

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  
第二轮审核问询函的回复  
信会师函字[2022]第 ZE060 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第二轮审核问询函的回复

信会师函字[2022]第 ZE060 号

北京证券交易所：

贵所于 2022 年 8 月 9 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、2022 年 1-6 月。

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 1. 2022 年上半年业绩大幅下滑 .....	3
问题 2. 多项经营指标与可比公司变化趋势不一致 .....	45
问题 4. 产品是否实际具备技术含量和竞争力 .....	68
问题 5. 其他问题 .....	88

## 问题1.2022年上半年业绩大幅下滑

根据申报材料及问询回复文件，2022年1-6月，受经济形势、新冠疫情、原材料和运费价格上涨等因素影响，发行人营业收入同比下降10.75%，净利润同比下降49.64%，截至报告期末，公司在手订单合计金额为3,165.87万元。

请发行人：（1）说明下游行业复工复产情况，发行人客户是否存在经营困难、长期停产等情况，结合主要客户生产经营恢复情况，6月后客户复购率、订单获取情况与去年同期和上半年比较情况等，分析说明发行人下游行业客户生产经营和需求情况是否得到恢复好转。（2）说明发行人6月后的生产经营情况，包括但不限于收入利润、毛利率、在手订单情况等，并结合相关情况，说明发行人采取业绩改善措施的实施效果，业绩下滑趋势是否已扭转。（3）量化分析原材料价格上涨对报告期各期发行人生产成本、毛利率和净利润的具体影响，说明影响天然橡胶价格的主要因素，结合近期原油和上游原材料价格走势变化情况、发行人原材料采购情况、产品价格变化等，分析说明原材料价格上涨对发行人业绩下滑的影响是否得到了有效控制；结合橡塑材料产品价格定价方式和价格调整情况，说明发行人成本加成的定价策略是否能够得到执行，橡塑材料业务是否实际具备向下游传导原材料价格上涨的能力。（4）说明2022年上半年发行人收入的截止性测试情况，相关收入是否均取得了充分的外部证据，收入确认是否准确，发行人各项成本费用与收入变化是否匹配，较上年同期相比是否存在明显差异及合理性，各项成本费用是否准确。（5）结合上述情况等，分析说明发行人是否符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》（简称“《指引第1号》”）1-15的相关要求。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并表明确意见。

### 【发行人回复】

一、说明下游行业复工复产情况，发行人客户是否存在经营困难、长期停产等情况，结合主要客户生产经营恢复情况，6月后客户复购率、订单获取情况与去年同期和上半年比较情况等，分析说明发行人下游行业客户生产经营和需求情况是否得到恢复好转。

## 1、下游行业复工复产情况

### (1) 橡塑材料业务的下游行业经营情况回暖

公司橡塑材料业务的下游行业为橡塑制品业，其中又以华北区域橡塑产业集群为主。全国橡塑制品业行情回暖，河北省则因疫情防控影响较去年同期下降较大，仍需要一定时间来恢复。

2022年1-7月全国橡胶和塑料制品业规模以上工业企业实现收入16,700.3亿元，同比增长1.1%，实现利润780.5亿元，同比下降19.8%。7月份全国橡塑行业实现利润121.5亿元，较上半年月度平均利润109.8亿元增幅超过10%，行业经营情况回暖。

河北省今年1-6月，橡胶和塑料制品业规模以上工业企业数量935家，实现收入367.5亿元，同比下降17.4%，实现利润14.6亿元，同比下降73.8%。6月河北省橡塑行业实现利润3.9亿元，较1-5月月度平均利润2.1亿元增幅超过80%，行情回升较为迅速。然而较去年同期降幅较大，仍处于加速修复期。

2022年8月，全国橡胶和塑料制品业工业生产者主要行业出厂价格环比下跌1.0%，同比上涨0.5%。大宗商品价格上涨动能趋弱，保供稳价政策效果持续释放，行业生产成本的有效控制将进一步刺激生产复苏。

### (2) 橡塑制品业务的下游行业复苏节奏加快

公司橡塑制品业务的下游行业为汽车行业、高铁行业、航空航天、工程机械、石油机械等。

#### ①汽车行业8月是二季度以来的首次产销双增长

2022年上半年，汽车生产供给受到了芯片短缺、动力电池原材料价格上涨等影响，特别是3月中下旬以来吉林、上海等地区新冠疫情的多点爆发，对我国汽车产业供应链造成了严重冲击。

6月以来，我国汽车产业受疫情影响的供应链已全面恢复，企业加快生产节奏弥补损失。1-8月，汽车产销分别完成1,696.7万辆和1,686万辆，同比分别增长4.8%和1.7%，是二季度以来的首次产销双增长。

#### ②高铁行业和航空航天行业7月产值增长幅度排名前列

2022年1-7月全国铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业规模以上工业企业实现收入6,922.7亿元，同比增长1.8%，实现利润334.7亿元，同比下降

1.0%。2022年7月份，铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业规模以上工业增加值同比增加7.6%，1-7月工业增加值同比增加2.3%，增长比例在41个大类行业中排名前列。

2022年8月，全国铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业工业生产者主要行业出厂价格环比持平，同比上涨1.2%。基础建设和国防军工的持续投入将进一步刺激行业生产发展。

### ③工程机械行业7月同比增速首次转正

根据中国工程机械工业协会发布，2022年7月全国销售各类挖掘机1.79万台，同比增长3.4%，同比增速实现去年5月以来首次转正。分市场来看，7月国内销售9,250台，同比下降24.9%，降幅持续收窄；出口8,689台，同比增长72.8%，出口量在总销量中的占比持续增大，达到48.4%，为历史最大值。

后续稳增长政策落地有望带动基建、地产投资逐步回升，上半年由于疫情影响导致传统施工旺季受到扰动，需求存在滞后，下半年有望迎来赶工旺季，在低基数及需求改善背景下，工程机械行业销量增速也有望持续提升。

### ④石油机械行业因国际油价高位景气度不断提升

石油机械是油服行业的一个细分领域，上半年受国际油价高位徘徊，带动上游勘探开发意愿增强，资本开支增长，油服业景气度不断提升。目前油服业稳中向好，尤其是增产措施、钻井和陆地钻机等服务板块受提振较大。

除油价不断攀升带来的影响外，为保障能源安全，相关部门多次强调提升国内油气勘探开发力度也给油服行业带来利好。国家能源局出台了增储上产“七年行动计划”，在确保国家能源安全的同时，持续加大油气勘探与生产的资本开支，将带动相关石油机械设备需求持续增长。

## 2、发行人主要客户不存在经营困难、长期停产等情况

2019年至2021年，公司年度实现500万元以上收入的主要客户数量分别为6家、7家和7家。其中，2022年上半年受长春和上海疫情影响较大的是高铁和汽车行业大客户，中国中车、中国一汽和长城汽车。三家客户资产规模大，股东背景强劲，出现经营困难的可能性较低。

### (1) 高铁领域客户-中国中车，现已正常生产，5月至7月新签署动车组销售合

## 同金额稳中有升

公司与中国中车合作的主机厂主要为中车制动和青岛四方所。客户在上半年受长春疫情传导的供应链受阻和青岛当地疫情影响，生产未完全达到设定产能水平，出现了开工率不足甚至停工等情况，因而对公司采购出现了较大降幅。长春、青岛疫情至 8 月底暂已减退，客户已恢复正常生产经营秩序，新增订单增幅较大。

公司高铁领域橡塑制品，如耐磨类橡胶件、密封垫、橡胶减振件等，应用于高铁动车组车身。根据中国中车公告，2022 年 2-5 月签订了合计约 229.4 亿元的重大合同，5-7 月签订了合计 271.1 亿元的重大合同，其中涉及动车组销售合同金额为 58.5 亿元。因此预计客户对公司橡塑制品的需求还将进一步提升。

### **(2) 汽车领域客户-中国一汽子公司一汽解放受商用车市场低迷影响，产销量有待恢复；长城汽车 7 月产销量双双增加**

公司向汽车领域客户中国一汽、长城汽车等销售悬置、防尘罩、O 型圈、油封等减振及密封件产品，应用于发动机、变速箱、车桥、轮毂等关键部位。

#### **① 一汽解放受商用车市场低迷影响，产销量有待恢复**

一汽解放是公司与中国一汽集团合作的主机厂之一，一汽解放地处吉林省长春市，受 3 月以来的长春疫情影响，生产活动受阻较大。根据一汽解放产销快报，1-8 月货车和客车累计产量为 114,106 辆，同比下降 62.17%；累计销量 123,331 辆，同比下降 66.72%。客户产销量双双大幅下滑的主要原因系商用车市场低迷，整个商用车行业面临由重“量”到重“质”的转型升级。根据汽车工业协会统计，尽管商用车市场景气度不足，但 8 月的全行业商用车产销量实现了自去年 4 月以来的首次同比双增长，随着一批条件成熟的基础设施建设逐步形成实物量，商用车产销形势将逐步好转。因此，客户对公司的采购规模未来将有回升空间，但不排除短期内仍无法恢复至过往水平。

虽然客户今年以来受疫情和市场行情低迷叠加影响，产销量大幅下降，但自疫情减退后生产秩序逐步恢复，且一汽解放背靠一汽集团，公司实际控制人为国务院国资委，国有背景、对东北工业的重要作用和传统汽车行业地位仍具有较大市场竞争优势，长期来看出现经营困难和停工停产等情况可能性较低。

## ②长城汽车 8 月产销量同比双增长，好于历史同期水平，恢复速度加快

长城汽车拥有乘用车和商用车两大产品线，截至 2021 年末在全国有 10 大全工艺整车生产基地。相比一汽解放的商用车市场低迷、长春封控月余致使停工停产及供应链受阻，长城汽车上半年受芯片供应紧张和上海疫情影响相对较小。得益于 6 月以后的行业供应链加快恢复，长城汽车 8 月汽车产量为 87,751 辆，同比增长 19.99%，8 月销量 88,226 辆，同比增长 18.81%，实现了产销双增长。客户的产销情况已恢复，且好于历史同期水平，因此客户对公司的采购规模有望进一步提升恢复。

根据汽车工业协会预计，在中央稳经济一揽子政策、部委相关政策和地方促进汽车消费政策持续提振下，特别是随着 9 月汽车市场传统黄金消费季的到来，乘用车产销将会呈现快速增长，新能源汽车以及汽车出口也将会维持良好表现，为全年稳增长提供有力支持。汽车行业其他客户在该形势下预计出现经营困难、长期停产等情况可能性较低。

### (3) 不排除个别客户因自身经营不善、疫情停工等因素陷入经营困难情况

相比橡塑制品客户，公司橡塑材料客户主要为华北区域橡塑产业集群的中小型橡塑制品厂商，呈现数量众多、规模偏小、经营区域较为集中的特点。邢台及周围县市 2 月因冬奥会环保要求停工 7 天；邢台市清河县 3 月疫情、任泽区 4 月初和 5 月初疫情使部分橡塑材料客户的生产活动受到限制，经营压力较大。

今年上半年因宏观经济下行压力、下游行业市场冷淡、邢台当地疫情停工长达月余等因素，不排除个别橡塑材料客户因自身经营不善、疫情停工等因素陷入经营困难情况，但由于公司橡塑材料客户分散，数量众多，平均单家客户年销售额 20 余万元，个别客户经营困难对公司整体橡塑材料业务影响较小。

除上述疫情、环保等要求属于偶发性的、不可抗力因素，公司周边橡塑产业集群的中小型橡塑制品厂商多数生产经营有序，对公司橡塑材料销售业务不构成重大不利影响。

## 3、结合主要客户生产经营恢复情况，6 月后客户复购率、订单获取情况与去年同期和上半年比较情况等，分析说明发行人下游行业客户生产经营和需求情况是否得到恢复好转

### (1) 公司主要客户对公司采购规模恢复超出预期

①上半年受疫情影响较大的三大客户，中国中车对公司采购规模已完全恢复，长城汽车采购量有回暖迹象，中国一汽暂未有明显起色

上半年受疫情封控影响，对公司采购规模下降幅度较大的主要客户有中国中车、中国一汽和长城汽车。中国中车和长城汽车已恢复至正常生产，中国一汽因一汽解放业绩持续低迷暂未有明显恢复起色，具体情况详见“本问题回复一、2、（2）汽车领域客户”。

上述来自三家主要客户 7-8 月的销售情况与上半年对比情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年 7-8 月平均销售收入	2022 年 1-6 月平均销售收入	变动比例
中国中车	293.14	143.44	104.36%
中国一汽	12.92	26.23	-50.75%
长城汽车	115.25	106.96	7.76%

中国中车对公司的采购规模回暖较迅速，7、8 两月对公司采购金额较上半年增长较大，增幅达到 104.36%。如按 7、8 月的订单恢复态势，加之公司已如期为客户供应新产品并实现收入超过 70 万元，下半年中国中车对公司采购规模有望恢复至去年同期水平。

汽车领域中，夏季有高温假的惯例，一般为汽车行业销售淡季。一汽解放因商用车市场低迷和转型压力，暂未有明显起色。长城汽车因一季度主要消化 2021 年末尚未出库的库存，对公司本年的新增订单相对后错。客户自 6 月行业供应链恢复以来，产销量双双增加，反映至公司新增采购订单和实现收入较上半年略有起色。金秋时节一般为汽车传统销售旺季，预计届时长城汽车对公司采购规模将迎来较大增长。

## ②其他主要客户生产经营恢复有望

1) 三一集团对公司采购规模恢复良好，远大阀门虽 7-8 月采购规模下降较大但长期向好

2019 年至 2021 年，公司橡塑制品业务前五大客户集中度分别为 55.42%、68.45%和 64.52%，与同行业可比公司比例大体一致。除中国中车、中国一汽和长城汽车外，橡塑制品前五大客户还有三一集团和远大阀门，其中三一集团为工程机械领域的第一大客户，远大阀门为石油机械领域的第一大客户。

公司来自上述两家主要客户 7-8 月的销售情况与上半年对比情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年 7-8 月平均销售收入	2022 年 1-6 月平均销售收入	变动比例
三一集团	58.65	55.20	6.25%
远大阀门	29.27	38.50	-23.97%

三一集团为公司工程机械领域第一大客户，7-8 月受稳增长加大基建投资的影响，对公司采购规模有所回升。8 月 24 日召开的国务院常务会议强调，“准财政”举措助力基建项目落地开工，预计将拉动基建投资增速持续处于高位，对公司该领域橡塑制品的销量有积极影响。

远大阀门是国内生产规模排名前三的大型工业阀门生产商，公司向其销售的橡塑制品主要为橡胶阀门，应用在石油机械、电力、水利和建筑等领域。7-8 月我国大部分地区遭遇了罕见的高温酷暑，石油、石化、建筑等户外作业量较大的行业受影响较多；部分地区实施了生产限电等措施，高温也引起了干旱、山火等灾情，电力、水利等行业受影响较多。客户受下游行业传导影响，对公司橡塑制品采购规模短期内下降较大。在国家能源安全战略推动下，远大阀门对公司的采购规模恢复情况长期向好。

## 2) 第一大橡塑材料客户因汽车行业传导影响，7-8 月对公司采购规模有所下滑

橡塑材料业务客户分散，2019 年至 2021 年前五大客户集中度分别为 12.06%、11.32%和 10.08%。河北永昌车辆部件科技有限公司连续三年为公司橡塑材料第一大客户，又身处邢台市清河县，是华北橡塑产业集群的规模较大的企业之一，区域位置较具有代表性。

公司来自永昌车辆 7-8 月的销售情况与上半年对比情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年 7-8 月平均销售收入	2022 年 1-6 月平均销售收入	变动比例
永昌车辆	48.10	56.99	-15.59%

永昌车辆 2022 年 7-8 月对公司采购规模有所下降的主要原因有两点：一是客户主导产品为汽车橡胶密封条、软垫等，汽车行业夏季放高温假，为销售淡季，客户用胶量相应下降。二是汽车行业 6 月以后逐步开始复工复产，全行业汽车产

销量环比增长较多，展现了良好的行业前景。但鉴于行业行情回暖时间较短，客户受下游行业影响，仍需要一定时间来恢复历史采购规模。

虽然第一大橡塑材料客户用胶量出现波动，但由于客户数量众多、集中度较低等特点，公司整体橡塑材料业务并未受太大影响，销售收入较历史水平下滑幅度较小。

### ③航空领域军工客户 A 销售收入迎来量变新阶段

航空用密封、减震等橡胶制品具有高技术含量、高附加值等特点，航空领域橡塑制品制造具有较高的技术壁垒和客户资源壁垒。公司多年来持续在航空领域进行研发，丰富技术储备，厚积薄发，以期能够早日迈入收入量变的新阶段。在今年航空领域销售情况有了较大突破，截至 8 月底，航空领域橡塑制品销售占比成功提升至 12.89%，较 2021 年上升近 5 个百分点。

军工客户 A 为航空领域橡塑制品第一大客户，公司 2022 年 1-8 月来自客户 A 的销售情况与去年对比情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年 1-8 月销售收入	2021 年度销售收入	变动比例
客户 A	783.29	484.19	61.77%

2019 年至 2021 年，航空领域军工客户 A 实现销售收入分别为 417.56 万元、576.08 万元和 484.19 万元，较为稳定。2022 年 1-8 月，客户 A 已实现销售收入 783.29 万元，较 2021 年增幅 61.77%，较报告期水平突破较大。

截至 2022 年 8 月 31 日，客户 A 已交货尚未验收的订单金额为 533.01 万元，尚未交货的订单金额为 406.07 万元，合计在手订单金额 939.08 万元。航空领域的持续发力为公司橡塑制品走向高端、构筑核心竞争优势贡献良多。

2022 年是公司在航空领域初尝收获的一年，多年的潜心研发终换来量变阶段。

### (2) 客户复购率较 2021 年小幅提升

截至 2022 年 8 月 31 日，复购客户收入占比与报告期内对比情况如下：

类别	2022 年 1-8 月	2021 年度
橡塑材料	90.93%	90.70%

类别	2022年1-8月	2021年度
橡塑制品	96.65%	93.62%

注：2022年1-8月复购客户是指报告期内有过交易且在2022年1-8月继续交易的客户；2021年复购客户是指2020年、2019年任意一年有过交易且在2021年继续交易的客户

2022年1-8月，橡塑材料复购客户收入占比90.93%，与2021年水平相当。公司在特种橡塑材料领域深耕二十余年，积累了丰富的配方设计经验和工艺改进技术，在华北地区依托橡塑产业集群的集聚效应，形成了规模优势、材料配方优势和客户资源优势，橡塑材料客户稳定程度较高。

2022年1-8月，橡塑制品复购客户收入占比96.65%，较2021年上升3个百分点。公司在高铁、航空、汽车、工程机械、石油机械等领域分别得到了知名主机厂的认证，客户对公司产品创新、技术创新、质量稳定等方面予以肯定，在橡塑制品业务板块巩固客源成效显著，复购客户收入占比较2021年小幅提升，是公司品质为先和客户需求为先理念的反馈。

### (3) 7月至8月订单获取情况较为理想

截至2022年8月31日，公司新增订单与上半年和去年同期对比情况如下：

单位：万元

产品类别	2022年7月至8月	2022年上半年	本年累计	去年同期累计	年度累计同比变动
橡塑材料	3,783.17	12,375.55	16,158.72	18,662.17	-13.41%
橡塑制品	3,391.90	5,018.78	8,410.68	8,415.03	-0.05%

公司执行以销定产政策，按照销售订单计划备货。橡塑材料生产周期短、价格调整较频繁，客户分散，一般情况下以预收款方式结算，获取订单较为灵活。橡塑制品为定制化产品，基本上均有订单支持；公司多与主机厂签订年度框架协议，多数橡塑制品下单周期为一个月的备货量。

2022年7月至8月，橡塑材料新增订单3,783.17万元。公司橡塑材料业务具有订单灵活、小批量多批次的特点，一般月末几天订单量增加较多。上半年邢台及周边县市规模不等的疫情封控对橡塑材料客户生产经营受阻，对公司橡塑材料订单量有一定的负面影响。截至2022年8月31日，本年累计新增橡塑材料订单达到16,158.72万元，较去年同期订单金额有所下滑。

2022年7月至8月，橡塑制品新增订单3,391.90万元。截至2022年8月31

日，本年累计新增橡塑制品订单达到 8,410.68 万元，与去年同期基本持平。在汽车行业大客户中国一汽的主机厂一汽解放遭受商用车市场低迷的阵痛时，公司橡塑制品新增订单量与去年基本持平来之不易。

公司橡塑制品新增订单以高铁领域和航空领域贡献最为突出。7-8 月中国中车对公司新增订单金额为 956.57 万元，较去年月均收入 236.87 万元增幅达到 101.93%。航空领域是公司除高铁领域外，着力布局发力的橡塑制品业务新增长点，公司正与多方客户、中科院下属研究机构等进行深度磋商，积累技术和客户资源，厚积薄发，以待时机迅速扩展该领域的版图。2022 年 7 月至 8 月，航空领域军工客户新增订单达 1,701.18 万元，新增订单金额达到 2021 年全年航空领域制品收入的 2 倍有余。高铁领域和航空领域具有产品技术含量高、准入门槛高、产品价值高等特点，相信在下半年公司在高铁和航空领域发力可以对橡塑制品业务业绩有极大的提振作用。

#### **(4) 发行人下游行业客户生产经营和需求情况得到恢复好转**

公司橡塑材料业务客户分散，客户主要为华北区域橡塑产业集群的中小型橡塑制品厂商。2022 年上半年因冬奥会环保停工、邢台市清河县疫情、邢台市任泽区两次疫情封控影响，周边橡塑材料客户停工长达月余。2022 年 7 月以来，客户加班加点赶工，争取尽快从上半年的寒冬中复苏。

公司橡塑制品业务客户集中度较高，各产品领域的第一大客户基本为公司前五大橡塑制品客户。公司高铁领域的第一大客户中国中车在青岛疫情和长春疫情管控减退后，恢复了正常生产经营，7 月至 8 月新增订单达到 956.57 万元，较去年月均收入 236.87 万元增幅达到 101.93%。航空领域是公司下半年橡塑制品业务亮点和增长点，7 月至 8 月新增订单达到 1,701.18 万元。其他领域如汽车领域、工程机械领域和石油机械领域客户，受到疫情管控和市场行情影响等，通过 7、8 月份的复产复工，使得 1-8 月公司实现的收入同比跌幅较上半年收窄。后续随着主要客户生产进度的加快复苏，公司整体橡塑制品业务景气度将大大提升。

**二、说明发行人 6 月后的生产经营情况，包括但不限于收入利润、毛利率、在手订单情况等，并结合相关情况，说明发行人采取业绩改善措施的实施效果，业绩下滑趋势是否已扭转。**

## 1、发行人7至8月生产经营情况有明显起色

### (1) 主要财务数据

#### ①盈利情况跌幅收窄

2022年1-8月主要财务数据（未经审计）情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-8月	2021年1-8月	变动比例
营业收入	22,081.49	23,791.48	-7.19%
净利润	2,738.04	2,955.38	-7.35%
扣除非经常性损益后的净利润	2,051.06	3,616.47	-43.29%

2022年7-8月，公司实现营业收入5,851.58万元，月均收入较上半年增长8.16%；实现净利润1,618.89万元，已超过上半年累计净利润。公司7至8月业绩较上半年有明显起色，主要因为主要品种原材料采购价格均有一定程度下跌，跌幅从7%至30%不等，缓解了公司成本压力；以及公司高铁和航空领域橡塑制品新增订单增长较快和其他主要客户复产复工有序推进使公司的销售景气度回升。

2022年1-8月，公司实现营业收入2.21亿元，较去年同期下降7.19%；实现净利润2,738.04万元，较去年同期下降7.35%。2022年1-8月，公司非经常性损益主要为省市扶持企业上市下拨的奖励共计350.00万元、中小企业发展中心专项资金（专精特新方向）111.50万元、省级以上企业技术中心奖励100万元、省科技创新跃升计划奖励60万元和其他零星补贴68.35万元；去年公司非经常性损益主要为员工持股计划和高管股权激励费用894.51万元。以扣除非经常性损益前后孰低的净利润计算，2022年1-8月的2,051.06万元较去年同期的2,955.38万元，下降幅度为30.60%。

叠加多重利好因素，经过7、8月经营，净利润跌幅从上半年的55.48%收窄至7.35%，公司业绩下滑的趋势已扭转。

#### ②毛利率水平回升较大

2022年7-8月，毛利率水平与上半年和去年对比情况如下：

项目	2022年7-8月	2022年1-6月	2022年1-8月	2021年度
综合毛利率	34.56%	21.71%	25.11%	29.68%

根据上表，2022年7-8月公司综合毛利率较上半年及去年对比增长较多，主要原因系：

### **1) 原材料价格近3个月持续走低，缓解成本压力**

受俄乌战争影响，2022年上半年国际原油价格一路攀升，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。5至8月国际原油价格震荡下跌，传导至合成橡胶的价格持续回落。丁腈橡胶、三元乙丙橡胶、天然橡胶和二辛酯这四种主要原材料，2022年7-8月采购价格较2022年上半年跌幅在7%至30%。公司对主要原材料做了采购价格敏感性分析，以主要原材料今年7月至8月采购金额模拟计算，相比2022年上半年，可提升毛利率约6个百分点。

