司与安通林、斯凯孚等客户拥有约 10 年的合作历史，配套了多个知名传统燃油汽车品牌，作为安通林、斯凯孚等客户的主要供应商，公司将持续进行深入开发，稳步推进双方的合作。比如：2020 年度，公司与安通林共同合作拓展了捷豹路虎的汽车顶棚后灯业务；报告期内，公司成功拓展了斯凯孚在墨西哥和阿根廷等全球多个工厂的汽车悬架轴承系列业务。

#### (2) 积极开拓新能源汽车领域的业务

在全球新能源汽车快速发展的背景下，公司进入了全球最大的新能源汽车制造商的供应体系，推动了公司收入的快速增长。由于新能源汽车市场仍存在巨大的发展空间，因此公司将继续强化在新能源汽车功能部件的技术开发及产品供应能力，在扩大产品销售规模的同时，紧跟行业供应链变革趋势，抢占以新能源汽车为代表的新兴市场份额，持续强化公司在汽车零部件领域的竞争地位。

通过本次募投项目的实施，公司在产能方面将重点向新能源汽车功能部件方向倾斜，大幅扩大新能源汽车领域的塑料零部件产品供给。一方面将为公司提供新的业务增长机遇，另一方面，通过与新能源汽车企业的合作，有利于公司供应层级的转变，大规模向直接供应商模式迈进，持续强化公司在产品设计、生产制造、装配调试等各个环节的能力建设。

#### (二) 说明对主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰的期后在手订单情况、已实现销售收入

经过多年的筛选，发行人目前合作的客户主要是行业中较有口碑的优质客户，以安通林、斯凯孚、T 公司、和硕联合、广达集团为主，均为较知名的国际化企

业。

## 1、公司与主要客户保持长期稳定合作

由于汽车厂商有召回制度、三包要求等，对汽车零配件供应商会有追偿机制，更换供应商会大量增加客户的额外成本（比如：模具费用、路试费用等），因此当公司成为安通林、斯凯孚、饰而杰等客户的合格供应商后，为了产品性能的一致性与稳定性，上述客户一般情况下如无重大情况将不会调整。

其中主要安通林、斯凯孚与发行人分别于 2011 年、2013 年开始合作的，近十年来合作非常稳定。公司的主要客户安通林于 2019 年度和 2020 年度完成了配套主要客户福特、捷豹路虎的产品改款换代，通常情况改款后的产品将迎来长周期稳定的生产过程。公司为主要客户斯凯孚提供汽车悬架轴承系列产品系汽车内装功能部件，该产品迎合了汽车行业“以塑代钢”轻量化的发展趋势，应用于麦弗逊独立悬架系统的最新式轴承，各汽车制造厂商在车型换代时会逐步加大替换进度，最终实现接近于全车型的新式悬架轴承产品替代。因此，公司与安通林、斯凯孚的合作具有稳定的业务基础。

公司的主要客户安通林和斯凯孚均系汽车零部件行业较为知名的配套厂商，具有强有力的业务开拓能力，发行人作为上述客户长期合作的供应商，具有先发优势，公司与上述客户将持续进行深入合作。

## 2、在手订单以及已实现收入情况

截至 2022 年 2 月 11 日，公司对主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰销售汽车塑料零部件的在手订单情况具体如下：

单位：万元

客户	采购内容	订单覆盖需求周期	截至 2021 年 2 月 11 日未执行完的订单金额	2022 年 1-2 月实际收入（未审数）
斯凯孚	零部件	约 1 个月	516.37	1137.32
安通林	零部件	约 1 个月	477.35	672.05
饰而杰	零部件	约 2 个月	36.56	29.22
合计			1,030.28	1,838.59

截至 2022 年 2 月 11 日，公司对主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰销售汽车塑料零部件的在手订单金额为 1,030.28 万元，2022 年 1-2 月，公司对上述客户

的实际销售收入金额为 1,838.59 万元。主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰的期后在手订单情况较为稳定，期后销售情况良好。

(三)说明 T 公司提供的滚动需求订单与实际采购情况是否存在较大差异，在手订单是否为已经双方确认的确定性订单，是否具有可参考性，上述订单在境内、境外金额分布，说明订单金额与去年同期的比较情况及变化原因

1、说明 T 公司提供的滚动需求订单与实际采购情况是否存在较大差异，上述订单在境内、境外金额分布，说明订单金额与去年同期的比较情况及变化原因

T 公司滚动需求订单金额系根据 T 公司供应商系统中获取相应起始日后 52 周的滚动需求数量，并结合价格订单中的销售单价计算形成。T 公司提供的滚动需求订单与期后实际采购情况、订单金额在境内、境外分布以及订单金额与去年同期的比较情况及变化原因具体如下：

单位：万元

滚动需求订单金额				实际采购情况			
在手订单日期区间	内销订单	外销订单	订单合计	实际收入日期区间	内销收入	外销收入	收入合计
2019年10月1日-2020年9月30日	109.96	328.52	438.48	2019年10月1日-2020年9月30日	82.8	506.75	589.56
2020年7月1日-2021年6月30日	563.19	937.08	1,500.28	2020年7月1日-2021年6月30日	661.01	2,414.80	3,075.80
2020年10月1日-2021年9月30日	1,012.80	1,229.85	2,242.66	2020年10月1日-2021年9月30日	1,824.53	3,104.24	4,928.77

注：上述滚动需求订单不包含截至系统内下载时点的新产品；订单金额和实际采购金额均不含模具。

在上述统计区间，发行人对 T 公司的销售主要来自于境外销售收入，主要原因系 T 公司境外有 4 款车型，境内仅 2 款车型。

T 公司提供的滚动需求订单和实际采购情况相比，同期比较呈现上涨趋势；实际采购金额大于订单金额，主要原因系：随着发行人对 T 公司的新业务持续拓展和深度挖掘，新产品逐渐增加，获取了较多新产品订单，因此实际产生的销售收入高于在手订单金额。

综上所述，发行人对 T 公司的境外销售大于境内销售，主要系境外量产车型数量较多；随着 T 公司车型的全球销量增长，发行人获取新产品订单逐渐增加，T 公司实际采购情况高于提供的滚动需求订单金额，T 公司滚动需求订单和实际采购同期比较均呈现上涨趋势。

## 2、在手订单是否为已经双方确认的确定性订单，是否具有可参考性

### (1) 与 T 公司的订单模式

T 公司的订单模式系由价格订单（单价）和系统下发需求计划（数量）结合而成，根据 T 公司与发行人签署的框架采购合同条款：“1.1.a 采购订单 T 公司可以向卖方发出针对 T 公司预期需求的采购订单：(i) 未来 12 个日历月或 T 公司不时确定的其他期间内的产品（此类采购订单称为“生产采购订单”），和/或 (ii) 其他商品或服务，包括开发部件和/或开发服务（此类采购订单称为“离散采购订单”）”。T 公司从系统下发的需求计划，属于 T 公司的“生产采购订单”。

发行人从 T 公司系统中下载未来 12 个月的需求计划后，结合价格订单中的产品单价，形成了在手订单金额。

T 公司基于自身车型的生产和销售计划，通过供应商系统平台下发长周期的需求计划给各供应商，各供应商根据自身产品生产周期的长短，进行备料和生产，发行人的汽车塑料零部件属于较短生产周期的类型，通常仅针对于未来 52 周需求计划中未来 3 个月的需求计划，做材料储备和生产安排。

### (2) 订单具有一定确定性以及可参考性

#### 1) T 公司的终端车型销售大幅增长

通常情况下，由于汽车零部件行业的长周期订单随着终端车型销量的波动，订单需求将滚动更新，知名品牌车型相较于较弱品牌车型的销量计划可行性较强，波动量较低，当市场需求波动时，T 公司将相应调整需求计划。**2019 年度-2021 年度**，T 公司的车型销量情况具体如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
总交付量（辆）	936,172	499,647	367,656

注：上述数据来自 T 公司公开披露信息。

上表可知，T 公司车型销量稳健增长，增幅较大，对发行人未来订单的进一

步释放提供良好基础。

## 2) T 公司的历史订单执行率较高

根据发行人从 T 公司供应商系统中选取 2019 年 10 月 1 日、2020 年 7 月 1 日、2020 年 10 月 1 日作为起始日，获取相应起始日后 52 周的滚动需求，并结合价格订单形成在手订单金额，与实际销售收入比较分析得知：T 公司的历史订单执行率较高。

综上所述，T 公司依照框架采购协议通过滚动需求计划的方式向发行人发送订单；与此同时，T 公司的车辆销售情况较好且历史订单执行率较高，因此 T 公司的需求订单具有一定的确定性，具有可参考性。

## 五、逐家说明长安马自达、比亚迪等报告期内新客户开发的具体进展，包括但不限于是否形成合作意向协议、签署框架合同以及在手订单金额等情况

由于汽车行业的供应商认证周期及项目开发周期较长的影响，通常新客户开发需要 2-3 年的时间。发行人在报告期内的客户数量持续增加，在 2019 年度成功开发了 T 公司、广达集团、和硕联合，**2021 年度**，公司销售金额超过 50 万元的客户有 **20** 家。

公司在 2021 年度新获取长安马自达、比亚迪、爱杰姆等客户的定点合同或新订单，为公司未来的业绩增长奠定基础，具体情况如下：

新客户	客户情况	主要合作产品	开发进度	截至 2021 年 12 月 31 日在手订单金额	与现有技术的匹配性
Jabil (捷普)	捷普公司于 1992 年在特拉华州成立。该公司是全球制造服务和解决方案的领先提供商之一。该公司为各个行业和终端市场的公司提供全面的电子设计，生产和产品管理服务。	新能源汽车功能件系列	2021 年 4 月 2 日已经正式获取首张订单	23.69 万元	匹配度较高，客户所需的新能源汽车功能件系列，与现客户 T 公司产品为同一工艺下的不同产品结构，使用发行人成熟的核心技术，可直接运用。
Lear (李尔)	Lear Corporation 是全球汽车行业一级供应商。公司的业务涵盖在世	新能源汽车功能件系列	2021 年 4 月 5 日已经正式获取首张订单，截至 2021 年末，	110.93 万元	匹配度较高，客户所需的新能源汽车功能件系列，与现客户

新客户	客户情况	主要合作产品	开发进度	截至 2021 年 12 月 31 日在手订单金额	与现有技术的匹配性
	界上所有主要汽车市场,和该公司提供座位和电气配电系统及相关零部件的几乎所有主要的汽车制造商。李尔公司是公认的全球领先的整套汽车座椅系统和关键组成部分配件制造商。		累计定点 8 个料件		T公司产品为同一工艺下的不同产品结构,使用发行人成熟的核心技术,可直接运用。
爱杰姆	爱杰姆总部位于美国的密歇根州汽车城底特律。爱杰姆具备强大的研发实力和项目管理的经验,结合在亚太区的精益的制造基地,生产优质可靠的汽车内饰产品,通过全球供应链,服务遍布全球的客户。	天窗控制面板系列	2021 年 9 月 8 日正式获取“汽车天窗控制面板项目”的定点合同,共 15 个料件	76.39 万元	匹配度较高,客户所需的汽车天窗控制面板系列,与现客户安通林为同一工艺下的不同产品结构,使用发行人成熟的核心技术,可直接运用。
蓝思科技	蓝思科技股份有限公司主营业务为研发、生产、销售中高端视窗防护玻璃面板、外观防护新材料、电子功能组件、整机组装,股票代码:300433。	新能源汽车功能件系列	2021 年 11 月 2 日正式获得 4 个料件的定点合同,目前正在开发中,预计 2022 年 5 月正式投产	-	匹配度较高,客户所需的新能源汽车功能件系列,与现客户 T公司产品为同一工艺下的不同产品结构,使用发行人成熟的核心技术,可直接运用。
罗兰克斯	世界精密运动部件著名厂家之一,主要应用在汽车行业,主要客户包括奥迪,奔驰等。	模具	样件模具测试阶段	-	匹配度较高,客户所需的模具系列,发行人具有较多的模具开发经验,使用发行人成熟的核心技术,可直接运用。
马自达	长安马自达汽车有限公司前身为长安福特马自达汽车有限公司南京公司,长安马自达汽车有限公司	汽车塑料零部件	2021 年 12 月 2 日正式获得“底盘功能件”的定点合同,开发中,已签订价格订单。	-	匹配度较高,客户所需的汽车塑料零部件,仅为同一注塑工艺下的不同产品结构,使用发

新客户	客户情况	主要合作产品	开发进度	截至 2021 年 12 月 31 日在手订单金额	与现有技术的匹配性
	成为具有独立法人资格的现代化合资汽车企业，是马自达在海外唯一一家集研发、制造和销售为一体的整车制造型企业。				行人成熟的核心技术，可直接运用。
比亚迪	比亚迪股份有限公司主要从事包含新能源汽车及传统燃油汽车在内的汽车业务、手机部件及组装业务、二次充电电池及光伏业务，并积极拓展城市轨道交通业务领域。公司的主要产品为二次充电电池及光伏、手机部件及组装等、汽车及相关产品。比亚迪处于全球新能源汽车领域的行业领导地位。2019 年，比亚迪新能源汽车产品结构进一步完善，销量依旧位列全球前列。	汽车金属零件	2021 年 5 月 13 日样件通过客户认可，2021 年 12 月 29 日以二级供应商身份获取了客户一级供应商下发的首张订单。	0.71 万元	匹配度较高，客户所需的汽车金属零部件，仅为同一金属制品工艺下的不同产品结构，系标准件，发行人有已开发完成的模具，使用发行人成熟的核心技术，可直接运用。

发行人通过现有体系资质、核心技术和竞争优势，制定了较为清晰的业务发展方向，将继续以注塑工艺为基础，专注于汽车塑料零部件及配套模具业务，横向拓展汽车金属零部件，聚焦于汽车行业领域，在稳步推进传统汽车领域业务的同时，积极开拓新能源汽车领域的业务。

2021 年度，发行人凭借近 10 年汽车零部件领域的生产经验以及与众多行业知名跨国客户合作经验的积累，发行人成功开发了诸如：比亚迪、马自达、爱杰姆等传统汽车领域客户；与此同时，发行人充分借助与 T 公司的深化合作以及在新能源汽车零部件领域的先发优势，成功开发了诸如：捷普、李尔、蓝思科技等新能源汽车领域的业务，同时尚有多家客户处于意向合作的洽谈阶段，形成了层次分明的量产客户、新客户、潜在客户的开拓梯队。

综上，发行人在报告期内新客户开发情况良好，主要开拓的新客户捷普、李尔、爱杰姆、比亚迪已经取得了在手订单，主要开拓的新客户蓝思科技、罗兰克斯、马自达已经取得项目定点，随着项目进度的推移，下游客户将陆续释放采购需求。与此同时，发行人新开拓客户多为行业内较为知名且规模较大的优质客户，具有较为广阔的合作前景，为公司未来的业绩增长奠定基础。

**六、请保荐机构核查并发表明确意见。请保荐机构、申报会计师就以下问题补充发表明确意见：针对销售、采购核查的回函差异情况，发行人主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性，主要客户及其关联方、关键经办人员与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系、是否存在利益输送或其他利益安排**

**（一）请保荐机构核查并发表明确意见**

**1、核查依据与核查过程**

针对上述事项，保荐机构调取了相关核查依据，履行了一系列核查程序，具体如下：

（1）获取汽车天窗控制面板、汽车悬架轴承、新能源汽车功能部件和其他等细分产品以及分客户的收入明细表，了解报告期各期汽车塑料零部件的销售收入、占比及主要客户情况。

（2）获取公司的销售收入明细表，了解公司向上海逸殿文化传播有限公司、苏州诺璧昌汽车零部件有限公司的销售的产品内容。

（3）通过获取上海逸殿文化传播有限公司、苏州诺璧昌汽车零部件有限公司的工商资料以及对其进行访谈，了解客户的主营业务情况。

（4）通过与发行人董事会秘书以及与上海逸殿文化传播有限公司、苏州诺璧昌汽车零部件有限公司主要负责人的访谈，了解合作的原因及合理性。

（5）根据发行人及发行人董事、监事、高级管理人员等关联自然人分别填写的调查表以及根据企查查、天眼查等工商信息查询平台显示，上海逸殿、苏州诺璧昌的主要股东以及董监高名单，与发行人的主要股东以及董监高名单进行比对，确认与发行人不存在关联关系。

(6) 通过与苏州诺璧昌主要负责人的访谈、函证、获取发行人与上述客户销售的原始凭证例如销售合同、出库单、签收单以及销售回款凭证以及苏州诺璧昌采购发行人产品后对外销售的原始凭证例如销售订单、交货记录单等，确认销售的真实性。

(7) 通过与发行人董事会秘书以及上海逸殿主要负责人的访谈，了解上海逸殿的经营情况以及免除 37.35 万元尾款的原因、合理性以及是否存在利益输送。

(8) 通过获取报告期内发行人实际控制人及其近亲属、董监高的个人银行流水，核查上海逸殿及其关联方与发行人及其关联方是否存在资金往来以及利益输送的情形。

(9) 通过访谈、函证、获取发行人向上海逸殿销售的原始凭证例如销售合同、出库单、签收单以及销售回款凭证以及登陆淘宝和京东等电商平台查询其终端销售情况，确认不存在签订虚假订单的情形。

(10) 通过查阅同行业可比公司招股书等公开资料，了解汽车零部件行业成为直接合格供应商的审批流程。

(11) 通过与发行人董事会秘书以及 T 公司的访谈，了解发行人成为 T 公司直接合格供应商的审批流程，包括审核环节、审核内容及所需时间，获批成为合格供应商后针对不同车型或系列的产品是否存在重新审核的要求。

(12) 通过获取主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰的期后在手订单以及期后的销售收入明细表，了解主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰的期后在手订单情况、已实现销售收入情况。

(13) 通过与发行人董事会秘书以及主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰的访谈，了解发行人与上述客户的销售订单的签订情况。

(14) 通过获取 T 公司系统内境内和境外的订单，了解订单金额的变化情况。

(15) 通过获取 T 公司系统内的滚动订单以及期后的销售数据，了解 T 公司提供的滚动需求订单与实际采购情况是否存在较大差异。

(16) 通过与发行人董事会秘书以及 T 公司的访谈，了解 T 公司提供的滚动需求订单以及实际的执行情况、订单的确定性以及可参考性。

(17) 通过查阅公开信息以及同行业可比公司的相关公开资料，了解汽车零部件行业的订单签订情况以及公司与 T 公司的订单模式是否符合行业惯例。

(18) 通过获取公开信息了解 T 公司的终端车型的销售情况，确认 T 公司的需求订单的未来实际执行的确定性以及可参考性。

(19) 通过获取长安马自达、比亚迪等报告期内新客户框架协议、在手订单等资料，了解公司的新客户开发的具体开展情况。

(20) 通过与发行人董事会秘书以及财务总监的访谈，了解公司新客户开发的进展情况。

## 2、核查结论

经核查，保荐机构认为：

(1) 发行人已在招股书说明书补充披露报告期各期汽车塑料零部件的销售收入、占比及主要客户情况。

(2) 上海逸殿文化传播有限公司、苏州诺璧昌汽车零部件有限公司成立当年即成为前五大客户具有合理性，与发行人不存在关联关系，双方业务开展真实，发行人免除上海逸殿文化传播有限公司 37.35 万元尾款不存在利益输送，发行人不存在签订虚假订单等违规情形。

(3) 发行人经过 T 公司团队对公司技术、工艺、体系、价格等方面的评审，最终批准公司成为 T 公司直接合格供应商；发行人获批成为 T 公司合格供应商后，针对不同车型或系列的产品，在合格供应商的审批方面，不存在重新审核的要求，仅需对新产品的价格、技术等方面做评审，在比质比价后，以协商定价的方式确定定点。

(4) 主要客户斯凯孚、安通林、饰而杰的期后在手订单情况较为稳定，期后销售情况良好；公司对 T 公司的期后实际销售金额大于滚动需求订单，在手订单系为 T 公司供应商系统平台内提供的未来 52 周的预测订单，考虑到双方签署的框架采购合同、历史执行情况以及 T 公司终端车型的增长情况，在手订单具有确定性以及可参考性；上述订单境外金额分布大于境内分布金额，主要系境外车型较多所致。

(5) 发行人在报告期内新客户开发情况良好，客户数量持续增加。公司目前已经获取长安马自达、比亚迪、爱杰姆等客户的订单。

(二) 针对销售、采购核查的回函差异情况，发行人主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性，主要客户及其关联方、关键经办人员与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系、是否存在利益输送或其他利益安排

### 1、针对销售、采购核查的回函差异情况

#### (1) 销售核查的回函差异情况

报告期各期，公司客户回函情况列示如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
回函确认的审定销售额	24,901.95	14,366.92	13,212.12
回函的销售额	24,882.59	14,334.75	13,174.68
差异	19.37	32.17	37.44
主要差异原因	发行人根据收入确认单据确认收入，客户未及时入账，导致差异	发行人根据收入确认单据确认收入，客户未及时入账，导致差异	发行人根据收入确认单据确认收入，客户未及时入账，导致差异

