

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于河北华密新材科技股份有限公司  
公开发行股票并在北交所上市申请文件的  
审核问询函的回复  
信会师函字[2022]第 ZE036 号



立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于河北华密新材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审核问询函的回复

信会师函字[2022]第 ZE036 号

北京证券交易所：

贵所于 2022 年 6 月 29 日出具的《关于河北华密新材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审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信”或“申报会计师”）对贵所的审核问询函所列问题中需要申报会计师说明或发表意见的问题进行了认真核查。现回复如下，请予以审核。

注 1：报告期指 2019 年度、2020 年度、2021 年度。

注 2：除特殊注明外，金额单位均为人民币万元。

注 3：本回复中部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

## 目录

目录.....	2
问题 4. 主要客户合作稳定性及业绩发展趋势 .....	3
问题 7. 毛利率持续下滑风险 .....	46
问题 8. 对多个客户单项计提应收账款减值 .....	78
问题 9. 转库发货及收入确认准确性 .....	90
问题 10. 存货减值计提 .....	112
问题 11. 现金折扣会计处理合规性 .....	119
问题 12. 资金拆借合理性及会计处理合规性 .....	125
问题 15. 其他信息披露问题 .....	133

#### 问题4.主要客户合作稳定性及业绩发展趋势

根据申报文件，公司生产的以丁腈橡胶、三元乙丙橡胶、天然橡胶、氟橡胶为主的橡胶材料及其制品主要应用于汽车发动机、传动轴、高铁车身钩缓装置、飞机发动机及石油钻井设备等，客户主要覆盖商用汽车及乘用车、高铁及铁路、航空飞机、石油机械和工程机械等领域。

**(1) 与主要客户合作稳定性。**公司拥有多项专有技术，可与主机厂同步开发新产品，已与长城汽车、中国一汽、三一重工、中石化、中国中车等企业建立合作关系。请发行人：  
①按产品类型及应用领域披露前五大客户情况，说明报告期内变动情况，交易是否稳定可持续。  
②说明长城汽车、中国一汽、三一重工、中石化、中国中车等企业是否为公司直接客户，报告直接销售至终端客户的情况；说明同步开发新产品与直接获取订单的关系，目前已获得主机厂认证情况及销售情况。  
③说明橡胶材料和橡胶制品的销售模式是否相同，并用通俗易懂的语言按产品类型披露销售模式。  
④结合报告期各期客户数量、单家客户平均销售收入、报告期内的客户留存率等因素分析客户结构，说明客户分散度、稳定度是否与行业惯例相符。

**(2) 行业增速放缓对发行人的影响。**根据申报文件，我国近年来橡胶制品销售收入增长趋于平缓，部分下游行业增长率明显下降。报告期内发行人收入呈增长趋势，但橡胶制品销量持续下降，橡胶材料 2021 年产销量增长幅度低于收入增长。2022 年一季度，公司收入及净利润均出现下滑。请发行人：  
①结合 2021 年橡胶行业整体销售变化趋势、上下游行业变化、主要客户需求变化情况等，进一步分析说明报告期内发行人橡胶制品销量持续下滑，橡胶材料销量增速放缓的原因，并结合相关情况，说明未来发行人产品销售规模是否存在进一步下降的风险。  
②说明报告期内发行人客户开发的具体方式，报告期各期新老客户的销售占比情况，结合新增客户数量、新客户销售量等，分析说明发行人在汽车、建筑工程等领域开拓新客户的实施效果。  
③结合目前在手订单数量、金额、2022 年上半年主要经营数据预计情况，说明业绩下滑是否具有偶然性，年度盈利或收入增长趋势是否可持续。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明对报告期内对收入真实性采取的具体核查措施，包括但不限于对客户收入和应收款项的走访函证情况等，说明核查的金额、比例、未回函或回函不符的原因、采取的替代措施等，并对上述事项发表明确意见。

【发行人回复】

一、与主要客户合作稳定性

(一) 按产品类型及应用领域披露前五大客户情况，说明报告期内变动情况，交易是否稳定可持续

公司已在招股说明书“第五节 业务和技术/三、发行人主营业务情况/(三) 主要客户情况”中补充披露：

“公司主要产品类型分为橡塑材料和橡塑制品。其中，橡塑材料根据材料特性及产品性能，可应用于多种类型的橡塑制品，橡塑制品依据产品功能与产品特点，应用于不同行业领域。

3、报告期内橡塑材料前五大客户及变动情况

(1) 橡塑材料前五大客户情况

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2021	1	河北永昌车辆部件科技有限公司	928.31	2.56%
	2	河北圆特橡胶制品有限公司	611.48	1.68%
	3	邢台港信橡塑制品有限公司	416.83	1.15%
	4	河北耐奔凯密封部件有限公司	357.82	0.99%
	5	邢台新迪龙橡胶密封件有限公司	335.86	0.93%
	合计			2,650.30
2020	1	河北永昌车辆部件科技有限公司	1,045.20	3.43%
	2	陕西凯德橡塑制品有限公司	435.61	1.43%
	3	河北豪仕多橡塑科技有限公司	356.48	1.17%
	4	清河县海曙橡胶制品科技有限公司	339.27	1.11%
	5	辽宁欧比奥橡塑制造有限公司	261.69	0.86%
	合计			2,438.25
2019	1	河北永昌车辆部件科技有限公司	814.82	3.14%
	2	宁波新安东密封保温系统有限公司	570.19	2.20%
	3	丰泽智能装备股份有限公司	443.28	1.71%

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
	4	清河县海曙橡胶制品科技有限公司	268.53	1.04%
	5	河北荣威橡胶密封件有限公司	258.05	1.00%
	合计		2,354.87	9.09%

## (2) 橡塑材料前五大客户变动情况

序号	客户名称	首次合作年度	新增年度	上一年度排名	公司基本情况
1	陕西凯德橡塑制品有限公司	2018	2020	6	成立于2014年，主要经营橡胶、塑料制品开发、生产、销售；机械加工、销售。
2	河北豪仕多橡塑科技有限公司	2016	2020	17	成立于2016年，主要经营橡胶密封件，塑料元件，机械零部件的研发，制造，销售。
3	辽宁欧比奥橡塑制造有限公司	2017	2020	9	成立于2009年，主要经营包装装潢印刷品印刷橡胶，胶制品制造，橡胶制品销售，石墨及碳素制品制造，石墨及碳素制品销售等。
4	河北圆特橡胶制品有限公司	2021	2021	-	成立于2020年，主要经营橡胶制品、密封件、橡胶混炼胶、塑料制品、农机配件、机械配件、模具的制造、加工、销售。
5	邢台港信橡塑制品有限公司	2019	2021	28	成立于2019年，主要经营生产、批发、零售橡胶制品、塑料制品、汽车零配件、摩托车配件。
6	河北耐奔凯密封部件有限公司	2016	2021	54	成立于2006年，主要经营汽车零配件、工程机械密封件、矿山配件、铁路机车配件的研发、生产、销售。
7	邢台新迪龙橡胶密封件有限公司	2020	2021	153	成立于2015年，主要经营O型密封圈、密封垫、橡胶件、骨架油封的生产、销售。

报告期内公司橡胶材料前五大客户虽出现变动，主要与客户自身的发展状况、生产规模及采购数量有关，除河北圆特橡胶制品有限公司与公司于2021年开始合作外，其他都是与公司长期合作的客户。

公司的橡塑材料产品在性能、稳定性、供应可靠性、性价比等方面具有较高的竞争优势，能够较好的满足客户的要求，具备一定的不可替代性。因此公司与胶材料客户的交易稳定可持续。

## 4、报告期内橡塑制品前五大客户及变动情况

### (1) 橡塑制品前五大客户情况

橡塑制品主要应用于汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械等行业，报告期内前五大客户情况如下：

1) 汽车领域

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2021	1	长城汽车股份有限公司	1,417.90	3.91%
	2	中国第一汽车集团有限公司	669.51	1.84%
	3	青岛金盛集团有限公司	330.51	0.91%
	4	重庆海特汽车排气系统有限公司	217.43	0.60%
	5	衡阳风顺车桥有限公司	176.18	0.49%
	合计		<b>2,811.53</b>	<b>7.75%</b>
2020	1	长城汽车股份有限公司	1,202.31	3.95%
	2	中国第一汽车集团有限公司	916.36	3.01%
	3	扬州圣世宝机械制造有限公司	176.01	0.58%
	4	和仁宝利得（北京）塑胶有限公司	171.11	0.56%
	5	北京海斯特科技有限公司	145.43	0.48%
	合计		<b>2,611.22</b>	<b>8.58%</b>
2019	1	长城汽车股份有限公司	1,167.52	4.50%
	2	中国第一汽车集团有限公司	427.49	1.65%
	3	北京海斯特科技有限公司	241.95	0.93%
	4	和仁宝利得（北京）塑胶有限公司	227.18	0.88%
	5	青岛金盛集团有限公司	198.36	0.77%
	合计		<b>2,262.50</b>	<b>8.73%</b>

2) 高铁领域

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2021	1	中国中车股份有限公司	2,842.38	7.83%
	2	湖南弘鑫伟业新材料科技有限公司	29.19	0.08%
	3	易科路通轨道设备有限公司	6.13	0.02%

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
	4	济南若临视讯技术有限公司	5.89	0.02%
	5	青岛海博冲压钣金有限公司	5.71	0.02%
	合计		<b>2,889.30</b>	<b>7.96%</b>
2020	1	中国中车股份有限公司	2,422.97	7.95%
	2	湖南弘鑫伟业新材料科技有限公司	8.80	0.03%
	3	江苏常友环保科技股份有限公司	7.83	0.03%
	4	常州伟泰科技股份有限公司	4.74	0.02%
	5	青岛佳通轨道设备有限公司	3.31	0.01%
	合计		<b>2,447.65</b>	<b>8.03%</b>
2019	1	中国中车股份有限公司	581.15	2.24%
	2	青岛海博冲压钣金有限公司	10.53	0.04%
	3	济南若临视讯技术有限公司	9.68	0.04%
	4	江苏常友环保科技股份有限公司	6.28	0.02%
	5	湖南弘鑫伟业新材料科技有限公司	5.54	0.02%
	合计		<b>613.18</b>	<b>2.37%</b>

### 3) 工程机械领域

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2021	1	三一集团有限公司	775.44	2.14%
	2	合肥波林新材料股份有限公司	41.75	0.12%
	3	保定市盈科机械设备制造有限公司	20.32	0.06%
	4	长沙诚聚工程机械有限公司	4.04	0.01%
	5	山西临汾动力机械有限公司	3.40	0.01%
	合计		<b>844.95</b>	<b>2.34%</b>
2020	1	三一集团有限公司	816.92	2.68%
	2	合肥波林新材料股份有限公司	27.58	0.09%
	3	保定市盈科机械设备制造有限公司	13.24	0.04%
	4	山西临汾动力机械有限公司	12.24	0.04%

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
	5	通化奥唐动力机械制造有限公司	3.87	0.01%
	合计		<b>873.85</b>	<b>2.86%</b>
2019	1	三一集团有限公司	754.87	2.91%
	2	保定市盈科机械设备制造有限公司	24.87	0.10%
	3	山西临汾动力机械有限公司	5.55	0.02%
	4	西安煤矿机械专用设备有限公司	2.59	0.01%
	5	朝阳三和汽配有限责任公司	1.39	0.01%
	合计		<b>789.27</b>	<b>3.05%</b>

#### 4) 石油机械领域

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2021	1	远大阀门集团有限公司	683.55	1.88%
	2	德州大陆架石油工程技术有限公司	125.37	0.34%
	3	河北博路天宝石油设备制造有限公司	6.08	0.02%
	4	河北永明地质工程机械有限公司	0.47	0.001%
	5	德州精锐石油机械有限公司	0.40	0.001%
	合计		<b>815.87</b>	<b>2.25%</b>
2020	1	远大阀门集团有限公司	652.57	2.15%
	2	德州大陆架石油工程技术有限公司	70.11	0.23%
	3	山东威盟石油机械有限公司	9.92	0.03%
	4	河北博路天宝石油设备制造有限公司	2.13	0.01%
	5	德州精锐石油机械有限公司	0.14	0.0005%
	合计		<b>734.87</b>	<b>2.42%</b>
2019	1	远大阀门集团有限公司	566.78	2.19%
	2	德州大陆架石油工程技术有限公司	91.66	0.36%
	3	河北永明地质工程机械有限公司	3.35	0.01%
	4	山东威盟石油机械有限公司	1.02	0.004%
	5	吉林石油集团有限责任公司	0.13	0.001%

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
		合计	662.96	2.57%

5) 航空航天领域

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2021	1	客户 A	484.19	1.33%
	2	客户 I	268.18	0.74%
	3	客户 D	11.48	0.03%
	4	客户 C	10.74	0.03%
	5	客户 H	9.04	0.02%
			合计	783.64
2020	1	客户 A	576.08	1.89%
	2	客户 B	17.19	0.06%
	3	客户 F	10.81	0.04%
	4	客户 G	5.41	0.02%
	5	客户 H	0.76	0.00%
			合计	610.25
2019	1	客户 A	417.56	1.61%
	2	客户 B	32.43	0.13%
	3	客户 C	3.59	0.01%
	4	客户 D	2.88	0.01%
	5	客户 E	1.40	0.01%
			合计	457.86

注：根据军工行业相关保密管理办法，军工涉密客户做脱敏处理，采用代称方式对外披露。

(2) 橡塑制品前五大客户报告期内变动情况

领域	序号	客户名称	首次合作年度	新增年度	上一年度排名
汽车	1	扬州圣世宝机械制造有限公司	2019	2020	21
	2	重庆海特汽车排气系统有限公司	2019	2021	6

领域	序号	客户名称	首次合作年度	新增年度	上一年度排名
	3	衡阳风顺车桥有限公司	2016	2021	8
高铁	1	常州伟泰科技股份有限公司	2016	2020	8
	2	青岛佳通轨道设备有限公司	2018	2020	9
	3	易科路通轨道设备有限公司	2019	2021	-
工程机械	1	合肥波林新材料股份有限公司	2020	2020	-
	2	通化奥唐动力机械制造有限公司	2020	2020	-
	3	长沙诚聚工程机械有限公司	2019	2021	7
石油机械	1	河北博路天宝石油设备制造有限公司	2020	2020	-
	2	德州精锐石油机械有限公司	2017	2020	-
航空航天	1	客户 F	2017	2020	-
	2	客户 G	2016	2020	7
	3	客户 H	2020	2020	-
	4	客户 I	2021	2021	-

注：1、根据军工行业相关保密管理办法，军工涉密客户做脱敏处理，采用代称方式对外披露。2、易科路通轨道设备有限公司、德州精锐石油机械有限公司、客户 F 在新增为前五大客户的上一年度未产生营业收入，故无上一年度收入排名。

公司橡塑制品前五大客户报告期内变动较小。公司于 2019 年与扬州圣世宝机械制造有限公司首次合作后，客户满意度较高，加深合作关系，于 2020 年成为公司橡塑制品汽车领域第三大客户。易科路通轨道设备有限公司、合肥波林新材料股份有限公司、通化奥唐动力机械制造有限公司、河北博路天宝石油设备制造有限公司等企业与公司业务往来规模较小，报告期内排名变动情况属于正常波动。综上，公司与橡塑制品客户交易稳定可持续。”

（二）说明长城汽车、中国一汽、三一重工、中石化、中国中车等企业是否为公司直接客户，报告直接销售至终端客户的情况；说明同步开发新产品与直接获取订单的关系，目前已获得主机厂认证情况及销售情况

1、说明长城汽车、中国一汽、三一重工、中石化、中国中车等企业是否为公司直接客户，报告直接销售至终端客户的情况

（1）德州大陆架石油工程技术有限公司为中国石油化工集团有限公司的子公司，中国

中车股份有限公司、长城汽车股份有限公司、三一集团有限公司、中国第一汽车集团有限公司、德州大陆架石油工程技术有限公司为公司直接终端客户。公司将橡胶制品零部件直接销售至上述终端客户。

对同一控制下企业的相关客户已进行合并处理。

①中国中车股份有限公司：中车制动系统有限公司（原“青岛思锐科技有限公司”）、中车青岛四方车辆研究所有限公司、株洲中车时代电气股份有限公司、重庆中车长客轨道车辆有限公司；

②长城汽车股份有限公司：重庆市永川区长城汽车零部件有限公司、长城汽车股份有限公司、长城汽车股份有限公司徐水售后分公司、长城汽车股份有限公司荆门分公司、重庆市长城汽车售后服务有限公司、长城汽车股份有限公司天津哈弗分公司、长城汽车股份有限公司徐水分公司；

③三一集团有限公司：三一汽车制造有限公司、三一重能股份有限公司、三一汽车制造有限公司涟源分公司、湖南三一快而居住宅工业有限公司、北京三一智能电机有限公司、通榆县三一风电装备技术有限责任公司、三一石油智能装备有限公司、湖南三一华源机械有限公司、湖南三一中益机械有限公司、三一集团有限公司北京分公司；

④中国第一汽车集团有限公司：富奥汽车零部件股份有限公司传动轴分公司、一汽解放汽车有限公司、一汽解放汽车有限公司成都分公司、一汽解放青岛汽车有限公司、一汽解放汽车有限公司长春智慧客车分公司、长春一汽天奇泽众汽车装备工程有限公司。

**(2) 报告期内，上述直接终端客户的销售情况如下：**

单位：万元

客户名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
中国中车股份有限公司	2,842.38	2,422.97	581.15
长城汽车股份有限公司	1,417.90	1,202.31	1,167.52
三一集团有限公司	775.44	816.92	754.87
中国第一汽车集团有限公司	669.51	916.36	427.49
德州大陆架石油工程技术有限公司	125.37	70.11	91.66

客户名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合计	5,830.60	5,428.67	3,022.69

上述客户为汽车、高铁、工程机械、石油机械行业的整机设备制造客户或零部件配套企业。其中，中国中车股份有限公司、长城汽车股份有限公司、三一集团有限公司 2019 年度至 2021 年度均为公司前五大客户，中国第一汽车集团有限公司为 2020 年度公司前五大客户。

## 2、说明同步开发新产品与直接获取订单的关系，目前已获得主机厂认证情况及销售情况

### (1) 说明同步开发新产品与直接获取订单的关系

同步开发是对整个产品开发过程产品的各个子系统同步开发，产品与工艺、工装的开发，产品与质量目标同步规划，开发时就考虑到整个产品生命周期内的所有因素（包括质量、成本、进度和用户要求）的一种系统方法。

在主机厂的新产品开发过程中，客户与上游供应商往往通过同步开发方式共同合作，是工业产品开发过程一种广泛使用的开发模式。在同步开发过程中，主机厂需要完成系统设计、零部件设计、过程开发、样件试生产、成本分析等等开发阶段，最终实现概念产品进入量产阶段。量产阶段主机厂客户与供应商双方建立购销合作关系，由客户向供应商下达采购订单，开展稳定持续的产品供应。

### (2) 主机厂的供应商认证流程及认证周期

供应商认证是企业稳定供应商关系，提升供应商能力，规范采购业务，降低采购风险和总成本的一种手段。对供应商的认证是一个长期的、动态的过程，是通过持续的评估和认证来确认和不断培养供应商的过程，首次准入认证周期视供应商企业质量情况不同一般在 3-12 个月之间。认证流程一般包括申请、审核、评分、整改、审核通过等步骤，具体情况如下：

#### ①提交认证申请

供应商在认证前期，先进行自我评价，向客户提交认证申请资料。

#### ②线上审核

客户收到供应商认证申请资料后，组织供应商认证小组，主要包括质量、采购、生产等部门，针对认证的内容，确认对供应商认证采取的形式和认证的指标评分体系。一般包括管理体制、信息系统及分析、战略计划、人力资源、过程控制、供应管理、销售管理、时间管理、环境管理等。

#### ③现场审核

会同质量管理、采购、生产等部门对供应商展开现场调查，了解供应商的管理机构设置情况，了解各个部门之间的分工及汇报流程，考察供应商质量控制与管理体系、生产工艺、顾客服务、环境体系等内容。在现场考察的同时，应根据预先设置的评分体系进行子系统的评价，并给出相应的分值。

④评分并反馈问题

各部门进行现场考察后，结合供应商的相关文件、调查情况等，进行综合评分。各部门进行汇总评分后，组织进行现场调查的部门写出考察报告。若评分过低，供应商则不满足认证的基本条件，不能进入客户的产品供应链。

⑤供应商整改问题

客户现场调查部门向供应商反馈现场考察问题，让供应商明确及时纠正整改，直至达到继续认证条件。供应商整改过后，由客户进行整改审批，审批通过即完成供应商认证，正式进入供应链。

⑥供应商认证跟踪

供应商认证通过后，需要接受客户每年的年度质量评审，对供应商进行持续审核跟踪。供应商在客户的定期审核、督促中进行不断改进。

**(3) 与主机厂客户的销售情况**

报告期内，对公司有认证审核要求的主机厂客户均为橡塑制品客户，具体情况如下：

序号	主机厂客户	所属市场领域	销售的产品类型	销售收入（万元）		
				2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	中国中车股份有限公司	高铁领域	橡胶轴承等	2,842.38	2,422.97	581.15
2	长城汽车股份有限公司	汽车领域	缓冲块、密封条总成等	1,417.90	1,202.31	1,167.52
3	三一集团有限公司	工程机械	密封圈、支撑座、橡胶弹簧等	775.44	816.92	754.87
4	中国第一汽车集团有限公司	汽车领域	支承总成、防尘罩总成等	669.51	916.36	427.49
5	重庆海特汽车排气系统有限公司	汽车领域	吊耳、减震垫等	414.78	286.82	265.54
6	北京京西重工有限公司	汽车领域	防尘罩、减震缓冲罩等	117.92	45.76	163.19
7	陕西蓝通传动轴有限公司	汽车领域	支承总成等	80.56	39.07	32.86
<b>合计</b>				<b>6,318.49</b>	<b>5,730.21</b>	<b>3,392.62</b>

注：对同一控制下企业的相关客户已进行合并处理。

**（三）说明橡胶材料和橡胶制品的销售模式是否相同，并用通俗易懂的语言按产品类型披露销售模式**

公司已在招股说明书“第五节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务/（四）主要经营模式/5、销售模式”中补充披露：

“橡塑材料、橡塑制品的销售模式相同，均为直销，客户均为橡塑材料、橡塑制品的直接使用者。公司两种产品在客户类型、客户获取方式、定价方式、产品开发流程有所区别，具体情况如下：

**（1）客户类型不同**

橡塑材料客户为橡塑制品制造企业，企业规模普遍偏小，在自主研发橡塑材料方面技术能力较弱；橡塑制品客户为汽车、高铁、飞机、工程机械等装备制造企业，企业规模一般较大，拥有完整的供应链管理体系。

**（2）获取客户方式不同**

橡塑材料通过销售人员主动拜访、客户推荐等方式获取新客户，下游客户规模一般较小，一般无供应商准入、管理机制，供应的材料满足质量要求即可建立商业关系。橡塑制品通过行业展会、招投标、客户推荐等方式获取新客户，下游客户规模较大，一般有严格的供应商准入、管理机制，在首次建立商业关系前需通过一系列企业质量管理体系认证，进入供应商体系后每年需接受客户的年度评审。

**（3）定价方式不同**

橡塑材料的销售定价为随行就市，与原材料的市场价格变动关联性大，售价调整较为灵活，公司的橡塑材料配方开发能力与优质的产品得到客户认可，在该领域具有一定价格传导能力。橡塑制品的销售合同多为与主机厂签订框架合同，约定产品类别的基准价格，调整空间有限，且客户规模普遍较大，在产业链中话语权较强，橡塑制品的价格传导能力较弱。

**（4）新产品开发流程不同**

橡塑材料新产品主要根据客户的要求开发出指定性能、特定功能的材料即可，公司拥有较强的材料配方开发能力，开发流程一般较短。橡塑制品新产品主要根据客户主机的发展进度与客户同步开发，开发过程要经过系统设计、零部件设计、过程开发、样件试生产、成本分析等阶段，开发周期较长。”

(四) 结合报告期各期客户数量、单家客户平均销售收入、报告期内的客户留存率等因素分析客户结构，说明客户分散度、稳定度是否与行业惯例相符

#### 1、客户数量及平均销售收入情况

报告期内，公司各主要产品类别的客户数量、单家客户平均销售收入的情况如下：

主要产品类别	客户数量（家）	平均销售收入（万元）
2021 年度		
橡塑材料	1,157	22.72
橡塑制品	189	52.39
合计	1,332	27.17
2020 年度		
橡塑材料	1,051	20.50
橡塑制品	173	50.76
合计	1,208	25.11
2019 年度		
橡塑材料	1,010	19.33
橡塑制品	215	29.36
合计	1,187	21.76

注：因部分客户向公司同时采购橡塑材料和橡塑制品，合计数小于橡塑材料和橡塑制品客户数量之和

#### (1) 橡塑材料客户数量及平均销售收入情况

##### 1) 橡塑材料客户数量及变动情况

①橡塑材料客户数量多，报告期各期在一千家以上。

客户数量较多主要系三方面原因：

A. 公司经营所在地邢台市及其周边地区橡胶产业发展历史较长，产业链上下游市场成熟、联系紧密，已产生一定的集聚效应，为公司扩大客户群体提供了有利的产业条件。

B. 由于一定的集聚效应和工业园区的建设发展，公司与客户所在地距离较短，客户需

求和问题反映能及时传递到公司，减少了运输、沟通等成本；同时，公司便于执行以销定产的生产策略，降低了备货成本，有利于形成价格优势。

C.公司在橡塑行业拥有超过 20 年的生产经营经验，掌握各类橡塑材料的配方开发，依靠性能稳定、质量突出的产品获得了较多的认可。

## ②报告期内橡塑材料客户数量逐年上涨

A.公司经营所在地区集聚效应加强，下游企业数量逐渐增多，公司凭借产品质量、技术实力、综合实力等竞争优势继续扩大当地市场占有率。

B.公司努力开拓省外市场，扩大业务辐射范围。报告期内，山东、河南、天津等邻近地区每年均有一定数量的新增客户。

## 2) 橡塑材料单家客户平均销售收入及变动情况

### ①单家客户平均销售收入较低，主要原因为：

A.部分橡塑材料客户集中位于邢台市及周边地区，同行业公司数量较多，市场竞争激烈。因此橡塑材料客户大多公司规模偏小，产品消化能力有限。

B.公司近年加大力度开拓客户，部分客户与公司处于合作初期，建立合作关系时间较短，下达订单数量稍少，单家橡塑材料客户平均销售收入较低。

### ②报告期内单家客户平均销售收入逐年上涨

A.公司橡塑材料产品成本主要构成部分是直接材料，原材料的价格波动将明显影响产品成本变动。橡塑材料原材料受新冠疫情和地缘政治等因素的影响，2019 年至 2021 年呈上涨趋势，产品成本因此逐渐上涨，并传导至橡塑材料产品价格，导致单家客户平均销售收入逐年上涨。

B.公司橡塑材料的质量与供应保障良好，与新增客户逐步形成稳定的合作关系，客户需求逐渐提高，单家橡塑材料客户平均销售收入呈上涨态势。

## (2) 橡塑制品客户数量及平均销售收入情况

### 1) 橡塑制品客户数量及变动情况

#### ①橡塑制品客户数量相对橡塑材料较少，报告期各期在 200 家左右

A.橡塑制品客户所在的汽车、工程机械、高铁、航空航天领域行业集中度较高。汽车整车制造、综合重型工程机械要求高技术水平，高铁、航空航天产业是国家战略的重要组

成部分。上述行业准入门槛较高，市场占有情况逐步向头部企业靠拢。

B.在市场拓展方面，公司采取大客户战略，以现有核心客户为基础，着重扩大在下游行业优质客户的市场份额。公司围绕重点客户持续进行研发投入，不断丰富产品种类，快速响应客户需求，进行业务开发和维护。公司的综合实力得到重点客户认可，交易规模逐步放量。公司将产能向重点客户倾斜，客户集中度上升，在定制化非标产品的生产模式下，客户集中度相对较高有利于提升生产效率，符合行业特征。

#### ②2019年至2021年，橡塑制品客户数量受新冠疫情影响先下降后上升

2020年新冠疫情爆发，小规模橡塑制品客户抗风险能力差，受疫情影响较严重，导致橡塑制品客户数量下降。2021年疫情形势有所缓解，全国实施常态化管理政策，橡塑制品上下游产业链供应逐步恢复正常，公司新客户开拓形势向好，且逐渐恢复与受疫情影响客户的合作关系。

#### 2) 橡塑制品单家客户平均销售收入及变动情况

##### ①单家客户平均销售收入较高，约为橡塑材料客户的两倍

橡塑制品为橡塑材料的下游产品，生产设备处于中高端水平，工序环节对技术与精度有较高要求，因此提高了橡塑制品的附加值，导致产品价格较高，进而使橡塑制品单家客户平均销售收入高于橡塑材料。

##### ②单家客户平均销售收入呈上升趋势，2019年至2020年涨幅较大

公司注重存量客户的维护，挖掘存量客户的需求。橡塑制品客户销售收入集中于各领域大型国企、集团企业，2020年部分大型客户如中国中车、长城汽车、中国一汽加大与公司的合作力度，订单下达数量增加，带动橡塑制品单家客户平均销售收入大幅上涨。

## 2、与同行业可比公司对比情况

经公开年报披露数据检索，同行业可比公司报告期内前五大客户销售占比情况如下：

可比公司名称	2021年度	2020年度	2019年度
朗博股份	35.56%	41.29%	40.49%
浙江仙通	77.10%	80.24%	—
天铁股份	64.85%	71.15%	61.64%
川环科技	33.80%	54.06%	49.59%

可比公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
平均值	52.83%	61.69%	50.57%
发行人	18.32%	21.01%	14.99%

上述列示的可比公司的主营业务产品均为橡塑制品，公司的产品结构为橡塑材料和橡塑制品，其中，公司七成收入来自橡塑材料业务，橡塑材料客户数量众多，分散度较高，产品结构与上述列示公司有差异，因此，报告期内前五大客户销售占比低于可比公司平均值。

### 3、客户分散度分析

2019 年至 2021 年，公司客户数量均在一千家以上，且逐年上涨。此情况主要系橡塑材料客户数量多且报告期内稳定增加。公司橡塑材料客户规模较小，单家客户平均销售收入低，受原材料价格波动影响，单家客户平均销售收入逐年缓慢上升。2020 年公司橡塑制品业务发展较快，大型客户与公司加深合作，使单家客户平均销售收入大幅提高。

综上所述，由于公司自身的业务特点和客户结构，客户整体分散度较高，不依赖少数客户，抵御风险能力强，符合行业惯例。

### 4、客户留存率情况

根据对各产品类别、各年度客户进行分析，分析报告期各期即 2019 年度客户在 2020 年度的留存率，以及 2020 年度客户在 2021 年的留存率，具体情况如下：

类别	2019 年客户在 2020 年留存率	2020 年客户在 2021 年留存率
橡塑材料	67.03%	94.08%
橡塑制品	53.74%	78.13%

注：原有客户是指上一年度向公司采购的客户，客户留存率=当期原有客户家数/上期全部客户家数

发行人客户报告期整体留存率情况如下：

类别	报告期内复购客户数量	报告期内全部客户数量	客户留存率
橡塑材料	874	1414	61.81%
橡塑制品	135	254	53.15%

注：“报告期内复购客户数量”指的是报告期三年中存在两个及以上年度重复向公司采购产品的客户数量；客户留存率=报告期内复购客户数量÷报告期内全部客户数量

(1) 2020 年客户在 2021 年留存率较高，橡塑材料客户达 94.08%，橡塑制品客户为 78.13%；由于新冠疫情造成的停工停产等因素的影响，2019 年客户在 2020 年的留存率较上年同期偏低，也导致报告期内的整体客户留存率较无疫情阶段偏低，无法准确体现公司的实际客户留存情况和客户稳定度。

(2) 橡塑材料客户留存率较高，保持稳定，公司能够持续保持高客户留存率是核心竞争力的体现。公司的核心竞争力主要来源于三个方面：

1) 公司长期在细分行业特种橡塑材料领域深耕，从而积累了丰富配方设计经验和工艺改进技术，并形成了自身的规模优势、材料配方优势、客户资源优势；

2) 公司秉承“工匠”精神持续为客户提供高质量的产品和服务，在行业内树立了良好的口碑和知名度；

3) 公司在不断深耕的过程中培养和形成了具备“多学科专业+多研发领域”的复合型人才队伍。

(3) 橡塑制品客户留存率较高，略低于橡塑材料客户。上述客户留存率以客户数量为指标统计，由于橡塑制品销售收入集中于各领域主要客户，橡塑制品客户间销售收入差距较大，以向客户的销售收入统计能够体现客户留存情况对公司的影响。

2019 年至 2021 年三年持续与发行人存在业务往来的橡塑制品客户共 86 家。

报告期各期，上述客户的销售收入及占橡塑制品收入的比例、情况具体如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
报告期内持续存在业务往来的橡塑制品客户收入（万元）	8,770.78	8,135.39	5,345.81
橡塑制品收入（万元）	9,677.85	8,462.42	6,131.42
收入占橡塑制品客户收入比例（%）	88.57%	92.64%	84.70%

由上表可知，报告期各期持续与公司存在业务往来的橡塑制品客户收入占橡塑制品收入总额在 84%至 92%，客户留存率较高。

## 5、客户稳定度分析

报告期内，公司客户留存情况受新冠疫情影响较大，2019 年客户在 2020 年留存率与

2020 年客户在 2021 年留存率差距明显。通过客户数量反映的客户留存情况，橡塑材料客户稳定度高。橡塑制品销售收入集中于各应用领域大型国企、集团企业的客户结构，因此以销售收入统计客户留存情况，客户留存率在 90%左右。

## 二、行业增速放缓对发行人的影响

（一）结合 2021 年橡胶行业整体销售变化趋势、上下游行业变化、主要客户需求变化情况等，进一步分析说明报告期内发行人橡胶制品销量持续下滑，橡胶材料销量增速放缓的原因，并结合相关情况，说明未来发行人产品销售规模是否存在进一步下降的风险

公司生产的橡塑材料主要为特种橡胶混炼胶，销售规模、价格受原材料价格影响较大。截至本问询回复签署日，丁腈橡胶、二辛酯等原材料价格较 2022 年上半年的近五年价格最高点回落较大。若未来原材料价格能够保持相对稳定，公司的橡塑材料也有望保持增长，未来公司产品销售规模进一步下降的风险较小。

### 1、2021 年橡胶行业销售变化趋势

#### （1）天然橡胶、合成橡胶进出口及需求量

近几年来，中国合成橡胶产业的发展态势较好。随着生产规模的不断扩大，合成橡胶产业将在我国产业经济中将占据更加重要的地位。通过几年的发展，国内合成橡胶产业取得了长足的进步。无论是年产量和消费量，都已经挤入世界前列。2021 年中国合成橡胶产量为 811.7 万吨，同比增长 9.8%。据中国海关数据，2021 年中国合成橡胶进口金额为 82,7267 万美元，同比下降 14.1%；合成橡胶出口金额为 135,547 万美元，同比增长 67.3%。

合成橡胶	进口规模(万吨)	变动	进口金额(万美元)	变动	出口规模(万吨)	变动	出口金额(万美元)	变动
乙丙橡胶	16.9	-92.1%	41,043	-83%	3.2	-54.9%	8,344	-26%
氯丁橡胶	2.2	10%	9,285	16.6%	1.5	36.4	6,121	53%
丁苯橡胶	51.5	-6%	108,301	30.8%	11.8	26.9%	21,107	62.8%
丁腈橡胶	24.5	25.6%	58,364	87.6%	15	141.9%	34,264	158.5%

由于我国天然橡胶产量远不能满足国内市场需求，使得我国需要从国外大量进口来满足国内市场需求缺口，使得我国天然橡胶主要以进口为主，进口量及进口金额远大于出口量及出口金额。据资料显示，2021 年我国天然橡胶进口量为 219 万吨，同比增长 2.7%；进口金额为 34.78 亿美元，同比增长 23.5%。

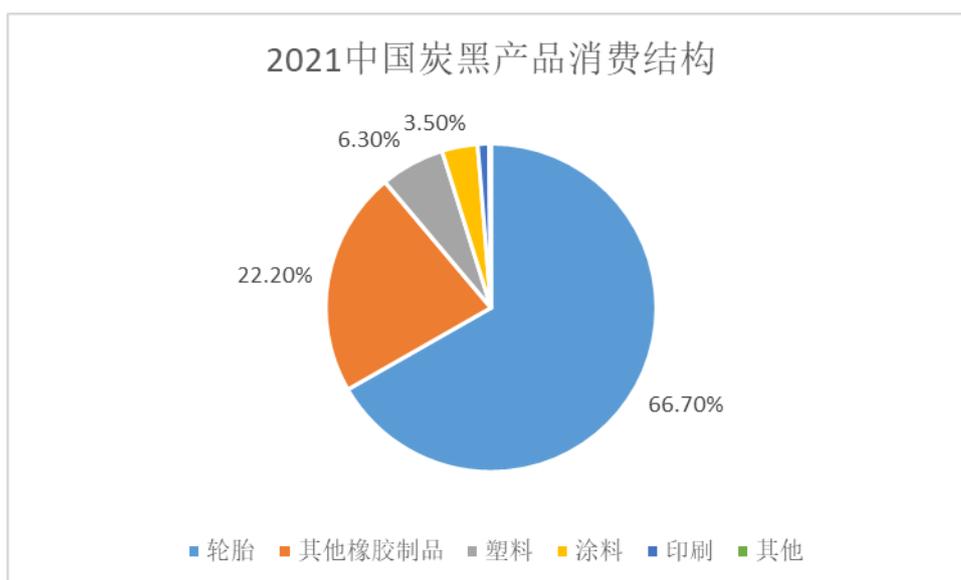
2020 年因为疫情原因使得天然橡胶产量有所下降，但随着疫情被有效控制，企业复工复产，天然橡胶的需求量大幅上涨，我国天然橡胶产量开始回升，2021 年我国天然橡胶的产量达 85.1 万吨，同比增长 22.8%；需求量为 594.9 万吨，同比增长 98.3%。

## 2、公司上下游行业变化情况

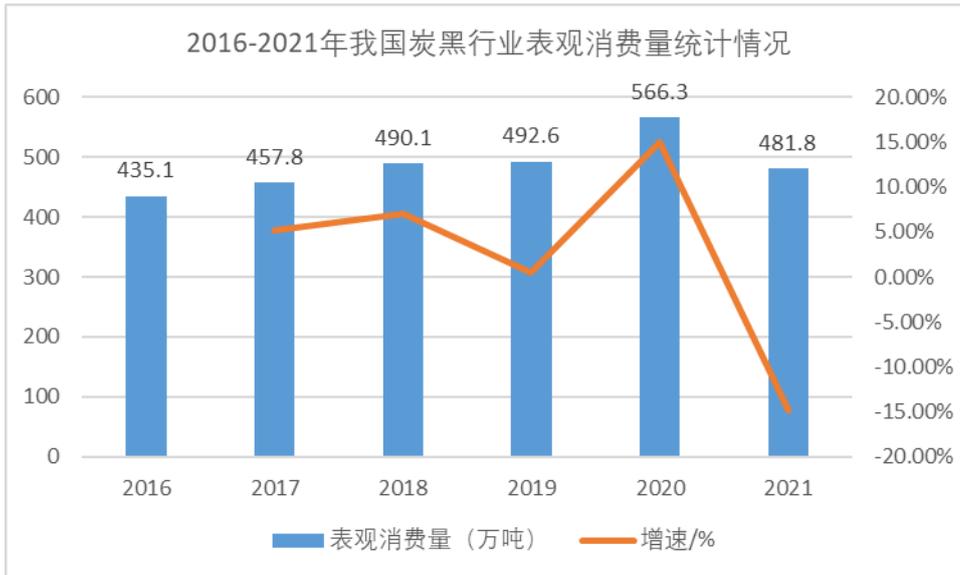
公司所在所在行业上游为生产丁二烯、丙烯、乙烯的石油化工企业、炭黑化工企业，下游为汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械等装备制造主机厂。