### **2) 橡塑制品结构优化升级对毛利率贡献突出**

今年7-8月毛利率水平较上半年迅速回升，除原材料价格近3个月持续走低因素外，主要系橡塑制品高附加值产品系列销售收入结构变化导致毛利率出现波动。高铁领域橡塑制品主要应用于动车组车厢连接处，航空领域橡塑制品主要应用于军事飞机及其发动机，两种产品应用的特殊环境要求产品质量稳定性高和产品技术含量高，该领域的橡塑制品通常具备较高的毛利率。

上半年受青岛、长春疫情影响，中国中车收入较去年同期下降超过44.41%，随着中国中车对公司采购规模快速恢复和航空领域新增订单的落地，带动毛利率迅速提升。7至8月，公司对中国中车实现销售收入586.28万元，对航空领域军工客户A实现销售收入651.49万元，两者合计收入占橡塑制品7-8月收入的56.53%，逐步实现公司橡塑制品结构优化升级、走向高端应用领域的目标。得益于高铁和航空领域订单的落定与收入转化，7-8月毛利率水平提振较大。

### **(2) 截至8月31日的在手订单金额较6月底增幅43.90%**

橡塑材料业务多为先款后货，具备小批量多批次、订单灵活等特点。橡塑材料生产周期较短，一般客户当天下单，华北地区客户三天内可收货，客户可根据自身生产和库存量随时下订单。按橡塑材料销售惯例，通常月末几天销量增加较多。截至2022年8月31日，橡塑材料在手订单金额为2,268.72万元。

橡塑制品业务多与客户签订年度框架供货协议，公司通过严格的审核流程进入主机厂的供应商系统。当客户有提货需求时，通过系统向公司下订单，订单周

期通常为一个月的需求量。截至 2022 年 8 月 31 日，橡塑制品业务在手订单金额为 2,286.81 万元，其中已交货尚未验收的订单金额为 1,089.75 万元，尚未交货的订单金额为 1,197.06 万元。

综上所述，截至 2022 年 8 月 31 日，公司在手订单金额合计为 4,555.53 万元，较 6 月底在手订单金额增幅为 43.90%，体现了公司良好的产品销售前景。

## 2、发行人采取业绩改善措施的实施效果

### (1) 研发与技术储备的初见成效

#### ①航空领域军工研发与技术储备初见成效

公司自 2013 年起在航空领域军工橡塑制品持续投入研发，截至 2022 年 8 月底，航空领域军工研发项目共 20 项，累计投入研发费用 755.73 万元。航空领域军工橡塑制品在 2013 年至 2017 年处于探索阶段，与客户合作处于小批量供货阶段。自 2018 年起交货量有明显提升，截至 2022 年 8 月仅军工客户 A 今年已实现销售收入 784.13 万元，是去年全年收入 484.19 万元的 1.62 倍，正在走向产品起量的新阶段。

军工研发项目具有开发周期长，项目收益回收周期较长的特点。公司为实践橡塑行业走向高端的产业升级转型战略，增强核心竞争力，建筑技术竞争优势，持续加大航空领域军工制品研发投入，将此作为公司基石性长期计划之一。因此在前期研发进度艰辛、项目投入与效益不能短期见效的情况下，依然坚持在航空军工领域深度布局，以待厚积薄发，业务能迎来新局面。

航空领域橡塑制品具有技术含量高、产品性能要求严格的特点，该产品通常具有较高的毛利水平。经过数年的潜心研发，公司航空领域橡塑产品逐渐得到军工客户的认可。截至 8 月底已交货尚未验收的金额达到 1,041.92 万元，研发储备在航空领域初见成效，对公司今年整体业绩将有很大的提振作用。未来公司还将继续践行强国理念，保持在航空领域持续发力的初心。

#### ②非军工橡塑制品研发项目的进展情况

截至本问询回复签署日，公司非军工橡塑制品研发项目的进展情况如下：

序号	产品应用领域	产品类别	客户名称	研发项目进展
1	高铁领域	垫片、防滑板、密封圈、密封垫等	中国中车、长春华腾、若临视讯等	小批量供货 55 种、样件提交

序号	产品应用领域	产品类别	客户名称	研发项目进展
				11种
2	工程机械领域	密封垫、密封条、密封圈、油封、减震垫、聚氨酯板等	三一集团、徐州徐工、长沙联力等	小批量供货121种、样件提交39种
3	汽车领域	防尘盖、减震类总成、密封类总成、胶堵、密封圈等	京西重工、长城汽车、爱驰汽车、顶火汽车、长春一东、长城汽车、英创汇智、久乐宇信等	小批量供货48种、样件提交11种
4	石油机械	格莱圈、皮碗、密封圈等	德州大陆架石油工程	小批量供货36种，样件提交15种
5	其他领域	缓冲总成、橡胶圈	格力装备	小批量供货2种

截至2022年8月31日，本年公司研发部门累计为32家客户研发了338种新产品，其中262种已进入小批量供货阶段，76种已提交至客户进行装机试运行。研发部门履职尽责，联合销售部门快速响应客户需求，高效地为客户提供定制化产品开发服务，拓宽了公司橡塑制品产品线，用强大的配套开发能力巩固公司核心竞争优势。

## (2) 新产品实现收入情况

公司在橡塑制品领域着力提供满足客户多样化需求的高质量产品，通过配套开发提升产品供应能力及服务质量。截至2022年8月，公司与客户配套开发的新产品实现收入情况如下：

序号	客户名称	产品类别	2022年7-8月实现收入情况（万元）	7-8月的项目进展
1	徐工农机	橡胶制品	0.35	已完成批量供货，预计下半年实现收入10万元
2	湖南华源机械	橡胶制品	24.16	已批量装车，待售后反馈
3	一汽解放	橡胶软垫	-	1种型号8月12日已提交样件以做质量认可，等待客户审批后沟通订单情况；1种型号9月份小批量订单；2种型号已装车
4	长春一东	衬套总成、橡胶轴承	-	1种型号已完成试装，下一步交付30套小批量订单；1种型号待小批量使用
5	京西重工	防尘罩	0.77	2种型号8月中旬已批量生产；1种型号预计9月份新增订单

序号	客户名称	产品类别	2022年7-8月实现收入情况（万元）	7-8月的项目进展
6	格力装备	缓冲类组件	10.00	8月份订单5,000个已完成
7	中车制动	橡胶减震类组件	74.20	已批量供货并交付
8	精工底盘	橡胶制品	-	9月份小批量供货
9	曼德热系统	密封圈、减震垫等	-	10月份批量供货
10	亿维汽车	减震类组件	-	9月份小批量订单
11	中兴汽车	减震类总成	-	已开展小批量试生产
12	长城汽车	减震类总成	-	预计2023年量产
13	英创汇智	减震类总成	-	已提交样件，预计今年可落地70.6万元订单

7月初，公司橡塑制品销售部门根据上述客户初步意向统计，2022年下半年可实现收入超过400万元，在2023年实现收入超过千万元。2022年7月-8月，已试装的橡塑制品新产品实现收入109.47万元，落实效果理想。

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。由于橡塑制品新产品主要根据客户主机的开发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，8月尚没有该领域客户新增订单。

### （3）新客户拓展商讨落地

橡塑制品业务方面，公司积极寻找各领域其他大客户，寻求业务增长突破点。在工程机械领域，公司正在与山推股份进行洽谈。山推股份是深交所上市公司，隶属山东重工集团，是全球建设机械制造商50强，产品覆盖推土机系列、道路机械系列、混凝土机械系列、装载机系列、挖掘机系列等十多类主机产品和底盘件、传动部件、结构件等工程机械配套件，推土机产销率国内连续18年第一。

公司将要与山推股份进行合作的用于工程机械主机的橡胶减震器，客户该类目前为进口部件，如能够得到客户主机厂认证并成功进入供应商体系，则可实现该系列产品的国产化。下一步公司将率领技术团队与客户进行现场交流，共同商讨产品开发进度。当前客户正在积极协调参与交流的各方人员。

### 3、净利润跌幅大幅收窄，业绩持续下滑趋势已扭转

2022年1-8月实现净利润2,738.04万元，较去年同期下降7.35%；扣除非经常性损益后的净利润约为2,051.06万元，较去年同期下降幅度43.29%。相比2022年1-6月的净利润同比跌幅55.48%、扣除非经常性损益后的净利润同比跌幅68.19%。经过7月、8月的业绩恢复，公司净利润同比跌幅收窄了48.13个百分点，扣除非经常性损益后的净利润同比跌幅收窄了24.9个百分点，经营有明显起色，公司业绩持续下滑的趋势已扭转。

三、量化分析原材料价格上涨对报告期各期发行人生产成本、毛利率和净利润的具体影响，说明影响天然橡胶价格的主要因素，结合近期原油和上游原材料价格走势变化情况、发行人原材料采购情况、产品价格变化等，分析说明原材料价格上涨对发行人业绩下滑的影响是否得到了有效控制；结合橡塑材料产品价格定价方式和价格调整情况，说明发行人成本加成的定价策略是否能够得到执行，橡塑材料业务是否实际具备向下游传导原材料价格上涨的能力。

#### 1、量化分析原材料价格上涨对报告期各期发行人生产成本、毛利率和净利润的具体影响

公司主营业务成本由直接材料、人工成本、制造费用和运费构成，其中直接材料的占比最大，报告期内占比分别为84.70%、81.67%和83.89%和85.17%，是影响公司经营业绩的主要因素。鉴于公司主要原材料合成橡胶和配合剂为石油衍生物，采购价格与国际原油价格走势具有一致性，参考原油价格波动幅度，公司对原材料采购价格进行了敏感性分析：假设原材料采购价格的波动导致直接材料成本变动一定比例，其他因素均不发生变化，原材料采购价格的变动对公司报告期内主要指标的影响如下：

##### (1) 丁腈橡胶

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
丁腈橡胶生产领用金额（万元）	3,309.38	6,333.48	4,092.42	4,150.97
丁腈橡胶采购价格上涨1%对生产成本的影响（万元）	33.09	63.35	40.92	41.51
丁腈橡胶采购价格上涨1%对毛利及利润总额的影响（万元）	-33.09	-63.35	-40.92	-41.51
营业收入（万元）	16,229.91	36,297.86	30,474.32	25,919.17

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
利润总额（万元）	1,185.77	4,979.34	5,506.73	2,846.39
净利润（万元）	1,119.15	4,420.46	4,775.12	2,500.94
丁腈橡胶采购价格上涨1%对毛利率的敏感系数	-0.20%	-0.17%	-0.13%	-0.16%
丁腈橡胶采购价格上涨1%对利润总额的敏感系数	-2.79%	-1.27%	-0.74%	-1.46%
丁腈橡胶采购价格上涨1%对净利润的敏感系数	-2.51%	-1.22%	-0.73%	-1.41%

报告期内，在其他因素不变的情况下，若丁腈橡胶采购价格每上涨1%，则公司综合毛利率下降0.13至0.20个百分点，净利润下降0.73至2.51个百分点不等。

以2022年1-8月丁腈橡胶采购均价较2021年的涨幅2.05%模拟计算，2021年综合毛利率将下降0.35个百分点，净利润将下降2.50个百分点。

## （2）三元乙丙橡胶

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
三元乙丙橡胶生产领用金额（万元）	1,103.07	2,328.61	1,397.83	1,565.38
三元乙丙橡胶采购价格上涨1%对生产成本的影响（万元）	11.03	23.29	13.98	15.65
三元乙丙橡胶采购价格上涨1%对毛利及利润总额的影响（万元）	-11.03	-23.29	-13.98	-15.65
营业收入（万元）	16,229.91	36,297.86	30,474.32	25,919.17
利润总额（万元）	1,185.77	4,979.34	5,506.73	2,846.39
净利润（万元）	1,119.15	4,420.46	4,775.12	2,500.94
三元乙丙橡胶采购价格上涨1%对毛利率的敏感系数	-0.07%	-0.06%	-0.05%	-0.06%
三元乙丙橡胶采购价格上涨1%对利润总额的敏感系数	-0.93%	-0.47%	-0.25%	-0.55%
三元乙丙橡胶采购价格上涨1%对净利润的敏感系数	-0.84%	-0.45%	-0.25%	-0.53%

报告期内，在其他因素不变的情况下，若三元乙丙橡胶采购价格每上涨1%，则公司综合毛利率下降0.05至0.07个百分点，净利润下降0.25至0.84个百分点不等。

以2022年1-8月三元乙丙橡胶采购均价较2021年的涨幅6.01%模拟，2021年综合毛利率将下降0.36个百分点，净利润将下降2.70个百分点。

### (3) 天然橡胶

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
天然橡胶生产领用金额（万元）	606.44	1,560.49	1,323.14	980.00
天然橡胶采购价格上涨1%对生产成本的影响（万元）	6.06	15.61	13.22	9.80
天然橡胶采购价格上涨1%对毛利及利润总额的影响（万元）	-6.06	-15.61	-13.22	-9.80
营业收入（万元）	16,229.91	36,297.86	30,474.32	25,919.17
利润总额（万元）	1,185.77	4,979.34	5,506.73	2,846.39
净利润（万元）	1,119.15	4,420.46	4,775.12	2,500.94
天然橡胶采购价格上涨1%对毛利率的敏感系数	-0.20%	-0.04%	-0.04%	-0.04%
天然橡胶采购价格上涨1%对利润总额的敏感系数	-0.51%	-0.31%	-0.24%	-0.34%
天然橡胶采购价格上涨1%对净利润的敏感系数	-0.46%	-0.30%	-0.24%	-0.33%

报告期内，在其他因素不变的情况下，若天然橡胶采购价格每上涨1%，则公司综合毛利率下降0.04至0.20个百分点，净利润下降0.24至0.46个百分点不等。

以2022年1-8月天然橡胶采购均价较2021年的降幅6.58%模拟，2021年综合毛利率将上升0.26个百分点，净利润将上升1.97个百分点。

### (4) 炭黑

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
炭黑生产领用金额（万元）	1,680.10	3,394.34	2,649.16	2,676.96
炭黑采购价格上涨1%对生产成本的影响（万元）	16.80	33.94	26.49	26.77
炭黑采购价格上涨1%对毛利及利润总额的影响（万元）	-16.80	-33.94	-26.49	-26.77
营业收入（万元）	16,229.91	36,297.86	30,474.32	25,919.17
利润总额（万元）	1,185.77	4,979.34	5,506.73	2,846.39
净利润（万元）	1,119.15	4,420.46	4,775.12	2,500.94
炭黑采购价格上涨1%对毛利率的敏感系数	-0.10%	-0.09%	-0.09%	-0.10%
炭黑采购价格上涨1%对利润总额的敏感系数	-1.42%	-0.68%	-0.48%	-0.94%
炭黑采购价格上涨1%对净利润的敏感系数	-1.28%	-0.65%	-0.47%	-0.91%

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
感系数				

报告期内，在其他因素不变的情况下，若炭黑采购价格每上涨1%，则公司综合毛利率下降0.09至0.10个百分点，净利润下降0.47至1.28个百分点不等。

以2022年1-8月炭黑采购均价较2021年的涨幅15.05%模拟，2021年综合毛利率将下降1.35个百分点，净利润将下降9.78个百分点。

#### (5) 二辛酯

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
二辛酯生产领用金额（万元）	468.98	1,064.32	555.05	472.94
二辛酯采购价格上涨1%对生产成本的影响（万元）	4.69	10.64	5.55	4.73
二辛酯采购价格上涨1%对毛利及利润总额的影响（万元）	-4.69	-10.64	-5.55	-4.73
营业收入（万元）	16,229.91	36,297.86	30,474.32	25,919.17
利润总额（万元）	1,185.77	4,979.34	5,506.73	2,846.39
净利润（万元）	1,119.15	4,420.46	4,775.12	2,500.94
二辛酯采购价格上涨1%对毛利率的敏感系数	-0.03%	-0.03%	-0.02%	-0.02%
二辛酯采购价格上涨1%对利润总额的敏感系数	-0.40%	-0.21%	-0.10%	-0.17%
二辛酯采购价格上涨1%对净利润的敏感系数	-0.36%	-0.20%	-0.10%	-0.16%

报告期内，在其他因素不变的情况下，若二辛酯采购价格每上涨1%，则公司综合毛利率下降0.02至0.03个百分点，净利润下降0.10至0.36个百分点不等。

以2022年1-8月二辛酯采购均价较2021年的降幅14.43%模拟，2021年综合毛利率将上升0.43个百分点，净利润将上升2.89个百分点。

综上，以上述五种主要原材料2022年1-8月采购均价模拟，对2021年的业绩影响是综合毛利率下降0.48个百分点，净利润下降10.12个百分点。

## 2、影响天然橡胶价格的主要因素

相比合成橡胶市场价格的波动，天然橡胶市场价格小幅震荡，自2021年起来到近五年来的高点。根据IRSG统计，2021年NR-SGX-TSR20的平均价格为

1.67 美分/千克，相较 2020 年的 1.32 美分/千克，涨幅 26.52%。

天然橡胶价格在报告期后呈现小幅高位震荡，主要受供需两方面因素影响：

### **(1) 供给方面**

#### **①自然因素**

橡胶树作为多年生作物，生产缓慢，一般在生长 5-7 年后才能进行割胶。天然橡胶主要产自热带地区，集中在东南亚国家，当地生产方式机械化程度低，主要依赖人工割胶。主产地气候变化剧烈，如在割胶季节遭遇台风、海啸、热带风暴或持续的雨天等，导致割胶活动受阻，将会严重影响橡胶产量。此外，病虫害如红根病、白粉病等容易造成橡胶减产，甚至导致大量橡胶树死亡，对天然橡胶市场供应量的稳定性产生冲击。

#### **②主产国国家政策**

2021 年我国天然橡胶产量为 85.1 万吨，天然橡胶进口量为 219 万吨，国内供需缺口主要依靠进口解决下游行业生产需求。因此，我国橡胶进口价格与主产国的出口政策、关税、汇率等息息相关。

截至 2021 年底，印度尼西亚、泰国、马来西亚、印度、斯里兰卡、越南和我国，种植面积占世界的 90%以上，其中泰国和印度尼西亚是最大的产胶国和出口国，两国合计产胶量约占世界范围产量的 56%，出口量分别占两国产量的 84% 和 87%。

泰国、印度尼西亚、马来西亚于 2003 年 10 月成立国际橡胶三方理事会(ITRC)正式成立，天然橡胶领域世界性卡特尔就此诞生。最近一次 ITRC 干预天然橡胶市场是在 2019 年，连续 4 个月削减橡胶出口总计 24 万吨。因此主产国的国家政策对国际市场上天然橡胶供应有很大影响，进而短期内影响市场价格。

#### **③国家库存的调节**

除此之外，国家库存的合理运用对国内天然橡胶现货价格也形成一定调节功能。截至 2022 年 8 月 5 日，上海期货交易所公布现有 28 万吨天然橡胶库存，以备期货交割。青岛作为主要的进口港口之一，截至今年 7 月底，天然橡胶累计库存 38.92 万吨。橡胶作为大宗商品，是重要的战略物资之一，国家库存起到了稳定价格保障生产的作用。

### **(2) 需求方面**

天然橡胶的主要下游行业是运输设备制造业的轮胎领域，约有 65%-75%的天然橡胶用于生产轮胎。新冠疫情的全球大蔓延，各国政策对生产和人员流动的限制对轮胎行业景气度有较大的不利影响，进而传导至全球天然橡胶需求量持续下滑。根据 IRSG 统计，全球天然橡胶连续两年需求量下滑，2020 年同比跌幅 6.2%，2021 年跌幅扩大至 7%。

亚太地区作为最大的橡胶消费区域，占全球天然橡胶需求量的 77%，占全球合成橡胶需求量的 60%，而其中我国作为亚太地区最大的橡胶消费国，重要地位和作用不言而喻。受汽车行业 6 月以来加速生产恢复的利好影响，我国轮胎行业预计随之进入复苏节奏。

根据 ANRPC 统计，2022 年 7 月全球天然橡胶产量达到 128.3 万吨，同比增幅为 3.9%，全球天然橡胶需求量为 126.6 万吨，同比增幅为 8%，下游行业的需求增长有利于提振天然橡胶市场价格。

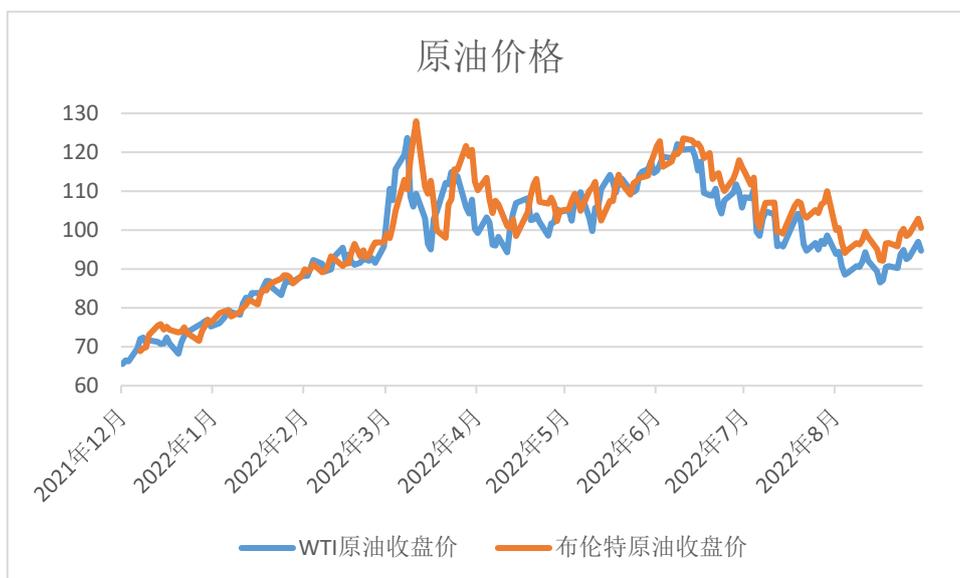
### **(3) 其他原因**

此外，天然橡胶拥有期货品种，期货价格对现货价格基本呈现正相关关系。期货作为重要的金融工具之一，市场参与者众多，其中不乏投机者，历史上曾出现过期货合约价格严重偏离基本面的情况。在该种情况下，现货市场价格受到非理性期货合约价格扰动，损害下游生产厂商的利益。

对于上述多种影响因素，需求量影响天然橡胶价格的周期大致为 4-5 年，供给量对天然橡胶价格的影响为长期持续的；期货价格与天然橡胶现货价格呈正向关系。

**3、结合近期原油和上游原材料价格走势变化情况、发行人原材料采购情况、产品价格变化等，分析说明原材料价格上涨对发行人业绩下滑的影响是否得到了有效控制**

#### **(1) 原油价格在下行通道，8 月呈现震荡格局**

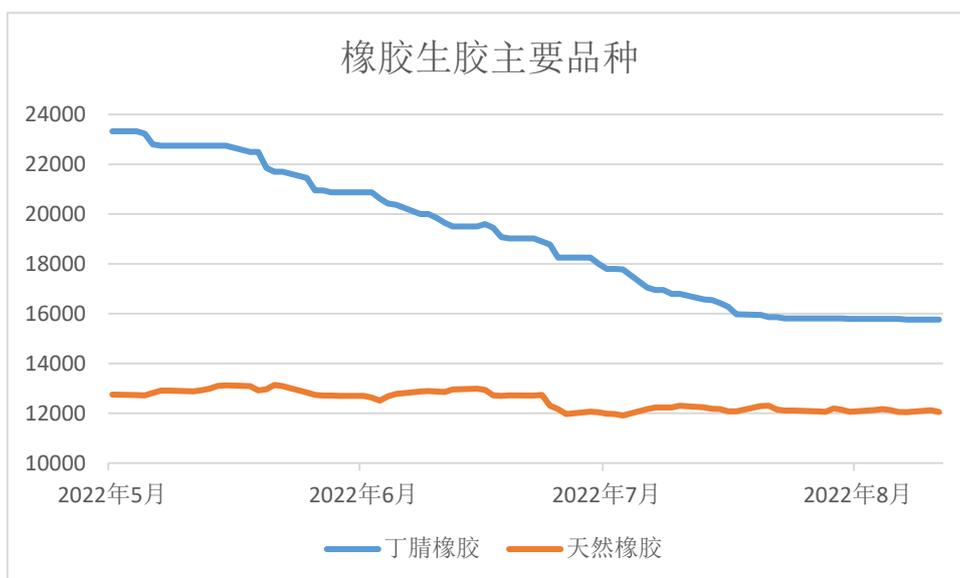


注：数据来自 wind 资讯

自 2022 年 6 月下旬以来，国际原油价格呈现震荡下跌趋势，尤其进入 8 月份，WTI 原油价格数次跌破 90 美元/桶，与一季度价格水平相当，较 2021 年原油均价上涨幅度不超过 30%。但在 8 月下旬，国际原油价格强势反弹，暂时仍是震荡格局。