报告期各期，公司客户回函差异较小。

#### (2) 采购核查的回函差异情况

报告期各期，公司供应商的回函情况列示如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
回函确认的审定采购额	28,329.03	14,140.53	10,266.68
回函的采购额	28,546.51	14,820.00	10,266.47
差异	217.48	679.47	-0.21
主要差异原因	发行人根据资产实物验收入库确认采购额，差异主要系供应商以开票作为销售依据。	发行人根据资产实物验收入库确认采购额，差异主要系供应商以开票或发货作为销售依据。	发行人根据资产实物验收入库确认采购额，差异主要系供应商以开票或发货作为销售依据。

2020 年度公司供应商函证的差异主要系所购买“PMC 机器人汽车门承载板

自动化生产线”的厂商在2020年12月开具发票，相关设备于2021年1月安装并验收(不含税金额680.95万元)，发行人根据实物资产验收情况将其确认为2021年的采购金额。剔除该笔交易影响后，2020年度公司供应商函证的差异为1.48万元。在前次回函双方沟通差异原因后，对方已认同发行人入账原则，故在2021年度该供应商回函相符。

2021年度，公司供应商函证的差异主要系：①所购买“精密型双色注塑机”的厂商在2021年11月开具发票，相关设备于2022年1月安装并验收(不含税金额190.22万元)，发行人根据实物资产验收情况将其确认为2022年度的采购金额；②发行人于2021年12月23日预付美元4.51万元(折合人民币金额为29.17万元)，供应商收到预付款后开具发票并在系统上根据发票做账，但发行人在期后收到相应原材料，发行人根据原材料实际到货入库情况将其确认为2022年的采购金额。剔除这两笔交易影响后，2021年度，公司供应商函证的差异为-1.91万元。

### (3) 核查程序和核查意见

#### 1) 核查依据与核查过程

针对上述事项，保荐机构、申报会计师调取了相关核查依据，履行了一系列核查程序，具体如下：

①通过检查相关原始资料核实相应的销售、采购金额。

②通过期后对账、开票结算、走访等核实回函差异原因及报告各期交易金额的准确性。

#### 2) 核查结论

报告期内，公司部分客户以及供应商存在函证差异的情形，销售回函差异主要系发行人根据收入确认单据确认收入，客户未及时入账，采购回函差异主要系发行人根据资产实物验收入库确认采购额，而供应商以开票或发货作为销售依据，发行人无需对相应差异进行调整。

2、发行人主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性，主要客户及其关联方、关键经办人员与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系、是否存在利益输送或其他利益安排

(1) 发行人主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性，主要客户及其关联方、关键经办人员与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系、是否存在利益输送或其他利益安排

报告期内，发行人境内外销售各期前五大客户的业务类型与其采购情况如下表所示：

序号	客户名称	成立时间	业务类型	经营情况	采购情况 (报告期内合计数)	采购占比	主要关联方	关键经办人员
1	饰而杰	2004年	汽车字标、字牌系列外饰件	在细分领域(水电镀)全球排名前列	采购汽车塑料零部件1,581.72万件及模具37套, 零部件经电镀加工后销售	通过访谈饰而杰(苏州)和饰而杰(香港), 同类采购占比约50%	JACOB ANDREW MC BRIDE; 张光霞; 许晓晴; 陈巧竹	徐*
2	T公司	2003年	新能源汽车	全球领先的新能源车厂, 2020年全球新能源汽车销量约50万辆	采购汽车塑料零部件516.96万件及模具163套, 零部件组装后用于T公司量产车型	无法获取	Elon*; Robyn M.*; Susquehanna*; Zachary*; Vaibhav*; Andrew*; Kathleen*; Ira*	Mark*; 王*; 朱*
3	安波福	1995年	汽车线束系统、连接器系统、电缆系统和其他汽车相关零部件	汽车零部件行业龙头企业	采购汽车塑料零部件281.69万件, 零部件用于组装后销售	通过访谈安波福(上海), 同类采购占比约10%	RATHNINDE RATHNINDE WALAWWE ANURUDDHA; 许莉艳; 徐兴亮; XIAOXUE SHAWN ZHAO; WILLIAM THOMAS PRESLEY; 张挺挺; 陈丛斌; JIANPING SHEN; 李自林; SIMON XIAOMING YANG	宋苏*; Katie*

序号	客户名称	成立时间	业务类型	经营情况	采购情况 (报告期内 合计数)	采购 占比	主要关联方	关键 经办人员
4	广达集团	2000年	主要从事主机板、高档服务器等相关产品	世界500强企业,广达集团更延伸触角至服务器、液晶显示器、液晶电视、通讯、汽车等领域,积极展开产业整合布局。	采购汽车塑料零部件391.37万件,零部件用于组装后销售	通过访谈广达(上海),同类采购占比约30%	黄健堂;杨俊烈;戴淑敏;郭文豪	谢长*
5	和硕联合	2007年	主要从事电子信息产品相关	是全球五大笔记本电脑生产企业之一。公司产品包括穿戴装置、智慧家庭装置、车用电子等	采购汽车塑料零部件195.4万件,零部件用于组装后销售	通过访谈,同类采购占比约5%	童子贤;程建中;买坚一;陈长文;杨子江;薛琦;童爱琳;廖赐政;张忠本;严长寿;黄春宝	池*
6	廊坊华安汽车装备有限公司	1998年	主要经营汽车燃油蒸发控制系统活性炭罐总成等	国内汽车燃油蒸发控制领域的龙头企业	采购汽车金属零部件1,069.29万件,零部件用于组装后销售	无法获取	张秀敏;陈樾;王霜;王亮;王静	刘红*
7	安徽特思通管路技术有限公司	2013年	主要从事发动机及蓄电池冷却系统、空气增压系统、进气系统等	中鼎股份(SZ000887)的子公司,具有较好的竞争力	销售汽车金属零部件783.60万件	无法获取	特思通管路技术(苏州)有限公司;Matthias Drehkopf;郑海波;刘正安;SONJA ULRIKE ROSSTEUSCHER-SCHUETZE	李成*
8	上海逸殿文化传播有限公司	2017年	主要业务为动漫玩具产品及拼装玩具产品的设计与销售	拥有中国本土原创模型玩具品牌	采购注塑件22.34万件和模具23套用于销售	通过访谈,同类采购占比约70%	钱臣君;葛昭健;胡赢;王月林;松庭文化发展(上海)有限公司	钱臣*
9	斯凯孚	2005年	主要生产轿车用一、二、三代轮毂轴承、变	在细分领域(汽车类轴承、高铁类轴承、风电类轴承)	采购汽车塑料零部件10,008.97万件及模具33套,零部件	通过访谈斯凯孚(上海),同类采购	WERNER JÜRGEN DIETRICH HOFFMANN;唐裕荣;涂成波;赵庆涛;	王丽*;Néstor Marcos*;Dogeun.*;Georgina*;Joly*

序号	客户名称	成立时间	业务类型	经营情况	采购情况 (报告期内 合计数)	采购占比	主要关联方	关键 经办人员
			速器圆锥滚子轴承、前悬架轴承等	具有竞争优势	用于组装后销售	占比约60%；通过访谈，斯凯孚（法国）同类采购占比约2%；	DAVID LEIF HENNING JOHANSSON；方波	
10	安通林	2004年	主要从事汽车用顶棚，天窗控制面板等	在细分领域（内外饰、顶棚等）位居前列，全球最大汽车零部件制造商之一	采购汽车塑料零部件及模具6,085.36万件及116套，零部件用于组装后销售	通过访谈安通林（苏州），同类采购占比约40%；	MARTA CUEVAS LORZA；艾娟；JORGE JUAREZ MAILLO；JESUS PASCUAL SANTOS；谢兰丽	陈*；Jos é*
11	苏州诺璧昌汽车零部件有限公司	2018年	一家研发、制造汽车传动控制电子部件	公司为国内主要汽车整车企业一级配套	采购汽车塑料零部件88.44万件，零部件用于组装后销售	无法获取	宁波市智慧科技集团有限公司；刘梦楠；赵辉；盖尔领汽车零部件系统（苏州）有限公司	丁明*

注 1：上表中的主要关联方指该客户母公司的主要关联方；

注 2：上表中的关键经办人员指该客户与发行人之间的主要业务窗口。

公司主要客户向发行人采购的产品用于其主营业务，上述客户的业务类型以及经营情况与其向公司采购内容具有匹配性。主要客户及其关联方、关键经办人员，与发行人及其关联方不存在关联关系或潜在关联关系、不存在利益输送或其他利益安排。其中，报告期内，发行人前五大客户 T 公司、广达集团、和硕联合、安通林、斯凯孚的终端销售与向发行人采购情况的匹配性具体如下：

1) T 公司、广达集团、和硕联合

T 公司、广达集团、和硕联合的终端产品均为 T 公司品牌的新能源电动汽车，报告期内 T 公司品牌的新能源电动汽车销量数据及公司对 T 公司、广达集团与和硕联合的销售金额如下表所示：

客户	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销量/销售金额	增长率 (%)	销量/销售金额	增长率 (%)	销量/销售金额
T 公司车型销量	936,172	87.37	499,647	35.90	367,656

客户	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销量/销售金额	增长率 (%)	销量/销售金额	增长率 (%)	销量/销售金额
(辆)					
公司对 T 公司、广达集团与和硕联合的销售金额 (万元)	15,597.06	339.48	3,548.96	541.93	552.86

注：上述 T 公司销售数据来源于 T 公司的官网。

发行人作为 T 公司一级供应商直接向 T 公司供应产品，并同时向广达集团、和硕联合提供产品经其集成组装后销售给 T 公司；随着 T 公司品牌新能源汽车销量逐年增长，经营规模逐步扩大，发行人销售规模相应增长；因此 T 公司、广达集团、和硕联合的业务类型及经营情况与其向公司的采购情况具有匹配性。

## 2) 安通林

公司主要向安通林销售汽车天窗控制面板部件产品，主要应用于福特、捷豹路虎等品牌的各类车型，客户安通林所配套的福特与捷豹路虎的销量以及公司对安通林的销售金额具体分析如下：

客户	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销量/金额	增长率 (%)	销量/金额	增长率 (%)	销量/金额
捷豹路虎 (辆)	420,856	-4.26	439,588	-13.58	508,659
福特 (辆)	3,940,200	-5.89	4,187,000	-22.26	5,386,000
其中：猛禽系列 (辆)	726,004	-25.01	968,179	-9.54	1,070,234
公司对安通林的销售金额 (万元)	4,220.64	4.47	4,040.07	-10.86	4,532.43

注 1：数据来源于捷豹路虎和福特的年报；

注 2：对安通林的销售金额系汽车天窗控制面板系列。

上表可知，报告期内，公司对安通林汽车塑料零部件的销量先降后升。2020 年度，安通林主要客户（福特、捷豹路虎）的汽车销量呈现下降趋势，公司配套产品销售金额相应下降；2021 年度，配套车型销量有所下滑，公司产品销售金额有所上升，主要因为当期承接安通林的新项目进入批量生产拉升了销量所致，因此安通林的业务类型及经营情况与其向公司的采购情况具有匹配性。

## 3) 斯凯孚

公司悬架轴承部件供给汽车轴承供应商斯凯孚，再由其进行装配总成为完整的悬架轴承，在通用、大众、日产等品牌车型中广泛应用，斯凯孚所主要配套的

通用、大众、日产品牌的销量及发行人对斯凯孚的销售金额具体分析如下：

客户	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销量/金额	增长率(%)	销量/金额	增长率(%)	销量/金额
通用 (辆)	6,291,000	-7.88	6,829,000	-11.52	7,718,000
大众 (辆)	8,882,000	-4.55	9,305,000	-15.07	10,956,000
日产 (辆)	4,065,014	0.32	4,052,000	-17.81	4,930,000
公司对斯凯孚的销售金额 (万元)	6,211.91	5.19	5,905.57	-4.82	6,204.66

注 1：数据来源于通用、大众和日产的年报；

注 2：对斯凯孚的销售金额系悬架轴承部件。

上表可知，报告期内，斯凯孚的主要整车厂客户（通用、大众、日产）汽车销量整体有所下滑，公司对斯凯孚的 2020 年度销售金额有所下滑，主要原因为：当期销量有所上涨的背景下，受原材料降价的影响，产品平均单价有所下降；公司对斯凯孚的 2021 年度销售金额有所上涨，主要系受原材料涨价的影响，产品平均单价有所上涨。斯凯孚的业务类型及经营情况与其向公司的采购情况具有匹配性。

综上所述，公司主要客户向发行人采购的产品用于其主营业务，上述客户的业务类型以及经营情况与其向公司采购内容具有匹配性。主要客户及其关联方、关键经办人员，与发行人及其关联方不存在关联关系或潜在关联关系、不存在利益输送或其他利益安排。发行人前五大客户 T 公司、广达集团、和硕联合、安通林、斯凯孚的终端销售情况与向发行人的采购情况具有匹配性。

## （2）核查程序和核查意见

### 1) 核查依据与核查过程

针对上述事项，保荐机构、申报会计师调取了相关核查依据，履行了一系列核查程序，具体如下：

①通过与发行人主要客户的访谈以及通过企查查等公开信息，了解发行人主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性、主要客户及其关联方、关键经办人员与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系、是否存在利益输送或其他利益安排等信息。

②通过企查查等公开信息获取主要客户及其关联方、关键经办人员的名单，

通过比对发行人及其关联方名单，确认是否存在关联关系或潜在关联关系。

③通过获取报告期内发行人实际控制人及其近亲属、董监高的个人银行流入，核查发行人主要客户及其关联方与发行人及其关联方是否存在资金往来；

④获取发行人关于关联方及关联交易的声明。

⑤获取主要客户配套车型销量数据，与发行人相应销售进行匹配。

## 2) 核查结论

发行人主要客户业务类型及经营情况与其采购情况具有匹配性，主要客户及其关联方、关键经办人员与发行人及其关联方不存在关联关系或潜在关联关系、不存在利益输送或其他利益安排。

### 问题 3. 受让子公司骏创模具股权的公允性

根据首轮问询回复,2020年8月31日,骏创模具账面净资产为14.50万元,公司以1.44万元受让了骏创模具10%的股份。

请发行人:(1)按照对外销售和内部交易说明报告期各期骏创模具的销售额、占比及毛利率。(2)说明报告期各期母子公司内部交易中前五大模具订单的内部交易价格与对外交易价格是否存在较大差异,如是,说明价格公允性、合理性。(3)结合报告期各期骏创模具的主要经营财务数据,说明2020年公司模具销售毛利率为38.84%,骏创模具净亏损182.89万元的原因及合理性。(4)说明2020年公司受让骏创模具10%股份是否已经评估机构进行评估,如是,进一步说明评估方法、主要参数、评估过程、评估结果;如未进行评估,说明原因,并结合前述情况说明受让价格的合理性、公允性,是否存在利益输送。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

#### 【回复】

一、按照对外销售和内部交易说明报告期各期骏创模具的销售额、占比及毛利率

报告期各期,子公司骏创模具对外销售和内部交易的收入金额以及占比、毛利率如下:

单位:万元

项目	2021年度			2020年度			2019年度		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
对外销售	5.57	0.02%	97.43%	50.95	3.28%	37.03%	310.81	19.08%	31.51%
内部交易	3,913.97	99.98%	21.68%	1,503.60	96.72%	2.66%	1,318.25	80.92%	20.45%
合计	3,919.54	100.00%	21.78%	1,554.56	100.00%	3.79%	1,629.06	100.00%	22.56%

注:毛利率的合计,指单体口径的综合毛利率。

上表可知,子公司骏创模具对外销售的收入及占比逐年下降,内部交易的收入及占比逐年升高,对外销售和内部交易的毛利率有所差异,具体分析如下:

### **（一）发行人汽车塑料零部件业务逐步拓展带来生产性模具需求，骏创模具增加了内部交易的收入及占比**

报告期各期，子公司骏创模具对外销售的收入分别为 310.81 万元、50.95 万元和 **5.57 万元**，对外销售的占比分别为 19.08%、3.28%和 **0.02%**，对外销售的收入及占比均呈逐年下降趋势，内部交易的收入及占比均呈现相反的变动趋势，主要原因系随着发行人汽车塑料零部件业务的逐步拓展、收入规模的持续增长，配套生产性模具的需求相应增加，为满足生产性模具需求，提升发行人整体竞争实力，子公司骏创模具增加了内部交易的收入及占比，使得对外销售的收入金额以及占比逐年降低。

### **（二）对外销售和内部交易的毛利率差异分析**

报告期各期，子公司骏创模具对外销售的毛利率分别为 31.51%、37.03%和 **97.43%**，内部交易的毛利率分别为 20.45%、2.66%和 **21.68%**，具体差异情况分析如下：

#### **1、2019 年度，公司对外销售相较内部交易的毛利率差异约为 10%**

2019 年度，子公司骏创模具对外销售的模具主要系对饰而杰销售的商品性模具和对上海逸殿直接销售的用于零件生产的生产性模具，内部交易的模具主要系对母公司销售的用于斯凯孚、安通林、T 公司零部件生产的生产性模具。2019 年度，公司对外销售相较内部交易的毛利率差异约 10%。

对外销售毛利高于内部交易，主要因为对外销售系由子公司骏创模具独立负责业务全流程，相应承担了全部的权利和义务，获取了项目全部毛利；内部交易中，母公司和子公司分工合作，母公司相对主导整个业务流程，负责全部对客户沟通工作，子公司仅承担生产制造和修模过程，母公司承担较多的事务性交流工作，保留了合理利润，因此对外销售毛利率相对高于内部交易。

#### **2、2020 年度，对外销售相较内部交易的毛利率差异较大**

2020 年度，子公司对外销售毛利率为 37.03%，对外销售的模具主要系对嘉兴信元精密模具科技有限公司销售商品性模具，对外销售收入占比 3.28%，占比较低。

2020 年度，相较对外销售模具，内部交易毛利率较低，主要系对母公司销售的用于 T 公司零部件生产的模具毛利率较低，具体如下：

(1) 与 T 公司合作初期，围绕 T 公司产品增量而展开的采购开发工作面向全球同步进行，竞争较为激烈，使得 T 公司模具产品毛利率水平相对较低。

(2) 2020 年度，公司承接较多向 T 公司销售带金属嵌件的复杂结构模具，由于母公司承担生产性模具对客户的商务交流、技术沟通、项目管理和样品验证等过程，在内部交易定价时，母公司保留了合理利润。子公司在接单后的生产环节中，由于该类模具相较普通模具品质要求较高、加工难度大，加之对该类模具熟悉度较低，使得生产成本偏高，毛利率仅为 12.58%（合并层面）。

### 3、2021 年度，对外销售相较内部交易的毛利率差异较大

2021 年度，子公司骏创模具对外销售主要系出售废品的收入，对外销售收入 5.57 万元，金额较小；内部交易的毛利率为 21.68%，主要对母公司销售的用于 T 公司零部件的生产性模具。因此，当期对外销售、内部交易的毛利率差异较大。

综上，由于母公司和子公司在内部交易中的分工合作，2019 年度，对外销售和内部交易毛利率差异约为 10%；2020 年度，由于对 T 公司销售复杂嵌件模具的加工难度较大且熟悉度较低，制造成本偏高，加之随着毛利率水平较低的 T 公司模具业务的增加，对外销售和内部交易的毛利率差异有所增大；2021 年度，对外销售主要系出售废品，对内交易主要系 T 公司模具，对外销售和内部交易的毛利率差异具有合理性。

## 二、说明报告期各期母子公司内部交易中前五大模具订单的内部交易价格与对外交易价格是否存在较大差异，如是，说明价格公允性、合理性

### （一）说明报告期各期母子公司内部交易中前五大模具订单的内部交易价格与对外交易价格是否存在较大差异

报告期各期，母子公司内部交易中前五大模具订单的内部交易价格与对外交易价格，具体如下：

单位：万元

期间	序	客户名称	对外交易价格	内部交易价格	比例
----	---	------	--------	--------	----

	号		(A)	(B)	(C=B/A)
2021 年度	1	T 公司	60.72	49.80	82.02%
	2	T 公司	60.72	49.80	82.02%
	3	T 公司	53.37	43.65	81.79%
	4	T 公司	45.98	40.26	87.56%
	5	T 公司	45.74	35.51	77.63%
2020 年度	1	江西亿维汽车制造有限公司	54.00	43.20	80.00%
	2	安通林	54.00	43.20	80.00%
	3	安通林	46.60	38.95	83.58%
	4	安通林	46.00	32.22	70.04%
	5	安通林	45.00	33.00	73.33%
2019 年度	1	安通林	52.09	38.54	73.99%
	2	T 公司	38.11	30.50	80.03%
	3	安通林	30.56	25.62	83.84%
	4	T 公司	26.60	21.36	80.30%
	5	安通林	25.00	20.00	80.00%

上表可知，内部交易价格与对外交易价格存在差异，差异原因主要系生产性模具交易系在母公司和子公司分工合作的情况下完成，母公司在子公司骏创模具报价基础上，以成本（包含对子公司的模具采购成本和母公司主导的试模成本、送样成本等）加成方式向客户提供模具报价，使得母公司接单后保留了加成及试模成本。