### (1) 炭黑

炭黑是由烃类裂解和不完全燃烧制得的黑色粉末状或颗粒状物质，主要由碳元素组成，按照用途分，炭黑通常分为橡胶用炭黑和非橡胶用炭黑。我国炭黑主要应用于轮胎、印刷、塑料、涂料等。在炭黑消费结构中，轮胎用炭黑的消费占比最高，2021 年国内消费量为 360 万吨，占总消费量的 67%，其次是其他橡胶制品，占总消费量 22.2%。



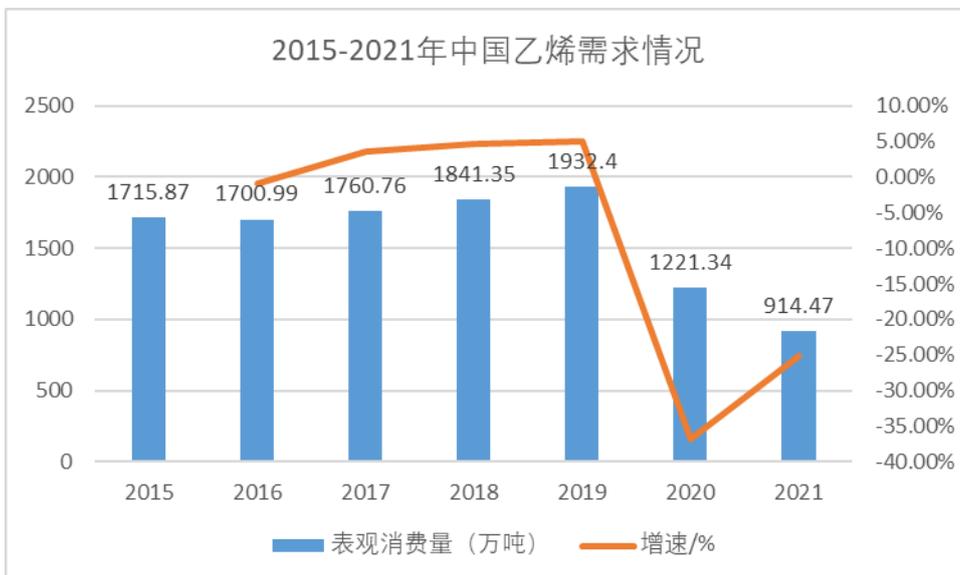
近几年，由于国内轮胎产量逐步下滑及汽车销售量增速放缓，我国炭黑行业逐渐进入相对成熟阶段。2020 年受疫情影响，国内下游轮胎需求大幅下行，进入 2021 年又呈回升状态，带动我国炭黑行业需求形成波动。根据数据显示，2021 年，我国轮胎产量达到 9 亿条，同比增长 11.3%，炭黑表观消费量 481.8 万吨，同比增长 14.3%。



数据来源：观研天下

## (2) 乙烯

乙烯是基本化工原料，是石油化工产业的核心，乙烯产品占石化产品的75%以上，在国民经济中占有重要的地位。下游产品包括聚乙烯（PE）、乙二醇、环氧乙烷、苯乙烯、聚氯乙烯（PVC）等，衍生物的主要下游产品有塑料、纤维、橡胶等合成材料以及表面活性剂、黏合剂、涂料等，最终应用于包装、农业、建筑、电子电器、机械和汽车等行业。

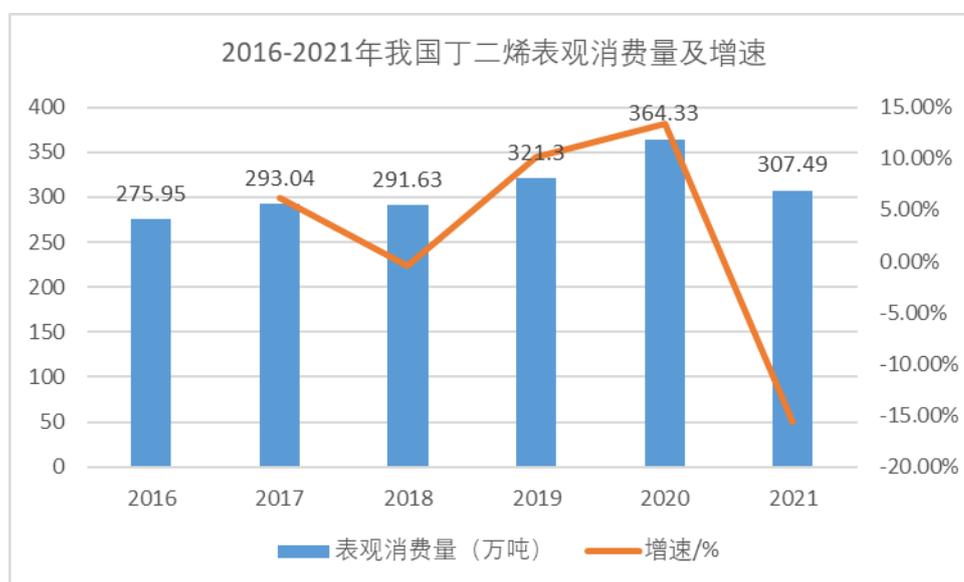


数据来源：华经产业研究院

## (3) 丁二烯

丁二烯是一种基础化工原料，主要用于生产丁二烯下游产品主要是顺丁橡胶、丁苯橡胶、ABS、SBS、丁苯胶乳、丁腈橡胶、丁腈胶乳和 SEBS 等，应用占比分别为 30%、20%、16%、14%、8%、4%、3%与 3%。近年来，随着乙烯工业不断发展以及下游需求增加，我国丁二烯行业生产能力稳步增长。据统计，截至 2021 年我国丁二烯产能增长至 542.1 万吨/年，产量为 298.12 万吨，同比下降 7.11%。2021 年国内丁二烯行业随着新冠疫情缓解，国内市场陆续恢复正常，且在装置集中检修刺激下市场行情震荡上行，于 7 月价格涨至年内最高点 11,272 元/吨。

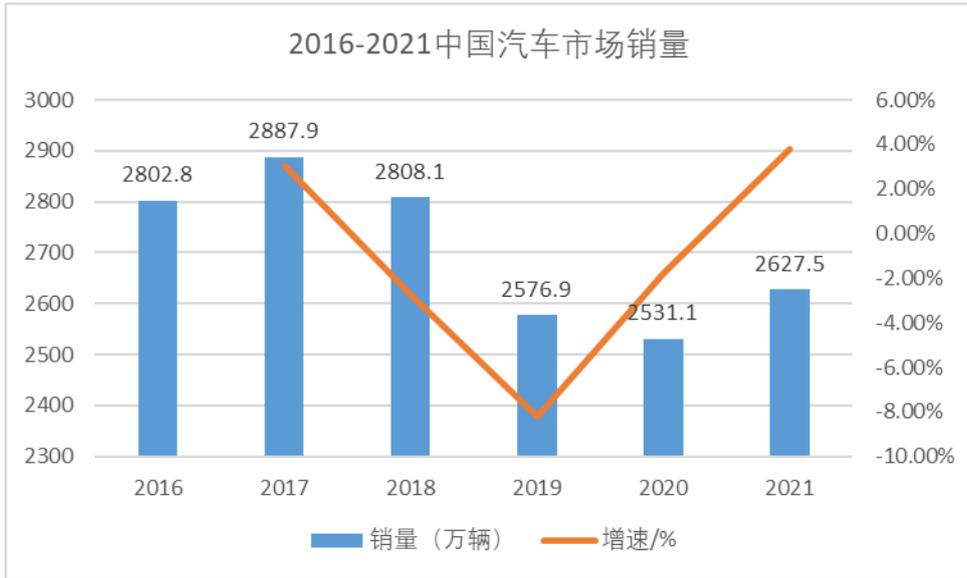
2016-2020 年来我国丁二烯表现消费量维持增加趋势，市场需求相对乐观，2021 年我国丁二烯表观需求量有所下降，需求量为 307.49 万吨，同比下降 15.60%。



数据来源：华经产业研究院

#### (4) 汽车行业

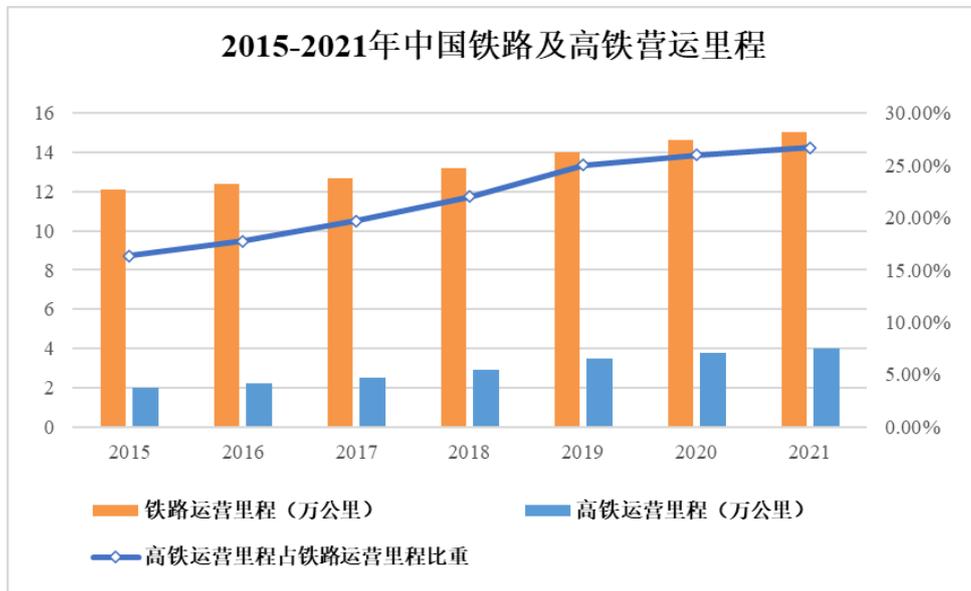
随着新能源汽车的推广，汽车产销量有所增加，其中 2021 年中国汽车产量为 2,608.2 万辆，同比增长 3.4%；中国汽车销量为 2,627.5 万辆，同比增长 3.8%。结束了 2018 年以来连续三年的下降局面。商用车销量为 479.3 万辆，同比下降 6.6%。从全年商用车走势看，一季度由于同期基数较低，产销呈现大幅增长，二季度开始销量同比下降，下半年下降趋势更加明显。



数据来源：中国汽车工业协会

### (5) 高铁行业

近年来，国家持续加大对铁路行业尤其是对高速铁路的建设力度，我国铁路总营业里程及铁路路网密度不断提升，为我国铁路运输行业的发展打下坚实的基础。据资料显示，2021年我国铁路总营业里程达15万公里，同比增长2.7%，其中高铁营业里程达4万公里；铁路路网密度达156.7公里/万平方公里。



数据来源：产业信息网

### 3、主要客户需求变化情况

主要客户	主要产品	营业收入 (亿元)	变动	产量	变动	销量	变动
中国中车	动车组	2,257.21	-0.85%	1,292 辆	-31.89%	-	-

主要客户	主要产品	营业收入 (亿元)	变动	产量	变动	销量	变动
长城汽车	SUV、 皮卡	1,364.05	32.04%	1,291,735 辆	14.92%	1,280,951 辆	14.79%
三一重工	工 程 机 械	1,035.61	6.96%	172,289 台	0.90%	172,465 台	6.90%
中国一汽	商 用 车	955.09	-13.67%	375,440 辆	-24.81%	439,660 辆	-7.23%

数据来源：2021 年度报告

### (1) 中国中车

中国中车主要经营铁路机车车辆、动车组、城市轨道交通车辆、工程机械、各类机电设备、电子设备及零部件等，是全球规模领先、品种齐全、技术一流的轨道交通装备供应商和系统解决方案提供商。2021 年受疫情对铁路客运的持续影响，中国中车动车组产量同比下滑较大。

### (2) 长城汽车

2021 年汽车行业虽然受到了芯片供应紧张、散点疫情爆发、政策法规调整等影响，但长城汽车仍然表现出较强的韧性，其中新能源车成为汽车行业的最大亮点，已经从政策驱动转向市场拉动的新发展阶段。受此行业需求影响，长城汽车轿车（主要为新能源车）产量同比增长 140.02%，销量同比增长 134.93%。

### (3) 三一重工

近年以来中国工程机械行业持续发展，全球竞争力持续提升，工程机械行业总体呈现市场份额集中度不断提高且呈加快趋势。从产品来看，混凝土机械市场以三一重工为代表的国产品牌占主导地位，市场份额稳固且继续提升；挖掘机械市场呈现市场份额不断向大企业、国产品牌集中的趋势，具有品牌、规模、技术、服务及渠道优势的龙头企业将获得更大的竞争优势；起重机械市场由三大国产品牌主导，三一重工市场份额长期持续提升。

### (4) 中国一汽

2021 年受散发本土疫情的影响，消费不及预期，对商用车需求的支撑趋弱。消费品运输需求、房地产相关商用车需求、芯片短缺等对于商用车供给端产生了较大的影响。2021 年，国六标准升级扰动中重卡市场，厂商加大促销、储备国五，透支下半年用户购车需求。受此行业因素影响，中国一汽经营业绩有所下滑。

4、进一步分析说明报告期内发行人橡胶制品销量持续下滑，橡胶材料销量增速放缓的原因，并结合相关情况，说明未来发行人产品销售规模是否存在进一步下降的风险。

(1) 进一步分析说明报告期内发行人橡胶制品销量持续下滑，橡胶材料销量增速放缓的原因

报告期内，公司橡塑材料及制品产销量变化情况如下：

产品类型	报告期	营业收入 (万元)	变动	销量	变动
橡塑材料	2021年	26,287.32	22.00%	19,248吨	6.38%
	2020年	21,546.32	10.36%	18,094吨	15.03%
	2019年	19,522.83	-	15,730吨	-
橡塑制品	2021年	9,902.34	12.76%	6,835万件	-9.96%
	2020年	8,782.14	39.15%	7,591万件	-7.74%
	2019年	6,311.47	-	8,228万件	-

报告期内，公司橡塑制品销量2020年同比减少637万件，下降7.74%，2021年同比减少756万件，下降9.96%，销量持续下降。主要系公司调整橡塑制品产品结构所致，减少了向客户和仁宝利得（北京）塑胶有限公司销售的蝴蝶垫、矩形垫等较低单价、低毛利产品，减少了向公主岭安宝有限责任公司销售的O型圈等低单价、低毛利率产品，并随着乘用车行业市场的向好，增大了向长城汽车股份有限公司、重庆海特汽车排气系统有限公司销售的配套橡胶制品。产品结构调整后，公司橡塑制品向汽车、高铁、航空等客户集中，开展主机配套产品的生产、研发，扩大了高毛利产品的销售，增强了公司产品盈利能力，因此公司橡塑制品在销量下滑的同时营业收入反而持续上升。

报告期内，公司橡塑材料2020年销量同比增加2,364吨，增长15.03%，2021年销量同比增加1,154吨，增长6.38%，增速下滑8.65个百分点，增速放缓。增速下滑的主要原因系2021年橡胶、炭黑价格受能源需求旺盛、国内限电停产、国际货币政策等因素影响，原材料价格快速上涨，较2020年相比，下游橡塑客户减少了对公司橡塑材料的采购规模。在此行业背景下，公司对橡塑材料进行价格调整，提高了材料售价，并不断拓展新客户，实现了营业收入持续上涨。

(2) 说明未来发行人产品销售规模是否存在进一步下降的风险。

近年来我国合成橡胶产业发展态势良好，橡胶制品行业持续增长，但是公司所在的上

游丁二烯、丙烯、乙烯、炭黑等精细化工企业，由于受到石油、煤炭等价格的波动等导致产品价格具有一定的波动性。尽管公司的下游汽车、高铁行业近年来增速有所放缓，但公司不断加大在航空、新能源、特种工程塑料、.....等领域的新产品开发力度，公司的橡塑制品领域有望保持着持续增长。公司生产的橡塑材料主要为特种橡胶混炼胶，销售规模、价格受原材料价格影响较大。截至本问询回复签署日，丁腈橡胶、二辛酯等原材料价格较2022年上半年的近五年价格最高点回落较大。若未来原材料价格能够保持相对稳定，公司的橡塑材料也有望保持增长。

**（二）说明报告期内发行人客户开发的具体方式，报告期各期新老客户的销售占比情况，结合新增客户数量、新客户销售量等，分析说明发行人在汽车、建筑工程等领域开拓新客户的实施效果**

**1、发行人客户开发的具体方式**

**（1）橡塑材料客户开发**

公司橡塑材料业务的客户开发方式较为简单，一般通过销售人员主动拜访、客户推荐等方式获取新客户，下游客户规模一般较小，一般无供应商准入、管理机制，供应的材料满足质量要求即可建立商业关系。

**（2）橡塑制品客户开发**

公司橡塑制品业务主要针对汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械等领域中高端客户销售，开发具有一定难度。一般通过行业展会、招投标、客户推荐等方式获取新客户，并且下游客户普遍规模较大，一般有严格的供应商准入、管理机制，在首次建立商业关系前需通过一系列企业质量管理体系认证，进入供应商体系后每年需接受客户的年度评审。具有的客户开发方式如下：

流程	内容
初步接触	同客户采购、技术人员进行沟通，了解基本情况，沟通合作意向和合作方案，确定初步产品技术指标需求。
准入资质认证	有严格的供应商准入管理机制的客户会要求供应商先通过资质认证，客户采购、品控人员到公司生产基地进行走访，实地了解生产运行情况，产品质量管理情况，研发情况等。
样品开发	将客户提出的产品要求交由研发部进行设计并试制样品，公司根据生产工艺对产品进行初步核价，就技术参数、质量及报价情况等与客户进行沟通。

流程	内容
试生产	小批量生产，检验产品质量生产稳定性。
批量供货	导入客户生产线及供应链，进行批量供货。

## 2、新老客户的销售占比情况

### (1) 橡塑材料

单位：万元

年度	新增客户		存量客户	
	销售收入	占橡塑材料营业收入的比例	销售收入	占橡塑材料营业收入的比例
2021	1,810.80	6.89%	24,476.52	93.11%
2020	1,927.78	8.95%	19,618.54	91.05%

公司报告期各期橡塑材料存量客户销售占比在 90%以上，客户稳定度较高。2021 年新增客户销售收入较 2020 年小幅下降，整体保持平稳；新增客户销售收入占有所有橡塑材料客户的比例略有下降，主要系 2021 年存量客户销售收入较 2020 年增长幅度较大，达 15.99%。综上所述，报告期内，公司橡塑材料客户开拓情况稳定，存量客户业务继续深入，在合作过程中不断挖掘老客户产品需求，合作关系稳中向好。

### (2) 橡塑制品

单位：万元

年度	新增客户		存量客户	
	销售收入	占橡塑制品营业收入的比例	销售收入	占橡塑制品营业收入的比例
2021	617.62	6.24%	9,284.72	93.76%
2020	173.43	1.97%	8,608.71	98.03%

公司橡塑制品业务收入以存量客户为主，存量客户主要为中国中车、长城汽车、中国一汽等央企、知名上市公司，客户关系合作持续良好，收入来源稳定上涨。公司 2021 年新客户收入金额增加 444.19 万元，占橡塑制品营业收入的比例增加 4.27 个百分点，新客户开发实施效果较为良好

### 3、开拓新客户的实施效果分析

#### (1) 新增客户数量、新客户销售量情况

##### 1) 橡塑材料

年度	新增客户				存量客户			
	客户数量	占客户总数量的比例	客户销售量(吨)	占总销量的比例	客户数量	占客户总数量的比例	客户销售量(吨)	占总销量的比例
2021	217	22.72%	1,216	6.32%	738	77.28%	18,032	93.68%
2020	266	28.27%	1,526	8.43%	675	71.73%	16,568	91.57%

橡塑材料 2020 年至 2021 年新增客户数量占当期整体客户数量的 28.27%、22.72%，客户开拓效果显著。2020 年新冠病毒疫情集中爆发过后，全国持续推进复工复产，橡塑材料上下游产业链互联互通更为紧密，凭借公司已建立的良好口碑，以及稳定、优良的产品供应能力，新增客户占 2020 年客户总数的比例接近三成。

##### 2) 橡塑制品

年度	新增客户			存量客户		
	客户数量	客户销售量(万件)	占总销量的比例	客户数量	客户销售量(万件)	占总销量的比例
2021	32	180	2.63%	105	6,655	97.37%
2020	32	29	0.38%	115	7,562	99.62%

2020 年至 2021 年，公司新增客户数量稳定，同时新增客户销量涨幅较大，主要系橡塑制品存在定制化特性，各期新增橡塑制品客户需求有差异。2021 年向新增客户销售的橡塑制品包括橡胶圈、橡胶芯棒等，其具有体积小、数量多的特点。

综上所述，公司橡塑材料及制品的客户数量、销售收入、销售数量均有新增，新增客户数量稳定，新增客户对总销售收入与总销售量贡献较大，开拓新客户的实施效果良好。

(三) 结合目前在手订单数量、金额、2022 年上半年主要经营数据预计情况，说明业绩下滑是否具有偶然性，年度盈利或收入增长趋势是否可持续

#### 1、目前在手订单数量、金额、2022 年上半年主要经营数据预计情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司尚未履行完毕的橡塑制品在手订单为 2,087.87 万件，金额为 1,361.62 万元。公司合计在手订单金额为 3,165.87 万元。橡塑材料因为预付款结算方

式较多和订单灵活的特点，在手订单数量很小。

根据在手订单情况，2022年上半年主要经营数据（未经审计）情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	变动比例
营业收入	16,230.29	18,185.54	-10.75%
净利润	1,266.11	2,514.07	-49.64%
扣除非经常性损益后的净利润	1,143.30	3,202.29	-64.30%
经营活动现金流量净额	2,382.95	249.67	854.46%

2022年第一季度实现营业收入7,894.16万元，较去年同期下降7.30%；实现净利润627.51万元，较去年下降64.74%。2022年上半年实现营业收入16,230.29万元，较去年同期下降10.75%；实现净利润1,266.11万元，较去年同期下降49.64%；上半年实现经营活动现金流量净额2,382.95万元，较去年同期增长854.46%。

公司二季度业绩与一季度较为持平，主要因为原材料采购价格延续了一季度的高位运行、以及公司所在地邢台市、客户所在地长春和上海爆发了规模不等的新冠疫情，行业供应链受到冲击，使得公司业绩复苏不及预期。公司经营活动现金流量净额明显好转，主要原因系公司销售收现能力进一步加强、疫情开工率不足所致生产活动受阻的采购及人工成本付现降低，还得益于制造业中小微企业缓缴一二季度税费政策影响。

## 2、业绩下滑是否具有偶然性，年度盈利或收入增长趋势是否可持续

**（1）业绩下滑由多方面因素叠加所致，其中冬奥会停工属于偶发性事项，新冠疫情对行业供应链冲击属于不可抗力因素**

公司上半年业绩下滑由多方面因素叠加导致，具体情况如下：

### ① 受2022年上半年宏观经济下行影响，橡胶与塑料制品行业经济指标承压

我国GDP一季度同比增长4.8%，增速回升，但回升势头并不稳固，九大行业中仅工业、建筑业和房地产三个行业的GDP增速高于去年四季度，其他行业GDP增速仍在下降通道中。2022年上半年GDP同比增长2.5%，其中二季度GDP同比增长0.4%。二季度我国经济增长顶住二次探底的压力，保持增长趋势，但依旧需要防范两方面经济下行的风险：疫情产生的持续冲击和一直未能有效缓解的需求收缩和预期转弱的压力。

受宏观经济下行影响，全国今年 1-5 月橡胶和塑料制品业规模以上工业企业实现收入 11,608.4 亿元，同比增长 1.2%，实现利润 539.4 亿元，同比下降 24.7%；河北省今年 1-5 月，橡胶和塑料制品业规模以上工业企业数量 934 家，实现收入 292.9 亿元，同比下降 19.8%，实现利润 10.7 亿元，同比下降 78.9%。行业经济指标承压，利润较去年同期大幅下降。

### ②公司橡塑制品主要客户受疫情管控影响停产停工，对销售方面产生负面影响

2022 年 3 月以来，客户所在地吉林省爆发较大规模新冠疫情，多地管控力度升级。长春市自 3 月 11 日起进入全市静态管理，制品配套客户中国一汽及其总成供应商配套的主机厂因此停工停产。自 4 月 28 日起长春市全城逐步解封，部分主机厂客户开始复产复工，但依然受到了员工返岗受限、原材料运输困难等不利影响，生产尚不能完全恢复。

青岛地区客户如一汽解放青岛汽车、青岛金盛、中国中车的工厂所在地虽没有大规模疫情，未出现完全停产停工现象，但因其供应商多是长春当地的主机厂配套供应商，同受长春疫情影响而停工停产，导致青岛客户产量下降，进而对公司的橡塑制品采购量下降。

此外，上海自 4 月疫情大规模爆发所引起的汽车供应链和芯片供应链“断供”，对全国汽车产业造成重大冲击。从全国数据看，2022 年 1-5 月，汽车制造业规模以上工业企业实现利润总额 1,533.8 亿，同比下降 37.5%。公司橡塑制品汽车领域的客户长城汽车受此波及，产量下滑，因此对公司汽车制品配套采购量下降。

此次受疫情封控影响较大的橡塑制品主要客户销售量和销售额与同期对比情况如下：

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年 1-6 月		变动比例	
	销售量(万件)	销售收入(万元)	销售量(万件)	销售收入(万元)	销售量	销售收入
中国中车	11.64	860.67	13.61	1,548.28	-14.51%	-44.41%
中国一汽	8.35	157.41	17.74	453.17	-52.91%	-65.27%
长城汽车	2,487.18	641.74	2,824.32	749.03	-11.94%	-14.32%
合计	2,503.80	1,392.35	2,855.67	2,750.48	-12.32%	-49.38%

上述三家 2022 年上半年实现销售收入下降 1,358.13 万元，其中中国中车和中国一汽影响较大，销售收入较去年同期下降分别超过 40%和 60%。以 2022 年上半年橡塑制品平均毛利率 37.29%测算，对上半年利润总额的影响约为 406.71 万元。

### ③公司所在邢台当地因冬奥会环保要求和小规模疫情，生产活动受到限制

今年2月北京召开冬季奥运会，邢台市全市因环保监管要求停工停产7天。3月初任泽区周边的清河县出现疫情，当地橡塑材料客户停产停工；4月初任泽区出现点状疫情，全区静态管理9天；5月至6月任泽区爆发小规模疫情，全区静态管理一个月，公司及周边县市橡塑材料客户生产活动受到管控与限制，对公司橡塑材料业务销售有较大的负面影响。

2022年上半年，公司橡塑材料业务产销情况与去年同期对比如下：

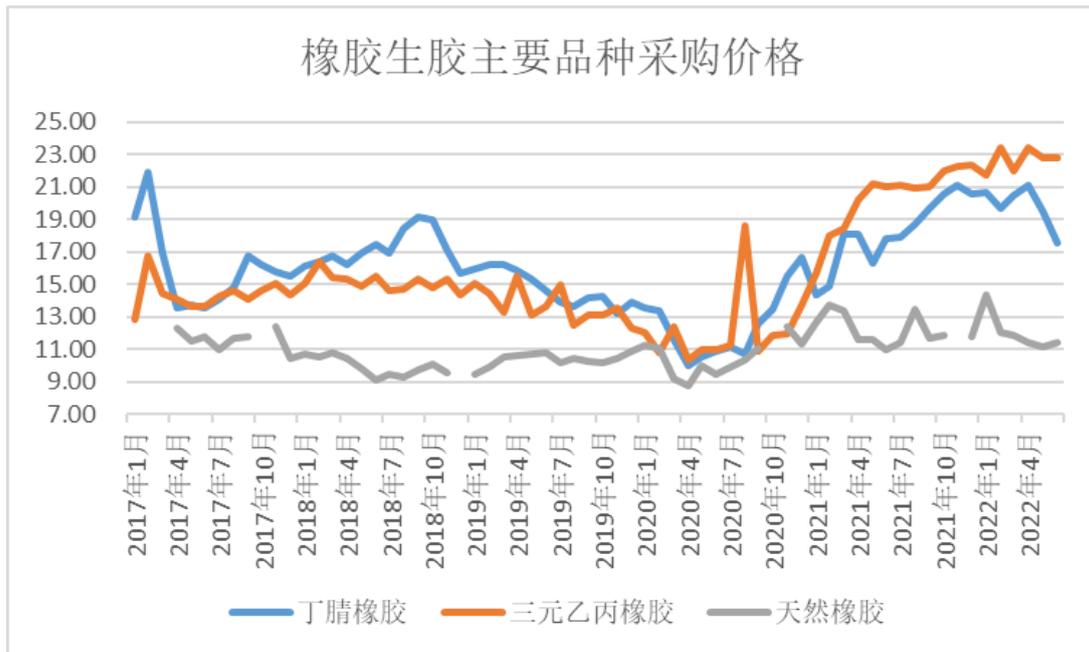
项目	2022年1-6月		2021年1-6月		变动比例	
	产量	销量	产量	销量	产量	销量
橡塑材料（吨）	8,617.31	8,022.80	9,712.66	9,491.78	-11.28%	-15.48%

公司橡塑材料业务受邢台市疫情封控影响，今年上半年产量下滑超过11%，销量下滑超过15%。按2022年1-6月橡塑材料平均售价（不含税）15.32元/kg计算，疫情对橡塑材料销售收入的影响为2,251.00万元。以2022年上半年橡塑材料平均毛利率16.63%测算，对上半年利润总额的影响约为374.37万元。

### ④原材料价格高企压制业绩

公司主要原材料合成橡胶、炭黑、二辛酯作为石油下游衍生产品，采购价格受石油等基础原料价格和市场供需关系影响较为明显。2022年1季度国际原油平均价格上升至98.11美元/桶，较2021年全年均价上涨40.38%。2季度原油价格继续攀升，平均价格上升至112.62美元/桶，较1季度增幅14.79%。

公司近五年来橡胶生胶和配合剂主要品种采购单价变动趋势如下：

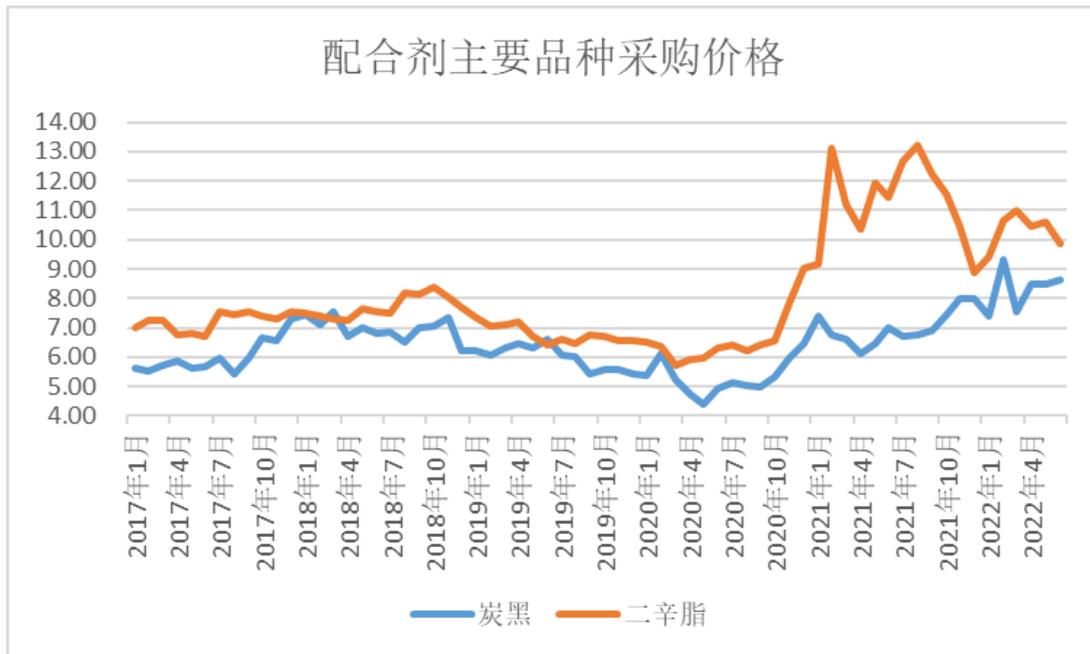


注：采购价为不含税价格

丁腈橡胶和三元乙丙橡胶采购量占橡胶生胶采购量比重在六成至七成，是公司主要的原材料品种。受国际原油价格持续攀升影响，其采购价格自 2021 年 10 月以来维持在高位，为近五年以来的最高点，对公司毛利率冲击较大。

丁腈橡胶行情在今年 4 月起走弱，在五月和六月呈现大幅下滑趋势，回落至去年同期价格水平。从丁腈橡胶的市场供给方面来看，中国石油兰州石化新建年产 3.5 万吨特种丁腈橡胶已于今年 5 月顺利投产，产能扩张明显；其他主要生产厂商产能充足，宁波顺泽设计产能为 6.5 万吨/年；镇江南帝今年预计丁腈橡胶销量为 6.9 万吨，较上年增产 0.3 万吨。2022 年下半年丁腈橡胶供给增加明显，预计市场价格将会进一步走低。

2022 年上半年三元乙丙橡胶价格在高位小幅震荡，市场行情尚未显现下跌趋势。从公司多年经验看，三元乙丙橡胶价格调整速度滞后于丁腈橡胶，时间差约在两个月至三个月。从三元乙丙橡胶的市场供给方面来看，国内需求量远大于产量，需求缺口主要来自进口。国内主要生产商有阿朗新科（常州）、中石油吉林石化、中石化三井（上海）、SK 全球化学（宁波）等。受上半年吉林省和上海市疫情影响，中石油吉林石化、中石化三井生产活动受到很大限制，产量下降。叠加原油价格影响和进口三元乙丙橡胶价格攀升，2022 年上半年市场价格居高不下。进入下半年，随着主要生产厂商逐步恢复生产，中石油吉林石化 4 万吨/年乙丙橡胶项目建设继续推进，预计三元乙丙橡胶市场供给量回升，价格将有一定的回落空间。



注：采购价为不含税价格

配合剂方面，炭黑采购价格在 2022 年上半年迎来近五年的最高点，偶有波动，但在高位保持上扬趋势。由于公司在 1 月适量备货和 2 月受冬奥会和春节影响产量下降，2 月炭黑采购量很小，因此尽管 2 月炭黑平均采购价为上半年最高点，但对公司影响有限。从炭黑的市场需求方面来看，橡胶轮胎行业用量较大，自 4 月以来上海疫情封控，汽车供应链遭受重大冲击，众多整车制造商产量锐减。受下游市场需求疲弱影响，炭黑产能消化有限，预计下半年炭黑价格将有一定程度的调整，为公司利润空间带来缓冲。

二辛脂的采购价格在 2021 年为近五年的最高点，2022 年上半年较 2021 年有所回落，但平均采购价依旧高企，且呈现较为明显的波动，自 5 月以来市场疲弱，均价小幅下跌。从二辛脂的市场供给和需求来看，基本面基本稳定，未出现重大变化，预计二辛脂的市场价格将回归理性，继续回落。此外，公司已研究制定应对二辛脂价格上涨的措施，在价格下跌时适当备货，但由于二辛脂储存需要特殊储罐，储罐的增加需要履行相应审批手续，尚需要时间来落实。

今年 7 月上旬，国际原油价格出现 2022 年以来的最低点，公司主要原材料出现一定波动。相较于 2022 年上半年，7 月主要原材料采购价格变动情况如下：

单位：元/kg

主要原材料品种	2022 年 7 月上半月采购均价	2022 年 1-6 月采购均价	变动比例

主要原材料品种	2022年7月上半月采购均价	2022年1-6月采购均价	变动比例
丁腈橡胶	16.29	20.09	-18.91%
三元乙丙橡胶	22.34	22.34	-0.02%
天然橡胶	10.96	11.84	-7.37%
炭黑	8.11	7.87	2.99%
二辛酯	7.97	10.35	-23.00%

注：采购价格为不含税价格；公司7月上半月未采购天然橡胶，采购价格以市场参考价替代。

公司对原材料采购价格进行了敏感性分析结果如下：2022年1-6月，公司直接材料占主营业务成本的比重为85.21%。假设公司产品售价静态不变，原材料价格下降1%对公司利润总额及毛利率的影响分析如下：

项目	2022年1-6月
原材料成本（万元）	10,856.31
原材料价格下降1%对毛利及利润总额的影响（万元）	108.56
营业收入（万元）	16,230.29
利润总额（万元）	1,489.54
原材料价格下降1%对利润总额的敏感系数	7.29%
原材料价格下降1%对毛利率的敏感系数	0.67%

公司原材料成本占主营业务成本比重较高，原材料价格变动对公司利润总额以及毛利率的影响较大。2022年上半年，在其他因素不变的情况下，若原材料采购单价每下降1%，则公司利润总额上升7.29%，综合毛利率上升0.67个百分点。以前述五种主要原材料上半年采购金额占比加权计算，2022年7月上旬原材料采购价格较1-6月平均采购价格下降6.64%，按原材料价格对利润总额敏感系数计算，对利润总额的影响为48.41%，对上半年利润总额的影响约为721.02万元。

#### ⑤运输成本短期大幅上涨挤占利润空间

运输行业同样遭到油气价格上涨、疫情卡关滞留等多方面不利因素影响，运输费用较往年有所上升。2022年上半年运费与主营业务成本占比与去年对比如下：

项目	2022年1-6月	2021年度
运费（万元）	345.10	396.85

项目	2022年1-6月	2021年度
主营业务成本（万元）	12,706.98	25,456.27
运费占比	2.72%	1.56%

2022年上半年，随着国际原油价格飙升，国内燃油价格居高不下，成品油价格甚至出现了“10涨3跌”的调价现象。随着新冠疫情的反复，上半年国内多地疫情管控升级，物流出现阶段性延缓或中断，货运出现“行路难”情况。物流行业面临供应吃紧、运力不足、成本高企等多个难题，大幅提升运费价格。如按2021年运费占比测算，因油气价格上涨和疫情所致供应链受阻而上升的运输成本对利润总额的影响约为147.00万元。

综上所述，冬奥会环保要求的停产停工，长春、上海等地长达近两个月、邢台长达月余的全市静态管理的疫情管控，均属于不可抗力因素，具有偶然性。据测算，上述疫情对供应链的冲击和原材料价格高企，对公司上半年利润总额的影响约为1,601.84万元，如剔除上述因素，经模拟计算的公司2022年上半年业绩与去年同期基本持平。随着《新型冠状病毒肺炎诊疗方案（试行第九版）》的出台，行程码摘星和缩短行程显示时间等措施并举，下半年疫情管控态势将有所放松，生产和运输的限制解绑，生产活动有序开展，工业经济将实现稳步恢复。

## （2）公司延续年度盈利、收入增长趋势具有较大希望

就2022年1-6月业绩情况来看，公司延续年度盈利，收入增长趋势具有较大希望，主要原因有以下几点：

### ①宏观经济整体向好，复苏节奏加快

今年6月CPI同比上涨2.5%、涨幅较上月扩大0.4%，PPI同比上涨6.1%、涨幅比上月回落0.3%。总体来看，CPI稳定，PPI加速下行，CPI与PPI的“剪刀差”收窄至3.6%。“剪刀差”的持续收窄表明上游原材料降价，下游产成品涨价，生产企业成本下降，产品需求增加，经营状况不断改善，经济在不断复苏。2022年6月，橡胶和塑料制品业PPI环比涨幅0.1%，同比涨幅2.4%；1-6月橡胶和塑料制品业PPI同比涨幅3.2%。行业环比涨幅平稳，生产成本方面下半年预期有调整空间。