### ①橡胶生胶近 3 个月持续走低

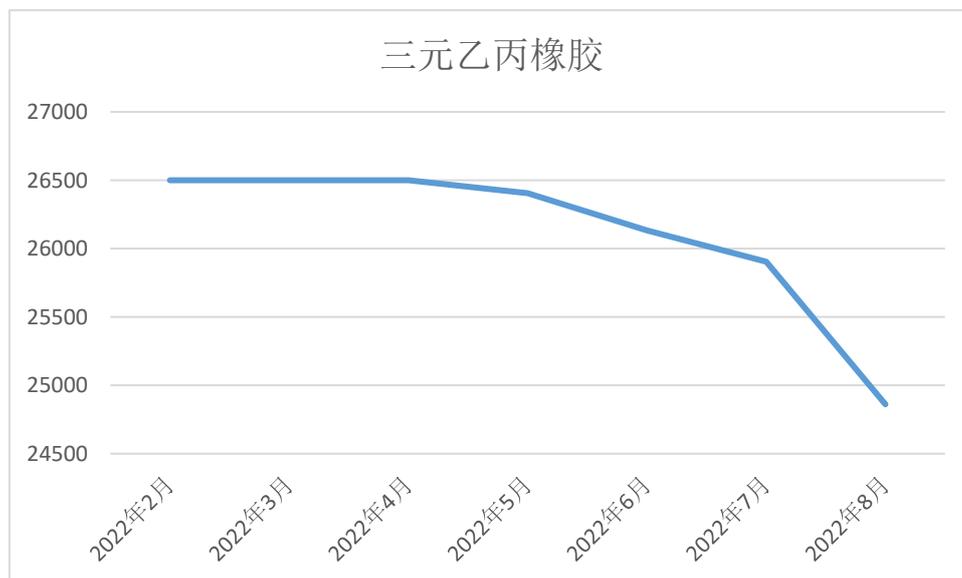
公司采购的橡胶生胶主要品种为丁腈橡胶、三元乙丙橡胶和天然橡胶，报告期内三者采购金额合计占比超过 80%。



注：数据来自生意社-大宗商品价格快讯，价格为含税价

近 3 个月，丁腈橡胶市场参考价格一路走低，8 月均价维持在 16,000 元/吨左右，剔税后价格约为 14.16 元/kg，相比 5 月下旬价格，跌幅超过 30%。天然橡

胶价格受橡胶主产国供给量影响较为显著，近3个月价格波动不明显，8月均价维持在12,000元/吨左右，剔税后价格约为10.62元/kg。

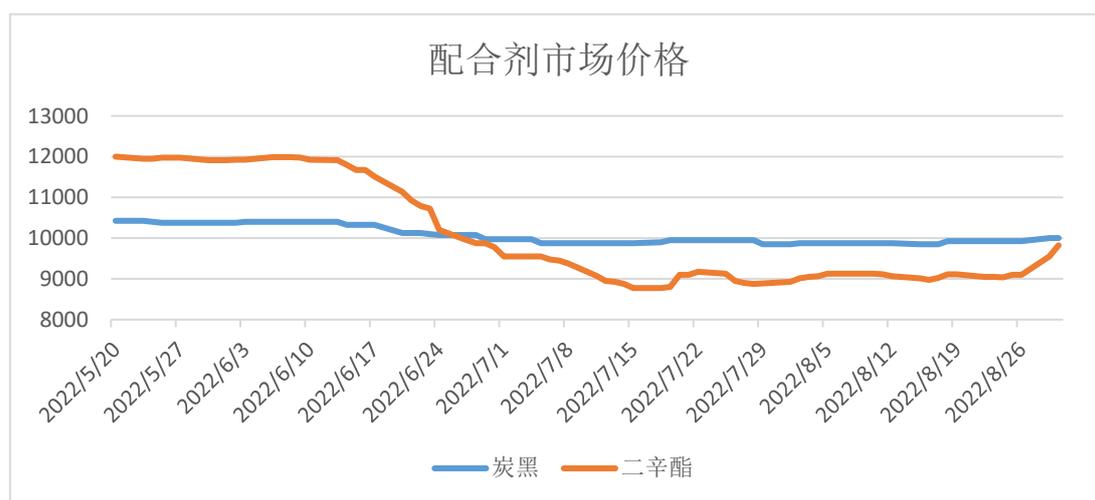


注：数据来自隆众快讯，型号为J-4045-上海-吉林石化，该APP上仅此一种型号报价可参考

以吉林石化在上海销售的J-4045牌号的三元乙丙橡胶生胶品种为例，自4月以来市场价格持续走低，8月均价为24,860.87元/吨，剔税后价格约为22.00元/kg，较年初均价的26,500元/吨回调幅度为6.19%。

### ②配合剂中炭黑价格稳定，二辛酯8月底小幅反弹

2022年上半年，价格上涨较为明显的配合剂品种为炭黑和二辛酯。



注：数据来自生意社-大宗商品价格快讯，价格为含税价

炭黑价格在过去3个月下降不明显，相比5月下旬均价，7月和8月下降约550元，维持在9,850元/吨左右，剔税后价格约为8.72元/kg。8月二辛酯市场现货参考价格较5月下旬价格水平跌幅超过25%，维持在9,000元/吨左右，剔税

后价格约为 7.96 元/kg。月底二辛酯市场价格反弹至 9,825 元/吨，剔税后价格较月前上涨 1 元/kg。

### (2) 发行人主要原材料采购价格跌幅在 7%至 30%

相较于 2022 年上半年，7、8 月原材料采购价格呈现一定幅度的下跌，具体情况如下：

单位：元/kg

主要原材料品种	月度对比			年度对比		
	2022 年 7 月至 8 月采购均价	2022 年 1-6 月采购均价	变动比例	2022 年 1-8 月采购均价	2021 年采购均价	变动比例
丁腈橡胶	14.06	20.09	-30.01%	18.56	18.19	2.03%
三元乙丙橡胶	20.66	22.34	-7.52%	21.77	20.53	6.04%
天然橡胶	11.00	11.84	-7.09%	11.70	12.52	-6.55%
炭黑	8.22	7.87	4.45%	8.00	6.96	14.94%
二辛酯	7.87	10.35	-23.96%	9.73	11.37	-14.42%

注：采购价格为不含税价格；取截至 2022 年 8 月 31 日采购入库价格

7、8 月份，公司主要原材料采购价格继续下跌，丁腈橡胶、二辛酯价格回落加大，较上半年跌幅明显，分别超过 30%和 23%；三元乙丙橡胶和天然橡胶价格温和下降，较上半年均价跌幅在 7%左右。炭黑价格较为平稳，较上半年均价小幅上升。

受 7、8 月主要原材料价格回落影响，2022 年 1-8 月橡胶生胶采购价格较去年变动幅度不大，丁腈橡胶采购价格较为持平，三元乙丙橡胶和天然橡胶价格波动幅度在正负 6%左右；配合剂采购价格波动较大，其中炭黑采购均价较上年上涨超过 15%、二辛酯采购均价较上年下降超过 14%。

### (3) 橡塑材料和橡塑制品销售均价小幅上涨

2022 年 1-8 月，公司产品大类价格变化情况如下：

产品类别	2022 年 1-8 月		2021 年度
	销售单价	变动比例	销售单价
橡塑材料（元/kg）	15.34	7.12%	14.32
橡塑制品（元/件）	1.45	4.32%	1.39

注：销售单价为不含税价格

### ①橡塑材料销售均价小幅上涨

今年上半年国际原油价格飙升，公司主要原材料采购价格随之上涨，成本压力骤然加大。2022年1-8月，橡塑材料业务单位材料成本为11.37元/kg，较2021年单位材料成本9.88元/kg，上涨幅度为15.03%。橡塑材料的原材料价格向产成品的售价传导机制较为灵活，且具备一定的传导能力，橡塑材料1-8月平均售价较去年上涨7.12%，一定程度上缓解了公司的经营压力。

橡塑销售单价涨幅不及单位材料成本涨幅的主要原因系原材料备货和成本核算方法所致。公司橡胶生胶和配合剂备货量通常约为1个月左右，报告期各期末，公司橡胶生胶和配合剂结存数量占下一年度生胶和配合剂领用量的比例在10%左右，备货天数约为36天。当月领用的原材料基本为上个月采购入库的原材料，领用成本结转变动反映的是上个月采购价格的变动情况。且存货核算方法为月末一次加权平均法，因此在今年5-8月主要原材料采购价格不断下跌的行情下，原材料采购价格的下降幅度约在1个月以后才会反映至材料成本下降降幅。

### ②橡塑制品销售均价温和上涨

橡塑制品业务由于所售产品品种繁多，约有3,000多种型号，平均价格仅能大致反映客户总体需求。2022年上半年，公司橡塑制品均价较去年持平，经过7-8月的产品结构升级，2022年1-8月的橡塑制品平均价格与2021年涨幅4.32%，主要原因有两点：

第一，公司橡塑制品的产品结构已初步形成，以高铁、汽车领域为主，两者合计占比在50%至60%之间，在2022年上半年由于高铁、汽车领域大客户受疫情影响开工率不足产量下降，对公司高附加值橡塑制品采购量下降。7-8月，中国中车恢复对公司的采购规模，实现销售收入586.28万元，占橡塑制品业务的比重为26.77%；产品平均不含税单价147.26元/件，对拉升橡塑制品平均单价贡献突出。

第二，航空领域是公司近些年重点开拓的领域，行业具有准入门槛高、技术要求高、产品价值高等特点。公司今年1-8月在航空领域产品结构占比有所突破，销售收入占比橡塑制品业务的12.89%，较2021年比重7.90%提升近5个百分点；平均不含税单价为99.37元/件，为公司产品结构向高附加值应用领域再升级出力。

#### (4) 原材料价格上涨对发行人业绩下滑的影响暂时得到了有效控制

2022年7-8月，公司主要原材料价格持续走低，丁腈橡胶、三元乙丙橡胶、天然橡胶和二辛酯较上半年均有一定程度下跌，跌幅从7%至30%不等。炭黑价格较为平稳，2022年1-8月在高位运行，市场尚未见到明显下跌信号。

根据“本问询回复问题三、1、量化分析原材料价格上涨对报告期各期的影响”的测算，以前述五种主要原材料今年7月至8月采购金额模拟计算，相比2022年上半年，可提升毛利率约6个百分点，原材料价格上涨对公司业绩下滑的影响暂时得到了有效控制。

因此，若原材料价格以7-8月上旬的走势继续下探，对公司全年业绩属于绝对利好信号，公司的盈利能力将有望迅速回升。

#### 4、结合橡塑材料产品价格定价方式和价格调整情况，说明发行人成本加成的定价策略是否能够得到执行，橡塑材料业务是否实际具备向下游传导原材料价格上涨的能力

##### (1) 橡塑材料的产品价格定价方式和价格调整情况

##### ① 橡塑材料的售价定价方式为成本加成法

公司根据下游客户需求，通过配方调制、样机试制、性能测试等环节，高效生产和稳定供应各类橡塑材料，充分考虑前期研发投入费用及生产过程耗用的材料、人工、水电等成本后，按照成本费用加成的方式进行定价。对于产品需求较大、合作时间较长且关系良好的客户，公司也会根据情况适当予以折扣，实现与优质客户更加稳定的合作关系。

##### ② 橡塑材料的售价调整较为频繁

2019年至2022年8月的橡塑材料售价调整情况如下：

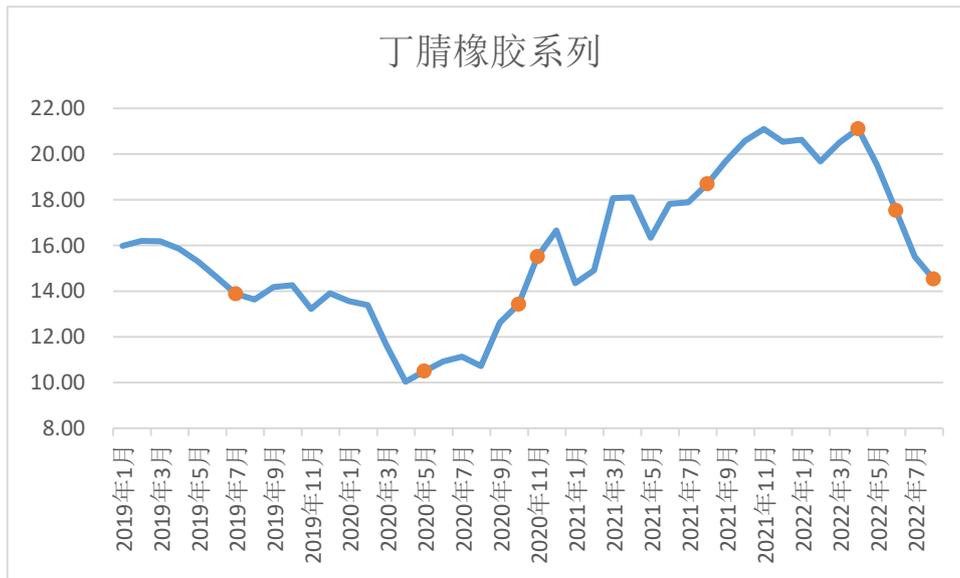
期间	调价时点	调整产品类别	调价幅度
2019年度	7月21日	丁腈橡胶系列	下调5%-7%
		氟橡胶系列	下调7%-12%
2020年度	5月8日	丁腈橡胶系列	下调6%-11%
		天然橡胶系列	下调5%-9%
		三元乙丙橡胶系列	下调5%-9%
	10月10日	丁腈橡胶系列、天然橡胶系列、三元乙丙	上调6%-13%

期间	调价时点	调整产品类别	调价幅度
		橡胶系列	
	11月30日	丁腈橡胶系列、天然橡胶系列、三元乙丙橡胶系列	上调 5%-8%
2021 年度	5月7日	三元乙丙橡胶系列	上调 8%-15%
	6月24日	氟橡胶系列	上调 16 元/kg
	8月13日	氟橡胶系列	上调 20 元/kg
	8月24日	丁腈橡胶系列	上调 5%-10%
	10月29日	三元乙丙橡胶系列	上调 8%-11%
	12月23日	氟橡胶系列	下调 20 元/kg
2022 年度	4月21日	丁腈橡胶系列、天然橡胶系列、三元乙丙橡胶系列、丁苯橡胶系列	上调 5%-10%
	6月29日	丁腈橡胶系列	下调 5%-9%
		天然橡胶系列	下调 6%-9%
	8月1日	丁腈橡胶系列	下调 5%-9%

橡塑材料业务中，丁腈橡胶、三元乙丙橡胶、天然橡胶和氟橡胶为前四大橡塑材料品种，合计占比超过 95%。2019 年至 2022 年 8 月橡塑材料业务共经历 13 次调价，其中丁腈橡胶系列调价 8 次，三元乙丙橡胶系列调价 6 次，天然橡胶系列调价 5 次，氟橡胶系列调价 4 次。每次调价特殊牌号另做调整，未列示在上表中。

#### 1) 丁腈橡胶系列调价 8 次

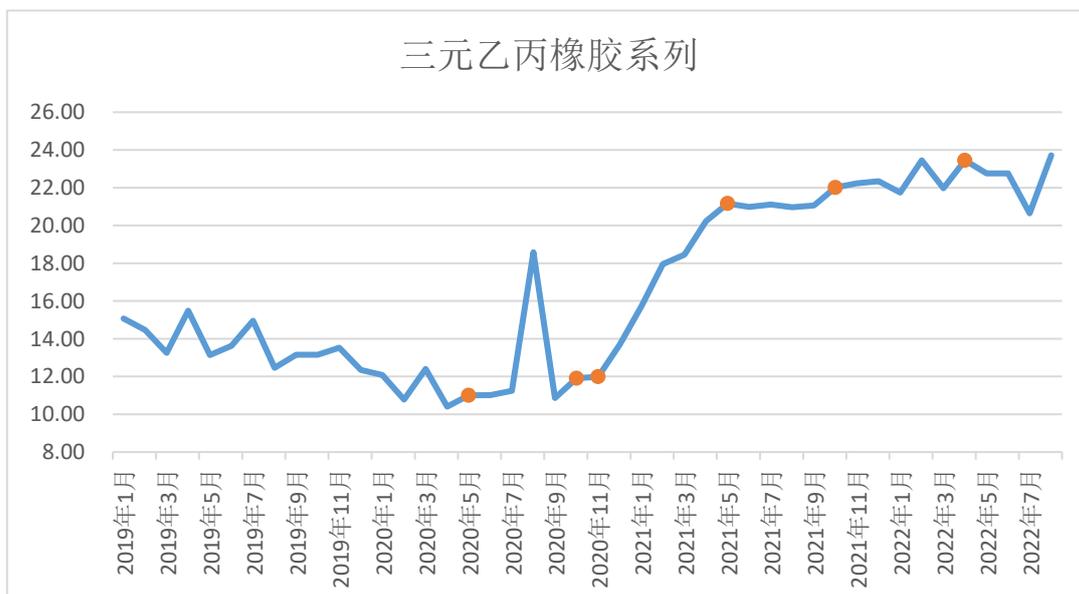
2019 年至 2022 年 8 月，丁腈橡胶生胶采购价格与售价调整时点的匹配情况如下：



如图所示，丁腈橡胶系列混炼胶售价调价时点与丁腈橡胶生胶采购价格具有匹配性，橡胶生胶采购价格如出现一段时间上涨或下跌趋势，混炼胶成品价格则相应进行调整。2019年4-7月、2020年2-4月和2022年4月-8月，丁腈橡胶生胶采购价格呈现明显下跌趋势，因此在2019年7月、2020年5月、2022年6月和8月迎来4次价格下调；2020年8月-12月、2021年5月-11月，丁腈橡胶生胶采购价格呈现短期内上扬趋势，且在2021年11月至2022年4月间维持高位，丁腈橡胶系列混炼胶售价相应迎来4次价格上调。

## 2) 三元乙丙橡胶系列调价6次

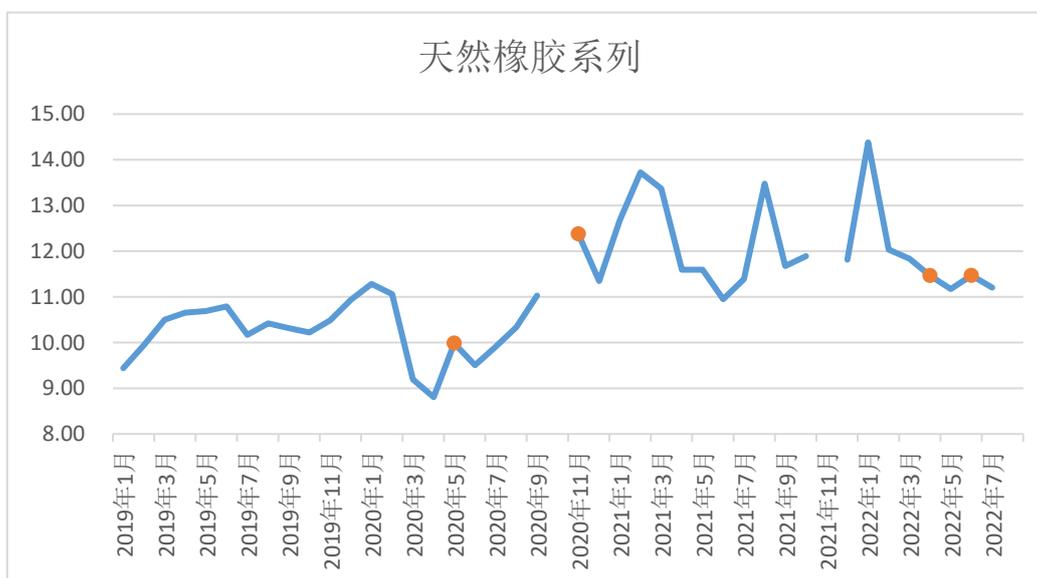
2019年至2022年8月，三元乙丙橡胶生胶采购价格与售价调整时点的匹配情况如下：



如图所示，三元乙丙橡胶系列混炼胶售价调价时点与三元乙丙橡胶生胶采购价格具有匹配性，橡胶生胶采购价格如出现一段时间上涨或下跌趋势，混炼胶成品价格则相应进行调整。2019年至2020年5月，三元乙丙橡胶生胶采购价格呈现震荡下跌，在2020年5月产成品迎来一次降价。2020年9月至2022年上半年，三元乙丙橡胶生胶采购价格迅速上涨，公司相应上调混炼胶系列售价5次以缓解成本压力。

### 3) 天然橡胶系列调价 5 次

2019年至2022年8月，天然橡胶生胶采购价格与售价调整时点的匹配情况如下：



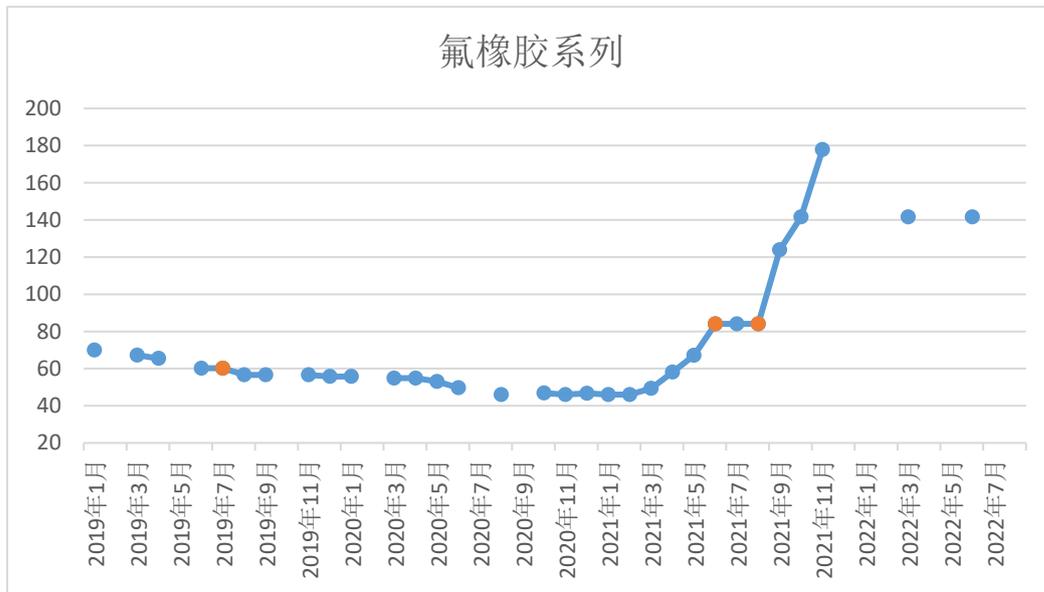
如图所示，天然橡胶系列混炼胶售价调价时点与天然橡胶生胶采购价格具有匹配性，橡胶生胶采购价格如出现一段时间上涨或下跌趋势，混炼胶成品价格则相应进行调整。2020年1月至4月，天然橡胶生胶采购价格迎来短期下降，因此5月系列混炼胶价格下调。2020年7月至2021年2月，为适应采购价格不断攀升，成品价格在2020年10月和11月连续上调两次。经过近1年的价格震荡后，在今年4月和6月，成品售价有上下两次调整，调整后价格保持平稳，与4月后采购价走势一致。

### 4) 氟橡胶系列调价 4 次

以2021年为例，公司共销售131个牌号的氟橡胶系列混炼胶，合计销售收入超过1,500万元，但仅有两个牌号的产品销售额超过100万元，第一大牌号产

品销售占比 14.50%，第二大牌号产品销售占比 9.51%，产品结构非常分散。

与氟橡胶系列销售分散不同，不同牌号的氟橡胶生胶采购集中，氟橡胶 2601 和氟橡胶 2604 是报告期内采购最多的两个牌号，其中氟橡胶 2604 占比超过 50%，两者合计占比超过 75%。不同牌号采购单价差异较大，而氟橡胶整体采购量不大，导致按月平均的采购价格从几十元到 400 多元不等。



以氟橡胶 2604 为例，自 2021 年 8 月起，该原材料价格飙升，仅 3 个月时间价格翻倍，此后市场价格高位运行。2022 年 1-8 月，公司采购该牌号原材料频次和数量较少，采购单价稳定在 140 元/kg 左右，较 2021 年四季度有所回落。经过 2021 年 6 月、8 月、12 月的两升一降价格调整后，平均售价较 2021 年上半年增长 20 元/kg。从 2022 年 1-8 月平均售价较 2021 年涨幅超过 55% 来看，售价调整情况与原材料采购价格波动趋势具有匹配性。

## (2) 发行人成本加成的定价策略能够得到执行

2019 年至 2022 年 1-8 月，公司橡塑材料销售单价变动与单位材料成本变动情况对比如下：

单位：元/kg

2022 年 1-8 月		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	变动比例	销售单价
15.34	7.12%	14.32	24.63%	11.49	-10.93%	12.90
单位材料成	变动比例	单位材料	变动比例	单位材料成	变动比例	单位材料

2022年1-8月		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	变动比例	销售单价
本		成本		本		成本
11.37	15.08%	9.88	27.65%	7.74	-11.14%	8.71

注：销售单价为不含税价格

公司销售上千种不同牌号的橡塑材料，不同牌号之间配方差异较大，因此单位材料成本和对应售价各不相同。报告期内，公司橡塑材料平均售价变动幅度与单位材料成本变动幅度基本一致，符合公司成本加成定价策略。

报告期后，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	2022年1-8月		2021年度
	销售单价	变动比例	销售单价
丁腈橡胶系列	15.45	4.04%	14.85
三元乙丙橡胶系列	13.77	19.95%	11.48
天然橡胶系列	13.76	6.01%	12.98
氟橡胶系列	128.64	56.10%	82.41
氢化丁腈系列	232.48	17.90%	197.18

注：销售单价为不含税价格

丁腈橡胶系列混炼胶是公司橡塑材料销售占比最高的品种。截至本问询回复签署日，丁腈橡胶生胶随原油价格波动剧烈，公司采购价格最高点时突破 21 元/kg。2022 年 1-8 月，丁腈橡胶系列混炼胶单位材料成本为 11.70 元/kg，较去年单位材料成本的 10.56 元/kg 上涨 10.80%。销售单价涨幅不及单位材料成本涨幅的主要原因系公司跟随市场行情，分别于 6 月 29 日和 8 月 2 日两次下调丁腈橡胶系列混炼胶售价，每次下调幅度均为 5%-9%。而单位材料成本由于原材料一个月备货量和存货核算方法的原因，因此在今年 5-8 月丁腈橡胶生胶不断下跌的行情下，材料成本的下降滞后于单次采购价格。