## （二）说明价格公允性、合理性

### 1、生产性模具销售需要母公司与子公司的共同合作

在生产性模具的交易中，母公司和子公司的分工如下：

序号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
业务流程	市场开发	前期技术沟通	报价	项目管理	模具生产制造	试模	异常检讨	修模加工	样品组装（如有）	样品测量及验证	送样并追踪客户批准	零部件量产
责任主体	母公司	母公司	母公司	母公司	-	母公司	母公司	-	母公司	母公司	母公司	母公司
	-	-	子公司	-	子公司	-	-	子公司	-	-	-	-

## 2、模具内部交易价格具有公允性和合理性

在生产性模具销售定价方面，客户向母公司提供产品数据、质量要求和产品需求量等关键信息，母公司根据客户相关信息，提供初步的模具和产品方案与客户进行意向交流，确定报价方案。

母公司与下游客户、子公司骏创模具分别通过协商定价方式确定价格：

(1) 子公司骏创模具根据母公司与客户确定的项目信息，以料（模架、热流道、模具钢材等）、工、费为基础，结合模具结构难易度、过往的承接历史等因素，加上合理的利润后，向母公司提供模具报价；

(2) 母公司需负责前期技术沟通以及投入试模塑料粒子、组装治具(如有)、测量治具、送样等成本，母公司在子公司骏创模具报价基础上，以成本（包含对子公司的模具采购成本）加成方式向客户提供模具报价。

综上所述，发行人模具产品内部交易价格和与之对应的对外交易价格，存在差异，主要原因系内部交易的生产性模具是在母公司和子公司分工合作的情况下完成；母公司和子公司分别拥有独立的成本核算流程，双方均以成本加成的方式向下游报价，且以协商定价的方式确定价格；加之，母公司和子公司分别拥有独立的管理制度和绩效考核系统，母子公司在交易中承担各自责任和风险，因此内部交易价格具有公允性和合理性。

三、结合报告期各期骏创模具的主要经营财务数据，说明 2020 年公司模具销售毛利率为 38.84%，骏创模具净亏损 182.89 万元的原因及合理性

报告期各期，骏创模具的主要经营财务数据如下所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
资产总额	3,388.44	2,186.65	2,050.80
负债总额	3,078.15	2,171.27	1,852.53
营业收入	3,919.54	1,554.56	1,629.06
营业成本	3,065.69	1,495.62	1,261.51
毛利率	21.78%	3.79%	22.56%
销售费用	37.70	22.28	97.45
管理费用	218.61	198.81	237.02

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	82.14	64.48	75.26
利润总额	372.64	-284.44	-160.09
净利润	294.91	-182.89	-143.22

报告期各期，骏创模具的毛利率分别为 22.56%、3.79%和 **21.78%**，净利润分别为-143.22 万元、-182.89 万元和 **294.91 万元**。2020 年度，公司合并报告的模具销售毛利率为 38.84%，子公司骏创模具亏损 182.89 万元，主要系当期子公司骏创模具销售毛利率较低，具体原因如下：

(1) 与 T 公司合作初期，围绕 T 公司产品增量而展开的采购开发工作面向全球同步进行，竞争较为激烈，使得 T 公司模具产品毛利率水平相对较低。

(2) 2019 年度开始与 T 公司合作，2020 年度，公司承接较多向 T 公司销售带金属嵌件的复杂结构模具，由于母公司承担生产性模具对客户的商务交流、技术沟通、项目管理和样品验证等过程，在内部交易定价时，母公司保留了合理利润。子公司在接单后的生产环节中，由于该类模具相较普通模具品质要求较高、加工难度大，加之对该类模具熟悉度较低，使得生产成本偏高，毛利率仅为 12.58%（合并层面）。

综上，子公司骏创模具在 2020 年度由于新客户 T 公司的模具加工难度较大且较不熟悉，成本偏高，加之 T 公司模具产品毛利率水平相对较低，使得成本偏高，毛利降低，导致当期子公司骏创模具净利润出现亏损，具有合理性。

**四、说明 2020 年公司受让骏创模具 10%股份是否已经评估机构进行评估，如是，进一步说明评估方法、主要参数、评估过程、评估结果；如未进行评估，说明原因，并结合前述情况说明受让价格的合理性、公允性，是否存在利益输送**

2020 年度，公司受让骏创模具 10%股份未经过评估机构评估，具体分析如下：

**(一) 公司受让骏创模具 10%股份交易定价系根据签署转让协议前 1 个月末净资产**

子公司骏创模具目前的业务定位主要服务于发行人自身的模具需求，多为内

部交易，在商品性模具市场开拓方面具有一定程度的限制性，少数股东的参与度降低而有意退出。

截至 2020 年 8 月 31 日，骏创模具账面净资产为 14.50 万元。2020 年 9 月 8 日，骏创模具自然人股东胡国银、谭志海分别与公司签订《苏州骏创模具工业有限公司股权转让协议》，参考骏创模具净资产金额，将其持有的骏创模具股权 15.00 万元（占骏创模具公司注册资本 5%），以人民币 0.72 万元转让给发行人。上述股权出让方中，胡国银系公司实际控制人沈安居之妹夫，谭志海系公司监事、实际控制人李祥平之妹夫。

## **（二）发行人受让价格具有合理性、公允性，不存在利益输送**

交易定价系根据签署转让协议前 1 个月末净资产计算，未进行评估，主要原因系：

（1）交易双方经沟通协商，因交易金额较低，子公司骏创模具亦无厂房、土地等溢价型资产，故依据前 1 个月末净资产作为交易对价依据；

（2）交易标的涉及的资产在交易前后均为发行人控制子公司，因此财务内控及报表具备可信度与一致性，可作为股权转让的作价依据，不存在影响交易方的利益，不存在损害发行人权益的情形。

针对上述股权转让事宜，发行人实际控制人沈安居、李祥平与上述股权出让方胡国银、谭志海出具了不存在利益输送的相关声明。

综上，2020 年度，公司受让骏创模具 10% 股份未经过评估机构评估，公司受让骏创模具 10% 股份交易定价系根据转让协议签署前 1 个月末的净资产，发行人受让价格具有合理性、公允性，不存在利益输送。

## **五、请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见**

### **（一）核查依据与核查过程**

针对上述事项，保荐机构、申报会计师履行了一系列核查程序，具体如下：

- 1、获取报告期内子公司骏创模具对外销售及内部交易的金额和收入占比、及毛利率数据。
- 2、获取报告期内子公司骏创模具对外销售的模具清单，分析对外销售模具

收入的主要客户构成。

3、获取报告期内子公司骏创模具对内销售的模具清单，分析对内销售模具收入的主要客户构成及与对外销售相比，毛利率的差异及主要变动原因。

4、通过访谈发行人财务总监，了解对外销售及内部交易的交易背景及毛利率差异的合理性。

5、获取报告期各期内部交易前五大模具订单，了解对外及对内价格，分析了价格差异原因。

6、通过访谈发行人业务人员，了解公司生产性模具交易的具体分工。

7、通过访谈发行人董事会秘书，了解公司模具销售的定价方式。

8、获取报告期内子公司骏创模具的财务报表，分析主要经营数据变动及其合理性。

9、通过访谈发行人财务总监，了解子公司骏创模具的财务数据变动合理性及毛利率较低的原因。

10、获取《苏州骏创模具工业有限公司股权转让协议》，了解协议签署日期、交易价格、交易对象等具体信息。

11、获取股权转让前骏创模具最近一期的财务报表，分析骏创模具转让前财务状况、盈利能力等情况。

12、通过访谈公司管理层，了解交易背景及交易对价依据及交易对价的合理性。

13、获取了发行人实际控制人沈安居、李祥平与上述股权出让方胡国银、谭志海，出具的不存在利益输送的相关声明。

## （二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、子公司骏创模具对外销售的收入及占比逐年下降，内部交易的收入及占比逐年升高。由于母公司和子公司在内部交易中的分工合作，2019年度，对外销售和内部交易毛利率差异约为10%；2020年度，由于对T公司销售复杂嵌件模

具的加工难度较大且熟悉度较低，制造成本偏高，加之随着毛利率水平较低的 T 公司模具业务的增加，对外销售和内部交易的毛利率差异有所增大；**2021 年度**，对外销售主要系出售废品，对内交易主要系 T 公司模具，对外销售和内部交易的毛利率差异具有合理性。

2、发行人模具产品内部交易价格和与之对应的对外交易价格，存在差异，主要因为内部交易的生产性模具系在母公司和子公司分工合作的情况下完成，母公司和子公司分别拥有独立的成本核算流程，双方均以成本加成的方式向下游报价，且以协商定价的方式确定价格；加之，母公司和子公司分别拥有独立的管理制度和绩效考核系统，母子公司在交易中承担各自责任和风险；因此内部交易价格，具有公允性和合理性。

3、发行人子公司骏创模具在 2020 年度由于新客户 T 公司的模具加工难度较大且熟悉度不够，加之 T 公司模具产品毛利率水平相对较低，使得成本偏高，毛利降低，导致当期净利润出现亏损，具有商业合理性。

4、2020 年度，公司受让骏创模具 10% 股份未经过评估机构评估，公司受让骏创模具 10% 股份交易定价系根据签署转让协议前 1 个月末净资产，发行人受让价格具有合理性、公允性，不存在利益输送。

#### 问题 4. 募集资金使用的合理性

根据招股说明书，本次发行拟募集资金 15,013.48 万元中，5100 万元、2400 万元分别用于偿还银行贷款和补充流动资金；根据首轮问询回复，截至 2021 年 6 月末发行人货币资金 2,363.47 万元，长短期借款余额 1.33 亿元，其中短期借款 1.1 亿元，公司为获得银行借款抵押了全部房屋建筑物和土地使用权；公司银行借款规模有所增长，主要用于新厂房建设及补充日常营运所需流动资金；同时，在公司业务方面，2019 年开始，公司积极尝试其他类型产品相关业务，但是发行人存在部分年度对主要客户斯凯孚、安通林销售额下滑以及对饰而杰销售金额逐年下滑的情形。

请发行人：（1）补充披露截至 2021 年 9 月短期借款、一年内到期长期借款的余额，各项长短期借款的期后还款、新增借款情况。（2）补充披露销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况；结合前期借款展期历史、现有借款与银行形成的具体展期安排等，说明借款展期的可行性；逐笔具体分析说明各项借款到期日的还款来源。（3）补充披露 1.33 亿元银行借款的使用情况、主要用途及金额；报告期内新建厂房的成本构成，前五大供应商基本情况，包括但不限于供应商名称、成立日期、实际控制人、采购内容及金额，采购价格是否公允，是否存在利益输送；借款资金使用内控及审批制度是否健全，是否参照募集资金管理制度进行管理。（4）结合购产销模式，说明发行人资产负债率高于同行业可比公司的原因及合理性；量化说明使用募集资金偿还银行贷款后是否仍存在偿债风险、对生产经营的影响及具体应对措施。（5）补充披露目前订单、产能情况，结合当前销量和市场需求进一步说明发行人是否具有消化募投项目中汽车零部件扩建技改项目新增产能的能力及具体措施。（6）结合主要下游客户的汽车销量及客户向公司采购占同类产品采购的比例，说明公司全球市场占有率的合理性。（7）补充披露主要产品的市场竞争情况、包括主要竞争者和市场份额及占比情况，结合在手订单情况，说明发行人是否存在所处行业准入门槛低、竞争激烈，相比竞争者在技术、资金、规模效应等方面不具有明显优势的情形，是否对发行人直接面向市场独立持续经营能力构成重大不利影响。

请保荐机构、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。

## 【回复】

### 一、补充披露截至 2021 年 9 月短期借款、一年内到期长期借款的余额，各项长短期借款的期后还款、新增借款情况

发行人在招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“四、现金流量分析”之“（三）筹资活动现金流量分析”之“5.筹资活动现金流量分析”中处补充披露如下：

1、截至 2021 年 9 月 30 日短期借款、一年内到期长期借款的余额，各项长短期借款的期后还款、新增借款情况

截至 2021 年 9 月 30 日，公司短期借款、一年内到期长期借款以及长期借款情况具体如下：

单位：万元

序号	项目	借款本金	未到期支付的 预提利息	借款余额合计
1	短期借款	12,564.93	13.08	12,578.01
2	一年以内到期长期借款	215.00	13.58	228.58
3	长期借款	2,252.00	-	2,252.00
合计		<b>15,031.93</b>	<b>26.66</b>	<b>15,058.59</b>

截至 2021 年 12 月 31 日，上述各项长短期借款中借款本金的期后还款、新增借款情况具体如下：

单位：万元

序号	项目	截至 2021 年 9 月 30 日借 款本金	期后还款 金额	期后续贷 金额	期后新增 金额	汇率变动 (本金减 少"-")	截至 2021 年 12 月 31 日借 款本金
1	短期借款	12,564.93	2,500.00	1,000.00	1,000.00	-91.80	11,973.13
2	一年以内到 期长期借款	215.00	43.00	-	171.90	-	343.90
3	长期借款	2,252.00	-	-	-171.90	-	2,080.10
合计		<b>15,031.93</b>	<b>2,543.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>-91.80</b>	<b>14,397.13</b>

注：短期借款中存在外币借款，存在汇率变动导致本金变动的情形。

截至 2021 年 9 月 30 日，公司短期借款、一年内到期长期借款以及长期借款的借款本金分别为 12,564.93 万元、215.00 万元以及 2,252.00 万元；截至 2021 年 12 月 31 日，公司短期借款、一年内到期长期借款以及长期借款的借款本金分别为 11,973.13 万元、343.90 万元以及 2,080.10 万元。

截至 2021 年 9 月 30 日，各项长短期借款的期后还款、期后续贷以及新增借款的具体情况如下：

单位：万元

序号	借款银行名称	借款性质（短期/一年以内到期长期借款）	借款到期日	截至 2021 年 9 月 30 日借款本金	期后还款金额	期后续贷金额	期后新增金额	汇率变动（本金减少“-”）	截至 2021 年 12 月 31 日借款本金
1	民生银行园区支行	短期借款	2021/10/28	500.00	500.00	500.00	-	-	500.00
2	民生银行园区支行	短期借款	2021/10/28	500.00	500.00	500.00	-	-	500.00
3	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/01/05	1,500.00	1,500.00	-	-	-	-
4	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/01/28	500.00	-	-	-	-	500.00
5	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/03/01	500.00	-	-	-	-	500.00
6	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/03/24	500.00	-	-	-	-	500.00
7	浦发银行苏州吴中支行	短期借款	2022/03/25	1,000.00	-	-	-	-	1,000.00
8	农业银行木渎支行	短期借款	2022/04/19	700.00	-	-	-	-	700.00
9	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/04/28	500.00	-	-	-	-	500.00
10	农业银行木渎支行	短期借款	2022/05/19	500.00	-	-	-	-	500.00
11	宁波银行苏州园区支行	短期借款	2022/05/18	1,489.89	-	-	-	-60.39	1,429.50
12	宁波银行苏州园区支行	短期借款	2022/06/02	775.04	-	-	-	-31.41	743.63
13	苏州银行木渎支行	一年以内到期长期借款	2024/12/25	215.00	43.00	-	171.90	-	343.90
14	苏州银行木渎支行	长期借款	2024/12/25	2,252.00	-	-	-171.90	-	2,080.10
15	农业银行木渎支行	短期借款	2022/07/19	600.00	-	-	-	-	600.00
16	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/08/25	500.00	-	-	-	-	500.00
17	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/09/18	500.00	-	-	-	-	500.00
18	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/09/22	300.00	-	-	-	-	300.00
19	农业银行木渎支行	短期借款	2022/08/19	400.00	-	-	-	-	400.00
20	农业银行木渎支行	短期借款	2022/09/19	800.00	-	-	-	-	800.00
21	中国银行园区支行	短期借款	2022/09/29	500.00	-	-	-	-	500.00
22	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/12/03	-	-	-	500.00	-	500.00
23	苏州银行木渎支行	短期借款	2022/12/06	-	-	-	500.00	-	500.00

序号	借款银行名称	借款性质（短期/一年以内到期长期借款）	借款到期日	截至 2021 年 9 月 30 日借款本金	期后还款金额	期后续贷金额	期后新增金额	汇率变动（本金减少"-"）	截至 2021 年 12 月 31 日借款本金
合计				15,031.93	2,543.00	1,000.00	1,000.00	-91.80	14,397.13

二、补充披露销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况；结合前期借款展期历史、现有借款与银行形成的具体展期安排等，说明借款展期的可行性；逐笔具体分析说明各项借款到期日的还款来源

（一）补充披露销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况

发行人在招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“四、现金流量分析”之“（三）筹资活动现金流量分析”之“5.筹资活动现金流量分析”中处补充披露如下：

2、销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况

截至 2021 年 9 月 30 日，公司的银行借款本金余额为 15,031.93 万元，截至 2021 年 12 月 31 日，公司已经偿还了上述银行借款本金中的 2,543.00 万元，截至 2022 年 9 月 30 日，公司尚需还款的银行借款本金为 10,145.03 万元，尚需还款的银行借款利息为 350.97 万元。

公司根据销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况具体如下：

单位：万元

序号	期间	经营活动现金流入 (A)	经营活动现金流出 (B)	经营活动现金流量净额 (C=A-B)	拟还款本金 (D)	拟还款利息 (E)	经营活动现金净额用于还款的资金缺口 (F=C-D-E)	拟续贷金额 (G)	是否有资金缺口
1	2022 年第一季度	12,767.51	11,426.38	1,341.13	2,500.00	149.37	-1,308.24	4,000.00	否
2	2022 年第二季度	12,545.42	10,777.32	1,768.10	4,045.03	115.51	-2,392.44	3,873.13	否
3	2022 年第三季度	13,718.07	12,044.02	1,674.05	3,600.00	86.09	-2,012.04	3,600.00	否
合计		<b>39,031.00</b>	<b>34,247.72</b>	<b>4,783.28</b>	<b>10,145.03</b>	<b>350.97</b>	<b>-5,712.72</b>	<b>11,473.13</b>	否

注 1：经营活动现金流入金额系结合 2022 年销售收入计划数据测算，上述测算结果不构成公司的业绩预测；

注 2：拟还款金额系截至 2021 年 9 月 30 日统计的银行借款；拟续贷金额系截至 2021 年 9 月 30 日统计的银行借款拟续贷的金额；

注 3：截至 2021 年 12 月 31 日，公司的货币资金余额为 2,748.41 万元；

注 4：未来期间拟还款的外币借款利息系按照 2021 年 12 月 31 日的汇率进行测算。

根据销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况，预计 2022 年 1-9 月经营活动现金流量净额为 4,783.28 万元，截至 2022 年 9 月 30 日，公司尚需还款的银行借款本金为 10,145.03 万元，尚需还款的银行借款利息为 350.97 万元，经营活动现金流量净额与拟还款的金额差额为 5,712.72 万元；与此同时，公司的银行资信情况良好，现有借款均可进行安排续贷，截至 2021 年 9 月 30 日统计的银行借款拟续贷的金额为 11,473.13 万元，因此公司不存在资金缺口。

**（二）结合前期借款展期历史、现有借款与银行形成的具体展期安排等，说明借款展期的可行性；逐笔具体分析说明各项借款到期日的还款来源**

截至 2021 年 9 月 30 日，公司的银行借款本金余额为 15,031.93 万元，截至 2021 年 12 月 31 日，公司已经偿还了上述银行借款本金中的 2,543.00 万元，截至 2022 年 9 月 30 日，公司尚需还款的银行借款本金为 10,145.03 万元，各项借款续贷的可行性以及各项借款到期日的还款来源情况如下：

序号	借款银行名称	截至 2021 年 9 月 30 日借款本金(万元)	借款到期日	截至 2021 年 12 月 31 日是否归还	续贷历史以及续贷安排	续贷的可行性	还款来源
1	民生银行园区支行	500.00	2021/10/28	是	已续贷	可行	自有资金
2	民生银行园区支行	500.00	2021/10/28	是	已续贷	可行	自有资金
3	苏州银行木渎支行	1,500.00	2022/01/05	是	已续贷	可行	自有资金
4	苏州银行木渎支行	500.00	2022/01/28	否	计划续贷	可行	自有资金
5	苏州银行木渎支行	500.00	2022/03/01	否	计划续贷	可行	自有资金
6	苏州银行木渎支行	500.00	2022/03/24	否	计划续贷	可行	自有资金
7	浦发银行苏州吴中支行	1,000.00	2022/03/25	否	计划续贷	可行	自有资金
8	农业银行木渎支行	700.00	2022/04/19	否	计划续贷	可行	自有资金

序号	借款银行名称	截至 2021 年 9 月 30 日借款本金(万元)	借款到期日	截至 2021 年 12 月 31 日是否归还	续贷历史以及续贷安排	续贷的可行性	还款来源
	支行						
9	苏州银行木渎支行	500.00	2022/04/28	否	计划续贷	可行	募集资金
10	农业银行木渎支行	500.00	2022/05/19	否	计划续贷	可行	自有资金
11	宁波银行苏州园区支行	1,489.89	2022/05/18	否	计划续贷	可行	自有资金
12	宁波银行苏州园区支行	775.04	2022/06/02	否	计划续贷	可行	自有资金
13	苏州银行木渎支行	215.00	2024/12/25	按期归还了 43 万	计划按期还款	不涉及	募集资金
14	苏州银行木渎支行	2,252.00	2024/12/25	否	计划按期还款	不涉及	募集资金
15	农业银行木渎支行	600.00	2022/07/19	否	计划续贷	可行	自有资金
16	苏州银行木渎支行	500.00	2022/08/25	否	计划续贷	可行	募集资金
17	苏州银行木渎支行	500.00	2022/09/18	否	计划续贷	可行	募集资金
18	苏州银行木渎支行	300.00	2022/09/22	否	计划续贷	可行	募集资金
19	农业银行木渎支行	400.00	2022/08/19	否	计划续贷	可行	自有资金
20	农业银行木渎支行	800.00	2022/09/19	否	计划续贷	可行	自有资金
21	中国银行园区支行	500.00	2022/09/29	否	计划续贷	可行	自有资金
<b>合计</b>		<b>15,031.93</b>					