展望下半年，国家经济韧性强、潜力大、长期向好的基本特点没有变，随着一揽子稳增长政策措施落地见效，经济运行有望逐步改善。上半年经济总量达到56万亿元，其中工业增加值接近20万亿元，经济规模依然可观。生产回升有支撑，6月份制造业PMI重回

临界点以上，尤其是生产经营活动预期指数升至 55.2%，物流业景气指数为 52.1%，产业链供应链逐步打通。2022 年 GDP 增长目标为 5.5%，下一阶段大规模留抵退税、专项债发行使用、加大金融支持实体经济力度等政策将会继续显现，有助于推动经济持续回升、向好发展。

#### **②7 月上旬国际原油价格回落，公司主要原材料采购价格呈现下跌趋势**

报告期内橡塑材料业务中，丁腈橡胶系列、三元乙丙橡胶系列销售收入占比约为 74%。主要原材料橡胶生胶中，丁腈胶 7 月上旬平均采购价格为 16.29 元/kg，较上半年下降 18.91%；三元乙丙胶 7 月上旬平均采购价格为 22.34 元/kg，与较上半年价格基本持平。

橡塑材料业务中，天然橡胶系列销售收入占比超过 15%，为第三大混炼胶品种。公司 7 月上旬虽未采购天然橡胶，但就市场均价看，7 月上旬市场参考价 10.96 元/kg，较上半年平均采购价格 11.84 元/kg 下降 7.37%。

配合剂采购价格上，虽然公司炭黑 7 月上旬平均采购价格为 8.11 元/kg，较上半年上升 2.99%，但仍低于市场参考价格 8.14 元/kg。二辛酯 7 月上旬平均采购价格为 7.97 元/kg，较上半年下降 23.00%。

因此，主要原材料价格呈现下跌趋势将利好公司下半年利润水平，缓解公司经营压力。

#### **③公司主导产品橡塑材料销售价格调整机制较为灵活，具备一定的价格传导能力**

因橡塑材料客户分散、客户规模相对较小、订单灵活等多种原因，公司具有一定的橡塑材料售价话语权。2022 年 1-6 月，橡塑材料平均售价为 15.31 元/kg，较 2021 年平均售价 14.32 元/kg 上涨 6.91%。因此原材料采购价格和运输费用短期内大幅上涨等因素所致的生产成本波动，能够向客户转移一部分成本压力，以维持橡塑材料业务一定的利润水平。

#### **④公司橡塑制品主要客户所在地疫情解封，正在逐步恢复生产**

长春自 4 月 28 日以来解除全市静态管理管控，上海自 6 月 1 日以来全城解封，在上半年受疫情影响的公司橡塑制品大客户中国一汽、中国中车、长城汽车等正在逐步恢复生产。预计下半年客户逐步恢复正常的生产秩序后，对公司橡塑制品销售的景气度将有较大程度的提升。

公司仅 2022 年 7 月上半月新增橡塑制品订单金额 953.11 万元，剔除增值税影响，占 2022 年上半年橡塑制品销售收入 3,919.10 万元的比重为 21.52%。橡塑制品业务是公司长

期布局的重要战略板块，也是研发工作的重点。与橡塑材料业务相比，橡塑制品毛利率水平较高，7月橡塑制品在手订单回暖显著，如延续此景气趋势，将很大程度提振公司下半年经营业绩。

**⑤公司为应对如疫情封控等不可抗力因素制定了应急预案，可保障生产**

公司所在地邢台市对新冠疫情防控一直较为严格，公司为应对突发疫情封控对生产的限制制定了应急预案，如生产工人倒班制及保留关键工序关键岗位工人在厂区内住宿以稳生产等。得益于应急预案的启动与实施，在4月初和5月初的任泽区疫情中，公司实际出勤率达到80%以上，并未出现完全停工停产现象。以混炼胶2车间为例，2022年上半年3条生产线设备运转工时合计5,561.26小时，较去年同期的6,814.50小时下降18.39%，与周边橡塑产业集群的其他公司停工月余相比，公司工时损失较小，公司橡塑材料产量较上年同期日常满负荷运转并未下降太多。

**⑥公司为提振2022年下半年业绩，在研发、产品、客户、市场等方面共同发力**

**1) 加大研发投入，丰富技术储备**

公司为布局高端橡塑制品和特种工程塑料业务，积极扩充研发团队，加大研发项目投入。截至本问询回复签署日，公司新引进数名资深材料研发背景的高学历高素质人才，壮大研发团队，提升研发能力。

公司为推进产品结构优化，提升产品性能、开拓新产品等丰富技术储备，在橡塑材料及橡塑制品领域展开研究。研究着力于提升公司中高端橡塑制品竞争力，实现与客户配套开发，帮助公司在高铁、航空航天、汽车及工程机械领域获客。截至本问询回复签署日，主要研究项目情况如下：

序号	项目名称	开发进度	预计项目成果		
			应用客户领域	应用产品类型	预期专利情况
1	不同径轴刚度比系列减震器的设计	已完成	工程机械	发动机减震支撑	1项
2	山推减震器系列产品的开发	已完成	工程机械	减震支撑类	1项
3	可曲挠橡胶接头	已完成	工程机械	减震密封类	-
4	“复兴号”高铁压缩式外风挡的开发	阶段性完成	高铁	缓冲密封类	-
5	航空用复合材料卡箍的开发	已完成	航空航天	卡箍	-
6	橡胶块用CR工艺优化	已完成	高铁	橡胶块	-

序号	项目名称	开发进度	预计项目成果		
			应用客户领域	应用产品类型	预期专利情况
7	胶堵的开发	已完成	汽车	减震缓冲类	-
8	谐振块开发项目	已完成	汽车	安全气囊谐振件类	-
9	发泡聚氨酯减震材料开发	阶段性完成	汽车	减震缓冲块	-
10	特种硅胶项目	阶段性完成	航空航天	航空发动机密封件	-
11	阻燃丁腈、天然、乙丙橡胶材料	在研中	高铁及其他	密封垫	-
12	高模量橡胶块用 CR 材料开发	阶段性完成	高铁	钩缓橡胶块	-
13	丙烯酸酯橡胶材料开发	阶段性完成	汽车及工程机械	耐高温、耐油密封圈	-
14	橡胶表面特氟龙涂料喷涂工艺的研究与应用	阶段性完成	工程机械	密封圈	-
15	高性能 HNBR 材料的研发	阶段性完成	汽车及工程机械	液压密封件、活塞等	-
16	EPDM 低压变、低温性的研究	阶段性完成	汽车及工程机械	密封圈	-
17	增强耐磨 PEEK 性能的研究	阶段性完成	航空航天	卡箍、盖板	-
18	注塑模具设计项目	阶段性完成	汽车、航空航天及工程机械	盖板、缓冲块	-
19	橡胶块用 CR 材料的国产化开发	阶段性完成	高铁	钩缓橡胶块	-
20	夹布橡胶砑活塞 φ200	阶段性完成	工程机械	减震密封类	-

鉴于公司在研发领域的持续投入，2022 年上半年研发费用较去年同期增加 112.34 万元，虽对公司业绩有短期影响，但从长远看，有利于提振公司核心竞争力，为公司在激烈的行业竞争中开拓出一片事业打下坚实基础。

## 2) 新产品开发顺利，交付情况达期

公司着力提供满足客户多样化需求的高质量产品，提升产品供应能力及服务质量，目前与客户配套开发的新产品主要情况如下：

序号	客户名称	产品类别	项目进展
1	徐工农机	橡胶制品	小批量供货
2	湖南华源机械	橡胶制品	小批量供货
3	一汽解放	橡胶软垫	1 种已试装已获质量认可，1 种已试装待获质量认可，2 种待试装

序号	客户名称	产品类别	项目进展
4	长春一东	衬套总成、橡胶轴承	样件已提交，待小批量供货
5	京西重工	防尘罩	即将量产
6	格力装备	缓冲类组件	已下单至8月，已有全年排产计划
7	中车制动	橡胶减震类组件	已批量供货
8	精工底盘	橡胶制品	样件已提交，待小批量供货
9	曼德热系统	密封圈、减震垫等	年底将量产
10	亿维汽车	减震类组件	年底将量产
11	优跑汽车	悬置总成	已开展小批量试生产
12	中兴汽车	减震类总成	已开展小批量试生产
13	长城汽车	减震类总成	预计2023年量产

根据上述客户初步意向订单，已试装的新产品预计在2022年下半年实现收入超过400万元，在2023年实现收入超过千万元。除已进入客户试装阶段的新产品外，公司正在布局新能源汽车领域。目前公司在接触的新能源汽车领域客户共8家，其中3家已开始业务合作、3家已进入报价阶段、2家已签订保密协议进行数据交流。客户多为知名汽车厂商电动汽车子品牌，背景和实力较强。合作部分可沿用公司已有产品型号，能够快速实现收入，部分尚需同步开发新产品。

鉴于公司深度服务老客户，配合开发多种新产品，积极获客赢得新客户对产品质量认可，公司业务发展将迎来新局面。

### 3) 客户储备充足，获客情况理想

公司橡塑制品业务开发客户的周期相对较长，一般经过初步接触、准入资质认证、样品开发、试生产和批量供货环节，通过与客户同步开发、正向开发或逆向开发，满足客户定制化产品性能的需求。公司凭借过硬的产品质量、不断提升的产品工艺和技术，与多家大型集团和知名主机厂长期合作，签订年度或长期框架供货协议。

截至本问询回复签署日，公司与中国中车、一汽集团、长城汽车、三一集团等建立长期合作关系，正在执行的具有较大影响力的前十大额合同情况如下：

序号	单位	产品	合同金额	合同签署日期	合同有效期
1	中车制动系统有限公司	橡塑制品	框架合同	2022/4/18	2年
2	重庆市永川区长城汽车零部件有限公司	橡塑制品	框架合同	2021/1/1	5年

序号	单位	产品	合同金额	合同签署日期	合同有效期
3	重庆海特汽车排气系统有限公司	橡塑制品	框架合同	2022/1/1	1年
4	远大阀门集团有限公司	橡塑制品	框架合同	2022/1/26	1年
5	富奥汽车零部件股份有限公司传动轴分公司	橡塑制品	框架合同	2022/1/1	1年
6	中车青岛四方车辆研究所有限公司	橡塑制品	框架合同	2022/6/2	2年
7	公主岭安宝有限责任公司	橡塑制品	框架合同	2020/12/3	长期,如未提出异议,合同自动顺延
8	青岛金盛集团有限公司	橡塑制品	框架合同	2022/1/1	1年
9	三一集团有限公司	橡塑制品	框架合同	2022/5/1	1年
10	北京海斯特科技有限公司	橡塑制品	框架合同	2022/3/28	10个月

除与长期合作伙伴继续巩固加深业务外,公司还积极发展潜在客户。2022年上半年,公司新增客户共171家,带来销售收入增长达1,043.47万元。其中不乏航空航天领域新拓展的军工客户,客户实力强劲,在国防科工领域具有一席之地,公司目前已进入小批量交货阶段,2022年1-6月实现销售收入80.72万元。

#### 4) 夯实存量市场与开拓增量市场并举

随着公司业务规模的不断扩大,公司立足于华北市场,也积极向其他区域扩张版图。公司在长春、青岛设立技术分中心,售前可快速响应客户需求,第一时间交流沟通产品性能数据,降低搜寻信息等交易成本,缩短整体开发周期;售后可跟踪产品使用反馈,对产品进行调校或搜集性能优化点,以提升客户满意度,完成对客户的全产品周期服务。

下一步公司将充分发挥长达20余年的行业洞察力,抓住橡塑行业走向高端的政策导向契机,主动出击,强化研发驱动,不断提升产品附加值,推进产品结构调整,加大特种橡胶混炼胶、特种工程塑料和高铁、航空航天等高精尖领域橡塑制品研发、推广及销售,争取实现“做精致产品,创国际品牌”的百年企业愿景。

综上所述,公司2022年上半年业绩大幅下滑由多种因素叠加所致,具有一定程度的偶然性。鉴于宏观环境复苏加快,主要原材料采购价格下降,橡塑材料业务具备一定的价格传导能力,橡塑制品大客户恢复生产,公司疫情应急预案的有效执行,公司在研发、产品、客户、市场等齐发力的多方举措,公司2022年年度盈利并维持收入增长态势具有较大希望。

#### 【申报会计师核查过程及核查意见】

##### 一、核查过程

申报会计师针对上述事项执行的核查程序包括但不限于：

1、了解与收入相关的内部控制，对相关的内部控制设计和运行进行评价、测试关键内部控制运行的有效性；

## 2、基本信息核查

获取了报告期内销售客户清单，并通过天眼查、全国企业信用信息公示系统进行查询，查阅了主要客户的基础信息，包括成立时间、注册地址、经营范围、股权结构及董事、监事及高级管理人员情况。

## 3、函证程序

申报会计师对发行人报告期各期营业收入、应收账款余额实施了函证程序，具体情况如下：

### (1) 营业收入及应收账款函证及替代测试情况

单位：万元

项目		2021年	2020年	2019年
营业收入	营业收入	36,297.86	30,474.32	25,919.17
	发函家数	246.00	412.00	412.00
	发函金额	28,184.32	27,605.90	23,575.65
	发函率（%）	77.65%	90.59%	90.96%
	回函金额	26,743.38	20,420.85	18,396.63
	回函率（%）	94.89%	73.97%	78.03%
	回函金额占营业收入的比例	73.68%	67.01%	70.98%
	未回函金额	1,440.94	7,185.05	5,179.02
	替代测试金额	1,440.94	7,185.05	5,179.02
	替代测试金额占未回函金额比例（%）	100%	100%	100%
应收账款	应收账款余额	7,230.04	7,017.13	4,801.64
	发函家数	179.00	411.00	412.00
	发函金额	7,083.20	6,423.73	4,421.49
	发函率（%）	97.97%	91.54%	92.08%

项目		2021年	2020年	2019年
	回函金额	5,815.81	3,789.81	3,023.33
	回函率(%)	82.11%	59.00%	68.38%
	回函金额占应收账款期末余额比例(%)	80.44%	54.01%	62.96%
	未回函金额	1,267.39	2,633.93	1,398.15
	替代测试金额	1,267.39	2,633.93	1,398.15
	替代测试金额占未回函金额比例(%)	100%	100%	100%

注：发函家数有较大差异主要原因系2018~2020年三年数据在一张询证函中发出。

### (2) 未回函原因及执行的替代程序

未回函的主要是橡塑材料客户，其数量较多，分布较广，部分客户采购金额较小，其所在区域受疫情影响无法回函。

执行的替代程序：检查发行人对未回函单位的订单、销售发票、出库单、物流信息、签收单和会计处理是否一致以及针对未回函的客户做期后回款查验。

### (3) 回函不符的原因及执行的程序

回函不符原因主要系客户按照发票确认采购与发行人收入确认政策时点不一致形成的差异、或发行人期末开具的发票客户未及时入账形成的差异等。回函不符的客户统计如下：

项目		2021年度/2021年 12月31日	2020年度/2020 年12月31日	2019年度/2019 年12月31日
营业收入	数量	1	13	17.00
	金额	179.96	3,526.70	1,552.85
	占销售收入的比	0.50%	11.57%	5.99%
应收账款	数量	3	12	15
	金额	94.79	1,450.09	497.15
	占应收账款余额的比	1.31%	20.67%	10.35%

针对回函不符的客户，申报会计师编制差异调节表，核查了差异原因，并逐一核实账面记载的营业收入金额、发票、客户签收单和收款凭单等支持性文件，经核查，发行人与客户之间销售业务不存在异常情形，回函差异无需调整。

#### 4、访谈程序

申报会计师对发行人主要客户实施了访谈程序。申报会计师前往客户厂区进行实地走访，实地查看了发行人产品的存放地与客户的生产经营场所，了解客户与发行人的合作历史、合作现状、合作模式、采购及销售情况、与发行人、控股股东、董事、监事、高级管理人员及核心员工的关联关系以及回款方式等情况。

走访期间因 2022 年初客户所在地山东、天津等地疫情爆发影响，申报会计师针对尚未能实地访谈的客户，采用了视频访谈方式作为替代程序。视频访谈主要采用微信视频通话、腾讯会议等方式与客户的采购人员、部门负责人、总经理等人进行沟通，通过对方在视频中出示本人身份证/名片/工牌、公司营业执照/公司标识、自述公司、姓名、职位方式验证核实对方身份。申报会计师对视频访谈进行全程录制，并在访谈后获取对方的签字盖章版访谈笔录、身份证复印件、名片/工牌制作成工作底稿。

报告期内通过实地走访或视频访谈方式对主要客户访谈比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
访谈销售金额总计	21,471.73	18,674.86	14,215.42
销售金额总计	36,189.66	30,328.46	25,834.30
访谈比例	59.33%	61.58%	55.03%

#### 5、细节测试

检查橡塑材料与橡塑制品各年销售收入前十大客户与收入确认相关的合同或订单、出库单、客户签收单、物流信息、会计凭证、销售发票等支持性凭据。

#### 6、截止测试

对资产负债表日前后记录的交易，选取样本进行收入截止测试，检查是否存在期后异常销售冲回、收入确认完整性及是否记入恰当的会计期间。

#### 7、销售回款核查

发行人销售客户数量较多且分散度较高，检查销售回款的比例在报告期内超过 60%。检查发行人资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致，是否具有真实、合理的商业理由。

## 8、退货情况核查

获取报告期内的退货明细，核查是否存在大额异常退货情况，核查退货率是否异常；

## 9、收入分析性复核程序

对发行人报告期内的营业收入的构成及变动趋势，了解收入变动的的原因，查阅同行业可比公司公开资料、行业研究报告等，分析发行人营业收入变化的合理性；分析发行人主要客户的变动情况，了解主要客户收入变动的幅度及原因，了解新增及退出客户对发行人经营情况的影响，关注是否存在重要客户退出、新增客户收入异常等情形。

## 10、资金流水核查程序

获取发行人及其控股股东、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等开立或控制的银行账户流水，查看相关流水中是否存在与发行人关联方、客户或供应商的异常、大额往来，并取得相关人员出具的承诺函；针对交易金额重大的主要客户，从收付款明细账中，抽样选取收付款交易，核对至获取的网银资金流水中的收付款方及金额与账面记录进行核对。

## 11、其他程序

访谈发行人销售负责人，了解发行人客户开发方式、销售模式及流程、定价策略等相关内容。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人橡塑材料及橡塑制品前五大客户的变动具有合理性，交易具有可持续性；

2、长城汽车、中国一汽、三一重工、中石化、中国中车是发行人的直接客户、终端客户，符合发行人直销销售模式。与制品客户的同步开发过程中，进入到量产阶段后，发行人将获得来自客户的产品量产订单。发行人目前已获得长城汽车、中国一汽、三一重工、中国中车等重要客户的供应商认证；

3、橡塑材料、橡塑制品的销售模式相同，均为直销；

4、发行人客户分散度较高，整体留存情况良好。发行人客户分散度、稳定度与发行人实际情况相符，与行业惯例相符；

5、截至本问询回复签署日，丁腈橡胶、二辛酯等原材料价格较 2022 年上半年的近五年价格最高点回落较大。若未来原材料价格能够保持相对稳定，发行人的橡塑材料也有望保持增长，未来发行人产品销售规模进一步下降的风险较小。

6、发行人橡塑材料通过销售人员主动拜访、客户推荐等方式获取新客户，橡塑制品一般通过行业展会、招投标、客户推荐等方式获取新客户。综上所述，发行人橡塑材料及制品的客户数量、销售收入、销售数量均有新增，新增客户数量稳定，新增客户对总销售收入与总销售量贡献较大，开拓新客户的实施效果良好；

7、发行人 2022 年上半年业绩大幅下滑由多种因素叠加所致，具有一定程度的偶然性。鉴于宏观环境复苏加快，主要原材料采购价格下降，橡塑材料业务具备一定的价格传导能力，橡塑制品大客户恢复生产，发行人疫情应急预案的有效执行，发行人在研发、产品、客户、市场等齐发力的多方举措，发行人 2022 年年度盈利并维持收入增长态势具有较大希望。

#### **问题7.毛利率持续下滑风险**

根据申报文件，报告期各期发行人橡塑材料产品毛利率波动较大，分别为 24.01%、27.47%、21.65%；橡塑制品毛利率持续增长，分别为 43.05%、49.29%、50.92%。发行人与可比公司毛利率水平和变化趋势存在一定差异。受原材料价格、疫情等因素影响，2022 年 1-3 月，发行人利润总额较上年同期下滑幅度达-66.97%。

请发行人：（1）结合与可比公司在产品定价策略、产品性能、客户情况等方面的差异情况等，分析说明报告期内发行人橡塑材料和橡塑制品的销售价格水平和变化与同行业是否存在明显差异。（2）说明发行人原材料中天然橡胶和合成橡胶的占比情况，分析说明报告期内天然橡胶与合成橡胶采购价格变化与天然橡胶市场价格、石油价格变化趋势是否匹配，量化分析报告各期橡塑材料和橡塑制品原材料投入产出变化情况，各期投入产出比是否存在明显差异及合理性，并结合相关情况，说明报告期各期成本核算是否准确。（3）结合产品结构、技术水平、经营状况等，进一步分析发行人毛利率与可比公司存在明显差异的具体原因，发行人橡塑材料和橡塑制品毛利率与可比公司相比是否存在明显差异及合

理性。（4）说明 2022 年 1-3 月发行人停工的具体时间，期间发行人产品产量和销量与去年同期相比是否存在明显差异，停工因素是否对发行人经营产生了实际影响。（5）说明发行人应对原材料价格上涨的具体措施及效果，结合发行人定价策略、与主要客户合同约定等，说明发行人是否具备向下游传导原材料价格上涨的能力；进一步分析说明 2022 年 1-3 月发行人收入未出现明显下滑的情况下，利润总额大幅下降的具体原因，毛利率是否出现明显变化，结合发行人 2022 年上半年业绩情况，分析说明发行人经营能力和经营环境是否发生重大变化、业绩下滑的趋势是否扭转，业绩下滑是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响。（6）请发行人对照《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》（简称《适用指引 1 号》）1-11 的要求，完善“风险因素”章节及“重大事项提示”披露内容。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，并对照《适用指引 1 号》1-11、1-15 的要求，对发行人经营业绩大幅下滑问题进行核查，并就前述问题及对发行人是否符合《适用指引 1 号》的相关要求发表明确意见。

#### 【发行人回复】

一、结合与可比公司在产品定价策略、产品性能、客户情况等方面的差异情况等，分析说明报告期内发行人橡塑材料和橡塑制品的销售价格水平和变化与同行业是否存在明显差异。

##### （一）产品定价策略

公司与可比公司定价策略的对比如下：

公司简称	定价策略
朗博科技	与主机厂签订年度框架合同，合同中就基本供货品种，运输方式、付款方式等内容进行约定；同时根据客户定制要求和议价能力等差异化定价
浙江仙通	产品的首次定价一般在早期招标时通过报价确定，或在产品开发阶段的前期商定。考虑到模具开发、产品研发费用主要在早期分摊等原因，首次定价可能会约定未来产品价格保持一定的价格下降趋势。在批量供货阶段，公司一般会与客户在前次定价的基础上每年进行 1 到 2 次议价，同一产品价格总体上保持稳定，除受原材料价格影响外，较少出现大幅波动
天铁股份	三种方式：与客户协商定价进行销售；通过招投标方式进行销售；通过集成模式进行销售。具体定价策略未披露。
川环科技	定价一般采取“成本+合理利润”的方式；通过与主机厂商进行价格谈判或参与投标确定某种胶管产品的定价水平。与主机厂签订框架性供货合同，原则上确定供货价格、意向数量、结算方式和期限、产品质量等。老产品价格一般执

公司简称	定价策略
	行年度框架协议，合同期内开发的新产品则由公司与主机厂协商补充定价。价格如确实需要调整，通过价格协商纪要或补充协议书进行重新约定
公司	成本加成法的定价方式，充分考虑产品开发成本、技术难易程度、生产制造成本、客户关系以及合理利润等因素确定产品价格。同时，对于产品需求较大、行业地位突出、合作关系良好的客户，公司也会根据竞争状况采取适当的价格调整

注：信息来自可比公司招股说明书、年度报告

面对原材料价格波动，公司橡塑材料的原材料价格向产成品售价传导的灵活性高于橡塑制品，具体表现为报告期内橡塑材料的销售定价为随行就市，售价调整较橡塑制品灵活。

形成该种现象的主要原因有两点：

第一，公司橡塑材料的客户多为省内及周边省份橡胶产业集群的企业，客户数量众多、集中度较低，多数企业规模不大。公司的橡塑材料因质量稳定、产品优质得到客户认可，在橡塑材料销售中处于相对主导地位，具有一定的话语权。橡塑制品的客户多为国内知名主机厂，客户在下游行业如高铁、航空航天、汽车、工程等领域具有较强实力，自身或股东背景雄厚，公司通过招投标等程序进入对方供应商体系，客户在橡塑制品销售中处于相对主导地位，具有较强的议价权。

第二，公司在橡塑材料销售中接收订单较为灵活，客户根据需求可在较短时间内提交订单，订单对产品种类和产品价格随着市场行情变化而变化。橡塑制品的销售合同多为与大型主机厂的年度销售框架合同，合同约定了产品类别的基准价格，在合同期限内执行此价格，一般不对基准价格进行调整。部分与中小型主机厂的销售合同，产品价格为公司报价后经双方协商确认的价格，调整空间有限。

综上所述，公司产品定价策略是成本加成法，与川环科技策略相同。公司在橡塑制品业务中，客户处于相对强势地位、主机厂一般采用年度采购框架合同要求供货，与同行业可比上市公司一致。鉴于在橡塑材料和橡塑制品业务上，公司主导地位和客户采购订单模式存在差异，橡塑材料业务上售价调整机制较橡塑制品灵活。

## （二）产品性能

### 1、行业产品特点

公司所在行业生产的主要产品为橡塑制品，该产品以橡塑材料为关键原材料，为非标准化产品，根据客户需求定制生产。同行业公司的主营产品类型、原材料种类、客户市场、终端应用场景均不相同，产品差异较大，性能参数一般不具直接可比性。

## 2、行业产品通用技术标准

根据《GB/T31357-2014 复合橡胶通用技术规范》（以下简称“《规范》”）以及《复合橡胶通用技术规范》国家标准编制说明 2.2.5 要求：“国家标准对除了对外观要求、生橡胶种类的定性方法以及复合橡胶中生橡胶的含量外，对复合橡胶的理化性能只是提出具体项目，而不规定其具体指标，具体指标留给供需双方根据用途确定。”。

公司生产的橡塑材料主要为特种混炼胶产品，该产品符合《规范》“2.2.3 术语和定义”对复合橡胶的定义“生橡胶与炭黑、二氧化硅（白炭黑）等配合剂的均匀混合物”。因此，橡塑行业的产品并无通用技术标准，橡塑材料、橡塑制品核心竞争指标的性能参数难以与同行业竞争产品进行对比。

### （三）客户情况

#### 1、公司与可比公司客户集中度对比

报告期内，公司与可比公司前五大客户集中度情况如下：

单位：万元，%

公司简称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售额	销售占比	销售额	销售占比	销售额	销售占比
朗博科技	6,872.51	35.56	6,965.30	41.29	6,477.24	40.49
浙江仙通	59,013.96	77.10	48,074.74	80.24	未披露	未披露
天铁股份	111,113.09	64.85	87,888.84	71.15	61,034.83	61.64
川环科技	26,247.34	33.80	36,622.28	54.06	31,971.26	49.59
公司	6,647.58	18.32	6,403.76	21.01	3,888.55	14.99
公司-橡塑制品	6,388.78	64.52	6,010.96	68.45	3,497.81	55.42

注：数据来自可比公司年度报告

由于公司产品结构与同行业可比公司存在差异，公司收入结构以橡塑材料为主，而橡塑材料客户较为分散、橡塑制品大客户相对集中，因此公司客户集中度较同行业可比公司低。

报告期内，公司橡塑制品业务前五大客户销售金额分别为 3,497.81 万元、6,010.96 万元和 6,388.78 万元，占橡塑制品营业收入比例分别为 55.42%、68.45%和 64.52%，与天铁股份较为接近，符合同行业可比上市公司惯例。

报告期内，公司与可比公司主要客户情况如下：

公司简称	主要客户	信用期限
朗博科技	华域三电、南京奥特佳、重庆建设等国内知名汽车空调用压缩机及空调系统生产商	开票后 4-6 个月
浙江仙通	一汽大众、上汽大众、上汽通用、吉利汽车等汽车行业整车厂商	一般为三到四个月，个别客户信用期较短，为一至二个月
天铁股份	中国中铁和中国铁建下属单位；北京、上海、重庆、深圳等 26 个城市的多家城市轨道交通建设或运营公司	中国中铁和中国铁建的信用政策以各项目部为准；其他信息未披露
川环科技	50 多家主机厂、50 多家摩托车厂商及 200 多家二次配套厂商，包括一汽大众、上汽大众、比亚迪汽车等整车制造厂，五菱、理想汽车等新能源汽车厂商，同时参与未势能源、长城、庆铃等氢能源车型相关配套管路研发	先发货给客户装车使用合格后开具发票，发票送达客户审批挂账后，主机厂按付款周期 2-3 个月滚动式结算；对于其他中小客户或新客户，一般按付款周期 1-2 个月滚动式付款；个别客户要货量比较少的实现现款发货结算
公司	橡塑材料业务客户较为分散，规模较大的客户有永昌车辆等；橡塑制品业务，高铁领域主要客户是中国中车，汽车领域主要客户是长城汽车、中国一汽等主机厂和其他汽车零部件配套厂商，工程领域和其他领域的主要客户是三一集团、中国石化、太钢集团等	橡塑材料客户多为预付款或先款后货，少量客户为月结模式；多数橡塑制品客户信用期从一个月到三个月不等，最长的信用期为六个月

注：信息来自可比公司招股说明书、年度报告

公司在橡塑制品业务的客户情况特点是客户处于相对强势地位，且规模较大、实力强劲、议价能力较强，与同行业可比上市公司趋同。公司的橡塑材料收现能力较强，很少给予客户信用期；橡塑制品信用期多为一个月至三个月，最长为六个月，与同行业可比上市公司一致。

## 2、产品应用场景

公司与可比公司产品应用场景的对比如下：

公司简称	主导产品	产品应用场景
朗博科技	橡胶密封件和橡胶制品，如车用 O 型圈及垫圈、轮毂组件、油封、轴封等	汽车空调、动力、制动等核心系统
浙江仙通	汽车密封条为主，车门玻璃导轨、拉门滑轨等金属辊压件以及行李架垫片等其他配件	汽车整车身
天铁股份	减振业务和锂化物业务双主业；其中涉	轨道交通领域，涵盖城市轨道交通、

公司简称	主导产品	产品应用场景
	及到橡胶行业的主要产品包括隔离式橡胶减振垫、弹性支撑式无砟轨道用橡胶套靴等轨道结构减振产品	高速铁路、重载铁路和普通铁路
川环科技	汽车胶管和摩托车胶管，已涉足新能源汽车领域管路系统的开发和配套，	汽车及摩托车领域，正在布局轨道交通、中石油、中石化、军用产品，产品正在试制、验证阶段，部分领域有小批量货
公司	特种橡胶混炼胶及橡塑制品	汽车、高铁、工程机械、石油机械、航空航天等多个细分领域

与同行业可比公司产品领域不同，公司的橡塑材料和橡塑制品应用领域广泛，橡塑制品产品线众多，汽车、高铁、工程机械、石油机械、航空航天等制品细分领域均有涉及。同行业可比上市公司朗博科技、浙江仙通、川环科技在汽车橡胶制品领域拥有一席之地，天铁股份的部分产品同样应用于高铁领域，此外川环科技正在进入公司橡塑制品涉及的高铁、石油、航空航天等中高端领域，但尚未形成规模。

### 3、报告期内发行人橡塑材料和橡塑制品的销售价格水平和变化与同行业是否存在明显差异

#### (1) 橡塑材料的销售价格水平与变化情况

##### ①报告期内橡塑材料销售价格水平与变化

2019年至2021年，公司主要类别的橡塑材料销售价格水平与变动趋势如下：

单位：元/kg

产品类别	2021年度		2020年度		2019年度
	销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价
丁腈橡胶系列	14.83	15.77%	12.81	-5.46%	13.55
三元乙丙橡胶系列	11.48	21.87%	9.42	-10.63%	10.54
天然橡胶系列	12.98	7.10%	12.12	9.68%	11.05
氟橡胶系列	82.41	17.76%	69.98	1.64%	68.85
氢化丁腈系列	197.18	2.99%	191.46	11.22%	172.14

注：销售单价为不含税价格

报告期内，丁腈橡胶系列、三元乙丙橡胶系列销售价格呈现先降后升的趋势。报告期

内，橡胶生胶 2020 年平均采购单价为 14.22 元/kg，同比变动比例为-16.11%，2021 年平均采购单价为 20.27 元/kg，同比变动比例为 46.20%；配合剂 2020 年平均采购单价为 6.16 元/kg，同比变动比例为-12.99%，2021 年平均采购单价为 7.69 元/kg，同比变动比例为 24.84%。报告期内，丁腈橡胶系列、三元乙丙橡胶系列销售价格变动趋势与主要原材料采购价格匹配。

报告期内，天然橡胶系列销售量占比接近 17%，是公司第三大橡塑材料品种，各期采购价格分别为 10.22 元/kg、10.47 元/kg、12.52 元/kg，每年均有增长。销售价格各期分别为 11.05 元/kg、12.12 元/kg、12.98 元/kg，呈现连年上升趋势。与采购价格变化趋势基本相符。

报告期内，氟橡胶系列和氢化丁腈系列销量较为稳定，年均合计销量不超过 200 吨，销量占比不超过 3%。2020 年度氟橡胶系列和氢化丁腈系列的销售单价与原材料采购价格存在相反变动趋势的主要原因系产品定制化属性较强，考虑客户对产品性能、质量等要求，与上年保持相对稳定的价格。2021 年度氟橡胶系列销售单价变动比例与橡胶生胶及配合剂的采购单价变动比例较为一致，但氢化丁腈系列销售单价增长幅度不及原材料采购价格上涨幅度的主要原因系氢化丁腈系列单价较高，毛利率较其他系列高，考虑到 2021 年度销量已下降约 15%及客户对价格敏感性、接受能力等因素，为保持一定的利润规模，不宜提价太多。

## ②橡塑材料售价与同行业可比上市公司可比性较低

报告期内，公司橡塑材料总体平均售价情况如下：

单位：元/kg

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价
橡塑材料	14.32	24.63%	11.49	-10.93%	12.90

注：销售单价为不含税价格

橡塑材料业务与同行业可比上市公司可比性较低的原因主要有两点：

第一，同行业可比上市公司均以橡塑制品为主导产品，公司生产的橡塑材料为生产过程中的半成品供后续工序使用，因此产品结构的差异导致售价变动情况无公开可比信息。

第二，同行业可比上市公司虽同为橡塑制品厂商，但产品类型、应用场景也存在差异，不能直接比较，价格变动趋势也并不呈现出相同趋势。如天铁股份和川环科技在年度报告

中披露了单位材料成本,其中天铁股份的单位材料成本 2020 年度较 2019 年度下降 52.72%,而川环科技的单位材料成本则上涨 20.88%。2021 年行业整体原材料水平上涨,但天铁股份的同比涨幅为 38.46%,而川环科技的同比涨幅为 4.53%,两家公司单位材料成本涨幅差异较大。

## (2) 橡塑制品的销售价格水平与变化情况

### ①报告期内橡塑制品销售价格水平与变化

2019 年至 2021 年,公司主要领域的橡塑制品销售价格水平与变动趋势如下:

单位:元/

件

客户领域	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价
汽车领域	0.57	23.91%	0.46	6.98%	0.43
高铁领域	68.73	-3.37%	71.13	238.88%	20.99
工程机械	7.37	-6.83%	7.91	-3.06%	8.16
航空领域	20.71	-90.62%	220.70	548.16%	34.05
石油机械	31.65	11.92%	28.28	1.22%	27.94
其他领域	2.03	-9.38%	2.24	36.59%	1.64

注:销售单价为不含税价格

公司有上千种橡塑制品品种,不同品种又有不同型号,以 2021 年销售情况来看,公司共销售约 3000 种型号的橡塑制品。因存在客户既采购结构技术简单的制品品种,又采购定制化的技术含量较高的配套开发品种,按客户行业领域汇总时,按平均售价仅在大致反映不同行业客户的制品需求。

报告期内,按客户领域划分的橡塑制品销售单价,高铁领域与航空领域波动较大。高铁领域自 2019 年下半年起与中车制动合作加深,批量供应动车车身减振产品,如橡胶块、橡胶轴承、橡胶支撑等,该客户的产品属于定制化产品,技术含量高,部分产品单价可达 800 元/件以上。由于产品结构调整,高铁领域销售平均单价自 2020 年起维持在较高水平。

报告期内,航空领域销售收入连年增长,2020 年和 2021 年同比增长幅度分别为 32.22%和 28.94%。平均销售单价的波动主要由客户产品结构需求调整所致。2020 年航空领域客户采购产品多为单价较高的制品单品和组件、套件。相比于 2020 年,2021 年向航空领域客户销售的品类增加大量单价较低的小型制品,因此在报告期内航空领域平均销售单价呈

现波动趋势。

②橡塑制品售价与可比公司产品售价的对比

1) 汽车领域

朗博科技、浙江仙通、川环科技的主导产品应用于汽车领域，报告期内公司与可比公司主导产品平均售价对比如下：

公司简称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价
朗博科技（元/件）	0.64	-3.03%	0.66	3.13%	0.64
浙江仙通（元/米）	8.26	1.60%	8.13	2.52%	7.93
川环科技（元/件）	6.05	-7.07%	6.51	32.32%	4.92
公司-汽车领域（元/件）	0.57	23.91%	0.46	6.98%	0.43

注：销售价格为不含税价格

公司与同行业可比上市公司，生产的橡塑制品品种和型号繁多，产品应用场景不同，销售价格可比性较低。

同行业可比上市公司朗博科技、浙江仙通、川环科技的主导产品虽然都是汽车零部件橡胶制品，但产品应用场景不同，朗博科技的主导产品 O 型圈、轮毂组件、轴封等应用于汽车空调系统，浙江仙通的主导产品汽车密封条可应用于汽车整个车身，川环科技专注于汽车和摩托车软管。公司目前已开发汽车橡塑制品悬置、防尘罩、O 型圈、油封等可应用于发动机部分、底盘部分（悬架系统、传动系统、转向系统、制动系统、排气系统），以及车身等部分。

2) 高铁领域

报告期内公司与可比公司主导产品平均售价对比如下：

公司简称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价
天铁股份-橡胶制品行业（元/平方米或套）	545.95	45.93%	374.11	-56.31%	856.23
公司-高铁领域（元/件）	68.73	-3.37%	71.13	238.88%	20.99

注：销售价格为不含税价格

天铁股份的主导产品应用于轨道交通领域，主导产品是隔离式橡胶减振垫、弹性支撑式无砟轨道用橡胶套靴等轨道结构减振产品，产品销量单位是平方米，属于工务工程橡胶制品。公司的高铁领域产品主要为耐磨类橡胶件、密封垫、橡胶减震件等，应用于高铁车

身，产品销量单位是件。因此公司高铁领域橡塑制品平均售价与天铁股份主导产品售价可比性较低。

### 3) 航空领域

报告期内，公司与可比公司可比产品类别平均售价如下：

公司简称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价
盛帮股份-航空类	25.98	-13.97%	30.2	-5.80%	32.06
其中：来料加工	22.62	-6.34%	24.15	9.72%	22.01
销售商品	34.39	-51.30%	70.61	-23.64%	92.47
公司-航空领域	20.71	-90.62%	220.7	548.16%	34.05

注：销售价格为不含税价格

盛帮股份生产的航空类产品包括 O 型圈、皮碗、垫片等橡胶制品，主要用于军用飞机及发动机，与公司产品类型和应用场景较为可比。因此盛帮股份的航空类橡胶制品与公司航空领域产品具有一定可比性。