天然橡胶系列混炼胶是公司第三大橡塑材料业务销售品种，天然橡胶生胶的价格受橡胶主产国的供给影响较显著，因此在 2022 年 1-8 月市场价格较为平稳，采购均价较 2021 年略有下降，考虑配合剂炭黑的采购价格上涨，公司天然橡胶系列混炼胶根据市场行情，平均售价略有上涨。

氟橡胶系列平均售价增幅超过 50%与氟橡胶生胶采购价格涨幅匹配。氟橡胶原料六氟丙烯和偏氟乙烯的紧缺、含氟聚合物偏氟乙烯树脂因锂电行业需求量暴增大量占用氟胶生胶生产份额所致的产能收缩、限电所致产能受限，三种因素叠加使得氟橡胶自 2020 年四季度以来价格持续大幅上涨，在 2021 年 8 月至 2021 年 11 月，短短三个月时间内价格翻倍，此后高位运行延续至今。

其他系列品种，如三元乙丙系列混炼胶和氢化丁腈系列混炼胶 1-8 月平均售价上涨幅度与今年橡塑材料单位材料成本涨幅 15.08%基本持平。

以报告期内数据来看，原材料备货量与成本核算方法所致的单位材料成本滞后于销售价格变动情况，分摊至全年则相对较为符合实际情况，能够与售价变动幅度相匹配。

综上所述，公司成本加成的定价策略自 2019 年以来能够得到一贯执行。

### **(3) 橡塑材料业务实际具备向下游传导原材料价格上涨的能力**

公司橡塑材料业务具备一定的向下游传导原材料价格上涨的能力，主要体现在以下方面：

第一，公司在橡塑材料领域具备一定话语权，可以通过定价调整传导成本压力。橡塑材料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。橡塑材料销售还具有订单灵活、价格随行就市特点，因此公司可以通过定价调整来传导成本压力。

第二，橡塑材料主要产品系列价格调整时点与原材料价格波动时段匹配。公司销售上千种橡塑材料，由于橡塑材料各系列、各牌号配方不同，单位材料的波动因橡胶生胶与配合剂配比不同而略有差异。总体而言，橡塑材料主要品种的原材料主材橡胶生胶采购价格波动趋势与该系列产品售价调整时点具有一致性。橡胶生胶采购价格如出现一段时间上涨或下跌趋势，混炼胶成品价格则相应进行调整。

第三，橡塑材料主要产品价格变化幅度与原材料价格波动幅度匹配。报告期内，橡塑材料业务单位材料成本变动幅度与平均售价变动幅度基本一致，期后平均售价上涨幅度不及单位材料成本增长幅度的主要原因系丁腈橡胶短期内两次

售价下调，而成本核算采用月末一次加权平均法，在原材料不断下跌行情下，材料成本下降速度滞后于单次采购价格。从报告期数据来看，这种滞后效应拉长至全年时，对两者变动幅度的匹配影响关系不大。

综上所述，公司橡塑材料业务具备一定的向下游传导原材料价格上涨的能力。

四、说明 2022 年上半年发行人收入的截止性测试情况，相关收入是否均取得了充分的外部证据，收入确认是否准确，发行人各项成本费用与收入变化是否匹配，较上年同期相比是否存在明显差异及合理性，各项成本费用是否准确。

(一) 2022 年上半年收入截止性测试情况以及获取的外部证据

1、选取 2022 年 6 月 30 日前最后十张销售出库单，检查相关销售出库对应的物流运输单、签收单据/验收单据、销售发票等收入确认文件，核查相关销售收入是否记入恰当的会计期间；

2、选取 2022 年 6 月 30 日后最早十张销售出库单，检查相关销售出库对应的物流运输单、签收单据/验收单据、销售发票等收入确认文件，核查相关销售收入是否记入恰当的会计期间；

3、以 2022 年 6 月 30 日前后一个月销售收入明细账为总体，从收入明细表中选取样本执行截止性测试，具体如下：

对于单笔收入金额超过 1 万元的，项目组就相关样本全部执行截止性测试；对于单笔收入金额在 1 万元以下的，项目组采用系统抽样法随机选取样本，执行截止性测试。

通过上述抽样方法选取样本，项目组检查了相关收入对应的销售合同、订单、出库单、物流运输单、客户签收单/验收单据等支持性文件，判断收入确认是否在正确的会计期间。

针对销售收入截止性测试，具体核查情况如下：

单位：万元

期间	2022 年 7 月	2022 年 6 月
收入金额	1,941.05	2,774.69
截止性测试金额	1,443.23	2,224.10
占比	74.35%	80.16%

经核查，2022 年上半年收入不存在跨期情况，且收入确认依据充分，收入确

认准确。

(二) 发行人较上期各项成本费用与收入匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022年1~6月		2021年1~6月		变动
	金额	占当期收入比重	金额	占当期收入比重	
营业成本	12,706.83	78.29%	12,186.46	67.01%	4.27%
管理费用	818.89	5.05%	1,692.71	9.31%	-51.62%
销售费用	436.35	2.69%	379.63	2.09%	14.94%

由上表可知，2022年上半年成本占收入比较上期有所增加，主要原因系2022年上半年受石油等基础原料价格和市场供需关系影响，公司主要材料合成橡胶、炭黑、二辛酯等材料均有所上涨，导致成本上涨较为明显。

销售费用较上期有所增长，分具体明细分析如下：

单位：万元

项目	2022年1~6月		2021年1~6月		变动
	金额	占当期收入比重	金额	占当期收入比重	
职工薪酬	453.10	2.79%	429.49	2.36%	5.50%
股份支付	6.48	0.04%	894.51	4.92%	-99.28%
审计、咨询费	89.41	0.55%	85.37	0.47%	4.73%
业务招待费	77.07	0.47%	64.23	0.35%	19.99%
折旧及摊销	74.75	0.46%	65.65	0.36%	13.86%
办公费	52.38	0.32%	70.05	0.39%	-25.22%
其他	25.49	0.16%	23.10	0.13%	10.35%
差旅费	11.70	0.07%	19.66	0.11%	-40.49%
水电费	10.55	0.06%	10.19	0.06%	3.53%
保险费	10.42	0.06%	8.75	0.05%	19.09%
维修检测费	7.55	0.05%	21.72	0.12%	-65.24%
合计	818.89	5.05%	1,692.71	9.31%	-51.62%

由上表可知，管理费用同期比较下降较多主要原因系2021年1~6月份确认股份支付金额为894.51万元，剔除股份支付影响，2021年管理费用798.21元，

占收入的比为 4.39%，同期对比变动较小。

销售费用较上期有所增长，按明细具体分析如下：

单位：万元

项目	2022 年 1~6 月		2021 年 1~6 月		变动
	金额	占当期收入比重	金额	占当期收入比重	
职工薪酬	310.76	1.91%	274.82	1.51%	13.08%
业务招待费	92.23	0.57%	79.47	0.44%	16.06%
差旅费	8.99	0.06%	12.62	0.07%	-28.76%
办公费	13.57	0.08%	8.26	0.05%	64.29%
三包服务费	4.63	0.03%	2.69	0.01%	72.12%
其他	6.17	0.04%	1.78	0.01%	246.63%
<b>合计</b>	<b>436.35</b>	<b>2.69%</b>	<b>379.63</b>	<b>2.09%</b>	<b>14.94%</b>

由上表可知，销售费用较上期同期有所增长主要系职工薪酬、业务招待费及办公费上涨所致。其中职工薪酬上涨主要是增加了长春、青岛销售办事处以及高材事业部的销售人员有所增加，导致职工薪酬有所增长。办公费增加主要系 3-5 月疫情防护，销售领用缠绕膜等办公用品增多。

综上所述，发行人各项成本费用与收入变化匹配，成本占收入比有所上涨主要是受原材料价格上涨所致，其他费用与上年同期相比未有较大波动，成本费用核算准确。

五、结合上述情况等，分析说明发行人是否符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》（简称“《指引第 1 号》”）1-15 的相关要求。

**1、发行人 2022 年上半年业绩下滑超过 50%主要由新冠疫情对发行人产业链产生广泛不利影响和主要原材料价格高企所致，属于特殊原因**

根据《指引第 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%，如无充分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。”

发行人经审计的半年报经营数据如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	变动比例
营业收入	16,229.91	18,185.54	-10.75%
净利润	1,119.15	2,514.07	-55.48%
扣除非经常性损益后的净利润	1,018.53	3,202.29	-68.19%
经营活动现金流量净额	2,265.51	249.67	807.42%

发行人上半年经营利润大幅下滑的原因主要有两点：

第一，新冠疫情对发行人所在产业链的生产、销售产生广泛不利影响。

2022年上半年，国内汽车产业链受上海、吉林、长春、青岛等地疫情影响，零部件供应困难，汽车整车生产受阻，公司汽车领域主要客户中国一汽、长城汽车受此影响停工停产，对公司橡塑制品的采购规模较去年同期分别下降65.27%、14.32%。同时公司高铁领域主要客户中国中车受长春、唐山等地配套厂商产能限制、疫情管控停产停工、铁路客运量持续下滑等影响，对公司采购规模较去年同期下降44.41%。并且由于高铁领域橡塑制品通常具有较高的毛利，对公司橡塑制品业务毛利的不利影响较大。

公司所在地邢台因年初冬奥会环保要求和4、5月份疫情管控，生产活动受到限制，对公司生产活动造成较大的负面影响；同时周边县市的橡塑材料客户因疫情封控生产受阻，用胶量较去年同期有所下降，对公司橡塑材料业务销售有一定冲击。

第二，主要原材料采购价格高企压制业绩。

公司主要原材料丁腈橡胶、三元乙丙橡胶等合成橡胶和炭黑作为石油下游衍生产产品，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年上半年，石油主要受俄乌地缘冲突引发的能源危机、全球能源需求上涨、主产国供给不足等多重因素引发的供需风险影响，市场价格继续高企，引发公司主要原材料价格在高位徘徊，对公司采购成本造成较大压力。

邢台及周边县市疫情管控因素和冬奥会环保停工因素截至8月底暂已消退，主要原材料经过5至8月的价格回落，极大缓解了发行人成本压力。在上述原因的多重利好下，发行人7-8月实现营业收入5,851.58万元，月均收入较上半年增长8.16%；实现净利润1,618.89万元，已超过上半年累计净利润。

经过7、8月经营，净利润同比跌幅从上半年的55.48%收窄至7.35%，发行

人业绩下滑的趋势已扭转。

## 2、申报会计师对发行人经营业绩下滑的核查情况

申报会计师对发行人经营业绩下滑的程度、性质、持续时间等核查情况如下：

### (1) 发行人经营能力或经营环境未发生重大变化

期后发行人经营能力未发生重大变化，体现在四方面：

第一，发行人经营模式未发生重大变化。发行人维持研发及销售橡塑材料及制品来实行企业利润的盈利模式不变；维持“以产定采”和“合理库存”相结合的采购模式不变；维持“以销定产”和“合理库存”相结合的生产模式不变；维持自主研发与客户配套开发的研发模式不变。

第二，发行人主要产品的研发和销售未发生重大变化。发行人主要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。截至本问询回复签署日，特种工程塑料在橡塑材料业务中占比较小，发行人主要产品的研发和销售稳定。

第三，发行人主要客户和供应商未发生重大变化。期后发行人橡塑材料客户延续报告期内的较为分散、集中度较低的特点，橡塑制品业务大客户集中且多为知名主机厂。发行人主要原材料为精细化工行业大宗商品，主要品种原材料供应商期后保持稳定。

第四，发行人经营管理团队和核心技术人员未发生重大变化。发行人管理团队稳定，履职尽责；核心技术人员及研发团队稳定，研发项目有序进行。

期后发行人经营环境未发生重大变化，体现在三方面：

第一，发行人产业政策未发生重大变化。发行人处于橡胶和塑料制品业，在各部门产业政策引导下，特种橡胶行业走向高端和特色化，得到政策的鼓励与扶持不变。

第二，发行人行业市场环境未发生重大变化。需求端，发行人主导产品特种橡胶混炼胶主要用于生产橡胶制品，应用场景有汽车各总成、高铁车身、工程和石油机械等领域，下游行业市场空间未有重大不利变化。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。发行人高新技术企业享受的所得税优惠政

策有效期至 2024 年 8 月，未来两年不变。

综上，发行人经营能力和经营环境未发生重大变化。

## **(2) 发行人正在采取的改善措施初见成效**

发行人已采取的业绩改善措施有：第一，加大研发投入，丰富技术储备；第二，新产品开发顺利，交付情况达期；第三，客户储备充足，获客情况理想；第四，夯实存量市场与开拓增量市场并举。其中研发及技术储备在航空领域橡塑制品业务板块逐渐发力，截至 8 月底已交货尚未确认收入的金额达到 1,041.92 万元；在研发部门的积极响应下，已实现为 32 家客户配套开发出 338 种橡塑制品新产品；新产品的落地工作经过发行人经营管理团队的努力初见成效，2022 年 1-8 月已实现橡塑制品收入增量超过 109.47 万元。新客户开拓方面，公司与山推股份在工程机械橡塑制品领域的合作正在稳步推进中。具体情况详见“本问询回复之问题 1、二、2 发行人采取业绩改善措施的实施效果”。

## **(3) 结合 7 至 8 月经营情况，发行人经营业绩持续下滑趋势已扭转**

鉴于 5 月至 8 月主要原材料价格一路走低，高铁和航空领域橡塑制品业务景气度恢复和业务增长迅速，发行人财务部门基于订单完成情况和在手订单情况对 1-8 月经营数据初步核算，2022 年 1-8 月实现净利润 2,738.04 万元，较去年同期下降 7.35%。经过 7、8 月经营恢复，业绩持续下滑趋势已扭转。具体情况详见“本问询回复之问题 1、二、1 发行人 7 至 8 月生产经营情况有明显起色”。

## **(4) 发行人所处行业长期向好，不体现强周期行业特征，不存在严重产能过剩及整体持续衰退情况**

发行人所处行业为橡胶及塑料制品业，是国家重点鼓励发展的高新技术产业。近些年来，国家相关部门颁布了一系列产业政策，将高分子新材料、合成橡胶列为我国新材料重点领域之一。根据橡胶工业协会数据，2010 年至 2020 年我国橡胶制品业主营业务收入由 5,777.46 亿元增长到 6,438.00 亿元，保持增长趋势，不体现强周期行业特征，不存在严重产能过剩及整体持续衰退情况。

## **(5) 发行人收入、利润变动情况与同行业可比公众公司趋势基本一致，但由于业务结构不同，发行人业绩下降幅度高于多数可比公司。**

2022 年上半年，同行业可比公司收入、利润变动情况如下：

单位：万元

项目	公司简称	2022年1-6月	2021年1-6月	变动比例(%)
营业收入	朗博科技	7,549.61	9,414.76	-19.81%
	浙江仙通	39,439.42	37,628.47	4.81%
	天铁股份-橡胶制品业务	45,753.52	50,245.46	-8.94%
	川环科技	38,867.07	37,227.86	4.40%
	发行人	16,229.91	18,185.54	-10.75%
净利润	朗博科技	351.18	1,396.30	-74.85%
	浙江仙通	5,761.19	8,284.15	-30.46%
	天铁股份-橡胶制品业务	272.07	304.53	-10.66%
	川环科技	5,166.23	5,025.29	2.80%
	发行人	1,119.15	2,514.07	-55.48%

注：天铁股份未披露橡胶制品业务的净利润数据，上表使用毛利额计算。

跟传统汽车行业相比，2022年上半年新能源汽车产销屡创新高，市场占有率达到23.8%。川环科技2022年上半年产品结构有所突破，在新能源汽车配套产品业务上产销较去年同期增幅达到100%。因此相比以传统汽车为主要应用场景的其他同行业公司，川环科技能够达到收入与净利润均逆势增长的成绩。

如上表所示，除川环科技外，发行人收入、利润下滑与同行业可比上市公司变动趋势基本一致。但由于同行业上市公司均为橡塑制品公司，橡塑制品毛利率较橡塑材料高，同行业上市公司受原材料价格上涨冲击比发行人小，因此除朗博科技外，其他同行业可比上市公司净利润下降幅度低于发行人。

#### **(6) 大规模新冠疫情、冬奥会环保停工等不可抗力及偶发性因素截至8月底暂已基本消除**

因俄乌战争导致国际原油价格飙升，进而传导至合成橡胶、配合剂等主要原材料采购价格短期大幅上涨，5月至8月合成橡胶和配合剂市场价格一路走低，一定程度缓解了发行人成本压力。发行人生产方面因冬奥会环保监管要求停工，发行人和客户因为疫情管控因素停产停工，两者均属于不可抗力因素，6月至8月长春、上海、邢台的新冠疫情管控因素已基本消除，冬奥会环保监管停工因素已完全消除。公司因不可抗力因素所致的停产停工和销售受阻对经营业绩的影响，将逐步得到恢复。

综上所述，发行人 2022 年上半年经营业绩下滑超过 50%，主要由新冠疫情对发行人产业链产生广泛不利影响和主要原材料价格高企所致，属于特殊原因。经申报会计师核查，发行人上半年经营业绩下滑具有偶然性，持续时间较短，对发行人持续经营和持续盈利能力不构成重大不利影响。

### 【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、查询国家统计局、河北统计局统计数据，获取关于发行人所在行业和下游行业规模以上企业经营情况，对比 2022 年 7 月与上半年数据，分析行业复产复工情况；

2、查询中国中车公告，了解重大销售合同签署情况；查询一汽解放、长城汽车公告，了解 8 月产销量数据；分析上半年受疫情停工影响的三大主要客户生产经营恢复情况；

3、获取发行人 2022 年 1-8 月收入成本匹配表，统计主要客户销售情况、客户复购率，并与上半年比较分析；获取 2022 年 7 月至 8 月的新增订单情况，并与上半年、去年同期进行对比分析；

4、获取发行人 2022 年 7-8 月财务报表，截至 8 月 31 日的在手订单情况，对比分析 7-8 月与上半年经营业绩情况；

5、询问管理层关于业绩改善措施的实施效果，获取橡塑制品客户配套开发的新产品进度跟踪表；

6、对主要原材料采购金额进行敏感性分析，模拟原材料价格上涨对发行人报告期各期主要财务数据的影响；

7、查阅天然橡胶价格走势，了解行业基本面，分析影响天然橡胶价格的主要因素；

8、查阅 5 月下旬至 8 月底的近 3 个月国际原油和主要原材料品种采购价格走势，统计发行人原材料主要品种采购价格变动幅度和产品价格变化情况，分析原材料价格上涨对发行人业绩的影响是否已处于减弱状态；

9、获取发行人橡塑材料业务 2019 年至 2022 年 8 月的调价通知单，分析主要品种定价调整时点与原材料价格变动趋势的匹配性；统计主要品种售价变动幅

度与单位材料成本变动幅度，分析判断发行人成本加成策略是否得到执行；评价橡塑材料业务是否具有价格传导能力；

10、访谈业务部门、财务中心相关人员，了解公司销售与收入循环相关的内部控制制度并执行穿行测试和控制测试，评价销售相关内部控制设计是否合理，执行是否有效；

11、对2022年上半年收入实施截止性测试，核实是否存在跨期确认的情况；

12、检查截至2022年中报审计报告出具日公司是否存在账面记入的销售退回记录，以确定是否存在提前确认收入的情况；

13、通过函证等方式，确认公司收入确认时点是否正确；

14、获取并查阅发行人期间费用明细账，了解发行人期间费用的项目构成及其变动情况，分析变动原因是否与公司实际经营情况相匹配；检查大额费用记账凭证及其原始凭单，包括合同、发票、银行回单等，以确定期间费用计提准确；

15、对报告期各期末期间费用执行截止性测试，检查截止日前后凭证及其原始单据，确认是否存在费用跨期的情况；对报告期各期末执行未入账负债查找程序，检查截止日后凭证及其原始单据，确认报告期各期成本费用是否完整；

16、针对报告期各项费用发生额的变动情况实施分析性复核程序，判断变动是否具有合理性；针对报告期各项费用主要发生项目的结构占比进行分析性复核程序，判断变动是否具有合理性；

17、获取发行人2022年上半年经审计财务报表，判断是否符合《指引第1号》1-15的相关要求；

18、评估发行人2022年上半年经营业绩下滑超过50%以上的性质、持续时间和影响。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人橡塑材料业务的下游行业为橡塑制品业，橡塑制品业下游行业为汽车行业、高铁行业、工程机械行业、石油机械行业和航空航天业，上述行业的宏观经营数据显示行业实现利润较去年同期同比跌幅持续收窄，工业增加值同比增加，复产复工有序推进。

2、发行人主要客户不存在经营困难、长期停产等情况，但不排除个别客户因

自身原因、疫情停工等因素面临经营困难局面，由于橡塑材料客户众多，平均单个客户销售额为二十余万元，因此个别客户经营困难对公司橡塑材料业务影响较小。

3、从主要客户对公司采购规模、客户复购率、新增订单情况来看，发行人下游行业客户生产经营和需求情况得到一定的恢复好转，但仍需要时间来反映至经营业绩。

4、发行人 1-8 月收入与净利润与去年同期跌幅持续收窄，毛利率较上半年显著提升，截至 8 月 31 日的在手订单金额较 6 月末涨幅较大。

5、发行人的各项业绩改善措施正稳步推进，其中研发及技术储备在航空领域橡塑制品领域初见成效，截至 8 月底已交货尚未验收的金额达到 1,041.92 万元，在研发部门的积极响应下，已实现为 32 家客户配套开发出 338 种橡塑制品新产品，拓宽了产品线；橡塑制品客户配套开发的新产品，截至 8 月 20 日已实现收入达到 109 万元；此外正在与山推股份进行工程机械领域橡塑减震件业务洽谈，如能进入对方供应商体系，则可完成该系列产品的国产化，将体现公司技术与业务的又一突破。

6、以五种主要原材料 2022 年 1-8 月采购均价模拟，对 2021 年的业绩影响是综合毛利率下降 0.48 个百分点，净利润下降 10.12 个百分点。其中净利润下降幅度与今年 1-8 月经营业绩下降幅度可以匹配。

7、天然橡胶价格受供给量、需求量及期货价格等多方面因素影响，其中需求量影响天然橡胶价格的周期大致为 4-5 年，供给量对天然橡胶价格的影响为长期持续的，期货价格对天然橡胶现货价格呈正向关系。

8、近期国际原油价格震荡，发行人主要原材料价格呈现走低趋势，如在 8 月以后继续延续该趋势，对发行人业绩下滑的影响将得到有效控制。

9、发行人橡塑材料产品价格定价方式为成本加成法，自 2019 年至 2022 年 8 月共经历 13 次价格调整，主要涉及丁腈橡胶系列、天然橡胶系列、三元乙丙橡胶系列及氟橡胶系列，价格调整时点与原材料价格波动趋势具有匹配性，成本加成的定价策略能够得到执行。

10、报告期内，发行人主要品种橡塑材料平均售价变动幅度与原材料价格变动幅度基本持平。2022 年 1-8 月橡塑材料平均价格上涨幅度低于原材料价格变

动幅度的主要原因系原材料备货量与成本核算方法所致。以报告期内数据来看，原材料备货量与成本核算方法所致的单位材料成本滞后于原材料采购价格情况，分摊至全年则相对较为符合实际情况，能够与售价变动幅度相匹配。

11、经核查，2022年上半年发行人收入取得了充分的外部证据，且不存在跨期情况，收入确认准确、真实；发行人各项成本费用与收入变化较为匹配，较上年同期相比不存在明显差异，较为合理，各项成本费用归属期间不存在跨期，成本费用确认准确、真实。

12、发行人上半年经审计财务指标较去年同期下降幅度超过50%，主要由新冠疫情对发行人产业链产生广泛不利影响和主要原材料价格高企所致，属于特殊原因。经核查，发行人上半年经营业绩下滑具有偶然性，持续时间较短，且经过7-8月的迅速调整，业绩持续下滑趋势已扭转，对发行人持续经营和持续盈利能力不构成重大不利影响。

## **问题2.多项经营指标与可比公司变化趋势不一致**

根据申报材料及问询回复文件，发行人与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，可比公司均无独立的橡塑材料业务，发行人产品价格、单位成本、毛利率等与可比公司均存在明显差异。

请发行人：（1）说明可比公司的选取标准，在可比公司与发行人产品、原材料、客户市场、应用场景均不相同的情况下，选取相关公司作为可比公司的合理性，可比公司选择是否准确恰当，如不准确，请完善更新。（2）说明行业内除发行人外是否存在其他以生产橡塑材料为主的企业，发行人橡塑材料产品定价方式和价格水平与同行业公司相比是否存在明显差异及合理性；结合下游客户同类产品供应商供货价格等，分析说明发行人橡塑制品产品价格及变化趋势是否合理。（3）说明烟片胶与其他胶种的主要性能和价格差异情况，2021年部分期间发行人因采购烟片胶导致天然橡胶采购价格大幅高于市场价格的合理性；报告期各期橡塑制品理论产出量的计算方式，与各期投料量和发行人生产工艺变化是否匹配，量化分析发行人各期橡胶采购量与橡塑材料产量、销量、橡塑制品原材料耗用量和产出量等是否匹配。（4）结合可比公司产品结构变化、生产成本控制能力、上游议价能力等，进一步分析说明报告期内可比公司单位材料成本发生明