注：公司募投项目之一系偿还银行借款，序号 9、13、14、16、17 和 18 对应的银行借款公司将优先使用募集资金偿还。

## 1、借款续贷具有可行性

公司与各主要银行的合作历史较长，发行人借贷及还款信用良好，历史中未出现过无法续贷的情况。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人在合作的商业银行授予公司的综合授信额度为 20,000.00 万元，公司尚有超过 5,000.00 万元的银行授信额度未使用。

考虑到发行人具有较强的持续经营能力，信用状况良好且无重大不良信用记录，多家主要合作银行向发行人提供了信贷支持：（1）苏州银行已于 2022 年 2 月 8 日，向发行人出具了贷款意向书：“意向同意向发行人授信 1.23 亿元，授信期限截至 2024 年 2 月 8 日”；（2）宁波银行已于 2022 年 2 月 10 日，通过其内部审批流程，同意向发行人授信 400 万欧元，授信期限为 1 年；（3）农业银行已于 2022 年 2 月 18 日，与发行人签署了业务战略合作框架协议，将为发行人提供不少于 5,000.00 万元人民币的信贷总额支持（协议长期有效）。

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人虽然各项借款金额为 1.44 亿元，但考虑到发行人历史续贷情况较好以及目前多家银行向发行人提供了信贷支持，因此发行人的借款续贷具有可行性。

## 2、主要还款来源

公司的主要还款来源为经营活动现金流入以及银行借款的续贷，一方面，公司预计收入规模增长较快，根据销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况，预计 2022 年 1-9 月经营活动现金流入的金额较大，经营活动现金流入的金额可用于偿还银行借款；另一方面，公司的银行资信情况良好，现有借款均可进行安排续贷，续贷后的借款流入亦可用于日常经营活动等用途。

**三、补充披露 1.33 亿元银行借款的使用情况、主要用途及金额；报告期内新建厂房的成本构成，前五大供应商基本情况，包括但不限于供应商名称、成立日期、实际控制人、采购内容及金额，采购价格是否公允，是否存在利益输送；借款资金使用内控及审批制度是否健全，是否参照募集资金管理制度进行管理**

### （一）补充披露 1.33 亿元银行借款的使用情况、主要用途及金额

发行人已在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等

财务状况分析”之“（七）主要债项”之“9、主要债项、期末偿债能力总体分析”补充披露如下：

（4）截至**2021年6月30日**，公司**1.33亿元**银行借款的使用情况、主要用途及金额

报告期内，公司的**1.33亿元**银行借款主要用途为支付材料款、工程建造款等，具体如下：

单位：万元

序号	借款主要用途	支付金额
1	材料款	10,727.29
2	工程建造款	2,252.00
3	员工工资	286.26
	合计	<b>13,265.55</b>

（二）报告期内新建厂房的成本构成，前五大供应商基本情况，包括但不限于供应商名称、成立日期、实际控制人、采购内容及金额，采购价格是否公允，是否存在利益输送

发行人已在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（四）固定资产、在建工程”之“4、固定资产、在建工程总体分析”补充披露如下：

（3）新建厂房情况分析

1) 报告期内新建厂房的成本构成

报告期内，公司新建厂房的成本构成主要系厂房建造与厂房装修，具体如下：

单位：万元

序号	新建厂房用途	支付金额
1	厂房建造	<b>5,556.27</b>
2	厂房装修	<b>1,156.16</b>
	合计	<b>6,712.42</b>

报告期内，公司新建厂房的成本**6,712.42万元**，其中厂房建造**5,556.27万元**、厂房装修**1,156.16万元**。

2) 发行人新建厂房的前五大供应商采购金额

报告期内，发行人用于新建厂房的前五大供应商采购金额如下：

序号	供应商名称	采购金额（万元）		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	苏州相旺建设工程有限公司	259.26	2,483.18	2,118.33
2	苏州良友建筑装饰工程有限公司	654.04	-	-
3	苏州步顶楼建设工程有限公司	332.48	174.01	-
4	苏州市金钢送变电安装工程	-	64.22	26.55
5	苏州鑫林昌节能科技有限公司	-	52.17	-
合计		1,245.78	2,773.59	2,144.87

### 3) 发行人新建厂房的前五大供应商基本情况

报告期内，发行人用于新建厂房的前五大供应商基本情况具体如下：

序号	供应商名称	成立日期	实际控制人	采购内容	股东情况	主要人员
1	苏州相旺建设工程有限公司	1997年12月26日	徐向东	厂房建设	徐向东持股36.13%；吴伟文持股17.44%；秦兴祥持股16.22%；其他18名小股东共持股30.21%	徐向东担任董事长；施永金担任总经理、董事；蒋振宇担任董事；吴伟文担任董事；秦兴祥担任董事；徐春龙担任监事
2	苏州良友建筑装饰工程有限公司	2004年3月19日	郑建良	厂房装修	郑建良持股60.00%；顾建妹持股40.00%	郑建良担任执行董事；顾建妹担任监事
3	苏州步顶楼建设工程有限公司	2020年04月13日	李二伟和宋颖颖夫妇	厂房装修	宋颖颖持股99.00%；宋夏平持股1.00%	宋颖颖担任执行董事、总经理；宋夏平担任监事
4	苏州市金钢送变电安装工程	2002年11月15日	王雪根	配电房	王雪根持股96.44%；史俊毅持股3.56%	陶琪担任执行董事、总经理；史俊毅担任监事
5	苏州鑫林昌节能科技有限公司	2009年9月4日	姜清元	电梯	姜清元持股95.00%；武行芳持股5.00%	姜清元担任执行董事兼总经理；武行芳担任监事

注：苏州步顶楼建设工程有限公司和苏州莱克特机电安装工程有限公司系受同一自然人控制的公司，李二伟和宋颖颖系夫妻关系。报告期初公司的部分装修工程由苏州莱克特机电安装工程有限公司完成。李二伟和宋颖颖于2020年度新设立苏州步顶楼建设工程有限公司专门用于从事厂房装修业务，发行人的新厂房装修合同系与该公司签订。

### 4) 新建厂房的前五大供应商采购价格公允，与发行人不存在利益输送

发行人依照内部《采购控制程序》的要求来规范供应商的选择和采购过程。发行人新厂房的建设与装修主要由苏州相旺建设工程有限公司、苏州良友建筑装饰工程有限公司等公司完成，在遴选供应商时发行人参考当地工程造价指导信息<sup>2</sup>，结合施工图纸、效果图、材料清单以及有关主管部门发布最新的建筑抗震和消防标准，进行市场化询价、比价和协商定价，确保施工方以合理的价格完成施工任务。例如：由苏州相旺建设工程有限公司建设的厂房，建筑面积 29,786.47m<sup>2</sup>，折合建设工程每平方米造价（不含税）为 1,715.86 元/m<sup>2</sup>。国家统计局 2018 年第四次经济普查的江苏省厂房建筑每平方米平均造价为 1,701.39 元/m<sup>2</sup>，与该项目造价基本一致，工程建筑造价具有公允性，不存在利益输送。

综上，报告期内，发行人新建厂房的前五大供应商均非发行人的关联方，交易价格均通过报价、比价程序后协商定价，交易定价公允，不存在利益输送。

### **（三）借款资金使用内控及审批制度是否健全，是否参照募集资金管理制度进行管理**

针对借款资金审批与使用等方面，公司制定了相应的《借款管理办法》，主要内容为：①银行借款管理的原则：遵循“合法性原则”、“适量性原则”以及“择优性原则”；②银行借款决策控制：每年度制作经营计划预算，根据现金流分析，确认借款方案，结合公司章程和三会议事规则，履行审议程序；③银行借款过程控制：公司应严格按照借款合同或协议所规定的用途使用银行借款；④银行借款偿付控制：每月定期核对借款到期日，短期借款到期前 1 个月、长期借款到期前 3 个月将需归还借款额度、时间报财务总监确认并及时安排还款，借款还清后，将该笔借款的合同或协议等相关资料清理、存档；⑤银行借款的监督检查：对银行借款开展定期检查。

发行人通过管理办法明确规定了公司在银行借款的决策、过程、偿付、监督检查等方面的控制，制度健全，管理有效，执行情况良好。

公司制定了《募集资金管理制度》，该制度所称的募集资金系通过法律规定的公开及非公开发行证券的方式向合格投资者募集并用于特定用途的资金，银行

---

<sup>2</sup> 当地工程造价指导信息，指根据有关主管部门制定的《建设工程工程量清单计价规范》《江苏省土建装饰工程计价表》《江苏省安装工程计价表》《江苏省建设工程人工工资指导价通知》《苏州市建设工程建筑材料指导价信息表》作为参考信息。

借款资金不参照此制度进行管理。

#### 四、结合购产销模式，说明发行人资产负债率高于同行业可比公司的原因及合理性；量化说明使用募集资金偿还银行贷款后是否仍存在偿债风险、对生产经营的影响及具体应对措施

##### （一）发行人与同行业可比公司具有类似的购产销模式

同行业可比公司经营及盈利模式如下：

公司名称	经营及盈利模式
新泉股份	<p>(1) 盈利模式：公司是汽车饰件整体解决方案提供商，通过向汽车制造商销售饰件产品实现收入和利润。</p> <p>(2) 采购模式：采购部集中开发，各分、子公司分散采购。</p> <p>(3) 生产模式：产品设计完成并通过客户审核后，公司将与客户签订框架性销售合同，并安排公司本生产部门接收客户订单，据此确定生产计划，每月将根据客户的产品订单进行产品生产排期，并组织人员进行产品生产。</p> <p>(4) 销售模式：直销。</p> <p>(5) 研发模式：与汽车制造商同步开发。</p>
岱美股份	<p>(1) 盈利模式：公司通过开发、生产汽车零部件并向整车厂商销售产品实现收入和利润。</p> <p>(2) 采购模式：根据客户的特定要求、生产耗用量及其市场价格波动特征而选择性的采取不同采购模式。</p> <p>(3) 生产模式：根据与整车厂商签订的框架性销售协议安排批量生产计划。</p> <p>(4) 销售模式：直销；遮阳板、头枕和顶棚中央控制器等产品主要为外销，汽车座椅主要为内销。</p> <p>(5) 研发模式：根据与整车厂商签订的框架性销售协议安排新产品开发。</p>
旭升股份	<p>(1) 盈利模式：根据客户需求定制化开发汽车精密铝合金零部件产品向客户销售实现收入和利润。</p> <p>(2) 采购模式：根据客户订单及生产经营计划，采用持续分批的形式向供应商采购。</p> <p>(3) 生产模式：以销定产。</p> <p>(4) 销售模式：直销。</p> <p>(5) 研发模式：根据客户的产品设计需求进行定制化的同步开发。</p>
肇民科技	<p>(1) 盈利模式：公司取得客户提供的精密注塑件产品需求后，首先完成精密注塑模具开发，而后根据销售订单并组织采购、生产，完成精密注塑件产品交付实现收入和利润。</p> <p>(2) 采购模式：根据销售订单组织采购。</p> <p>(3) 生产模式：以销定产。</p> <p>(4) 销售模式：直销。</p> <p>(5) 研发模式：根据客户产品需求进行模具设计与开发。</p>
唯科科技	<p>(1) 盈利模式：通过向客户提供精密注塑模具设计、加工、装配以及检测等服务以及生产销售注塑件和健康产品实现收入和利润。</p> <p>(2) 采购模式：自主采购与客户指定采购相结合。</p> <p>(3) 生产模式：注塑件以销定产，健康产品 ODM、OEM 相结合，少量委托加工。</p> <p>(4) 销售模式：大部分直销，少量寄售。</p> <p>(5) 研发模式：自主研发与按客户要求研发相结合。</p>

公司名称	经营及盈利模式
骏创科技	(1) 盈利模式：公司作为汽车零部件供应商通过向汽车零部件厂商和汽车制造商销售汽车塑料零部件、金属零部件及模具等产品实现收入和利润。 (2) 采购模式：按需采购。 (3) 生产模式：以销定产。 (4) 销售模式：直销。 (5) 研发模式：包括专案性研发和常规性开发。

注：数据来源于可比公司公开披露的定期报告等文件。

发行人与同行业可比公司均结合自身主营产品特征和公司特点制定了相应的经营模式。发行人与可比公司均根据客户需求进行产品研发，以销定产，按需采购原材料，通过直接销售方式进行产品销售，从而实现盈利。可比公司中唯科科技除了注塑零件以及模具业务外，存在部分健康业务，该业务由 ODM、OEM 相结合，少量委托加工。

## (二) 说明发行人资产负债率高于同行业可比公司的原因及合理性

### 1、发行人资产负债率高于同行业可比公司主要系公司在报告期内逐渐增加借款所致

发行人资产负债率高于同行业可比公司主要系公司在报告期内逐渐增加借款以满足新建厂房及业务规模扩大所带来的流动资金需求，而可比公司均为系上市公司，可通过股权进行融资。

报告期内，公司与可比公司借款占负债总额比例具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
新泉股份	88,572.02	24.24%	88,184.08	27.83%	70,199.17	22.82%
岱美股份	-	-	34,498.42	21.74%	51,159.98	33.43%
旭升股份	113,592.88	25.13%	10,008.61	7.91%	28.00	0.03%
肇民科技	-	-	2,719.01	15.48%	2,197.27	19.20%
唯科科技	-	-	192.60	0.67%	1,009.87	4.99%
平均值	101,082.45	24.68%	27,120.55	14.73%	24,918.86	16.09%
发行人	14,741.33	55.33%	9,944.09	56.07%	3,679.06	39.93%

注：截至本问询回复签署日，岱美股份、肇民科技以及唯科科技未披露 2021 年度报告。

报告期内，公司的短期借款、一年内到期的非流动负债及长期借款合计占负债总额的比例与可比公司相比较高，主要原因系公司发展速度较快，通过银行借

款的形式满足实际经营需求以及新建厂房所致，具有合理性。

## 2、增加借款用于新建厂房及业务规模扩大所带来的流动资金需求

### (1) 业务规模扩大带来的流动资金需求

报告期内，公司与可比公司的销售收入情况具体如下：

单位：万元

公司	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新泉股份	461,270.00	368,048.92	303,564.49
岱美股份	-	395,011.00	481,788.85
旭升股份	302,337.07	162,750.27	109,719.86
肇民科技	-	49,505.70	33,469.36
唯科科技	-	91,053.54	69,925.76
平均值	381,803.54	213,273.89	199,693.66
发行人	34,540.49	17,905.11	15,597.49

注：截至本问询回复签署日，岱美股份、肇民科技以及唯科科技未披露 2021 年度报告。

报告期内，公司的销售收入增长率高于同行业可比公司均值。

### (2) 新建厂房带来的流动资金需求

假设公司未增加借款以新建厂房，公司 2019 年度-2021 年度的资产负债率与可比公司上市前 3 年资产负债率的比较情况如下：

公司	T-1	T-2	T-3
新泉股份	70.28%	62.31%	62.60%
岱美股份	41.21%	45.44%	48.52%
旭升股份	30.77%	36.95%	36.56%
肇民科技	39.49%	36.48%	29.75%
唯科科技	23.20%	21.98%	28.93%
平均值	40.99%	40.63%	41.27%
发行人	69.80%	64.37%	50.30%
平均值(剔除唯科科技)	45.44%	45.30%	44.36%
发行人(假设未借款新建厂房)	63.10%	55.64%	46.65%

注：T-1 的资产负债率系上市前最近年度的数据。

经测算，假设公司未增加借款以新建厂房，2019 年度、2020 年度和 2021 年度，公司的资产负债率分别为 46.65%、55.64%和 63.10%；上市前三年，可比

公司资产负债率均值为 41.27%、40.63%和 40.99%。由于唯科科技的健康业务规模较大等行业特性造成各期末存货余额较大所致使得资产负债率较低，因此剔除唯科科技后，可比公司资产负债率平均值为 44.36%、45.30%和 45.44%，公司的资产负债率与可比公司相比差异有所减少。

综上，发行人资产负债率高于同行业可比公司主要系公司在报告期内逐渐增加借款以满足新建厂房及业务规模扩大所带来的流动资金需求，而可比公司主要系上市公司，可通过股权进行融资，因此资产负债率高于同行业可比公司具有合理性。

### **(三) 量化说明使用募集资金偿还银行贷款后是否仍存在偿债风险、对生产经营的影响及具体应对措施**

#### **1、量化说明使用募集资金偿还银行贷款后是否仍存在偿债风险、对生产经营的影响**

(1) 通过本次发行募集的资金偿还银行借款能进一步改善公司的资产负债结构

公司使用募集资金偿还银行贷款，能有效地降低资产负债率，进一步改善公司的资产负债结构，增强公司资金实力，减轻公司还款压力，提高公司的抗风险能力和持续盈利能力，促进公司业务更加稳健地发展，但仍面临一定的偿债风险。

(2) 假设偿还银行贷款后对公司财务状况、偿债能力及财务费用的具体影响

本次公司拟利用募集资金 5,100.00 万元偿还银行贷款，如不考虑除偿还银行贷款外的募集资金因素，偿还银行贷款对公司财务状况、偿债能力及财务费用的影响如下：

以 2021 年度财务数据为基础进行分析，募投项目实施前后，公司负债总额分别为 26,640.34 万元和 21,540.34 万元，所有者权益分别为 11,526.51 万元和 16,626.51 万元，因此公司整体负债规模有所降低，净资产规模相应增加，财务状况将得到较大改善。

以 2021 年度财务数据为基础进行分析，偿还银行贷款前后，公司资产负债

率分别为 **69.80%**和 **56.44%**,流动比率分别为 **1.00** 和 **1.26**,速动比率分别为 **0.71** 和 **0.90**,因此偿还银行贷款后,资产负债率和财务风险将有所降低,流动比率和速动比例有所提高,公司短期偿债能力将得到进一步增强,公司抗风险能力将进一步提高。

报告期内,公司的银行借款以短期借款为主,根据中国人民银行公布的一年期贷款基准利率 4.35%计算,本项目拟偿还银行贷款的募集资金 5,100.00 万元,约占 **2021 年度**公司短期银行借款余额的 **42.54%**,将募集资金用于偿还银行贷款,可减少公司财务费用共计 221.85 万元,占 **2021 年度**财务费用-利息支出总额的 **35.49%**。

## 2、具体应对措施

偿还银行贷款后,公司的资产负债率和财务风险将有所降低,公司短期偿债能力将得到进一步增强,但仍面临一定的偿债风险,公司拟采取如下应对措施来进一步降低公司的流动性风险,具体措施如下:

(1) 发行人每年年末会完成下一年度的资金需求与使用计划、银行授信计划,来确保公司流动资金的安全,并合理控制融资成本,做好年度资金需求。

(2) 持续跟踪销售回款情况,保证公司生产经营的稳定开展。

(3) 持续优化生产效率与资金使用效率,积累更多的经营资金。

(4) 与银行保持良好的合作关系,使借款可以通过续贷等方式延续,降低公司流动性风险。

(5) 发行人将继续深耕现有客户的新业务,积极拓展新客户,扩大收入规模,提升公司的盈利能力。

综上,公司偿还银行贷款后对公司财务状况、偿债能力有一定改善,但仍面临偿债风险,公司拟采取合理控制融资成本,做好年度资金需求等应对措施来进一步降低公司的流动性风险。

**五、补充披露目前订单、产能情况，结合当前销量和市场需求进一步说明发行人是否具有消化募投项目中汽车零部件扩建技改项目新增产能的能力及具体措施**

发行人已在《招股说明书》之“第九节 募集资金运用”之“二、募集资金运用情况”之“(二) 项目建设可行性”之“1、优质的客户资源及预期订单，为本项目实施提供产能消化基础”，做了如下补充披露：

**(1) 公司产能负荷已经较为饱和**

公司产能负荷已经较为饱和，报告期各期，产能利用率均维持在 80% 以上的较高水平，具体情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
理论产能（小时）	<b>478,776.00</b>	396,696.00	355,440.00
实际产能（小时）	<b>383,424.00</b>	327,442.00	284,394.00
产能利用率	<b>80.08%</b>	82.54%	80.01%

注：公司塑料零部件产品均根据客户需求通过注塑工艺并应用配套模具进行生产，不同产品部件之间外观、尺寸及用料存在较大差异，产品不具有标准化特性，无法通过件数衡量产能，但各产品类型均会共用注塑机。本表计算产能系通过工时进行计算，理论产能计算公式为：主要生产设备台数\*（365天-国假及轮班休假天数）\*24小时；实际产能计算公式为：主要生产设备台数\*实际生产天数\*24小时。

