

立信会计师事务所(特殊普通合伙)关于
宁波西磁科技发展股份有限公司
首次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[2023]第 ZA439 号

北京证券交易所:

本所接受宁波西磁科技发展股份有限公司(以下简称“西磁科技”或“公司”或“发行人”)的委托,对公司包括 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2022 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表,2020 年度、2021 年度和 2022 年度期间的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及其他相关财务资料进行审计(核)。西磁科技的责任是提供真实、合法、完整的相关资料,本所的责任是根据《中国注册会计师审计准则》的有关规定进行相关审计(核),并已出具了相应的审计(核)报告。

根据贵所于 2023 年 6 月 6 日出具的《关于宁波西磁科技发展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》”),本所对贵所要求申报会计师核查的问题进行了审慎核查,现答复如下:

(以下如无特殊说明,本答复中简称与《宁波西磁科技发展股份有限公司招股说明书(申报稿)》中的简称具有相同含义;本答复中若出现总计尾数与所列数值总和尾数不符的情况,均为四舍五入所致;除特别注明外,金额单位均为人民币万元)

问题 1. 业绩大幅增长的原因及合理性

根据申报材料，报告期内，发行人营业收入分别为 7,827.42 万元、11,927.25 万元和 16,881.37 万元，净利润分别为 982.31 万元、1,933.81 万元和 3,159.30 万元，业绩大幅增长。

(1)业绩变动是否符合下游行业变动趋势。请发行人：①结合产品下游应用需求、产品类型等进一步细化分类说明报告期内收入的具体情况，说明报告期内收入大幅增长的原因及合理性，结合影响销售的具体因素说明收入大幅增长是否具备可持续性，是否存在收入下滑风险。②结合细分收入类型所对应的各期主要客户、产品型号、数量、价格变动、产品成本构成等因素说明收入、毛利率、净利润变动原因及合理性，说明发行人业绩变动趋势与同行业可比公司变动是否一致，相关变动情况是否符合下游行业发展趋势。③补充说明外购成品销售的主要内容及产品毛利率，是否包含核心技术产品，存在外购成品销售收入的原因及业务的可持续性。④结合市场、客户、产品结构、性能指标等因素，说明主要产品价格变动的原因及合理性，各类产品销售与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性。

(2)境外销售收入的具体情况。根据申报材料，报告期各期，境外收入分别为 4,006.78 万元、3,887.46 万元和 4,039.07 万元，占比分别为 52.02%、32.87% 和 24.09%，收入保持稳定但占比不断下降。请发行人：①补充说明报告期内境外销售情况，分别说明境外销售的国家及地区、主要客户名称、销售金额、与发行人是否签订框架协议以及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策等，结合出口地区和出口产品分析说明报告期各期主要出口客户变动情况、销售金额、占比波动情况及相应变动原因，是否存在下滑的风险。②补充说明报告期各期外销收入、海关报关数据、增值税退税金额等相关数据的匹配性，境外客户与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间是否存在关联关系。③说明境外客户的基本情况及在产业链所处的环节，发行人获取境外客户的途径和方法，相较于其同类产品供应商的竞争优劣势，结合前述情况说明合作的稳定性、可持续性，目前主要出口地区是否存在不利于发行人同境外客户合作的贸易政策、外汇政策等，如果有请分析具体影响并进行充分的风险揭示。④说明在销售所涉国家和地区是否已依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否

存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查、诉讼的情形。

(3)客户集中度不断下降的风险。发行人前五大客户收入占比分别为 35.79%、27.85% 和 23.10%，前五大客户收入占比不断下降且变动较大。请发行人：①补充说明报告期各期前十大客户情况，并说明对其销售的产品品种、规格型号、金额、数量、毛利率情况，结合主要客户的经营情况、下游产品的销售情况、产品竞争优势、在手订单情况等分析说明公司与主要客户合作的稳定性及可持续性；结合客户收入分层情况、合作年限情况、产品特性、销售模式等，说明客户集中度低的原因及合理性，是否存在客户稳定性不足而影响持续经营能力的风险。②说明报告期各期客户的数量，包括但不限于地区及收入分布情况、数量变动情况，分析说明与客户交易的稳定性、持续性，是否符合行业惯例，是否存在被替代的风险，是否对发行人的持续经营能力存在重大不利影响，并对相关事项做重大事项提示和风险揭示。③补充说明成为主要客户合格供应商的过程及合法合规性，报告期内已经取得的主要客户认证或进入合格供应商体系情况，与上述客户的合作历史、进入条件、过程和时长，合作的主要权利义务的内容、期限，是否具有排他性或优先权，说明对主要客户的具体定价方法和依据，同类产品对不同客户的售价是否有差异。④结合前述情况综合分析发行人与上述客户合作是否稳定可持续、是否存在被替代的风险，是否对发行人的持续经营能力存在重大不利影响，并对相关事项做重大事项提示和风险揭示。⑤说明主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在业务、资金往来，发行人的直接、间接股东是否在发行人主要客户拥有权益或任职。

(4)各类产品收入的可持续性。请发行人：①结合市场空间、产品竞争力、现有销售模式、业务开展情况、报告期各期收入和销量来源于原有客户、新客户的比例、在手订单等，进一步说明主营业务是否具有持续性及成长性，说明发行人对报告期内新增客户的销售价格、毛利率、回款条件等与原客户是否存在明显差异。②结合报告期各期合同负债对应的主要订单和客户情况，按产品类型分类列示报告期各期末以及目前在手合同或订单数量、金额(含税)，各期新签合同数量、金额(含税)，目前正在执行的重要合同的起止日期和执行进度；并结合在手订单的获得、执行的周期，说明发行人业务的稳定性及可持续性。③结合下游需求增长情况、细分行业集中度及发展趋势、公司与竞争对手的比较情况等，说明发行人开发新客户的优劣势、新客户开发途径及储备情况，开拓新客户是否存在

困难，是否具有持续的获客能力，相关风险揭示是否充分。④结合发行人产品的使用周期和下游客户的复购率等因素，进一步解释说明发行人行业未来的增长空间，并结合在手订单情况、下游客户相关需求及行业竞争状况、公司竞争力、在手订单和客户拓展计划、同行业可比公司发展情况等，详细分析公司各类业务收入的稳定性、可持续性。

(5)收入确认的准确性。根据申请材料，发行人内销收入的确认方式包括送达签收、约定异议期、约定试运行期和约定安装调试。请发行人：①补充说明不同产品、是否提供安装服务等具体情况下收入确认的具体会计政策、销售流程、确认时点和具体依据，逐一说明收入确认的具体单据和时间点，并说明各种确认方式下合同交货、结算条款的约定情况，收入确认是否符合企业会计准则的规定。②按照是否需要安装调试分别说明收入确认的金额及占比，是否存在相同或类似产品同时存在需要安装调试销售合同和无需安装调试销售合同的情形，如有请说明原因及合理性。③补充说明向贸易商客户销售的收入确认政策，发行人在交付产品过程中是向贸易商交付还是直接向最终客户交付，是否需经最终客户验收，结合与贸易商间的合同条款、自合同签订到确认收入之间的主要环节、各环节发行人主要的履约义务，说明相关收入确认政策是否谨慎，是否符合《企业会计准则》的规定。④补充说明各类收入确认具体方法下报告期各期的收入金额、占比，并说明发行人对收入确认方式的内控制定情况及执行有效性，发行人收入确认政策与同行业可比公司是否一致。⑤结合发行人各类产品从合同签订到产品交付、交付后进行安装调试及安装调试完毕至验收的一般周期，说明是否存在安装验收不合格退回、签收后至验收时间较短或较长、收入确认缺少客户签收单或验收单的情形及其原因、合理性。⑥结合报告期各期主要合同的项目周期(是否超过12个月)、合同金额、结算金额、各期确认收入时点及金额等情况，补充说明是否存在收入跨期现象，如存在，列示对各期收入的影响。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，并说明：(1)对收入真实性、准确性的核查过程、方法和结论，包括但不限于客户核查的方式及范围、比例，走访客户、发函和回函情况、函证样本的选择方法、收入的截止性测试，客户经营情况及是否与采购规模相匹配等；(2)境外销售的核查过程、核查方法、核查范围、核查程序、获取的证据及结果；(3)结合发行人客户分散程度高、客户变动较大、客户较多的特点说明相关核查手段的充分性。

【发行人回复】

一、业绩变动是否符合下游行业变动趋势。请发行人：①结合产品下游应用需求、产品类型等进一步细化分类说明报告期内收入的具体情况，说明报告期内收入大幅增长的原因及合理性，结合影响销售的具体因素说明收入大幅增长是否具备可持续性，是否存在收入下滑风险。②结合细分收入类型所对应的各期主要客户、产品型号、数量、价格变动、产品成本构成等因素说明收入、毛利率、净利润变动原因及合理性，说明发行人业绩变动趋势与同行业可比公司变动是否一致，相关变动情况是否符合下游行业发展趋势。③补充说明外购成品销售的主要内容及产品毛利率，是否包含核心技术产品，存在外购成品销售收入的原因及业务的可持续性。④结合市场、客户、产品结构、性能指标等因素，说明主要产品价格变动的原因及合理性，各类产品销售与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性

（一）结合产品下游应用需求、产品类型等进一步细化分类说明报告期内收入的具体情况，说明报告期内收入大幅增长的原因及合理性，结合影响销售的具体因素说明收入大幅增长是否具备可持续性，是否存在收入下滑风险

1、结合产品下游应用需求、产品类型等进一步细化分类说明报告期内收入的具体情况

（1）产品下游应用需求

报告期内，公司主营业务收入分行业的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销客户						
电子	6,348.05	37.86%	4,030.40	34.08%	1,606.22	20.85%
机械	6,234.36	37.19%	4,199.19	35.51%	3,054.48	39.66%
化工	1,171.86	6.99%	879.05	7.43%	484.46	6.29%
食品	340.30	2.03%	185.50	1.57%	306.46	3.98%
医药	34.86	0.21%	11.43	0.10%	31.16	0.40%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	367.29	2.19%	355.84	3.01%	162.87	2.11%
贸易商客户						
贸易	2,268.44	13.53%	2,164.21	18.30%	2,056.54	26.70%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

注：贸易商客户并非最终用户，鉴于下游客户商业秘密等原因，无法获取其下游客户信息，故无法区分其终端行业。

报告期内，公司收入存在大幅增长，主要系电子材料行业的快速发展带动磁力过滤设备的增长所致。报告期内，电子材料行业销售收入分别为 1,606.22 万元、4,030.40 万元和 6,348.05 万元，呈现大幅上升趋势，主要原因目前国内电子材料产业已经取得了长足的进步，产业规模稳步增长，中高端电子材料产品转型升级速度加快，电池材料及半导体材料等制备工艺繁杂，这一过程如受到材料中铁磁性杂质的干扰，则会对材料的性能及安全性造成负面影响，因此，磁力过滤设备已被广泛用于电子材料生产的各环节。此外，随着电子材料技术不断迭代升级，早期投产的各环节存量的磁力过滤设备在生产效率、产品一致性、稳定性等方面难以满足现有的市场需求，通过设备更新拉动一批磁力过滤设备的需求上升。报告期内，机械行业产品销售金额较快增长，机械行业主要提供成套设备生产线，其终端客户与电子材料、食品和化工相关，其较快增长主要原因也是下游电子材料行业对于成套设备生产线需求的增长。报告期内，公司贸易、化工、食品和医药行业收入基本保持稳定或小幅增长，在化工行业中，磁力过滤设备广泛运用于炭黑、陶瓷、玻璃、水泥、砖及耐火材料等无机化工材料以及塑料、橡胶、纤维、黏合剂、涂料等高分子化工材料，其中各生产环节对物料的品质要求不断提升，将推动磁力过滤设备的技术和产品不断迭代更新，从而带动磁力过滤设备的推广和销量提升；而食品和医药行业在安全标准和安全监管体系越来越严格的背景下，针对食品和药品生产相关设备的需求也将持续提升，未来磁力应用设备在食品和药品行业的应用也将得到进一步推广。下游行业持续扩容，将促进磁力应用设备行业的快速发展。