显变化且变化趋势不一致的具体原因，发行人单位成本变化趋势与同行业是否一致；结合发行人产品定价方式、与下游客户议价能力、同行业公司产品定价情况等，说明发行人是否具备向下游传导原材料价格上涨的能力。（5）结合发行人与同行业公司产品结构、定价方式、采购和产品成本差异情况等，进一步分析发行人与同行业公司同类产品毛利率是否存在明显差异及合理性。

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、说明可比公司的选取标准，在可比公司与发行人产品、原材料、客户市场、应用场景均不相同的情况下，选取相关公司作为可比公司的合理性，可比公司选择是否准确恰当，如不准确，请完善更新。

#### （一）说明可比公司的选取标准

公司所在行业内竞争者数量较多，为保证财务状况、经营成果可比性，公司基于下列标准选择同行业可比公司：

#### 1、财务数据可获得性

因其他国家或地区橡塑企业与大陆企业竞争环境、客户类型、业务区域差异较大，财务数据与经营信息可获取性不强，因此剔除其他国家或地区可比公司。国内 A 股上市公司定期更新财务数据且可以从公开渠道获取，公司选择以国内 A 股市场作为可比公司的选择范围。

#### 2、所属行业、主营业务与公司相似程度

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》和中国国家标准化管理委员会发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所在行业属于橡胶和塑料制品业（C29）。

公司是国内特种橡塑材料及其制品供应商，专注于汽车、高铁、航空、工程机械、石油机械等下游市场领域，生产、研发、销售丁腈橡胶、氟橡胶、氢化丁腈橡胶等特种混炼胶，及三元乙丙橡胶、天然橡胶等通用混炼胶，以及密封、减震类橡塑制品。公司从国内 A 股市场选择橡胶和塑料制品行业中主营业务与自身相近程度较高的企业作为可比公司。

### 3、主要产品及主要应用领域与公司相似程度

公司所在行业的产业链条如下：



公司橡塑材料主要用于生产橡塑制品，最终应用于汽车、高铁等市场。得益于公司的区位及客户优势，橡塑材料业务近年来发展较快，2021 年销售收入为 26,287.32 万元，占当期主营业务收入比例达到 72.64%。公司橡塑材料主要以橡胶材料为主，而截至目前橡塑材料的上市公司主要以塑料为主，尚无橡胶材料上市企业。考虑产品类型相似度及公开信息获取程度，橡塑材料的可比性较差。

除橡塑材料外，公司拥有橡塑制品业务，以减震、密封类为主，2021 年销售收入为 9,902.34 万元，占当期主营业务收入比例达到 27.36%。在产品类型、应用领域、功能作用方面与目前选定的可比公司具有较高可比性。

因此综合考虑所属行业、主营业务、主要产品、可比性、信息获取性，公司选择朗博科技、浙江仙通、天铁股份、川环科技作为同行业可比公司。

（二）在可比公司与发行人产品、原材料、客户市场、应用场景均不相同的情况下，选取相关公司作为可比公司的合理性，选择是否准确恰当，如不准确，请完善更新。

#### 1、公司与可比公司在产品类型、原材料种类、客户市场、应用场景对比情况

公司选取的可比公司均为橡胶制品企业，在产品类型、原材料种类、客户市场、应用场景等方面与公司相比存在异同之处，具体如下：

公司简称	产品类型
朗博科技	橡胶制品，包括 O 型圈、垫圈、轮毂组件、油封、轴封等。
浙江仙通	橡胶制品，包括汽车用密封条。
天铁股份	橡胶制品，包括减振垫、橡胶套靴等轨道工程产品。
川环科技	橡塑制品，包括汽车、摩托车用橡塑软管及总成。
发行人	橡塑材料，包括丁腈橡胶、氟橡胶、三元乙丙橡胶、天然橡胶等特种及通用混炼胶； 橡塑制品，包括密封及减震类制品。
公司简称	原材料种类
朗博科技	氢化丁腈胶、氟橡胶等原胶、炭黑、橡胶助剂、金属骨架及其他辅助原材

	料。
浙江仙通	三元乙丙橡胶及其混炼胶、塑料粒子、钢材、石蜡油、炭黑等。
天铁股份	橡胶（包括天然橡胶、合成橡胶等）、炭黑、骨架材料和助剂等。
川环科技	三元乙丙橡胶、丁腈橡胶、炭黑、编织线、石蜡油、二辛脂等。
发行人	橡胶生胶、配合剂、骨架、零部件及其他。
<b>公司简称</b>	<b>客户市场</b>
朗博科技	汽车空调用压缩机及空调系统生产商，包括华域三电、南京奥特佳、重庆建设等。
浙江仙通	汽车行业整车厂商，包括一汽大众、上汽大众、上汽通用、吉利汽车等。
天铁股份	轨道交通建设或运营公司，包括中国中铁和中国铁建等。
川环科技	汽车及摩托车制造厂商，包括一汽大众、上汽大众、比亚迪、雅马哈、五羊本田等。
发行人	橡塑材料客户包括永昌车辆、圆特橡胶、邢台港信等橡塑制品生产厂商；橡塑制品客户包括中国中车、长城汽车、中国一汽、三一集团等汽车、轨道交通公司。
<b>公司简称</b>	<b>产品应用场景</b>
朗博科技	汽车空调、动力、制动等核心系统。
浙江仙通	汽车车身。
天铁股份	轨道交通领域。
川环科技	汽车及摩托车领域、轨道交通、石油石化、军用产品。
发行人	汽车、高铁、工程机械、石油机械、航空航天等多个细分领域。

橡胶制品的种类繁多，主要分为减震、密封、流体输送、隔音、防护等类型。根据上表可比信息，公司与可比公司的橡胶制品在产品类型方面存在差异之处。

朗博科技经营 O 型圈、垫圈、轮毂组件、油封、轴封等各类减震、密封零部件，与公司较为相似。浙江仙通主营汽车密封条，天铁股份主营轨道减震产品，川环科技主营橡塑软管类产品。造成各家企业橡胶制品类型差异的原因主要系各家公司业务特点、发展方向及技术优势有所区别，同行业公司形成差异化经营。

此外，公司将橡胶制品制造过程中的关键原材料混炼胶发展为一项独立业务，形成了橡塑材料业务，并与橡塑制品业务形成产业链协同效应，在市场竞争中建立了更为独特的差异化竞争优势。

## 2、可比公司选取合理性

### (1) 行业相同

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》及中国国家标准化管理委员会发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所在行业属于橡胶和塑料制品业（C29），与可比公司所在行业相同。公司与可比公司均为以橡胶材料为主要原材料，自主研发、生产减震、密封等橡胶制品，面向下游汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械、船舶等应用领域实现销售。

### (2) 产品功能及作用相近

公司与可比公司实行差异化经营策略，产品类型、应用领域及场景有所区别，分别以橡胶为原材料生产制造密封圈、密封条、油封、胶管、减震垫、缓冲罩等各类橡胶制品，应用于下游汽车、高铁、轨道、航空航天、工程机械、石油机械、船舶等领域。

橡胶材料作为橡胶制品的主要原材料，其决定了橡胶制品的功能特性。尽管公司与可比公司的产品类型、应用领域及场景有所区别，但产品的功能、作用相近，均发挥了橡胶材料高弹性、低模量、可逆形变的基本特点，拥有良好的耐疲劳性能、耐介质、绝缘性能及高弹性能等特殊性能，具有减震、密封、曲挠、耐磨、防腐、绝缘以及粘接等功能。

公司与可比公司的产品在密封、减震等需求方面发挥着较为相近的功能特性，具体的功能及作用对比如下：

公司简称	产品类型	功能及作用
朗博科技	O型圈、轴封、轮毂组件等	产品具有耐油、耐制冷剂、耐磨、减震等功能，起密封、减震降噪作用。
浙江仙通	汽车密封条	产品具有车身密封、隔音、防尘、防水、减震、装饰等功能，提高车内驾驶乘坐的舒适性和安全性、保护车体和车内部件。
天铁股份	轨道结构橡胶减振产品	减少轨道交通振动以及由振动引起的二次辐射噪声污染
川环科技	橡胶胶管总成	产品具有耐油、耐制冷剂、耐高低温、抗震动、绝缘等功能，起流体输送、汽车轻量化作用。
发行人	橡胶混炼胶及O型圈、密封垫、减震器等	产品具有耐各类介质、耐高低温、耐磨、绝缘、抗老化、阻燃、优异的拉伸强度、压缩变形率等功能，起液体密封、车身减震等作用

### (3) 生产流程相近

橡胶制品的生产流程主要分为橡胶混炼、预成型、骨架处理、硫化、修边等阶段。根据公开信息披露，可比公司的生产流程主要如下：

公司简称	生产流程
朗博科技	备料-混炼-骨架处理-硫化-修边-组合-检测-包装入库
浙江仙通	备料-混炼-成型-硫化-切断-检测-包装入库
天铁股份	备料-混炼-骨架处理-压延-硫化-修边-检测-包装入库
川环科技	备料-炼胶-压胶-硫化-裁切-检测-包装入库
发行人	备料-混炼-切割-骨架处理-模具制造-硫化-修边--检测-包装入库

### (4) 业务模式相近

公司与可比公司的均采用直销模式进行销售，除天铁股份主要以招投标方式获取客户订单外，公司与朗博科技、浙江仙通、川环科技均直接面向客户推介产品、商定价格、签订合同、建立合作关系，直接接收客户产品需求，根据客户意向供应产品。

在生产模式与采购模式方面，公司与可比公司均采用“以销定产、以产定购、合理库存”的方式进行库存备货，设立采购部门、生产部门负责公司采购活动与生产调度管理协调工作。

综上所述，公司与可比公司在所属行业、产品功能作用、生产流程、业务模式方面具有较大相近性，能够保障业务、财务数据具有一定可比性，选取朗博科技、浙江仙通、天铁股份、川环科技作为可比公司具有合理性，选取准确、恰当。

二、说明行业内除发行人外是否存在其他以生产橡塑材料为主的企业，发行人橡塑材料产品定价方式和价格水平与同行业公司相比是否存在明显差异及合理性；结合下游客户同类产品供应商供货价格等，分析说明发行人橡塑制品产品价格及变化趋势是否合理。

(一) 说明行业内除发行人外是否存在其他以生产橡塑材料为主的企业，发行人橡塑材料产品定价方式和价格水平与同行业公司相比是否存在明显差异及合理性

## **1、行业内其他橡塑材料企业**

行业内除公司外，存在其他以生产橡塑材料为主的企业。根据《国内橡胶混炼胶行业现状及发展前景》，按照混炼胶产能排名，江苏冠联新材料科技股份有限公司、天津中和胶业股份有限公司、青岛福凯橡塑新材料有限公司、无锡新协祥、常熟市海虞橡胶有限公司、天津国成橡胶工业有限公司、福州国台橡胶有限公司等公司为行业内混炼胶产能规模排名靠前的公司。

### **(1) 江苏冠联新材料科技股份有限公司**

江苏冠联新材料科技股份有限公司创立于 2007 年，是生产和实验设备先进、集研发、生产、销售、服务于一体的混炼胶生产企业。混炼胶年产能可达 20 万吨，为客户提供专业的混炼胶定制解决方案，以及过滤、压延、造粒、预成型等配套服务，是众多知名跨国公司在国内工厂的指定混炼胶供应商。

### **(2) 天津中和胶业股份有限公司**

天津中和胶业股份有限公司是国家级高新技术企业、天津市专精特新企业、天津市科技小巨人企业，已成功向建筑系统、汽车系统、工程桥梁、轨道高铁等领域，提供了数十万吨聚合物材料。产品应用于系统密封、建筑隔震、建筑保温、汽车密封、流体管材、轨道高铁抗震、减噪、止水材料等具体场景。

### **(3) 青岛福凯橡塑新材料有限公司**

青岛福凯橡塑新材料有限公司成立于 2010 年 9 月，为各轮胎、胶管、运输带企业及各橡胶制品企业提供橡胶助剂生产、混炼胶加工等业务，建有四条生产线，产品供应于玲珑、赛轮、三角、中策、韩泰、倍耐力、建大等国内外轮胎企业。

### **(4) 常熟市海虞橡胶有限公司**

常熟市海虞橡胶有限公司成立于 2001 年 2 月份，主要从事各类混炼胶的配方研发与制造。按照客户要求开发不同性能的混炼胶配方，为米其林轮胎、浙江双箭集团、杭州中策轮胎、苏州哈金森橡胶、上海洛德橡胶、上海森佩理特等企业做混炼胶的配套生产。

### **(5) 天津国成橡胶工业有限公司**

天津国成橡胶工业有限公司成立于 1995 年，由日本 JSR 集团、台湾国成工

业股份有限公司共同出资建立。主要从事橡胶的精炼加工，提供三元乙丙橡胶、丁腈橡胶、氯丁橡胶的混炼橡胶。

#### **(6) 福州国台橡胶有限公司**

福州国台橡胶有限公司成立于 2000 年 8 月，是根据客户要求提供从配方设计、原材料采购、精准计量、混炼、检查、冷却干燥、包装、出货到技术支持一连串的加工、服务的专业生产混炼胶的橡胶企业，主要服务于华南、华东地区的客户。可根据客户要求，开发提供不同特性的多种硬度等级、各种颜色的混炼胶。其产品现已广泛应用于汽车、造船、机械、化工、建筑等行业的胶管、窗条、地毯、雨刷、防振胶、油管、密封件、O 型环、油封、鞋底、防尘套、防震材料、打印机用胶辊等产品。

### **2、 同行业橡塑材料企业比较定价方式和价格水平**

根据国内上市公司公开信息查询结果，橡塑和塑料制品业内目前没有以生产橡塑材料为主的上市公司，公司缺乏相关产品定价方式与价格水平的可比数据。公司橡塑材料以原材料市场价格为参考，综合考虑投入的人工费用、制造费用，采用成本加成方式进行产品定价。

#### **(二) 结合下游客户同类产品供应商供货价格等，分析说明发行人橡塑制品产品价格及变化趋势是否合理**

##### **1、 下游客户同类产品供应商供货价格**

公司橡塑制品下游客户主要为中国中车、长城汽车、中国一汽、三一集团、中国石化等汽车、高铁、石油化工领域的知名企业或上市公司，其中长城汽车、中国一汽为公司与可比公司的共同客户。

虽然可比公司也向长城汽车、中国一汽供应商橡塑制品，但各公司供应的产品类型存在差异。浙江仙通、川环科技分别供应橡胶密封条、橡胶软管，公司则主要供应橡胶减震件，并且公司销往中国一汽的产品应用在一汽解放等商用汽车，与可比公司的一汽大众等乘用车市场存在不同。产品类型及细分市场存在差异，供货价格可比性不高。

另外，公司下游客户向其供应商的产品采购价格属于客户商业机密，不会向其他供应商透露该信息，公司难以获取下游客户同类产品供应商供货价格。

## 2、公司橡塑制品产品价格及变化趋势

公司橡塑制品主要销往下游汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械等领域的设备制造商。产品销售价格主要考虑产品前期开发成本、技术开发难易程度、生产制造成本、客户关系以及合理利润等因素，通过与客户协商谈判或招投标确定。公司与客户在合作初期签署年度框架协议，约定产品类别基准价格，在合同期限内执行此价格，一般不对基准价格进行调整。

报告期内，公司橡塑制品平均销售价格为 0.79 元/件、1.17 元/件、1.39 元/件、1.26 元/件，单价较低且总体呈上升趋势。产品单价较低原因主要系公司生产的橡塑制品主要为橡塑零部件产品，品种多样，存在较多销量大、单价较低的产品，如 O 型圈、蝴蝶垫、垫片等，拉低了公司橡塑制品整体销售单价。产品价格逐年上升的原因主要系公司不断优化产品结构，逐步剔除了低单价、低毛利产品。

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，公司橡塑制品产品价格及变化趋势具有合理性。

三、说明烟片胶与其他胶种的主要性能和价格差异情况，2021 年部分期间发行人因采购烟片胶导致天然橡胶采购价格大幅高于市场价格的合理性；报告期各期橡塑制品理论产出量的计算方式，与各期投料量和发行人生产工艺变化是否匹配，量化分析发行人各期橡胶采购量与橡塑材料产量、销量、橡塑制品原材料耗用量和产出量等是否匹配。

### （一）说明烟片胶与其他胶种的主要性能和价格差异情况

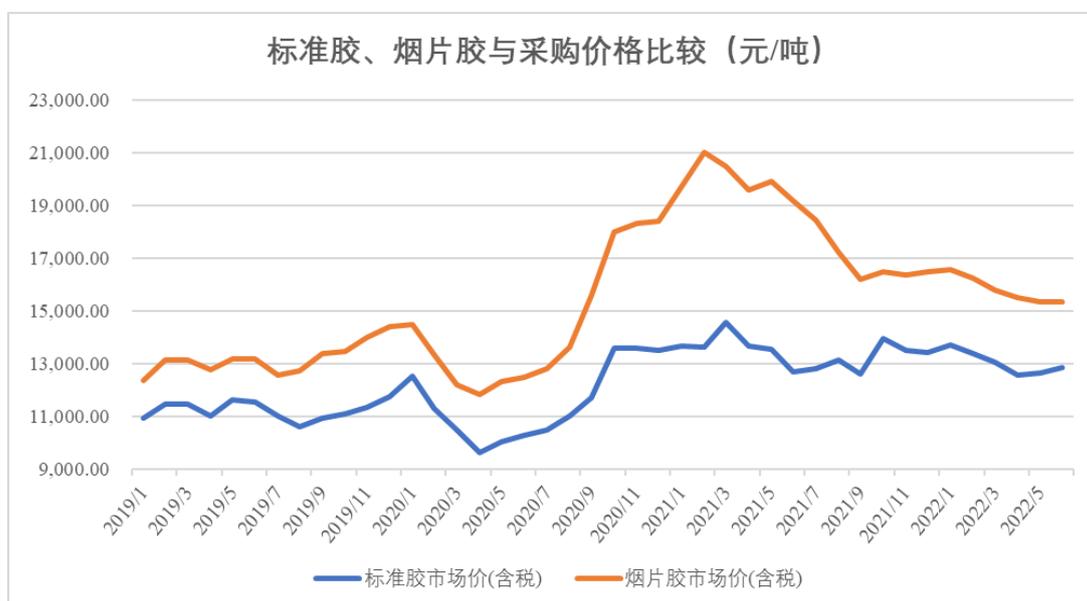
#### 1、烟片胶与标准胶基本性能的对比

天然橡胶按类别主要分为标准胶与烟片胶。标准胶是胶乳经过凝固后，加工成颗粒状的胶粒，干燥后再打包成胶块。烟片胶是天然胶乳经过滤、加入甲酸凝固后压成薄片状，将其烟熏干燥后制成。二者基本性能的对比如下：

力学性能	标准胶定伸应力、拉伸强度、撕裂强度大，硬度高，强度大。烟片胶断裂伸长率大，拉伸性能优良。
门尼黏度	标准胶门尼黏度较低，易被加工设备剪切和破碎，初始能耗值较小，加工性能好。烟片胶门尼黏度高，加工性能较差。
耐老化性能	烟片胶需进行熏烟干燥工艺处理，烟气中含有的有机酸和酚类物质对橡胶具有防腐和防老化的作用，使得烟片胶综合性能好、难

	结晶、保存期较长。
耐屈挠性	烟片胶的一级、六级屈挠龟裂数高于标准胶，具有更优异的耐屈挠性能。

## 2、报告期内烟片胶与标准胶市场价格比较情况如下：



数据来源：wind

报告期内，烟片胶与标准胶的价格波动较大，主要系 2020 年疫情影响导致供应减少，市场价格大幅下降。2021 年疫情缓解，工业活动恢复，橡胶原材料的需求回升，市场价格同比上涨较多。2022 年上半年主要受轮胎厂因疫情防控停产、终端需求低迷影响，市场价格较为疲弱。

烟片胶与标准胶的价格差异较大，平均价格较标准胶高约 26%，主要原因系目前市场上主要流通品种、质量较好的烟片胶由泰国进口而来，考虑关税及运输成本等因素，原材料采购成本较高。并且烟片胶其最关键的烟熏工艺需由人工手动操作，尚无法像标准胶一样规模化生产，生产成本较高，因此导致烟片胶市场价格高于标准胶。

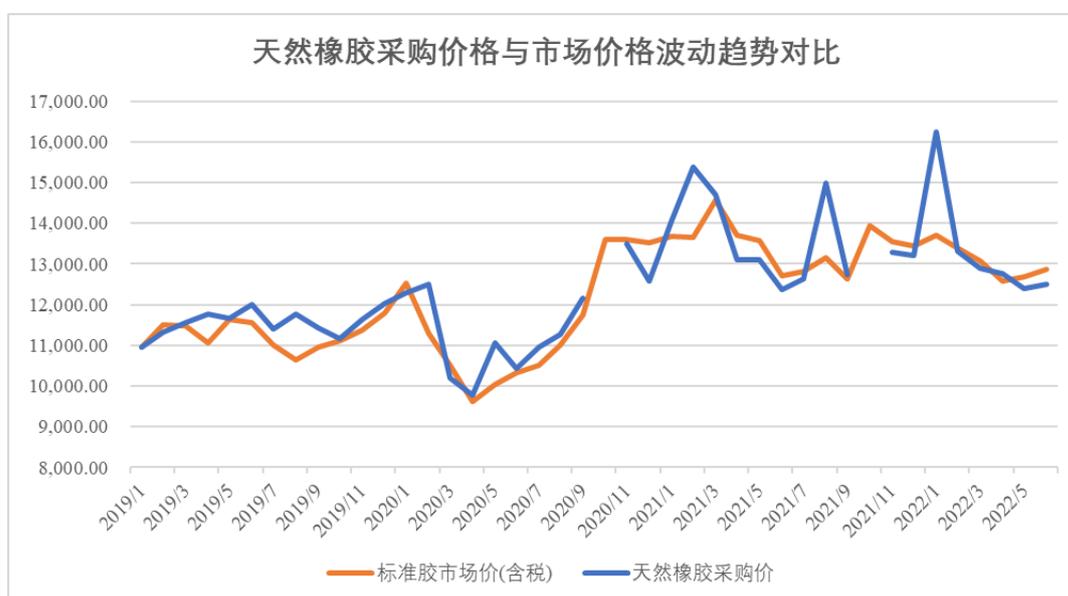
（二）2021 年部分期间发行人因采购烟片胶导致天然橡胶采购价格大幅高于市场价格的合理性

### 1、市场价格选取依据

报告期内，公司采购的天然橡胶主要为标准胶，因此公司以标准胶市场价格作为天然橡胶市场价格比较标准。公司各期的标准胶与烟片胶采购量如下：

天然橡胶类型	2022年1-6月	占比(%)	2021年	占比(%)	2020年	占比(%)	2019年	占比(%)
标准胶(t)	438.04	93.59	1,269.95	91.37	1,036.59	80.79	754.50	82.08
烟片胶(t)	30.00	6.41	120.00	8.63	151.50	11.81	60.00	6.52
其他(t)	-		-		94.99	7.40	104.76	11.40
合计	<b>468.04</b>	<b>100.00</b>	<b>1,389.95</b>	<b>100.00</b>	<b>1,283.08</b>	<b>100.00</b>	<b>919.26</b>	<b>100.00</b>

从采购量来看，公司采购的标准胶占比较高，报告期末占天然橡胶比重超过90%。因此公司天然橡胶采购价格变动趋势与标准胶市场价格基本相同，二者价格波动趋势对比情况如下：



## 2、2021年、2022年天然橡胶采购价格大幅高于市场价格的合理性

2021年1月、2月、8月以及2022年1月份公司天然橡胶采购价格高于同期市场价格，具体数据如下：

天然橡胶	2021年1月	2021年2月	2021年8月	2022年1月
采购价格(元/吨)	14,072.46	15,390.00	14,990.00	16,250.00
市场价格(元/吨)	13,675.00	13,650.00	13,146.00	13,715.00
价格差异(元/吨)	397.46	1,740.00	1,844.00	2,535.00
采购价格涨幅	<b>2.91%</b>	<b>12.75%</b>	<b>14.03%</b>	<b>18.48%</b>

上述期间价格差异形成原因主要系公司标准胶与烟片胶采购比例不同导致，二者的具体采购数据如下：

平均采购价格	2021年1月	采购占比(%)	2021年2月	采购占比(%)	2021年8月	采购占比(%)	2022年1月	占比(%)
标准胶(元/吨)	13,400.00	79.44	14,157.00	72.41	13,000.00	43.36	16,250.00	100.00
烟片胶(元/吨)	17,630.00	20.56	19,900.00	27.59	16,980.00	56.64	-	0.00
月平均	<b>14,105.00</b>	<b>100.00</b>	<b>15,306.00</b>	<b>100.00</b>	<b>14,990.00</b>	<b>100.00</b>	<b>16,250.00</b>	<b>100.00</b>

公司采购烟片胶主要用于生产中国中车橡胶轴承、中国一汽中间支承、减震悬置等减震零部件产品，公司在上述月份采购较多主要出于原材料库存情况、客户订单数量、生产排产情况考虑，按照公司“以销定产、以产定采、合理库存”的采购生产模式安排采购。

由于烟片胶价格较标准胶价格高，使得当期公司天然橡胶采购价格整体较高。公司其余月份未采购烟片胶，天然橡胶采购价格与市场价格基本相同。因此报告期内，公司天然橡胶采购价与市场价的趋势变动具有合理性。