**(2) 公司产销率水平较高**

公司产品销量呈现逐年增长趋势，报告期各期，产销率均维持在 95% 以上的较高水平，具体情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
产量（件）	<b>75,509,878</b>	62,342,942	55,299,251
销量（件）	<b>73,918,203</b>	59,835,889	54,618,330
产销率	<b>97.89%</b>	95.98%	98.77%
销量同比增长数量（件）	<b>14,082,314</b>	5,217,559	-

**(3) 在手订单可消化新增产能**

**1) 拟新增产能对应收入测算**

本次汽车零部件扩建技改募投项目拟新增设备投资 4,504.60 万元，预计设备投产后将分别新增汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承系列、新能源汽车功能

结构系列生产能力 400 万件、550 万件和 1,950 万件。结合 2021 年度各系列产品平均价格，拟新增产能带来理论可新增收入的测算情况如下：

产品类型	新增产能（件）	2021 年度平均单价（元/件）	理论新增收入测算（万元）
汽车天窗控制面板系列	4,000,000	2.32	928.00
汽车悬架轴承系列	5,500,000	2.25	1,237.50
新能源汽车功能部件系列	19,500,000	8.52	16,614.00
合计			18,779.50

注：拟新增 18,779.50 万元产值系根据汽车零部件扩建技改项目中的新增设备而计算出理论产能，再根据各系列产品单价，测算出理论可以新增的产值，并非业绩预测。

上表可知，本次汽车零部件扩建技改募投项目拟新增产能 2,900 万件，根据新增产能及 2021 年度平均单价测算，拟新增 18,779.50 万元产值。

## 2) 主要客户的在手订单情况

截至 2022 年 2 月 11 日，公司主要客户的在手订单情况如下：

订单期间	客户名称	在手订单金额（万元）	年化测算（万元）
2022.2.11-2023.2.10	T 公司	19,103.25	19,103.25
2022.2.11-2022.6.10	广达集团	2,294.44	6,883.32
2022.2.11-2022.6.10	和硕联合	2,391.22	7,173.66
2022.2.11-2022.3.10	斯凯孚	516.37	6,196.44
2022.2.11-2022.3.10	安通林	477.35	5,728.20
合计		24,782.63	45,084.87

注 1：上述订单不包含模具；

注 2：T 公司订单系根据其供应商系统下达的未来 52 周预测结合价格订单计算而成；

注 3：上述在手订单信息非业绩预测。

## 3) 发行人具有消化募投项目新增产能的能力

发行人的在手订单与理论新增收入的匹配性具体如下：

2021 年度汽车塑料零部件收入（万元）	新增产能带来理论新增收入（万元）	汽车塑料零部件理论可实现的收入合计（万元）	截至 2022 年 2 月 11 日在手订单年化测算（万元）
29,208.86	18,779.50	47,988.36	45,084.87

上表可知，发行人新增产能后，汽车塑料零部件理论可实现的收入为 47,988.36 万元，截至 2022 年 2 月 11 日，发行人主要客户的在手订单年化测算金额为 45,084.87 万元，发行人在手订单充足，具有消化募投项目新增产能的能

力。

#### （4）消化新增产能的进一步措施

除上述外，发行人在现有业务订单及预期销售的保障前提下，将继续深化产品营销策略，一方面，针对既有客户需求进行挖掘，对其迭代及改款车型进行密切跟踪，继续成为其新产品配套，同时，面对客户单一车辆的多种部件需求，公司将通过产品设计开发，继续深度挖掘；另一方面，公司将依托现有技术及生产制造能力，继续开发新客户业务资源，为公司业务持续扩大奠定基础渠道，2021年公司已开发 Jabil（捷普）、Lear（李尔）、爱杰姆等国际知名汽车制造商新客户资源，且均取得业务进展，其未来释放的产品需求将进一步对募投资项目形成的新增产能提供市场消化依据。

综上所述，发行人产能负荷较高、产销率较高，同时在手订单充足且持续深化业务开拓，因此具有消化募投资项目中汽车零部件扩建技改项目新增产能的能力。

### 六、结合主要下游客户的汽车销量及客户向公司采购占同类产品采购的比例，说明公司全球市场占有率的合理性

#### （一）发行人通过配套终端汽车品牌的销量数据分析市场占有率的原因

##### 1、发行人无法获取主要客户配套汽车销量数据以及客户向公司采购占同类产品采购的比例

报告期内公司主要产品为汽车悬架轴承部件、汽车天窗控制面板部件、新能源汽车功能部件，其中：悬架轴承部件供给汽车轴承供应商斯凯孚，再由其进行装配总成为完整的悬架轴承，在通用、大众、丰田、日产、福特等品牌车型中广泛应用；汽车天窗控制面板部件交付给安通林，并最终用于福特、捷豹路虎等品牌的各类车型。

发行人主要客户斯凯孚、安通林、广达集团、和硕联合系汽车零部件厂商，发行人无法获取其汽车销量或配套汽车销量数据。

公司的主要客户斯凯孚和安通林系全球布局的汽车零部件企业，在全球多个区域均有工厂布局。发行人对斯凯孚供应的主要为斯凯孚（法国）、斯凯孚（上海）以及斯凯孚（阿根廷）等部分主体，发行人对安通林供应的主要为安通林（苏

州)和安通林(墨西哥)等部分主体,因此发行人无法准确获取上述客户集团层面向公司采购占同类产品采购的比例。

## 2、发行人以全球汽车市场销量数据作为计算口径

相较可比公司新泉股份、岱美股份分别以仪表板总成、顶棚中央控制器的产品销量与我国乘用车产量数据,计算其市场占有率,而发行人所销售的零件最终配套于全球多个国家和地区的汽车制造工厂,故发行人以全球汽车市场数据作为计算口径。

由于无法获知部分车型配套终端汽车的全球产量数据,比如:福特、捷豹路虎(年报中仅发布其销量,未发布其产量),因此发行人通过配套终端汽车品牌的全部销量数据为基础,结合发行人自身销售零件所配套的汽车数量,分析市场占有率,符合行业情况。

### (二) 2020 年公司主要配套的终端汽车制造商客户的销量数据

2020 年公司主要配套的终端汽车制造商客户的销量数据如下:

序号	汽车厂商	2020 年度 车型交付量(万辆)	2020 年度 车型市场占有率	发行人配套零件
1	T 公司	49.96	0.64%	新能源汽车功能部件系列
2	福特	418.70	5.37%	汽车天窗控制面板系列、 汽车悬架轴承系列
4	捷豹路虎	50.87	0.65%	汽车天窗控制面板系列
3	通用	682.90	8.75%	汽车悬架轴承系列
5	大众	915.70	11.74%	汽车悬架轴承系列
6	日产	405.20	5.19%	汽车悬架轴承系列
7	丰田	869.00	11.14%	汽车悬架轴承系列
8	其他品牌	4,410.67	56.52%	-
全球乘用车合计		<b>7,803.00</b>	<b>100.00%</b>	-

### (三) 2020 年主要产品配套车型占相应汽车制造商客户的销量比例

2020 年主要产品配套车型占相应汽车制造商客户的销量比例如下:

主要产品	配套终端 客户	2020 年度终 端客户累计 销量(万辆) (A)	2020 年度 终端客户累计 市场占有率	2020 年度累计 采购公司产品 配套车辆数(万 辆)(B)	公司产品占 配套车型比 例(C=B/A)
------	------------	------------------------------------	----------------------------	---	----------------------------

汽车悬架轴承部件系列	通用、大众、丰田、日产、福特	3,291.50	42.18%	427.44	12.99%
汽车天窗控制面板部件系列	福特、捷豹、路虎	469.57	6.02%	124.69	26.55%

#### (四) 部分主要产品的全球市场占有率

通常情况下，一辆汽车配用两套悬架轴承，配用一套天窗控制面板。2020年度，公司汽车悬架轴承系列的上盖、下盖零件，汽车天窗控制面板系列面板框、眼镜盒、PCBA 保护盖零件两大汽车塑料零部件市场占有率的具体计算过程与计算结果如下：

主要产品	公司产品销量(万套)(A)	单车配套数量(套)(B)	配置车辆数(万辆)(C=A/B)	全球汽车乘用车销量(万辆)(D)	计算方式	公司产品占有率(E=C/D)
汽车悬架轴承部件系列	854.88	2	427.44	7,803.00	配置车辆数/全球汽车销量	5.48%
汽车天窗控制面板部件系列	124.69	1	124.69	7,803.00	配置车辆数/全球汽车销量	1.60%

注：全球汽车乘用车销量数据来源于乘用车市场信息联席会。

#### (五) 公司全球市场占有率的合理性分析

2020 年度公司汽车悬架轴承系列、汽车天窗控制面板系列两大汽车塑料零部件在全球市场占有率分别为 5.48%、1.60%。

公司汽车悬架轴承部件用于部分通用、大众、丰田、日产、福特等品牌汽车制造，该五大品牌汽车销量累计全球市场占有率为 42.18%，公司累计全球市场占有率为 5.48%，具有合理性；公司汽车天窗控制面板部件用于部分福特、捷豹、路虎等品牌汽车制造，该两大品牌汽车销量累计全球市场占有率为 6.02%，公司累计全球市场占有率为 1.60%，具有合理性。

综上所述，公司汽车悬架轴承部件系列（主要为上盖、下盖等零件），以及汽车天窗控制面板系列（主要为面板框、眼镜盒、PCBA 保护盖等零件），其配套终端车型数量在全球乘用车市场销量的占有率数据，具有合理性。

七、补充披露主要产品的市场竞争情况、包括主要竞争者和市场份额及占比情况，结合在手订单情况，说明发行人是否存在所处行业准入门槛低、竞争激烈，相比竞争者在技术、资金、规模效应等方面不具有明显优势的情形，是否对发行人直接面向市场独立持续经营能力构成重大不利影响

（一）补充披露主要产品的市场竞争情况、包括主要竞争者和市场份额及占比情况

发行人已在《招股说明书》之“第五节 业务和技术”之“二、行业基本情况”之“（五）行业竞争状况”之“2、行业内主要竞争对手基本情况”，进行如下补充披露：

由于汽车零部件企业需要经历较为苛刻的审批流程，行业准入门槛较高，一方面需要企业取得汽车行业通行的 IATF16949、ISO14001 国际管理体系认证，另一方面，汽车制造商及其一级供应商，会针对企业进行现场评审，现场评审时执行相较 IATF16949、ISO14001 更为严苛的自主评审体系；因此，汽车零部件企业能够成为全球知名汽车制造商及其一级供应商的稳定供应商，即说明其在产品生产、质量，乃至产品协同设计开发方面已经达到行业内较高的水平。

目前，公司产品主要用于 T 公司、福特、捷豹、路虎、通用、大众等全球知名品牌的汽车制造，技术及生产制造能力获得客户认可，并已经批量化供应各类部件产品，发行人自身已经建立较强的壁垒；另外，目前公司已经进入 T 公司一级供应商体系，部分部件产品直接配套 T 公司生产，竞争力得到进一步强化。

公司主要产品为汽车塑料零部件，主要分为汽车天窗控制面板系列、汽车悬架轴承系列、新能源汽车功能部件系列，具体市场竞争情况如下：

（1）汽车天窗控制面板部件

公司主要生产汽车天窗控制面板所需的 PCBA 保护盖、面板框、眼镜盒等塑料部件，并将上述部件交付给安通林，安通林系全球汽车零部件百强企业、全球最大的汽车内饰件生产商之一和全球最大的顶篷供应商之一；公司与安通林拥有约 10 年较为长期且稳定的合作历史，同时为其境内及境外工厂配套，是其较为重要的供应商。

公司该系列产品的直接竞争者系非公众公司，无法获取相应数据。可比公司

中岱美股份作为一级供应商直接向汽车厂商销售汽车天窗控制面板模组件，发行人作为二级供应商向安通林销售汽车天窗控制面板部件间接配套汽车厂商，公司与岱美股份的市场份额情况具体如下：

产品类型	公司	产品销量(万件)	产品配套车辆数(万辆)	全球市场份额
汽车天窗控制面板部件	岱美股份	111.20	111.20	1.43%
	发行人	1,569.14	124.69	1.60%

目前，从产品配套整车数量来看，2020 年度，公司与可比公司岱美股份的市场份额较为接近。

### (2) 汽车悬架轴承部件

公司主要生产汽车悬架轴承所需的上盖、下盖、保持架等塑料部件，并将上述部件交付给斯凯孚。斯凯孚成立于 1907 年，目前在全球拥有近百余家工厂，主要生产各类轴承、密封件、轴承用特种钢等，为轴承科技与制造的领导者，为全球最大的滚动轴承制造公司之一，其业务遍及世界 130 个国家，每年生产五亿多个轴承，销售网络遍布全球。

公司与客户斯凯孚在共同协作的情况下，通过双色成型、嵌件模具注塑、精密模具制造、自动化等关键技术，较早的将“以塑代钢”功能结构零件实现批量化生产，发行人在斯凯孚体系内具有一定的先发优势；公司与斯凯孚拥有约 10 年较为长期且稳定的合作历史，同时为其境内及境外多家工厂配套，是其较为重要的供应商。

公司该系列产品的直接竞争者系非公众公司，无法获取相应数据；目前，在公开信息披露的企业中，没有与公司汽车悬架轴承部件直接竞争的公司。

### (3) 新能源汽车功能部件

公司新能源汽车功能部件系列主要用于新能源汽车三电系统（电机、电池、电控），实现定位、支撑、密封、防尘、防震以及为其他功能部件提供安装接口条件等功能的精密塑料结构部件；除了用于三电系统外，还用于底盘系统、前门、尾门等，实现支撑、保护等功能。

T 公司系全球领先的新能源汽车制造商。公司与 T 公司的交易中大批量的将

“以塑代钢”的功能结构零件应用于新能源汽车领域，系 T 公司境内公司的首批供应商，具有一定的先发优势。

公司在新能源汽车功能部件领域的可比公司为旭升股份，其招股书中未披露新能源汽车零部件的销售数据，市场份额无法合理估算。

(二) 结合在手订单情况，说明发行人是否存在所处行业准入门槛低、竞争激烈，相比竞争者在技术、资金、规模效应等方面不具有明显优势的情形，是否对发行人直接面向市场独立持续经营能力构成重大不利影响

### 1、发行人在手订单情况

截至 2022 年 2 月 11 日，主要客户的在手订单情况如下：

订单期间	客户名称	在手订单金额（万元）
2022.2.11-2023.2.10	T 公司	19,103.25
2022.2.11-2022.6.10	广达集团	2,294.44
2022.2.11-2022.6.10	和硕联合	2,391.22
2022.2.11-2022.3.10	斯凯孚	516.37
2022.2.11-2022.3.10	安通林	477.35
合计		<b>24,782.63</b>

注 1：上述订单不包含模具；

注 2：T 公司订单系根据其供应商系统下达的未来 52 周预测结合价格订单计算而成；

注 3：上述在手订单信息非业绩预测。

发行人在手订单充足，汽车行业项目的销售周期较长，为发行人未来的销售收入持续性提供良好基础。

### 2、说明发行人是否存在所处行业准入门槛低、竞争激烈

#### (1) 准入门槛高

发行人从事汽车零部件的生产和销售，相较于其他传统制造业领域，汽车零部件行业具有较高的行业准入门槛。汽车零部件领域的供应商开发，具有较为严格的遴选、评审和准入程序：①潜在供应商首先须具备汽车零部件行业认证（IATF16949 体系），部分生产制造型企业还需要具备环境管理体系认证（ISO14001 体系）和政府有关部门出具的环保验收证明；②潜在供应商通常需要经历：潜在供应商选择、潜在供应商评估、供应商管理体系的现场评审、双方协议签署、客户内部审批程序等主要流程，预计需要 1-2 年的流程周期。

(2) 细分零件领域较多且汽车品牌较多

由于汽车零部件行业整体规模较大，细分零件领域较多，品牌众多细分生产工艺较为广泛，质量要求较高，响应速度较快，涉外团队需要一定的国际化能力；一级供应商、二级供应商、三级供应商之间具有不同的业务定位，各供应商在各自领域深耕技术和生产能力，能够达到一定的纵深性；彼此拥有成熟的市场渠道和较为长期合作的客户群，相较于消费电子、家用电器等领域，竞争程度稍低。



综上所述，汽车零部件行业具有较高的行业准入门槛；与此同时，该行业细分零件领域较多且各供应商在各自领域深耕技术和生产能力，使得彼此竞争程度相对较低。

3、相比竞争者在技术、资金、规模效应等方面不具有明显优势的情形，是否对发行人直接面向市场独立持续经营能力构成重大不利影响

2020 年度，发行人及同行业可比公司财务指标数据比较如下：

单位：万元

公司名称	研发人员数量(人)	研发人数比例	研发费用	研发费用占收入比	营业总收入	净利润	毛利率	总资产	净资产
新泉股份	577	17.78%	15,079.33	4.10%	368,048.92	25,705.22	23.00%	665,798.84	348,976.64
岱美股份	656	8.16%	15,138.22	3.83%	395,011.00	39,314.15	25.80%	548,549.34	389,844.98
旭升股份	225	12.08%	5,758.98	3.54%	162,750.27	33,277.41	32.87%	459,205.01	332,697.79
肇民科技	63	17.85%	1,707.67	3.45%	49,505.70	10,483.22	36.25%	44,467.18	26,907.37
唯科模塑	213	10.99%	3,260.81	3.58%	91,053.54	16,678.53	35.94%	123,249.83	94,652.16
行业平均	347	13.37%	8,189.00	3.70%	213,273.89	25,091.71	30.77%	368,254.04	238,615.79
骏创科技	32	10.85%	886.89	4.95%	17,905.11	1,881.31	29.62%	27,554.88	9,818.41

从财务指标方面来看，公司在收入、利润、资产、研发人员数量及研发费用等方面均小于同行业可比公司，主要受制于公司规模体量及整体资金情况。随着公司通过公开市场募集资金，未来公司在资金实力和经营规模方面将得到进一步强化。

由于汽车零部件行业客户粘性强、更换厂商成本高，加之发行人与主要客户建立稳定的合作关系并具有一定的先发优势，公司被其他竞争对手替代的风险相对较小。发行人在资金、规模效应不具有明显优势的情形下，充分运用自身竞争优势，产品及技术获得客户普遍认可，并逐步由二级供应商向一级供应商发展，收入规模实现逐年增长，2018-2020年复合增长率达到14.51%，并在细分产品领域占据一定的竞争地位，因此，资金、规模效应不具有明显优势不会对发行人直接面向市场独立持续经营能力构成不利影响，具体分析如下：

#### （1）汽车行业客户粘性强、更换供应商成本高

发行人作为汽车零部件的生产商，在生产经营中，拥有知名汽车整车厂及其供应商准入资质并获取相应订单即可完成生产和销售。当确定了稳定的供应商名单后，为了产品性能的一致性与稳定性，汽车配件商与下游客户拥有较强的粘性，一般情况下如无重大情况将不会调整。

此外，汽车厂商有召回制度、三包要求等，对汽车零配件供应商会有追偿机制，所以对供应商的进入门槛要求比较高；更换供应商会大量增加客户的额外成本（比如：模具费用、路试费用等），同时新项目立项时为了确保质量，会考虑老项目原供应商优先原则，一旦成为其供应商后，轻易不会改变。

#### （2）发行人具有技术先进性

新泉股份和旭升科技未在公开披露材料中说明相关技术或产品的量化指标参数；岱美股份披露技术指标的产品为遮阳板，该产品与发行人没有直接竞争关系，该技术指标在发行人提供的产品中客户没有相关要求；肇民科技注塑件精度可达到0.01mm，唯科科技模具加工精度可达到0.002mm；发行人注塑部件模仁表面粗糙度处理到Ra0.016um以上，达到镜面的效果，模具加工精度可达到0.002mm，与同行业企业达到同等水平，具有先进性；注塑部件产品公差控制在±0.03mm，产品精度方面具有先进性。

### （3）保持稳定合作关系和先发优势

发行人与斯凯孚、安通林、T 公司、广达集团、和硕联合等主要客户，具有稳定的合作关系。

发行人弱化竞争较为激烈的内外饰业务和要求较低的单一工序零件业务，侧重于具有较高要求的“以塑代钢功能结构零件”、“免喷涂高光镜面零件”、“双色注塑工艺零件”和“复杂嵌件工艺零件”，着重布局新能源汽车领域客户，通过各项技术的吸收和创新，从而与“金属制品零件厂商”、“塑胶制品厂商”、“内外饰零件厂商”之间各自形成一定的差异化优势，以响应速度较快、技术实力良好、品质水平较高等特色，切实有效的深耕业务开拓。

同时，与斯凯孚的交易中较早的将“以塑代钢”的功能结构零件实现批量化生产，与 T 公司的交易中大批量的将“以塑代钢”的功能结构零件应用于新能源汽车领域，均具有一定的先发优势。

### （4）主要客户已经定点项目，具有持续性需求

随着全球新能源汽车的普及和推广，以及新冠疫情在 2021 年度逐渐区域性控制带来汽车消费意愿的提升，T 公司的汽车销量增幅较大，新零件开发数量相应增长较多，向发行人采购的生产性模具数量增幅较大，公司在 2021 年度向 T 公司合计交付 179 套生产性模具，为发行人未来的汽车塑料零部件产品收入增长奠定基础。