（2）产品类型

报告期内，公司主营业务收入按细分品类的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
磁力过滤设备：						
其中：普通永磁除铁设备	6,071.45	36.21%	3,858.43	32.63%	2,141.60	27.81%
自动永磁除铁设备	3,107.83	18.54%	1,652.01	13.97%	792.38	10.29%
电磁除铁设备	400.68	2.39%	-	-	-	-
磁力过滤设备相关配件	240.13	1.43%	201.97	1.71%	118.26	1.54%
磁力过滤设备小计	9,820.09	58.57%	5,712.41	48.31%	3,052.23	39.63%
磁选棒	4,240.82	25.30%	3,726.57	31.51%	2,710.89	35.20%
吸重产品	2,551.95	15.22%	2,166.93	18.32%	1,810.67	23.51%
其他	152.30	0.91%	219.70	1.86%	128.39	1.67%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

报告期内，公司销售的产品主要包括磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品。各大产品类别中，磁力过滤设备销售收入增长最快，其收入从 2020 年的 3,052.23 万元增长至 2022 年的 9,820.09 万元，复合增长率为 79.37%，磁力过滤设备收入占主营业务收入的比例从 2020 年的 39.63% 增长至 2022 年的 58.57%，是主营业务收入增长的主要贡献因素。其中，普通永磁除铁设备销售收入和自动永磁除铁设备销售收入在报告期内的复合增长率为 68.37% 和 98.04%。

另外，磁选棒和吸重产品的销售收入也有较大增长，复合增长率为 25.07% 和 18.72%，但因磁力过滤设备销售收入增速更快，磁选棒和吸重产品的销售收入占比分别从 2020 年的 35.20%、23.51% 下降到 2022 年的 25.30%、15.22%。

2、说明报告期内收入大幅增长的原因及合理性，结合影响销售的具体因素说明收入大幅增长是否具备可持续性，是否存在收入下滑风险

(1) 报告期内收入大幅增长的原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入分别为 7,702.18 万元、11,825.61 万元和 16,765.16 万元，2021 年度和 2022 年度主营业务收入增长率分别为 53.54%、41.77%。

1) 下游需求旺盛拉动行业发展

发行人主要产品的应用领域广阔，下游需求旺盛，市场空间大。随着社会经

济的发展，电子材料、化工、食品和医药等下游行业的生产环节对物料的品质要求不断提升，直接推动了磁力过滤设备的市场需求的增长，市场容量不断扩大。具体下游市场分析详见本回复之“问题 1/一/（一）/1、产品下游应用需求”。

2) 公司产品与下游需求深度契合

公司通过与下游客户深度合作及参与境内外展会等方式积极捕捉行业最新趋势，及时把握市场需求的最新动态，通过持续的自主研发投入和积累，不断满足下游客户的需求，提升公司及产品的市场竞争力。

3) 公司不断进行产品更新迭代

基于公司磁力过滤设备的定制化特性，公司采用市场和需求为导向的研发模式，始终致力于提升技术水平和产品性能，通过持续的自主研发投入和积累，根据对产品技术的不断改进、对客户特定需求的分析、对行业未来升级趋势的理解，公司不断完善从普通永磁除铁设备到自动永磁除铁设备、电磁除铁设备的产品迭代升级，形成了多项核心技术和相关专利，为服务客户提供了坚实的技术基础。

（2）结合影响销售的具体因素说明收入大幅增长是否具备可持续性，是否存在收入下滑风险

1) 从市场角度看，下游市场需求持续扩大，磁力过滤设备市场有广阔的发展空间

公司专业从事磁力过滤设备和各种磁性应用组件的研发、设计、生产和销售，广泛应用于电子材料、化工、食品和医药等行业。公司凭借良好的产品质量、可靠的技术研发能力、快速的客户需求响应能力，在磁力过滤设备领域树立了良好的企业形象。截至 2023 年 5 月 31 日，公司在手订单金额为 6,453.90 万元。目前公司的在手订单中，涵盖了电子材料、化工、食品和医药等不同行业不同性质的新客户，下游行业持续高速增长的需求和良好的在手订单情况保障了发行人未来业绩的持续增长，具体下游市场空间详见《关于宁波西磁科技发展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“问题 2/一/（一）补充披露国内新能源汽车、半导体建设情况、建设周期，并结合在手订单，量化说明是否存在建设周期下行导致产品需求大幅下滑的风险，同时结合具体的产业政策、更换周期，测算未来市场空间，并结合公司的市场占有率、未来发展规划、

产品的合作空间等说明业绩稳固增长是否具有可持续性。”

2) 从产品角度看, 公司不断创新优化, 推出满足市场需求的产品

公司深耕磁力过滤设备领域, 准确把握市场更迭趋势, 凭借深厚的技术积累, 出色的研发创新能力和高品质产品, 通过定制化、差异化服务持续开展业务。公司从研发设计和应用场景等多角度对磁力过滤设备进行不断的创新优化, 成功研发出了以高可靠性、高效率和自动化为核心竞争力的自动永磁除铁设备和电磁除铁设备。其中, 公司创新研发的自动永磁除铁设备解决了现有普通手动永磁除铁设备需停机清理杂质、正压工况无法使用、原料损耗较大以及除铁效率较低等问题; 公司研发的电磁除铁设备解决了现有电磁除铁设备因为线圈温度升高而磁场强度降低和原料浪费等问题。公司将继续在技术储备的基础上持续投入研发, 以产品和技术的创新推动公司发展。

3) 从客户角度看, 公司获得众多下游客户的认可, 客户开发能力不断增强

公司在多年经营中, 凭借突出的开发设计能力、稳定可靠的产品质量、以及全面周到的服务, 赢得了众多下游客户的认可与赞誉, 并与其建立了良好的合作关系, 为公司经营业绩的持续稳定提供保障。目前, 公司在电子材料领域有中伟股份、宁德时代和容百科技等电子材料龙头企业, 在化工领域有中国巨石、华友钴业等知名企业, 在食品领域有天味食品、金龙鱼、百乐嘉利宝等行业龙头, 在医药领域也有浙江医药、宏元药业等知名企业。

4) 从生产角度看, 公司持续改进产品生产工艺, 快速响应客户多样化需求, 并组建新生产线, 着力提高产能

公司拥有丰富的产品开发和生产经验, 在磁路设计、机械加工、焊接及配套电气控制系统研发设计等磁力过滤设备生产制造方面形成了特有的竞争优势。公司根据客户的需要, 对产品进行持续开发和投入, 在丰富公司产品结构、提升工艺技术水平的同时, 增强了公司的生产优势。面对客户日趋复杂多变的个性化、多样化需求, 公司及时准确制定合理的原材料采购计划、生产计划、物料周转计划, 持续进行生产分析及改进, 提高设备利用及生产效率, 降低设备及物料损耗, 并采用 SAP 信息管理系统, 通过生产工艺管理, 对机器参数进行管理和监控, 实现生产过程的数字化管控。

通过募投项目的实施，公司将围绕核心产品组建新的生产线，采用自动化水平更高的生产设备，提高生产效率，降低生产成本，扩大产品产能，保持公司在行业中设备和技术的领先优势，进一步提升公司及产品的核心竞争力，为公司的可持续发展提供后续保障。

5) 从公司的发展战略看，公司专注于精密磁选，全方位提升公司的生产和服务能力，为公司业绩的持续增长打好基础

公司将立足于磁力过滤设备广阔的发展空间，紧紧抓住国家鼓励支持电子材料、食品、医药等产业良好的发展契机，通过研发项目的投入和生产基地的建设两个关键动作，充分利用其在自动永磁除铁设备产品上的技术先发优势，总结自动永磁除铁设备在电子材料行业的推广经验，将自动永磁除铁设备、电磁除铁设备等相关产品向化工、食品、医药等行业延伸拓展，进行增量市场开拓，同时把握存量设备更新迭代的市场机会。公司还将在加大国内营销推广的基础上，将国内市场的优势和经验向海外市场扩展复制，加大自动永磁除铁设备和电磁除铁设备的海外推广力度。同时公司将继续在技术储备的基础上持续投入研发，以产品和技术的创新推动公司发展。

综上，考虑到公司的主营产品磁力过滤设备拥有较好的行业发展前景和较强的市场需求，且公司已经建立了一定的市场竞争优势，相关业务收入具备持续增长的基础，但也面临因下游行业需求的不确定性、行业竞争加剧等导致收入波动的风险。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“(三) 经营业绩下滑风险”以及“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“(四) 经营业绩下滑风险”披露该风险。

(二) 结合细分收入类型所对应的各期主要客户、产品型号、数量、价格变动、产品成本构成等因素说明收入、毛利率、净利润变动原因及合理性，说明发行人业绩变动趋势与同行业可比公司变动是否一致，相关变动情况是否符合下游行业发展趋势

1、结合细分收入类型所对应的各期主要客户、产品型号、数量、价格变动、产品成本构成等因素说明收入、毛利率、净利润变动原因及合理性

报告期内，公司细分品类的净利润主要受各细分品类的收入、毛利率的影响，

以下主要分析各因素对细分品类的收入和毛利率的影响及合理性。

(1) 细分收入类型所对应的各期主要客户、产品型号及对收入变动的影响

报告期内，公司细分品类的收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
磁力过滤设备：					
其中：普通永磁除铁设备	6,071.45	57.36%	3,858.43	80.17%	2,141.60
自动永磁除铁设备	3,107.83	88.12%	1,652.01	108.49%	792.38
电磁除铁设备	400.68	-	-	-	-
磁力过滤设备相关配件	240.13	18.89%	201.97	70.79%	118.26
磁力过滤设备小计	9,820.09	71.91%	5,712.41	87.16%	3,052.23
磁选棒	4,240.82	13.80%	3,726.57	37.47%	2,710.89
吸重产品	2,551.95	17.77%	2,166.93	19.68%	1,810.67
其他	152.30	-30.68%	219.70	71.12%	128.39
合计	16,765.16	41.77%	11,825.61	53.54%	7,702.18

报告期内，公司各细分品类的收入变动趋势与主营业务收入变动趋势一致。

公司 2021 年主营业务收入比 2020 年增长 53.54%，其中普通永磁除铁设备、自动永磁除铁设备和磁选棒增长金额或幅度较大，主要是上述产品下游需求增长幅度较大；2022 年主营业务收入比 2021 年增长 41.77%，其中普通永磁除铁设备、自动永磁除铁设备和电磁除铁设备增长金额或幅度较大，主要是因为磁力过滤设备由于其技术复杂性，产品附加值高，毛利率相比于磁选棒和吸重产品较高，公司逐步加大其研发投入，大力开发出自动永磁除铁设备及电磁除铁设备，凭借自身具有竞争力的技术、产品质量及客户服务能力，满足下游需求。