综合来看，剔除公司 2020 年因客户采购结构发生变动而所致平均销售单价激增，公司在航空领域的单位价格水平变动趋势与盛帮股份较为一致。因橡塑制品品种繁多，产品售价差异较大，按产品大类汇总统计的销售价格水平可比性不足。

二、说明发行人原材料中天然橡胶和合成橡胶的占比情况，分析说明报告期内天然橡胶与合成橡胶采购价格变化与天然橡胶市场价格、石油价格变化趋势是否匹配，量化分析报告各期橡塑材料和橡塑制品原材料投入产出变化情况，各期投入产出比是否存在明显差异及合理性，并结合相关情况，说明报告期各期成本核算是否准确。

#### (一) 说明发行人原材料中天然橡胶和合成橡胶的占比情况

天然橡胶、合成橡胶是公司进行橡塑材料生产的关键原材料，在原材料中的采购金额占比较大，报告期内天然橡胶、合成橡胶原材料的采购情况如下：

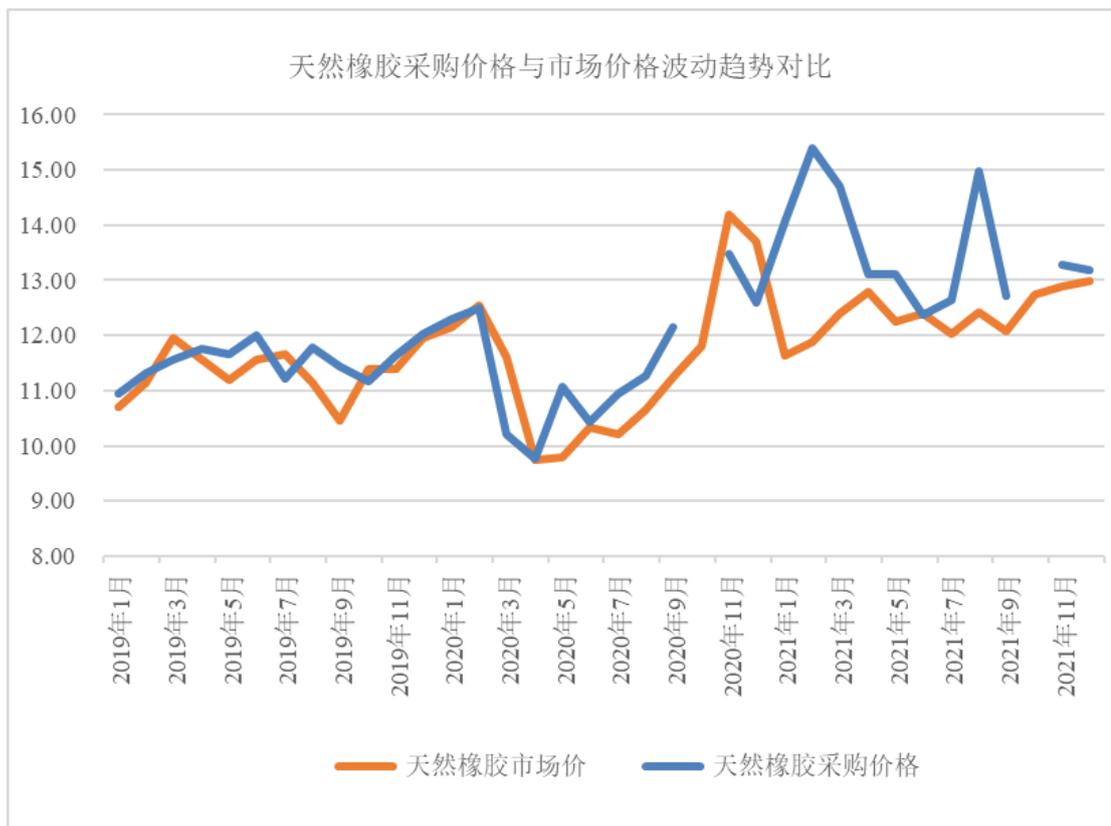
项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	天然橡胶	合成橡胶	天然橡胶	合成橡胶	天然橡胶	合成橡胶
采购金额 (万元)	1,930.43	12,529.14	1,480.74	8,235.06	1,044.32	8,862.92
占比	7.25%	47.05%	7.54%	41.91%	5.67%	48.12%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	天然橡胶	合成橡胶	天然橡胶	合成橡胶	天然橡胶	合成橡胶
采购数量 (吨)	1,389.95	5,564.55	1,283.08	5,548.43	903.88	4,942.71
采购单价 (万元/吨)	1.39	2.25	1.15	1.48	1.16	1.79

注：1、上表金额为含税金额；2、占比=天然或合成橡胶采购金额/原材料采购总额。

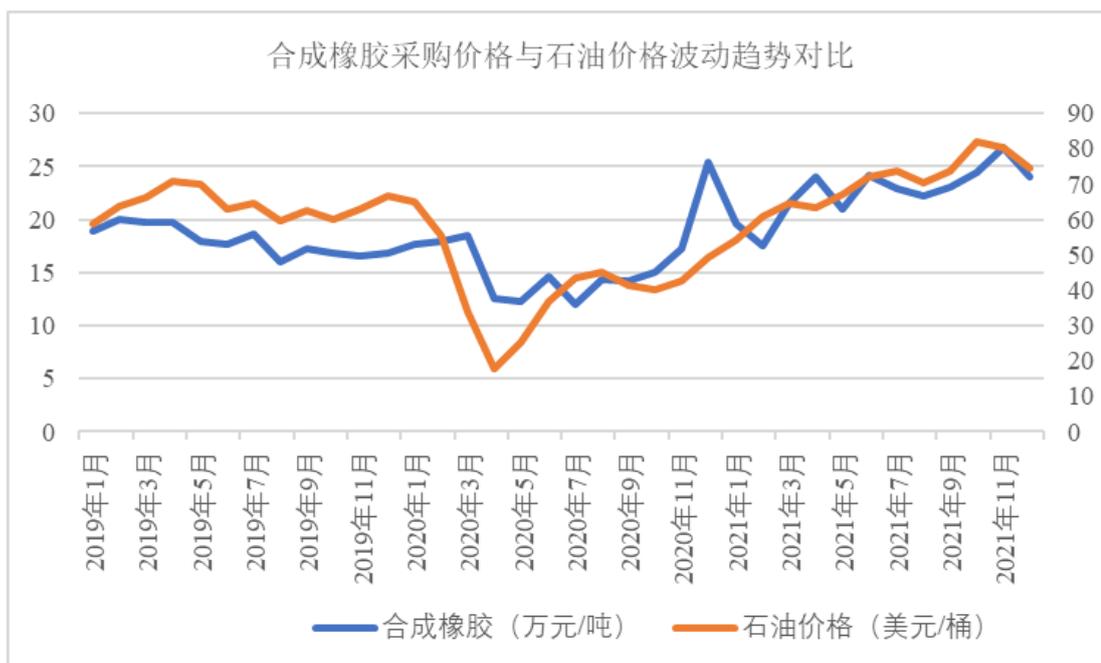
报告期内，在橡胶生胶原材料的采购中，公司以采购合成橡胶为主。自 2019 年至 2021 年，天然橡胶、合成橡胶的采购数量都在持续增加。其中 2020 年合成橡胶受石油市场价格较低的影响，采购金额较 2019 年同比下降，采购金额占比下降 6.21 个百分点。公司在销售端业务的拓展力度不断加大，每年均有新增客户，客户数量逐年增加，橡塑材料的需求扩大促使公司持续加大原材料采购规模。

## （二）分析说明报告期内天然橡胶与合成橡胶采购价格变化与天然橡胶市场价格、石油价格变化趋势是否匹配



数据来源：隆众快讯

注：1、2021 年 1 月、2 月、8 月采购价格大幅高于市场价格，主要原因系采购天然橡胶烟片胶，该胶种生产工艺复杂，采购价格较高；2、图表中采购价格中断部分系公司未在当月采购天然橡胶。



数据来源: wind

报告期内,公司天然橡胶、合成橡胶的的采购价格呈现波动上升趋势,其中2020年主要因疫情影响导致市场需求大幅减少,采购价格大幅下降,2021年疫情缓和,全球经济稳步复苏,国际货币政策宽松,使得全球原材料包括石油、橡胶、炭黑、钢材等大宗商品价格均持续上涨。报告期内,公司天然橡胶、合成橡胶采购价格与市场价格、石油价格变化趋势相匹配。

**(三) 量化分析报告期各期橡塑材料和橡塑制品原材料投入产出变化情况,各期投入产出比是否存在明显差异及合理性**

**(1) 橡塑材料投入产出比情况**

公司生产的橡塑材料主要为特种混炼胶材料,该产品为橡胶合成和应用的中间材料,由固体状橡胶生胶以及粉状、液体状配合剂经物理作用混合而成。公司混炼胶分为天然橡胶、合成橡胶两大类,生产模式均采用流水线式生产,生产工序分为投料、混炼、压片、切片、包装等步骤,混炼过程在封闭式密炼机中进行,生产效率高,原材料损耗较小。

混炼胶与其原材料橡胶生胶在物理形态上较为相似,均为具有弹性的固体物质,采用重量比对的方式进行投入产出核算。具体计算公式为:橡塑材料投入产出比=产出量/投料量。

年度	投料量 (吨)	产出量 (吨)	投入产出比
2021 年	20,227	20,197	99.85%

年度	投料量（吨）	产出量（吨）	投入产出比
2020年	19,265	19,125	99.27%
2019年	15,759	15,595	98.96%

报告期内，橡塑材料的投入产出比变化稳定，各期差异性小，并呈上升趋势，主要得益于公司在配方设计与生产工艺方面的持续改进，提高生胶与配合剂的利用效率，降低原材料的损耗率。因此持续上升的投入产出比具有合理性。

## （2）橡塑制品投入产出比情况

公司生产的橡塑制品主要为各种零部件产品，种类繁多、外观形态各异，应用于不同的市场领域，性能要求差异大。每种类型的制品在原材料种类、使用量、生产工序方面都存在较大差异，如在原材料差异方面，分为无骨架制品与含骨架制品，在生产工序方面，分为单次硫化、二次硫化，产成品视客户需求进行磷化、涂油等工序等等。

公司橡塑制品多工序生产，主要包括胶料预成型、骨架前处理、硫化、修边、包装等，生产流程周期较长。公司在 SAP 系统中为每种橡塑制品单独设计 BOM，分工序核算原材料投入产出情况，使用逐步结转分步法计算各工序产成品成本。由于橡塑制品产出过程较为复杂，产成品与原材料差异较大，公司可以通过 BOM 计算的各工序理论产出合计数量为基础，分析与各工序实际产出合计数量的投入产出关系。具体计算公式为：橡塑制品投入产出比=实际产出量/理论产出量。

年度	理论产出量（万件）	实际产出量（万件）	投入产出比
2021年	13,363	13,308	99.59%
2020年	15,102	14,857	98.38%
2019年	16,815	16,371	97.36%

报告期内，橡塑制品的投入产出比变化稳定，各期差异性小，呈上升趋势，主要由于公司在生产工艺方面持续改进，优化模具流道结构设计，降低胶料流动损耗。在车间生产管理方面提高管理水平，降低工人在硫化、修边等工序因操作失误导致的生产失败，提高生产成品率。因此持续上升的投入产出比具有合理性。

## （四）结合相关情况，说明报告期各期成本核算是否准确。

### 1、采购模式

公司采用“以产定采”和“合理库存”的采购模式，建立了完整的采购体系和供应商管理

体系，制定了《供应商管理程序》《采购管理制度》等管理制度，根据供应商的经营资质、整体规模、质量控制能力、内部管理等多维度指标对潜在供应商进行评估，以此选择满足公司生产需求和质量标准的优质供应商。

公司设立采购部，根据物料需求形成采购计划组织采购，采购人员根据材料规格、数量等情况向合格供应商下达采购单，由采购人员及时跟踪物料交付情况。物料采购入库前，品质部对物料进行严格检测，检验合格后办理入库手续。公司采购的橡胶等原材料价格以市场价格为基础，采购价格与市场价格变动趋势保持一致，存货入库成本真实、合理。

## 2、生产模式

公司采用“以销定产”和“合理库存”的生产模式。公司主要根据客户订单需求，以客户需求为导向，进行生产计划、调度、管理和控制。

公司的生产活动主要由销售部门、生产部门、质检部门等共同完成。销售部门接收客户销售订单后，结合客户提供的需求情况、库存情况，制定包含产品类型、数量、交货期等要素的当期销售计划，并通过 SAP 管理系统传达给生产部门。生产部门计划部根据销售计划来安排生产计划，并考虑车间硫化设备生产安排情况、产品生产工艺流程、工人工作时段等要素，制作生产订单下发至生产小组，由生产小组具体落实每日生产安排，最终满足客户产品交货期计划。公司质检部门负责生产全流程的质量管理、质量检验、质量监督，确保产品质量符合要求。

## 3、账务处理原则

公司成本核算采用逐步结转分步法计算产品成本，其中产品成本具体归集与分配方法如下：

### （1）直接材料成本的归集与分配

直接材料成本的归集：公司根据产品生产过程中直接耗用部分的原材料种类及比例在系统设置 BOM，在生产开始时按系统配置的 BOM 领料，系统每月根据 BOM 在成品对象中归集直接材料成本。

### （2）职工薪酬的归集与分配

公司财务中心以各事业部为成本中心进行薪酬归集、分配，依据人事部门提供的当月生产人员薪酬计算薪酬总额，并将薪酬总额以归属成本中心的半成品或产成品耗用实际工时为因子，分摊至各半成品或产成品成本对象。

### （3）制造费用的归集与分配

制造费用为除直接材料、直接人工以外的辅助材料、间接人工、能源消耗、设备折旧费用和其它费用支出。分配方法与职工薪酬基本相同，以各事业部为成本中心进行制造费用归集、分配，并以归属成本中心的半成品或产成品耗用实际工时为因子，分摊至各半成品或产成品成本对象。

(4) 产品成本结转方法

公司产品生产完成，产成品入库时，根据分配的生产成本结转至库存商品；产成品实现销售时，产成品的出库采用月末一次加权平均法计价，销售出库的产成品成本结转计入主营业务成本。

**4、成本管理内控关键环节**

公司根据《企业内部控制基本规范》《企业内部控制应用指引》等相关规定，建立了与成本核算相关的内部控制管理流程，制定了《供应商管理程序》《采购管理制度》和《成本管理制度》等规章制度，并依靠 SAP 系统进行流程管控。公司设立了相应的成本核算岗位，明确相关岗位的职责和权限，确保不相容岗位相互分离、制约和监督，保证成本核算的规范性和准确性。

三、结合产品结构、技术水平、经营状况等，进一步分析发行人毛利率与可比公司存在明显差异的具体原因，发行人橡塑材料和橡塑制品毛利率与可比公司相比是否存在明显差异及合理性。

报告期内，公司毛利率与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
朗博科技	40.20%	42.67%	41.47%
浙江仙通	34.98%	36.52%	36.37%
天铁股份	50.99%	48.31%	51.04%
川环科技	25.21%	30.61%	28.44%
平均值	37.85%	40.81%	40.92%
发行人	29.68%	33.75%	28.72%

(一) 产品结构对公司毛利率的影响

公司名称	产品结构	2021 年度	主营收入占比	2020 年度	主营收入占比	2019 年度	主营收入占比
朗博科技	O 型圈	51.78%	27.45%	53.49%	27.73%	46.30%	27.71%
	轮毂组件	27.23%	20.75%	31.41%	21.09%	31.68%	19.56%
	轴封	52.00%	29.13%	52.94%	26.87%	51.45%	28.01%
	其他	22.90%	22.67%	28.76%	24.32%	31.44%	24.72%
浙江仙通	橡胶密封条	32.05%	76.26%	32.43%	71.05%	34.08%	71.40%
	塑胶密封条	40.34%	23.15%	42.20%	27.97%	40.35%	27.65%
	金属辊压件	28.10%	0.60%	31.76%	0.98%	33.41%	0.95%
天铁股份	轨道工程制品	62.65%	62.65%	65.06%	65.06%	58.03%	64.28%
	其他橡胶制品	-	-	-	-	11.53%	1.09%
	锂化物系列产品	14.12%	14.12%	13.55%	13.55%	-	-
	其他产品	19.09%	19.09%	18.43%	18.43%	41.30%	32.12%
	其他业务	4.14%	4.14%	2.96%	2.96%	13.77%	2.51%
川环科技	汽车燃油系统软管	28.85%	28.74%	32.07%	29.94%	31.82%	27.58%
	汽车冷却系统软管	23.55%	55.27%	30.06%	56.56%	25.25%	51.43%
	汽车附件系统及制动软管	20.23%	5.59%	23.61%	4.77%	28.35%	5.95%
	摩托车软管	30.00%	8.99%	33.48%	8.24%	33.87%	15.04%
	其他	23.12%	1.41%	24.00%	0.48%	-	-
发行人	橡塑材料	21.65%	72.64%	27.47%	71.04%	24.01%	75.57%
	橡塑制品	50.92%	27.36%	49.29%	28.96%	43.05%	24.43%

公司产品包括橡塑材料及其制品两类，橡塑材料收入占比均超过 70%，是公司主要的收入来源，但毛利率大幅低于橡塑制品，各期分别相差 19.04%、21.82%、29.27%。因此拉低了公司整体毛利率，并低于同行业毛利率平均值。

可比公司朗博科技产品包括 O 型圈、轮毂组件、轴封、其他等橡胶制品，收入占比比较平均。其中 O 型圈、轴封各期毛利率基本均超过 50%，是主要利润来源，支撑其整体毛利率超过 40%。

可比公司浙江仙通产品包括橡胶密封条、塑胶密封条、金属辊压件等，其中橡胶密封条收入占比均超过 70%，是其主要收入来源，因此其整体毛利率 36.37%、36.52%、34.98% 与橡胶密封条毛利率相接近。

可比公司天铁股份产品包括轨道工程制品、其他橡胶制品、锂化物系列产品及其他等。其中橡胶类产品各期收入合计占比 60%，是其收入的主要来源，并且轨道工程制品由于其 60%左右的较高毛利率，带动公司总体毛利率的提升。

可比公司川环科技产品包括汽车燃油系统软管、汽车冷却系统软管、汽车附件系统及制动软管、摩托车软管及其他等，其中汽车类产品收入占比在 84%至 91%之间，是其主要收入来源，因此其综合毛利率 28.44%、30.61%、25.21%与汽车产品毛利率相接近，具有合理性。

综上所述，公司以橡塑材料为主营业务，同行业公司均以 O 型圈、胶管、密封垫、密封条等橡胶制品为主营业务，产品结构不同导致公司毛利率与可比公司存在明显差异。

## （二）技术水平对公司毛利率的影响

公司名称	发明专利 (项)	实用新型专 利(项)	研发费用率		
			2021 年度	2020 年度	2019 年度
朗博科技	8	31	4.61%	5.22%	5.38%
浙江仙通	7	28	4.73%	4.49%	4.79%
天铁股份	32	140	4.37%	3.41%	3.06%
川环科技	14	57	4.14%	3.66%	3.87%
平均值	15	64	4.46%	4.20%	4.27%
发行人	1	23	5.04%	4.58%	5.73%

注：截至本问询回复日，公司共有发明专利 1 项，实用新型专利 23 项

橡塑制品相较橡塑材料除了在原材料方面需进行定制化配方设计研究，还需要研究产品结构、模具开发等工程力学、机械制造、计算机设计多领域学科知识，产品实现较为复杂，对公司研发体系的建设要求较高。同行业可比公司均以橡胶制品业务为主，拥有较多专利技术，对于新产品开发方面有较强的技术优势，能够实现制品业务的较高毛利。与同行业可比公司相比，公司的专利数量不具有优势，但研发费用率领先于同行业可比公司平均值，在橡塑制品业务方面同样具有较高毛利率。导致公司与同行业可比公司毛利率产生差异的原因主要是产品结构差异，公司橡塑材料收入各期占比均超过 70%，拉低公司整体毛利率水平，技术水平因素对毛利率的影响较小。

## （三）经营状况对公司毛利率的影响

公司名称	经营指标	2021 年度	2020 年度	2019 年度
朗博科技	营业收入（万元）	19,321.23	16,868.94	15,997.79
	营业成本（万元）	11,553.86	9,670.44	9,363.73
	净利润（万元）	2,473.74	2,253.26	2,292.35
浙江仙通	营业收入（万元）	78,718.75	61,787.48	64,247.90
	营业成本（万元）	51,179.73	39,224.61	40,877.83
	净利润（万元）	14,183.15	10,655.82	9,738.84
天铁股份	营业收入（万元）	171,327.06	123,531.28	99,022.84
	营业成本（万元）	83,961.28	63,855.14	48,482.65
	净利润（万元）	30,240.62	19,609.76	12,674.84
川环科技	营业收入（万元）	77,649.40	67,746.76	57,657.09
	营业成本（万元）	58,075.45	49,126.89	41,256.65
	净利润（万元）	10,499.09	11,278.49	11,250.66
发行人	营业收入（万元）	36,297.86	30,474.32	25,919.17
	营业成本（万元）	25,525.10	20,189.67	18,474.20
	净利润（万元）	4,420.46	4,775.12	2,500.94

报告期内，公司营业收入、成本呈持续增长趋势，与同行业公司营业收入、成本变动趋势相同，经营状况稳定良好，不存在重大经营不确定性，不存在因经营状况问题导致公司毛利率与同行业公司造成差异的情形。

#### （四）橡塑材料毛利率与可比公司相比的差异及合理性

同行业内可比公司均无独立的橡塑材料业务，该业务毛利率暂时无法比较。

#### （五）橡塑制品毛利率与可比公司相比的差异及合理性

报告期内，公司橡塑制品毛利率与可比公司的比较情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
朗博科技	40.20%	42.67%	41.47%
浙江仙通	34.98%	36.52%	36.37%
天铁股份	50.99%	48.31%	51.04%
川环科技	25.21%	30.61%	28.44%

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
平均值	37.85%	40.81%	40.92%
发行人-橡塑制品	50.92%	49.29%	43.05%

报告期内，公司橡塑制品业务的毛利率水平各期均高于同行业毛利率平均值，且呈逐年上升趋势，主要原因为产品细分种类、性能要求、应用领域、技术投入不同。

橡胶制品分为 O 型圈、油封、胶带、胶管、胶鞋、密封条、止水带、减震制品、密封制品等细分类别，各类橡胶制品的功能作用、外观结构、生产工艺、原料构成均不同。同行业可比公司朗博科技以生产 O 型圈、轴封为主，浙江仙通以生产汽车密封条为主，天铁股份以生产轨道用密封垫为主，川环科技主要生产汽车胶管，公司主要生产应用于汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械的中高端密封制品、减震制品等。

公司橡塑制品主要为中高端市场配套供应，客户对产品的性能指标要求较高，一般在耐高温低温、耐磨、阻燃、绝缘等方面有特殊技术标准。该类产品前期技术开发投入大，与主机厂同步开发新产品的周期长，因此产品拥有较高的定价空间，毛利率水平较高具有合理性。

#### 四、说明 2022 年 1-3 月发行人停工的具体时间，期间发行人产品产量和销量与去年同期相比是否存在明显差异，停工因素是否对发行人经营产生了实际影响。

##### 1、2022 年 1-3 月公司停工的具体时间

2022 年 1 月 30 日至 2 月 6 日，公司与职工欢度春节，放假停工 7 天。因配合北京冬季奥运会顺利召开，相应环保号召，公司于 2022 年 2 月 7 日至 13 日停工 7 天，停工期间所有涉及废气排放的工序全部停产。

公司所在地邢台市对新冠疫情管控一贯较为严格，公司为应对突发封控制定了应急预案，主要措施包括安排工人轮班住宿在厂区以保障生产、重点岗位双班制以防止内控流程运行不畅等。鉴于此原因，公司在邢台当地发生点状零星疫情时，虽然导致出勤率和开工率不足，但可达到 80%及以上，对生产经营并未造成重大不利影响。

因冬奥会停工 7 天和邢台市疫情常态化管控所致开工率不足，以橡塑材料橡胶混炼胶生产车间设备运转工时为例，2022 年 1-3 月设备运转工时为 2,948.1 小时，较去年同期 3,545.5 小时的降幅为 16.85%。

## 2、期间公司产品产量和销量与去年同期相比是否存在明显差异

2022 年一季度，公司橡塑材料和橡塑制品的产销量与去年同期对比如下：

项目	2022 年 1-3 月		2021 年 1-3 月		变动比例	
	产量	销量	产量	销量	产量	销量
橡塑材料（吨）	4,350.36	3,875.76	4,727.37	4,070.71	-7.98%	-4.79%
橡塑制品（万件）	1,527.08	1,782.36	2,298.01	2,146.48	-33.55%	-16.96%

从橡塑材料和橡塑制品的产销量看，2022 年一季度较上年同期均呈现不同幅度的下滑。

### （1）橡塑材料的产销量影响

2022 年一季度，橡塑材料产量较上年同期下降 7.98%，销量较上年同期变化不大，仅下降 4.79%。因冬奥会环保监管要求，公司及当地橡塑产业集群客户停产 7 天，对公司橡塑材料的生产供给端和销售需求侧均造成了一定程度的不利影响。3 月初，邢台市清河县出现疫情，当地橡塑材料客户生产受到限制，对公司橡塑材料销售有一定影响。综合来看，由于公司橡塑材料客户较为分散，其他地区及外省客户销售需求未受到波及，且客户恢复正常生产后下订单较同期略有增加，因而总体销售量未出现较为明显下滑趋势。同时，原材料价格持续在高位，公司采取调整橡塑材料售价的措施来应对原材料价格上涨挤占利润空间的负面效应，部分客户对价格敏感性较高，因此较多预付款方式提前锁定销售价格以享受商业折扣。从产销量下降幅度来看，停工对橡塑材料生产的影响较为明显，对橡塑材料销售的影响不大。

### （2）橡塑制品的产销量影响

2022 年一季度，橡塑制品的产量较去年同期下降 33.55%，销量较去年同期下降 16.96%，产销量降幅较大，对公司产生了明显的不利影响。

产量方面，因 2021 年末公司为长城汽车备货 1,797.93 万件，截至 2022 年 3 月 31 日客户已提货 1,450.58 万件。因长城汽车当期消化上期末结存库存较多，公司在汽车领域的橡塑制品产量同比下降。

销量方面，公司汽车领域大客户中国一汽及其总成供应商因长春疫情封控影响，长春全市自 3 月 11 日起封闭管理。橡塑制品青岛客户如一汽解放青岛汽车、青岛金盛、中国中车受长春疫情的间接影响，当期产量下降，进而对公司橡塑制品的采购量下降。

## 3、停工因素是否对发行人经营产生了实际影响

冬奥会停工对公司生产方面造成了一定程度的负面影响，主要表现在橡塑材料和橡塑

制品较去年同期均有不同幅度的下降。而疫情开工率不足对公司生产未产生明显不利影响，但因疫情封闭管控直接导致客户停产停工和供应链断供导致客户产量下降所致的制品大客户中国一汽、长城汽车、中国中车等对公司橡塑制品订单量大幅回落对公司产生较为明显的负面效应。前述停工因素对公司生产经营产生了实际影响，但该影响是暂时的，原因主要有以下两点：

第一，冬奥会环保监管要求的停工属于不可抗力因素，且属于偶然事件，对公司生产的影响是暂时性的；且邢台当地橡塑材料客户虽同受停工影响，但后续恢复生产秩序时对橡塑材料的需求并未与去年同期有明显差异，对客户的需求影响也是暂时性的。第二，新冠疫情管控的影响属于不可抗力因素，对公司和客户的影响存在不确定性，但随着《新型冠状病毒肺炎防控方案（第九版）》的发布，预计未来疫情管控对生产活动的限制将有所放松。

在 2022 年二季度，邢台当地出现两次疫情，全市静态管理长达月余，公司启动应急预案，疫情期间大部分员工生活在厂区内以保障生产活动紧张有序。公司大客户中国一汽和中国中车，自长春和青岛疫情解除封控后逐步恢复正常生产，对橡塑制品的采购量逐渐恢复，疫情对大客户的需求影响是暂时性的。

综上所述，2022 年一季度停工因素对公司实际生产经营造成了负面影响，但该影响是暂时性的，在 2022 年二季度末公司和客户已逐渐恢复正常生产秩序。

**五、说明发行人应对原材料价格上涨的具体措施及效果，结合发行人定价策略、与主要客户合同约定等，说明发行人是否具备向下游传导原材料价格上涨的能力；进一步分析说明 2022 年 1-3 月发行人收入未出现明显下滑的情况下，利润总额大幅下降的具体原因，毛利率是否出现明显变化，结合发行人 2022 年上半年业绩情况，分析说明发行人经营能力和经营环境是否发生重大变化、业绩下滑的趋势是否扭转，业绩下滑是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响。**

#### **（一）说明发行人应对原材料价格上涨的具体措施及效果**

##### **1、优化生产工艺，实现精细化生产**

公司拥有丰富的橡塑材料配方开发经验、产品设计与模具开发经验，熟悉橡胶、配合剂、金属骨架等基本特性与加工性质，掌握材料配方体系在生产中的搭配使用方式。公司能够结合塑炼、密炼、开炼、硫化、修边等生产工艺，通过改进生产设备，精确控制生产过程中的温度、时间、压力等参数，对原材料实现精细化利用，最大化提高材料利用率。

报告期内，公司橡塑材料及制品的投入产出比均已超过 99%，成品率高，材料损耗少，抵消了一部分原材料上涨带来的不利影响。

## **2、调整采购方式，规避市场风险**

在供应商采购方面，公司通过市场化询价等方式增加供应商选择范围，在多家供应商之间进行价格比对，根据自身对原材料质量、供货能力等要求选择价格更具有优惠的供应商。公司与供应商建立深度合作、长期稳定的商业关系，使得供应商在价格快速上涨期间能够给予公司一定的价格稳定期，并能够提供给公司高于市场平均水平的优惠力度。另外，公司橡塑材料、制品销售规模逐年扩大，对橡胶生胶、配合剂等原材料的采购需求量也较大，已经建立了规模化采购优势，提高了与供应商进行价格谈判的议价能力。

在原材料价格方面，公司密切关注主要原材料的市场价格走势，根据国际形势、货币政策、国内新冠疫情等宏观因素分析研判石油价格对合成橡胶的影响力度，综合上游厂商的产能投放规模、设备检修停工时间以及物流运输等因素分析炭黑等的价格走势，结合天然橡胶主产地东南亚、海南、云南等地的天气状况、人工成本因素判断天然橡胶的供给状况，不断加强自身对原材料市场价格的预测判断能力。当原材料价格处于低位时，公司扩大单次采购规模，增加材料的备货量，在原材料价格由低位回升时，公司及时与供应商协商沟通，通过协议约定、付款条件、调整采购规模等方式提前锁定采购价格。在原材料高位时，公司降低原材料采购量，降低公司资金压力，保障一定的盈利能力。

公司管理层拥有丰富的橡塑材料生产经营经验，对较强的对原材料价格走势的判断能力与库存管理能力，同时公司建立了《存货管理制度》等管理体系，能够灵活地根据原材料市场价格走势、调整各类原材料的库存规模等方式较好地规避原材料价格上涨风险。

## **3、调整销售价格，传导成本压力**

公司橡塑材料客户多为邢台及周边省份的以生产橡塑制品为主的企业，相对比较分散，规模较小。公司依靠如丁腈橡胶等性能优异、质量稳定的特种橡塑材料产品，具备较强的产品竞争力，得到了客户广泛认可。公司接受订单较为灵活，订单价格随市场行情变化而变化，在销售中处于相对主导地位，价格传导相对灵活。报告期各期，公司客户均超过 1,000 家，一定程度上能够分散原材料上涨对公司带来的风险。

报告期内，公司通过优化改进生产工艺、灵活调整采购方式、销售价格等措施，一定程度上缓解了原材料价格上涨为公司带来的经营风险，保障公司持续各期持续盈利。

**（二）结合发行人定价策略、与主要客户合同约定等，说明发行人是否具备向下游传导原材料价格上涨的能力**

**1、公司产品的定价策略与合同约定情况**

本回复内容详见问题 7（一）“1、产品定价策略”。

**2、公司向下游传导原材料价格上涨的能力**

**（1）橡塑材料业务有一定价格传导能力**

**①公司在橡塑材料销售中处于相对主导地位**

橡塑材料的客户多为省内及周边省份橡胶产业集群的企业，客户规模普遍偏小、数量众多、集中度较低。公司在橡塑材料行业经营多年，拥有深厚的行业运营经验、较强的配方技术优势，依赖突出的材料性能水平与稳定的产品供应能力取得广大客户认可，在橡塑材料销售中处于相对主导地位，具有一定的价格调整能力。

**②橡塑材料销售价格与原材料采购价格的联动性大**

公司生产的橡塑材料以橡胶混炼胶为主，主要原材料为橡胶生胶、配合剂。报告期内，橡塑材料产品中的直接材料成本占比均超过 85%，直接材料成本的变化对产成品成本影响权重重大。另外，橡胶生胶属于大宗商品，炭黑、油料属于为石油、煤炭的附属衍生品，其原材料采购价格均与大宗商品的市场价格息息相关，并呈正向变动关系。在橡胶、石油、煤炭价格上涨时，整个橡胶材料及制品产业链都会面临生产成本上涨的情况。

在销售模式方面，橡塑材料的销售订单接收较为灵活。公司与客户签署订单式合同，合同中产品种类和价格随着市场行情变化而变化，在此情况下，公司能够通过调整售价的方式向下游客户转嫁成本。

**（2）橡塑制品业务的价格传导能力偏弱**

公司的橡塑制品主要客户为汽车、高铁、航空航天领域的央企、上市公司或知名企业，其处于产业链终端，且规模实力强大，自身有严格的供应商准入与管理机制、产品供货标准、技术要求，对橡塑零部件供应商的认证复杂、周期长，在产业链中具有较强的话语权与产品议价能力，公司在产业链中处于相对弱势地位。并且，受制于市场竞争激烈影响，原材料价格上升时，公司为保证市场份额、维护客户关系，无法通过直接提升销售价格来维持毛利空间。另外，橡塑制品的销售合同多为年度销售框架合同，合同约定产品类别的基准价格，在合同期限内一般不对基准价格进行调整。在此情形下，公司只有通过不断

提高制品研发能力，开发新型产品，扩大高毛利产品供货份额等方式保持业绩增长。

综上所述，公司在橡塑材料业务具有一定价格传导能力，橡塑制品业务的价格传导能力较弱，总体具备一定的向下游传导原材料价格上涨的能力。

**（三）进一步分析说明 2022 年 1-3 月发行人收入未出现明显下滑的情况下，利润总额大幅下降的具体原因，毛利率是否出现明显变化**

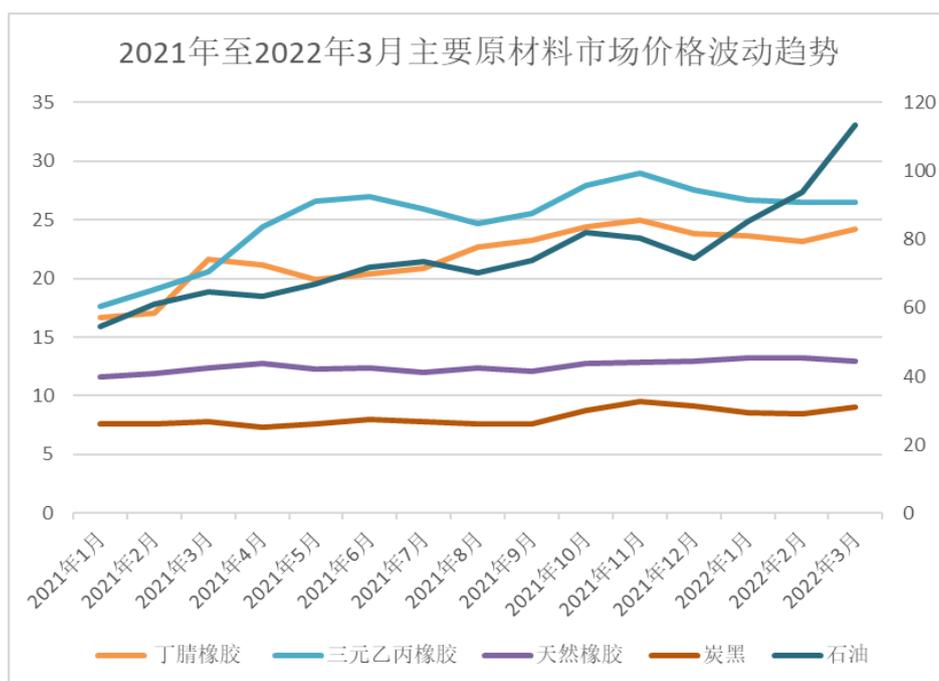
**1、2022 年 1-3 月公司营业收入、营业成本、利润总额、毛利率财务数据情况如下：**

项目	2022 年 1-3 月	2021 年 1-3 月	变动幅度
营业收入（万元）	7,894.16	8,515.45	-7.30%
营业成本（万元）	6,161.18	5,430.40	13.46%
管理费用（万元）	191.43	165.96	15.35%
销售费用（万元）	408.06	340.96	19.68%
研发费用（万元）	356.98	277.85	28.48%
财务费用（万元）	24.69	35.27	-30.00%
利润总额（万元）	738.25	2,235.34	-66.97%
毛利率	21.95%	36.23%	下降 14.28 个百分点

2022 年 1-3 月份，公司较去年同期相比，营业收入下滑 7.30%，营业成本上升 13.46%，利润总额下滑 66.97%，毛利率下降 14.28 个百分点，主要原因系：

**（1）原材料成本继续呈上涨趋势，压缩产品利润率**

当期受俄乌战争引发的经济不确定性影响，石油价格短期内快速上涨，下游衍生品丁腈橡胶、三元乙丙橡胶等合成橡胶、炭黑受此影响，市场价格同步上涨。2022 年 3 月公司丁腈橡胶、三元乙丙橡胶、炭黑原材料采购价格分别较上年同期上涨 14.13%、20.68%、9.23%，导致当期营业成本同比上升较多。



数据来源：隆众快讯、wind

## (2) 产品销量下滑，营业收入总体下降

### ① 橡塑材料收入变化情况

项目	2022年1-3月	2021年1-3月	变动数额	变动幅度
销量(吨)	3,888.02	4,070.71	-182.69	-4.49%
单价	15.36	13.60	1.76	12.94%
营业收入	6,041.57	5,537.53	504.04	9.10%

当期受原材料价格持续高位运行影响，公司采取调整橡塑材料售价的措施来应对原材料价格上涨挤占利润空间的负面效应，使得当期销售单价同比上涨 12.94%。

当期因冬奥会环保监管要求，公司及当地橡塑产业集群客户停产 7 天，对公司橡塑材料的生产供给端和销售需求侧均造成了一定程度的不利影响。3 月初，邢台市清河县出现疫情，当地橡塑材料客户生产受到限制，对公司橡塑材料销售有一定影响。综合来看，由于公司橡塑材料客户较为分散，其他地区及外省客户销售需求未受到波及，因而总体销售量下滑幅度较小，同比下降 4.49%。因此橡塑材料营业收入的上涨主要系销售单价调整导致。

### ② 橡塑制品收入变化情况

项目	2022年1-3月	2021年1-3月	变动数额	变动幅度
销量(万件)	1,782.36	2,146.48	-364.12	-16.96%

项目	2022年1-3月	2021年1-3月	变动数额	变动幅度
单价	1.09	1.37	-0.28	-20.44%
营业收入	1,844.98	2,949.44	-1,104.46	-37.45%