综上所述，发行人主要产品具有一定的竞争优势，市场份额维持在合理的水平且在手订单充足；发行人所处行业准入门槛较高、相较其他领域竞争程度稍低；相比竞争者虽然在技术、资金、规模效应等方面不具有明显优势，但是依托于自身技术开发、产品制造、资源渠道等方面的能力建设，产品及技术获得客户普遍认可，收入规模实现逐年增长，因此对发行人直接面向市场独立持续经营能力不构成重大不利影响。

## 八、请保荐机构、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见

### （一）核查依据与核查过程

针对上述事项，保荐机构、申报会计师、发行人律师履行了一系列核查程序，

具体如下：

1、获取了发行人截至 2021 年 9 月短期借款、一年内到期长期借款的余额，了解各项长短期借款的期后还款、新增借款情况。

2、获取了发行人 2022 年度销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况，分析还款的可行性。

3、获取了发行人截至 2021 年 9 月短期借款、一年内到期长期借款与长期借款的借款明细，逐笔分析说明各项借款到期日的还款来源。

4、获取了银行向发行人出具的贷款意向书以及业务战略合作框架协议等资料，了解公司主要银行的借款的续贷情况。

5、通过访谈发行人管理层，了解公司的还款计划、续贷安排以及资金来源。

6、获取公司 1.33 亿元银行借款的支出明细，了解具体情况以及主要用途。

7、通过获取发行人区分供应商的成本构成明细表，分析新建厂房前五大公司的采购内容及金额。

8、通过查阅企查查等平台，核查新建厂房前五大供应商的基本情况，包括成立日期、实际控制人等信息。

9、通过对比发行人新建厂房主要供应商的厂房建造成本与当地平均造价成本，分析采购价格的公允性。

10、获取发行人、发行人实控人及其近亲属、董监高的银行流水，核查新建厂房的前五大供应商及其关联方与发行人及其关联方直接是否存在资金往来、利益输送。

11、通过访谈发行人新建厂房的前五大供应商的主要负责人，了解上述供应商与发行人是否存在利益输送。

12、通过检查发行人的借款资金使用内控及审批制度以及实际借款使用过程中的审批文件，确认发行人是否参照募集资金管理制度进行管理。

13、通过查阅发行人可比公司的公开信息，分析可比公司的供产销模式与发

行人是否存在差异以及资产负债率差异的原因。

14、通过测算公司使用募集资金偿还银行贷款后的财务状况以及偿债能力，分析使用募集资金偿债后是否仍存在偿债风险。

15、通过访谈发行人管理层，了解募集资金偿债后对生产经营的影响以及具体的应对措施。

16、获取发行人的产能利用率、产销量、在手订单等数据，分析发行人是否具有消化募投项目中汽车零部件扩建技改项目新增产能的能力。

17、通过访谈发行人管理层，了解消化募投项目中汽车零部件扩建技改项目新增产能的能力及具体措施。

18、通过计算分析主要下游客户的汽车销量及客户向公司采购占同类产品采购的比例，分析公司全球市场占有率的合理性。

19、通过查阅公开信息了解公司主要产品的市场竞争情况、包括主要竞争者和市场份额及占比情况。

20、通过查阅行业公开信息以及发行人在手订单情况，了解发行人是否存在所处行业准入门槛低、竞争激烈等情况。

21、通过查阅行业公开信息以及访谈发行人管理层，分析相比竞争者在技术、资金、规模效应等方面不具有明显优势的情形，是否对发行人直接面向市场独立持续经营能力构成重大不利影响。

## **（二）核查结论**

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：

1、发行人已在招股书说明中补充披露截至 2021 年 9 月短期借款、一年内到期长期借款的余额，各项长短期借款的期后还款、新增借款情况。

2、发行人已在招股书说明书中补充披露销售回款等日常经营性资金中可用于还款金额的测算情况；发行人的借款续贷具有可行性；发行人的各项借款到期日的还款来源主要系经营活动所得以及银行借款的续贷。

3、发行人已在招股说明书中补充披露 1.33 亿元银行借款的使用情况、主要

用途及金额以及报告期内新建厂房的成本构成，前五大供应商基本等情况；发行人新建厂房的前五大供应商与发行人不存在利益输送；发行人的借款资金使用内控及审批制度健全，发行人参照《借款管理办法》进行管理。公司制定了《募集资金管理制度》，该制度所称的募集资金系通过法律规定的公开及非公开发行证券的方式向合格投资者募集并用于特定用途的资金，银行借款资金不参照此制度进行管理。

4、发行人资产负债率高于同行业可比公司主要系公司在报告期内逐渐增加借款以满足新建厂房及业务规模扩大所带来的流动资金需求，而可比公司主要系上市公司，可通过股权进行融资，因此资产负债率高于同行业可比公司具有合理性。公司偿还银行贷款后对公司财务状况、偿债能力有一定改善，但仍面临偿债风险，公司拟采取合理控制融资成本，做好年度资金需求等应对措施来进一步降低公司的流动性风险。

5、发行人产能负荷较高、产销率较高，同时在手订单充足且持续深化业务开拓，因此具有消化募投项目中汽车零部件扩建技改项目新增产能的能力具有合理性。

6、公司汽车悬架轴承部件系列（主要为上盖、下盖等零件），以及汽车天窗控制面板系列（主要为面板框、眼镜盒、PCBA 保护盖等零件），其配套终端车型数量在全球乘用车市场销量的占有率数据，具有合理性。

7、发行人已在招股说明书中补充披露主要产品的市场竞争情况、包括主要竞争者和市场份额及占比情况；发行人所处行业不存在准入门槛低、竞争激烈的情形；相比竞争者在技术、资金、规模效应等方面不具有明显优势的情形下，未对发行人直接面向市场独立持续经营能力构成重大不利影响。

## 问题 5. 信息披露豁免的合理性

根据首轮问询回复，同行业可比公司在招股说明书中均未涉及豁免披露客户信息，对于同一下游客户与发行人信息披露存在差异的主要原因是由于所提供的商品或服务种类、重要程度以及发展阶段不同导致对商业信息保密程度也不同。

请发行人：（1）结合提供的商品或服务种类、重要程度以及发展阶段，具体说明对于同一下游客户与同行业可比公司信息披露存在差异的原因及合理性。

（2）请发行人提供申请豁免披露客户信息的依据，包括但不限于与客户签署的商务合作协议，并指明关于保密义务的具体条款；进一步说明以商业秘密为由申请 T 公司信息披露豁免是否符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 的规定。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

### 【回复】

一、结合提供的商品或服务种类、重要程度以及发展阶段，具体说明对于同一下游客户与同行业可比公司信息披露存在差异的原因及合理性

可比公司在《招股说明书》中均未涉及豁免披露客户信息，发行人本次申请公开发行并在北交所上市，基于《相互保密协议》等合约的要求，依照北交所相关规则，发行人申请豁免披露 T 公司的名称信息。

#### （一）提供的商品或服务种类

根据可比公司公开信息，可比公司中新泉股份、岱美股份、旭升股份与发行人向 T 公司提供的商品或服务均为汽车零部件。

新泉股份主要向 T 公司供应内饰件，岱美股份主要向 T 公司供应遮阳板等产品，旭升股份主要向 T 公司供应变速箱箱体、电池保护壳等产品，肇民科技和唯科科技未向 T 公司供货，骏创科技主要向 T 公司提供应用于三电系统（电机、电池、电控）实现定位、支撑、密封、防尘、防震以及为其他功能部件提供安装接口条件等功能的精密塑料结构部件，包括各类 PCBA 保护罩、支架及带金属嵌件的塑料零部件等。三电系统是新能源汽车的核心系统，其性能和安全性对新

能源汽车具有重大影响，当前新能源汽车市场竞争激烈，特别是三电系统为各大新能源汽车厂商竞争的主要方面之一，且公司提供的 T 公司三电系统部件的数量较大，鉴于商业秘密等原因，具有较高的保密要求。

## **（二）T 公司对发行人的重要程度较高**

### **1、发行人历经较长时间获批成为 T 公司合格供应商**

T 公司选拔合格供应商，具有较为严格的遴选、评审和准入程序，潜在供应商首先须具备汽车零部件行业认证（IATF16949 体系）、（ISO14001 体系）和政府有关部门出具的环保验收证明；发行人历经一年多的时间，通过了：（1）潜在供应商选择、潜在供应商评估；（2）供应商管理体系的现场评审；（3）双方协议签署；（4）客户内部审批程序等主要流程，于 2019 年与 T 公司签订框架协议正式开始合作，成为 T 公司重要供应商，获取了 T 公司全系车型的配套供货资质，为公司未来新能源汽车行业的业务发展奠定坚实基础。

客户是公司不断发展壮大的合作伙伴，对任何一家公司来说，拥有较强实力与较好声誉的客户也能反映出本公司的实力，如无保密协议的约束，发行人将着力体现其作为 T 公司重要供应商的身份。T 公司为全球领先的新能源汽车制造商，骏创科技作为 T 公司多年的一级和二级供应商，稳定的交付能力、高质量的产品以及较强的信誉一直以来是骏创科技维护 T 公司客户关系的基石。

### **2、T 公司已成为发行人的第一大客户**

报告期末，T 公司已成为发行人的第一大客户，随着合作的深入以及 T 公司的迅速发展，仍具有巨大的合作前景：（1）截至 2022 年 2 月 11 日，发行人对 T 公司的在手订单已达 1.91 亿元；（2）发行人在 2021 年度向 T 公司合计交付 179 套生产性模具，为发行人未来的汽车塑料零部件产品收入增长奠定基础；（3）截至 2021 年底，为 T 公司全系车型配套了约 250 种新能源汽车功能部件。

## **（三）T 公司保密协议约束**

近年来新能源汽车市场蓬勃发展，T 公司作为新能源汽车的领先品牌，从汽车销量到公司规模都迎来了极大发展，企业管理与知识产权保护逐渐成熟。发行人于 2019 年开始与 T 公司交易，2020 年应 T 公司要求签署了保密协议。对于 T 公司来说，企业的不断发展和市场的不断变化带来了更高的保护商业秘密的要求，

与重要零部件供应商签订保密协议，保护自身技术和设计对于其产品力维护具有重要作用，具有合理性。

综上，发行人历经较长时间获批成为 T 公司的合格供应商资质，向 T 公司提供具有较高保密要求的零件。报告期末，T 公司已经成为发行人第一大客户且在手订单规模较大，鉴于 T 公司系发行人极其重要的客户且双方签署了较为严格的保密协议，发行人应当遵守保密协议要求；可比公司中岱美股份、旭升股份、新泉股份同样向 T 公司提供了具有保密要求的零件，由于合作时间相对较早，故存在披露了 T 公司真实名称情形。因此，对于同一下游客户发行人与同行业可比公司信息披露存在差异，具有合理性。

**二、请发行人提供申请豁免披露客户信息的依据，包括但不限于与客户签署的商务合作协议，并指明关于保密义务的具体条款；进一步说明以商业秘密为由申请 T 公司信息披露豁免是否符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 的规定**

**（一）申请豁免披露客户信息的依据**

**1、相关法律规定**

（1）《反不正当竞争法》（2019 修正）第九条规定：

“经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：（三）违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；

本法所称的商业秘密，是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。

第二十一条规定：经营者以及其他自然人、法人和非法人组织违反本法第九条规定侵犯商业秘密的，由监督检查部门责令停止违法行为，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上五百万元以下的罚款。”

发行人申请豁免披露的 T 公司的相关信息目前不为公众所知悉，具有商业价值，是经权利人采取相应保密措施等商业信息，是《反不正当竞争法》所认定的

商业秘密。如违规披露此商业秘密，发行人将面临严重处罚。

(2)《民法典》第五百零一条规定：

“当事人在订立合同过程中知悉的商业秘密或者其他应当保密的信息，无论合同是否成立，不得泄露或者不正当地使用；泄露、不正当地使用该商业秘密或者信息，造成对方损失的，应当承担赔偿责任。”

发行人申请豁免披露的 T 公司的相关信息为已知悉的商业秘密，根据《民法典》的规定，不得泄露或者不正当地使用，否则将对 T 公司的生产经营活动产生影响、造成损失，发行人将承担赔偿责任。

(3)《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市审核规则（试行）》第二十九条规定：

“发行上市申请文件和对本所审核机构审核问询的回复中，拟披露的信息属于国家秘密、商业秘密，披露后可能导致其违反国家有关保密的法律法规或者严重损害公司利益的，可以豁免披露。发行人应当说明豁免披露的理由，本所认为豁免披露理由不成立的，发行人应当按照规定予以披露。”

发行人申请豁免披露的 T 公司的相关信息属于商业秘密，披露后根据《反不正当竞争法》《民法典》等法律法规的规定，发行人将产生违法行为，并有罚款和赔偿等经济处罚，严重损害公司利益的。发行人已按要求将豁免披露的申请等相关文件在申报时提交，说明了豁免披露的理由。

(4)《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务办理指南第 1 号——申报与审核》第二十五条规定：

“发行人或保荐机构认为拟披露的回复信息属于国家秘密、商业秘密，披露后可能导致其违反国家有关保密的法律法规或者严重损害公司利益的，须提交脱密处理后的问询回复，并将信息披露豁免的申请文件上传至对应的文件条目内。本所经审核认为豁免理由不成立的，发行人应当按照规定予以披露。”

申请豁免披露的 T 公司的相关信息经发行人、保荐机构、发行人律师以及申报会计师的判断，属于商业秘密，披露后可能导致其违反国家有关保密的法律法规并严重损害公司利益，发行人提交了脱密处理后的问询回复，并将信息披露豁

免的申请文件上传到了对应的文件条目内。

(5)《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》第八条规定：

“发行人有充分依据证明本准则要求披露的信息涉及国家秘密、商业秘密及其他因披露可能导致其违反国家有关保密法律法规或严重损害公司利益的，发行人可申请豁免按本准则披露。”

依据本题回复，结合法律规定和协议约定等多个角度，发行人有充分依据证明《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》要求披露的信息涉及商业秘密，披露可能导致发行人违反国家有关保密法律法规并严重损害公司利益。

## 2、协议约定

### (1) 框架协议

2019 年，骏创科技与 T 公司签署了框架协议，正式开始合作，其中第 13 条机密信息约定：

“13.1. 保密。买方截至生效日期的相互保密协议形式，或（如适用）双方之间签署的保密协议（‘NDA’）规定了双方在本协议项下的各自保密义务。NDA 的条款特此通过引用并入这些一般条款，即使在 NDA 到期的情况下，双方在 NDA 下的义务也将在本一般条款和每份合同的整个期限内继续有效。

.....

13.2. 违约金。卖方承认，买方的企业品牌具有重大价值，并且对某些买方信息保密使买方相对于其竞争对手具有显著的竞争优势。卖方同意，如果卖方未能遵守或未能导致其任何员工、代理商或供应商遵守本第 13 条的条款，卖方将很难准确确定损害赔偿金：如果卖方未能遵守或未能导致其任何员工、代理商或供应商遵守本第 13 条的条款，则损害赔偿将难以准确确定：(i) 买方与卖方之间的关系，包括但不限于卖方是买方商品或服务的供应商，以及本一般条款或合同的任何条款或条件；(ii) 保密和/或未经宣布的买方产品的存在、外观、功能或设计，或买方产品的功能、设计或功能；(iii) 有关卖方向买方提供或可能提供

的商品或服务的过去或未来数量或价值的信息，或买方向卖方提供的对买方产品未来数量的任何估计；和/或（iv）卖方知道或应该知道的其他任何买方机密信息往往会对买方的市场价值或品牌声誉产生重大影响。

如果卖方违反本第 13 条对上述任何类型信息的义务，卖方同意根据买方的要求，立即支付 2,000.00 万美元作为违约金。买方和卖方同意，上述金额是对买方因此类违约而遭受的损害的合理估计。双方还同意，每次此类违规行为都将对买方造成不可挽回的损害，买方可根据第 20.7 条（适用法律；争议解决）。就本协议而言，卖方的每项此类违约行为也应构成违约行为，买方可就任何此类违约行为行使其终止合同和其他权利。”

因此，如骏创科技违反保密要求，则构成违约行为，T 公司可依照协议约定，行使其终止合同和其他权利。

## （2）相互保密协议

2020 年 8 月 7 日，骏创科技与 T 公司签署《相互保密协议》，主要条款如下：

### 第 1 条约定：

“披露目的。基于买方和向对方建立潜在业务关系或为实现该等业务关系目标（‘披露目的’）的目的，本保密协议的任何一方或其关联方（均成为‘披露方’）可以向另一方或其关联方（均称为‘接收方’）披露保密信息。‘保密信息’是指披露方所披露的，被标记为保密的或归披露方所有的、在披露时被识别为保密的或归披露方所有的（如通过口头或可视的方式披露）、或者接收方根据接收信息的具体情形有合理理由知道应当将其视为保密的或归披露方所有的信息。”

### 第 2 条约定：

“保密。除本保密协议第 3 条约定的例外情形外，接收方不得：（a）为披露目的以外的其他目的使用披露方的保密信息；或（b）向任何个人或第三方披露保密信息，但是接收方的（i）为实现披露目的而‘有必要知悉’该等保密信息并且（ii）受到至少与本保密协议同等严格的保密义务约束的雇员、董事、顾问、专家、关联方或（经披露方书面明确允许的）其他非关联的第三方（统称为‘授权接收’）除外；（c）从下文中体现 T 公司披露的机密信息的任何原型，设计，软件或其他有形物体进行修改，逆向工程，创造其他工作成果，拆解或反编译。

接收方应当执行并维持适当的组织架构上的、技术手段上的以及行政上的安全措施，以对待其自身类似性质的保密信息时的同等注意程度保护披露方的保密信息，但任何情况下均不得低于合理注意程度。如果接收方知晓在其或其授权接收方保管或控制下的保密信息未经授权便被使用或披露，和/或未经授权便被试图获得或修改，接收方应当立即书面通知披露方，并配合披露方进行调查并减轻由此产生的不利影响。接收方应当对其授权接收方未经授权便使用或披露保密信息的行为承担责任。”

根据约定，发行人为公开发行人并在北交所上市制作申请文件不属于第 1 条所规定的披露目的，且 T 公司方面明确拒绝发行人披露其相关信息，在此情况下使用或披露保密信息的行为需要承担责任。

### 第 3 条约定：

“例外情形。如果接收方的文件和记录可以证明，本保密协议第 2 条规定的义务不适用于下列信息：（a）在披露时接收方已经获知，且无需向披露方承担保密义务的信息；（b）非因接收方的不当作为或不作为而被公开的信息；（c）收件人合法地从第三方收到的信息，而对该第三方或任何其他第三方没有保密义务，并且没有违反该第三方的保密义务；（d）经披露方书面授权同意向公众发布或在公共领域普遍提供的信息；或者（e）受限于第 2（c）条的约定，接收方在未使用或借助保密信息的情况下独立开发的信息。接收方按照法院、行政管理机构、其他政府机构或是证券交易所的命令或要求披露保密信息，不视为违反本保密协议的约定，前提是接收方已经在法律允许的范围内：（x）立即将该等命令或要求书面通知披露方；（y）在法律允许的范围内，向披露方提供机会就该等披露提出异议、限制披露要求、或寻求适当的保护令；以及（z）与披露方合作，将保密信息的披露范围缩减到满足该等命令或要求所必要的最小范围之内。符合美国联邦采购法规（允许向政府披露有关政府合同的信息）的披露将不被视为违反本保密协议。特此通知各当事方 18USC §1833（b）中规定的豁免权。”

发行人申请豁免披露的 T 公司的相关信息，截至本问询回复签署日仍为发行人需要承担保密义务的信息。

### 第 6 条约定：

“所有权。所有保密信息及其衍生信息均属于披露方的独有专属财产。本保密协议未就该等保密信息或任一方的知识产权授予或默许任何许可或其他权利。本保密协议不要求任何一方披露任何信息。相对方承认，T 公司在本协议项下披露的知识产权价值超过 500,000 美元。”

发行人如果披露 T 公司相关信息将面临对侵犯 T 公司知识产权的赔偿。

第 14 条约定：

“违约金。相对方承认，违反上述第 2 条（保密）和/或第 5 条（不公开）将对 T 公司的业务和运营产生重大不利影响，并且此类违规行为造成的损失可能无法精确确定。因此，在不限制 T 公司依法在权益法或根据本保密协议获得的其他任何补救措施的情况下，T 公司对于相对方的每次此类违法行为，有权获得相当于 T 公司因此类违约而遭受的实际损失。”

因此，如果发行人违约披露 T 公司的相关信息，将对 T 公司的业务和运营产生重大不利影响，且造成的损失可能无法精确确定，T 公司将有权获得因发行人违约而遭受的实际损失的赔偿。

### 3、针对披露事宜的沟通

2021 年 8 月 26 日，发行人董事会秘书姜伟先生就本次发行上市能否披露 T 公司作为发行人的客户、双方之间的合作项目及交易金额等事项发邮件给 T 公司供应商开发和质量主管后，遭到明确拒绝。

2022 年 1 月 25 日，发行人在收到北交所《关于苏州较创汽车科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》后，就发行人是否可以披露与 T 公司合作的相关商务信息发邮件给 T 公司供应商开发和质量主管，再次遭到明确拒绝。