1) 报告期内细分品类前五大客户收入情况及对营业收入的影响

公司各主要客户采购的产品品种众多，公司凭借成熟多样的产品体系可满足各类客户不同的个性化要求。报告期内，公司前五大客户的收入情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	金额	占比
2022 年度	Bunting	1,644.94	9.74%

年份	客户名称	金额	占比
2021 年度	中伟新材料股份有限公司	815.55	4.83%
	浙江华友钴业股份有限公司	549.94	3.26%
	青岛软控机电工程有限公司	446.26	2.64%
	宁波容百新能源科技股份有限公司	443.41	2.63%
	合计	3,900.10	23.10%
	营业收入	16,881.37	100.00%
2020 年度	Bunting	1,411.97	11.84%
	Trading house Antarn LLC	680.51	5.71%
	中伟新材料股份有限公司	661.14	5.54%
	深圳市赢合科技股份有限公司	288.93	2.42%
	无锡理奇智能装备有限公司	278.86	2.34%
	合计	3,321.41	27.85%
	营业收入	11,927.25	100.00%
2022 年度	Bunting	1,477.40	18.87%
	Trading house Antarn LLC	505.95	6.46%
	Polymagnet LLC	317.97	4.06%
	MAGNETEC JAPAN LTD	287.30	3.67%
	宁德时代新能源科技股份有限公司	212.96	2.72%
	合计	2,801.57	35.79%
	营业收入	7,827.42	100.00%

受益于下游行业的需求快速增长，公司原有客户订单增加，新客户数量及销售额也不断增长，报告期内公司营业收入总体呈上升趋势。报告期内，前五大客户销售额占比逐年降低，公司客户分散度逐年变高，说明公司生产的磁力过滤设备可以满足更多下游客户需求，报告期内，公司新增客户销售金额分别为 1,030.88 万元、1,878.37 万元和 2,279.25 万元，分别占当期主营业务收入比例为 13.38%、15.88% 和 13.60%，对公司主营业务收入的增长作出一定贡献。

A. 报告期内，公司普通永磁除铁设备前五大客户收入情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	金额	占比
2022 年度	中伟新材料股份有限公司	685.72	11.29%
	浙江华友钴业股份有限公司	387.62	6.38%

年份	客户名称	金额	占比
2021 年度	宁德时代新能源科技股份有限公司	383.32	6.31%
	扬州迈尔机械科技有限公司	308.92	5.09%
	宁波容百新能源科技股份有限公司	245.94	4.05%
	合计	2,011.52	33.13%
	普通永磁除铁设备收入	6,071.45	100.00%
2020 年度	中伟新材料股份有限公司	599.77	15.54%
	浙江华友钴业股份有限公司	220.65	5.72%
	无锡理奇智能装备有限公司	200.74	5.20%
	融捷投资控股集团有限公司	182.57	4.73%
	湖北宇浩高科新材料有限公司	156.19	4.05%
	合计	1,359.91	35.25%
	普通永磁除铁设备收入	3,858.43	100.00%

报告期内，公司普通永磁除铁设备收入增加一方面系中伟股份、华友钴业和宁德时代等大客户销售收入大幅增长，另一方面系新增中小客户销售收入也不断增长所致。普通永磁除铁设备前五大客户合计收入变动情况与普通永磁除铁设备整体收入变动趋势一致。

B. 报告期内自动永磁除铁设备前五大客户收入情况如下：

单位：万元			
年份	客户名称	金额	占比
2022 年度	琥崧科技集团股份有限公司	236.83	7.62%
	广东鸿凯智能科技有限公司	207.89	6.69%
	宁波容百新能源科技股份有限公司	172.54	5.55%
	上海威泽尔机械设备制造有限公司	167.88	5.40%
	江苏道金智能装备股份有限公司	158.06	5.09%

年份	客户名称	金额	占比
	合计	943.20	30.35%
	自动永磁除铁设备收入	3,107.83	100.00%
2021 年度	贵州振华新材料股份有限公司	135.40	8.20%
	江苏道金智能装备有限公司	123.22	7.46%
	苏州锦艺新材料科技股份有限公司	117.37	7.10%
	琥崧科技集团股份有限公司	111.12	6.73%
	宁波力勤资源科技股份有限公司	102.15	6.18%
	合计	589.26	35.67%
	自动永磁除铁设备收入	1,652.01	100.00%
2020 年度	金能化学（青岛）有限公司	117.52	14.83%
	山东奥瑟亚建阳炭黑有限公司	46.55	5.87%
	广东凯金新能源科技股份有限公司	44.25	5.58%
	安徽吉科西智能设备科技有限公司	30.44	3.84%
	苏州锦艺新材料科技股份有限公司	27.17	3.43%
	合计	265.93	33.56%
	自动永磁除铁设备收入	792.38	100.00%

公司自动永磁除铁设备为公司从研发设计和应用场景等多角度对磁力过滤设备进行不断创新优化，成功研发出的具备核心竞争力的创新产品，于 2021 年开始大范围营销推广，新增客户较多，故其客户排名变化较大。

C. 报告期内，公司电磁除铁设备前五大客户收入情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	金额	占比
2022 年度	泰和新能源材料（山东）有限公司	85.31	21.29%
	中化蓝天氟材料有限公司	54.34	13.56%
	深圳市本征方程石墨烯技术股份有限公司	52.63	13.13%
	广西自贸区量孚新能源科技有限公司	51.33	12.81%
	洛阳市豫瑞机械制造有限公司	51.33	12.81%
	合计	294.93	73.61%
	电磁除铁设备收入	400.68	100.00%

为覆盖更多的项目需求和实现国产替代，公司通过长期的技术创新和产业化实践，于 2022 年成功推出电磁除铁设备并开始销售，2022 年电磁除铁设备客户

数量较少，客户集中度较高，前五大客户销售额占比为 73.61%。公司电磁除铁设备打破了国外的垄断，逐步进入下游市场，产品品牌效应和知名度大幅提升。

D. 报告期内，公司磁选棒前五大客户收入情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	金额	占比
2022 年度	Bunting	638.68	15.06%
	青岛软控机电工程有限公司	403.32	9.51%
	深圳市贏合科技股份有限公司	231.34	5.45%
	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	215.44	5.08%
	中伟新材料股份有限公司	126.80	2.99%
	合计	1,615.58	38.10%
	磁选棒收入	4,240.82	100.00%
2021 年度	Bunting	812.97	21.82%
	深圳市贏合科技股份有限公司	288.93	7.75%
	青岛软控机电工程有限公司	203.93	5.47%
	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	142.26	3.82%
	中国巨石股份有限公司	119.39	3.20%
	合计	1,567.48	42.06%
	磁选棒收入	3,726.57	100.00%
2020 年度	Bunting	972.02	35.86%
	宁德时代新能源科技股份有限公司	136.68	5.04%
	MAGNETEC JAPAN LTD	134.17	4.95%
	青岛软控机电工程有限公司	86.43	3.19%
	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	74.04	2.73%
	合计	1,403.35	51.77%
	磁选棒收入	2,710.89	100.00%

报告期内，公司磁选棒收入变动主要是由 Bunting、青岛软控、贏合科技和 SANGYO SUPPLY.CO.LTD 等大客户销售收入变动导致。报告期内，磁选棒前五大客户采购额占比分别为 51.77%、42.06%和 38.10%，磁选棒产品集中度相对较高。

E. 报告期内，公司吸重产品前五大客户收入情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	金额	占比
2022 年度	Bunting	985.90	38.63%
	Trading house Antarn LLC	386.91	15.16%
	Polymagnet LLC	360.30	14.12%
	COOPER CAPRI SAS	155.52	6.09%
	大庆虹铭科技有限公司	111.36	4.36%
	合计	1,999.99	78.37%
	吸重产品收入	2,551.95	100.00%
2021 年度	Trading house Antarn LLC	680.51	31.40%
	Bunting	561.47	25.91%
	COOPER CAPRI SAS	224.54	10.36%
	Polymagnet LLC	216.21	9.98%
	KHP-Magnetexpert	134.96	6.23%
	合计	1,817.69	83.88%
	吸重产品收入	2,166.93	100.00%
2020 年度	Trading house Antarn LLC	502.23	27.74%
	Bunting	472.94	26.12%
	Polymagnet LLC	262.64	14.50%
	COOPER CAPRI SAS	192.21	10.62%
	KHP-Magnetexpert	87.99	4.86%
	合计	1,518.01	83.84%
	吸重产品收入	1,810.67	100.00%

吸重产品主要包括公司外购成品销售的永磁材料和公司自产销售的吸力件等。报告期内，公司吸重产品的客户群体较为稳定，客户粘性较高。吸重产品前五大客户收入合计占吸重产品收入比例均高于 75%，吸重产品集中度高，吸重产品前五大客户合计收入变动情况与吸重产品整体收入变动趋势一致。

2) 报告期内细分收入类型所对应的产品型号对主营业务收入的影响

报告期内细分收入类型所对应的产品型号对主营业务收入的影响详见本回复之“问题 1/一/（四）/2、各类产品销售与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性”。

(2) 报告期内细分品类收入变动的量价分析

报告期内，公司细分品类收入及变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
磁力过滤设备					
其中：普通永磁除铁设备	6,071.45	57.36%	3,858.43	80.17%	2,141.60
自动永磁除铁设备	3,107.83	88.12%	1,652.01	108.49%	792.38
电磁除铁设备	400.68	-	-	-	-
磁力过滤设备相关配件	240.13	18.89%	201.97	70.79%	118.26
磁力过滤设备小计	9,820.09	71.91%	5,712.41	87.16%	3,052.23
磁选棒	4,240.82	13.80%	3,726.57	37.47%	2,710.89
吸重产品	2,551.95	17.77%	2,166.93	19.68%	1,810.67
其他	152.30	-30.68%	219.70	71.12%	128.39
合计	16,765.16	41.77%	11,825.61	53.54%	7,702.18

报告期内，公司细分品类销售量及变动情况如下：

单位：件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	销量	变动幅度	销量	变动幅度	销量
磁力过滤设备					
其中：普通永磁除铁设备	10,055	34.70%	7,465	100.40%	3,725
自动永磁除铁设备	1,533	76.61%	868	71.20%	507
电磁除铁设备	15	-	-	-	-
磁力过滤设备小计	11,603	39.24%	8,333	96.90%	4,232
磁选棒	68,537	-74.58%	269,568	-21.59%	343,778
吸重产品	7,599,755	53.24%	4,959,242	-7.77%	5,377,096

注：磁力过滤设备数量不包含配件数量。

随着下游电子材料行业的爆发，发行人业务规模持续扩大，电子材料相关的产品销售订单大幅上涨，因而报告期内磁力过滤设备的销量出现大幅增长。由于下游客户 Bunting 对小磁棒的采购量下降，发行人磁选棒销量持续下滑；受下游客户需求变化影响，发行人吸重产品销量存在一定程度的波动，但报告期内，磁选棒和吸重产品的销售收入持续增长。