当期橡塑制品营业收入同比下降 37.45%，是导致公司当期营业收入下滑的主要因素。

本季度公司汽车领域客户中国一汽因吉林长春疫情封控，受到员工返岗受限、原材料运输困难等不利影响，完全停工停产，其主营业务收入当期同比下降 66.39%，净利润同比下降 74.71%。本季度公司来自中国一汽的营业收入减少 208.56 万，同比下降 68.41%。汽车领域客户长城汽车受多家零部件供应商的疫情管控影响，工厂产能受限，当季度共销售汽车 28.59 万辆，同比下滑 14.16%。本季度公司来自长城汽车的营业收入减少 26.52 万元，同比下降 6.52%。

高铁领域客户中国中车受疫情间接影响，供应链供应不足，以及新冠疫情对铁路客运的持续影响，产能收缩。本季度公司来自中国中车的营业收入减少 705.98 万元，同比下降 72.52%。

因此，因中国一汽、长城汽车、中国中车等主要客户当季度的收入大幅下降影响，公司橡塑制品收入同比下降 1,104.46 万元，同时橡塑材料因销售单价上涨导致收入同比增加，缓解了公司当季度营业收入的下降幅度。

### （3）期间费用同比上升

较上年同期相比，公司新增高材事业部、青岛长春技术分中心两处办公部门，增加了日常办公费用，同时公司筹备发行上市工作，增加了审计费等中介机构费用。此外，公司在研发方面继续加大投入，直接材料、试验检测、购买设备软件增加了研发费用。

综上所述，因原材料成本上涨、疫情封控、期间费用增加等多重因素叠加，公司 2022 年第一季度利润总额大幅下降 66.97%，毛利率明显下降 14.28 个百分点。

（四）结合发行人 2022 年上半年业绩情况，分析说明发行人经营能力和经营环境是否发生重大变化、业绩下滑的趋势是否扭转，业绩下滑是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

### 1、2022 年上半年业绩情况

2022 年上半年，公司实现销售收入 16,230.29 万元，较去年同期下降 10.75%，净利润 1,266.11 万元，较去年同期下降 49.64%；经营活动现金流量净额为 2,382.95 万元，较去年同期增长 854.46%。

## 2、公司经营能力和经营环境未发生重大变化

2022 年上半年，公司经营能力和经营环境未发生重大变化，主要体现在以下方面：

### （1）经营能力未发生重大变化

第一，经营模式未发生重大变化。公司维持研发及销售橡塑材料及制品并及时回款来实现企业利润的盈利模式，“以产定采”和“合理库存”相结合的采购模式，“以销定产”和“合理库存”相结合的生产模式，自主研发和与客户同步研发、正向开发、逆向开发并行的研发模式，聚焦国内市场的直销模式不变，经营模式稳定。

第二，主要产品的研发和销售未发生重大变化。公司主导产品为特种橡胶混炼胶及其制品，特种橡胶混炼胶的研发主要在于配方研发，橡塑制品的研发主要在于材料的创新、与客户配合的研发能力。虽然 2022 年一季度公司产品销量受到多方面冲击，但截至到 2022 年 6 月 30 日，公司橡塑材料和橡塑制品在手订单与期末库存匹配度与报告期内一致。报告期内和募投项目所拓展的新产品特种工程塑料销售尚未形成规模，仍以研发和试制为主。公司主要产品的研发和销售稳定。

第三，主要客户和主要供应商未发生重大变化。报告期内，公司橡塑材料客户分散，大型客户较少，多为省内及周边省份橡塑产业集群中小型企业；橡塑制品客户多为大型主机厂，前五大客户集中度超过 60%。2022 年上半年，橡塑制品主要客户中国一汽、长城汽车、中国中车等主机厂因疫情因素对自身或其供应商生产的限制所致产量下降，因此对公司橡塑制品采购量较往年降幅较大。除上述疫情不可抗力因素外，公司主要客户未发生重大变化。公司主要原材料为精细化工行业大宗商品，产品质量相差不大，采购价格随行就市，公司通过比选具有价格优势的供应商进行长期合作。主要品种原材料供应商在 2022 年上半年延续了 2021 年的采购情况，未发生重大变动。

第四，公司经营管理团队和核心技术人员未发生重大变化。公司在 2022 年管理团队稳定，履职尽责，众志成城克服疫情困难与业绩压力，与员工一起维持公司正常生产运转。公司核心技术人员团队稳定，于上半年继续推进研发项目，与业务团队拓展新产品，寻找业务新增长点。截至本问询回复签署日，公司在审（已公开）专利 6 项，体现了研发团队的实力。

### （2）经营环境未发生重大变化

第一，产业政策未发生重大变化。公司处于橡胶和塑料制品业，在国家部委《中国制造 2025》、《“四基”发展目录》、《产业结构调整指导目录（2019）》、《重点新材料首

批次应用示范指导目录（2019）》和中国橡胶工业协会《橡胶行业“十四五”发展规划指导意见》引领下，特种橡胶行业走向高端和特色化，得到政策的鼓励与扶持在未来几年不变。

第二，行业市场环境未发生重大变化。需求端方面，橡胶和塑料制品行业不属于强周期性行业，公司的主导产品特种橡胶混炼胶主要用于生产橡胶制品，公司橡胶制品主要应用场景有汽车各总成、高铁车身、工程和石油机械等领域，下游行业市场空间在未来几年出现骤升或骤降的几率较小。供给侧方面，由于环保要求、客户技术要求等进入壁垒，行业短期内出现大量新竞争者或者原行业竞争对手短期内大幅提升产能的几率较小。

第三，税收政策未发生重大变化。公司在 2021 年通过高新技术企业评定，取得编号 GR202113001316 高新企业证书，自 2021 年 9 月至 2024 年 8 月适用企业所得税税率 15%。公司未来两年享受的所得税优惠政策预计不会发生变化。

### **3、虽然上半年业绩下滑的多种因素如新冠疫情和原材料价格短期大幅上涨对公司业绩冲击力减弱，但仍不能排除年度业绩大幅下滑的风险**

#### **（1）新冠疫情属于不可抗力因素，未来具有一定不确定性**

长春市自 4 月 28 日起全市逐步解除社会管控，上海市自 6 月 1 日起“解封”，受供应链传导影响，中国一汽、长城汽车、中国中车等公司橡塑制品大客户有序恢复生产秩序。因此二季度较一季度业绩有所起色，销售收入环比增长 5.60%，净利润环比增长 1.77%。但由于疫情封控属于不可抗力因素，尽管随着《新型冠状病毒肺炎防控方案（第九版）》的发布全国范围内对疫情管控有放松的趋势，但仍不能排除新冠肺炎疫情在全国点状复发，进而仍对行业有负面冲击。

#### **（2）原油价格波动明显，未来走势具有不确定性**

进入 2022 年下半年，国际原油价格有所回落，WTI 纽约原油 3 月 8 日来到最高点 130.50 美元/桶，7 月 6 日出现最低点 95.10 美元/桶；布伦特原油 3 月 8 日来到最高点 139.13 美元/桶，7 月 6 日出现最低点 98.50 美元/桶。由于俄乌冲突最终局势尚不明朗，国际油价的高波动或将有延续。考虑到俄罗斯为全球油气生产大国，石油占全球比例超过 10%。当前全球原油库存水平处于低位，使得原油产量的边际变化对价格影响较大。虽然油价在 7 月有所回落，但高油价或许是短期内不得不面对的现状。

从行业影响上来看，油价上升对各行业成本均有不同程度的推升。根据中泰证券宏观首席分析师研报，通过行业投入产出结构分析，原油价格上涨 1%对石油精炼加工业行业成本上涨影响约在 0.65%左右。公司主要原材料合成橡胶、炭黑、二辛酯作为石油下游衍

生产品，受原油价格波动影响较大。因此，公司主要原材料当前价格较 2022 年上半年平均采购价格回落较大，疫情逐步得到控制，宏观经济趋好，下游客户需求逐步回升，公司 2022 年业绩大幅下滑的风险较小。

#### （五）业绩下滑是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响

根据《适用指引 1 号》1-15 经营业绩大幅下滑，“发行人最近一年（期）经营业绩指标较上一年（期）下滑幅度超过 50%，如无相反证据或其他特殊原因，一般应认定对发行人持续经营能力构成重大不利影响”。

2022 年上半年净利润大幅下滑由多种因素叠加所致，部分原因对 2022 年下半年的影响已消除或基本消除，具体情况如下：

一，邢台当地在 2 月初因冬奥会环保监管要求停工停产 7 天，对公司生产及当地橡塑材料客户采购需求产生冲击。该因素属于偶然性因素，在 2022 年 2 季度及以后已消除。

二，邢台当地 3 月初、4 月初和 5 月初分别出现点状或小规模疫情，全市静态管理长达月余，对公司生产有一定限制，橡塑产业集群的中小客户采购橡塑材料需求有一定负面影响。该因素属于不可抗力因素，公司及周围橡塑产业集群客户在 2022 年 6 月已恢复正常生产。

三，长春、上海大规模疫情全市静态管控近两个月，橡塑制品大客户中国一汽生产直接受到疫情管控限制，其他大客户如长城汽车和中国中车等，因供应商分布在长春、上海等地而出现供应难等情况，自身产量受此影响下降幅度较大。受产业链传导，对公司橡塑制品采购规模锐减。该因素属于不可抗力因素，长春自 5 月起、上海自 6 月起逐步恢复生产秩序，行业供应链恢复速度将加快。

四，原材料采购价格高位运行、疫情造成的运输成本上升等原因挤占利润空间。受国际原油价格持续走高影响，2022 年 1 季度公司原材料采购价格维持在高位，加之疫情因素所致区域物流不畅，抬升运输成本，公司业绩承压。该因素对公司未来业绩可能将继续产生负面影响，具体见本问询回复“问题 4.主要客户合作稳定性及业绩发展趋势/二、行业增速放缓对发行人的影响/（三）结合目前...../2、业绩下滑是否具有偶然性...../（1）业绩下滑由...../④原材料价格.....”。

鉴于公司二季度末因偶发性特殊事项和不可抗力因素已消除或基本消除，2022 年上半年营业收入已达到 1.62 亿元，净利润已达到 1,266.11 万元，如下半年行业供应链复苏加快，预计年度盈利水平将回暖，不构成对持续盈利能力产生重大不利影响情形。

六、请发行人对照《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》（简称《适用指引1号》）1-11的要求，完善“风险因素”章节及“重大事项提示”披露内容。

公司已在招股说明书“重大事项提示/三、重大风险提示/（一）宏观经济运行及下游行业波动的风险”和“第三节 风险因素/一、经营风险/（一）宏观经济运行及下游行业波动的风险”中补充披露如下：

“.....

在此宏观经济背景下，**2018年至2020年，我国汽车产量逐年下降，汽车产业未来发展趋势可能波动下行**，公司产品的市场需求可能有减少的风险。

.....”

公司已在招股说明书“重大事项提示/三、重大风险提示/（二）新型冠状病毒肺炎疫情影响生产经营的风险”和“第三节 风险因素/一、经营风险/（五）新型冠状病毒肺炎疫情对生产经营的风险”中补充修改披露如下：

“自2020年复工以来，由于疫情在全球范围持续蔓延，我国部分地区因境外输入病例陆续爆发多次规模不等的疫情。2022年上半年全国多地**如长春、上海、北京等**存在大规模疫情，对人员流动、**生产活动**、货物运输等方面仍存在较大限制。如果未来我国出现疫情无法有效控制或反复爆发的情况，政府可能会限制人员流动甚至要求企业停工限产，从而对公司的生产经营活动造成不利影响。”

公司已在招股说明书“重大事项提示/三、重大风险提示/（六）原材料价格波动的风险”和“第三节风险因素/二、财务风险/（一）原材料价格波动的风险”中补充披露如下：

“.....受国际政治经济形势和新冠疫情持续等因素的影响，2022年一季度国际原油平均价格上升至98.11美元/桶，**二季度原油价格继续攀升，平均价格上升至112.62美元/桶，较1季度增幅14.79%**。若原材料价格因素不能及时传导至下游客户，公司未来的业绩将受到不利影响。”

公司已在招股说明书“重大事项提示/三、重大风险提示/（九）原材料价格波动的风险”和“第三节风险因素/二、财务风险/（二）毛利率波动的风险”中补充披露如下：

报告期各期，公司的主营业务毛利率分别为 28.66%、33.79%、29.66%，呈波动变化趋势。公司主要产品为橡塑材料及其制品，其中橡塑材料是以橡胶生胶、配合剂为主要原材料经混炼工艺制成的一种工业中间产品，是制作橡塑制品的重要原材料。橡塑材料中的直接材料成本占比均超过 85%，其销售毛利率受原材料市场价格影响大。若公司未来在原材料价格上涨时，未能通过调整销售价格的方式及时向客户传导，可能导致橡塑材料毛利率发生下降。公司橡塑制品主要为汽车、高铁等领域的主机厂客户同步开发、配套供应，属于定制属性强的非标准化产品，毛利率在产品供应初期较高，随着量产规模的扩大而逐年下降。若公司未来无法持续取得主机厂新产品的订单，则橡塑制品毛利率可能面临下降的风险。除此外，行业竞争格局的变化、公司核心技术优势和持续创新能力、人力资源成本等多个因素都有可能导致公司的毛利率水平出现一定幅度的波动，从而可能影响公司整体的盈利水平。

公司已在招股说明书“重大事项提示/四、财务报告审计截止日后的主要经营状况”中补充修改披露如下：

“受年初举办冬奥会、疫情，以及俄乌战争导致原材料价格增长较大等多种不利因素的叠加影响，公司第一季度净利润较上年同期下降较大，具体情况详见本招股说明书‘第八节管理层讨论与分析/八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项’。

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日之间，虽然公司经营业绩受新冠疫情影响出现波动，但公司经营模式、主要产品的研发和销售、主要客户和供应商、经营管理团队及核心技术人员未发生重大不利变化。公司所处行业产业政策、市场环境、税后优惠等经营环境未发生重大不利变化，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

尽管进入 2022 年下半年以来，原材料采购价格较 2022 年 1-6 月呈现下跌趋势，但鉴于俄乌战争影响和疫情防控形势严峻，多种不利因素将可能继续冲击行业供应链，仍不能排除公司 2022 年业绩存在大幅下降的风险，提请投资者关注。”

## 【申报会计师核查过程及核查意见】

### 一、核查过程

申报会计师针对上述事项执行的核查程序包括但不限于：

1、查阅同行业可比公司招股说明书、年度报告，比较分析发行人与可比公司产品定价

策略、产品性能、客户情况、产品应用场景的异同；

2、比较分析发行人与可比公司主导产品销售价格水平、毛利率和变化趋势；

3、查询天然橡胶、合成橡胶、石油价格的的市场价格历史公开数据；

4、获取发行人投入产出比底稿，了解各期投入产出比的差异性、合理性，成本核算准确性；

5、了解发行人停工情况，获取发行人 2022 年一季度和 2021 年一季度设备运转工时统计表、收入成本匹配表、生产收货明细表，比较分析发行人产品产销量变化情况；

6、获取发行人 2022 年第一季度审阅报告及上半年财务报表，询问管理层、了解发行人经营情况、行业上下游采购销售变化情况，分析业绩大幅下滑的原因；

7、访谈管理层关于原材料价格变动的应对措施，分析原材料价格与销售价格的相关性，判断发行人的价格传导能力；

8、查阅 2022 年上半年行业政策、国际原油价格，分析并判断发行人经营能力和经营环境是否发生重大变化；

9、对照《适用指引 1 号》判断发行人是否适应 1-15 经营业绩大幅下滑情形。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人橡塑材料销售价格水平和变化与同行业缺乏可比数据，主要原因系同行业可比公司的主导产品均为橡胶制品，可比性低。发行人橡塑制品销售价格水平和变化与同行业可比性较低，主要原因系发行人橡塑制品品种繁多，且与同行业可比公司主导产品应用场景不同；

2、发行人主要原材料天然橡胶、合成橡胶的采购价格与天然橡胶市场价格、石油价格变化趋势相匹配。报告期内，发行人橡塑材料及制品的投入产出比变化稳定，各期差异性小，呈上升趋势，投入产出比具有合理性。发行人成本管理与业务模式、账务处理原则、内部控制相结合，核算准确；

3、发行人毛利率与同行业可比公司相比存在明显差异主要系产品结构差异所致，不存在因经营状况问题导致发行人毛利率与同行业公司造成差异的情形。同行业内可比公司均无独立的橡塑材料业务，橡塑材料毛利率暂时无法比较。报告期内，发行人橡塑制品业务的毛利率水平各期均高于同行业毛利率平均值，且呈逐年上升趋势，主要原因为产品细分种类、性能要求、应用领域、技术投入不同。且发行人橡塑制品主要为中高端市场配套供

应，开发投入大，周期长，拥有较高的定价空间，毛利率水平较高具有合理性；

4、2022年1-3月发行人因冬奥会环保要求停工停产七天；一季度发行人产品产量和销量与去年同期相比均有下滑，除冬奥会停工因素外，还受邢台当地、长春及青岛疫情影响和长城汽车消化上期末结存库存影响。2022年一季度停工因素对发行人实际生产经营造成了暂时性的负面影响；

5、发行人在橡塑材料行业从业多年，拥有丰富的经验与措施应对原材料上涨。发行人在橡塑材料领域具有一定价格传导能力，但在橡塑制品领域因客户话语权较强、定价模式的原因，价格传导能力较弱；2022年1-3月发行人因中国一汽、长城汽车、中国中车等主要客户业绩表现不佳，发行人橡塑制品收入同比下降1,104.46万元，同时橡塑材料因销售单价与去年同期相比上涨导致收入有所增加，缓解了发行人本季度营业收入的下降幅度。因原材料成本上涨、疫情封控、期间费用增加等多重因素叠加，导致利润总额大幅下降66.97%，毛利率明显下降14.28个百分点。该季度利润总额下滑主要为偶然因素所致，不存在因发行人经营能力出现重大不确定性导致的利润下滑情形；

6、2022年上半年发行人经营模式、主要产品的研发和销售、主要客户和供应商等经营能力和产业政策、行业市场环境和税收政策等经营环境未发生重大变化，但业绩下滑的趋势并未扭转，主要原因有两点，一是新冠疫情处于不可抗力因素，且具有较大不确定性；二是原油价格波动明显，未来走势具有较大不确定性。鉴于发行人二季度末，因冬奥会停工的偶发性特殊事项和新冠疫情不可抗力因素已消除或基本消除，如下半年行业供应链复苏加快，预计年度盈利水平将回暖，不构成对持续盈利能力产生重大不利影响。

#### **问题8.对多个客户单项计提应收账款减值**

根据申报文件，因被列为失信被执行人、长期欠款等，发行人对多个客户应收账款全额单项计提减值，并对多个客户应收款项进行了核销。

请发行人：（1）说明对客户选取的内控措施，主要信用政策，报告期末是否存在应收款项逾期客户，结合逾期情况、对应收款项单项计提和核销情况等，分析说明发行人相关内控措施是否得到有效执行，目前应收账款是否存在大额无法回收的风险，相关减值计提是否充分。（2）说明报告期末应收票据中商业承兑汇票的主要客户，结合相关客户经营情况，说明相关票据是否存在到期无法兑付的风险，发行人对票据结算的内控措施。（3）说明报告期内发行人两次对应收票据核算和列报进行会计差错调整的具体原因，发行人对

银行信用等级划分的依据和标准，相关票据是否均已准确核算和列报，相关会计差错更正是否反映出发行人会计基础薄弱和内控缺失。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

### 【发行人回复】

一、说明对客户选取的内控措施，主要信用政策，报告期末是否存在应收款项逾期客户，结合逾期情况、对应收款项单项计提和核销情况等，分析说明发行人相关内控措施是否得到有效执行，目前应收账款是否存在大额无法回收的风险，相关减值计提是否充分。

#### （一）发行人选取客户的内控措施

发行人主要考虑客户性质、客户实力、行业地位、预计交易规模、付款方式、资金使用规模等因素，并对该因素赋予一定的权重，对客户进行调查评估；评估结果经销售经理复核，交由事业部经理审核，随销售内勤提交业务伙伴新增申请时一并提交到财务中心，由财务经理审核后往来会计在系统中新增客户。

#### （二）发行人主要信用政策

公司信用政策主要根据销售产品类型而定，橡塑材料基本是预收款项，少量客户存在月结；对于橡塑制品信用期，公司考虑行业惯例、客户的订单规模、历史资信情况、商业资质、结算需求等情况与客户协商合同条款涉及的信用政策，信用政策依照签订的合同具体规定执行。一般情况下橡胶制品信用期是客户收到货物验收合格且收到发票后 1~6 个月付款。

#### （1）报告期内橡塑材料主要客户信用政策合同条款具体如下：

序号	客户名称	信用政策主要条款
1	河北永昌车辆部件科技有限公司	款到后三天内发货
2	宁波新安东密封保温系统有限公司	当月发货，次月对账开票，收到发票的当天起 9 天内支付与发票同等金额的货款。
3	丰泽智能装备股份有限公司	款到后三天内发货
4	清河县海曙橡胶制品科技有限公司	款到后三天内发货
5	河北荣威橡胶密封件有限公司	款到后三天内发货
6	陕西凯德橡塑制品有限公司	预付款
7	河北豪仕多橡塑科技有限公司	款到发货

序号	客户名称	信用政策主要条款
8	邢台港信橡塑制品有限公司	预付款
9	邢台新迪龙橡胶密封件有限公司	预付款
10	河北耐奔凯密封部件有限公司	预付款
11	河北圆特橡胶制品有限公司	预付款

(2) 报告期内橡塑制品主要客户信用政策合同条款具体如下:

序号	客户名称	信用政策主要条款
1	重庆市永川区长城汽车零部件有限公司	卖方正常供货且发票记帐后的下月月初开始, 90 天内买方支付全部货款。
2	三一汽车制造有限公司	货到买方验收合格且收到发票后 180 日内支付 90% 货款。
3	中车青岛四方车辆研究所有限公司	货到买方验收合格且收到发票后, 买方于第 1 个日历月支付全部货款。
4	远大阀门集团有限公司	货到买方验收合格且收到发票后结算上个月货款余额的 50%
5	富奥汽车零部件股份有限公司传动轴分公司	货到买方验收合格且收到发票后, 买方在 3 个月内支付全部货款。
6	中车制动系统有限公司	货到买方验收合格且收到发票后 180 日内支付 90% 货款。
7	辽宁欧比奥橡塑制造有限公司	货到买方验收合格且收到发票后付款

(三) 报告期末是否存在应收款项逾期客户, 结合逾期情况、对应收款项单项计提和核销情况等, 分析说明发行人相关内控措施是否得到有效执行

1、发行人各报告期末应收账款逾期金额及占比情况如下:

单位: 万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应收账款余额	7,230.04	7,017.13	4,801.64
其中: 信用期内余额	5,241.32	5,327.14	2,979.14
逾期金额	1,988.71	1,689.99	1,822.50
逾期金额占比	27.51%	24.08%	37.96%
逾期款项期后回款金额	1,819.91	1,596.46	1,760.42
逾期金额期后回款比例	91.51%	94.47%	96.59%

注：报告期各期期后回款数据统计截至 2022 年 6 月 30 日。

公司存在逾期应收账款主要原因系公司合作的客户主要是国企等，其付款审批流程较为繁琐，导致款项并未严格按照收款节点及时支付，回款超过信用期，经催收预计能回款，通过期后回款查验也得以证实。

2、报告期各期应收账款单项计提及核销情况如下：

单位：万元

客户名称	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账龄	计提理由
河北青洋密封件有限公司	37.62	37.62	100%	4-5 年	长账龄应收款，2021 年无交易无回款，且没有明确回款意愿
天津华泰汽车车身制造有限公司	11.54	11.54	100%	4-5 年	客户为失信被执行人
荣成华泰汽车有限公司	10.05	10.05	100%	3-4 年，4-5 年	客户为失信被执行人
烟台孚瑞克森汽车部件有限公司	9.35	9.35	100%	3-4 年，4-5 年	客户为失信被执行人
耐力股份有限公司	4.24	4.24	100%	3-4 年	长账龄应收款，2021 年无交易无回款，且没有明确回款意愿
其他客户	12.13	12.13	100%		长账龄应收款，2021 年无交易无回款，且没有明确回款意愿
合计	84.92	84.92	100%		

单位：万元

客户	核销金额	与公司及股东是否存在关联关系及其他关系	账龄	核销原因
清河县开橡塑胶制品有限公司	10.94	非关联	5 年以上	质量问题存在纠纷，该笔金额无法收回
邢台市三实橡塑制品有限公司	6.67	非关联	5 年以上	质量问题存在纠纷，该笔金额无法收回
客户 D	6.5	非关联	3-4 年	长期未合作达 3 年以上，且多次催要欠款无果，账面核销
清河县鑫联橡塑制品厂	4.19	非关联	2-3 年	质量问题存在纠纷，该笔金额无法收回
石家庄贝克密封科技股份有限公司	3.51	非关联	5 年以上	长期未合作达 3 年以上，且多次催要欠款无果，账面核销

客户	核销金额	与公司及股东是否存在关联关系及其他关系	账龄	核销原因
其他客户（3万以下）	17.86	非关联		长期未合作达3年以上，且多次催要欠款无果，账面核销
合计	49.67			

公司单项计提坏账的客户主要是账龄较长且2021年无交易合作，部分为失信被执行人，故全额计提了坏账。核销客户主要原因系质量问题存在纠纷，且确定该笔款项无法收回或长期未合作达3年以上，经多次催要无果，故将对应的应收账款予以核销。

发行人单项计提及核销的应收账款经业务员核实，报销售经理审批，同时经总经理审批后，递交财务中心负责人审核，往来会计对应入账，发行人相关内控措施得到了有效执行。

**（四）目前应收账款是否存在大额无法回收的风险，相关减值计提是否充分。**

**1、应收账款逾期金额较大的客户，期后回款情况如下：**

单位：万元

单位	逾期应收账款金额	占总逾期应收款项金额比例	期后逾期回款金额	期后回款占逾期应收账款比例
河北永昌车辆部件科技有限公司	223.51	11.24%	223.51	100.00%
客户 A1	214.35	10.78%	179.48	83.73%
远大阀门集团有限公司	170.18	8.56%	170.18	100.00%
中车制动系统有限公司	158.91	7.99%	158.91	100.00%
重庆海特汽车排气系统有限公司	140.64	7.07%	140.64	100.00%
富奥汽车零部件股份有限公司传动轴分公司	122.59	6.16%	122.59	100.00%
邢台信越橡胶制品有限公司	71.77	3.61%	71.77	100.00%
河北豪仕多橡塑科技有限公司	70.69	3.55%	70.69	100.00%
邢台约翰威克士工业有限公司	70.10	3.53%	70.10	100.00%
三一重能股份有限公司	68.72	3.46%	68.72	100.00%
邢台市正得众橡塑厂	56.16	2.82%	56.16	100.00%
任县益高机车零部件制造有限公司	51.73	2.60%	51.73	100.00%

单位	逾期应收账款金额	占总逾期应收款项金额比例	期后逾期回款金额	期后回款占逾期应收账款比例比例
中车青岛四方车辆研究所有限公司	45.48	2.29%	45.48	100.00%
衡阳风顺车桥有限公司	44.31	2.23%	44.31	100.00%
邢台隆诚密封件有限公司	41.47	2.09%	41.47	100.00%
合计	1,550.61	77.98%	1,515.74	

注：期后回款为截至 2022 年 6 月 30 日数据。

客户 A1 逾期金额未回款主要原因系客户军品价格需要审核，暂缓付款，故存在少量逾期款项未及时回款。

通过期后回款查验可看出，发行人大额的逾期应收款项均已回款，故发行人应收账款不存在大额无法回收的风险。

## 2、报告期内，公司采用账龄分析法计提预期信用损失的应收款项与同行业对比：

单位：%

账龄	朗博科技	浙江仙通	天铁股份	川环科技	发行人
1 年以内（含 1 年）	5	5	5	5	5
1-2 年（含 2 年）	10	20	10	10	10
2-3 年（含 3 年）	30	50	20	30	30
3-4 年（含 4 年）	50	100	50	50	30
4-5 年（含 5 年）	50	100	80	80	50
5 年以上	100	100	100	100	100

发行人按账龄计提坏账情况如下：

单位：万元

账龄	2021 年 12 月 31 日			2020 年 12 月 31 日			2019 年 12 月 31 日		
	应收账款余额	占比	坏账	应收账款余额	占比	坏账	应收账款余额	占比	坏账
1 年以内	6,968.71	97.53%	348.39	6,584.16	93.83%	329.21	4,440.13	92.47%	222.01
1 至 2 年	102.13	1.43%	10.21	238.16	3.39%	23.82	240.46	5.01%	24.05
2 至 3 年	53.96	0.76%	16.19	104.23	1.49%	31.27	81.20	1.69%	24.36
3 至 4 年	20.30	0.28%	6.09	71.85	1.02%	21.56	7.38	0.15%	2.21
4 至 5 年	0.01	0.00%	0.00	7.38	0.11%	3.69	23.42	0.49%	11.71

账龄	2021年12月31日			2020年12月31日			2019年12月31日		
	应收账款余额	占比	坏账	应收账款余额	占比	坏账	应收账款余额	占比	坏账
5年以上	0.00	0.00%	0.00	11.35	0.16%	11.35	9.05	0.19%	9.05
合计	7,145.12	100.00%	380.88	7,017.13	100.00%	420.89	4,801.64	100.00%	293.39

公司坏账准备计提政策与同行业可比公司的坏账计提政策基本一致，其中3-4年、4-5年账龄计提坏账比例低于同行业可比公司平均水平。由于发行人回款较为及时，应收账款账龄主要集中在1年以内，账龄3-5年的应收款项占比分别为0.28%、1.13%和0.64%，比例较低，金额较小。故发行人减值准备计提是充分的。

二、说明报告期末应收票据中商业承兑汇票的主要客户，结合相关客户经营情况，说明相关票据是否存在到期无法兑付的风险，发行人对票据结算的内控措施。

(一) 发行人各报告期末应收票据中商业承兑汇票的主要客户及其经营情况：

单位：万元

客户	客户性质	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日	是否到期承兑
娄底市中源新材料有限公司	中外合资企业			0.15	是
三一汽车制造有限公司	上市公司子公司			51.39	是
三一汽车制造有限公司涟源分公司	上市公司子公司			1.37	是
三一石油智能装备有限公司	上市公司子公司			3.85	是
客户A1	央企	167.00	11.29	2.96	是
辽宁鹏昌物资有限公司	民营企业		8.52		是
湖南三一快而居住宅工业有限公司	上市公司子公司	7.06			是
客户A5	央企	15.27			是
合计		189.33	19.81	59.72	

注：各报告期末数据为商业承兑汇票原值

由上表可看出，报告期内，发行人未到期的商业承兑汇票客户主要为央企、上市公司等，其经营情况正常，回款及信誉良好。

在银行承兑汇票方面，2019年末公司存在22万元银行承兑汇票因出票人未履约而将其转应收账款，主要原因系公司收到该票据后，票据到期而未及时承兑。2020年初公司已

及时向银行提示付款并收到相应款项。

除此外，公司的票据承兑未出现逾期的情形。经期后回款查验，报告期各期末应收票据均按期承兑，故公司票据不存在到期无法兑付的风险。

## （二） 发行人对票据结算的内控措施

发行人制定了《应收票据管理办法》，加强对票据的管控，并定期执行风险监控，具体如下：

1、对承兑汇票的收票、出票、备查登记、保管、盘点等多方面进行管理，设置相应的授权与审批不相容职位的分离。

2、公司建立完整的票据备查账簿持续进行监督管理，逐笔记录每一张票据种类、编号、出票日期、票面金额、处置时间、处置方式等资料。

3、财务中心定期对票据进行盘点，并指定专人（保管人除外）对盘点结果进行复核，并定期监测承兑人信用风险。

4、每期末，公司根据商业承兑汇票从应收账款结转时连续计算账龄，按照账龄情况计提相应减值准备。

报告期内，公司对银行及商业承兑汇票的风险控制措施良好，未发生银行及商业承兑汇票兑付违约和追索权纠纷情况。

三、说明报告期内发行人两次对应收票据核算和列报进行会计差错调整的具体原因，发行人对银行信用等级划分的依据和标准，相关票据是否均已准确核算和列报，相关会计差错更正是否反映出发行人会计基础薄弱和内控缺失。

### （一） 报告期内发行人两次对应收票据核算和列报进行会计差错调整的具体原因

1、报告期内发行人第一次对应收票据核算和列报进行会计差错调整的主要原因系2019年根据《中国银保监会办公厅关于进一步加强企业集团财务公司票据业务监管的通知》（银保监办发[2019]133号），并参考《上市公司执行企业会计准则案例解析（2019）》等规定，对票据信用等级进行划分，并出具了差错更正报告，影响金额如下：

单位：万元

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
应收账款	-	-	22.00
应收票据	-	-	2,481.16
其他流动负债	-	-	1,816.74

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
应收款项融资	-	-	-686.41

具体调整事项为：（1）期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的银行承兑汇票，承兑银行为信用等级较低，不能终止确认，同时调增应收票据和其他流动负债18,167,449.88元；（2）期末将应收票据信用等级较低的票据重分类至应收票据，调增应收票据6,864,140.00元，调减应收款项融资6,864,140.00元；（3）应收票据前手票据到期无法承兑，将其转为应收账款，调减应收票据220,000.00元，调增应收账款220,000.00元。

**2、第二次对应收票据核算和列报进行会计差错调整主要原因系少量应收票据划分信用等级时错误，对其重新调整，具体影响金额如下：**

单位：万元

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
应收票据	-	8.00	51.00
应收款项融资	-	9.00	-
短期借款	-	-	39.00
其他流动负债	-	17.00	12.00

## （二）发行人对银行信用等级划分的依据和标准

根据《中国银保监会办公厅关于进一步加强企业集团财务公司票据业务监管的通知》（银保监办发[2019]133号），并参考《上市公司执行企业会计准则案例解析（2019）》等规定，结合公开信息披露的票据违约情况，根据谨慎性原则，发行人依据承兑人的信用情况将银行承兑汇票进行了划分。

承兑银行对应的信用等级判定如下：（1）6家大型商业银行和9家上市股份制商业银行（以下简称“6+9”银行）为信用等级较高的商业银行，其中6家大型商业银行分别为中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、中国邮政储蓄银行、交通银行；9家上市股份制商业银行分别为招商银行、浦发银行、中信银行、中国光大银行、华夏银行、中国民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行。（2）非“6+9”银行的商业银行为信用等级一般的商业银行。

经过两次对应收票据信用等级进行划分并仔细核对，相关票据已准确进行了核算和列报。

(三) 相关会计差错更正是否反映出发行人会计基础薄弱和内控缺失

1、第一次差错更正，除上述应收票据重分类调整外，发行人报告期涉及的主要会计差错更正如下：

(1) 根据收入确认原则，对收入成本进行跨期调整，影响金额如下：

单位：万元

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
存货			-242.27
年初未分配利润			-216.49
主营业务收入			-106.05
主营业务成本			-86.29
研发费用			6.02

具体调整事项为：①2018年发出商品已验收，企业在2019年确认收入成本，故调减2019年主营业务收入1,060,474.80元、调减主营业务成本956,632.01元，调减年初未分配利润2,164,902.02元，调减存货2,268,744.81元；

②已确认收入但未结转成本补结转成本，调减存货153,930.33元，调增主营业务成本93,706.65元，调增研发费用60,223.68元；

(2) 根据存货跌价准备政策计提跌价准备，影响金额如下：

单位：万元

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
存货跌价准备			431.33
年初未分配利润			-252.47
主营业务成本			-24.85
资产减值损失			203.72

(3) 冲销安全生产费，影响金额如下：

单位：万元

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
管理费用			32.10
一般风险准备			-327.59

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
年初未分配利润			359.69

(4) 根据新收入准则，对预收账款进行列报调整，具体影响金额为：

单位：万元

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
预付账款			-143.24
其他非流动资产			67.87
应付账款			-75.37

2、第二次差错更正，除上述应收票据重分类调整外，发行人报告期涉及到的主要会计差错更正如下：

(1) 根据新收入准则，对预收账款进行列报调整，具体影响金额为：

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
预收账款		997.28	
合同负债		-882.55	
其他流动负债		-114.73	

(2) 根据新债务重组准则，对部分客户的现金折扣作为修改合同本金的债务重组处理，具体影响金额如下：

受影响的报表项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
财务费用		-22.96	
投资收益		-22.96	

公司两次会计差错更正涉及的事项主要是列报重分类错误、收入成本跨期、根据存货跌价准备政策计提跌价等原因涉及的调整，调整原因主要是新准则的变化以及基于谨慎性考虑计提跌价等，不存在滥用会计政策或者会计估计以及恶意隐瞒或舞弊行为；同时第二次差错更正主要是重分类调整，对公司利润不构成影响，故上述会计差错更正事项不反映发行人会计基础薄弱和内控缺失。

#### 【申报会计师核查过程及核查意见】

##### 一、核查过程

申报会计师针对上述事项执行的核查程序包括但不限于：

1、对发行人管理层及销售部门负责人进行访谈，了解发行人选取客户内控流程、销售政策、信用政策等内控制度设计及运行情况，并对相关的内部控制设计和运行进行评价、测试关键内部控制运行的有效性；

2、结合客户信用政策与应收账款期末余额，分析应收账款逾期情况，了解应收账款单项计提、核销的原因及审批内部流程；并核对各期末应收账款期后回款情况，了解逾期款项对应的客户信息及欠款的原因，对发行人逾期应收账款的可回收性进行核查分析，判断应收账款坏账准备计提是否充分；

3、对发行人应收账款坏账及预期信用损失的计提方法进行合理性测试，结合与同行业可比公司的对比分析来评价坏账及预期信用损失计提的充分性；

4、对报告期内发行人主要客户进行走访，了解与发行人的主要业务合作情况，询问与发行人是否存在纠纷、诉讼或仲裁事项；

5、访谈发行人财务中心负责人，了解并检查票据管理相关的内部控制制度，评价票据管理相关内部控制设计是否合理，执行是否有效；

6、获取报告期内票据台账，检查应收票据新增和减少情况，复核票据背书、到期承兑金额，检查报告期末应收票据是否存在到期无法兑付的情形，核查商业承兑汇票承兑人经营情况及承兑能力，分析是否存在兑付风险，复核减值准备计提是否充分；

7、获取报告期各期末已背书或贴现但尚未到期的应收票据清单，关注已背书或贴现的应收票据主要风险和报酬是否转移，复核应收票据终止确认的会计处理是否符合企业会计准则的相关规定；

8、获取发行人申报财务报表、复核发行人原始财务报表和申报财务报表的差异，复核会计调整事项的原因以及调整依据，重点关注差异调整是否符合企业会计准则的规定。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人与应收账款相关的内控得到了有效执行，目前应收账款不存在大额无法回收的风险，相关减值计提充分；

2、发行人相关票据不存在到期无法承兑的风险，对票据结算的内控措施得到了有效执行；

3、发行人相关的票据均已准确核算和列报，会计差错更正系发行人基于《企业会计准

则》中谨慎性原则而做出，不存在会计基础薄弱和内控缺失的情形。

#### 问题9.转库发货及收入确认准确性

(1) 橡塑制品销售业务存在转库发货方式。根据申报文件，发行人塑料制品销售业务存在转库发货方式，收入确认方式为公司依据客户供应链系统中上线的数量，核对每月客户发来的对账单，确认客户已签收使用的商品数量和金额，并确认销售收入。请发行人：

①说明转库发货的具体含义，是否指 VMI 或寄售销售，报告期内转库发货模式销售的主要产品、销售金额、客户数量及主要客户情况。②说明发行人对转库发货模式下主要客户的信用政策、运费、仓储费用承担方式、相关收入确认的内控措施，发货数量、客户领用数量与发货单据、运输费用、客户生产规模等是否匹配。③说明转库发货模式下存货的核算方式，盘点的具体方法，是否进行实地盘点，相关存货的库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货；寄售库内产品是否为定制化产品，是否存在因产品换代、技术、工艺不再满足客户需求而被客户退回的风险，如存在，请说明退回产品能否用于二次销售，相关存货减值计提是否充分。