(三) 报告期各期橡塑制品理论产出量的计算方式，与各期投料量和发行人生产工艺变化是否匹配，量化分析发行人各期橡胶采购量与橡塑材料产量、销量、橡塑制品原材料耗用量和产出量等是否匹配。

## 1、报告期各期橡塑制品理论产出量的计算方式，与各期投料量和发行人生产工艺变化是否匹配

### (1) 橡塑制品理论产出量的计算方式

由于橡塑制品在生产过程中，各工序涉及到投入物料与产出物料的计量单位转换，为了解决单工序投料前后计量单位不一致的问题，采用理论产出量这一指标进行换算。

橡塑制品理论产出量=单工序实际投料量/单工序标准耗用量。其中单工序标准耗用量为理想状态下，即在不考虑各种损耗情况下，根据 BOM 清单生产单个橡胶制品的标准耗用量。因此理论产出量与原材料的标准耗用量有确定的对应关系，以理论产出量与实际产出量计算投入产出情况符合生产经营的实际情况。

### (2) 各期橡塑制品理论产出量与投料量、生产工艺变化的匹配关系

报告期各期，公司生产工艺的持续改进主要体现在两方面：

1、优化各类橡塑产品配方，将不同种类橡胶原胶与添加剂的配合使用，不断提高产品性能；

2、对于橡塑制品，优化模具流道结构，减少材料损耗，同时加强对员工的操作培训，降低产品不良率。

公司在生产工艺流程方面已经形成一套成熟的生产操作流程，因此以上对生产工艺的优化，均不涉及对生产流程的修改。

报告期各期，橡塑材料与橡塑制品的投入产出比变化情况如下：

产品类别	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
橡塑材料	99.92%	99.85%	99.27%	98.96%
橡塑制品	99.34%	99.59%	98.38%	97.36%

综上，报告期各期的投料量与投入产出比的变化，反映出发行人对生产工艺的持续改进，两者变化趋势较为匹配。

## 2、量化分析发行人各期橡胶采购量与橡塑材料产量、销量、橡塑制品原材料耗用量和产出量等是否匹配

### (1) 橡胶采购量与橡塑材料产量、销量的配比关系

报告期各期，橡胶采购量与橡塑材料产量、销量的配比关系如下：

单位：吨

序号	项目	计算过程	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
1	期初橡胶库存	A	1,069.34	1,118.57	936.99	642.57
2	橡胶采购量	B	2,993.53	7,673.92	7,404.28	6,134.87
3	橡胶投料量	C	3,113.99	7,723.15	7,222.70	5,840.45
4	期末橡胶库存	D=A+B-C	948.88	1,069.34	1,118.57	936.99
5	橡胶采购耗用比 =耗用量/采购量	E=C/B	104.02%	100.64%	97.55%	95.20%
6	原材料总投料量	F	8,438.47	20,227.03	19,265.53	15,759.20
7	橡胶材料消耗占 总材料消耗	G=C/F	36.90%	38.18%	37.49%	37.06%
8	橡塑材料产品产 出量	H	8,431.71	20,196.91	19,125.09	15,595.03
9	橡塑材料产品销 销售量	I	8,216.73	19,247.87	18,093.85	15,730.07

序号	项目	计算过程	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
10	投入产出比=产出量/耗用量	$J=H/F$	99.92%	99.85%	99.27%	98.96%
11	产品产销比=销售量/产出量	$K=I/H$	97.45%	95.30%	94.61%	100.87%

报告期各期，橡胶采购耗用比基本在 95%-104%波动，投入产出比在 98%-99%范围内逐步提升，说明橡胶采购量与橡塑材料的产量较为匹配。

报告期各期，橡塑材料产销比基本稳定在 95%-100%左右，与生产经营实际相符。

## (2) 橡塑制品原材料耗用量和产出量的配比关系

报告期内，橡塑制品的主要原材料为橡胶、骨架、弹簧等，以下根据不同原材料，分析原材料耗用量与对应产品的理论产出量、实际产出量的配比关系。

1、报告期内，橡胶材料耗用量与公司橡塑制品产量存在一定的匹配关系，一般为正向变动趋势。具体匹配情况如下：

序号	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
1	实际产出量（万件）	2,743.08	7,950.01	7,484.00	7,853.97
2	橡胶材料耗用量（kg）	226,287.52	774,434.38	712,079.44	561,729.79
3	理论产出量（万件）	2,761.28	7,982.74	7,607.20	8,066.93
4	投入产出比=实际产出量/理论产出量	99.34%	99.59%	98.38%	97.36%
5	平均万件耗用量（kg）	82.49	97.41	95.15	71.52

公司生产的橡塑制品主要为减震、密封等橡胶零部件，种类繁多，形态各异，大小不一。由于制品的终端应用场景及客户对产品的性能要求均不相同，不同制品的橡胶材料耗用量也不相同。

根据上表，2020年材料耗用量增加，制品产量下降。主要系两个原因，一是公司对制品结构进行调整，减少了387万件蝴蝶垫、矩形垫、部分O型圈等数量大、橡胶材料耗用量少、低单价、低毛利的产品。二是公司与中车制动合作加深，为客户供应较多橡胶轴承类产品，该类产品数量少、单价高，但对橡胶材料的耗用量较大，使得2020年橡胶材料耗用量相比2019年增长较多。

2021年材料耗用量与制品产量双双上涨，变动趋势一致，主要系公司与中车制动客户继续保持稳定合作，供应橡胶轴承产品，并且同期长城汽车客户向公

司下达较多备货订单，致使制品产量同比增加。

2022年1-6月由于疫情影响，公司生产订单大幅下滑，尤其是中车制动、富奥汽车、远大阀门等客户的产品产量下降较多，以上三家客户产品产量相比上年同期分别下降69.94%、39.19%、11.60%，且该三家客户每件产品的胶料耗用量相对较大，使得平均万件胶料耗用量有所降低。

2、报告期内，骨架主要用于公司高铁、汽车领域的各类总成产品、闸阀类产品，对产品的结构起支撑作用。由于产品的种类差异化，各类产品使用的骨架数量不等，具体匹配情况如下：

序号	项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
1	骨架对应产品实际产出量（万件）	1,973.71	4,229.53	3,129.37	3,206.57
2	骨架耗用量（万件）	1,996.88	4,445.82	3,335.29	3,341.07
3	理论产出量（万件）	1,973.71	4,229.59	3,129.39	3,206.57
4	投入产出比=实际产出量/理论产出量	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5	单位产品耗用量（件）	1.01	1.05	1.07	1.04

报告期内，各年度单位产品的骨架耗用量保持稳定，说明骨架耗用量与产品产量存在较为稳定的匹配关系。

3、报告期内，弹簧主要用于公司汽车油封产品，具体匹配情况如下：

序号	项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
1	弹簧对应产品实际产出量（万件）	22.22	78.67	63.64	76.92
2	弹簧耗用量（万件）	22.13	79.27	63.59	76.75
3	理论产出量（万件）	22.22	78.67	63.64	77.05
4	投入产出比=实际产出量/理论产出量	100.00%	100.00%	100.00%	99.83%
5	单位产品耗用量（件）	1.00	1.01	1.00	1.00

报告期内，单位产品的弹簧耗用量各年度保持稳定，说明弹簧耗用量与产品产量存在较为稳定的匹配关系。

综上，报告期内，发行人橡胶采购量与橡塑材料产量、销量之间具备较为稳定的配比关系，橡塑制品原材料耗用量和产品产出量之间的变化趋势较为合理，符合生产经营的实际情况。

四、结合可比公司产品结构变化、生产成本控制能力、上游议价能力等，进一步分析说明报告期内可比公司单位材料成本发生明显变化且变化趋势不一致的具体原因，发行人单位成本变化趋势与同行业是否一致；结合发行人产品定价方式、与下游客户议价能力、同行业公司产品定价情况等，说明发行人是否具备向下游传导原材料价格上涨的能力。

（一）结合可比公司产品结构变化、生产成本控制能力、上游议价能力等，进一步分析说明报告期内可比公司单位材料成本发生明显变化且变化趋势不一致的具体原因

### 1、可比公司产品结构变化、生产成本控制能力、上游议价能力

#### （1）可比公司产品结构变化

根据可比公司已披露的年度报告，可比公司产品结构如下：

公司名称	产品结构	主营业务收入占比			
		2022年 1-6月	2021年 度	2020年 度	2019年 度
朗博科技	O型圈	未披露	27.45%	27.73%	27.71%
	轮毂组件		20.75%	21.09%	19.56%
	轴封		29.13%	26.87%	28.01%
	其他		22.67%	24.32%	24.72%
浙江仙通	橡胶密封条	未披露	76.26%	71.05%	71.40%
	塑胶密封条		23.15%	27.97%	27.65%
	金属辊压件		0.60%	0.98%	0.95%
天铁股份	轨道工程制品	63.08%	62.65%	65.06%	64.28%
	其他橡胶制品	-	-	-	1.09%
	锂化物系列产品	13.17%	14.12%	13.55%	-
	其他产品	12.20%	19.09%	18.43%	32.12%
	其他业务	11.55%	4.14%	2.96%	2.51%
川环科技	汽车燃油系统软管	21.87%	28.74%	29.94%	27.58%
	汽车冷却系统软管	60.67%	55.27%	56.56%	51.43%
	汽车附件系统及制动软管	6.75%	5.59%	4.77%	5.95%

公司名称	产品结构	主营业务收入占比			
		2022年 1-6月	2021年 度	2020年 度	2019年 度
	摩托车软管	9.26%	8.99%	8.24%	15.04%
	其他	1.45%	1.41%	0.48%	-

根据上表，除天铁股份在 2020 年度对产品结构进行充分重新划分且未发生实质性变化外，可比公司产品结构在报告期内均未发生重大变化。

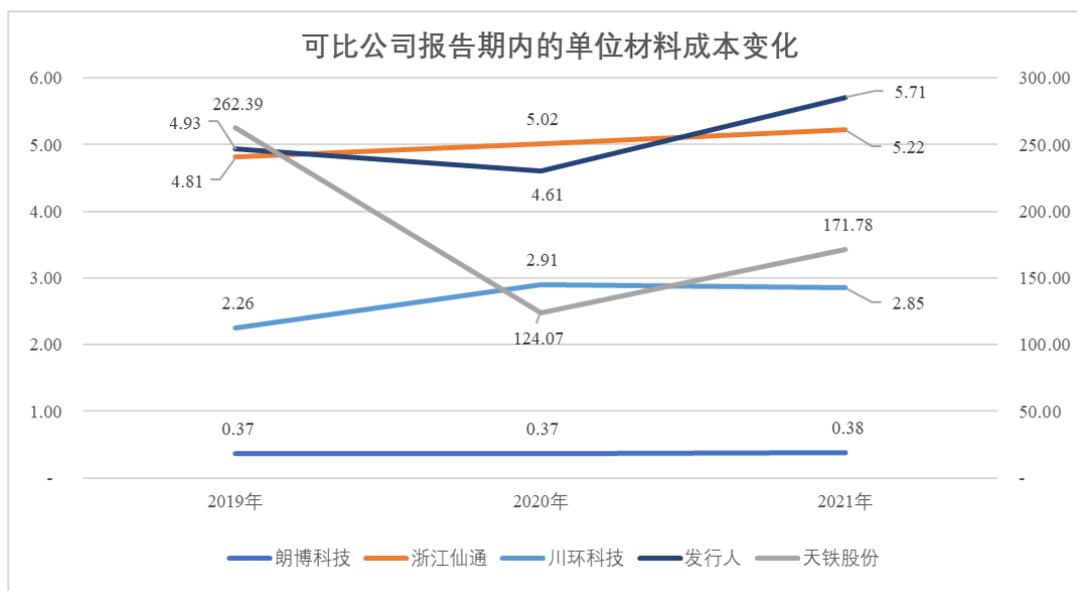
## (2) 可比公司生产成本控制能力、上游议价能力

根据公开信息，可比公司在年度报告中披露了自身生产成本控制措施，具体如下：

可比公司	生产成本控制措施
朗博科技	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、改进质量体系和缺陷管控能力，落实质量管理措施；</li> <li>2、降低原辅材料的采购成本；</li> <li>3、生产淡季调整开工率；</li> <li>4、通过提高产品合格率，降低原材料损耗费用；</li> <li>5、改造提升设备性能，提升设备稳定性，提高设备可利用率；</li> <li>6、导入自动/半自动/新型设备提升生产效率；</li> <li>7、导入生产管理系统，提升产供销管理精度。</li> </ol>
浙江仙通	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、自制工装模具降低设备成本；</li> <li>2、通过考核机制将员工绩效与废品率挂钩，从而提高合格率；</li> <li>3、推行岛区化生产模式，平衡生产工序节拍，减少物流和等待时间的浪费、过程积压的浪费；</li> <li>4、采取推式与拉式相结合的生产模式，生产计划灵活机动，有效提高了生产效率；</li> <li>5、通过改进配方等方式，对原材料品种进行整合，减少了原材料的规格数量；</li> <li>6、在供应商选择方面，降低了每种原材料的供应商家数，以两家供应商为主，从而发挥采购的规模化效应，增强谈判能力；</li> <li>7、改变直接比价的采购方式，根据性能指标对每种原材料的重要性程度区别赋权，选择最具性价比的供应商进行采购。</li> </ol>
川环科技	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、强化各项采购成本管控、持续推进精细化生产、技术改造；</li> <li>2、强化公司内部技术创新，持续提升关键原材料的国产化比重；</li> <li>3、提高塑料接头、O 型圈、密封圈等自产外协件比重，减少中间环节和采购成本。</li> </ol>
天铁股份	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、加重数据分析，为成本的降低提供新的方向和指导性意见；</li> <li>2、优化管理体系，加强入库、出库等环节管控，大幅提高仓储库存周转率；</li> <li>3、设立采购部，负责包括原材料在内的物资采购，确保所需物资优质、高效供应，并不断降低采购成本和管理成本；</li> <li>4、在产品配方设计和工艺研发方面进行了大量的投入，形成核心技术，起</li> </ol>

可比公司	生产成本控制措施
	到了降低料工成本、节能降耗以及提高优良品率的作用，降低了产品生产成本； 5、高效运营管理，机构精简、管理精细、成本控制考核指标量化具体，且建立了一整套责任到岗、责任到人的成本控制核算制度。

## 2、可比公司报告期内的单位材料成本变化情况



注：1、数据来源：可比公司年度报告；2、朗博科技、浙江仙通未披露直接材料成本数据，此处使用主营业务成本测算；3、上图中天铁股份的数据为橡胶制品业务，浙江仙通的数据为橡胶密封条。4、2022年半年报中可比公司均未披露销量数据，未进行该区间数据比较。

### (1) 朗博科技单位材料成本变化

报告期内，朗博科技单位材料成本变化较小，呈总体上升趋势，变动原因主要系其各期成本与销量增长趋势基本一致。

### (2) 浙江仙通单位材料成本变化

浙江仙通单位材料成本呈逐年上升趋势，主要系2020年汽车乘用车行业销量同比下降，车用橡胶密封条的销量随之下降，且下滑比例大于成本下降比例，因此单位材料成本上升。2021年汽车乘用车行业逐步恢复，销量回升32%，并且同期由于原材料上升，导致其主营成本上升37.88%，使得单位成本继续上升。

### (3) 川环科技单位材料成本变化

川环科技2020年单位材料成本同比上涨28.87%，主要原因系当期汽车乘用车行业销量同比下降，车用橡胶软件的销量随之下降11.10%，并且由于其产量

变动较小，仅下降 0.72%，导致其单位材料成本逆向上升。2021 年单位材料成本有所下降，主要原因系汽车乘用车行业恢复较快，产品销量大幅回升 23%，降低其单位材料成本。

#### **(4) 天铁股份单位材料成本变化**

天铁股份 2020 年单位材料成本大幅下降 52.72%，主要系产品销量大幅提升及原材料成本下降较多双重因素叠加所致。2021 年单位材料成本回升 38%，主要原因系销量下滑及原材料上升所致。

#### **(5) 公司单位材料成本变化**

公司 2020 年单位成本较 2019 年下降 6.49%，主要原因系橡塑材料受原材料价格下降较多影响，成本下降 8.4%。同时公司调整橡塑制品产品结构，减少了向蝴蝶垫、矩形垫、O 型圈等较低单价、低毛利产品的销量，橡塑制品单位成本略有提高。综合因素致使当期单位成本总体呈下降趋势。

公司 2021 年单位成本较 2020 年上升 23.86%，主要原因系橡塑材料受原材料上升较多影响，成本随之上升，同时公司继续调整橡塑制品产品结构，剔除低毛利产品，制品销量继续下滑，因此当期公司单位成本较上期提升较多。

综上所述，公司所在行业的产品单位成本受原材料价格变动、产品销量、产量以及下游市场行情影响较大，报告期各期公司单位生产成本变动情况符合行业规律。各公司因自身橡胶产品类型差异、生产成本控制方式差异、原材料采购议价能力差异、下游客户需求差异等因素影响，导致公司与可比公司单位成本变动趋势存在异同。

### **(二) 结合发行人产品定价方式、与下游客户议价能力、同行业公司产品定价情况等，说明发行人是否具备向下游传导原材料价格上涨的能力**

见本问询回复“问题 1 之三、4、结合橡塑材料产品价格定价方式和价格调整情况，说明发行人成本加成的定价策略是否能够得到执行，橡塑材料业务是否实际具备向下游传导原材料价格上涨的能力”。

**五、结合发行人与同行业公司产品结构、定价方式、采购和产品成本差异情况等，进一步分析发行人与同行业公司同类产品毛利率是否存在明显差异及合理性。**

报告期内，公司与同行业可比公司的毛利率对比情况如下：

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
朗博科技	35.48%	40.20%	42.67%	41.47%
浙江仙通	30.66%	34.98%	36.52%	36.37%
天铁股份	58.52%	50.99%	48.31%	51.04%
川环科技	22.59%	25.21%	30.61%	28.44%
平均数(%)	<b>36.81%</b>	<b>37.85%</b>	<b>40.81%</b>	<b>40.92%</b>
发行人(%)	<b>21.83%</b>	<b>29.68%</b>	<b>33.75%</b>	<b>28.72%</b>

(一) 产品结构差异

公司名称	产品结构	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比
朗博科技	O型圈	未披露		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	未披露		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	59.46%	63.08%	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	73.12%	13.17%	14.12%	14.12%	13.55%	13.55%	-	-
	其他产品	23.03%	12.20%	19.09%	19.09%	18.43%	18.43%	41.30%	32.12%
	其他业务	74.23%	11.55%	4.14%	4.14%	2.96%	2.96%	13.77%	2.51%
川环科技	汽车燃油系统软管	26.08%	21.87%	28.85%	28.74%	32.07%	29.94%	31.82%	27.58%
	汽车冷却系统软管	19.72%	60.67%	23.55%	55.27%	30.06%	56.56%	25.25%	51.43%
	汽车附件系统及制动软管	24.01%	6.75%	20.23%	5.59%	23.61%	4.77%	28.35%	5.95%
	摩托车软管	29.58%	9.26%	30.00%	8.99%	33.48%	8.24%	33.87%	15.04%
	其他	22.34%	1.45%	23.12%	1.41%	24.00%	0.48%	-	-
发行	橡塑材料	16.90%	75.83%	21.65%	72.64%	27.47%	71.04%	24.01%	75.57%

公司名称	产品结构	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比
人	橡塑制品	37.29%	24.17%	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，各期分别为 24.01%、27.47%、21.65%、16.90%，低于橡塑制品 19.04 个百分点、21.82 个百分点、29.27 个百分点、20.39 个百分点。因此拉低了公司整体毛利率，并导致低于同行业可比公司毛利率平均值。

可比公司均为橡胶制品企业，无橡塑材料销售业务。其中朗博科技产品包括 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%。

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。

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。

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。

## （二）定价方式差异

公司简称	定价方式
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。

公司简称	定价方式
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
发行人	成本加成法的定价方式。另外，橡塑制品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

可比公司均为橡塑制品企业，下游客户规模较大，产业链话语权较强，橡塑制品供应商的产品定价一般由双方协商确定，价格调整频次较低。公司橡塑制品业务采用与同行业可比公司相似的定价方式，区别在于下游客户行业的差异。

### （三）采购和产品成本差异

公司与可比采购的原材料种类相似度高，具体见本问询回复“问题 2.一、（二）1、公司与可比公司在产品类型、原材料种类、客户市场、应用场景对比情况”。

报告期内，公司成本结构以直接材料成本为主，各期占比为 84.70%、83.33%、85.22%、86.18%（根据各期可比性原则，扣除运输费用），高于同行业可比公司 50%~70%左右的直接材料成本占比，主要原因系公司橡塑材料业务的直接材料成本占比高。若以公司橡塑制品业务进行比较，各期直接材料成本占比为 67.74%、65.09%、64.81%、66.81%，与可比公司较为接近。

综上所述，公司以橡塑材料为主营业务，但同行业缺少以生产橡塑材料为主营业务的上市公司，毛利率缺乏公开数据，无可比性。公司选定的同行业可比公司均以 O 型圈、胶管、密封垫、密封条等橡胶制品为主营业务，与公司橡塑制品业务在产品结构、定价方式、原材料种类及产品成本方面存在一定相似度。因此造成公司毛利率与可比公司存在差异的主要原因是客户结构，不同领域的客户对产品性能要求水平不同，产品应用场景与性能表现不同。

公司橡塑制品客户除汽车行业外，还包括高铁、航空航天等高端行业，产品应用环境苛刻，多为高速、高温、高压、强振动、介质腐蚀、紫外线照射等极端环境，客户对橡塑类产品的性能、寿命、可靠性、安全性、经济性等要求较高，产品具有更高附加值，由此公司橡塑制品各期毛利率均高于同行业平均毛利率，差异具有合理性。

## 【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的年度报告、招股说明书等公开信息，了解可比信息；
- 2、询问向发行人销售人员或通过网络查询，了解同行业是否存在其他非上市公司；
- 3、询问发行人采购人员，了解天然橡胶的品种分类以及市场价格波动趋势；
- 4、通过 wind 资讯查询，标准胶、烟片胶等橡胶的市场价格变动数据；
- 5、询问发行人的销售及采购部门，了解发行人在报告期内采购材料价格与销售产品价格的变动及其原因；
- 6、与 SAP 技术服务人员、被审计单位财务人员访谈，了解 SAP 系统中理论产出量的计算过程；
- 7、获取 BOM 清单、了解各主要产品对应原材料标准消耗量、各主要产品生产工艺情况等。

### 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人可比公司的选取标准合理恰当，将朗博科技、浙江仙通、天铁股份、川环科技作为可比公司具有合理性，可比公司选择准确恰当。
- 2、行业内其他以生产销售橡塑材料为主的企业为非上市公司，无法获取定价方式和价格水平。发行人橡塑材料以原材料市场价格为参考，综合考虑投入的人工费用、制造费用，采用成本加成方式进行产品定价。
- 3、发行人与可比公司存在共同客户，但产品类型及细分市场存在差异，产品供货价格可比性不高，并且发行人下游客户向其供应商的产品采购价格属于商业机密，不会向其他供应商透露该信息，发行人难以获取下游客户同类产品供应商供货价格。
- 4、天然橡胶按类别主要分为标准胶与烟片胶。烟片胶由于通过进口方式采购与生产成本原因导致市场价格高于标准胶。

5、2021 年部分期间发行人因采购烟片胶导致天然橡胶采购价格大幅高于市场价格主要系发行人当期采购市场价格较高的烟片胶数量较多，拉高了天然橡胶采购价格，具有合理性；

6、橡塑制品理论产出量=单工序实际投料量/单工序标准耗用量。理论产出量为理想状态下，根据原材料的投料量与 BOM 清单计算得到的产品产出量。各期投料量与发行人生产工艺变化相匹配；

7、发行人报告期各期橡胶采购量与橡塑材料产量、销量是匹配的；对橡胶制品主要材料进行投入产出分析，橡胶制品原材料耗用量和产出量是匹配的，与实际生产经营情况相符。

8、发行人所在行业的产品单位成本受原材料价格变动、产品销量、产量以及下游市场行情影响较大，报告期各期发行人单位生产成本变动情况符合行业规律。发行人于可比公司因橡胶产品类型差异、生产成本控制方式差异、原材料采购议价能力差异、下游客户需求差异等因素影响，导致单位成本变动趋势存在异同。

9、发行人橡塑材料业务具备一定的向下游传导原材料价格上涨的能力。

10、发行人以橡塑材料为主营业务，但同行业缺少以生产橡塑材料为主营业务的上市公司，毛利率缺乏公开数据，可比性差。发行人选定的同行业可比公司均以橡胶制品为主营业务，与公司橡塑制品业务在产品结构、定价方式、原材料种类及产品成本方面存在一定相似度。造成发行人毛利率与可比公司存在差异的主要原因是客户结构，不同领域的客户对产品性能要求水平不同，产品应用场景与性能表现不同，因此产品毛利率存在差异。

#### **问题4.产品是否实际具备技术含量和竞争力**

根据申报材料及问询回复文件，在招股书中多次突出发行人与长城汽车、中国一汽、三一重工、中石化、中国中车等企业建立合作关系，但发行人向相关客户销售的产品主要为橡塑制品，发行人 2021 年收入结构中，橡塑制品收入占比仅为 27.36%。报告期各期发行人客户数量分别为 1,187 家、1,208 家、1,157 家，平均销售收入分别为 21.76 万元、25.11 万元、27.17 万元。发行人主要产品橡塑材料为橡胶合成和应用的中间材料，一般橡胶制品企业都会自建混炼胶生产车