报告期内，公司细分品类平均销售价格及变动情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	平均销售价格	变动幅度	平均销售价格	变动幅度	平均销售价格
磁力过滤设备：					
其中：普通永磁除铁设备	6,038.24	16.82%	5,168.69	-10.10%	5,749.25
自动永磁除铁设备	20,272.86	6.52%	19,032.41	21.78%	15,628.75
电磁除铁设备	267,120.95	-	-	-	-
磁力过滤设备	8,256.45	24.86%	6,612.79	-4.62%	6,932.83
磁选棒	618.76	347.59%	138.24	75.31%	78.86
吸重产品	3.36	-23.15%	4.37	29.76%	3.37

注：磁力过滤设备整体平均销售价格为剔除配件后计算的结果。

2021年，公司磁力过滤设备单价较2020年下降320.04元/件，降幅4.62%，主要系本年单位售价较低的普通永磁除铁设备出货量及销售占比增加所致，2022年，公司磁力过滤设备单价较2021年上升1,643.66元/件，涨幅24.86%，主要系本年新研发的自动永磁除铁设备和电磁除铁设备开始批量出货，该类产品工艺较为复杂，技术含量较高，故单位售价较高，因此拉高了本年磁力过滤设备平均销售单价。

磁选棒主要应用于磁力架构成的永磁除铁设备中，可以有效地吸除松散或者流动的原料中的铁杂质和金属小颗粒。客户可以根据不同的磁力要求，选择不同规格的磁选棒。磁选棒价格随规格变动而变动，报告期内磁选棒销售单价大幅提升主要系大客户Bunting对小规格磁棒的采购量下降所致。

吸重产品主要包括公司外购成品销售的稀土永磁体和公司自产销售的吸力件等。相较于其他产品，吸重产品平均价格较低，主要系单位产品体积和重量较小，生产工艺相对简单。平均单价变动幅度较大，主要系材料产品结构影响，吸重产品的单价因其选取的永磁材料不同存在较大差异。

假设销量不变，平均销售价格变动对主营业务收入变动的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度	
	影响金额	影响比例	影响金额	影响比例
磁力过滤设备：				

项目	2022 年度		2021 年度	
	影响金额	影响比例	影响金额	影响比例
其中：普通永磁除铁设备	649.12	16.82%	-216.26	-10.10%
自动永磁除铁设备	107.67	6.52%	172.57	21.78%
电磁除铁设备	-	-	-	-
磁力过滤设备小计	1,369.66	24.86%	-135.44	-4.62%
磁选棒	12,953.31	347.59%	2,041.58	75.31%
吸重产品	-501.65	-23.15%	538.84	29.76%

注：影响金额=上年销量×（当年平均销售价格-上年平均销售价格）；影响比例=影响金额/上年销售额。

假设平均销售价格不变，销量变动对主营业务收入变动的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度	
	影响金额	影响比例	影响金额	影响比例
磁力过滤设备：				
其中：普通永磁除铁设备	1,338.69	34.70%	2,150.22	100.40%
自动永磁除铁设备	1,265.65	76.61%	564.20	71.20%
电磁除铁设备	-	-	-	-
磁力过滤设备小计	2,162.38	39.24%	2,843.15	96.90%
磁选棒	-2,779.10	-74.58%	-585.19	-21.59%
吸重产品	1,153.77	53.24%	-140.71	-7.77%

注：影响金额=上年平均销售价格×（当年销量-上年销量）；影响比例=影响金额/上年销售额。

通过上述量价分析可见，对于磁力过滤设备，2021年收入较2020年大幅增长，主要是销售数量的大幅增加，销售单价略有下降，但销量的增长幅度大于销售单价的下降幅度；2022年收入较2021年大幅增长，源于销售单价和销售数量的同时增长。

对于磁选棒，报告期内收入连续增长主要是销售单价大幅增长，小规格磁棒（单价低）的销售数量比例逐年下降，大规格磁棒（单价高）销售占比逐年提升。

对于吸重产品，2021年收入较2020年大幅增长，主要是销售单价的大幅增加，吸重产品中使用钕铁硼磁钢作为主要材料的占比较高；2022年收入较2021年大幅增长，源于销售数量的大幅增长。

(3) 细分品类的平均销售价格和单位成本变动对毛利率的影响分析

报告期内，公司细分品类产品毛利率及变动情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	毛利率	变动幅度	毛利率	变动幅度	毛利率
磁力过滤设备：					
其中：普通永磁除铁设备	40.45%	-4.32%	42.28%	-16.46%	50.61%
自动永磁除铁设备	38.36%	-0.89%	38.70%	-11.06%	43.52%
电磁除铁设备	39.83%	-	-	-	-
磁力过滤设备	39.75%	-3.54%	41.20%	-15.38%	48.69%
磁选棒	33.97%	9.86%	30.92%	-9.36%	34.11%
吸重产品	22.79%	15.21%	19.78%	-5.23%	20.87%

注：磁力过滤设备整体毛利率为剔除配件后计算的结果。

报告期内，公司细分品类平均销售价格及变动情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	平均销售价格	变动幅度	平均销售价格	变动幅度	平均销售价格
磁力过滤设备：					
其中：普通永磁除铁设备	6,038.24	16.82%	5,168.69	-10.10%	5,749.25
自动永磁除铁设备	20,272.86	6.52%	19,032.41	21.78%	15,628.75
电磁除铁设备	267,120.95	-	-	-	-
磁力过滤设备	8,256.45	24.86%	6,612.79	-4.62%	6,932.83
磁选棒	618.76	347.59%	138.24	75.31%	78.86
吸重产品	3.36	-23.15%	4.37	29.76%	3.37

注：磁力过滤设备整体平均销售价格为剔除配件后计算的结果。

报告期内，公司细分品类单位成本及变动情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单位成本	变动幅度	单位成本	变动幅度	单位成本
磁力过滤设备：					
其中：普通永磁除铁设备	3,595.74	20.52%	2,983.58	5.07%	2,839.69
自动永磁除铁设备	12,496.42	7.12%	11,666.20	32.16%	8,827.32
电磁除铁设备	160,724.56	-	-	-	-
磁力过滤设备	4,974.84	27.95%	3,888.00	9.30%	3,557.02

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单位成本	变动幅度	单位成本	变动幅度	单位成本
磁选棒	408.58	327.84%	95.50	83.81%	51.95
吸重产品	2.59	-26.03%	3.51	31.55%	2.66

注：磁力过滤设备整体平均单位成本为剔除配件后计算的结果。

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 36.24%、33.94% 和 35.71%。通过上述表格可见，公司 2021 年主营业务收入毛利率比 2020 年下降 2.30 个百分点，主要系单位成本上升，公司产品主要原材料永磁材料的采购均价上涨所致。公司 2022 年主营业务收入毛利率比 2021 年上升 1.77 个百分点，主要系磁力过滤设备平均销售价格上升所致。公司产品成本构成详见本回复之“问题 6/一/（一）说明各类产品在不同销售模式下销售单价、单位成本及其构成在报告期内变动的合理性，量化分析上述因素的变动对细分产品毛利率及综合毛利率的影响”。

2、说明发行人业绩变动趋势与同行业可比公司变动是否一致，相关变动情况是否符合下游行业发展趋势

（1）与同行业可比公司变动是否一致

报告期内发行人与同行业可比公司的营业收入及变动情况如下：

单位：万元

公司	2022 年度		2021 年度		2020 年度	2020 年至 2022 年的复合增长率
	金额	变动率	金额	变动率	金额	
隆基电磁	61,891.66	4.36%	59,304.81	45.54%	40,748.58	23.24%
华特磁电	48,847.13	3.18%	47,343.14	55.06%	30,532.32	26.49%
平均	55,369.39	3.84%	53,323.97	49.62%	35,640.45	24.64%
公司	16,881.37	41.54%	11,927.25	52.38%	7,827.42	46.86%

从整体情况来看，公司 2020 年至 2022 年复合增长率高于可比公司平均水平，主要原因为产品下游应用领域的不同。公司产品下游电子材料、化工、食品、医药等领域持续扩容，处于稳定增长态势，因下游行业对产品需求快速增长，使得公司的磁力过滤设备营业收入持续增长，且其毛利率保持相对较高的水平。隆基电磁和华特磁电的除铁设备为工业磁力应用设备，受主要应用市场冶金、煤炭和火力发电行业发展放缓、产能饱和影响，其销售收入整体增长趋势有所放缓。

（2）发行人业绩变动情况是否符合下游行业发展趋势

公司下游企业中的上市公司主要有中伟股份、宁德时代、华友钴业和容百科技等上市公司，上述企业报告期内的营业收入及变动情况如下：

单位：万元

公司	2022 年度		2021 年度		2020 年度	2020 年至 2022 年的复合增长率
	金额	变动率	金额	变动率	金额	
中伟股份	3,034,374.16	51.17%	2,007,249.13	169.81%	743,962.41	101.96%
宁德时代	32,859,398.75	152.07%	13,035,579.64	159.06%	5,031,948.77	155.54%
华友钴业	6,303,378.55	78.48%	3,531,654.90	66.69%	2,118,684.40	72.49%
容百科技	3,012,299.51	193.62%	1,025,900.44	170.36%	379,455.67	181.75%

上述下游企业 2021 年和 2022 年营业收入均出现大幅上升，与本公司变动趋势保持一致，公司业绩变动情况符合下游行业发展趋势。

（三）补充说明外购成品销售的主要内容及产品毛利率，是否包含核心技术产品，存在外购成品销售收入的原因及业务的可持续性

1、补充说明外购成品销售的主要内容及产品毛利率，是否包含核心技术产品

报告期内，发行人存在部分采购成品后直接对外销售的情况，涉及的成品主要包括稀土永磁体和其他，具体情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2022 年			2021 年			2020 年		
	收入	毛利率	占主营业务收入比例	收入	毛利率	占主营业务收入比例	收入	毛利率	占主营业务收入比例
稀土永磁体	911.77	10.63	5.44	1,085.80	8.20	9.18	749.31	9.51	9.73
其他	66.32	18.06	0.40	28.46	13.79	0.24	138.47	20.20	1.80
合计	978.09	11.13	5.83	1,114.26	8.35	9.42	887.78	11.18	11.53

报告期各期，发行人对外采购成品后直接对外销售收入分别为 887.78 万元、1,114.26 万元和 978.09 万元，发行人采购成品后对外销售的金额占发行人主营业务收入总额的比重分别为 11.53%、9.42% 和 5.83%，占比较低且呈逐年下降的趋势，发行人报告期内销售收入的增长主要来源于自产产品。外购成品销售主要为稀土永磁体，而非公司核心技术产品。

2、存在外购成品销售的原因及业务的可持续性

（1）存在外购成品销售的原因

报告期内，发行人存在直接采购部分成品对外销售的情况，其原因主要为：

1) 发挥成本优势。报告期各期，外购成品销售境外客户收入占比分别为 94.97%，93.71% 和 84.52%，发行人外购成品销售客户主要集中在境外。与境外同类产品供应商相比，发行人具有一定的成本优势；

2) 提升客户服务能力，满足客户和订单多样化需求。不同客户需求差异较大，且定制化需求较高，为简化与供应商对接程序，提高管理效率，公司在现有产能和自身产品生产条件下，少量品类稀土永磁体直接向外采购，满足客户和订单多样化需求，有利于提升公司的市场竞争力；