(2) 第四季度收入占比较高。根据申报文件，发行人报告期各期第四季度销售占比分别为 30.25%、34.48%、25.95%，销售占比均高于均值。请发行人：①说明报告期各期第四季度逐月销售情况，第四季度销售占比较高的原因，是否存在新增客户销售金额大幅增长等情况，是否符合行业惯例，与可比公司收入分布是否一致，是否存在提前确认收入的情形。②结合收入分布情况，分析说明收入季度变化分析中，夏季为“销售淡季”与“该季节变化因素不对公司当季收入造成明显影响”等表述是否存在矛盾，相关分析描述是否准确。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明对第四季度收入确认执行的审计程序、取得的审计证据，并发表明确意见。

#### 【发行人回复】

##### 一、橡塑制品销售业务存在转库发货方式。

(一) 说明转库发货的具体含义，是否指 VMI 或寄售销售，报告期内转库发货模式销售的主要产品、销售金额、客户数量及主要客户情况。

##### 1、说明中转库发货的具体含义，是否指 VMI 或寄售销售

###### (1) 中转库发货的具体含义

中转库发货是指公司将货物先发送至中转库，再由中转库配送至客户的发货模式。

发行人中转库分为客户仓库和第三方仓库。客户仓库即由客户管理的仓库，公司货物发送至客户仓后由客户安排人员保管，并承担相关仓储费用，后续客户直接领用货物；第三方仓库即公司在当地租赁第三方仓储，向第三方支付一定的仓储费及配送费，由第三方仓库公司安排人员配送至客户单位。

VMI 模式即 Vendor Managed Inventory，供应商管理的库存。发行人中转库发货符合 VMI 模式定义，同时也属于寄售模式。

## (2) 汽车行业有寄售的行业惯例

在中转库发货模式下，发行人采用寄售模式的客户为长城汽车、河北中兴汽车、安宝汽车等，主要产品为汽车减震类、密封类零配件。

从行业惯例来看，汽车零部件下游客户多为整车厂商，出于库存安全、使用产品的便利及提高生产效率的考虑，以及部分下游客户“零库存”管理模式的需要，国内汽车零部件行业在销售时采用寄售模式的情况较为普遍。目前已上市或正在上市的汽车零部件公司中，部分公司披露了关于寄售模式的描述，如下表所示：

公司简称	关于寄售模式的描述
川环科技	川环科技在客户所在地附近设立中转仓库或使用客户指定的中转仓库，并按照客户要求对中转仓库实行安全库存管理。客户根据自身生产需要从中转仓库领用产品，川环科技与客户定期（通常为每月）对领用的产品型号、数量进行核对，然后根据双方确认的结算金额确认销售收入。
浙江仙通	对于寄售模式的，发行人将产品交付至客户仓库或其指定仓库，客户根据自身生产需要从仓库中领用产品，发行人取得经客户确认的耗用清单并经核对无误后确认收入。
泰德股份	公司每月依据客户实际使用数量进行货物和货款的结算。其具体模式和风险承担机制为：公司将货物运至客户指定地点的寄售库后，客户根据实际使用情况，定期与公司进行对账，对账后，风险和报酬或控制权转移，公司根据对账结果确认收入。
豪恩汽电	寄售模式是指将产品运送至客户指定地点交由客户保管，客户生产领用后，并定期经与客户核对确认的结算数据，确认销售收入。
泛亚微透	寄售：在客户领用后并收取价款或取得收款的权利时确认销售收入。

## 2、报告期内中转库发货模式销售的主要产品、销售金额、客户数量及主要客户情况

### (1) 报告期内中转库发货模式销售情况

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
中转库	1,627.16	4.48%	1,365.11	4.48%	1,200.43	4.63%
非中转库	34,670.70	95.52%	29,109.21	95.52%	24,718.75	95.37%
合计	36,297.86	100.00%	30,474.32	100.00%	25,919.17	100.00%

(2) 报告期内中转库发货模式下客户销售情况

单位：万元

客户名称	销售主要 产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
日照魏牌汽车有限公司	橡胶制品	9.15	0.03%	-	0.00%	-	0.00%
长城汽车股份有限公司	橡胶制品	-	0.00%	-	0.00%	42.16	0.16%
长城汽车股份有限公司荆门分公司	橡胶制品	0.5	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
长城汽车股份有限公司天津哈弗分公司	橡胶制品	-	0.00%	-	0.00%	75.93	0.29%
长城汽车股份有限公司徐水分公司	橡胶制品	-	0.00%	-0.28	0.00%	147.91	0.57%
重庆市永川区长城汽车零部件有限公司	橡胶制品	1,412.56	3.89%	1,144.79	3.76%	685.69	2.65%
公主岭安宝有限责任公司	橡胶制品	101.00	0.28%	107.76	0.35%	150.39	0.58%
成都大运汽车集团有限公司运城分公司	橡胶制品	61.00	0.17%	53.95	0.18%	41.41	0.16%
丹东黄海汽车有限责任公司	橡胶制品	18.67	0.05%	38.62	0.13%	34.88	0.13%
辽宁曙光汽车集团股份有限公司	橡胶制品	-	0.00%	-	0.00%	0.09	0.00%
河北中兴汽车制造有限公司	橡胶制品	18.39	0.05%	20.27	0.07%	4.71	0.02%
河北中兴田野客车有限公司	橡胶制品	-	0.00%	-	0.00%	17.24	0.07%
长春一东汽车零部件	橡胶	5.90	0.02%	-	0.00%	-	0.00%

客户名称	销售主要产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
件制造有限责任公司	制品						
合计		1,627.16	4.48%	1,365.11	4.48%	1,200.43	4.63%

### (3) 客户总体数量及主要客户情况

报告期内，中转库发货的客户共 13 家，主要客户情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	企业性质	注册资本	控股集团名称	客户收入规模
1	长城汽车股份有限公司	上市公司	923,610.74	长城汽车股份有限公司	13,640,000.00
	日照魏牌汽车有限公司	上市公司子公司	200,000.00		
	长城汽车股份有限公司荆门分公司	分公司	-		
	长城汽车股份有限公司天津哈弗分公司	分公司	-		
	长城汽车股份有限公司徐水分公司	分公司	-		
	重庆市永川区长城汽车零部件有限公司	上市公司子公司	3,000.00		
2	公主岭安宝有限责任公司	民营企业	456.00		38,000.00
3	成都大运汽车集团有限公司运城分公司	民营股份制公司	-	成都大运汽车集团有限公司	1,000,000.00
4	辽宁曙光汽车集团股份有限公司	上市公司	67,560.42	辽宁曙光汽车集团股份有限公司	248,000.00
	丹东黄海汽车有限责任公司	上市公司子公司	67,971.00		

注：客户收入规模数据主要来源于巨潮资讯，其他无公开数据的收入规模来源于走访数据

综上，发行人通过中转库发货的客户主要为汽车行业主机厂或零配件厂商，报告期内中转库发货的客户未发生变化，且销售收入占比稳定，占客户收入规模的比例较小。

(二) 说明发行人对转库发货模式下主要客户的信用政策、运费、仓储费用承担方式、相关收入确认的内控措施，发货数量、客户领用数量与发货单据、运输费用、客户生产规模等是否匹配。

1、发行人对转库发货模式下主要客户的信用政策、运费及仓储费用承担方式情况

报告期内，中转库发货模式的主要客户信用政策，运费及仓储费承担方式如下：

序号	客户集团名称	客户名称	信用政策	仓库名称	仓库类型	仓储费承担方式	运费承担方式
1	长城汽车股份有限公司	日照魏牌汽车有限公司	卖方正常供货且发票记账后的下月初开始，90天内买方支付全部货款	长城日照仓库	客户仓库	无仓储费用	华密承担
2		长城汽车股份有限公司		长城保定仓库	第三方仓库	华密承担，从2018年1月1日起每月支付固定服务费2300元	华密承担
3		长城汽车股份有限公司荆门分公司		长城荆门仓库	客户仓库	无仓储费用	华密承担
4		长城汽车股份有限公司天津哈弗分公司		长城天津仓库	第三方仓库	华密承担，从2021年6月1日起每月支付固定服务费2000元	华密承担
5		长城汽车股份有限公司徐水分公司		长城徐水二期仓库	客户仓库	无仓储费用	华密承担
6		长城汽车股份有限公司徐水分公司		长城徐水三期仓库	客户仓库	无仓储费用	华密承担
7		重庆市永川区长城汽车零部件有限公司		重庆永川仓库	客户仓库	无仓储费用	华密承担

序号	客户集团名称	客户名称	信用政策	仓库名称	仓库类型	仓储费承担方式	运费承担方式
8		长城汽车股份有限公司泰州分公司		长城泰州仓库	客户仓库	无仓储费用	华密承担
9		长城汽车股份有限公司平湖分公司		长城平湖仓库	客户仓库	无仓储费用	华密承担
10	公主岭安宝有限责任公司	公主岭安宝有限责任公司	结算后的货款在需方收到供方发票起, 90 天内支付供方。	公主岭安保仓库	客户仓库	客户仓库, 没有仓储费, 没有配送费	华密承担
11	成都大运汽车集团有限公司运城	成都大运汽车集团有限公司运城分公司	结算方式为: 月结 60 天, 到期次月 20 日付款, 银行承兑。	大运运城仓库	客户仓库	室内仓储 34 平方米, 场地租用费为 12 元/月·平方米; 室外仓储面积 1 平方米, 场地租用费为 3 元/月·平方米	华密承担
12	辽宁曙光汽车集团股份有限公司	丹东黄海汽车有限责任公司	发票财务入账后, 需方每月以供方上月底的账面余额 1/4 额度以半年承兑汇票方式支付当月货款。	丹东黄海仓库	客户仓库	丹东黄海汽车有限责任公司按销售额提取比例标准: 收取金额=供货额×所配套零部件相应比例系数 (4‰)	华密承担
13		辽宁曙光汽车集团股	发票财务入账后, 需方每月以供方上	辽宁曙光仓库	客户仓库	辽宁曙光汽车集团股份有限公司无	华密承担

序号	客户集团名称	客户名称	信用政策	仓库名称	仓库类型	仓储费承担方式	运费承担方式
		份有限公司	月底的账面余额 1/3 额度以半年承兑汇票方式支付当月货款。			仓储费用 (长期未使用, 2021 年产品退回)	

注：无仓储费主要系该仓库由客户自行管理或客户承担仓储费用。

## 2、中转库收入确认的内控措施

报告期内，公司中转库发货模式的收入确认内控措施如下：

序号	内部控制节点	内部控制措施及执行情况	相关单据
1	签订框架协议	公司每年度与中转库客户签订框架合同，相关合同经销售负责人审批后报总经理审批	《销售框架合同》
2	取得客户订单	销售内勤通过客户供应链系统或线下与客户联系，获取客户订单，经销售经理审批，通知仓库发货	《发货通知单》
3	货物转库	仓库在 SAP 系统编制《库存转储单》，货物从公司成品仓库发往中转库	《库存转储单》
4	货物发出	中转库通过客户供应链系统接收客户当天生产计划，将货物实时配送至客户产线，并将出库数量登记，月末中转库库管员将每月出库数量对账单传送至销售内勤核对；核对一致后，销售内勤通知仓库保管员并由仓库保管员填写《销售交货验收单》	《销售交货验收单》
5	收到客户结算单据，确认收入	销售内勤收到客户通过邮件或快递发来的《结算单》，经核对一致后填制《开票申请单》，提交财务中心审核；销售会计收到《开票申请单》，核对数量品类与结算单一致，根据 SAP《销售交货验收单》生成《应收发票单》，同时确认为当期收入	《结算单》、《开票申请单》、《应收发票单》
6	开具销售发票	开票专员根据双方对账无误的结算凭据向客户开具销售发票	纸质增值税专用发票

## 3、发货数量、客户领用数量与发货单据、运输费用、客户生产规模等匹配情况

### (1) 报告期发货数量与客户领用数量情况

报告期内，发货数量与客户领用数量对比情况如下：

单位：万件

项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
中转库期初数量	848.23	639.46	561.15
本期发至中转库数量	6,049.14	5,961.85	7,381.78
本期中转库客户领用数量	5,672.72	5,753.08	7,303.48
中转库期末数量	1,224.64	848.23	639.46
当期领用数量/当期发货数量	93.78%	96.50%	98.94%

注：中转库产品主要为汽车行业橡胶减震、密封件，按个/套统计数量，发货数量大但单价低

报告期内，各年度发货数量与客户领用数量比例呈现逐年下降趋势，但仍保持在 95% 左右。主要原因系汽车行业受到新冠疫情和芯片短缺的影响，产销量有所下降。根据中汽协行业信息数据，2018-2020 年度汽车行业整体产销量持续下降，2021 年乘用车产销量有所上涨，商用车产销量依然下降。下游主机厂的产量有所减少，传导至上游对零部件厂商需求量有所减少，因此导致领用数量和发货数量均有所下滑。

## (2) 运输费用与中转库收入、发货单据匹配情况

报告期内，中转库相关的运输费用与中转库收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
运输费用	29.16	28.79	22.42
销售收入	1,627.16	1,365.11	1,200.43
运输费占收入比率	1.79%	2.11%	1.87%

报告期内，各年度运输费率整体趋势较为平稳，运费金额与中转库销售收入呈正相关关系。2021 年相对于 2020 年运费比率较低，主要原因为受新冠疫情反复的影响，各主机厂提高了安全库存量，减少了发货频率，导致运费费率有所下降；2020 年相对于 2019 年运费比率上升，主要原因系向长城汽车的销售收入增长 17.93%，向重庆、徐水、荆门、平湖等长城生产基地的运输频率有所提高，导致运输费率略有提高。

此外从中转库发往客户的配送费在仓储费中统一结算，未做明显区分。报告期各期仓储配送费发生额分别为 13.84 万元、2.79 万元、4.33 万元。2019 年仓储费相比于其他年度较高，主要原因系发行人与保定市莲池区城鑫仓储服务部签订的《仓储配送合同》中，仓储配送费费率较其他长城指定配送方高（按交付长城货物总值×0.6%），2019 年度共发生仓储配送费 11.22 万元，2019 年之后终止合作。去除保定市莲池区城鑫仓储服务部费用影

响，报告期各期仓储配送费分别为 2.61 万元、2.79 万元、4.33 万元，整体金额较小，与中转库销售收入呈正相关关系。

公司对外发出货物时需做货物出库，每笔出库均有对应的发货单据，且有专人保管，发货数量、领用数量与相关单据均有清晰的对应关系。报告期内，公司中转库客户相关的运输费用、发货单据与中转库模式下销售金额和发出商品相匹配。发行人中转库发货模式合作的客户主要是国内较为知名的主机厂或零部件厂商，其向发行人采购货物占客户生产规模比例较小。

**（三）说明转库发货模式下存货的核算方式，盘点的具体方法，是否进行实地盘点，相关存货的库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货；中转库库内产品是否为定制化产品，是否存在因产品换代、技术、工艺不再满足客户需求而被客户退回的风险，如存在，请说明退回产品能否用于二次销售，相关存货减值计提是否充分。**

## 1、中转库发货模式下存货的核算方式

### （1）中转库入库的会计核算

存货从发行人成品仓库发至中转库时，在 SAP 系统中编制《库存转储单》调换仓库；存货仍在“库存商品”中核算；

### （2）中转库出库的计价方式及会计核算

存货从中转库发出时，按月末一次加权平均法计价。同时在 SAP 系统中编制《销售交货验收单》记录出库数量、金额，存货由“库存商品”结转至“发出商品”中核算。

### （3）客户领用的会计核算

公司收到客户供应链系统或企业邮箱发来的《结算单》，与 SAP《销售交货验收单》明细进行核对，核对一致后确认收入，并结转相关成本。

## 2、对中转库盘点的具体方法及实地盘点情况

发行人中转库分部较为分散，且库存结存金额较少。同时受疫情影响，报告期内发行人分别于 2021 年 8 月、2022 年 7 月选取重要的中转仓进行实地盘点，盘点结果无差异；申报会计师于 2022 年 7 月随同发行人实地进行监盘，监盘情况如下：

仓库名称	长城徐水二期	长城徐水三期	长城荆门仓库	长城重庆永川仓库	长城天津仓库	公主岭安宝仓库
盘点范围	中转库所有归属于发行人的	中转库所有归属于发行人的	中转库所有归属于发行人的	中转库所有归属于发行人的	中转库所有归属于发行人的	中转库所有归属于发行人的

仓库名称	长城徐水二期	长城徐水三期	长城荆门仓库	长城重庆永川仓库	长城天津仓库	公主岭安宝仓库
	货物	货物	货物	货物	货物	货物
盘点日期	2022/7/7	2022/7/7	2022/7/8	2022/7/10	2022/7/8	2022/7/9
盘点人员	段石磊、代春贺	段石磊、吕婷婷	刘俊杰、许言明	段石磊、蒋达宽	段石磊、王宇	安娜、谭闯
盘点地点	河北省保定市徐水区朝阳北大街299号	河北省保定市徐水区纬二路南	湖北省荆门市掇刀区高新区迎春大道1号湖北日月油脂股份有限公司	重庆市永川区凤龙4路和凤祥街东侧重庆市永川区长城汽车	天津东丽区港城大道西道与东金路交口东北500米	吉林省长春市公主岭市岭东工业集中区管理委员会
监盘日期	2022/7/7	2022/7/7	2022/7/8	2022/7/10	2022/7/8	2022/7/9
监盘人	刘永杰	刘永杰	张白茹	余忠义	余忠义	陈慧娴
中转库金额(万元)	16.97	14.36	29.71	118.58	29.45	23.73
监盘比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
盘点结果	无差异,可以确认	无差异,可以确认	无差异,可以确认	无差异,可以确认	无差异,可以确认	无差异,可以确认
占发行人中转库比例	4.89%	4.14%	8.57%	34.19%	8.49%	6.84%

注：中转库金额为截至2022年6月30日的结存金额。

报告期各期末，公司对主要中转库期末库存盘点是实施替代性复核，申报会计师对各期末数据进行发函确认，具体情况如下：

单位：万元

2021年12月31日						
客户集团名称	客户名称	仓库名称	金额	仓库类别	替代方式	对账结果
长城汽车股份有限公司	重庆市永川区长城汽车零部件有限公司	重庆永川仓库	135.61	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司天津哈弗分	长城天津仓库	26.09	第三方仓库	获取中转库对账单确认	无差异

	公司					
	长城汽车股份有限公司徐水分公司	长城徐水二期	20.48	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司	长城保定仓库	14.91	第三方仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司徐水分公司	长城徐水三期	13.42	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司荆门分公司	长城荆门仓库	10.43	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司泰州分公司	长城泰州仓库	7.17	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	日照魏牌汽车有限公司	长城日照仓库	6.46	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司平湖分公司	长城平湖仓库	3.48	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
河北中兴田野客车有限公司	河北中兴田野客车有限公司	中兴日照仓库	12.12	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	河北中兴汽车制造有限公司	中兴保定仓库	8.81	第三方仓库	获取中转库对账单确认	无差异
公主岭安宝有限责任公司	公主岭安宝有限责任公司	公主岭安保仓库	19.17	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
辽宁曙光汽车集团股份有限公司	丹东黄海汽车有限责任公司	丹东黄海仓库	9.66	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
成都大运汽车集团	成都大运汽车集团有限公司运城分公司	大运运城仓库	4.56	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异

有限公司						
长春一东汽车零部件制造有限责任公司	长春一东汽车零部件制造有限责任公司	长春一东仓库	2.94	第三方仓库	获取中转库对账单确认	无差异
合计			295.31			
2020年12月31日						
客户集团名称	客户名称	仓库名称	金额	仓库类别	替代方式	对账结果
长城汽车股份有限公司	重庆市永川区长城汽车零部件有限公司	重庆永川仓库	101.07	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司天津哈弗分公司	长城天津仓库	23.92	第三方仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司徐水分公司	长城徐水二期	9.78	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司	长城保定仓库	6.27	第三方仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	长城汽车股份有限公司徐水分公司	长城徐水三期	7.11	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	日照魏牌汽车有限公司	长城日照仓库	0.05	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
河北中兴田野客车有限公司	河北中兴田野客车有限公司	中兴日照仓库	22.28	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	河北中兴汽车制造有限公司	中兴保定仓库	10.38	第三方仓库	获取中转库对账单确认	无差异
公主岭安宝有限公司	公主岭安宝有限公司	公主岭安保仓库	15.60	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异

限 责 公 司						
辽 宁 曙 光 汽 车 集 团 股 份 有 限 公 司	丹 东 黄 海 汽 车 有 限 责 任 有 限 公 司	丹 东 黄 海 仓 库	14.38	客 户 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异
	辽 宁 曙 光 汽 车 集 团 股 份 有 限 公 司	辽 宁 曙 光 仓 库	0.27	客 户 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异
成 都 大 运 汽 车 集 团 有 限 公 司	成 都 大 运 汽 车 集 团 有 限 公 司 运 城 分 公 司	大 运 运 城 仓 库	12.18	客 户 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异
三 一 工 股 份 有 限 公 司	三 一 汽 车 制 造 有 限 公 司	三 一 汽 车 仓 库	0.34	客 户 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异
合 计			223.63			
2019年12月31日						
客 户 集 团 名 称	客 户 名 称	仓 库 名 称	金 额	仓 库 类 别	替 代 方 式	对 账 结 果
长 城 汽 车 股 份 有 限 公 司	长 城 汽 车 股 份 有 限 公 司 天 津 哈 弗 分 公 司	长 城 天 津 仓 库	38.30	第 三 方 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异
	长 城 汽 车 股 份 有 限 公 司 徐 水 分 公 司	长 城 徐 水 二 期	32.34	客 户 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异
	长 城 汽 车 股 份 有 限 公 司	长 城 保 定 仓 库	15.59	第 三 方 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异
	重 庆 市 永 川 区 长 城 汽 车 零 部 件 有 限 公 司	重 庆 永 川 仓 库	9.08	客 户 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异
	长 城 汽 车 股 份 有 限 公 司 徐 水 分 公 司	长 城 徐 水 三 期	7.92	客 户 仓 库	获 取 中 转 库 对 账 单 确 认	无 差 异

公主岭安宝有限责任公司	公主岭安宝有限责任公司	公主岭安保仓库	23.68	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
辽宁曙光汽车集团股份有限公司	丹东黄海汽车有限责任公司	丹东黄海仓库	14.90	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
	辽宁曙光汽车集团股份有限公司	辽宁曙光仓库	0.27	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
成都大运汽车集团有限公司	成都大运汽车集团有限公司运城分公司	大运运城仓库	12.51	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
河北中兴田野客车有限公司	河北中兴汽车制造有限公司	中兴保定仓库	10.18	第三方仓库	获取中转库对账单确认	无差异
三一重工股份有限公司	三一汽车制造有限公司	三一汽车仓库	0.34	客户仓库	获取中转库对账单确认	无差异
合计			165.11			

### 3、中转库存货的库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货

#### (1) 中转库存货的库龄

报告期内，中转库存货库龄情况如下：

单位：万元

存货库龄	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	277.87	94.11%	192.56	86.04%	114.42	69.30%
1-2年	10.36	3.51%	2.75	1.23%	27.39	16.59%

2 年以上	7.03	2.38%	28.49	12.73%	23.29	14.11%
<b>合计</b>	<b>295.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>223.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>165.11</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，各中转库存货库龄主要集中在 1 年以内，库龄 1 年以上的产品主要是售后维修备件，金额占比较小。

## (2) 存货减值计提情况

报告期内，中转库存货减值准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
中转库存货跌价准备	12.25	30.91	38.82
中转库存货账面余额	295.26	223.8	165.11
计提比例	4.15%	13.81%	23.51%

报告期内，存货跌价准备逐年下降，主要原因系产品销售，转销部分存货跌价准备。综上所述，公司加强对中转库存货的管理，使得中转库存货库龄逐年优化，长期放置于客户仓库的存货金额占比较小，且主要是售后维修备件。

## 4、中转库内产品是否为定制化产品，相关被退回的风险以及二次销售的可能性

报告期内，中转库产品退货情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
中转库退货金额	-	3.82	0.67
中转库发货金额	1,627.16	1,365.11	1,200.43
退货金额占发货金额比例	0.00%	0.28%	0.06%

报告期内，中转库少量产品存在因质量原因发生退货的情况，金额较小，退货率较低，且 2020 年之后公司加强对生产管控，质量严格把关，2021 年无退货发生。

中转库客户所属行业基本为汽车行业，其产品大多为定制化产品，出于商业机密的保护，客户在合同中明确约定不允许将定制化产品销售给其他第三方，故二次销售的可能性较低。

## 二、第四季度收入占比较高。

(一) 说明报告期各期第四季度逐月销售情况，第四季度销售占比较高的原因，是否存在新增客户销售金额大幅增长等情况，是否符合行业惯例，与可比公司收入分布是否一致，是否存在提前确认收入的情形。

### 1、报告期各期第四季度逐月的销售情况，第四季度销售占比较高的原因

报告期内各期第四季度逐月的销售情况，如下表所示：

单位：万元

月份	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
10 月	3,122.10	8.60%	2,769.34	9.09%	1,942.76	7.50%
11 月	2,994.57	8.25%	2,645.00	8.68%	2,962.95	11.43%
12 月	3,308.76	9.12%	5,129.08	16.83%	2,936.33	11.33%
合计	9,425.43	25.97%	10,543.42	34.60%	7,842.03	30.26%

报告期内，各年第四季度销售收入占比分别为 30.26%、34.60%、25.97%，2020 年第四季度占比较大主要原因系 2020 年下半年新冠疫情有所好转，下游主机厂、零部件厂商开始全面复工复产，年底备货需求增加量较大；其他年份第四季度相比其他季度略高，主要原因系第四季汽车行业春节前正常备货，一般会比其他季度销售占比略高，符合行业惯例。

### 2、第四季度新增客户销售情况

报告期内，各年度第四季度新增客户销售情况如下：

报告期	序号	第四季度新增客户	主要产品	销售额	占全年收入比例
2021 年度	1	河北凯捷密封科技有限公司	橡塑材料	13.27	0.04%
	2	邢台腾涛橡胶制品有限公司	橡塑材料	13.08	0.04%
	3	佛山市顺德区华之密五金制品厂	橡塑材料	11.52	0.03%
	4	河北柏厚橡塑制品科技有限公司	橡塑材料	10.76	0.03%
	5	邢台绍航橡塑制品有限公司	橡塑材料	8.76	0.02%
	6	邢台骅特橡塑制品有限公司	橡塑材料	6.37	0.02%
	7	河北恒佳汽车部件有限公司	橡塑材料	6.19	0.02%
	8	邢台泽来新材料销售有限公司	橡塑材料	5.73	0.02%
	9	东莞市震晨实业有限公司	橡塑材料	5.18	0.01%

报告期	序号	第四季度新增客户	主要产品	销售额	占全年收入比例
	10	邢台市传波橡塑制品有限公司	橡塑材料	4.84	0.01%
	合计			85.7	0.24%
2020 年度	1	客户 A2	橡塑制品	64.19	0.21%
	2	任县沁源橡胶制品有限公司	橡塑材料	61.95	0.20%
	3	龙口市熙泰汽车配件有限公司	橡塑材料	51.16	0.17%
	4	天津维克托利科技有限公司	橡塑材料	28.76	0.09%
	5	邢台铭鹏橡塑制品有限公司	橡塑材料	25.49	0.08%
	6	邢台市鑫瑞塑胶制品有限公司	橡塑材料	17.7	0.06%
	7	邢台市康豪机械制造有限公司	橡塑材料	12.39	0.04%
	8	东风美晨（十堰）汽车流体系统有限公司	橡塑材料	12.38	0.04%
	9	河北恒标机械配件有限公司	橡塑材料	9.73	0.03%
	10	全配通汽车零部件（南京）有限公司	橡塑材料	8.85	0.03%
	合计			292.6	0.95%
2019 年度	1	河北盛丰汽车零部件有限公司	橡塑材料	29.15	0.10%
	2	山东中硕滤清器技术有限公司	橡塑材料	20.35	0.07%
	3	平乡县汇达机械配件厂	橡塑材料	12.39	0.04%
	4	河北德腾密封件有限公司	橡塑材料	11.5	0.04%
	5	邢台久特耐密封件制造有限公司	橡塑材料	9.73	0.03%
	6	天津予之垣科技有限公司	橡塑材料	8.86	0.03%
	7	清河县天庆汽车零部件有限公司	橡塑材料	8.85	0.03%
	8	邢台市鼎奥橡胶制品厂	橡塑材料	8.85	0.03%
	9	邢台猎峰橡塑制品厂	橡塑材料	8.85	0.03%
	10	十堰市金固汽车密封件制造有限公司	橡塑材料	8.85	0.03%
	合计			127.38	0.43%

报告期内第四季度新增客户主要为橡塑材料客户，该产品的客户采购金额较小，故不存在新增客户销售金额大幅增长的情况，符合行业惯例。

### 3、与同行业公司收入对比情况

报告期内，与同行业公司各季度收入分布情况对比如下：

单位：万元

报告期	项目	朗博科技		浙江仙通		天铁股份		川环科技		发行人	
		销售收入	占比 (%)	销售收入	占比 (%)	销售收入	占比 (%)	销售收入	占比 (%)	销售收入	占比 (%)
2021 年	第一季度	5,034.23	26.06	19,795.71	25.15	36,898.94	21.54	17,314.47	22.30	8,515.45	23.46
	第二季度	4,380.54	22.67	17,832.75	22.65	46,808.02	27.32	19,913.39	25.65	9,670.09	26.64
	第三季度	4,868.91	25.20	17,657.02	22.43	50,394.42	29.41	16,182.95	20.84	8,686.90	23.93
	第四季度	5,037.55	26.07	23,433.27	29.77	37,225.68	21.73	24,238.59	31.22	9,425.43	25.97
	合计	<b>19,321.23</b>	<b>100.00</b>	<b>78,718.75</b>	<b>100.00</b>	<b>171,327.06</b>	<b>100.00</b>	<b>77,649.40</b>	<b>100.00</b>	<b>36,297.86</b>	<b>100.00</b>
2020 年	第一季度	2,829.85	16.78	14,018.71	22.69	12,813.31	10.37	10,943.96	16.15	4,137.77	13.58
	第二季度	4,140.83	24.55	12,427.99	20.11	33,971.93	27.50	15,537.49	22.93	7,612.11	24.98
	第三季度	4,790.49	28.40	14,715.02	23.82	33,981.06	27.51	17,814.88	26.30	8,181.03	26.85
	第四季度	5,107.77	30.28	20,625.75	33.38	42,764.97	34.62	23,450.42	34.61	10,543.42	34.60
	合计	<b>16,868.94</b>	<b>100.00</b>	<b>61,787.48</b>	<b>100.00</b>	<b>123,531.28</b>	<b>100.00</b>	<b>67,746.76</b>	<b>100.00</b>	<b>30,474.32</b>	<b>100.00</b>
2019 年	第一季度	3,780.38	23.63	15,621.90	24.32	10,212.53	10.31	12,229.42	21.21	6,111.17	23.58
	第二季	3,547.70	22.18	14,217.17	22.13	27,475.21	27.75	12,062.78	20.92	5,928.03	22.87

报告期	项目	朗博科技		浙江仙通		天铁股份		川环科技		发行人	
		销售收入	占比 (%)								
	度										
	第三季度	3,601.81	22.51	13,924.31	21.67	19,702.12	19.90	13,280.32	23.03	6,037.95	23.30
	第四季度	5,067.91	31.68	20,484.51	31.88	41,632.98	42.04	20,084.58	34.83	7,842.03	30.26
	合计	15,997.79	100.00	64,247.90	100.00	99,022.84	100.00	57,657.09	100.00	25,919.17	100.00

报告期内，发行人各年度第四季度收入占比均大于其他三季度，与可比公司收入的季度分布情况基本一致，主要原因为汽车行业年底备货，导致各年度第四季度收入占比较高，符合行业惯例，不存在提前确认收入的情形。

(二) 结合收入分布情况，分析说明收入季度变化分析中，夏季为“销售淡季”与“该季节变化因素不对公司当季收入造成明显影响”等表述是否存在矛盾，相关分析描述是否准确。

### 1、发行人各季度销售情况

报告期内，发行人各季度收入分布如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	8,515.45	23.45%	4,137.77	13.58%	6,111.17	23.59%
第二季度	9,670.09	26.68%	7,612.11	25.04%	5,928.03	22.87%
第三季度	8,686.90	23.91%	8,181.03	26.91%	6,037.95	23.29%
第四季度	9,425.43	25.95%	10,543.42	34.48%	7,842.03	30.25%
合计	36,297.86	100.00%	30,474.32	100.00%	25,919.17	100.00%

报告期内，发行人各年度收入呈现一定程度的季节分布，第四季度占比相对较高，与行业可比公司趋势基本一致，符合行业惯例。2020 年度第四季度占比较其他年份更高，主要原因为 2020 年第四季度新冠肺炎疫情有所好转，各地陆续进入全面复工复产状态，下游需求增幅较大，导致 2020 年度第四季度发货量增长较大。

综上，报告期内，发行人第四季度收入占比略大于其他三个季度，是经营情况的客观反映，具有合理性。发行人生产经营环境与收入确认政策均未发生变化。

### 2、说明收入季度变化分析中，夏季为“销售淡季”与“该季节变化因素不对公司当季收入造成明显影响”等表述是否存在矛盾，相关分析描述是否准确

夏季为“销售淡季”的表述有误。对于汽车行业来说，存在夏季安排高温假的行业惯例，但由于发行人的下游客户并非仅有汽车行业客户，而在航空、高铁、工程机械、石油机械、建筑工程、通用机械设备、电子电气等领域均形成一定收入规模，对来自单一行业、单一客户的销售收入不形成严重依赖，因此不存在明显的销售淡季。

因此，发行人已将招股说明书“第八节、管理层讨论与分析”之“三、（一）5.主营业务收入按季度分类”中的表述修改如下：

“报告期内，公司汽车领域客户存在夏季高温时段安排暑假的行业惯例，会一定程度上减少对上

游供应商的采购量，公司来自汽车客户的收入会随之下降。报告期内，公司汽车领域收入占主营业务收入比例为 12.29%、10.82%、10.06%，占比较小，因此，夏季汽车行业客户收入的变化不会对公司当季度收入造成明显影响。”

### 【申报会计师核查过程及核查意见】

#### 一、核查过程

申报会计师针对上述事项执行的核查程序包括但不限于：

1、对发行人销售部门负责人、业务人员访谈，了解发行人与中转库相关的业务流程、控制转移时点相关情况；了解发行人中转库模式下收入确认相关的内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、获取报告期内发行人中转库模式下发货清单及收发存资料，了解发行人与中转库主要客户的信用期、结算方式、对账周期及方式、客户的生产规模、留存的对账资料情况、运费及仓储承担情况、中转库管理情况等，并核查部分支持性资料；

3、获取报告期内发行人中转库模式与非中转库模式下，主要客户销售型号、数量、金额等数据；

4、获取报告期内发行人与主要中转库客户签署的购销合同、与第三方仓储公司签署的仓储保管合同；

5、对报告期内发行人主要中转库客户进行实地走访（受疫情影响无法实地走访的进行视频访谈），对发行人与相关客户的业务开展情况、经营模式、销售情况、信用政策、对账方式、运输情况、关联关系等进行了解，并取得经对方确认的访谈记录；

6、对报告期内发行人与主要中转库客户的销售、往来数据以及期末中转库库存金额进行函证，并取得回函；

7、获取报告期内发行人对主要中转库的盘点资料；以及申报会计师会同发行人业务人员对主要中转库实施实地盘点；

8、获取报告期内发行人与主要中转库客户关于收入确认的具体依据，包括纸质对账资料、对

账邮件截图、客户供应商管理系统数据截图等；并对中转库收入执行细节测试，检查签收结算证明资料等外部支持性文件，核查收入确认的真实性；

9、获取报告期内发行人存货库龄表，对期末存货实施跌价测试；获取中转库退回存货的明细，与业务人员了解退货原因，是否能够实现二次销售的情况；

10、针对报告期各期末前后确认的销售收入进行截止性测试，核对至签收结算证明资料等支持性文件，并关注期后退货情形，以评估销售收入是否在恰当的期间确认；

11、获取报告期各主要产品销售明细表，了解其客户构成、产品结构、销售数量及价格的变动，分析营业收入变动的合理性，并与同行业上市公司季度收入占比进行对比，分析季节性波动的合理性；获取发行人报告期内第四季度各月的收入分布情况，分析发行人第四季度销售占比较高的原因及合理性。

## 二、核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人中转库发货符合 VMI 模式定义，同时也属于寄售模式。报告期内，中转库模式下发行人与客户关于收入确认相关的内控措施有效，且得到了一贯执行；

2、报告期内，发行人中转库模式下发货数量、客户领用数量与发货单据、运输费用及客户生产规模等基本匹配；

3、报告期内，发行人对中转库库存进行定期或不定期盘点，相关存货库龄主要集中在 1 年以内，库龄 1 年以上的中转库存货金额及占比均较小，故长期放置于客户仓库的存货占金额较小，主要为维修配件；同时发行人已根据《企业会计准则》的相关规定对存货实施跌价测试并计提跌价准备；

4、报告期内，发行人中转库产品基本为定制化产品。该部分定制化产品因产品换代、技术、工艺特征不再满足客户需求而被客户退回的风险较低，相关存货跌价准备已计提充分；

5、报告期内，发行人不存在新增客户销售金额大幅增长等情况，收入的季度分布反映了经营业务的实际情况，符合行业惯例，且与可比公司收入分布基本一致，不存在提前确认收入的情形。

**问题10.存货减值计提**

根据申报文件，报告期末发行人存货账面余额为 7,305.59 万元，减值计提金额为 620.74 万元。2021 年存货余额增加主要因客户长城汽车产品上线数量不达订单预期，造成部分货物尚未按预期销售出库。公司按照生产工艺标准对于库龄较长的原材料，经过品质管理部检测后降级使用。

请发行人：（1）说明原材料和库存商品的库龄情况，是否存在库龄较长的原材料或库存商品，长期储存对橡胶材料产品性能的影响，橡胶材料产品中是否存在无法满足生产要求或无法实现对外销售的原材料和库存商品，相关减值计提是否充分。（2）说明库存商品中橡塑产品的金额和占比情况，是否为定制化产品，具有订单支持的产品占比，是否存在无法形成销售的风险。（3）说明 2021 年末为长城汽车备货金额，备货时客户是否已下达订单，目前的提货比例，如客户终止提货发行人是否具有追索权，相关存货销售价格确定方式，是否按备货时约定价格销售。（4）说明存货可变现净值的确认依据，报告期各期减值准备转回的金额、原因，相关依据是否充分。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

**【发行人回复】**

一、说明原材料和库存商品的库龄情况，是否存在库龄较长的原材料或库存商品，长期储存对橡胶材料产品性能的影响，橡胶材料产品中是否存在无法满足生产要求或无法实现对外销售的原材料和库存商品，相关减值计提是否充分。

1、报告期各期原材料和库存商品的库龄情况如下：

单位：万元

报告期	项目	金额	库龄				跌价准备
			1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	
2021 年	原材料	4,176.20	3,642.06	163.91	124.20	246.03	247.08
	其中：通用类	3,755.42	3,424.35	133.30	65.08	132.69	187.76
	非通用类	420.78	217.71	30.61	59.12	113.34	59.32
	库存商品	2,762.43	2,365.35	121.63	95.45	180.00	339.03
2020 年	原材料	3,207.98	2,737.01	209.88	137.78	123.31	179.00
	其中：通用类	2,763.93	2,461.38	148.77	103.86	49.92	41.14
	非通用类	444.05	275.63	61.11	33.92	73.39	137.86

报告期	项目	金额	库龄				跌价准备
			1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	
	库存商品	2,174.21	1,781.95	163.50	106.82	121.94	313.76
2019年	原材料	2,639.01	2,216.36	224.56	154.37	43.72	132.48
	其中：通用类	2,406.58	2,103.68	185.39	83.10	34.41	32.31
	非通用类	232.43	112.68	39.17	71.27	9.31	100.17
	库存商品	2,240.55	1,860.50	217.10	50.60	112.35	280.17