间，自产自用，很少对外销售。

请发行人：（1）说明报告期各期不同销售规模客户的分布情况，结合与同行业公司产业链中所处位置、获客和商业模式、目标客户差异情况等，分析说明发行人客户集中度与可比公司存在明显差异的原因及合理性。（2）说明长城汽车、中国一汽等知名客户的销售占比情况，在客户数量众多、单一客户销售规模较低的情况下，发行人与相关客户的合作是否能够实际体现发行人的竞争力，相关客户销售的产品是否为发行人的密封材料等主要产品，说明除相关知名客户外其他客户的销售收入和复购情况，下游客户是否实际主要为中小橡塑制品厂商，发行人收入是否主要来自于中小厂商的复购，发行人在招股书中多处强调与知名客户的合作是否会误导投资者。（3）说明一般橡胶企业都会自建混炼胶生产车间的原因，橡塑制品企业是否普遍掌握能够满足其产品性能要求的橡塑材料配方和生产工艺，橡胶材料的配方和生产工艺是否实际具有技术门槛，结合与同行业其他公司橡塑材料和橡塑产品性能指标的比较情况，进一步分析说明发行人产品是否具有先进性和不可替代性，结合行业发展趋势，说明橡塑制品行业是否存在规模化和集中度提高的趋势，是否会导致大量橡塑制品企业提高橡塑材料生产能力，是否会发行人竞争力和持续经营能力产生不利影响。

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、说明报告期各期不同销售规模客户的分布情况，结合与同行业公司产业链中所处位置、获客和商业模式、目标客户差异情况等，分析说明发行人客户集中度与可比公司存在明显差异的原因及合理性。

#### （一）报告期各期不同销售规模客户的分布情况

报告期内，不同销售规模客户数量、销售金额及其占比分布情况如下：

单位：万元

销售规模	2021年			2020年			2019年		
	家数	金额	占比(%)	家数	金额	占比(%)	家数	金额	占比(%)
500万元以上	7	7,928.73	21.91	7	7,629.34	25.16	6	4,455.34	17.25
100-	71	13,227.48	36.55	58	9,680.04	31.92	50	8,671.57	33.57

销售规模	2021 年			2020 年			2019 年		
	家数	金额	占比 (%)	家数	金额	占比 (%)	家数	金额	占比 (%)
500 万元									
50-100 万元	77	5,311.84	14.68	65	4,542.87	14.98	58	4,078.01	15.78
50 万元以下	1,177	9,721.61	26.86	1,078	8,476.21	27.94	1,073	8,629.38	33.40
合计	1,332	36,189.66	100.00	1,208	30,328.46	100.00	1,187	25,834.30	100.00

注：以上统计的客户数量对同一控制下企业的相关客户已进行合并处理

报告期各期，公司客户数量稳定保持在较高水平，2019-2021 年度，随着不同销售规模客户的数量均呈上升趋势，主营业务收入逐年递增。

公司销售规模小于 50 万元的客户虽然在数量上占据绝对优势，但是报告期内，其销售金额保持相对稳定，分别为 8,629.38 万元、8,476.21 万元、9,721.61 万元，且随着公司主营业务收入的上升，其对主营业务收入的占比也逐渐下降。

报告期内，公司销售规模大于 100 万元的客户销售金额占主营业务收入的比例分别为 50.81%、57.07%、58.46%，对公司主营业务收入的贡献逐渐突出。其中，销售规模在 500 万元以上的客户主要包括中国中车、长城汽车、三一重工、中国一汽、永昌车辆、远大阀门等。

## （二）公司客户集中度与可比公司存在明显差异的原因及合理性

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：

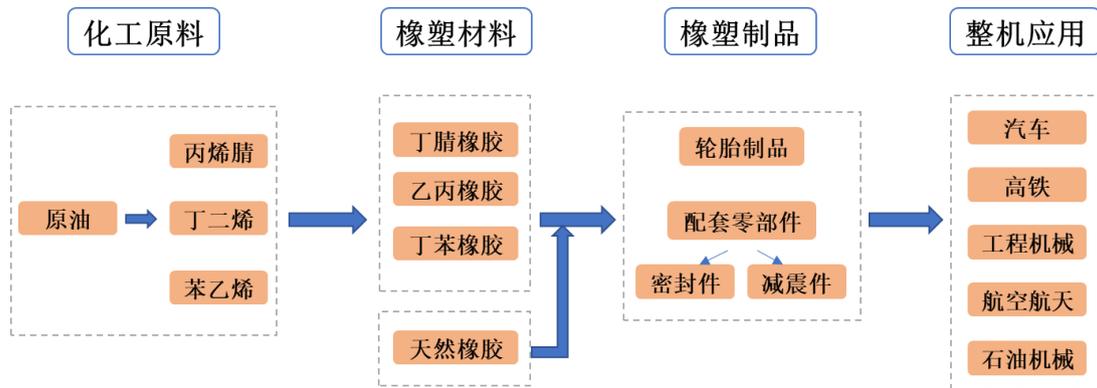
可比公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
朗博股份	35.56%	41.29%	40.49%
浙江仙通	77.10%	80.24%	未披露
天铁股份	64.85%	71.15%	61.64%
川环科技	33.80%	54.06%	49.59%
平均值	52.83%	61.69%	50.57%
发行人	<b>18.32%</b>	<b>21.01%</b>	<b>14.99%</b>

注：可比公司 2022 年上半年未披露前五大客户收入。

公司报告期内前五大客户销售占比分别为 14.99%、21.01%、18.32%、17.31%，大幅低于可比公司平均值。公司客户集中度与可比公司存在明显差异主要系公司与可比公司在产业链中所处位置、目标客户、获客及商业模式存在差异，详述如下：

### 1、在产业链中所处位置及目标客户差异情况

公司专业从事橡塑材料及其制品研发、生产与销售，所在的专业领域及其在产业链中的位置如下图所示：



公司所处行业上游主要为橡胶生胶、配合剂等原材料供应商，上述原材料均属于大宗商品或充分市场化的通用商品。其中，公司主要原材料以合成或天然橡胶生胶为主；公司所处行业下游主要为汽车、高铁、工程机械等主机制造商及配套零部件生产商。

公司同行业可比公司朗博科技、浙江仙通、川环科技等主要从事整机配套零部件的研发、生产与销售。其下游客户多为汽车、工程机械、石油化工、高铁等主机制造商，其从事研发、设计、测试等工作，拥有制造终端设备的能力。主机制造商一般规模较大、研发能力强、生产线自动化程度高，所处行业的集中度高，企业数量少。天铁股份主营轨道工程橡胶制品的研发、生产和销售，其下游客户主要为中国中铁和中国铁建等轨道交通行业央企、国企。由于轨道交通基建工程施工行业的特殊性，天铁股份的客户集中度较高。综上发行人同行业可比公司客户数量较少。

与同行业公司相比，公司主要产品除密封件、减震件等橡胶制品外，还包括特种橡胶混炼胶，其属于橡胶制品的上游主要原材料之一。橡胶制品行业企业众多，亿元以上规模企业较少，竞争较为激烈。除部分龙头企业规模较大、产品线

较为丰富且拥有自主核心技术外，绝大部分生产企业规模小、产品单一。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，产生了一定的集聚效应，中小规模橡胶制品零部件企业众多。公司据此有利的产业条件扩大橡胶材料的下游客户群体，因此销售规模在 50 万元以下的客户数量达上千家。

同行业可比公司主要产品为橡塑制品，公司橡塑制品业务客户集中度情况如下图所示：

年度	序号	客户名称	销售金额	占橡塑制品主营业务收入比例	可比公司前五大客户销售占比平均值
2022年 1-6月	1	中国中车股份有限公司	860.67	21.96%	未披露
	2	长城汽车股份有限公司	641.74	16.37%	
	3	铁科创恒新材料科技有限公司	340.67	8.69%	
	4	三一集团有限公司	331.49	8.46%	
	5	远大阀门集团有限公司	230.98	5.89%	
	合计		2,405.55	61.38%	
2021	1	中国中车股份有限公司	2,842.38	28.70%	-
	2	长城汽车股份有限公司	1,417.90	14.32%	
	3	三一集团有限公司	775.44	7.83%	
	4	远大阀门集团有限公司	683.55	6.90%	
	5	中国第一汽车集团有限公司	669.51	6.76%	
	合计		6,388.78	64.52%	
2020	1	中国中车股份有限公司	2,422.97	27.59%	-
	2	长城汽车股份有限公司	1,202.31	13.69%	
	3	中国第一汽车集团有限公司	916.36	10.43%	
	4	三一集团有限公司	816.92	9.30%	
	5	远大阀门集团有限公司	652.40	7.43%	
	合计		6,010.96	68.45%	
2019	1	长城汽车股份有限公司	1,167.52	18.50%	-
	2	三一集团有限公司	754.87	11.96%	
	3	中国中车股份有限公司	581.15	9.21%	

年度	序号	客户名称	销售金额	占橡塑制品主营业务收入比例	可比公司前五大客户销售占比平均值
2022年1-6月	1	中国中车股份有限公司	860.67	21.96%	未披露
	2	长城汽车股份有限公司	641.74	16.37%	
	3	铁科创恒新材料科技有限公司	340.67	8.69%	
	4	三一集团有限公司	331.49	8.46%	
	5	远大阀门集团有限公司	230.98	5.89%	
	合计		2,405.55	61.38%	
	4	远大阀门集团有限公司	566.78	8.98%	
	5	中国第一汽车集团有限公司	427.49	6.77%	
	合计		3,497.81	55.42%	50.57%

2019年至2021年，公司橡塑制品前五大客户主营业务收入占比分别为55.42%、68.45%、64.52%，均高于当期可比公司前五大客户销售占比平均值，差异较小，在橡塑制品业务板块，公司客户集中度与同行业公司不存在明显差异。

## 2、获客和商业模式

公司的客户群体包含较大数量的中小规模橡胶制品零部件企业，其业务流程链条短，单项交易规模通常较小，对供应商选择审核时间较短。因此公司与上述客户达成合作意向后，提供样品通过试制即正式确立合作关系，获取此类新客户的周期较短。公司凭借在橡塑材料领域的产品类型优势及配方技术能力，能够快速获得较多制品企业客户。

同时，由于地域优势、产业集聚效应、高效的材料配方研发能力及丰富的销售管理经验，公司对中小规模橡胶制品零部件企业采用直销的方式展开销售业务，因此报告期各期销售规模50万元以下的客户均有上千家。

同行业可比公司的部分客户为汽车整车制造商、中国中铁和中国铁建下属单位、汽车空调用压缩机及空调系统生产企业。获取此类客户一般需通过一系列评审，其对于供应商选择认证严格、程序复杂、审核时间长，此类新客户的开拓流程较长，开发速度较慢，获客难度较高。因此，公司与可比公司因客户的获取难易度不同导致客户结构存在差异。

二、说明长城汽车、中国一汽等知名客户的销售占比情况，在客户数量众多、单一客户销售规模较低的情况下，发行人与相关客户的合作是否能够实际体现发行人的竞争力，相关客户销售的产品是否为发行人的密封材料等主要产品，说明除相关知名客户外其他客户的销售收入和复购情况，下游客户是否实际主要为中小橡塑制品厂商，发行人收入是否主要来自于中小厂商的复购，发行人在招股书中多处强调与知名客户的合作是否会误导投资者。

(一) 说明长城汽车、中国一汽等知名客户的销售占比情况

公司的知名客户主要包括中国中车、长城汽车、中国一汽、三一集团、中国石化等，具体各年度销售收入及其占比情况如下：

单位：万元

年度	项目	中国中车	长城汽车	中国一汽	三一集团	中国石化
2022年	销售收入	860.67	641.74	157.41	331.49	80.64
1-6月	收入占比(%)	5.31%	3.96%	0.97%	2.04%	0.50%
2021年	销售收入	2,842.38	1,417.90	669.51	775.44	125.37
度	收入占比(%)	7.83%	3.91%	1.84%	2.14%	0.35%
2020年	销售收入	2,422.97	1,202.31	916.36	816.92	70.11
度	收入占比(%)	7.95%	3.95%	3.01%	2.67%	0.23%
2019年	销售收入	581.15	1,167.52	427.49	754.87	91.40
度	收入占比(%)	2.24%	4.50%	1.65%	2.91%	0.35%

注：1、以上收入金额不含税；2、收入占比=各客户销售收入/公司当期营业收入。

报告期内，中国中车、长城汽车、中国一汽、三一集团位列公司前五大客户，是公司重要的营收来源。公司为前述客户提供的产品均为橡塑制品，依靠较强的橡胶材料技术研发能力、产品设计能力以及同步开发、配套供应能力等能力，与知名客户取得长期合作。

(二) 在客户数量众多、单一客户销售规模较低的情况下，发行人与相关客户的合作是否能够实际体现发行人的竞争力，相关客户销售的产品是否为发行人的密封材料等主要产品

## 1、发行人形成客户数量众多、单一客户销售收入较低的原因

### (1) 公司橡塑业务发展历程

1989年至1992年，公司创始人李藏稳、李藏须以家庭手工坊形式进入机械维修及配件制作行业，主要制作橡胶密封件如O型圈、油封等，服务农用机械制造企业客户，在该阶段，熟悉了解客户对橡胶制品的各项广泛性能需求。

1992年至1998年，创始人正式成立公司，以公司制形式开展橡胶业务。并引进了橡胶混炼胶生产设备，开始自主设计研发混炼胶材料配方，除满足自身需求外，瞄准公司所在地区的橡胶制品市场，为周边的制品企业群体提供性能优良、质量稳定的混炼胶材料。

1998年至2010年，公司建立了混炼胶专业生产车间，产能规模不断扩大，销售额逐年增长，依靠优质的产品获得周边大量橡胶制品企业客户的广泛认可。同期，公司获得ISO16949、ISO9001、ISO14001等质量体系认证，生产经营更加规范，橡胶制品业务也在技术积累中发展迅速，为客户解决了较多密封、减震类问题，成功进入中国一汽、长城汽车、三一重工、大运汽车、华泰汽车、丹东曙光等知名汽车厂的供应商体系，为其配套供应橡胶密封件、减震件。

2010年至2022年，公司与中国中车开展业务合作，并在高铁领域取得较大销售收入。公司已取得开展军工业务所必需的经营资质和资格认证，向航空航天领域的军工客户供应高端橡塑制品。发展至今，公司在服务众多客户过程中已积累两千余种橡胶材料配方，涵盖特种橡胶及通用橡胶混炼胶，且逐渐迈入中高端市场。依托较强的技术实力，公司已成为专业化、精细化、特色化及具有创新水平的技术导向型企业。

未来，公司将以汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械等中高端领域橡塑制品为主要发展方向，以改性特种工程塑料为业务辅助，以特种及通用橡胶混炼胶为技术基底，形成具有差异化竞争优势的三级发展业务架构。公司将继续利用在橡塑材料的技术研发经验与优势，调动技术人才积极性，持续增强研发实力，开发符合客户需求的高性能橡塑材料及制品。

### (2) 公司客户结构

公司主营业务为橡塑材料与橡塑制品的研发、生产与销售，截至报告期末，公司橡塑材料与橡塑制品的收入与客户数量如下：

项目		2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
橡塑材料	销售收入（万元）	12,293.36	26,287.32	21,546.32	19,522.83
	客户数量（家）	801	1,157	1,051	1,010
橡塑制品	销售收入（万元）	3,919.10	9,902.34	8,782.14	6,311.47
	客户数量（家）	140	189	173	215

公司橡塑材料客户为多为邢台市及周边区域以生产橡塑制品为主的企业，单家客户收入规模主要在 50 万元以下，相对比较分散；橡塑制品客户主要为为汽车、高铁、飞机、工程机械、石油机械等主机设备制造商。

报告期内，橡塑材料客户数量远多于橡塑制品客户，主要原因系：

#### ①区域市场客户对橡塑材料需求广泛

公司所在地邢台市于上世纪八十年代中期形成汽车、农用机械、摩托车配件制造与售后市场，其对橡胶制品等零配件的需求较大且不断增长。经过数十年发展，当地制造业发展更具规模，汽车、铁路、船舶、航空航天、通用及专用设备制造、金属冶炼等产业逐步成长壮大，对工业零部件橡胶制品的需求更加庞大且逐渐高端化。基于此背景，当地及周边橡胶制品企业在这一市场机会中快速发展，并呈现出企业集群化、数量众多、区位距离相近的特点，为公司橡塑材料业务发展扩张提供了良好的市场空间。公司在市场需求提升中开发性能更高的橡塑材料，依据优质的产品质量获得更多客户的认可。

在客户数量方面，根据河北省统计局公开数据，2022 年 6 月份全省橡胶和塑料制品业规模以上（主营业务收入为 2,000 万元及以上的工业法人单位）工业企业单位有 935 家。根据工商信息查询，邢台市约有 4,000 家橡塑制品企业存续经营，主要集中在面向汽车制造、专用及通用设备制造、铁路船舶制造、金属及非金属矿物制造、电气机械制造等下游客户供应橡塑制品。根据邢台市任泽区橡胶制品分会统计，当地橡胶制品分会有 600 余家会员单位，除此外，任泽区及周边巨鹿县、清河县、威县有数千家个体工商户从事售后市场的通用规格零部件生产，产品销往全国各地汽修配件零售部。

因此，受益于当地较广阔的下游市场领域及较多的客户数量，橡塑材料在当地具有较为庞大的市场需求。公司凭借良好的橡塑材料产品质量、产品供应能力、新材料开发实力、客户需求响应速度优势及服务能力，收获了报告期各期数量超

千家的客户规模。

## ②橡塑材料客户采购模式

公司橡塑材料客户为非轮胎橡塑制品生产企业，一般采用多批少量的采购方式。主要是由于非轮胎橡塑制品相比于轮胎橡胶制品，属于零部件产品，体积普遍偏小，单个产品原材料消耗相对较少，导致客户的材料采购量偏小。橡塑材料的市场价格由于与橡胶、炭黑等大宗商品价格关系密切，波动较大，客户一般不囤积货物，且公司离客户位置近，货物运输便利，由此形成了客户多批少量的采购模式。

## 2、发行人与相关客户的合作是否能够实际体现发行人的竞争力

公司所在行业属于技术导向型行业，产品的技术含量、性能水平是行业企业的立足之本。公司客户结构中虽然中小客户数量较多，但以生产型企业为主，客户在采购公司橡塑材料后用于加工橡塑制品，对橡塑材料的性能仍有一定要求。公司需在橡塑材料配方开发、性能提升上持续投入，才能获得客户的持续认可。

在橡塑材料长期稳健生产经营中，公司构建了丰富齐全的橡塑材料品类体系，涵盖丁腈橡胶、氟橡胶、氢化丁腈橡胶等特种混炼胶，及三元乙丙橡胶、天然橡胶等通用混炼胶，以及其他如顺丁橡胶、丁苯橡胶、硅橡胶、氯丁橡胶等市场需求度较高的品类。并且公司在橡塑材料领域形成了 2,400 余种材料配方，熟悉各种材料的性能差异，储备配方数据库，能够根据不同客户对材料的个性化需求，及时量身定做满足客户需求的材料。

在产业链协同方面，公司在材料业务方面的发展能为自身橡塑制品业务提供优质原材料，从源头保障橡塑制品质量水平，并且为发展橡塑制品业务奠定了扎实的材料开发基础，为打入航空、高铁等高端市场领域提供了充足技术支持。目前材料与制品业务已实现产业链协同，为公司降低了原材料外购成本与质量风险。

在与相关客户的合作中，公司在材料种类、配方数量、开发经验与技术实力方面、客户服务能力方面具有充足竞争力。

## 3、相关客户销售的产品是否为发行人的密封材料等主要产品

公司橡塑材料客户数量众多，涉及行业较广，包括汽车、轮船、铁路、摩托车、工程机械、石油、矿山等，其向下游销售的橡塑制品包括密封圈、油封、密封条、减震器、农用轮胎、胶管、离合器减震垫、半导体等，产品种类较多，功

能多样，除满足密封需求外，还可用于减震、流体输送、隔音等用途。

橡塑材料客户的产品类型与公司生产的橡塑制品在功能用途上有一定重合度，但在产品规格、供应模式、客户市场等方面存在较大差异。公司橡塑制品立足差异化发展战略路线，依托自研材料配方保障制品性能水平，自主建设橡塑产业技术研究院，持续从清华大学、青岛科技大学等高等院校引进高分子材料领域的高端技术人才，自主建设 CNAS 实验检测中心，配置各类中高端实验检测设备，专注汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械等中高端市场，与客户同步开发、配套供应中高端橡塑制品。

综上所述，公司橡塑制品实现差异化发展，橡塑材料客户与公司不构成直接竞争。

(三) 说明除相关知名客户外其他客户的销售收入和复购情况，下游客户是否实际主要为中小橡塑制品厂商，发行人收入是否主要来自于中小厂商的复购，发行人在招股书中多处强调与知名客户的合作是否会误导投资者。

1、报告期内，公司除相关知名客户外其他客户的销售收入和复购情况如下：

年度	其他客户			知名客户		
	销售收入	收入占比	复购收入	复购率	销售收入	收入占比
2022年1-6月	14,157.96	87.23%	-	-	2,071.95	12.77%
2021年度	30,359.06	83.89%	27,324.77	75.50%	5,830.60	16.11%
2020年度	24,899.79	82.10%	22,794.06	75.16%	5,428.67	17.90%
2019年度	22,811.87	88.30%	-	-	3,022.43	11.70%

注：复购率=复购客户当期销售收入/公司当期销售收入。复购客户为在报告期内任意两年内产生销售收入的客户。

2、下游客户是否实际主要为中小橡塑制品厂商，发行人收入是否主要来自于中小厂商的复购，发行人在招股书中多处强调与知名客户的合作是否会误导投资者。

报告期内，公司下游客户结构及毛利情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
----	-----------	-------	-------	-------

橡塑材料	销售收入（万元）	12,293.36	26,287.32	21,546.32	19,522.83
	客户数量（家）	801	1,157	1,051	1,010
	销售毛利（万元）	2,077.70	5,690.89	5,918.66	4,687.03
	毛利占比	58.71%	52.82%	57.55%	62.96%
橡塑制品	销售收入（万元）	3,919.10	9,902.34	8,782.14	6,311.47
	客户数量（家）	140	189	173	215
	销售毛利（万元）	1,461.27	5,042.50	4,329.08	2,716.83
	毛利占比	41.29%	46.81%	42.09%	36.49%

报告期内，公司橡塑材料客户数量多，是基于当地橡塑产业发展现状而形成，具体见本问询回复“问题四之二（二）1、（2）公司客户结构”。

### （1）橡塑材料客户的重要性

橡塑材料客户每年为公司带来 70%以上的销售收入，但单家客户收入平均仅在 20 万元左右，金额较低且数量较为分散，单家客户创造的销售毛利平均在 4-5 万元之间。报告期内，单家客户的收入变动对公司总体销售收入及利润影响较小。

### （2）橡塑制品客户的重要性

#### ①财务方面重要性

橡塑制品客户每年为公司带来 20%以上销售收入，单家客户收入平均在 50 万元以上，大幅高于橡塑材料单客平均收入。并且相比橡塑材料而言，橡塑制品业务的盈利能力更强，能够为公司创造较多销售毛利且逐年上升。截至报告期末，橡塑制品业务创造的销售毛利占公司销售毛利达 46.81%。单家客户毛利平均达到 26.68 万元，大大超过橡塑材料单家客户毛利平均值，是公司重要的盈利来源。

#### ②业务方面重要性

公司橡塑制品客户主要为中国中车、长城汽车、三一集团、中国一汽等知名企业以及军工企业，产品应用于汽车、高铁、航空航天、工程机械、石油机械等中高端领域。前述领域由于产品的工作环境较为恶劣，对橡胶零部件的质量要求苛刻，特别是航空领域常年处于高压高速高寒环境，属于橡胶制品的最高端应用领域。公司目前已经与军工企业建立合作关系，在航空领域实现了成功合作，代

表公司橡胶技术水平、产品质量与整体供应能力得到了高端市场认证。

另外，橡塑制品客户出于对自身产品品质的把控，对供应商技术实力、生产能力、配套零部件质量均具有较高要求，需对供应商进行一系列较长周期的产品检验、资质认证，供应商才能进入其供应链。在确定与供应商的合作关系后，为了确保产品的安全性、稳定性，客户通常不会轻易更换供应商。与前述橡塑制品客户的合作为公司形成了较强的客户资源护城河，也增强了公司在中高端领域较强的综合竞争力。

前述领域也为公司未来的主要发展方向，将继续利用在橡塑材料的技术研发经验与优势，持续增强产品及模具开发等研发实力，供应符合客户需求的特种橡塑材料及制品。

因此，公司结合客户销售收入贡献、毛利贡献、客户对公司重要性、客户损失风险，综合判断中小橡塑制品厂商并非为公司的主要客户，公司在招股书中披露的前五大主要客户遵循信息披露要求，与事实相符，与招股书整体表述一致。在招股书中多处强调与知名客户的合作也与公司技术研发方向、未来发展战略相吻合，不存在误导投资者的情形。