综上所述，从法律规定、双方协议约定以及针对披露事宜的沟通三方面来看，发行人本次申请豁免披露 T 公司信息的依据充分。基于 T 公司系发行人重要客户，如果发行人在与 T 公司签订《相互保密协议》且在征询 T 公司意见遭到明确拒绝的情况下仍然公开披露，将违反《反不正当竞争法》《民法典》《相互保密协议》等法律法规和协议约定，发行人将违法相关法律规定产生罚款，T 公司将可能追究发行人的违约或侵权责任，产生巨额赔偿，另外将严重影响发行人与 T

公司未来的合作关系，对发行人的生产经营造成重大不利影响。

**(二)进一步说明以商业秘密为由申请 T 公司信息披露豁免是否符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 的规定**

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 中的总体规定：

“发行人有充分依据证明拟披露的某些信息涉及国家秘密、商业秘密的，发行人及其保荐机构、证券服务机构应当在提交发行上市申请文件或问询回复时，一并提交关于信息披露豁免的申请文件。”

1、发行人有充分依据证明 T 公司相关信息涉及商业秘密，相关依据见首轮问询函回复之“问题 2.向 T 公司销售大幅增长的原因及可持续性”之“三、信息披露豁免的合理性”之“(一)请发行人补充说明不予披露的原因及合理性，同行业可比公司招股说明书是否披露了相关信息，豁免披露后是否对投资者决策判断构成障碍”之“1、不予披露的原因及合理性”以及本问询函回复之本题回复之“二、请发行人提供申请豁免披露客户信息的依据，包括但不限于与客户签署的商务合作协议，并指明关于保密义务的具体条款；进一步说明以商业秘密为由申请 T 公司信息披露豁免是否符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 的规定”之“(一)申请豁免披露客户信息的依据”。

2、在提交发行上市申请文件和首轮问询函回复时，发行人已提交《苏州骏创汽车科技股份有限公司关于股票向不特定合格投资者公开发行并在北交所上市的信息豁免披露的申请报告》，保荐机构已提交《中信建投证券股份有限公司关于苏州骏创汽车科技股份有限公司信息豁免披露申请的专项核查报告》，发行人律师已提交《上海市锦天城律师事务所关于苏州骏创汽车科技股份有限公司豁免披露信息情况的专项核查意见》，申报会计师已提交中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)《关于苏州骏创汽车科技股份有限公司信息披露豁免申请的专项核查意见》。

因此发行人豁免披露 T 公司相关信息的行为符合《北京证券交易所向不特定

合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 中的总体规定。

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 中的“一、豁免申请的内容”的规定：

“发行人应在豁免申请中逐项说明需要豁免披露的信息，认定国家秘密或商业秘密的依据和理由，并说明相关信息披露文件是否符合招股说明书准则及相关规定要求，豁免披露后的信息是否对投资者决策判断构成重大障碍。”

1、发行人已在豁免申请中说明需要豁免披露的信息为 T 公司名称。

2、发行人已在豁免申请中说明认定商业秘密的依据和理由。

3、发行人已在豁免申请中说明相关信息披露文件符合招股说明书准则及相关规定要求。

4、发行人已在豁免申请中说明豁免披露后的信息不会对投资者决策判断构成重大障碍。

因此发行人豁免披露 T 公司相关信息的行为符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 中的“一、豁免申请的内容”的规定。

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 中的“三、涉及商业秘密的要求”的规定：

“发行人因涉及商业秘密提交豁免申请的，应当符合以下要求：1、发行人应当建立相应的内部管理制度，并明确相关内部审核程序，审慎认定豁免披露事项；2、发行人的董事长应当在豁免申请中签字确认；3、豁免披露的信息应当尚未泄漏。”

1、公司制定了《信息保密制度》，并严格遵守该制度的要求，明确要求严格管理客户信息，资料等相关内容，相关信息不得外泄。本次针对 T 公司信息的豁免披露，是基于实际情况，经发行人、保荐机构、发行人律师和申报会计师审慎评估后做出决定。

2、发行人的董事长沈安居先生已在豁免申请中签字确认。

3、保密协议签订后，公司严格遵守协议约定，截至本问询回复签署日，前

述豁免披露的信息尚未公开披露或出现对外泄漏的情形。

因此发行人豁免披露 T 公司相关信息的行为符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 中的“三、涉及商业秘密的要求”的规定。

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 中的“四、中介机构的核查要求”的规定：

“保荐机构及发行人律师应当对发行人信息豁免披露符合相关规定、不影响投资者决策判断、不存在泄密风险出具专项核查报告。申报会计师应当对发行人审计范围是否受到限制、审计证据的充分性、豁免披露相关信息是否影响投资者决策判断出具核查报告。”

1、保荐机构及发行人律师已对发行人信息豁免披露符合相关规定、不影响投资者决策判断、不存在泄密风险出具了专项核查报告。

2、申报会计师已出具核查报告，发表了“申报会计师的审计范围未受到限制，并获取了充分适当的审计证据”的意见，并说明豁免披露相关信息不会影响投资者决策判断。

因此发行人豁免披露 T 公司相关信息的行为符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 中的“四、中介机构的核查要求”的规定。

综上所述，发行人以商业秘密为由申请 T 公司信息披露豁免符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行并上市业务规则适用指引第 1 号》1-30 的规定。

### **三、请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见**

#### **（一）核查程序**

针对上述事项，保荐机构、发行人律师调取了相关核查依据，履行了一系列核查程序，具体如下

1、查阅可比公司公开资料，对比分析可比公司与发行人提供的商品或服务种类、重要程度以及发展阶段的差异，论证对于同一下游客户与同行业可比公司

信息披露存在差异的原因及合理性。

2、查阅《反不正当竞争法》《民法典》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市审核规则（试行）》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务办理指南第1号——申报与审核》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》等相关法规，分析发行人申请豁免披露客户信息的法律依据及违规披露可能造成的后果。

3、查阅发行人与T公司签订的框架协议和相互保密协议等文件，针对具体条款分析发行人申请豁免披露T公司信息的依据及违规披露可能造成的后果。

4、查阅《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》1-30，逐条分析发行人申请豁免披露T公司信息是否符合其规定。

## （二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人历经较长时间获批成为T公司的合格供应商资质，向T公司提供具有较高保密要求的零件。报告期末，T公司已经成为发行人第一大客户且在手订单规模较大，鉴于T公司系发行人极其重要的客户且双方签署了较为严格的保密协议，发行人应当遵守保密协议要求；可比公司中岱美股份、旭升股份、新泉股份同样向T公司提供了具有保密要求的零件，由于合作时间相对较早，故存在披露了T公司真实名称情形。因此，对于同一下游客户发行人与同行业可比公司信息披露存在差异，具有合理性。

2、根据相关法律规定及发行人与客户签署的相关协议，发行人申请豁免披露T公司的信息具有合理依据，且符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》1-30的规定。

## **问题 6. 关于信息披露质量及中介机构勤勉尽责**

首轮问询回复存在部分问题回复避重就轻、论证不充分、披露不准确、前后内容重复、错别字、文字表述不规范等问题。

请发行人仔细校对申报材料，确保信息披露内容真实、准确、完整以及文件齐备，认真回复问询问题，精简文字，切实提高信息披露质量，避免错误、遗漏、重复。

请保荐机构、发行人律师及申报会计师仔细核对申请及回复材料，确保信息披露简明易懂、便于投资者阅读理解，切实提高执业质量。针对错漏以及核查结论前后不一致或矛盾的情形（如有），认真修改完善并在问询回复中分类列示。

### **【回复】**

一、请发行人仔细校对申报材料，确保信息披露内容真实、准确、完整以及文件齐备，认真回复问询问题，精简文字，切实提高信息披露质量，避免错误、遗漏、重复

发行人根据《北京证券交易所上市公司证券发行上市审核规则（试行）》等相关规则的要求，严格进行信息披露工作。对于申报文件及回复材料中存在的回复避重就轻、论证不充分、披露不准确、前后内容重复、错别字、文字表述不规范等情况，发行人对申报文件和回复材料进行了全面梳理和复核。协同保荐人、申报会计师及发行人律师对信息披露瑕疵进行了纠正，确保信息披露内容真实、准确、完整以及文件齐备，认真回复问询问题，精简文字，切实提高信息披露质量，避免错误、遗漏、重复，相关修订内容不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏的情形，不会对投资者作出价值判断和投资决策产生重大不利影响，不存在欺诈发行、重大信息披露违法的情形。

二、请保荐机构、发行人律师及申报会计师仔细核对申请及回复材料，确保信息披露简明易懂、便于投资者阅读理解，切实提高执业质量

(一) 请保荐机构仔细核对申请及回复材料，确保信息披露简明易懂、便于投资者阅读理解，切实提高执业质量

保荐机构通过将招股说明书、全套申报文件及回复材料与引用数据的来源资料及申报审计报告比对、重新计算申请文件数据等方式对招股说明书及全套申报文件的相关内容进行了核实，保荐机构按照《保荐人尽职调查工作准则》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务办理指南第 1 号——申报与审核》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》的规定，再次认真核对申报文件以及回复材料全文，并对申报文件及回复材料存在的回复避重就轻、论证不充分、披露不准确、前后内容重复、错别字、文字表述不规范等问题进行更正，将切实提高执业质量，保证提供、报送或披露的资料、信息真实、准确、完整，切实履行勤勉尽责义务。

保荐机构根据中国证监会《保荐人尽职调查工作准则》的规定，本着诚实守信和勤勉尽责的原则，对发行人进行尽职调查，前期尽职调查情况如下：

保荐机构项目组于 2021 年 3 月进场开始工作，先后实施了全面尽职调查、辅导、申报材料制作、问询回复等工作。保荐机构根据《证券发行上市保荐业务管理办法》、《保荐人尽职调查工作准则》、《北京证券交易所证券发行上市保荐业务管理细则》（以下简称“《保荐业务管理细则》”）等相关规定的要求，结合发行人的特点对发行人开展了审慎、独立的尽职调查工作。在尽职调查过程中，保荐机构项目组实施了必要的查证和询问程序，包括但不限于以下方式：向发行人及相关主体下发了尽职调查文件清单；向发行人及相关主体进行尽职调查培训和解答相关问题；审阅、复核尽职调查搜集的文件和其他证券服务机构的相关文件；针对发行人所处的行业和业务特点，项目组有针对性的约请发行人的中高层管理人员进行访谈；定期召开中介机构协调会；查阅公开信息、搜集行业资料；实地调查、问询访谈与函证；执行财务核查程序；建立保荐工作底稿等。在尽职调查过程中，保荐机构项目组对发行人主要供应商及主要客户进行了实地走访、视频访谈、函证，并取得了相关访谈问卷。

尽职调查工作贯穿于整个项目执行过程。项目组对发行人的历史沿革、业务与技术、同业竞争与关联交易、董事、监事及高级管理人员、公司治理、财务与会计、业务发展战略、募集资金运用等各方面的情况进行了全面、深入的了解。针对尽职调查中发现的问题，项目组会同发行人律师和发行人会计师拟定了整改方案，并督促发行人予以落实。

综上，保荐机构已按规则要求诚实守信、勤勉尽责、公正独立开展业务，已仔细核对申请及回复材料，确保信息披露简明易懂、便于投资者阅读理解，切实提高执业质量。

**（二）请发行人律师仔细核对申请及回复材料，确保信息披露简明易懂、便于投资者阅读理解，切实提高执业质量**

发行人律师已对律师工作报告、法律意见书、补充法律意见书及申报时提交的鉴证文件等为发行人本次发行上市出具的申报文件及回复材料进行了检查和核对，根据《证券法》《公司法》《北京证券交易所上市公司证券发行上市审核规则（试行）》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等法律、行政法规、规章及规范性文件和中国证监会、北交所的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对与发行人本次发行上市有关的事宜以及北交所问询涉及的相关问题进行充分的检查和核对，保证该等申报文件及补充法律意见书回复所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；确保信息披露简明易懂、便于投资者阅读理解，无错漏以及核查结论前后不一致或矛盾的情形。

**（三）请申报会计师仔细核对申请及回复材料，确保信息披露简明易懂、便于投资者阅读理解，切实提高执业质量**

申报会计师已针对历次出具的审计报告及其他用于发行人申请本次发行上市的相关文件进行进一步核对，并针对首次问询意见回复涉及财务相关的数据及事项，再次进行认真复核，具体如下：

申报会计师再次全面核对申报文件、提供、报送或披露的资料、信息，确认

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；

申报会计师对全套申报文件中的各项财务数据进行了认真勾稽校验，包括但不限于：财务报表数据、函证数据及各项指标数据等；对全套申报文件中关于内控制度及审批流程的表述进行复核，以加强信息披露质量，强化风险意识，提高文件质量。

综上，申报会计师对于申报时提交的财务报表及审计报告及其他鉴证报告等用于发行人申请本次发行上市的相关文件进行进一步核对，申报数据前后保持一致。针对招股说明书涉及财务相关的数据及事项，按照财政部颁布的《企业会计准则》及其他相关规定、《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）的披露规定，再次进行认真复核，重新计算相关的数据，对部分问题回复避重就轻、论证不充分、披露不准确、前后内容重复、错别字、文字表述不规范等问题进行更正，已仔细核对申请及回复材料，确保信息披露简明易懂、便于投资者阅读理解，保证提供、报送或披露的资料、信息真实、准确、完整，切实履行勤勉尽责义务，切实提高执业质量。

### 三、针对错漏以及核查结论前后不一致或矛盾的情形（如有），认真修改完善并在问询回复中分类列示

#### （一）避重就轻、论证不充分

针对申报文件及首次问询回复存在的避重就轻、论证不充分的问题，发行人、保荐机构、发行人律师及申报会计师进行了认真修改完善，具体情况如下：

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况
1	首轮问询回复“问题 4.与主要客户合作稳定性及可持续性”之“(3) 补充披露发行人 2020 年以来是否与原前五大客户苏州诺璧昌、上海诺璧昌、饰而杰、爱威电子存在购销关系，如有，请说明相关客户变动较大的原因；说明公司为降低客户集中度所采取的措施，相关措施是否有效，以及公司是否存在开发新客户的困难”	关于“公司是否存在开发新客户的困难”论证不充分。	发行人补充说明了报告期内新客户开发的具体进展，具体参见本问询回复之“问题 2.主要客户销售可持续性 & 新客户开拓”之“(5) 逐家说明长安马自达、比亚迪等报告期内新客户开发的具体进展，包括但不限于是否形成合作意向协议、签署框架合同以及在手订单金额等情况”。
2	首轮问询回复“问题 16.募投项目的必要性及合理性”之“(1) 汽车零部件扩建技术改造项目的合理性”	关于“结合目前在手订单情况、现有产能、产能利用率、当前销量和市场需求说明发行人是否具有消化募投项目新增产能的能力及具体措施”论证不充分。	发行人补充论述了是否具有消化募投项目新增产能的能力及具体措施，具体参见本问询回复之“问题 4.募集资金使用的合理性”之“(5) 补充披露目前订单、产能情况，结合当前销量和市场需求进一步说明发行人是否具有消化募投项目中汽车零部件扩建技改项目新增产能的能力及具体措施”。
3	首轮问询回复“问题 10. 平均售价持续增长、境外销售占比大幅提升”之“(2) 境外销售模式及收入占比大幅提升的合理性”之“⑥量化分析物流运输记录、资金	关于“量化分析物流运输记录、发货验收单据、出口单证、中国出口信用保险公司	补充论证如下： 一、量化分析物流运输记录、发货验收单据、出口单证、中国出口信用保险公司数据与发行人境外销售收入是否匹配 (一) 物流运输记录与外销数量的匹配性

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况																																												
	划款凭证、发货验收单据、出口单证、中国出口信用保险公司数据、外汇管理局数据、出口退税金额等与发行人境外销售收入是否匹配，说明发行人是否存在通过关联方、第三方代收货款的情况，如有，请详细披露。”之“量化分析物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证、中国出口信用保险公司数据、外汇管理局数据、出口退税金额等与发行人境外销售收入是否匹配”	数据与发行人境外销售收入是否匹配”论证不充分。	<p>报告期内，公司的物流运输数量与外销数量的匹配关系情况具体如下： 单位：万件</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>项目</th> <th>2021 年度</th> <th>2020 年度</th> <th>2019 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>物流运输数量</td> <td>1,845.09</td> <td>865.69</td> <td>658.20</td> </tr> <tr> <td>外销数量</td> <td>1,858.56</td> <td>849.35</td> <td>657.60</td> </tr> <tr> <td>差异</td> <td>-13.47</td> <td>16.34</td> <td>0.60</td> </tr> </tbody> </table> <p>报告期内，公司境外收入的物流运输数量与外销数量差异较小，系时间性差异。</p> <p><b>(二) 发货验收单据与外销数量匹配性</b> 报告期内，公司的发货验收数量与外销数量的匹配关系情况具体如下： 单位：万件</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>项目</th> <th>2021 年度</th> <th>2020 年度</th> <th>2019 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>发货验收数量</td> <td>1,858.56</td> <td>849.35</td> <td>657.60</td> </tr> <tr> <td>外销数量</td> <td>1,858.56</td> <td>849.35</td> <td>657.60</td> </tr> <tr> <td>差异</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>报告期内，公司的发货验收数量与外销数量一致。</p> <p><b>(三) 出口单证与外销数量匹配性</b> 报告期内，公司的报关单证数量与外销数量的匹配关系情况具体如下： 单位：万件</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>项目</th> <th>2021 年度</th> <th>2020 年度</th> <th>2019 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>报关数量</td> <td>1,846.00</td> <td>849.06</td> <td>647.20</td> </tr> <tr> <td>提单数量</td> <td>1,846.00</td> <td>849.06</td> <td>647.20</td> </tr> </tbody> </table>	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	物流运输数量	1,845.09	865.69	658.20	外销数量	1,858.56	849.35	657.60	差异	-13.47	16.34	0.60	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	发货验收数量	1,858.56	849.35	657.60	外销数量	1,858.56	849.35	657.60	差异	-	-	-	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	报关数量	1,846.00	849.06	647.20	提单数量	1,846.00	849.06	647.20
项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度																																												
物流运输数量	1,845.09	865.69	658.20																																												
外销数量	1,858.56	849.35	657.60																																												
差异	-13.47	16.34	0.60																																												
项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度																																												
发货验收数量	1,858.56	849.35	657.60																																												
外销数量	1,858.56	849.35	657.60																																												
差异	-	-	-																																												
项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度																																												
报关数量	1,846.00	849.06	647.20																																												
提单数量	1,846.00	849.06	647.20																																												

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况			
			外销数量	1,858.56	849.35	657.60
			差异	-12.56	-0.29	-10.40
4	<p>首轮问询回复“问题 13.实际控制人与客户实际控制人资金往来”之“(1) 逐项披露报告期内发行人及其关联方与苏州释欣及其关联方的业务往来、资金往来的交易背景、交易内容及金额，结合苏州释欣主营业务、经营状况及财务状况分析上述交易的商业合理性、定价依据及公允性，说明发行人及其关联方与苏州释欣及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排，苏州释欣及其关联方是否与发行人主要供应商及客户存在关联关系、业务及资金往来或其他利益安排，是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。”之“结合苏州释欣主营业务、经营状况及财务状况分析上述交易的商业合理性、定价依据及公允性”</p>	<p>关于“向苏州释欣支付收购意向金的商业合理性、定价依据及公允性”论证不充分</p>	<p>补充论证如下：</p> <p><b>1、向苏州释欣支付收购意向金的商业合理性、定价依据及公允性</b></p> <p>发行人通过对苏州释欣的考察，了解到苏州释欣注册资本 600.00 万元，法定代表人和执行董事为周伟锋，主要面向消费电子、汽车零件等行业客户从事喷漆加工服务，租赁约 6,000 平方米厂房，有喷漆线和相关测试设备，具有生产能力和技术能力，营业收入每年约为 600.00 万元-700.00 万元，有稳定的客户群，符合发行人的投资标的要求。</p> <p>经过多次沟通，双方初步达成框架合作协议意向，主要为：</p> <p>(1) 苏州释欣注册资本 600.00 万元，未进行实缴，针对于估值沟通后约定：苏州释欣维持 600.00 万元注册资本，老股东承担 600.00 万元实缴义务，苏州释欣整体投前估值 600.00 万元，发行人以 1 元/股的方式拟出资 624.49 万元，整体投后估值 1,224.49 万元，收购后发行人持股 51.00%；</p> <p>(2) 在发行人收购前，苏州释欣要完成财务合规和环保合规的相关程序，完成财务审计报告和环保许可资质；</p> <p>(3) 双方共同约定合作意向金 200.00 万元，用于排他性收购的约束，后续如因苏州释欣自身问题导致发行人收购失败，苏州释欣需全额退还意向金。发行人于 2018 年 1 月向苏州释欣支付 200.00 万意向金。</p> <p>发行人于 2017 年 7 月 12 日，召开第一届董事会第十四次会议，审议通过了《关于&lt;公司与苏州释欣汽车零部件有限公司签订股权投资框架合作协议&gt;的议案》。</p>			