发行人存货库龄基本集中在1年以内，占比85%左右，1年以上的原材料主要是骨架、生胶及配合剂。库存商品账龄较长的主要为橡塑材料。

## 2、长期储存对橡胶材料产品性能的影响，橡胶材料产品中是否存在无法满足生产要求或无法实现对外销售的原材料和库存商品，相关减值计提是否充分

(1) 长期储存对橡胶材料产品性能影响较小，一般情况下橡胶材料储存时保持通风、温度适宜、密封存放的条件下可以长期储存。即使由于储存环境不当造成材料老化或性能降低，经过公司的配方处理（如增加湿度、添加剂等）可以生产公司质量要求低的产品，橡胶材料产品中基本不存在无法满足生产要求或无法实现对外销售的原材料和库存商品。

同时我们将橡胶材料产品分为天然橡胶和合成橡胶两类分析库龄及减值情况如下：

单位：万元

项目		库龄					存货跌价准备
		1年以内	1~2年	2~3年	3年以上	合计	
原材料	天然橡胶	257.95	36.03	-	-	293.98	-
	合成橡胶	1,880.78	28.67	30.29	39.37	1979.11	33.44
库存商品	天然橡胶	256.82	0.57	-	0.15	257.54	0.48
	合成橡胶	967.77	17.99	11.6	11.59	1008.95	32.36
合计		3,363.32	83.25	41.89	51.12	3,539.58	66.28

橡胶材料产品中合成胶存在少量库龄较长的情况，基于谨慎性考虑，公司对库龄较长的存货全额计提了跌价减值准备。

(2) 发行人存货跌价准备的计提政策为：

存货项目	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上
原材料				
其中：通用类	按存货账面价值和可变现净值孰低计提，对保质期外全额计提			
非通用类	按存货账面价值和可变现净值孰低计提	50%	100%	100%
在产品	按存货账面价值和可变现净值孰低计提	50%	100%	100%
库存商品	按存货账面价值和可变现净值孰低计提	50%	100%	100%

1年以内的原材料、在产品及库存商品，按存货账面价值和可变现净值孰低计提跌价准备。对库龄在1年以上的非通用原材料、在产品及库存商品，考虑其通用性、使用性能、市场变现情况等因素，将库龄在1-2年按照其账面价值50%计提跌价减值准备，库龄在2年以上的按照100%计提跌价减值准备。

由于公司产品品种较多，且价格调整较为频繁，1年以上产品的估计售价难以准确估计，基于谨慎性角度考虑，对库龄较长的存货考虑使用性能、市场变现的风险等，按照库龄计提了减值。

(3) 发行人与同行业存货跌价计提比例如下：

单位：万元

公司名称	2021年12月31日			2020年12月31日			2019年12月31日		
	账面余额	跌价准备	比例	账面余额	跌价准备	比例	账面余额	跌价准备	比例
朗博科技	2,749.91	373.88	13.60%	2,289.30	359.32	15.70%	2,094.25	244.85	11.69%
浙江仙通	17,983.41	1,089.48	6.06%	11,892.36	1,301.20	10.94%	12,395.21	1,191.36	9.61%
天铁股份	37,008.52	174.96	0.47%	34,110.17	367.91	1.08%	22,162.78	389.36	1.76%
川环科技	22,562.62	1,016.59	4.51%	21,269.28	1,305.51	6.14%	21,014.44	1,210.65	5.76%
发行人	7,305.59	620.74	8.50%	5,786.06	511.02	8.83%	5,103.98	431.33	8.45%

注：以上数据来源于巨潮资讯网

2019年~2020年，发行人跌价准备计提比率高于天铁股份、川环科技；2021年，除比朗博科技低以外，均高于其他同行业上市公司，计提跌价准备相对来说更为谨慎，故发行人存货减值准备计提是充分的。

二、说明库存商品中橡塑产品的金额和占比情况，是否为定制化产品，具有订单支持的产品占比，

是否存在无法形成销售的风险。

库存商品中橡塑产品的金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	2,762.43	100.00%	2,174.21	100.00%	2,240.55	100.00%
其中：橡塑制品	1,495.94	54.15%	1,033.66	47.54%	963.03	42.98%
橡塑材料	1,266.49	45.85%	1,140.55	52.46%	1,277.52	57.02%
有订单支持橡塑产品	1,463.09	52.96%	974.39	44.82%	900.93	40.21%
其中：有订单支持橡塑制品	1,463.09	97.80%	974.39	94.27%	900.93	93.55%

注：1、在手订单数据统计截至2022年6月30日；

2、有订单支持橡塑产品占比=有订单支持橡塑产品金额/库存商品金额；

3、有订单支持橡塑制品占比=有订单支持橡塑制品金额/橡塑制品金额

橡塑制品为定制化产品，基本上均有订单支持，少量无订单支持的主要是通用类O型圈等配件，随着公司生产管控加强，橡胶制品在手订单的比例大幅提升。

橡塑材料为通用产品，生产周期短且价格调整较为频繁，客户较为零散，一般情况下以先款后货方式结算。公司一般会有1个月左右的备货量，我们将报告期各期橡塑材料期末库存在各年度1月份销售情况分析如下：

单位：吨、万元

报告期	橡塑材料	数量	金额	占比	销售数量	销售成本金额	销售占比
2021年	丁腈橡胶	332.54	426.80	33.70%	332.54	426.80	100.00%
	氟橡胶	23.95	151.57	11.97%	5.59	35.37	23.33%
	天然橡胶	228.41	252.02	19.90%	185.30	204.45	81.12%
	三元乙丙橡胶	218.95	250.95	19.81%	186.67	213.96	85.26%
	其他	106.32	185.15	14.62%	106.32	185.15	100.00%

报告期	橡塑材料	数量	金额	占比	销售数量	销售成本 金额	销售占比
	合计	910.17	1,266.49	100.00%	816.42	1,065.73	84.15%
2020年	丁腈橡胶	552.69	409.17	35.87%	552.69	409.17	100.00%
	氟橡胶	38.75	180.73	15.85%	21.74	101.39	56.10%
	天然橡胶	228.36	161.49	14.16%	228.36	161.49	100.00%
	三元乙丙橡胶	333.51	233.40	20.46%	333.51	233.40	100.00%
	其他	136.33	155.76	13.66%	136.33	155.76	100.00%
	合计	1,289.64	1,140.55	100.00%	1,272.63	1,061.21	93.04%
2019年	丁腈橡胶	491.13	499.00	39.06%	491.13	499.00	100.00%
	氟橡胶	39.50	213.56	16.72%	16.87	91.20	42.70%
	天然橡胶	204.19	194.94	15.26%	204.19	194.94	100.00%
	三元乙丙橡胶	208.12	191.71	15.01%	208.12	191.71	100.00%
	其他	118.17	178.31	13.96%	118.17	178.31	100.00%
	合计	1,061.11	1,277.52	100.00%	1,038.48	1,155.16	90.42%

综上，发行人库存商品中橡胶制品基本均有订单支持，橡胶材料采用先款后货方式销售，不会形成无法销售的风险。

三、说明 2021 年末为长城汽车备货金额，备货时客户是否已下达订单，目前的提货比例，如客户终止提货发行人是否具有追索权，相关存货销售价格确定方式，是否按备货时约定价格销售。

1、长城汽车备货情况、下达订单及提货情况如下：

单位：万元

备货类别	金额	提货金额	提货占比	是否下达订单
密封类	288.19	242.00	83.97%	是
减震类	147.02	146.11	99.38%	是
合计	435.21	388.11	89.18%	

注：提货数据统计截至 2022 年 6 月 30 日。

长城汽车备货均根据长城汽车订单生产，销售价格由公司营销中心与客户采购部参考市场行情、材料成本等各项因素协商制定，结算按照备货时约定的价格进行结算。

长城汽车根据计划排产情况给公司下订单，如若存在车型停产等情况，长城汽车会提前 3 至 6 个月通知公司，要求公司合理安排该产品的排产计划，同时客户根据中转库库存情况合理下单，故一般不存在终止提货的情况。同时公司分析了长城汽车未提货产品明细如下：

单位：万元

项目	金额	库龄			
		1 年以内	1~2 年	2~3 年	3 年以上
通用件备货	6.18	6.18	-	-	-
专用件备货	7.92	7.92	-	-	-
因疫情主机厂机型推迟生产	7.04	6.99	-	0.05	-
售后维修备件	25.96	13.57	4.07	0.25	8.07
<b>合计</b>	<b>47.10</b>	<b>34.66</b>	<b>4.07</b>	<b>0.30</b>	<b>8.07</b>

库龄超过 1 年以上的产成品主要是售后维修备件。根据公司多年来服务于汽车行业客户的经验，结合客户实际情况，汽车类产品更新换代的年限大多为 5-8 年，为便于售后维修，客户一般会提前储备售后维修的备品备件，但金额占比不大。

2、合同中未明确约定如果客户终止提货发行人是否有追索权，但根据交易习惯，由于中转库的产品基本为长城汽车定制化产品，且合同明确约定产品不能销售给其他第三方，故如果客户终止提货，发行人可以按照备货时约定价格享有追索权。

#### 四、说明存货可变现净值的确认依据，报告期各期减值准备转回的金额、原因，相关依据是否充分。

##### 1、存货可变现净值的确认依据：

直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；对于库龄较长的存货，考虑其通用性、使用性能、市场变现情况等，按照一定比率确定其可变现净值。

资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定

其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

## 2、报告期各期减值准备转回或转销的情况如下：

单位：万元

存货类别	2021年	2020年	2019年
原材料	-	-	61.93
在产品	-	0.42	-
库存商品	19.45	32.64	24.85
<b>合计</b>	<b>19.45</b>	<b>33.06</b>	<b>86.78</b>

2021年库存商品减值准备转销主要系物料报废处置所致，2019~2020年主要原因系原已计提的存货跌价准备的库存商品及原材料在当年确认销售实现，依据《企业会计准则第1号-存货》的相关规定，对于已售或报废处置的存货，应当将其成本结转至当期损益，相应的存货跌价准备也应当予以转销。

### 【申报会计师核查过程及核查意见】

#### 一、核查过程

申报会计师针对上述事项执行的核查程序包括但不限于：

1、取得发行人报告期各期末的存货清单及库龄明细，分析库龄情况，检查发行人是否存在长库龄存货，与财务总监及仓库负责人了解长库龄的形成原因及存货状态；

2、对发行人技术总监、生产负责人及销售总监访谈，了解长期储存对橡胶材料产品性能的影响以及橡胶材料产品中是否存在无法满足生产要求或无法实现对外销售的原材料和库存商品，了解与客户的销售模式、业务流程和业务特点，以及发行人产品销售价格的确定方式；

3、取得发行人报告期各期末在手订单明细表，检查相关存货是否有对应的订单并计算订单覆盖率，分析订单支持情况；取得发行人销售明细表，并将报告期各期末主要库存商品的结存单价与期后销售单价进行比较分析；

4、获取期末为长城汽车的备货清单及期后提货清单，检查长城汽车销售订单以及期后提货单；

5、查阅长城汽车销售合同及订单，了解产品定价条款及责任义务划分；

6、查阅同行业可比公司的存货跌价准备政策，核查存货跌价准备比例的合理性。

7、了解发行人计提存货跌价准备的方法，复核发行人存货可变现净值的确定方法，结合同行业可比公司计提存货减值准备的情况，分析发行人的存货跌价准备计提充分性，结合存货库龄表复核存货跌价准备计提的准确性；

8、了解存货跌价转回或转销的内部流程，获取各报告期内存货转回或转销的明细清单，核查转回或转销依据是否符合企业会计准则的相关规定。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人存货库龄主要集中在 1 年以内，库存较长的原材料或库存商品较少，且对于出现减值迹象的存货已进行相应账务处理，相关存货跌价准备计提充分；

2、橡胶材料产品中不存在无法满足生产要求或无法实现对外销售的原材料和库存商品，相关减值准备计提充分；

3、库存商品中橡塑制品基本都是定制化产品，在手订单覆盖率高，橡塑材料大部分采用预收款方式销售，对其进行期后销售查验，期末库存基本已销售，故库存商品中橡塑产品不存在无法形成销售的风险；

4、长城汽车备货均向发行人下达过订单，期后提货比例较高；按照交易习惯，如果客户终止提货，发行人具有追索权；

5、报告期内，发行人已按照《企业会计准则》的规定对各类别存货计提了充分的跌价准备，且各期减值准备转回依据充分。

### 问题11.现金折扣会计处理合规性

根据申报文件，发行人橡塑材料业务销售模式包括先款后货并月末对账方式，客户预付款余额可享有优惠方式，分别为在产品销售价格上涨时给予一个月的原价优惠期，或根据预付时间享受不同档位赠送优惠。发行人会计差错更正中依据新债务重组准则，将对部分客户的现金折扣作为修改合同本金的债务重组处理。

请发行人：（1）说明对于先款后货方式销售的销售规模、占比和主要客户情况，在销售实现时对于相关优惠折让的具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的规定。（2）说明发行人

对部分客户的现金折扣作为修改合同本金的债务重组处理的相关业务背景，结合合同约定等，说明相关现金折扣在销售时是否能够预期，相关会计处理是否合规。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

**【发行人回复】**

一、说明对于先款后货方式销售的销售规模、占比和主要客户情况，在销售实现时对于相关优惠折让的具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的规定。

(一) 对于先款后货方式销售的销售规模、占比和主要客户情况

**1、先款后货方式的销售规模和占比情况**

报告期内，先款后货方式的销售规模和占比情况如下：

单位：万元

年度	销售收入	先款后货销售收入	占比
2021 年度	36,189.66	14,236.16	39.34%
2020 年度	30,328.46	12,633.30	41.65%
2019 年度	25,834.30	9,667.18	37.42%

**2、先款后货方式的主要客户情况**

报告期内，先款后货方式的主要客户情况如下：

单位：万元

客户名称	控股股东	注册资本	采购主要产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
河北圆特橡胶制品有限公司	李思思	500.00	橡塑材料	611.64	1.69%	-	0.00%	-	0.00%
清河县海曙橡胶制品科技有限公司	李双振	1,000.00	橡塑材料	288.45	0.80%	339.27	1.12%	268.53	1.04%
天津厚辰阀门科技有限公司	王录	100.00	橡塑材料	219.54	0.61%	136.92	0.45%	16.25	0.06%
邢台赛密特密封件制造有限公司	马少华	100.00	橡塑材料	213.15	0.59%	204.38	0.67%	-	0.00%
河北华寰橡塑制品有限公司	王树华	320.00	橡塑材料	209	0.58%	73.44	0.24%	-	0.00%
河北奥申密封件有限公司	王文刚	300.00	橡塑材料	161.55	0.45%	175.94	0.58%	156.54	0.61%
邢台山峰特种橡胶	栾凤山	15,000.00	橡塑	47.34	0.13%	219.34	0.72%	-	0.00%

客户名称	控股股东	注册资本	采购主要产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
制品有限公司			材料						
武城县丰泽汽车部件有限公司	宫友生	500.00	橡塑材料	22.97	0.06%	227.69	0.75%	77.33	0.30%
优其密封科技邢台有限公司	安建峰	160.00	橡塑材料	13.45	0.04%	-	0.00%	204.64	0.79%
青岛奥博橡塑制品有限公司	尚宝华	1,000.00	橡塑材料	13.1	0.04%	86.81	0.29%	145.66	0.56%
合计				1800.19	4.99%	1463.79	4.82%	868.95	3.36%

注：主要统计了报告期内先款后货客户前五名。

报告期内先款后货方式的销售逐年稳定增长，占全年收入比较为稳定。先款后货方式下客户主要为橡塑材料客户，客户数量较多且分散，故一般采用先款后货方式。

## （二）优惠折让的具体会计处理方式

### 1、业务背景描述

报告期内各年度，发行人对橡塑材料客户均有现金折扣政策。现金折扣区分为 2 种类型：开年折扣与临时折扣。

对于开年折扣，在农历春节前 1 个月内，发行人对于在公司预存销售款的客户，根据支付方式给予 3%-5%不等的价格优惠。在与客户签订订单合同时执行，直至预收款抵扣完毕为止。

对于临时折扣，优惠对象大多为多年合作的老客户或提货量较大的客户。由业务经理与客户商定折扣比例，若折扣比例在业务经理的权限内，则直接执行；若折扣比例在权限范围之外，须经过新材事业部经理审批通过，方可执行。折扣形式与开年折扣一致。

### 2、会计准则相关规定

根据《<企业会计准则第 14 号——收入>应用指南（2018）》中“五、关于收入的计量”的对可变对价规定，

“可变对价。企业与客户的合同中约定的对价金额可能是固定的，也可能会因折扣、价格折让、返利、退款、奖励积分、激励措施、业绩奖金、索赔等因素而变化。……企业在判断交易价格是否为可变对价时，应当考虑各种相关因素（如企业已公开宣布的政策、特定声明、以往的习惯做法、销售战略以及客户所处的环境等），以确定其是否会接受一个低于合同标价的金额，即企业向客户提供一定的价格折让。”

企业在判断合同中是否存在可变对价时，不仅应当考虑合同条款的约定，在下列情况下，即使合同中没有明确约定，合同的对价金额也是可变的：一是根据企业已公开宣布的政策、特定声明或者以往的习惯做法等，客户能够合理预期企业将会接受低于合同约定的对价金额，即企业会以折扣、返利等形式提供价格折让。二是其他相关事实和情况表明，企业在与客户签订合同时即打算向客户提供价格折让。”

### 3、具体会计处理

对于销售折扣的情况，发行人判定为在合同可变对价的变更，因此在会计处理时判定为商业折扣的内容，冲减相应销售收入。

综上，发行人将相关优惠折让判定为商业折扣的内容符合业务实质，具体会计处理方式符合《企业会计准则》的规定。

## 二、说明发行人对部分客户的现金折扣作为修改合同本金的债务重组处理的相关业务背景，结合合同约定等，说明相关现金折扣在销售时是否能够预期，相关会计处理是否合规。

### （一）发行人对部分客户的现金折扣作为修改合同本金的债务重组处理的相关业务背景

报告期内，发行人对部分客户修改合同本金主要是由于加速回款而产生的现金折扣，该事项主要发生在 2020 年、2021 年，债务重组损失金额分别为 22.96 万元、49.26 万元。

#### 1、2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	债务重组本金	债务重组损失	重组方式
1	中车制动系统有限公司	1,177.64	44.31	采用调整债务本金的方式，修改债权和债务的其他条款
2	泉州创姿电子有限公司	91.57	2.00	采用调整债务本金的方式，修改债权和债务的其他条款
3	衡阳风顺车桥有限公司	78.80	1.20	采用调整债务本金的方式，修改债权和债务的其他条款
4	陕西蓝通传动轴有限公司	29.65	0.95	采用调整债务本金的方式，修改债权和债务的其他条款
5	中车青岛四方车辆研究所有限公司	20.00	0.80	采用调整债务本金的方式，修改债权和债务的其他条款
	合计	1,397.66	49.26	

（1）发行人向中车制动系统有限公司销售橡胶轴承等货物，对于其中的 1,177.64 万元，双方

分别于 2021 年 11 月、12 月签订《现金折扣协议》，约定在协议签订后 10 天内以现汇方式付款，公司提供 44.31 万元的价款折让。公司将 44.31 万元作为债务重组损失处理，计入投资收益。

(2) 公司 2013 年向泉州创姿电子有限公司销售橡塑制品，根据开发前协议，发货数量累计达到 5 万个时，需要以扣除货款的形式返回相关的模具费，而截止至 2021 年 11 月客户欠款 2 万元可以作为开发的模具费进行抵消。经与客户协商一致，将相关债权抵消处理，2 万元作为债务重组损失处理，计入投资收益。

(3) 公司向衡阳风顺车桥有限公司销售商品，为加速回款将货款支付方式从 6 个月银行承兑汇票变更为现金支付，双方于 2021 年 8-11 月签订《关于同意从货款中扣减贴现利息的函》，将相关减少债权金额与实际收款差额共 1.20 万元作为债务重组损失处理，计入投资收益。

(4) 公司向陕西蓝通传动轴有限公司销售商品，为加速回款，双方于 2021 年 10 月、11 月分别签订《协议》，约定对债权债务金额进行折让，将折让部分共 0.95 万元作为债务重组损失处理，计入投资收益。

(5) 公司向中车青岛四方车辆研究所有限公司销售商品，对于其中的 20.00 万元，双方于 2021 年 11 月签订《现金折扣协议》，约定在协议签订后 10 天内以现汇方式付款，但公司需提供共 0.80 万元的价款折让。公司将 0.80 万元作为债务重组损失处理，计入投资收益。

## 2、2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	债务重组本金	债务重组损失	重组方式
1	中车青岛四方车辆研究所有限公司	574.00	22.96	采用调整债务本金的方式，修改债权和债务的其他条款
合计		574.00	22.96	

公司向中车青岛四方车辆研究所有限公司销售商品，对于其中的 574.00 万元，双方于 2020 年 12 月签订《现金折扣协议》，约定在协议签订后 10 天内以现汇方式付款，但公司需提供共 22.96 万元的价款折让。公司将 22.96 万元作为债务重组损失处理，计入投资收益。

(二) 结合合同约定等，债务重组相关现金折扣在销售时是否能够预期，相关会计处理是否合规

1、合同约定的信用期条款以及实际收款情况如下：

序号	客户名称	信用期/付款条件	相关款项是否到期
1	中车制动系统有限公司	货到买方验收合格且收	款项已到期，未按照信用期支付

序号	客户名称	信用期/付款条件	相关款项是否到期
		到发票后 180 日内支付 90%货款。	货款
2	泉州创姿电子有限公司	需方预付 40%模具费，即¥11200 元，供方送样后合格付 30%，即¥8400 元，供方批量供货（5000 个以上）后付清余款，即¥8400 元。	2013 年已销售，款项多年未支付，已到期
3	衡阳风顺车桥有限公司	需方每月 18 日前挂帐，挂帐后叁个月内向供方以汇兑、银行承兑汇票等方式支付货款。	款项已到期，未按照信用期支付货款
4	陕西蓝通传动轴有限公司	货到验收合格后，一周内开票，挂账一个月后付全款，支付银行电子承兑。	款项已到期，未按照信用期支付货款
5	中车青岛四方车辆研究所有限公司	货到买方验收合格且收到发票后，买方于第 1 个日历月支付全部货款。	款项已到期，未按照信用期支付货款

一般情况下，发行人按照信用期对客户收款，部分客户存在逾期，为加速回款，发行人给予了现金折扣。根据交易习惯，在销售时无法预计给予部分客户现金折扣，该行为是交易发生后针对部分客户的收款政策，在交易发生时无法预测。

2、双方就债务本金和付款方式的改变达成的新协议。根据 2019 年修订后《企业会计准则第 12 号——债务重组》（以下简称债务重组准则）的规定：“债务重组，是指在不改变交易对手方的情况下，经债权人和债务人协定或法院裁定，就清偿债务的时间、金额或方式等重新达成协议的交易。债务重组一般包括下列方式，或下列一种以上方式的组合：……采用调整债务本金、改变债务利息、变更还款期限等方式修改债权和债务的其他条款，形成重组债权和重组债务。”发行人判断该事项形成了重组债务和重组债权。

根据《<企业会计准则第 12 号——债务重组>应用指南》（以下简称“应用指南”）规定：“金融资产确认金额与债权终止确认日账面价值之间的差额，记入‘投资收益’科目，但收取的金融资产的公允价值与交易价格（即放弃债权的公允价值）存在差异的，应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第三十四条的规定处理。”因此，发行人将债务重组损失计入“投资收益”科目。

综上，由于发行人在销售实现时无法预计到未来将采用提供现金折扣的方式收回部分货款，将该类业务判定为债务重组符合《企业会计准则》的相关规定。

## 【申报会计师核查过程及核查意见】

### 一、核查过程

申报会计师针对上述事项执行的核查程序包括但不限于：

1、与发行人销售部门负责人、业务人员访谈，了解发行人关于先款后货模式的业务背景，先款后货模式下折扣确定的具体审批流程及内部控制关键节点等，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、获取报告期内发行人与主要先款后货客户签署的购销合同，获取先款后货方式下的销售明细表；

3、对报告期内发行人主要先款后货客户进行实地走访（受疫情影响无法实地走访的进行视频访谈），对发行人与相关客户的折扣政策、关联关系等进行了解，并取得经对方确认的访谈记录；

4、对报告期内发行人与主要先款后货客户的销售、往来数据情况进行函证；

5、与发行人销售部门负责人、业务人员访谈，了解发行人对部分客户的现金折扣背景、审批情况，获取报告期内发行人与所有债务重组客户签署的合同及补充合同。

### 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人对于先款后货方式在销售实现时给予相关优惠折让的会计处理符合《企业会计准则第14号——收入》的规定；

2、报告期内，发行人在销售实现时无法预见未来将采用债务重组方式收回货款，对于债务重组的处理方式能够反映业务实质，符合《企业会计准则第12号——债务重组》的规定。

#### 问题12.资金拆借合理性及会计处理合规性

根据申报文件，报告期各期发行人向控股股东及实际控制人控制的关联方进行资金拆借，各期拆借金额分别为100万元、1,690万元、200万元，部分借款未支付利息。各期分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为1,191.45万元、4,173.56万元、2,141.28万元。

请发行人：（1）结合发行人借款周期和到期时间、资金状况、现金流情况等，分析说明报告期各期向股东借款的必要性，拆借资金的主要用途。（2）说明各期分红的实际金额，履行的相关

决策程序，结合公司运营、投资建设资金需求等，说明需要向股东借款的情况下，仍进行大额分红的合理性。（3）结合主要人员资金流水情况，说明相关分红资金的具体用途，是否存在资金体外循环、为发行人代垫成本费用等情形。（4）补充披露发行人向关联方支付的借款利息，是否对无息借款计提了利息费用，相关借款的经济实质是否属于股东对企业的资本性投入，相关会计处理是否符合《企业会计准则解释第5号》等规定。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明对分红款流向的核查过程，并对上述事项发表明确意见。

**【发行人回复】**

一、结合发行人借款周期和到期时间、资金状况、现金流情况等，分析说明报告期各期向股东借款的必要性，拆借资金的主要用途。

（一）发行人借款周期、到期时间及拆借资金的主要用途情况如下：

单位：万元

报告期	借款金额	借款时间	到期时间	实际借款天数	资金用途	是否偿还
2019年	100.00	2019/3/6	2019/12/30	299.00	补充公司流动资金	是
2020年	400.00	2020/12/21	2021/12/21	10.00	补充公司流动资金	是
2020年	400.00	2020/12/21	2021/12/21	69.00	补充公司流动资金	是
2020年	90.00	2020/2/17	2020/12/1	10.00	补充公司流动资金	是
2020年	100.00	2020/11/27	2020/12/1	197.00	补充公司流动资金	是
2020年	700.00	2020/12/21	2020/12/30	288.00	补充公司流动资金	是
2021年	200.00	2021/4/24	2021/4/26	4.00	补充公司流动资金	是

（二）结合公司资金状况、现金流情况，以及向股东借款的必要性；

1、报告期内，公司经营性流动资产、经营性流动负债、经营营运资本和经营营运资本增加额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营性流动资产	21,089.30	17,610.81	13,733.55
经营性流动负债	4,352.13	6,751.18	4,305.66
经营营运资本	16,737.17	10,859.63	9,427.89
经营营运资本增加	5,877.53	1,431.75	1,241.67

2、报告期内，公司存货周转天数、应收账款周转天数、应付账款周转天数、营运资本周转情况如下：

单位：天

期间	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货周转天数	92.32	97.09	95.69
应收账款周转天数	70.59	69.77	59.90
应付账款周转天数	13.81	18.69	20.22
营运资金周转天数	154.96	159.14	151.24

3、报告期内公司现金流状况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	2,508.43	4,079.51	1,675.99
投资活动产生的现金流量净额	-904.21	-865.15	-190.11
筹资活动产生的现金流量净额	225.12	-3,373.56	-1,494.66
期末现金及现金等价物余额	2,595.74	766.39	925.60

由上述表可以看出，公司业务不断增长，经营规模不断扩大，对经营营运资本需求不断增加。同时公司应付账款周转天数要少于应收账款周转天数，因此在营运资金流动方面存在一定压力。且公司在 2021 年经营经营活动产生的现金流相对较少，2020 年期末现金及现金等价物余额相对较少，故公司需要向股东拆借资金解决运营资金流动性问题。

综上，公司业务不断增长，对资金需求较大，为缓解企业日常经营资金的支付需求的压力、维持正常资金周转，公司通过向股东借款满足流动资金缺口，资金均用于企业正常生产经营活动，具有必要性。

二、说明各期分红的实际金额，履行的相关决策程序，结合公司运营、投资建设资金需求等，说明需要向股东借款的情况下，仍进行大额分红的合理性。

(一) 说明各期分红的实际金额，履行的相关决策程序

1、报告各期分红的实际金额如下：

单位：元

序号	利润分配时间	股东大会审议时间	分配方案	金额
1	2019年5月29日	2019年5月17日	以公司现有总股本37,000,000股为基数，向全体股东每10股送红股6.756757股，每10股派2.700000元人民币现金	9,990,000.00
2	2020年6月19日	2020年5月18日	本公司2019年年度权益分派方案为：以公司现有总股本62,000,000股为基数，向全体股东每10股派人民币现金3.225806元。本次权益分派共计派发现金红利19,999,997.2元。	19,999,997.20
3	2020年12月9日	2020年11月5日	本公司2020年半年度权益分派方案为：以公司现有总股本62,000,000股为基数，向全体股东每10股派人民币现金3.225806元。本次权益分派共计派发现金红利19,999,997.2元。	19,999,997.20
4	2021年7月13日	2021年5月17日	本公司2020年年度权益分派方案为：以公司现有总股本62,000,000股为基数，向全体股东每10股派人民币现金3.225806元。本次权益分派共计派发现金红利19,999,997.2元。	19,999,997.20

2、分红履行的相关决策程序

报告期内，发行人利润分配方案严格按照《公司章程》的规定提出并进行决策，各年度利润分配方案经全体董事审议通过并经股东大会批准。董事会在审议利润预案时，业经全体董事过半数同意。股东大会在审议利润分配方案时，业经出席股东大会的股东(包括股东代理人)所持表决权的过半数通过。同时，监事会就各年度利润分配方案发表了明确的同意意见。

报告期内公司分红履行的决策程序具体如下：

利润分配时间	2021年7月13日	2020年12月9日	2020年6月19日	2019年5月29日
董事会审议程序	经全体董事同意，第二届第十六次会议审议通过	经全体董事同意，第二届第十二次会议审议通过	经全体董事同意，第二届第九次会议审议通过	经全体董事同意，第二届第四次会议审议通过
监事会意见	同意利润分配的预案		同意利润分配的预案	同意利润分配的预案
股东大会审议程序	出席股东大会的股东所持表决权的99.9997%同意，2020年年度股东大会审议通过	出席股东大会的股东所持表决权的99.99%同意，2020年第三次临时股东大会审议通过	出席股东大会的股东所持表决权的100%同意，2019年年度股东大会审议通过	出席股东大会的股东所持表决权的100%同意，2018年年度股东大会审议通过

发行人分红行为的决策程序合规，符合《公司章程》关于利润分配方案审议程序的相关规定。

**(二) 结合公司运营、投资建设资金需求等，说明需要向股东借款的情况下，仍进行大额分红的合理性。**

公司主营业务发展稳定，且逐年增长，盈利水平相当稳定，且在报告期公司未有大额的投资建设项目支出，公司每年度根据盈利情况进行了分红。

发行人在现金分红前已测算公司流动性需求，考虑到向股东借款具有低息/无息、还款时间灵活、借款及时等特点，为快速补充公司暂时性资金需求，发行人向股东拆入资金。因此，现金分红不会提高发行人流动性风险、不会影响发行人持续经营能力。故存在股东借款的情况下仍进行大额分红具有合理性。

**(三) 结合主要人员资金流水情况，说明相关分红资金的具体用途，是否存在资金体外循环、为发行人代垫成本费用等情形。**

报告期内公司共有4次分红，历次分红金额及分红资金去向如下：

单位：万元

姓名	分红时间	分红金额 (万元)	分红主要流向	备注
李藏稳	2019年5月	425.25	亲友借款100万元(赵**)；账户留存325.25万元	借款合同
	2020年6月	851.35	借给科慧投资851.35万元，科慧投资以此从控股股东邢台慧聚处受让发行人股权	借款合同、股东会决议

姓名	分红时间	分红金额 (万元)	分红主要流向	备注
	2020年12月	651.35	亲友借款260万元，用于其公司资金周转（孙**）；增资科慧投资185万元；账户留存388.5万元	借款合同、股东会决议
	2021年7月	488.50	转给儿子100万元，用于其公司资金周转；账户留存388.5万元	—
李藏须	2019年5月	425.25	亲友借款290万元（李**、张**用于各自公司资金周转、赵**用于购买期货）；资助亲友90万元（李**、倪**、孟**）；日常消费17万元；账户留存28.25万元	借款合同
	2020年6月	851.35	借给科慧投资851.35万元，科慧投资以此从控股股东邢台慧聚处受让发行人股权	借款合同、股东会决议
	2020年12月	651.35	亲友借款300万元，用于其公司资金周转（李**）；增资科慧投资185万元；资助亲友50万元（张**、李**）；日常消费4.4万元；账户留存111.95万元	借款合同
	2021年7月	488.50	账户留存488.5万元	—
孙敬花	2019年5月	24.30	转给女儿24.3万元	—
	2020年6月	48.64	账户留存48.64万元	—
	2020年12月	48.64	账户留存48.64万元	—
	2021年7月	48.64	账户留存48.64万元	—
赵春肖	2019年5月	24.30	转给女儿10万元；日常消费4.57万元；账户留存9.73万元	—
	2020年6月	48.64	购买理财40.64万元；日常消费8万元	购买理财记录
	2020年12月	48.64	购买理财43.64万元；日常消费5万元	购买理财记录
	2021年7月	48.64	账户留存48.64万元	—
科慧投资	2019年6月	100.00	账户留存100万元	—
	2020年6月	200.00	邢台慧聚成立实缴资本200万元	股东会决议
邢台慧聚	2020年12月	600.00	购买理财600万元	购买理财记录
	2021年7月	925.60	购买理财925.6万元	购买理财记录

从上表可见，李藏稳、李藏须、孙敬花、赵春肖、科慧投资、邢台慧聚历次分红所得主要去向包括：亲友借款、资助亲友、申购理财、增资科慧投资、个人日常消费等，经核查，申报会计师认

为，相关分红款项不存在资金体外循环、为公司代垫成本费用等情形。

（四）补充披露发行人向关联方支付的借款利息，是否对无息借款计提了利息费用，相关借款的经济实质是否属于股东对企业的资本性投入，相关会计处理是否符合《企业会计准则解释第5号》等规定。

公司已在招股说明书“第六节 公司治理/七、关联方、关联关系和关联交易情况/（二）关联交易/2、偶发性关联交易/（1）关联方资金拆借”中补充披露如下：

“公司向关联方支付的借款金额及利息情况如下：

单位：万元

资金拆借方	借款金额	借款时间	到期时间	实际借款天数	支付借款利息
河北科慧投资有限公司	100.00	2019/3/6	2019/12/30	299.00	4.15
邢台慧聚企业管理有限公司	400.00	2020/12/21	2021/12/21	79.00	无
邢台慧聚企业管理有限公司	400.00	2020/12/21	2021/12/21	207.00	无
河北科慧投资有限公司	90.00	2020/2/17	2020/12/1	288.00	3.60
河北科慧投资有限公司	100.00	2020/11/27	2020/12/1	4.00	无
邢台慧聚企业管理有限公司	700.00	2020/12/21	2020/12/30	9.00	无
河北科慧投资有限公司	200.00	2021/4/24	2021/4/26	2.00	无

资金拆借方河北科慧投资有限公司、邢台慧聚企业管理有限公司均为公司股东，其对发行人的借款明确约定了借款期限，到期后需要偿还，并不属于债务豁免或捐赠。同时股东提供借款的原因是公司临时资金周转需要，借款周期均不超过1年，且公司在报告期内归还了全部本金，从经济实质上分析不属于对企业的资本性投入。对于免息的资金拆借，如果按同期银行贷款利息计算，预计2019至2021年的利息分为0万元，1.78万元和12.91万元，对公司利润影响较小。报告期内公司未对无息借款计提利息费用。”

#### 【申报会计师核查过程及核查意见】

##### 一、核查过程

申报会计师针对上述事项执行的核查程序包括但不限于：

1、获取发行人银行流水、其他应收应付款项明细账，核查相应银行单据与账务记录的一致性，确认发行人报告期内的资金拆借情况，并结合流水信息确认资金的去向和归还情况；

2、查阅发行人报告期内订单情况、销售和回款情况、采购情况、银行贷款、长期资产投资、筹融资情况等，分析发行人现金流及资金状况；

3、访谈发行人被拆借方、股东，了解拆借原因，资金最终用途，分析其合理性；

4、查阅《公司章程》，了解与现金分红相关的内部规定；查阅了历次现金分红相关的董事会文件、股东大会文件等会议文件，核实其合法合规性；

5、了解发行人报告期内的现金分红情况及报告期内的资产负债、投资建设、现金流量情况，分析发行人报告期内的流动性风险和现金分红的合理性；

6、陪同发行人走访银行，获取实际控制人、董监高、关键岗位等人员的资金流水，核查银行流水完整性、相关交易的真实性，对上述个人银行流水中 5 万元以上的资金流水进行了记录，并对账户持有人进行了访谈，了解资金往来的发生原因、归还情况及资金去向等情况；针对报告期内与账户持有人交易往来金额较大的交易对象，执行了进一步的穿透核查程序，要求发行人提供上述交易对象的往来账户的资金流水记录；

7、核查实际控制人分红资金使用情况，关注关联方资金往来、资金体外循环以及为发行人代垫成本费用情况，核查资金流水是否存在异常资金流入流出；

8、检查与被拆借方的借款合同，了解借款性质、借款额度、借款期限、借款利率，并测算借款利息，验证借款的真实性，借款费用的准确性。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人发展速度较快，对资金需求大，通过向股东借款弥补经营流动资金缺口，具备必要性；

2、报告期内，发行人分红基于公司财务状况以及《公司章程》规定的分红政策而实施，已履行相应的内部审议程序；

3、报告期内实际控制人、董事、监事、高级管理人员及关键财务人员获得的分红款主要用于亲友借款、资助亲友、申购理财、增资科慧投资、个人日常消费等，不存在重大异常。报告期内，部分上述人员与发行人关联方存在资金往来，但均具有真实、合理的交易背景，不存在为发行人代垫成本费用的情形；报告期内，上述人员与发行人供应商、客户不存在资金往来，不存在为发行人代垫成本费用的情形。发行人现金分红的资金流向及用途合理；

4、发行人向股东借款周期短，主要是弥补经营流动资金缺口，而分红时现金流量及资产负债状况良好，现金分红具有合理性；

5、发行人向关联方借款的经济实质不属于股东对企业的资本性投入，相关会计处理符合《企业会计准则解释第5号》的规定。

## 问题15.其他信息披露问题

### 一、股份支付公允价值确定依据。

根据申报文件，2020年及2021年公司分别确认股份支付费用560.00万元、719.60万元，涉及公司控股股东母公司新增股东、发行人定向发行。其中2020年股份支付的股权价值依据为2021年4月27日以2021年12月31日为基准日的评估报告，2021年5月定向发行的每股公允价值为5.13元。请发行人：①说明上述两次股份支付股权价值评估的具体方法和依据、评估时点，说明两次评估价格是否存在明显差异，结合相关评估依据、评估的时间间隔等，说明相关股权评估价值是否准确合理、依据是否充分。②结合相关股权激励方案、入股协议、员工持股计划协议安排等，说明发行人对激励对象是否具有服务年限要求，相关股份支付的核算和归集是否准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