3) 合理利用现有产能。报告期各期，发行人产能利用率为 104.26%、109.53% 和 110.96%，产能利用率较高。由于自有产能不足，发行人将产能优先集中于订单量大、稳定、附加值高的产品，通过外购的方式满足订单量小、附加值低的产品，提高公司生产的规模效益。

（2）外购成品销售业务的可持续性

1) 相较于境外同类产品，发行人具有一定的成本优势，且已在境内外积累了一定的客户基础，稳定的客户关系能够支持发行人该项业务的持续发展；

2) 报告期各期，外购成品销售业务毛利率分别为 11.18%、8.35% 和 11.13%，外购成品销售业务盈利能力较稳定，预计未来持续经营。

（四）结合市场、客户、产品结构、性能指标等因素，说明主要产品价格变动的原因及合理性，各类产品销售与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性

1、结合市场、客户、产品结构、性能指标等因素，说明主要产品价格变动的原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入按产品分类情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
磁力过滤设备	9,820.09	58.57%	5,712.41	48.31%	3,052.23	39.63%
磁选棒	4,240.82	25.30%	3,726.57	31.51%	2,710.89	35.20%
吸重产品	2,551.95	15.22%	2,166.93	18.32%	1,810.67	23.51%
其他	152.30	0.91%	219.70	1.86%	128.39	1.67%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

报告期内，得益于下游电子材料、化工、食品等行业生产环节对物料品质要求的不断提升，磁力过滤设备的市场需求持续增长，公司销售规模大幅增长。报告期内，公司主营业务收入由 2020 年度的 7,702.18 万元增长至 2022 年度的 16,765.16 万元，其中，磁力过滤设备收入从 3,052.23 万元增加至 9,820.09 万元，是主营业务收入增长的主要贡献因素。

报告期内，公司磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品平均单价变动如下：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	均价	变动幅度	均价	变动幅度	均价
磁力过滤设备	8,256.45	24.86%	6,612.79	-4.62%	6,932.83
磁选棒	618.76	347.59%	138.24	75.31%	78.86
吸重产品	3.36	-23.15%	4.37	29.76%	3.37

注：磁力过滤设备整体平均销售价格为剔除配件后计算的价格。

报告期内，受产品结构、市场需求、客户、产品结构变化的影响，公司主要产品的平均单价有一定波动，具体分析如下：

（1）细分产品结构

报告期内，公司主要产品包括磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品。其中，磁力过滤设备细分产品结构销售均价情况如下：

单位: 万元、件、元/件

项目	2022 年				2021 年				2020 年		
	销售 收入	占比	单价	变动 幅度	销售 收入	占比	单价	变动 幅度	销售 收入	占比	单价
电磁除铁设备	400.68	4.18%	267,120.95	-	-	-	-	-	-	-	-
自动永磁除铁设备	3,107.83	32.44%	20,272.86	6.52%	1,652.01	29.98%	19,032.41	21.78%	792.38	27.01%	15,628.75
其中: 旋转式除铁设备	1,873.35	19.55%	14,488.37	19.93%	854.10	15.50%	12,080.66	77.88%	273.02	9.31%	6,791.57
自动管道粉体除铁设备	674.28	7.04%	41,622.45	-14.33%	568.44	10.32%	48,585.01	-5.51%	457.63	15.60%	51,418.79
自动管道流体除铁设备	450.16	4.70%	67,187.33	11.45%	78.37	1.42%	60,285.91	-	-	-	-
普通永磁除铁设备	6,071.45	63.38%	6,038.24	16.82%	3,858.43	70.02%	5,168.69	-10.10%	2,141.60	72.99%	5,749.25
其中: 管道流体除铁设备	4,501.84	46.99%	5,229.83	26.49%	2,545.15	46.19%	4,134.42	-5.13%	1,167.47	39.79%	4,357.86
管道粉体除铁设备	1,221.73	12.75%	9,234.55	22.15%	866.37	15.72%	7,559.91	-17.47%	948.12	32.32%	9,160.55
流体车式除铁设备	347.88	3.63%	28,055.07	2.26%	438.94	7.97%	27,433.82	16.03%	26.01	0.89%	23,644.01
磁力过滤设备	9,579.96	100.00%	8,256.45	24.86%	5,510.44	100.00%	6,612.79	-4.62%	2,933.97	100.00%	6,932.83

注: 磁力过滤设备整体销售收入、平均销售价格为剔除配件后计算的价格。

公司磁力过滤设备以普通永磁除铁设备、自动永磁除铁设备和电磁除铁设备为主。2021年，磁力过滤设备单价下降4.62%，其中普通永磁除铁设备价格下降10.10%，主要系管道流体除铁设备销售单价下降所致。2021年管道流体除铁设备销售单价下降5.13%，其销售收入占比从2020年的39.79%上升至2021年的46.19%，销量的增加及销售单价的下降带动普通永磁除铁设备平均销售价格下降。2021年管道粉体销售单价下降17.47%，但销售收入占比较2020年下降16.60%，综合对销售单价的影响幅度小于其自身销售单价变动幅度。管道流体除铁设备销售单价下降、管道粉体单价下降及产品结构变化综合导致2021年发行人磁力过滤设备平均销售单价下降。自动永磁除铁设备单价约为普通永磁除铁设备的3-4倍，在磁力过滤设备整体市场需求大幅上升的背景下，自动永磁除铁设备凭借优良的性能和产品质量，销售占比不断提升，带动公司磁力过滤设备平均销售单价增长。2022年公司自主研发而成的电磁除铁设备投产销售，电磁除铁设备单价约为自动永磁除铁设备的13倍、普通永磁除铁设备的45倍，尽管销售量远低于永磁除铁设备，但是较高的销售单价带动公司2022年度磁力过滤设备的单价较快增长。

磁选棒主要应用于磁力架构的永磁除铁设备中，可以有效地吸除松散或者流动的原料中的铁杂质和金属小颗粒。客户可以根据不同的磁力要求，选择不同规格的磁选棒。磁选棒价格随规格变动而变动，报告期内磁选棒销售单价的大幅提升主要系大客户Bunting对小规格磁棒的采购量下降所致。

吸重产品主要包括公司外购成品销售的稀土永磁体和公司自产销售的吸力件等。相较于其他产品，吸重产品平均价格较低，主要系单位产品体积和重量较小，生产工艺相对简单。平均单价变动幅度较大，主要系材料产品结构影响，吸重产品的单价因其选取的永磁材料不同存在较大差异。

（2）市场因素

报告期内，发行人的磁力过滤设备应用于新能源动力电池、半导体封装、各类食品及高分子化工材料生产过程中的精密除杂。随着下游电子材料、化工、食品等行业生产环节生产工艺及应用性能的不断精进完善，下游客户对物料品质要求的不断提升，为满足不同客户定制化需求，发行人加大研发投入及质量控制，

产品单价相应有所变化，具备合理性。

（3）客户因素

公司从研发设计和应用场景等多角度对磁力过滤设备进行不断的创新优化，成功研发出了以高可靠性、高效率和自动化为核心竞争力的自动永磁除铁设备和电磁除铁设备。报告期内公司下游客户市场需求大幅上升且不同客户对产品有定制化需求，主要产品的销售单价有所变化，具有合理性。

（4）产品性能

磁力过滤设备按照磁力来源的不同可分为永磁除铁设备和电磁除铁设备，发行人不断完善从普通永磁除铁设备到自动永磁除铁设备、电磁除铁设备的产品迭代升级，形成了多项核心技术和相关专利，从不同维度提高了磁力过滤设备产品性能。发行人通过自主研发连续在线粉体永磁自动除铁技术等实现除铁高效性；通过自主研发的双腔体高粘度浆料自动除铁技术等解决了腔体清洗时清洗剂消耗大、浆液损耗大的问题，实现了浆料清洗低消耗性；通过自润滑旋转密封技术等大幅提高了轴承和传动轴支撑位置的密封性，满足卫生级要求；通过永磁棒自动脱磁技术、电磁除铁设备恒定磁场输出技术等保证了在不同环境下磁场强度输出的稳定性。基于以上产品性能的改进、完善，自动永磁除铁设备和电磁除铁设备单价相较于普通永磁除铁设备大幅上升，带动报告期内公司磁力过滤设备价格上升。

综上，报告期内，受下游市场需求、原材料价格、客户结构和产品性能的影响，公司主要产品单价有所波动，具备合理性。

2、各类产品销售与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性

（1）各类产品销售与同期市场价格是否存在差异

由于发行人所处行业较为细分，与发行人产品、业务、应用领域类似的公众公司较少。公司专注于精密除杂，其磁力过滤设备主要运用于电子材料、化工、食品和医药等领域，报告期内同行业公众公司选取隆基电磁和华特磁电。虽然隆基电磁和华特磁电的主要产品为磁力应用设备，与发行人产品具有相似性和一定可比性，但这两个企业的产品主要应用于矿山、煤炭、电力和冶金等工业领域，

与公司生产的磁力过滤设备在产品类型、产品结构、产品尺寸、下游应用领域、客户结构等方面存在一定差异，故无法比较各类产品销售价格差异。

（2）同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性

报告期内，公司主要产品毛利率具体情况如下：

单位：%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比
磁力过滤设备	39.75	58.57	41.20	48.31	48.69	39.63
磁选棒	33.97	25.30	30.92	31.51	34.11	35.20
吸重产品	22.79	15.22	19.78	18.32	20.87	23.51
其他	43.59	0.91	26.57	1.86	22.42	1.67
合计	35.71	100.00	33.94	100.00	36.24	100.00

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 36.24%、33.94% 和 35.71%，保持相对稳定。

各年度主要规格产品向不同客户销售的单价及毛利率具体情况已申请豁免披露。

二、境外销售收入的具体情况。根据申报材料，报告期各期，境外收入分别为 4,006.78 万元、3,887.46 万元和 4,039.07 万元，占比分别为 52.02%、32.87% 和 24.09%，收入保持稳定但占比不断下降。请发行人：①补充说明报告期内境外销售情况，分别说明境外销售的国家及地区、主要客户名称、销售金额、与发行人是否签订框架协议以及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策等，结合出口地区和出口产品分析说明报告期各期主要出口客户变动情况、销售金额、占比波动情况及相应变动原因，是否存在下滑的风险。②补充说明报告期各期外销收入、海关报关数据、增值税退税金额等相关数据的匹配性，境外客户与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间是否存在关联关系。③说明境外客户的基本情况及在产业链所处的环节，发行人获取境外客户的途径和方法，相较于其同类产品供应商的竞争优劣势，结合前述情况说明合作的

稳定性、可持续性，目前主要出口地区是否存在不利于发行人同境外客户合作的贸易政策、外汇政策等，如果有请分析具体影响并进行充分的风险揭示。④说明在销售所涉国家和地区是否已依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查、诉讼的情形

（一）补充说明报告期内境外销售情况，分别说明境外销售的国家及地区、主要客户名称、销售金额、与发行人是否签订框架协议以及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策等，结合出口地区和出口产品分析说明报告期各期主要出口客户变动情况、销售金额、占比波动情况及相应变动原因，是否存在下滑的风险