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况															
			<p>发行人通过支付 200.00 万元意向金，与苏州释欣签署了含排他性条款的框架合作协议，意向金约定收购失败后全额退还，符合商业逻辑，具有合理性。由于苏州释欣创立初期资产规模较低且无土地厂房等溢价资产，与发行人的资源整合有助于双方的市场拓展，故以 1 元/股作价，具有公允性。</p>															
5	<p>首轮问询回复“问题 13.实际控制人与客户实际控制人资金往来”之“(2)结合苏州释欣经营状况及财务状况说明其对发行人及实际控制人沈安居各项债务的偿还能力，披露发行人对苏州释欣应收账款、长期应收款单项计提坏账准备计提比例的确定依据、计提的充分性，说明期后的回款情况”</p>	<p>关于“说明期后的回款情况”论证不充分。</p>	<p>补充论证如下： 截至 2022 年 3 月 24 日，苏州释欣的期后回款情况具体如下： 单位：万元</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>项目</th> <th>2021 年 12 月 31 日</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>应收款项余额</td> <td>373.89</td> </tr> <tr> <td>期后回款金额</td> <td>16.74</td> </tr> </tbody> </table> <p>注：上表中应收款项余额包含应收账款以及长期应收款余额。 2021 年 12 月 31 日，公司对苏州释欣的应收款项余额为 373.89 万元。苏州释欣按照双方约定的还款计划进行还款，截至 2022 年 3 月 24 日，公司收到苏州释欣的期后回款金额为 16.74 万元。</p>	项目	2021 年 12 月 31 日	应收款项余额	373.89	期后回款金额	16.74									
项目	2021 年 12 月 31 日																	
应收款项余额	373.89																	
期后回款金额	16.74																	
6	<p>首轮问询回复“问题 13.实际控制人与客户实际控制人资金往来”之“请保荐机构、申报会计师：(1)核查上述问题并发表明确意见，说明核查方法、核查范围、核查证据及核查结论。(2)说明对发行人实际控制人及其关联人和近亲属、董监高、关键岗位人员等资金流水的具体核查情况，包括但不限于核查范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查金额重要性水平等。”之“(2)说明对发行人实际控制人及其关联人和近亲属、董监高、关键岗位人员等资金流水的具体核查情况，包括但不限于核查范围、核查账户数量、取得</p>	<p>关于“说明对发行人实际控制人及其关联人和近亲属资金流水的具体核查情况”论证不充分。</p>	<p>补充论证如下： <b>1、核查范围及核查账户数量</b> (1) 实际控制人及近亲属 保荐机构、申报会计师对实际控制人及其近亲属银行资金流水进行了核查，除实际控制人未成年子女外，共计核查 5 人，核查银行账户 23 个，具体情况如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>姓名</th> <th>职务/性质</th> <th>覆盖期间</th> <th>核查账户数(个)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>沈安居</td> <td>实际控制人、董事长、总经理</td> <td>2019 年 1 月-2021 年 12 月</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>李祥平</td> <td>实际控制人、董事</td> <td>2019 年 1 月-2021 年 12 月</td> <td>8</td> </tr> </tbody> </table>	序号	姓名	职务/性质	覆盖期间	核查账户数(个)	1	沈安居	实际控制人、董事长、总经理	2019 年 1 月-2021 年 12 月	9	2	李祥平	实际控制人、董事	2019 年 1 月-2021 年 12 月	8
序号	姓名	职务/性质	覆盖期间	核查账户数(个)														
1	沈安居	实际控制人、董事长、总经理	2019 年 1 月-2021 年 12 月	9														
2	李祥平	实际控制人、董事	2019 年 1 月-2021 年 12 月	8														

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况						
资金流水的方法、核查金额重要性水平等”			3	沈建华	实际控制人沈安居父亲	2019年1月-2021年12月	3		
			4	孙国花	实际控制人沈安居母亲	2019年1月-2021年12月	1		
			5	王志英	实际控制人李祥平母亲	2019年1月-2021年12月	2		
			<b>合计</b>						<b>23</b>
			(2) 董监高、关键岗位人员						
			保荐机构、申报会计师对发行人董监高、关键岗位人员等银行资金流水进行了核查，共计核查银行账户81个，具体情况如下：						
			序号	姓名	职务/性质	覆盖期间	核查账户数(个)		
			1	姜伟	董事、副总经理、董事会秘书	2019年1月-2021年12月	4		
			2	汪士娟	董事、财务部副经理	2019年1月-2021年12月	7		
			3	秦广梅	董事、采购课长	2019年1月-2021年12月	6		
4	蔡万旭	董事	2019年1月-2021年12月	11					
5	刘艳蕾	董事	2019年1月-2021年12月	8					
6	李亮	监事会主席、管理部经理、总经理助理	2019年1月-2021年12月	10					
7	杨冬良	监事、开发部副总	2019年1月-2021年12月	9					
8	谭志海	职工监事、设计课副经理	2019年1月-2021年12月	5					
9	笄春梅	财务总监	2019年1月-2021年12月	7					
10	周娟	销售、报告期内离任监事	2019年1月-2021年12月	5					

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况			
					月	
			11	浦申婷	2019年1月-2021年12月	5
			12	郁瑛	2019年1月-2021年12月	4
			合计			81
			<p><b>2、取得资金流水的方法</b></p> <p>(1) 陪同发行人实际控制人及其他关键人员到银行现场打印个人银行流水。</p> <p>(2) 通过“支付宝”、“云闪付”等 App 对上述核查范围内人员进行逐一核查，对其名下 5 大银行（中行、农行、工行、建行、交行）、12 家股份制商业银行及工资卡所在银行苏州银行进行覆盖，并记录。</p> <p>(3) 取得了发行人实际控制人及其近亲属、董监高及其关键人员借记卡账户银行流水，通过交叉对比自身互转账户及与其他人员产生交易账户等方式，确认账户不存在遗漏，取得上述人员出具的完整资金流水的承诺函。</p> <p>(4) 逐笔查看了发行人实际控制人及其近亲属、董监高及其关键人员的银行流水，与对应人员沟通确认收支主要用途。</p> <p>(5) 对发行人报告期各期客户、供应商进行了网核，录入其股东及董监高名单；将上述资金流水与已获取的发行人报告期前十大客户、供应商主要股东、董监高名单进行比对，核查是否存在资金往来的情形。</p> <p>(6) 通过查阅发行人实际控制人、董监高调查表，了解其及主要近亲属对外投资、兼职信息。</p> <p>(7) 取得发行人实际控制人及其近亲属、董监高及其关键人员关于提供资金流水不涉及与公司客户、供应商等主体存在资金往来，不涉及公司通过体外资金发放薪酬，不涉及股份代持、委托持股，不存在与公司有其他利益安排等情形的说明。</p> <p>(8) 取得了上述人员关于提供银行账户完整性、关于大额资金往来交易情况的说明承诺函。</p>			

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况
			<p>(9) 对于外部独立董事, 获取其承诺函, 确认其不存在为公司收取货款或支付供应商款项, 不存在为公司承担成本费用情况, 不存在收取账外支付的薪酬及费用情况, 与公司及公司关联方不存在其他利益安排。</p> <p><b>3、核查金额重要性水平</b></p> <p>根据已取得的个人资金流水, 按照核查金额重要性水平 (单笔金额 2 万元人民币及以上), 对报告期内的金额较大的银行流水进行核查。</p> <p>对需核查主体进一步解释的金额较大的银行流水, 向相关人员了解情况, 取得外部证据作为支持性文件以核实资金的真实用途, 如取得购房合同、购买理财记录、购车凭证、借款合同、借条等, 并取得上述相关人员签署的承诺函。</p> <p><b>4、核查结论</b></p> <p>(1) 通过上述核查程序, 核查范围内 17 名自然人上述 104 个人银行账户, 不存在无法获取或存在获取障碍的情况。</p> <p>(2) 通过核查上述银行账户, 实际控制人及其关联人和近亲属、董监高、关键岗位人员资金流水, 除沈安居与周伟锋个人借贷外, 不涉及与公司客户、供应商等主体存在资金往来的情形, 不存在为公司收取客户回款、支付供应商货款及代垫成本、费用情况; 除正常工资薪酬外, 不涉及发行人通过体外资金发放薪酬的情况; 不涉及股份代持、委托持股情形; 不涉及其他利益安排或约定, 不涉及体外资金循环情况。</p>

## (二) 披露不充分

针对申报文件及首次问询回复存在的披露不充分的问题, 发行人、保荐机构、发行人律师及申报会计师进行了认真修改完善, 具体情况如下:

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况
1	首轮问询函回复中的“问	发行人及中介	修改如下:

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况			
	题 4. 与主要客户合作稳定性及可持续性”之“(2)请结合行业状况、主要客户的市场地位以及发行人与主要客户交易合同的主要条款、质量纠纷的解决机制、合同期限等, 详细分析公司与主要客户交易的可持续性, 说明公司为维护主要客户稳定性所采取的措施。”中关于“发行人与主要客户交易合同的主要条款、质量纠纷的解决机制、合同期	机构在披露交易合同的主要条款时, 仅列示了主要条款的名称, 未列示条款的具体内容。	客户名称	交易合同的主要条款	质量纠纷的解决机制	合同期限
			斯凯孚	<p>(1) 交付。①交付应当根据约定的交付日期进行。②斯凯孚无任何义务接受超过约定数量而多供应的或在约定日期前交付的产品。此等产品可由供应商负担费用退回供应商。此等产品的损失风险由供应商承担。③供应商应当承担任何保证已延迟的交付准时到达斯凯孚而产生的额外运费。④供应商应当就斯凯孚因延迟交付发生的所有费用、损害及损失补偿斯凯孚。</p> <p>(2) 支付。①除非另行书面约定, 款项应当自收到发票后六十(60)日内支付。款项始终不得在产品交付前支付。②斯凯孚不应接受任何额外费用, 如服务费或开票费。</p> <p>(3) 质量要求。①供应商应当遵守斯凯孚对供应商质量标准。产品应当与斯凯孚指定的或另行建立的技术规格及其它规格一致, 全部规格将被考虑以要求每一产品交付给斯凯孚时必须是全新的, 除非可适用的规格明确允许被使用过的经修理的或经改造的产品。斯凯孚可拒绝接受任何与全部可适用的规格不相符的产品, 在此等情形下, 视为供应商未交付产品。②斯凯孚批准产品的交付样品及相关规格后(如有提供), 未经斯凯孚事先书面同意, 供应商不得更改产品的功能、外观、属性及材料。</p>	任何因协议产生或与协议有关的纠纷、争议或主张或协议的违反、解除或无效应当最终根据现行有效的联合国国际贸易法委员会仲裁规则仲裁解决。仲裁人员应当为三名且至少首席仲裁员应当来自仲裁举行地国。指派机构应当为在巴黎的国际商会。仲裁地应当为斯凯孚采购公司主要营业地所在国首都城市。仲裁应当, 除非另行约定, 以英语进行。	长期有效
			安通林	<p>(1) 产品规格。①产品规格以后续合作过程中双方相关部门和授权人签字确认的产品规范书(及相关图纸)为准。②乙方制造或提供给甲方的产品或部件必须符合《价格清单》和产品技术规范要求的产品规格。</p> <p>(2) 采购订单。①采购订单是甲方向乙方发出的契约性单据, 旨在确定合同零部件的名称、价格、交货地点、交货条件(运输方式), 一经合同双方认可, 视为本合同的延续和不可分割部分, 列为合同的附件。②甲方直接向乙方下订单, 乙方在收到甲方订单后, 应在 2 个工作日内以书面形式确认订单并同时回传给甲方, 经双方确认后的订单即为生效订单, 乙方必须全面执行生效订单。超出 2 个工作日乙方没有确认的订单, 则视同乙方默认订单内容并且执行采购订单, 而且甲方有权随时取消或变更。</p> <p>(3) 价格。本协议规定的价格特指双方现在或后续以《采购订单》中</p>	发生纠纷时均应通过谈判或调解解决, 如果谈判或调解在三个月内未取得任何双方可以接受的协议, 则应提交中国国际贸易经济仲裁委员会上海分会仲裁解决。	2019.1.1-2022.12.31 (期满前 6 个月, 双方未提出终止要求, 则自动延长一年)

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况	
	限等”		<p>经双方确认的具体价格。双方同意，若《采购订单》与《价格协议》中价格有冲突时，以《价格清单》价格为准。</p> <p>(4) 支付。甲方应在乙方货物运至甲方仓库同时经甲方公司检验合格，并收到供应商的发票，在月底汇总后 60 天内付款。</p> <p>(5) 供货。乙方应将货物运至合同规定的交货地点，交货时间以甲方收货的戳记日期、收到乙方或承运部门提货通告日期为准。</p>	
		T 公司	<p>(1) 合同。①T 公司和/或其关联公司可能会根据 T 公司的预期需求向卖方发出采购订单：(i) 未来 12 个日历月或 T 公司不时确定的其他期间内的产品（此类采购订单称为“生产采购订单”），和/或 (ii) 其他商品或服务，包括开发部件和/或开发服务（此类采购订单称为“离散采购订单”）。②卖方需在 10 个工作日内回复接受或拒绝任何采购订单。如果卖方无法满足采购订单中规定的条款，卖方需通知 T 公司并提出替代条款。如果 T 公司接受此类替代条款，T 公司应发布一份修订后的采购订单，其中包括上述替代条款。③一旦卖方接受，相关采购订单的条款以及其他合同文件中的条款将成为 T 公司与卖方之间具有约束力的合同。④除非 T 公司书面要求或指示，否则卖方不得对产品、制造工艺或供应商进行任何变更。</p> <p>(2) 商品。①在 T 公司使用某些货物生产 T 公司产品的期间（“生产期”）及其后的 10 年（“服务期”），卖方将向授权买方出售产品，以满足服务要求。②在生产期和服务期内，如果授权买方希望购买产品的部件或零件，卖方将以反映部件或零件成本减去装配成本的公平价格出售此类部件或零件，加上与相关产品相应的加价，以及包装、装配或制造的任何实际成本差异。③在生产期结束后，卖方将在整个服务期间保持作业模具和足够的材料库存，以生产新的服务部件。</p> <p>(3) 交货。T 公司可以指定运输方式以及每次发货时提供的装箱单和其他文件的类型和数量。</p> <p>(4) 付款。①采购价格为：(a) 采购订单中规定的价格，除非另有明确书面约定，合同期间的固定价格不因任何原因增加，包括增加的原材料成本、增加的劳动力或其他制造成本，开发成本增加，或数量或项目长度与预计相比发生变化；(b) 包括根据适用的税费（如有）以及适用于提供产品的任何关税；和 (c) 包括所有储存、搬运、包装、标签、装运和所有其他费用和收费。②发票仅在产品交付至授权买方指定的交付地点时或之后开具，并且在向卖方邮寄支票、电汇或开始</p>	<p>在提起诉讼之前，买方和卖方应努力通过善意谈判解决因本一般条款或合同引起或与之相关的任何争议。如果争议无法在合理的时间内通过此类谈判解决，任何一方均可要求在加利福尼亚州旧金山、司法仲裁和调解服务或双方批准的调解员进行不具约束力的调解，任何一方均不得无理拒绝批准另一方善意提出的调解员。各方当事人应本着诚意参与调解程序，各自承担费用，并平均分担调解员的费用和开支。如果双方在开始调解后 60 天内无法通过善意谈判解决争议，则只有这样，任何一方才能在加利福尼亚州圣克拉拉县的州法院或加利福尼亚州北区的联邦法院提起诉讼。双方不可撤销地服从这些法院的专属管辖权，并同意在此类法院提起的任何诉讼或程序的最终判决将是决定性的，并且可以在任何其他司法管辖区通过对判决（其经认证的副本将成为判决的确</p> <p>长期有效</p>

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况			
				<p>其他付款方式后，将视为付款。③除非采购订单另有规定，当货物送达授权买方指定的目的地以及所需的支持已完成；授权买方将在卖方交付产品的 60 天（从月底算起）支付卖方费用。</p>	<p>凿证据)或法律规定的任何其他方式执行。</p>	
			广达集团	<p>(1) 产品的供应。供应商应向广达出售、广达可向供应商购买根据正式签署的采购订单不定期订购的产品。</p> <p>(2) 价格和付款。①广达可向供应商提供初始目标成本（或“初始目标价格”）。供应商应以等于或低于初始目标价格的价格提供产品。如果供应商无法以初始目标价提供产品，且广达仍愿意以高于初始目标价的价格购买相关产品，无论订购数量如何，该价格在任何情况下均不得超过供应商向其任何客户提供的最佳价格。②除非双方另有约定，供应商应致力于制定包括 DDP（已完税交货）在内的装运条款，并将其运至广达不时指定的广达生产场地。产品的所有价格应包括所有费用，包括但不限于产品运至广达指定生产场地前产生的税费、关税、运输成本、人工成本等。任何采购订单的价格应为双方约定的产品到达广达工厂之日的有效价格。③除非双方另有书面约定，供应商向广达报价或广达向供应商支付的所有款项均应以美元支付。供应商应在与广达确认已收到产品且该产品已成功通过广达检验程序后，就本协议项下销售的产品向广达或其任何关联公司、子公司和承包商开具发票。</p> <p>(3) 订单。广达应尽其在商业上的合理努力向供应商提供三十周无约束力的预测。广达可通过不时向供应商发出采购订单来采购产品。除非在收到该采购订单后两天内向广达提交了具有不可弥补原因的拒绝通知，采购订单（“采购订单”）应被视为已被供应商接受。</p>	<p>发生纠纷应通过友好协商解决，若无法解决，则应提交至中国国际贸易经济仲裁委员会上海分会仲裁解决。</p>	长期有效
			和硕联合	<p>(1) 订货单。为协助乙方提前规划产能，甲方得定期或随时向乙方提供预估需求量，该预估需求量仅供乙方参考，甲方无须依该预估需求量向乙方采购物料。乙方应于每月月初提供甲方最新之物料产能计划。甲方可透过 EPO 系统发出订货单给乙方，订货单中须载明物料名称、型号、数量、价格、付款条件、交货地点及交货日期等信息。乙方应每日上线至 EPO 系统确认订货单。透过 EPO 系统发出之订货单，一经由乙方操作确认，即具有法律效力。</p> <p>(2) 价格条件。物料之价格应以甲方提货或交付至甲方时双方协议之最优惠价格为准，且乙方保证该价格不高于乙方提供予其它第三人之</p>	<p>本合同以中国法律为据法，双方并同意因本合同所致之任何纠纷与争议：(1) 如果甲方之公司所在地位于苏州，以苏州人民法院为第一审管辖法院；(2) 如果甲方之公司所在地位于上海，应由上海国际经济贸易仲裁委员会，依据该会仲裁规则解决；(3) 如果甲</p>	长期有效

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况
			<p>价格。</p> <p>(3) 付款条件。付款条件为当月结一百二十天（补充协议中修改为：NET90 天）。</p> <p>方之公司所在地位于重庆，以重庆人民法院为第一审管辖法院；(4) 若甲方之公司所在地为前述以外之地区，应由甲方之公司所在地之仲裁协会（或仲裁委员会）依据该会仲裁会泽解决。</p>

### （三）文字表述不规范

针对申报文件及首次问询回复存在的文字表述不规范的问题，发行人、保荐机构、发行人律师及申报会计师进行了认真修改完善，具体情况如下：

序号	涉及问题	需完善的内容	完善情况
1	招股说明书中的“重大事项提示”和“第三节 风险因素”以及在首轮问询函回复中“问题 12.流动性风险及持续分红对流动性的影响”之“(2) 报告期内长短期借款余额远大于货币资金余额”	发行人及中介机构披露了房产、土地抵押风险，其中“公司抵押了部分房屋建筑物和土地使用权”的表述不规范。	将“公司抵押了部分房屋建筑物和土地使用权”修改为“公司抵押了房屋建筑物和土地使用权”。具体表述如下： 报告期内，公司为了满足公司快速发展需求，主要通过银行借款方式补充日常营运资金。为获得银行借款，公司抵押了房屋建筑物和土地使用权。截至报告期末，公司已抵押房屋建筑物面积为 29,654.71 平方米，已抵押土地使用权面积为 20,004 平方米。上述资产是公司生产经营所必需的资产，若公司经营出现重大变化导致不能及时、足额偿还债务，将面临银行等抵押权人依法对资产进行限制或处置的风险，从而对公司的正常经营造成不利影响。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及公开发行股票并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

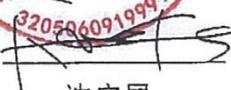
**【回复】**

发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照北京证券交易所相关审核要求与规定进行审慎核查。经核查，发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：发行人不存在涉及向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为苏州骏创汽车科技股份有限公司《关于苏州骏创汽车科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）

苏州骏创汽车科技股份有限公司



法定代表人：   
沈安居

2022年3月29日

(本页无正文，为中信建投证券股份有限公司《关于苏州骏创汽车科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页)

保荐代表人签名： 王飞跃      张宇  
王飞跃                      张宇

中信建投证券股份有限公司  
2022年3月29日



## 关于本次反馈意见回复报告的声明

本人作为苏州骏创汽车科技股份有限公司保荐机构中信建投证券股份有限公司的法定代表人、董事长，现就本次审核问询函的回复郑重声明如下：

“本人已认真阅读《关于苏州骏创汽车科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。”

法定代表人/董事长签名：\_\_\_\_\_



王常青

中信建投证券股份有限公司

2022年3月29日