#### 【发行人回复】

（一）说明上述两次股份支付股权价值评估的具体方法和依据、评估时点，说明两次评估价格是否存在明显差异，结合相关评估依据、评估的时间间隔等，说明相关股权评估价值是否准确合理、依据是否充分。

#### 1、两次股份支付股权价值评估的具体方法和依据、评估时点

截至2021年末，公司股份支付对象及股份支付确认费用情况如下：

序号	授予日	股权激励对象	是否约定服务期	单位入股成本（元）	单位公允价值（元）	授予数量（万股）	确认股份支付费用金额（万元）	公允价值的选择依据
1	2020年12月10日	郝胜涛、赵红涛	否	4.00	5.13	496.00	560.00	以银信资产评估有限公司出具的评估报告

序号	授予日	股权激励对象	是否约定服务期	单位入股成本(元)	单位公允价值(元)	授予数量(万股)	确认股份支付费用金额(万元)	公允价值的选择依据
2	2021年5月17日	邢台富贸、邢台富安、邢台富多等142名合伙人和李藏波、郝胜涛、赵红涛	否	4.00	5.13	791.60	894.51	(银信评报字(2021)沪第0990号)中对全部股东权益在2020年12月31日的公允价值进行评估的结果

### (1) 股权价值评估的具体方法

两次股份支付的股权价值评估，采用的评估方法是市场法中的上市公司比较法。该方法是指获取并分析可比上市公司的经营和财务数据，计算适当的价值比率，在与被评估单位比较分析的基础上，确定评估对象价值的方法。通过计算可比公司的市场价值和参数，得到相应比率乘数；对比率乘数进行必要的调整后，应用到被评估单位相应分析参数中，并考虑缺乏市场流通性折扣后得到评估对象的股权价值。

考虑到公司处于橡胶和塑料制品业，行业内存在数家可比上市公司，因此股权价值评估采用参考上市公司比较法。考虑到公司处于相对成熟发展阶段，盈利状况较为稳定，因此该次评估采用收益类比率乘数中的市盈率。

评估公式如下：目标公司股权价值=目标公司市盈率×被评估单位评估基准日净利润×(1-缺少流通性折扣率)+非经营性资产价值-非经营性负债价值

其中，目标公司市盈率=修正的可比公司市盈率加权平均值

### (2) 股权价值评估的依据

两次股份支付的股权价值评估，采用的评估依据有四类：法律法规依据、评估准则依据、权属依据和取价依据。其中对评估价值产生直接影响的依据是权属依据和取价依据。权属依据包括公司企业法人营业执照、财务报表和其他有关产权证明文件。取价依据是同行业可比上市公司公开信息 and 公司经审计的财务报表。

### (3) 股权价值评估的时点

两次股份支付的股权价值评估，采用的评估基准日是2020年12月31日。银信资产评估有限

公司出具的评估报告（银信评报字（2021）沪第 0990 号）签署日是 2021 年 4 月 27 日。

## **2、说明两次评估价格是否存在明显差异，结合相关评估依据、评估的时间间隔等，说明相关股权评估价值是否准确合理、依据是否充分**

从上述回复可知，公司两次股份支付采用同一股权价值评估结果作为公允价值确定的依据。公司报告期内前后两次股份支付时间间隔约为半年，但仍采用同一评估价格，具有合理性，理由如下：

### **（1）第一次股份支付时点与评估基准日接近，评估采用的收益类比率乘数未发生重大变化**

2020 年 12 月 10 日，郝胜涛与赵红涛签署了《河北科慧投资有限公司增资认购协议》，增资事项在当日经科慧投资临时股东会审议通过。2020 年 12 月 23 日，科慧投资于河北省石家庄市召开临时股东会，会议决议就股东 2020 年 12 月 18 日完成实缴注册资本事项修改公司章程。

公司高管增资控股股东构成集团股份支付，该股份支付时点距离评估基准日 2020 年 12 月 31 日较为接近。2020 年 12 月期间，公司生产经营状况稳定，股权价值评估采用的收益类比率乘数未发生重大变化，可以合理地推定股份支付时点的市盈率水平与评估基准日近似，因而推定股权公允价值在股份支付时点与评估价格近似。

### **（2）第二次股份支付时点在股权价值评估报告有效期内**

银信资产评估有限公司出具的评估报告（银信评报字（2021）沪第 0990 号）对评估结论使用有效期的记载，“资产评估结论使用有效期自评估基准日起一年内（即 2020 年 12 月 31 日至 2021 年 12 月 30 日）有效”。

公司报告期内第二次股份支付时点为 2021 年 5 月，在评估报告有效期内，该次股份支付股份公允价值采用评估价格依据充分且合理。

### **（3）公司两次股份支付时点，二级市场交易不活跃且无前次发行价格参考**

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及《首发业务若干问题解答》相关规定，在确定公允价值时，可考虑熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值或者采用适当的估值技术确定公允价值等因素。鉴于公司在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，股票二级市场交易不活跃且无前次发行价格参考，因此两次股份支付公允价值依据采取评估价格具有合理性。

(二) 结合相关股权激励方案、入股协议、员工持股计划协议安排等，说明发行人对激励对象是否具有服务年限要求，相关股份支付的核算和归集是否准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

**1、结合相关股权激励方案、入股协议、员工持股计划协议安排等，说明发行人对激励对象是否具有服务年限要求**

报告期内公司进行两次股份支付，第一次为公司副总经理兼董事郝胜涛、赵红涛增资公司控股股东科慧投资构成集团股份支付，第二次为公司为建立长效人才机制通过向高管郝胜涛、赵红涛、核心员工李藏波及三家员工持股平台定向发行股票而进行股权激励。

根据股权激励方案、入股协议、员工持股计划协议相关条款，公司对激励对象没有明确约定服务期限，具体情况如下：

**(1) 股权激励方案未明确约定服务期限条款**

股权激励中的服务期限是指职工或其他方完成规定服务期限才可行权的条件。

根据《河北华密新材科技股份有限公司 2021 年员工持股计划（草案）（修订稿）》，员工持股计划通过持有人共同设立的有限合伙企业参与公司定向发行并持有公司定向发行的股票，员工以直接持有合伙企业份额而间接持有公司股票。该员工持股计划方案未有条款明确约定服务期限要求。

**(2) 入股协议未明确约定服务期限条款**

**①郝胜涛、赵红涛增资科慧投资协议条款**

2020 年 12 月 10 日，李藏稳、李藏须、郝胜涛、赵红涛签署了《河北科慧投资有限公司增资认购协议》，协议内容仅就增资的金额、出资比例、出资方式、增资后持股比例、认购基准日进行了约定，未有协议条款约定服务期限。根据协议，郝胜涛、赵红涛自 2020 年 12 月 10 日增资认购基准日后，即成为科慧投资股东并享有相应的股东权利及承担股东义务，无需满足其他条件方可行权。

**②郝胜涛、赵红涛、李藏波、邢台富安、邢台富多、邢台富贸增资发行人协议条款**

2021 年 5 月 8 日，公司与郝胜涛、赵红涛、李藏波、邢台富安、邢台富多、邢台富贸分别签署了《河北华密新材科技股份有限公司非公开发行股票认购协议书》，未有协议条款约定服务期限。根据认购协议书，自发行完成日起，郝胜涛、赵红涛、李藏波、邢台富安、邢台富多、邢台富贸即成为公司股东，享有相应的股东权利及承担股东义务，无需满足其他条件方可行权。

根据认购协议书“第一条 认购定向发行股票/1.4 限售期”，“本次股票发行完成后，自新增股份

在中国证券登记结算有限公司北京分公司完成股份登记之日起，除按照《公司法》等法律、行政法规、规章和规范性文件的相关规定及《公司章程》的约定限售外，股票无其他限售安排”。针对该次股份支付，郝胜涛、赵红涛股份限售遵循公司法关于高管减持股份限售比例相关规定，李藏波所持股份无限售安排，邢台富安、邢台富多、邢台富贸遵循员工持股计划规定。

### **(3) 员工持股计划协议安排未明确约定服务期限条款**

#### **① 合伙企业出资协议**

2021年4月25日，公司与142位员工签订了《出资协议》，未有协议条款约定服务期限。根据出资协议，自签署本协议后，员工将与持股平台有限合伙企业的其他合伙人签署合伙协议，明确合伙事务和合伙人权利义务等事项。根据出资协议第四条股份转让原则，“乙方所持持股平台有限合伙份额设置一定的锁定期，锁定期的期限及财产份额转让规则，参见《河北华密新材科技股份有限公司2021年员工持股计划管理办法》”。

#### **② 合伙企业合伙协议**

2021年4月30日，50位员工签订了《邢台富安企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》，48位员工签订了《邢台富多企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》，44位员工签订了《邢台富贸企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》，未有协议条款约定服务期限。根据合伙协议，经全体合伙人签名、盖章后生效，合伙人按照合伙协议享有权利，履行义务。员工无需满足其他条件即可通过持有合伙企业份额而间接持有公司股票。

《合伙协议》第八章入伙与退伙中约定，“合伙人从河北华密新材科技股份有限公司离职，或者发生其他退出员工持股计划情形时，应当退伙。退伙的权益处理，按照《河北华密新材科技股份有限公司2021年员工持股计划（草案）》、《河北华密新材科技股份有限公司2021年员工持股计划管理办法》及其后续修改相关规定执行”。

#### **③ 《河北华密新材科技股份有限公司2021年员工持股计划管理办法》和《河北华密新材科技股份有限公司2021年员工持股计划（草案）》**

根据《员工持股计划管理办法》和《员工持股计划（草案）》相关条款，约定了股份锁定期，“根据《监管指引》中自行管理的员工持股计划的要求为自华密新材股票登记至合伙企业名下时起算36个月”。

根据《员工持股计划管理办法》和《员工持股计划（草案）》约定了员工持股计划存续期内持有人情况变化时权益处置条款，规定了四种持有人退出计划的情形和退出机制，其中如持有人离职

应将所持权益向员工持股计划内员工或其他符合条件的员工转让，且需满足退出价格的相关规定。

#### **(4) 员工持股计划锁定期和退出机制不构成隐形服务期限条件**

##### **①员工持股计划锁定期和退出机制的设置目的是满足合规要求**

员工持股计划锁定期 36 个月的设置目的不是为了获取员工满 3 年的服务，而是为了符合《非上市公众公司监管指引第 6 号——股权激励和员工持股的监管要求（试行）》“二、员工持股计划的（四）条款”的监管规定“自行管理的员工持股计划还应符合以下要求：自设立之日锁定至少 36 个月；股份锁定期间内，员工所持相关权益转让退出的，只能向员工持股计划内员工或其他符合条件的员工转让；股份锁定期满后，员工所持相关权益转让退出的，按照员工持股计划的约定处理”。

##### **②公司股权激励的作用与目的不是为了获取员工服务**

根据《出资协议》，“鉴于甲方对乙方工作能力、岗位贡献的评估和认可，乙方作为华密新材 2021 年员工持股计划的参加对象”。就员工持股平台合伙人实际情况来看，主要考虑的因素是被激励对象在公司的工作年限、工作考评情况和对公司业绩的贡献，不是为了获取员工服务的目的。

##### **③与财政部发布的股份支付准则应用案例存在区别**

财政部会计司于 2021 年 5 月发布的《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》，案例中股权激励计划及员工持股平台合伙协议未对员工的具体服务期限作出专门约定，但明确约定如果自授予日至甲公司成功完成首次公开募股时员工主动离职，员工不得继续持有持股平台份额。在该案例中，员工须完成规定的服务期限方可从股权激励计划中获益，属于可行权条件中的服务期限条件，应该合理估计成功完成首次公开募集的完成时点，就授予日至该时点的期间作为等待期，将股份支付费用进行分摊。

员工持股计划中的锁定期与财政部发布的股份支付应用案例存在区别，主要区别如下：

第一，锁定期设置目的不同。员工持股计划设置 36 个月锁定期主要是为了满足新三板监管指引要求，且员工持股计划奖励员工过去工作业绩为主要考虑因素。财政部案例中未明确提到设置锁定期的具体目的，但以是否 IPO 成功作为解锁时点可以推断奖励职工未来业绩为主要考虑因素。

第二，锁定期是否明确不同。员工持股计划锁定期为自股份登记至合伙企业名下 36 个月，如持股平台合伙人发生变化，不影响股份解锁时间。财政部案例中 IPO 完成为不特定时点，具有较高不确定性，股份解锁时间需依靠管理层合理判断。

第三，业绩条件设置不同。员工持股计划未设置业绩条件，财政部案例中 IPO 成功为可行权条件中业绩条件中的非市场条件。

#### ④如按锁定期分摊股份支付费用，对报告期净利润影响无重大差异

第二次股份支付涉及定向发行股票 791.60 万股，计提股份支付费用 894.51 万元，其中向 3 家员工持股平台发行 233.60 万股，对应的股份支付费用为 263.97 万元。假设按照三年服务期应分摊至 2021 年的费用为 43.99 万元，与费用一次性计提在 2021 年，对净利润影响无重大差异。

综上所述，股权激励方案、入股协议、员工持股计划协议安排均未明确约定服务期限，且员工持股计划中锁定期与退出机制不构成隐形服务期限条件。两次股份支付均属于立即可行权的以权益结算的股份支付。

## 2、相关股份支付的核算和归集是否准确、相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

### (1) 股份支付的核算准确

#### ①第一次股份支付费用的计算过程

2020 年 12 月 10 日，李藏稳、李藏须、郝胜涛、赵红涛签署了《河北科慧投资有限公司增资认购协议》，协议约定公司注册资本由 500 万元增至 681.82 万元，郝胜涛和赵红涛各自出资 992.00 万元及各自认购 13.33% 股权。截至 2020 年 12 月 10 日，科慧投资通过发行人控股股东邢台慧聚企业管理有限公司（以下简称邢台慧聚）持有发行人 30.00% 股份，新增股东郝胜涛和赵红涛合计持有科慧投资 26.67% 股权，即间接持有发行人 8.00% 股份。郝胜涛和赵红涛在发行人中担任副总经理，构成集团股份支付事项，发行人作为接受服务企业授予本企业职工的是其本身权益工具，是为以权益结算的股份支付，在个别财务报表的会计处理为“借：管理费用，贷：资本公积”。

增资对价为出资金额（992 万元\*2）除以股份数量（6200 万股\*8%），等于 4 元/股。

在授予日以评估价值 5.13 元/股作为公允价值，按照授予时点的股权公允价值减去增资对价 4 元/股，得出的二者之差再乘以实际授予数量 496.00 万股，其结果作为权益工具的公允价值在授予日一次性计入当期管理费用 560.00 万元，相应增加资本公积。

#### ②第二次股份支付费用的计算过程

公司为建立健全公司长效激励机制，吸引和留住公司优秀人才，充分调动公司中高级管理人员及核心技术、业务员工的积极性和创造性，向高管郝胜涛及赵红涛、核心员工李藏波、邢台富贸企业管理合伙企业（有限合伙）、邢台富安企业管理合伙企业（有限合伙）和邢台富多企业管理合伙企业（有限合伙）共计 6 个对象定向发行股票，合计数量 719.60 万股，占定向发行后公司总股本的 3.34%。其中郝胜涛、赵红涛和李藏波分别认购公司股份 186.00 万股；员工持股计划合计参与人数

为 142 人，参与对象通过三个持股平台合伙份额间接持有发行人股票 233.60 万股。上述激励对象间接认购发行人股份价格为 4.00 元/股。

在授予日以评估价值 5.13 元/股作为公允价值，按照授予时点的股权公允价值减去增资对价 4 元/股，得出的二者之差再乘以实际授予数量 791.60 万股，其结果作为权益工具的公允价值在授予日一次性计入当期管理费用 894.51 万元，相应增加资本公积。

## **(2) 股份支付费用归集准确**

两次股份支付费用均计入管理费用，未按照权益工具受益对象实际工作范围和服务内容分别分摊至生产成本、研发费用和销售费用等会计科目的原因如下：

### **①股权激励费用系综合管理成本，不属于固定岗位的薪酬支出**

公司基于管理需要，为了激励和留住管理团队和业务骨干，通过授予控股股东股份、公司股份为手段，以达到员工利益与公司利益一致性目的。股份支付本质上是长期激励机制，奖励员工过去对公司的贡献和业绩和期待未来能够为公司带来更大价值；且部分员工在公司工作时间较长，期间存在轮岗或从基础职能职位提拔至中层甚至管理层的情况，因此股份激励费用不属于固定岗位的薪酬支出，全部计入管理费用具有合理性。

### **②全部计入管理费用避免其他关键指标虚增**

如将股份支付费用分摊至生产成本和研发费用，会造成相关产品单位生产成本增加进而影响期末存货价值和结转成本金额，或造成研发费用占比增加进而影响研发费用加计扣除、所得税计算和利润情况，或在高新技术企业复审、国家级专精特新“小巨人”企业复审等需要用到研发投入指标的资质荣誉评选时有影响。

因此，股份支付费用全部计入管理费用的会计处理方式在上市公司有前例，如神工股份、三友医疗、沃森生物等。

## **(3) 股份支付会计处理符合《企业会计准则》的规定**

### **①两次股份支付均一次性计入当期损益，符合《企业会计准则》的规定**

公司两次股份支付未有条款明确约定服务期限，且不设置绩效考核指标，属于立即授予且没有明确约定服务期、业绩等限制条件的股份支付，公司将股权激励成本一次性计入当期损益，符合《企业会计准则第 11 号-股份支付》第五条规定，“授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积”和《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 第（3）款，“确认股权支付费用时，对增资或受

让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益”的规定。

②员工持股平台合伙人离职退伙并转让财产份额不涉及股份支付，符合《企业会计准则》的规定

报告期内，因员工持股平台合伙人离职退伙并转让财产份额共 3 起：邢台富贸的合伙人陶方宝将邢台富贸 3.6 万元财产份额以 3.7336 万元的金额转让给高景波、将邢台富贸 20.4 万元的财产份额以 21.1573 万元的价格转让给白锋；邢台富贸的合伙人徐建珂将邢台富贸 2.4 万元的财产份额以 2.4868 万元的价格转让给高景波。

根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》第二条规定，“股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。”员工持股平台发生合伙人变动系被激励员工离职，将所持有公司股权转让给其他员工，三名受让方此前未持有公司股份。鉴于在第二次股份支付时，公司已将股权登记至员工持股平台名下，并完成了工商登记变更，在程序上已履行了股份支付义务。上述因员工出现非负面一般离职退出情形所致的员工持股平台合伙人变化，仅为授予对象发生变化，即变更股份支付的具体对象，不涉及公司影响股份支付情形。

## 二、关于付现费用。

根据申报文件，报告期各期发行人付现费用金额分别为 733.76 万元、940.13 万元、876.81 万元。请发行人说明相关付现费用的具体构成、支付对象、相关交易与发行人经营业务是否匹配，会计处理是否合规。

### 【发行人回复】

（一）相关付现费用的具体构成、支付对象、相关交易与发行人经营业务是否匹配，会计处理是否合规。

#### 1、报告期内，付现费用的具体构成情况

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
业务招待费	334.23	38.12%	341.02	36.27%	260.46	35.50%
办公费	202.05	23.04%	207.18	22.04%	174.53	23.79%
咨询费	101.37	11.56%	103.45	11.00%	100.94	13.76%
差旅费	86.10	9.82%	88.72	9.44%	100.83	13.74%
检测费	48.12	3.51%	42.17	5.60%	14.86	5.37%
维修保养费	30.74	1.22%	52.66	1.28%	39.44	1.52%
保险费	10.70	5.49%	12.03	4.49%	11.15	2.03%
其他支出	63.51	7.24%	92.91	9.88%	31.55	4.30%
合计	876.81	100.00%	940.13	100.00%	733.76	100.00%

2、相关付现费用的具体内容、支付对象情况如下：

单位：万元

年度	费用构成	支付内容	支付对象	金额	占比
2021 年度	业务招待费	公司各部门发生的日常招待费用	邢台市聚昌商贸有限公司、邢台恒谷商贸有限公司等	334.23	38.12%
	办公费	公司各部门日常经营发生的办公费	邢台市邮源清洗保洁有限公司、中国联合网络通信有限公司邢台市分公司等	202.05	23.04%
	咨询费	财务顾问费、评估咨询费、审计费用	北京市康达律师事务所、立信会计师事务所（特殊普通合伙）等	101.37	11.56%
	差旅费	公司各部门日常经营发生的交通费等	各部门业务人员	86.10	9.82%
	检测费	公司、生产部门、研发部门日常经营发生的检测费、技术服务费等	莱茵检测认证服务（中国）有限公司、河北正信检测技术服务有限公司等	48.12	3.51%
	维修保养费	公司各部门日常经营发生的维修保养等	石家庄腾信电子科技有限公司、青岛育肯仪器有限公司等	30.74	1.22%
	保险费	公司各部门日常经营发生的财产保险费用等	公司行政部车辆管理员、采购专员等	10.70	5.49%
	其他支出	公司各部门日常经营发生的其他支出	北京信诺时代科技发展有限公司、河北腾软信息技术有限公司等	63.51	7.24%

年度	费用构成	支付内容	支付对象	金额	占比
	<b>合计</b>			<b>876.81</b>	<b>100.00%</b>
2020 年度	业务招待费	公司各部门发生的日常招待费用	邢台恒谷商贸有限公司、任县恒瑞烟酒门市等	341.02	36.27%
	办公费	公司各部门日常经营发生的办公费	国网河北省电力公司任县供电分公司、中国联合网络通信有限公司邢台市分公司等	207.18	22.04%
	咨询费	财务顾问费、评估咨询费、审计费用	中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）、安信证券股份有限公司等	103.45	11.00%
	差旅费	公司各部门日常经营发生的交通费等	各部门业务人员	88.72	9.44%
	维修保养费	公司各部门日常经营发生的维修保养等	邢台小土豆建筑装饰工程有限公司、大城县美达建材有限公司等	52.66	1.28%
	检测费	公司、生产部门、研发部门日常经营发生的检测费、技术服务费等	广电计量检测（西安）有限公司、河北正信检测技术服务有限公司等	42.17	5.60%
	保险费	公司各部门日常经营发生的财产保险费用等	公司行政部车辆管理员、采购专员等	12.03	4.49%
	其他支出	公司各部门日常经营发生的其他支出	上海贸点网络科技有限公司、石家庄北康科技有限公司等	92.91	9.88%
	<b>合计</b>			<b>940.13</b>	<b>100.00%</b>
2019 年度	业务招待费	公司各部门发生的日常招待费用	河北云峰商贸有限公司、任县恒瑞烟酒门市等	260.46	35.50%
	办公费	公司各部门日常经营发生的办公费	邢台市邮源清洗保洁有限公司、桥东区盈泰劳动防护用品经营部等	174.53	23.79%
	咨询费	财务顾问费、评估咨询费、审计费用	中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）、安信证券股份有限公司等	100.94	13.76%
	差旅费	公司各部门日常经营发生的交通费等	各部门业务人员	100.83	13.74%
	维修保养费	公司各部门日常经营发生的维修保养等	石家庄腾信电子科技有限公司、邢台市霆胜模具有限公司等	39.44	1.52%
	检测费	公司、生产部门、研发部门日常经营发生的检测费、技术服务费等	莱茵检测认证服务（中国）有限公司、河北万众环保科技有限公司等	14.86	5.37%
	保险费	公司各部门日常经营发生的财产保险费用等	公司行政部车辆管理员、采购专员等	11.15	2.03%

年度	费用构成	支付内容	支付对象	金额	占比
	其他支出	公司各部门日常经营发生的其他支出	河北博品网络科技有限公司、河北腾软信息技术有限公司等	31.55	4.30%
	合计			733.77	100.00%

报告期内，公司付现费用随公司业务规模扩张及营业收入的增长，各项付现费用基本成上升趋势。2020年至2021年差旅费相比2019年有所下降，主要原因系2020年新冠疫情爆发及2021年散点疫情爆发，公司出差频率有所降低；2020年至2021年业务招待费相比2019年较高主要系公司从2020年筹备上市以及各项环保检查等因素，公司招待费相对增多；其他各项付现费用占销售收入的比重较为稳定，与发行人经营业务具有匹配性，会计处理符合企业会计准则相关规定。

### 三、关于豁免披露主要客户。

根据申报文件，发行人未披露个别主要客户名称。请发行人说明未披露的具体原因，相关豁免是否符合《适用指引1号》1-30的要求，请发行人补充提供相关豁免披露申请。

#### 【发行人回复】

#### （一）个别主要客户名称未披露原因

公司按欠款方归集的期末余额前五名客户之一用代称客户A在申报文件中披露，因客户A从事军工业务，涉及国家秘密。根据《军工企业对外融资特殊财务信息披露管理暂行办法》及有关保密规定，对军工涉密客户进行脱敏处理。

#### （二）相关豁免是否符合指引要求

##### （1）根据河北省国防科技工业办公室的复函进行信息披露豁免

根据《国防科工局中国人民银行证监会关于印发〈军工企业对外融资特殊财务信息披露管理暂行办法〉的通知》的相关规定，公司向河北省国防科技工业办公室提交《关于上市军工事项审查和涉密信息披露有关问题的请示》。公司根据河北省国防科技工业办公室出具的《河北省国防科技工业办公室关于河北华密新材科技股份有限公司上市军工事项审查和涉密信息披露有关事宜的复函》进行了信息披露豁免。

##### （2）公司董事、监事、高级管理人员出具了相关声明

公司全体董事、监事、高级管理人员出具了关于公开发行股票并在北交所上市的申请文件不存在泄密事项且能够持续履行保密义务的声明，已同本次申请文件一并提供。

(3) 公司控股股东、实际控制人出具了相关承诺

公司控股股东、实际控制人出具了对已履行和能够持续履行相关保密义务承诺函，已同本次申请文件一并提供。

(4) 公司制定并执行完善的内部保密制度

公司建立了《保密工作责任制度》《定密管理制度》《涉密人员管理制度》《保密教育制度》《国家秘密载体保密管理制度》《密品保密管理制度》《涉密会议保密管理制度》等 16 个保密制度，形成了完备的保密体系并严格执行，通过了河北省国家保密局和河北省国防科技工业办公室的审查，不存在因违反保密规定受到处罚的情形。

(5) 中介机构符合军工涉密业务咨询服务的安全保密要求

根据国家国防科技工业局于 2020 年 3 月 19 日颁布的《军工涉密业务咨询服务安全保密监督管理工作常见问题解答》，《军工涉密业务咨询服务安全保密条件合格证书》不再作为中介机构承接涉密业务咨询服务的必备条件。

公司聘请了审计机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）按照相关规定与前述中介机构签署了《保密协议》，公司对中介机构履行保密协议及安全保密管理的情况进行了了监督指导。

(6) 公司对保密信息进行了脱密处理，不存在泄密风险

在公司提交披露的审核问询函回复中，涉及国家秘密的相关事项已采用代称的方式脱密后对外披露，与公司上市申请文件相比，本次信息披露豁免申请内容不存在实质性增减，亦不存在已经泄密的风险。

#### 四、补充披露关联交易信息

根据招股说明书，2020 年 6 月，公司将其位于任县天口镇辛兴庄村北的国有土地使用权及地上附着物转让给关联方科慧投资。前述资产转让完成后，基于公司实际经营之需要，经双方协商一致，科慧投资将前述资产无偿提供给公司使用，未收取租金。科慧投资无实际经营业务。请发行人补充披露：①发行人向关联方转让土地使用权及地上附着物的原因及合理性，该交易事项定价是否公允。②慧投资将前述资产无偿提供给公司使用的原因及合理性，是否涉及为发行人代垫成本费用。③上述关联交易是否及时审议并披露，关联方是否回避表决。

## 【发行人回复】

公司已在招股说明书“第六节 公司治理/七、关联方、关联关系和关联交易情况/（二）关联交易/2、偶发性关联交易/（2）关联方资产转让情况”中补充披露：

“1）公司向关联方转让土地使用权及地上附着物的原因及合理性，该交易事项定价的公允性

### ①转让土地使用权及地上附着物的背景情况

公司前身华密有限在成立之初，其注册地址及生产经营场所为任县辛兴庄（现为任泽区天口镇辛兴庄村），厂区占地面积 1,926.2 平方米（对应转让前的土地使用权证号为：任国用（2015）第 0051 号；地类（用途）：宿办公室、车间；使用权类型：出让；终止日期 2028 年 11 月 25 日）。2005 年公司河头村厂区建成投产后，位于辛兴庄村原有厂房（均未办理房屋权属证书）逐渐处于闲置状态并陆续拆除。

截至 2020 年 6 月公司向科慧投资转让上述土地使用权时，地上附着物的具体情况如下：①华密有限于 1998 年建成的一排平房（建筑面积为 284 平方米）、杂物室及厕所各一间（建筑面积分别为 108 平方米、52 平方米），前述房屋在本次转让时已处于废弃状态且已无账面价值，截至目前已全部拆除。②公司实际控制人家族于 2013 年在辛兴庄村土地上出资修建了一套住房及一间仓库（建筑面积分别为 528 平方米、374 平方米）。截至目前，该等地上附着物尚未办理房屋权属证书，用于实际控制人家族成员生活居住使用。

### ②转让土地使用权及地上附着物的原因和合理性

首先，华密有限时期建成的厂房已闲置废弃多年且土地使用权即将到期，公司无法有效使用该等资产。其次，公司实际控制人家族成员后续建成的房屋主要用于生活居住使用，与公司主营业务无关，且该等房屋因未办理权属证书存在法律瑕疵，不宜纳入公司体内。因此，公司于 2020 年 6 月将名下任国用（2015）第 0051 号土地及地上附着物一并转让给科慧投资。转让当时，实际控制人直接或间接持有公司 100% 股权，不涉及其他外部股东。

### ③本次交易事项的定价具有公允性

上述资产转让价格系参照了邢台嘉艺天和房地产评估有限公司于 2020 年 4 月 22 日出具的土地估价报告（冀嘉艺[2020]（估）字第 204 号），截至估价日期 2020 年 4 月 16 日，交易土地总价为 13.10 万元。因此，本次交易事项的定价具有公允性。

## 2）科慧投资将前述资产无偿提供给公司使用的原因及合理性

出于方便辛兴庄村周边下游客户取货及产品服务之目的，报告内公司曾无偿使用实际控制人家

族成员建造的仓库，用于仓储及售后服务。鉴于辛兴庄村土地使用权即将到期，为剥离非经营性资产并解决上述关联交易事项，公司于2020年6月将名下任国用（2015）第0051号土地及地上废弃房屋一并转让给科慧投资。

### 3) 不涉及为发行人代垫成本费用

鉴于上述无偿使用房屋未办理权属证书，且不属于公司的主要生产经营场所，根据上述无偿租赁的房屋所在地市场租赁价格及现有面积计算，报告期各年将增加租赁费用0元、17,592元、26,928元，分别占2019年、2020年、2021年利润总额的0%、0.0326%、0.0541%。因此，上述无偿租赁的房屋情形不会对公司正常生产经营及营业利润产生重大影响，不涉及利用科慧投资为公司代垫成本费用的情况。

4) 因本次关联交易的成交金额未达到公司董事会审议的标准，依据《公司章程》第一百零九条及《关联交易管理制度》第十七条的规定，上述交易在发生前由公司总经理审批通过，不涉及关联方是否回避表决的情况。”

## 【申报会计师核查过程及核查意见】

### 一、核查过程

申报会计师针对上述事项执行的核查程序包括但不限于：

1、获取科慧投资和发行人工商资料，了解科慧投资历次增资或股权转让情况获取并查阅发行人报告期内增资相关文件，复核股份支付权益工具公允价值的确定方法、股份支付费用的计算过程、确认是否存在服务期限约定及股份支付相关会计处理；

2、获取并查阅了评估机构出具的评估报告，复核评估报告中使用的关键假设及参数的合理性，复核其公允价值确认的合理性；

3、复核发行人对股份支付相关会计处理是否符合《企业会计准则》等相关规定；

4、查阅发行人的信息披露相关的内部控制制度及执行情况；

5、分析其他应收款保证金分类披露的准确性，其他个人往来的合理性等获取支付的其他与经营活动有关的现金明细表，分析付现费用波动与相关生产经营活动的匹配性；

6、查阅国防科工局出具的《河北省国防科技工业办公室关于河北华密新材科技股份有限公司上市军工事项审查和涉密信息披露有关事宜的复函》，了解发行人信息披露豁免是否已取得相关主

管部门的批准；

7、查阅发行人已取得的军工业务所必需的经营资质和资格认证；

8、查阅发行人全体董事、监事、高级管理人员出具的关于公开发行人股票并上市的申请文件不存在泄密事项且能够持续履行保密义务的声明，及发行人控股股东、实际控制人对其已履行和能够持续履行相关保密义务出具的承诺文件，了解相关人员的保密承诺情况；

9、查阅发行人制定的保密制度，了解发行人内部保密制度的制定情况；

10、抽取并查阅发行人与公司员工签署的相关《保密协议》，了解发行人内部保密制度的执行情况；

11、查阅发行人出具的说明，并通过在中国裁判文书网检索发行人的诉讼情况，核查发行人是否存在泄露秘密信息相关诉讼；

12、查阅《军工涉密业务咨询服务安全保密监督管理办法》《国防科工局关于废止部分规范性文件的决定》《军工涉密业务咨询服务安全保密监督管理工作常见问题解答（第二版）》等文件，了解相关政策及发行人中介机构是否具有从事涉及军品业务的相关资格；

13、查阅土地转让合同、评估报告、土地证书等资料，了解土地使用权转让的背景及合理、价格公允性；

14、通过 58 同城、链家等线上网站检索及当地房屋中介机构咨询，获取任县天口镇辛兴庄村北附近区域相似面积的土地及厂房平均租金价格；

15、查阅《公司章程》及《关联交易管理制度》，了解发行人关联交易审议、披露标准及程序。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人两次股份支付均采用银信资产评估有限公司出具的银信评报字（2021）沪第 0990 号评估报告的评估价格作为股权公允价值的评估结果。评估具体方法是市场法中的上市公司比较法，评估依据中对评估价值产生直接影响的是权属依据和取价依据，评估基准日是 2020 年 12 月 31 日。前后两次股份支付时间间隔约为半年，但仍采用同一评估价格，出于三方面考虑，一是第一次股份支付时点与评估基准日接近，评估采用的收益率比率乘数未发生重大变化；二是第二次股份支付时点在评估报告有效期内；三是发行人报告期内二级市场不活跃且两次股份支付时点均无前次发行价格参考。因此发行人两次股份支付股权评估价值合理、充分且符合实际生产经营情况；

2、根据股权激励方案、入股协议、员工持股计划协议安排等文件相关条款，发行人对激励对象未明确约定服务年限要求，属于立即可行权的以权益结算的股份支付。两次股份支付计算和归集准确，均一次性全额确认股份支付费用符合《企业会计准则》的规定，具有合理性；

3、发行人付现费用的具体构成、支付对象、相关交易与发行人生产经营活动具有匹配性，相关会计处理符合《企业会计准则》的要求；

4、发行人申请信息披露文件符合有关保密规定和《招股说明书准则》要求，符合《军工企业对外融资特殊财务信息披露管理暂行办法》相关规定。豁免披露后的信息对投资者决策判断不构成重大障碍。发行人已于申报文件时提供了发行人全体董事、监事、高级管理人员出具关于公开发行股票并上市的申请文件不存在泄密事项且能够持续履行保密义务的声明，以及发行人控股股东、实际控制人对其已履行和能够持续履行相关保密义务出具承诺文件。发行人内部保密制度的制定和执行符合《保密法》等相关法律法规的规定，不存在因违反保密规定受到行政处罚的情形。发行人为本次发行聘请的中介机构具有从事涉及军品业务的相关资格，符合《军工涉密业务咨询服务安全保密监督管理办法》等相关规定；

5、发行人向关联方转让土地使用权及地上附着物主要是考虑该资产对发行人的重要性、权属瑕疵、以及实际控制人亲属居住需要，将其转让给科慧投资，具有合理性。该资产交易经过评估机构评估，交易价格具有公允性。科慧投资将前述资产无偿提供给发行人使用具有合理性，不会对发行人正常生产经营及营业利润产生重大影响，不涉及利用科慧投资为发行人代垫成本费用的情况。本次关联交易的成交金额未达到发行人董事会审议的标准，依据《公司章程》第一百零九条及《关联交易管理制度》第十七条的规定，上述交易在发生前由发行人总经理审批通过，不涉及关联方是否回避表决的情况。

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，如存在涉及股票公开发行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。

**【发行人回复】**

除上述问题外，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，不存在涉及股票公开发行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予以补充说明或者补充披露的情况。

（以下无正文）

(此页无正文，为《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于关于河北华密新材料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审核问询函的回复》之签章页)



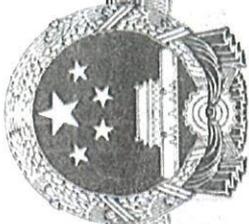
中国注册会计师：梁谦海  
(项目合伙人)



中国注册会计师：陈清松



二〇二二年七月二十二日



# 营业执照

(副本)

统一社会信用代码

91310101568093764U

证照编号: 0100000202112280028

扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息。



名称 立信会计师事务所(普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 朱建弟, 杨志国

经营范围

审查企业会计报表,出具审计报告;验证企业资本,出具验资报告;办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务,出具有关报告;基本建设年度财务决算审计;代理记账;会计咨询、税务咨询、法律、法规规定的其他业务。  
【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】

成立日期 2011年01月24日

营业期限 2011年01月24日至 不约定期限

住所 上海市黄浦区南京东路61号四楼



登记机关

2021年12月28日



市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家企业信用信息公示系统网址: <http://www.gsxt.gov.cn>

国家市场监督管理总局监制

证书序号: 0001247

# 说明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批, 准予执行注册会计师法定业务的凭证。

《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的, 应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的, 应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

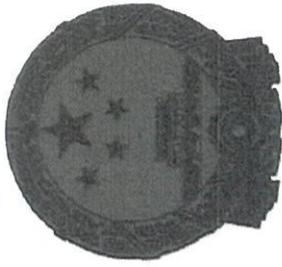
此证复印件, 不得作为换证依据, 不得作为其他用途。



发证机关:

二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制



## 会计师事务所

# 执业证书



名称: 立信会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 朱建弟

主任会计师:

经营场所: 上海市黄浦区南京东路61号四楼

组织形式: 特殊普通合伙制

执业证书编号: 310000006

批准执业文号: 沪财会[2000]26号(转制批文 沪财会[2010]82号)

批准执业日期: 2000年6月13日(转制日期 2010年12月31日)

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS  
 中国注册会计师协会  
**此证复印件仅作为报告附件使用，不能作为其他用途**

姓名 梁谦海  
 Full name  
 性别 男  
 Sex  
 出生日期 1979-08-25  
 Date of birth  
 工作单位 立信会计师事务所(特殊普通合伙)湖北分所  
 Working unit  
 身份证号码 420222197908250000  
 Identity card No.



年度检验登记  
 Annual Renewal Registration

经检验合格，继续有效一年。  
 Certificate is valid for another year after this renewal.



证书编号:  
 No. of Certificate 420003204825

批准注册协会:  
 Authorized Institute of CPAs 湖北省注册会计师协会

发证日期:  
 Date of Issuance 2006 年 09 月 19 日

梁谦海

日  
 d



此证复印件仅作为报告附件使用，不能作为其他报告使用

姓名	陈清松
性别	男
出生日期	1986-08-14
工作单位	立信会计师事务所(特殊普通合伙)北京分所
身份证号码	350624198608142016



年度检验登记



本证书检验合格，继续有效一年。  
This certificate is valid for another year after



证书编号:  
No. of Certificate 310000061193

姓名: 陈清松  
证书编号: 310000061193

批准注册协会:  
Authorized Institute of CPA 北京注册会计师协会

发证日期: 2016 年 10 月 18 日  
Date of Issuance 2016 /y 10 /m 18 /d

年 月 日  
/y /m /d