1、补充说明报告期内境外销售情况，分别说明境外销售的国家及地区、主要客户名称、销售金额

（1）报告期各期，公司境外销售的国家及地区

报告期各期，公司主营业务收入中境外销售的国家及地区情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
美国	1,521.13	37.66%	870.75	22.40%	663.70	16.56%
俄罗斯	823.05	20.38%	950.28	24.44%	879.79	21.96%
英国	180.78	4.48%	626.14	16.11%	931.15	23.24%
日本	506.60	12.54%	463.75	11.93%	527.34	13.16%
德国	210.91	5.22%	238.47	6.13%	180.03	4.49%
小计	3,242.47	80.28%	3,149.39	81.01%	3,182.01	79.42%
其他国家及地区	796.60	19.72%	738.07	18.99%	824.77	20.58%
合计	4,039.07	100.00%	3,887.46	100.00%	4,006.78	100.00%

报告期各期，公司主营业务收入中境外收入分别为 4,006.78 万元、3,887.46 万元和 4,039.07 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 52.02%、32.87% 和 24.09%。报告期内，公司境外销售收入金额基本保持稳定，占比逐年下降。

（2）境外销售的主要客户名称、销售金额等情况

报告期各期，公司主营业务收入中境外销售的前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占比
2022 年度			
1	Bunting	1,644.94	40.73%
2	Trading house Antarn LLC	390.11	9.66%
3	Polymagnet LLC	378.66	9.38%
4	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	246.23	6.10%
5	COOPER CAPRI SAS	163.06	4.04%
合计		2,823.00	69.89%
2021 年度			
1	Bunting	1,411.97	36.32%
2	Trading house Antarn LLC	680.51	17.51%
3	COOPER CAPRI SAS	239.07	6.15%
4	Polymagnet LLC	235.21	6.05%
5	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	171.88	4.42%
合计		2,738.64	70.45%
2020 年度			
1	Bunting	1,477.40	36.87%
2	Trading house Antarn LLC	505.95	12.63%
3	Polymagnet LLC	317.97	7.94%
4	MAGNETEC JAPAN LTD	287.30	7.17%
5	COOPER CAPRI SAS	195.74	4.89%
合计		2,784.36	69.49%

由上表可知，报告期各期公司主营业务收入中境外销售的前五大客户销售金额分别为 2,784.36 万元、2,738.64 万元和 2,823.00 万元，占当期外销收入的比例分别为 69.49%、70.45% 和 69.89%，外销前五大客户销售金额及占比均基本保持稳定。

2、发行人是否签订框架协议以及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策等

报告期内，公司出口产品主要为磁选棒和吸重产品。公司报告期内前五大境外客户的主要条款内容、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策如下：

序号	客户名称	国家	报告期收入合计	是否签订框架协议	框架协议主要内容	境外销售模式	订单获取方式	定价原则	信用政策	退换货政策
1	Bunting	美国、英国	4,534.31	否	未签订框架协议，签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。	直销	展会下单	公司定价机制采取“成本加成”为基础，综合考虑市场供求、“一单一议”的方式定价。	货到后一个月付款	根据具体情况协商
2	Trading house Antarn LLC	俄罗斯	1,576.57	否	未签订框架协议，签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。	贸易商	老客户介绍	公司定价机制采取“成本加成”为基础，综合考虑市场供求、“一单一议”的方式定价。	发货前 100%	根据具体情况协商
3	Polymagnet LLC	俄罗斯	931.84	否	未签订框架协议，签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。	贸易商	老客户介绍	公司定价机制采取“成本加成”为基础，综合考虑市场供求、“一单一议”的方式定价。	发货前 100%	根据具体情况协商

序号	客户名称	国家	报告期收入合计	是否签订框架协议	框架协议主要内容	境外销售模式	订单获取方式	定价原则	信用政策	退换货政策
4	COOPER CAPRI SAS	法国	597.87	否	未签订框架协议，签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。	贸易商	展会下单	公司定价机制采取“成本加成”为基础，综合考虑市场供求、“一单一议”的方式定价。	货到后一个月付款	根据具体情况协商
5	SANGYO SUPPLY CO.LTD	日本	522.18	否	未签订框架协议，签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。	直销	展会下单	公司定价机制采取“成本加成”为基础，综合考虑市场供求、“一单一议”的方式定价。	货到后一个月付款	根据具体情况协商
6	MAGNETEC JAPAN LTD	日本	503.66	否	未签订框架协议，签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。	直销	老客户介绍	公司定价机制采取“成本加成”为基础，综合考虑市场供求、“一单一议”的方式定价。	货到后一个月付款	根据具体情况协商
7	KHP-Magnetexpert	德国	364.54	否	未签订框架协议，签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。	贸易商	展会下单	公司定价机制采取“成本加成”为基础，综合考虑市场供求、“一单一议”的方式定价。	货到后1-2个月付款	根据具体情况协商
合计			9,030.97							

3、结合出口地区和出口产品分析说明报告期各期主要出口客户变动情况、销售金额、占比波动情况及相应变动原因，是否存在下滑的风险

报告期各期，公司外销主要产品类别金额及占比如下：

单位：万元

产品类别	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
磁力过滤设备	269.54	6.67%	265.57	6.83%	485.37	12.11%
磁选棒	1,468.64	36.36%	1,578.68	40.61%	1,696.85	42.35%
吸重产品	2,266.83	56.12%	2,001.20	51.48%	1,712.42	42.74%
其他	34.06	0.84%	42.02	1.08%	112.14	2.80%
合计	4,039.07	100.00%	3,887.47	100.00%	4,006.78	100.00%

由上表可知，公司报告期各期出口产品主要为磁选棒和吸重产品，磁选棒和吸重产品出口销售金额分别为 3,409.27 万元、3,579.88 万元和 3,735.47 万元，占当期外销收入金额的比例分别为 85.09%、92.09% 和 92.48%。

报告期各期，公司外销主要出口国家及地区外销金额及占比如下：

单位：万元

国家及地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
美国	1,521.13	37.66%	870.75	22.40%	663.70	16.56%
俄罗斯	823.05	20.38%	950.28	24.44%	879.79	21.96%
英国	180.78	4.48%	626.14	16.11%	931.15	23.24%
日本	506.60	12.54%	463.75	11.93%	527.34	13.16%
德国	210.91	5.22%	238.47	6.13%	180.03	4.49%
小计	3,242.48	80.28%	3,149.39	81.01%	3,182.01	79.42%
其他国家及地区	796.59	19.72%	738.07	18.99%	824.77	20.58%
合计	4,039.07	100.00%	3,887.46	100.00%	4,006.78	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司外销主要出口国家及地区外销金额分别为 3,182.01 万元、3,149.39 万元和 3,242.48 万元，占当期外销收入金额的比例分别为 79.42%、81.01% 和 80.28%，主要出口国家及地区销售占比较高，出口国家及地区销售较为集中。

报告期各期，公司主要出口国家及地区的客户销售情况如下：

(1) 美国

单位: 万元

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	Bunting	1,492.63	98.13%	814.11	93.50%	605.09	91.17%
2	GRACIDA MAGNETICSINC	26.50	1.74%	55.96	6.43%	57.14	8.61%
3	MAGNET APPLICATIONSLTD	1.36	0.09%	0.17	0.02%	1.47	0.22%
4	Patriots Armory,LLC	0.64	0.04%	0.51	0.06%	-	-
合计		1,521.13	100.00%	870.75	100.00%	663.70	100.00%

由上表可知, 报告期各期, 公司出口美国销售收入分别为 663.70 万元、870.75 万元和 1,521.13 万元, 销售收入逐年提高, 除客户 Patriots Armory LLC 从 2021 年开始销售外, 其余客户在报告期内未发生变动。公司出口美国销售收入主要系销售给客户 Bunting, 销售收入分别为 605.09 万元、814.11 万元和 1,492.63 万元, 占出口美国销售收入的比例分别为 91.17%、93.50% 和 98.13%, 销售收入和销售占比均逐年提高, 主要系客户 Bunting 在美国区域的公司生产经营规模扩大, 需求增加所致。

(2) 俄罗斯

单位: 万元

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	Trading house Antarn LLC	390.11	47.40%	680.51	71.61%	505.95	57.51%
2	Polymagnet LLC	378.66	46.01%	235.21	24.75%	317.97	36.14%
3	JSC MAGNETON	-	-	0.22	0.02%	30.29	3.44%
4	BIC TRADECO.,LTD	-	-	29.95	3.15%	-	-
5	其他客户	54.28	6.60%	4.39	0.46%	25.58	2.91%
合计		823.05	100.00%	950.28	100.00%	879.79	100.00%

由上表可知, 报告期各期, 公司出口俄罗斯销售收入分别为 879.79 万元、950.28 万元和 823.05 万元, 销售收入基本保持稳定。公司出口俄罗斯销售收入主要系销售给客户 Trading house Antarn LLC 和 Polymagnet LLC, 两家客户销售收入合计分别为 823.92 万元、915.72 万元和 768.77 万元, 占出口俄罗斯销售收入的比例分别为 93.65%、96.36% 和 93.40%, 销售收入和销售占比基本保持稳定,

除此之外其他客户销售收入金额及占比均较小，报告期内有所变化，主要系部分客户零星小批量购买。

(3) 英国

单位：万元

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	Bunting	152.30	84.25%	597.85	95.48%	872.31	93.68%
2	FARLEY GREENE LTD	27.07	14.97%	26.66	4.26%	18.62	2.00%
3	JOHN KING CHAINS LIMITED NEW	-	-	-	-	39.80	4.27%
4	A MAG SYSTEMS LIMITED PENNYFIELDS	1.20	0.66%	1.63	0.26%	0.42	0.04%
5	Mouldshop Limited	0.21	0.12%	-	-	-	-
合计		180.78	100.00%	626.14	100.00%	931.15	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司出口英国销售收入分别为 931.15 万元、626.14 万元和 180.78 万元，销售收入逐年下降，主要系英国 Bunting 小规格型号磁选棒需求量减少，采购金额逐年下降所致。公司出口英国销售收入主要系销售给客户 Bunting 和 FARLEY GREENE LTD，两家客户销售收入合计分别为 890.93 万元、624.51 万元和 179.37 万元，占出口英国销售收入的比例分别为 95.68%、99.74% 和 99.22%，销售收入逐年下降，销售占比较高，除此之外其他客户销售收入金额及占比均较小，报告期内有所变化，主要系部分客户零星小批量购买。

(4) 日本

单位：万元

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	246.23	48.60%	171.88	37.06%	104.07	19.74%
2	MAGNETEC JAPAN LTD	110.07	21.73%	106.29	22.92%	287.30	54.48%
3	DAIWA KIKO CO.LTD	65.41	12.91%	133.96	28.89%	81.64	15.48%
4	Magfine Corporation	84.70	16.72%	48.88	10.54%	53.51	10.15%
5	MJC CO.LTD	0.19	0.04%	2.74	0.59%	0.83	0.16%
合计		506.60	100.00%	463.75	100.00%	527.35	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司出口日本销售收入分别为 527.35 万元、463.75