三、说明一般橡胶企业都会自建混炼胶生产车间的原因，橡塑制品企业是否普遍掌握能够满足其产品性能要求的橡塑材料配方和生产工艺，橡胶材料的配方和生产工艺是否实际具有技术门槛，结合与同行业其他公司橡塑材料和橡塑产品性能指标的比较情况，进一步分析说明发行人产品是否具有先进性和不可替代性，结合行业发展趋势，说明橡塑制品行业是否存在规模化和集中度提高的趋势，是否会导致大量橡塑制品企业提高橡塑材料生产能力，是否会发行人竞争力和持续经营能力产生不利影响。

#### （一）说明一般橡胶企业都会自建混炼胶生产车间的原因

##### 1、自建车间可满足自身较高的混炼胶需求量

混炼胶是生产橡胶制品的关键原材料，混炼胶的性能水平对提升橡胶制品质量具有重要作用。一般情况下，为保障原材料性能稳定、供应及时，具有配方研发能力、资金实力、对混炼胶需求量大且质量要求高的橡胶制品企业会自建混炼胶车间。同行业公司中鼎股份、拓普集团、朗博科技、川环科技、天铁股份等均

建有混炼胶车间，保障自身对混炼胶的较高需求。

## 2、自建车间利于把控混炼胶材料质量

橡胶制品产业链下游如汽车（如发动机、底盘系统等）、高铁、飞机、工程机械、石油机械等属于中高端应用领域，制品的应用环境较为苛刻且在主机装备中的重要性较高，因此客户对橡胶零部件性能水平和供应商产品供应能力、质量把控能力提出更高要求。

为满足客户的高标准要求，保障产品供应稳定性，销往中高端领域的橡胶制品企业对混炼胶材料质量把控更加严格，往往采取自主研发、自主生产的方式实现对混炼胶质量的全流程控制。自建车间利于企业掌控全链条生产流程，从源头把控原材料质量，包括生胶、配合剂材料的选择及用量搭配，自主设计投料、塑炼、混炼、停放等生产工艺，利于减少与外部工厂的潜在纠纷、沟通成本，提高产品交货效率与质量。

## 3、自建车间利于保护材料配方机密

配方是包括橡胶、配合剂及其配比的方案，是影响混炼胶材料性能水平的关键要素。对于橡胶企业来说，材料配方是公司立足之本，是未来发展的核心竞争力，属于重要的商业秘密。在委托外部厂家生产橡胶材料过程中，需向厂家提供配方组分用量及生产工艺，若外部厂家在配方管理方面不到位，容易造成企业配方数据泄露。因此橡胶企业会采用自建混炼胶车间及生产线的方式，独立开展混炼胶生产，控制材料选择、投放、混炼等关键工序，大大加强商业秘密保护。

## 4、公司自建混炼胶车间的原因

公司创立之初，主要从事橡胶密封件的研发、生产，在二十余年经营发展中积累了丰富的混炼胶配方研发、生产经验，能够满足客户对特种及通用混炼胶的定制化性能要求。同时公司所在区域拥有较为广阔的橡胶制品市场，如汽车、航空、高铁、工程机械、农用机械等配套及售后领域，制品厂家数量众多，对橡胶材料需求总量较大，但缺少技术成熟、规模较大的混炼胶厂家，客户需求难以得到满足。因此基于技术实力与市场空间背景，公司逐步建设并扩大混炼胶产能规模，发挥自身积累的配方研发实力，为当地客户提供优质的混炼胶材料。

随着公司橡胶制品业务逐步向高铁、航空航天等高端领域拓展，客户对供应

商的生产供应能力、技术实力等综合能力要求更高。公司自建车间能够把控原材料采购、配方研发、性能检验，为高端橡胶制品提供性能稳定的橡胶材料，满足客户对材料及产品的高质量要求。公司自建混炼胶车间真正实现了从材料到产品良好的产业链协同，大大增强公司在行业竞争中的综合实力。

**(二) 橡塑制品企业是否普遍掌握能够满足其产品性能要求的橡塑材料配方和生产工艺**

橡塑制品企业并非普遍掌握能够满足其产品性能要求的橡塑材料配方和生产工艺。有能力生产橡塑制品的企业不一定能够生产橡塑材料，主要原因系橡塑材料与橡塑制品的生产流程、关键工序、研发体系、设备类型、原材料构成不同，具体如下：

项目	橡塑材料	橡塑制品
生产流程	配方备料-密炼-压片-冷却-切割-检验-包装入库	混炼胶预成型、骨架处理、模具制造-硫化-修边-检验-包装入库
关键工序	投料、密炼	硫化
研发体系	配方开发、生产工艺设计	材料选择、产品结构设计、生产工艺设计、模具开发等
设备类型	密炼机、开炼机、上辅机等	硫化机
原材料	橡胶生胶，炭黑、促进剂、增塑剂、硫化剂等配合剂	混炼胶材料，骨架

**1、大型制品企业具备橡塑材料研发能力**

橡塑材料的生产流程、工序、研发体系、设备类型、原材料与橡塑制品存在较大差别，若制品企业产业链延伸至材料的研发与生产，需要在生产端、技术端、设备及原料端进行大量资金投入，购置额外土地、生产设备、检测设备，建设专业混炼胶生产车间、专业材料研发团队，采购大量橡胶、炭黑等原材料。

其次，考虑到橡塑材料配方与生产工艺的复杂性，研发橡塑材料具有一定技术难度、时间成本以及研发失败的风险。需要企业在材料领域长期探索，熟悉各类橡胶生胶、配合剂在不同工艺中的特性表现，持续积累研发经验及试验数据，才能够掌握橡塑材料研发能力。因此往往只有大型制品企业才能够承担材料研发前期较大的资金投入与研发过程中的材料、人工、检测成本，以及研发失败风险。

目前行业内已上市的橡胶制品企业如中鼎股份、拓普集团以及可比公司朗博科技、浙江仙通、川环科技、天铁股份等，资金、技术实力均比较强，有能力自

主研发、生产、试验满足其产品性能要求的橡塑材料。

## 2、中小型制品企业掌握材料研发能力难度较大

由上所述，研发橡塑材料需承担材料研发前期较大的资金投入与研发过程中的材料、人工、检测成本，以及研发失败风险，中小型制品企业收入规模一般较小，资金实力偏弱，难以支撑较长周期的材料研发。因此中小型制品企业受限于此，掌握橡塑材料的配方研发与生产工艺设计能力难度较大。

### （三）橡胶材料的配方和生产工艺是否实际具有技术门槛

公司生产的橡胶材料为混炼胶，由橡胶生胶和配合剂混炼而成。橡胶生胶属于一种通用性化工材料，但由于结构、功能、性能单一，无法满足橡胶制品的使用要求，不能进行直接工业应用，需通过物理混炼方式进行深加工。物理混炼即将炭黑、促进剂、增塑剂、硫化剂等配合剂通过机械力（包括剪切、拉伸、撕裂、啮合等）作用均匀分散于橡胶生胶中，使原有材料的分子结构进行重新组合，改善生胶较差的使用性能。生胶与其他配合剂分子在不同的组合方式下能够实现最终材料的不同性能或者特殊功能，该工艺统称为材料改性。

材料改性的核心目的是实现客户指定的材料性能与特殊功能。对材料改性的研究主要包括两方面，一是对材料改性配方的研究，二是对材料改性生产工艺的研究。

橡胶材料改性配方的研究是一种试验性研究。技术人员通过将橡胶制品在实际应用环境中反复多次试验，根据橡胶制品性能的变化情况探寻出各种材料配方组分的最佳搭配比例，将特定性能的材料参数固定为具体数据，即形成配方。配方是橡胶企业需要经过多年的积累才能形成的技术优势，是企业在橡胶领域实现产品高端化的技术基石。

橡胶材料改性生产工艺的研究主要是根据不同橡胶的流变性质，正确选择橡胶加工条件。结合塑炼、密炼、开炼、压延、压出等多种工艺，调整材料混合次数、配合剂投放顺序、胶料停放时间、调整硫化次数等具体生产环节，使材料达到最佳的加工状态。工艺的设计能够实现

对于橡胶改性的研究能够推动企业在耐高低温、耐磨、耐介质腐蚀、耐老化、绝缘、阻燃等方面实现更加多样、高端的材料性能表现，解决高端领域客户对橡胶材料的复杂需求。公司在 20 余年的材料研发与生产经营中形成了 2,400 余种

标准化材料配方，为公司在未来市场竞争中构建了技术护城河。

（四）结合与同行业其他公司橡塑材料和橡塑产品性能指标的比较情况，进一步分析说明发行人产品是否具有先进性和不可替代性

### 1、橡塑材料性能指标比较

公司所在行业尚无主营橡塑材料的上市公司，行业内橡塑材料性能指标的公开信息较少。公司根据同行业非上市公司，如天津国成橡胶工业有限公司（以下简称“天津国成”）、天津中和胶业股份有限公司（以下简称“天津中和”）、常州海霸橡胶有限公司（以下简称“海霸橡胶”）、天津市天行健橡胶制品有限公司（以下简称“天行健橡胶”）、福州国台橡胶有限公司（以下简称“福台橡胶”）的官方网站披露信息进行性能指标比较：

材料种类	同行业公司	性能指标			
		硬度 ShoreA	拉伸强度 MPa	扯断伸长 率%	压缩变形 率%
三元乙丙 橡胶	天津中和	58	8.1	280	-
	天津国成	62	10.2	400	72
	天行健橡胶	71	12.5	350	60
	发行人	58	10	506	30
丁腈橡胶	海霸橡胶	69	12.7	332	14.8
	天津国成	74	17.7	310	21
	天行健橡胶	74	17.5	315	21
	发行人	69	20	373	19
天然橡胶	福台橡胶	84	8.3	480	-
	发行人	83	18	310	31

根据上表，公司与同行业公司相比，不同橡塑材料的各项性能指标均有差异。主要原因系不同企业的材料应用领域、场景不同、客户性能要求不同、材料配方、生产工艺不同，且受限于公开信息的片面性，缺少一致的性能衡量标准，导致公司与同行业公司的材料性能可比性差。

### 2、橡塑制品性能指标比较

目前行业内尚未针对橡塑制品性能水平制定标准，产品性能的技术要求由客

户与供应商共同协商确定。公司根据行业经验判断，中高端市场领域的产品由于对性能要求较为苛刻，因此应用于中高端市场领域的产品性能方面更具有优势。与同行业公司相比，公司产品已进入高铁、工程机械、石油机械领域，具体产品性能有如下优势：

市场领域	产品名称	客户技术标准	公司产品性能参数
高铁领域	橡胶板、橡胶隔板、操纵台防滑垫等系列产品	轨道交通装备产品禁用和限用物质要求： 1、石棉：禁用； 2、多溴联苯（PPBs）： $\leq 0.1\%$ ； 3、多溴二苯醚（PBDEs）： $\leq 0.1\%$	1、石棉：禁用； 2、多溴联苯（PPBs）： $\leq 0.1\%$ ； 3、多溴二苯醚（PBDEs）： $\leq 0.1\%$
		铁路客车非金属材料阻燃技术条件： 1、氧指数 $\geq 30\%$ ； 2、45°燃烧，难燃级； 3、烟密度 $\leq 200$ ； 4、毒性指数 $\leq 1.2$	1、氧指数 $\geq 30\%$ ； 2、45°燃烧，难燃级； 3、烟密度 $\leq 200$ ； 4、毒性指数 $\leq 1.2$
石油机械	格莱圈	1、拉伸强度 $\geq 15\text{MPa}$ ； 2、拉断伸长率 $\geq 150\%$	1、拉伸强度 $\geq 20\text{MPa}$ ； 2、拉断伸长率 $\geq 200\%$
工程机械	密封圈	1、硬度：70 $\pm 5$ ShoreA 2、拉伸强度： $\geq 11\text{MPa}$ ； 3、压缩永久变形（100°C $\times$ 70h） $\leq 50\%$ ； 4、耐 IRM901 油（100°C $\times$ 70h）体积变化：（-10 $\sim$ +5）% 5、耐 IRM903 油（100°C $\times$ 70h）体积变化：（0 $\sim$ +25）%	1、硬度：70 $\pm 5$ ShoreA 2、拉伸强度： $\geq 15\text{MPa}$ ； 3、压缩永久变形（100°C $\times$ 70h） $\leq 35\%$ ； 4、耐 IRM901 油（100°C $\times$ 70h）体积变化：（-10 $\sim$ +5）% 5、耐 IRM903 油（100°C $\times$ 70h）体积变化：（0 $\sim$ +25）%

公司高端领域客户包括中国中车以及军工客户，报告期内获得来自高端客户较多的销售收入，且公司与高端客户已形成产品配套供应合作关系，产品质量、研发能力受到客户信赖，因此进入高端客户的橡塑产品供应体系即代表公司产品具有先进性，与客户稳固的配套供应合作关系代表客户不会轻易更换供应商，公司产品被同行业竞争者替代难度较大。

（五）结合行业发展趋势，说明橡塑制品行业是否存在规模化和集中度提高的趋势，是否会导致大量橡塑制品企业提高橡塑材料生产能力，是否会发行人竞争力和持续经营能力产生不利影响

## 1、行业发展趋势

我国橡胶制品行业市场参与者数量众多，细分行业产业定位存在差异化。国内橡胶制品业门类齐全，包含轮胎，橡胶板、管、带，橡胶零件，再生橡胶，日常及医用橡胶制品以及其他橡胶制品六大产品分类，整个行业产品种类多、应用领域跨度大。

我国橡胶制品行业将向产业集群化方向发展。国内橡胶制品行业已形成了以长三角区域为典型代表的区域性产业集群，与下游行业制造中心毗邻或部分重叠，具有区位优势与产业配套的双重优势，从而会进一步强化优势地区的行业领先地位，促进产业集聚更加向集群化方向发展。国内橡胶制品行业主要集中于上海、浙江、江苏、安徽等省份。

下游领域技术的革新为橡胶制品开拓更多的应用场景，创造新的需求，例如新能源汽车的普及、智能电网的建设都对行业内的企业提出了更高的要求。另外，随着环保要求趋严、产业结构升级、行业各项标准的制定和完善，低端橡胶制品将逐步退出市场，而行业内领先厂商凭借优质的产品质量和良好的口碑以及丰富的渠道，将进一步巩固其领导地位，行业集中度将进一步增加。

## 2、行业发展趋势对公司竞争力和持续经营能力的影响

随着橡塑制品行业规模化与集中度提高的趋势，行业领先厂商的制品销量提升、市场规模扩大会无疑提高自身橡塑材料的生产供应规模。但橡塑材料产能提升需要企业投入大量资金额外购置土地、新建独立炼胶车间、外购更为先进的密炼机等生产设备，并非大多数制品企业都能实现同样的业务发展路径。而且目前橡塑制品行业内小而散的企业众多，大部分企业尚不具备自建混炼胶车间、自行生产具有市场竞争力的橡塑材料的能力。

公司已在橡塑材料领域内耕耘多年，目前拥有 6 条成熟的混炼胶生产线，涵盖特种及通用混炼胶，实际产量已超过 2 万吨。生产管理运行高效，环境保护合法合规，历史上未发生重大生产事故、环保处罚等不利情形。此外，公司与上游原材料供应商已建立起深度合作、长期稳定的战略合作关系，能够获得优于市场平均水平的价格优惠力度，已经建立了规模化材料采购优势，与供应商进行价格谈判的议价能力较强，综合竞争力较强。

因此，综上所述，橡塑制品行业规模化和集中度提高的发展趋势，不会导致

大量橡塑制品企业提高橡塑材料生产能力,不会影响公司的竞争力和持续经营能力。

## 【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、获取发行人收入明细表,分析统计知名客户与其他客户的收入占比、变动、复购数据;
- 2、获取发行人收入台账,复核发行人统计的按客户分不同规模的收入统计表,比较与同行业公司是否存在差异,分析差异的原因;
- 3、根据可比公司年度报告、招股书分析客户集中度、业务变化情况、成本变化情况;
- 4、询问发行人实际控制人,查阅发行人历史发展资料,了解橡塑材料对于发行人的重要性;
- 5、查询天眼查、河北统计局,了解当地橡塑企业分布情况;
- 6、查询橡塑材料同行业公司的官方网站,了解其橡塑材料性能指标;
- 7、询问发行人销售负责人,了解公司橡塑材料及制品市场竞争力,未来行业的发展趋势。

### 二、核查意见

经核查,申报会计师认为:

- 1、发行人对报告期内不同销售规模客户数量分布情况的说明准确,由于发行人在产业链中所处位置、目标客户、获客和商业模式存在差异,发行人客户集中度低于可比公司具有合理性;
- 2、报告期内,中国中车、长城汽车、中国一汽、三一集团位列公司前五大客户,是发行人重要的营收来源。发行人为前述客户提供的产品均为橡塑制品,依靠较强的橡胶材料技术研发能力、产品设计能力以及同步开发、配套供应能力等能力,与知名客户取得长期合作。
- 3、在客户数量众多、单一客户销售规模较低的情况下,发行人与相关客户的合作在材料种类、配方数量、开发经验与技术实力方面、客户服务能力方面具

有充足竞争力。

4、结合客户销售收入贡献、毛利贡献、客户损失风险，综合判断中小橡塑制品厂商并非为公司的主要客户，发行人在招股书中披露的前五大客户遵循了信息披露要求，与事实相符，与招股书整体表述一致。在招股书中多处强调与知名客户的合作也与公司技术研发方向、未来发展战略相吻合，不存在误导投资者的情形。

5、一般具有配方研发能力、资金实力、对混炼胶需求量大且质量要求高的企业会自建混炼车间。自建混炼胶车间有利于企业可满足自身较高的混炼胶需求量，把控混炼胶材料质量，保护材料配方机密。

6、目前行业内已上市的企业如中鼎股份、拓普集团以及可比公司朗博科技、浙江仙通等，资金、技术实力均比较强，有能力自主研发、生产、试验满足其产品性能要求的橡塑材料，而中小型企业受限于此，则难以掌握材料的配方研发与生产工艺设计能力。

7、发行人与同行业公司相比，不同橡塑材料的各项性能指标均有差异。主要原因系不同企业的材料用途不同、客户对材料的性能标准要求不同、配方、生产工艺不同，且受限于公开信息的片面性，缺少统一的性能衡量标准，导致发行人与同行业公司的材料性能可比性差。

8、发行人高端领域客户包括中国中车以及军工客户，报告期内获得来自高端客户较多的销售收入，且发行人与高端客户已形成产品配套供应合作关系，产品质量、研发能力受到客户信赖，因此进入高端客户的橡塑产品供应体系即代表发行人产品具有先进性，与客户稳固的配套供应合作关系代表客户不会轻易更换供应商，发行人产品被同行业竞争者替代难度较大。

9、橡塑制品行业存在规模化和集中度提高的发展趋势，不会导致大量橡塑制品企业提高橡塑材料生产能力，不会影响发行人的竞争力和持续经营能力。

## **问题5.其他问题**

(1) 关于股东无息借款未计提利息费用。根据申报材料及回复文件，发行人向科慧投资和邢台汇聚的部分借款未支付利息，未计提财务费用。请发行人说明认为相关无息借款利息不属于对企业资本性投入的依据，并结合《企业会计准

则解释第 5 号》等具体规定，说明相关判断论述是否准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则解释第 5 号》的规定要求。

(2) 2021 年发函率较低。根据回复文件，保荐机构、申报会计师函证过程中，报告期各期营业收入函证比例分别为 90.96%、90.59%、77.65%。请发行人说明报告期各期函证对象的选取方式，2021 年发函比例低于前两年的具体原因。

(3) 关于信息披露豁免。根据申请文件，发行人部分信息以涉及国家秘密为由申请豁免披露。请发行人按照《指引第 1 号》1-30 的要求，在信息披露豁免的申请文件中逐项说明将相关信息认定为国家秘密的依据和理由是否充分、合规。

请保荐机构核查上述事项，申报会计师核查问题 (1) (2)，发行人律师核查问题 (3)，并发表明确意见。

### 【发行人回复】

一、关于股东无息借款未计提利息费用。根据申报材料及回复文件，发行人向科慧投资和邢台汇聚的部分借款未支付利息，未计提财务费用。请发行人说明认为相关无息借款利息不属于对企业资本性投入的依据，并结合《企业会计准则解释第 5 号》等具体规定，说明相关判断论述是否准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则解释第 5 号》的规定要求。

根据《企业会计准则解释第 5 号》规定，企业接受代为偿债、债务豁免或捐赠，按照企业会计准则规定符合确认条件的，通常应当确认为当期收益；但是，企业接受非控股股东（或非控股股东的子公司）直接或间接代为偿债、债务豁免或捐赠，经济实质表明属于非控股股东对企业的资本性投入，应当将相关利得计入所有者权益（资本公积）。

邢台慧聚为公司控股股东，科慧投资持有邢台慧聚 100% 股权，为公司间接控股股东。根据《关于做好执行会计准则企业 2008 年年报工作的通知》（财会函[2008]60 号）规定：如果接受控股股东或控股股东的子公司直接或间接的捐赠，从经济实质上判断属于控股股东对企业的资本性投入，应作为权益性交易，相关利得计入所有者权益（资本公积）。

公司向邢台慧聚、科慧投资的部分借款未支付利息，未计提财务费用属于债务豁免或捐赠，属于控股股东及间接控股股东对公司的资本性投入。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，考虑所得税后，影响净利润金额分别为 0 万元、1.51 万元、10.97 万元，占报告期各期净利润的比重分别为 0.00%、0.03%、0.25%，对公司净利润影响较小，未予以调整。

2022 年 5 月份公司向邢台慧聚进行无息借款，并于 6 月份归还。公司已对该笔无息借款在 2022 年上半年计提利息费用 3.29 万元，符合相关会计准则要求。

二、2021 年发函率较低。根据回复文件，保荐机构、申报会计师函证过程中，报告期各期营业收入函证比例分别为 90.96%、90.59%、77.65%。请发行人说明报告期各期函证对象的选取方式，2021 年发函比例低于前两年的具体原因。

报告期各期函证对象的选取方式：

- (1) 选取销售额在 100 万（含）以上的客户全部进行函证；
- (2) 选取交易频繁但期末余额较小的客户以及异常交易的客户进行函证；
- (3) 除上述特定选取的样本以外，其余客户进行随机选样，以达到客户发函销售额占当年销售额 75%以上。

2021 年发函比例低于前两年主要原因系 2020 年公司更换会计师事务所，其在 2020 年年报执行发函程序时，将所选取客户 2018~2020 年三年销售额放置一个函证表中进行函证，为保证一张函证表数据的完整性，当年抽取的样本在其他年度存在时，均进行了函证，故 2019 年及 2020 年选取的样本较 2021 年较多。

报告期各期，营业收入函证情况具体如下：

单位：万元

2022 年 1-6 月							
项目	销售收入	发函数量 (家)	发函金额	发函比例	回函数量 (家)	回函金额	回函金 额占收 入比
100 万（含） 以上	7,150.16	36	7,150.16	100.00%	33	6,145.56	85.95%
10 万（含） 至 100 万	7,682.41	169	6,107.43	79.50%	163	5,751.01	74.86%
10 万以下	1,397.34	27	71.01	5.08%	24	87.29	6.25%
合计	16,229.91	232	13,328.60	82.12%	220	11,983.86	73.84%

2021 年度							
项目	销售收入	发函数量 (家)	发函金额	发函比例	回函数量 (家)	回函金额	回函金 额占收 入比
100 万 (含) 以上	20,754.12	88	20,754.12	100.00%	84	19,980.60	96.27%
10 万 (含) 至 100 万	13,706.82	149	7,416.56	54.11%	128	6,754.34	49.28%
10 万以下	1,836.92	9	13.64	0.74%	5	8.44	0.46%
合计	36,297.86	246	28,184.32	77.65%	217	26,743.38	73.68%
2020 年度							
项目	销售收入	发函数量 (家)	发函金额	发函比例	回函数量 (家)	回函金额	回函金 额占收 入比
100 万 (含) 以上	17,964.40	75	17,964.40	100.00%	61	12,239.55	68.13%
10 万 (含) 至 100 万	10,866.40	264	9,489.27	87.33%	224	8,090.59	74.46%
10 万以下	1,643.52	73	152.23	9.26%	52	90.71	5.52%
合计	30,474.32	412	27,605.90	90.59%	337	20,420.85	67.01%
2019 年度							
项目	销售收入	发函数量 (家)	发函金额	发函比例	回函数量 (家)	回函金额	回函金 额占收 入比
100 万 (含) 以上	14,183.43	70	14,183.43	100.00%	57	10,737.58	75.71%
10 万 (含) 至 100 万	10,107.24	271	9,234.95	91.37%	220	7,539.62	74.60%
10 万以下	1,628.51	71	157.28	9.66%	62	119.43	7.33%
合计	25,919.18	412	23,575.66	90.96%	339	18,396.63	70.98%

### 【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；

- 2、查阅发行人同期银行贷款利息，对资金拆借未付利息进行测算；
- 3、对报告期各期发函进行复核，对函证情况进行分析。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、根据《企业会计准则解释第 5 号》等具体规定，发行人向科慧投资和邢台汇聚的部分借款未支付利息，未计提财务费用，属于债务豁免或捐赠，属于对企业的资本性投入，由于未支付的利息金额较小，对利润影响较小，未予以调整。

2、申报会计师对报告期各期函证对象的选取方式为：选取销售额在 100 万（含）以上的客户全部进行函证，选取交易频繁但期末余额较小的客户以及异常交易的客户进行函证，除上述特定选取的样本以外，其余客户进行随机选样，以达到客户发函销售额占当年销售额 75%以上，报告期各期函证充分且适当。

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科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



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



二〇二二年九月 二十 日