万元和 506.60 万元，销售收入基本保持稳定，客户报告期内未发生变动。

（5）德国

单位：万元

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	KHP-Magnetexpert	97.08	46.03%	134.96	56.59%	129.82	72.11%
2	SESOTEC GMBH	104.21	49.41%	97.84	41.03%	46.55	25.86%
3	GENOMA NORMTEILE GMBH/SCHULTHETS	1.75	0.83%	4.50	1.89%	1.48	0.82%
4	MAGNETFABRIK BONN GMBH	5.00	2.37%	0.22	0.09%	0.13	0.07%
5	其他客户	2.88	1.36%	0.95	0.40%	2.05	1.14%
合计		210.92	100.00%	238.47	100.00%	180.03	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司出口德国销售收入分别为 180.03 万元、238.47 万元和 210.91 万元，销售收入基本保持稳定。公司出口德国销售收入主要系销售给客户 KHP-Magnetexpert 和 SESOTEC GMBH，两家客户销售收入合计分别为 176.37 万元、232.80 万元和 201.29 万元，占出口德国销售收入的比例分别为 97.97%、97.62% 和 95.44%，销售收入基本保持稳定，销售占比较高，除此之外其他客户销售收入金额及占比均较小，报告期内有所变化，主要系部分客户零星小批量购买。

综上所述，报告期各期，公司境外销售收入及主要客户总体保持稳定，公司主要出口地区和出口产品销售占比较高且总体保持稳定，主要出口地区主要客户总体保持稳定，境外销售出现大幅下滑的风险较低。

（二）补充说明报告期各期外销收入、海关报关数据、增值税退税金额等相关数据的匹配性，境外客户与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间是否存在关联关系

1、发行人外销收入、海关报关数据和增值税退税金额等相关数据的匹配性分析

单位：万美元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
1) 外销收入与海关报关数据比较			
外销收入 a	603.17	599.66	574.79

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
海关报关数据 b	603.19	599.74	574.80
外销收入与海关报关数据差异 c=b-a	0.02	0.08	0.01
差异率 d=c/a	0.00%	0.01%	0.00%
2) 外销收入与免抵退税出口申报比较			
外销收入 a	603.17	599.66	574.79
免抵退税出口申报销售额 b	601.97	599.92	576.53
外销收入与免抵退申报差异 c=b-a	-1.20	0.26	1.74
差异率 d=c/a	-0.20%	0.04%	0.30%

注：为减少汇率换算导致的误差，外销收入与海关报关数据、增值税退税金额的核对采用外币金额核对。

报告期各期，公司外销收入与海关报关数据的差异金额分别为美元 0.01 万元、美元 0.08 万元和美元 0.02 万元，占外销收入的比例分别为 0.00%、0.01% 和 0.00%，差异金额和占比均极小，外销收入与海关报关数据基本匹配；公司外销收入与增值税免抵退税出口申报差异金额分别为美元 1.74 万元、美元 0.26 万元和美元-1.20 万元，占外销收入的比例分别为 0.30%、0.04% 和-0.20%，差异金额和占比均较小，外销收入与免抵退税出口申报数据基本匹配。

报告期各期，境外客户与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间不存在关联关系。

综上所述，报告期各期，公司外销收入与海关报关数据、增值税退税申报收入基本匹配；境外客户与公司及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间不存在关联关系。

（三）说明境外客户的基本情况及在产业链所处的环节，发行人获取境外客户的途径和方法，相较于其同类产品供应商的竞争优劣势，结合前述情况说明合作的稳定性、可持续性，目前主要出口地区是否存在不利于发行人同境外客户合作的贸易政策、外汇政策等，如果有请分析具体影响并进行充分的风险揭示

1、说明境外客户的基本情况及在产业链所处的环节，发行人获取境外客户的途径和方法

报告期内，公司主要境外客户的基本情况如下：

客户名称	产业链所处环节	客户基本情况	获取境外客户的途径和方法
Bunting	机械商	成立于 1959 年，主营业务磁性工艺设备生产、销售，主要产品用于化工、食物的生产部件。	展会下单
Trading House Antarn LLC	贸易商	成立于 2013 年，注册资本 1,100 万卢布，主要产品稀有金属的混合物。	老客户介绍
Polymagnet LLC	贸易商	注册资本 50,000 美元，主营业务开发、生产、销售磁性设备，主要产品民用汽车电动机测量仪器。	老客户介绍
COOPER CAPRI SAS	贸易商	成立于 1964 年，主要产品电器、绝缘部件。	展会下单
SANGYO SUPPLY.CO.LTD	机械商	成立于 1998 年，主营业务为机械设备、电气设备、仪表仪器贸易。	展会下单
MAGNETEC JAPAN LTD	机械商	成立于 1991 年 6 月 17 日，注册资本 3,000 万日元，主营业务为磁选机的制造和销售，主要产品磁选机。	老客户介绍
KHP-Magnetexpert	贸易商	成立于 1996 年 6 月，主营业务磁性产品贸易，主要产品磁棒。	展会下单

2、相较于其同类产品供应商的竞争优劣势，结合前述情况说明合作的稳定性、可持续性

相较于其同类产品供应商，发行人主要竞争优势如下：

（1）战略优势

公司从创始至今专精于精密除杂，从设计人员的设计理念到制造人员的生产习惯，再到销售人员的推广营销，精密除杂始终是其经营的核心。公司始终坚持“凡经我手，必属佳品”的理念，坚持创新发展战略，以满足客户个性化需求为目的设计各种不同应用领域的高质量产品，积极巩固开拓市场，不断促进公司优化、迭代、丰富产品以适应更多应用领域，形成良性循环不断前进，最终提升公司的综合竞争力、抗风险能力及市场地位。

（2）技术优势及研发优势

独立的技术研发能力和持续的研发投入是磁力过滤设备企业不断深入下游厂商供应体系、维持长久合作的重要保证。公司深耕精细除铁领域二十余年，始终致力于提升技术水平和产品性能，通过持续的自主研发投入和积累，根据对产品技术的不断改进、对客户特定需求的分析、对行业未来升级趋势的理解，产品完善从普通永磁除铁设备到自动永磁除铁设备、电磁除铁设备不断迭代升级，形

成了多项核心技术和相关专利，并在电子材料行业实现了自动永磁除铁设备的产业化应用。目前公司技术人员具备较为丰富的行业实践经验，为公司持续的技术研发和产品设计提供有力保障。截至本回复出具日，公司拥有 4 项发明专利、17 项实用新型专利和 1 项计算机软件著作权，具备较为突出的行业地位和研究开发、技术创新能力。

（3）产品优势

公司从研发设计和应用场景等多角度对磁力过滤设备进行不断的创新优化，成功研发出了以高可靠性、高效率和自动化为核心竞争力的自动永磁除铁设备和电磁除铁设备。其中，公司创新研发的自动永磁除铁设备解决了现有普通永磁除铁设备需停机清理杂质、正压工况无法使用、原料损耗较大以及除铁效率较低等问题；公司研发的电磁除铁设备解决了现有电磁除铁设备因为线圈温度升高而磁场强度降低和原料浪费等问题。公司将充分利用其在自动永磁除铁设备产品上的技术先发优势，总结自动永磁除铁设备在电子材料行业的推广经验，将自动永磁除铁设备、电磁除铁设备等相关产品向化工、食品、医药等行业延伸拓展，进行增量市场开拓，同时把握存量设备更新迭代的市场机会。公司还将在加大国内营销推广的基础上，将国内市场优势和经验向海外市场扩展复制，加大自动永磁除铁设备和电磁除铁设备的海外推广力度。公司将继续在技术储备的基础上持续投入研发，以产品和技术的创新推动公司发展。

（4）客户积累优势

经过多年积累，公司凭借先进的技术、优质的产品、高效的服务，积累了大批稳定、优质的客户资源，比如在电子材料领域有中伟股份、宁德时代和容百科技等电子材料龙头企业，在化工领域有中国巨石、华友钴业等知名企业，在食品领域有天味食品、金龙鱼、百乐嘉利宝等行业龙头，在医药领域也有浙江医药、宏元药业等知名企业。

（5）人才优势

公司始终高度重视人才团队建设，在持续运营过程中培养了一大批专业知识匹配、管理经验丰富的高素质复合型人才，打造了一支经验丰富、结构合理、稳定高效的管理及专业技术研发团队。公司团队主要负责人均在行业内拥有多年研

发、运营或管理方面的经验，公司专业技术人员对行业前沿技术，尤其是对磁力调控和电气控制有深刻理解和掌握，为公司战略发展目标的实现提供了有力保障。

（6）综合实力优势

公司从事磁力过滤设备制造行业多年，积累了大批优秀供应商资源和丰富的研发、设计、生产经验，形成了完善的生产线布局和全面精益的生产管理系统，组建了具有丰富制造经验的管理团队和适应市场的销售团队，具有较强综合实力优势。

综上所述，发行人相较于同类供应商具备战略优势、技术及研发优势、产品优势、客户资源优势、人才优势和综合实力优势等，为公司在行业内建立了口碑及信誉，并为公司在相关行业开拓新客户提供了品牌背书，有利于公司长期稳定、持续发展。

3、目前主要出口地区是否存在不利于发行人同境外客户合作的贸易政策、外汇政策等，如果有请分析具体影响并进行充分的风险揭示

（1）贸易政策

发行人目前主要出口地区有美国、俄罗斯、德国、日本等，境外客户所在国家、地区对发行人相关产品无特别贸易措施限制，境外销售受贸易政策影响的风险较低。

（2）外汇政策

报告期内，公司外销收入主要来自美国、俄罗斯、德国、日本等，除俄罗斯外，主要外销国家或地区不存在受金融制裁、外汇管制等情况。发行人与俄罗斯客户采用美元结算，相关金融制裁、外汇管制对发行人不存在重大影响。若未来俄罗斯地区局势长期紧张，抑或是后续有关国家、地区或组织对俄罗斯的制裁长期持续或实施严格的外汇管制，可能会对公司的货款结算产生不利影响。

综上所述，发行人目前主要出口地区不存在不利于发行人同境外客户合作的贸易政策、外汇政策等。

(四) 说明在销售所涉国家和地区是否已依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查、诉讼的情形

发行人的产品销售地区包括境外，根据《中华人民共和国海关报关单位备案管理规定》(海关总署令第 253 号)、《对外贸易经营者备案登记办法(2021 修订)》的规定，发行人及其控股子公司已办理海关报关单位备案、对外贸易经营者备案，具体情况如下：

序号	公司名称	证书名称	核发部门	证书编号	有效期
1	西磁科技	对外贸易经营者备案登记表	宁波市镇海区商务局	04419015	2022.05.11 -长期
2	西磁科技	海关报关单位备案	中华人民共和国宁波海关	3302961B70	至 2068.07.31
3	西磁科技	高级认证企业证书	中华人民共和国宁波海关	753255622002	2022.12.15 -2027.12.14
4	宁波磁源	对外贸易经营者备案登记表	宁波市镇海区商务局	04419056	2022.04.15 -长期
5	宁波磁源	海关报关单位备案	中华人民共和国宁波海关	3302961785	至 2068.07.31

此外，发行人已取得 ISO9001:2015 质量管理体系认证、GB/T24001-2016/ISO14001:2015 环境管理体系认证、欧盟 CE 认证等通用许可认证，具体情况如下：

序号	公司名称	证书名称	核发部门	证书编号	有效期
1	西磁科技	环境管理体系认证 (GB/T24001-2016/ISO14001:2015)	杭州锐德认证技术有限公司	30119E0014R0M	2022.12.9- 2025.12.9
2	西磁科技	质量管理体系认证 (ISO9001:2015)	南德认证检测(中国)有限公司	1210055731TMS	2021.5.17- 2024.5.16
3	西磁科技	职业健康安全管理体系认证证书 (GB/T45001-2020/ISO45001:2018)	欧瑞认证有限公司	37823S11549R0M	2023.06.1- 2026.06.12
4	西磁科技	欧盟 CE 认证证书 (认证产品：Self-Cleaning Magnetic Grate Separator)	UDEM International Certification Auditing Training Centre Industry and Trade Co. Ltd	M.2015.103.5466	2015.10.22 -长期

根据发行人提供的相关资质、并经访谈发行人境外销售负责人，报告期内，发行人已按相关法律法规办理了境外销售产品涉及的出口备案登记手续及产品

认证，除此之外，发行人无需在境外销售所涉及国家和地区办理其他资质、许可；发行人不存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查、诉讼的情形。

综上所述，发行人在销售所涉主要国家和地区已依法取得从事相关业务所必需的法律法规规定的资质、许可，报告期内发行人不存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查、诉讼的情形。

三、客户集中度不断下降的风险。发行人前五大客户收入占比分别为 35.79%、27.85% 和 23.10%，前五大客户收入占比不断下降且变动较大。请发行人：①补充说明报告期各期前十大客户情况，并说明对其销售的产品品种、规格型号、金额、数量、毛利率情况，结合主要客户的经营情况、下游产品的销售情况、产品竞争优势、在手订单情况等分析说明公司与主要客户合作的稳定性及可持续性；结合客户收入分层情况、合作年限情况、产品特性、销售模式等，说明客户集中度低的原因及合理性，是否符合行业特征，是否存在客户稳定性不足而影响持续经营能力的风险。②说明报告期各期客户的数量，包括但不限于地区及收入分布情况、数量变动情况，分析说明与客户交易的稳定性、持续性，是否符合行业惯例，是否存在被替代的风险，是否对发行人的持续经营能力存在重大不利影响，并对相关事项做重大事项提示和风险揭示。③补充说明成为主要客户合格供应商的过程及合法合规性，报告期内已经取得的主要客户认证或进入合格供应商体系情况，与上述客户的合作历史、进入条件、过程和时长，合作的主要权利义务的内容、期限，是否具有排他性或优先权，说明对主要客户的具体定价方法和依据，同类产品对不同客户的售价是否有差异。④结合前述情况综合分析发行人与上述客户合作是否稳定可持续、是否存在被替代的风险，是否对发行人的持续经营能力存在重大不利影响，并对相关事项做重大事项提示和风险揭示。⑤说明主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在业务、资金往来，发行人的直接、间接股东是否在发行人主要客户拥有权益或任职

（一）补充说明报告期各期前十大客户情况，并说明对其销售的产品品种、规格型号、金额、数量、毛利率情况，结合主要客户的经营情况、下游产品的销售情况、产品竞争优势、在手订单情况等分析说明公司与主要客户合作的稳

定性及可持续性；结合客户收入分层情况、合作年限情况、产品特性、销售模式等，说明客户集中度低的原因及合理性，是否符合行业特征，是否存在客户稳定性不足而影响持续经营能力的风险

1、补充说明报告期各期前十大客户情况，并说明对其销售的产品品种、规格型号、金额、数量、毛利率情况

单位：件、万元

序号	客户名称	产品品种	数量	金额
2022 年度				
1	Bunting	吸重产品、磁选棒、磁力过滤设备、其他	5,451,497.00	1,644.94
2	中伟新材料股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	2,551.00	815.55
3	浙江华友钴业股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒、其他	4,590.00	549.94
4	青岛软控机电工程有限公司	磁选棒、磁力过滤设备	4,829.00	446.26
5	宁波容百新能源科技股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	781.00	443.41
6	宁德时代新能源科技股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	1,036.00	423.05
7	扬州迈尔机械科技有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	608.00	408.70
8	Trading house Antarn LLC	吸重产品、磁选棒	332,240.00	390.11
9	Polymagnet LLC	吸重产品、磁力过滤设备、磁选棒、其他	506,995.00	378.66
10	琥崧科技集团股份有限公司	磁力过滤设备	266.00	345.84
合计			6,305,393.00	5,846.46
2021 年度				
1	Bunting	磁选棒、吸重产品、磁力过滤设备、其他	2,854,631.00	1,411.97
2	Trading house Antarn LLC	吸重产品	293,270.00	680.51
3	中伟新材料股份有限公司	磁选产品、磁选棒	3,119.00	661.14
4	深圳市赢合科技股份有限公司	磁选棒	2,728.00	288.93
5	无锡理奇智能装备有限公司	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	985.00	278.86
6	浙江华友钴业股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒、其他	2,250.00	262.61
7	COOPER CAPRI SAS	吸重产品、磁力过滤设备	97,500.00	239.07
8	Polymagnet LLC	吸重产品、其他	478,592.00	235.21
9	青岛软控机电工程有限公司	磁选棒、磁力过滤设备、吸重产品	2,431.00	207.74
10	深圳市尚水智能股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	389.00	201.20
合计			3,735,895.00	4,467.24

序号	客户名称	产品品种	数量	金额
2020 年度				
1	Bunting	磁选棒、吸重产品、磁力过滤设备、其他	3,750,100.00	1,477.40
2	Trading house Antarn LLC	吸重产品、磁力过滤设备、磁选棒	287,029.60	505.95
3	Polymagnet LLC	吸重产品、其他、磁力过滤设备、磁选棒	489,317.00	317.97
4	MAGNETEC JAPAN LTD	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	1,298.00	287.30
5	宁德时代新能源科技股份有限公司	磁选棒、磁力过滤设备、其他	3,248.00	212.96
6	中伟新材料股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	1,172.00	207.13
7	COOPER CAPRI SAS	吸重产品、磁力过滤设备	74,250.00	195.74
8	KHP-Magnetexpert	吸重产品、其他	585,985.15	129.82
9	金能化学（青岛）有限公司	磁力过滤设备	44.00	117.52
10	G.MAGNETICS INDUSTRIAL SYSTEMS	磁选棒、磁力过滤设备、吸重产品	1,808.00	111.45
合计			5,194,251.75	3,563.23

注：报告期各期前十大客户的毛利率情况已申请豁免披露。

由上表可知，报告期各期，公司前十大客户销售合计金额分别为 3,563.23 万元、4,467.24 万元和 5,846.46 万元，呈逐年上升趋势。

2、结合主要客户的经营情况、下游产品的销售情况、产品竞争优势、在手订单情况等分析说明公司与主要客户合作的稳定性及可持续性

报告期各期，公司销售金额前十大客户的经营情况、截至 2022 年期末在手订单含税金额如下：

单位：万元

序号	客户名称	开始合作时间	经营情况	报告期收入合计	在手订单金额
1	Bunting	2004 年	成立于 1959 年，主营业务磁性工艺设备生产、销售，主要产品用于化工、食物的生产部件。	4,534.31	71.20
2	中伟新材料股份有限公司	2015 年	成立于 2014 年 9 月 15 日，注册资本 67,063.40 万元，收入规模：2022 年 303.44 亿，2021 年 200.72 亿，2020 年 74.40 亿。	1,683.83	80.62
3	Trading house Antarn LLC	2015 年	成立于 2013 年，注册资本 1,100 万卢布，主要产品稀有金属的混合物。	1,576.56	-
4	Polymagnet LLC	2014 年	注册资本 50,000 美元，主营业务开发、生产、销售磁性设备，主	931.84	-

序号	客户名称	开始合作时间	经营情况	报告期收入合计	在手订单金额
			要产品民用汽车电动机测量仪器。		
5	浙江华友钴业股份有限公司	2013 年	成立于 2002 年 5 月 22 日, 注册资本 159,946.41 万元, 收入规模: 2022 年 630.34 亿元, 2021 年 353.17 亿元, 2020 年 211.87 亿元。	893.40	429.12
6	青岛软控机电工程有限公司	2015 年	成立于 2009 年 5 月 4 日, 注册资本 120,000 万元, 高新技术企业。	754.80	29.63
7	宁德时代新能源科技股份有限公司	2017 年	成立于 2011 年 12 月 16 日, 注册资本 244,251.45 万元, 收入规模: 2022 年 3,285.94 亿元, 2021 年 1,303.56 亿元, 2020 年 503.19 亿元。	729.57	61.91
8	扬州迈尔机械科技有限公司	2013 年	成立于 2013 年 3 月 13 日, 注册资本 300 万元, 公司经营范围包括食品、制药、化工行业在线检测设备和在线包装设备研发、销售; 自营和代理各类商品及技术的进出口业务。	667.63	28.97
9	COOPER CAPRI SAS	2008 年	成立于 1964 年, 主要产品电气、绝缘部件。	597.87	10.21
10	宁波容百新能源科技股份有限公司	2015 年	成立于 2014 年 9 月 18 日, 注册资本 45,088.33 万元, 收入规模: 2022 年 301.23 亿元, 2021 年 102.59 亿元, 2020 年 37.95 亿元。	571.13	34.28
11	琥崧科技集团股份有限公司	2021 年	成立于 2012 年 7 月 23 日, 注册资本 5,100 万元, 上海市专精特新中小企业, 科技型中小企业, 专注于为全球微纳米材料客户提供高端智能设备研发制造和智能化产线解决方案, 主要面向锂电材料、5G、半导体、精细化工、食品、医药等行业用户。	541.42	766.95
12	深圳市赢合科技股份有限公司	2017 年	成立于 2006 年 6 月 26 日, 注册资本 64,953.80 万, 收入规模: 2022 年 90.20 亿元, 2021 年 52.02 亿元, 2020 年 23.85 亿元。	534.17	-
13	无锡理奇智能装备有限公司	2018 年	成立于 2018 年 4 月 26 日, 注册资本 10,790.00 万元, 公司专注于物料混合搅拌、分散乳化、自动投料、自动计量、自动配料等物料自动化处理领域, 提供专业的物料处理系统整体解决方案。设备品类丰富齐全, 性能高效稳定。可提供从方案规划、设计、生产、安装、调试、培训、运行、验收到售后的一站式总承包(EPC)服务。其产品广泛应用于	532.51	1.41

序号	客户名称	开始合作时间	经营情况	报告期收入合计	在手订单金额
			新能源（锂电池）、复合材料、胶黏剂、医药、日化、食品、涂料、5G 材料、半导体材料等行业，先后为全球上百家客户提供了各类智能制造系统整体解决方案和“交钥匙”工程。		
14	MAGNETEC JAPAN LTD	2015 年	成立于 1991 年 6 月 17 日，注册资本 3,000 万日元，主营业务为磁选机的制造和销售，主要产品磁选机。	503.66	0.18
15	深圳市尚水智 能股份有限公 司	2016 年	成立于 2012 年 8 月 31 日，注册资本 7,500.00 万元，高新技术企业，科技型中小企业，致力于用创新思维来解决行业难题，把生产工艺与智能装备有机结合，持续为客户创造价值。	492.11	64.54
16	KHP-Magnetex pert	2018 年	成立于 1996 年 6 月，主营业务磁性产品贸易，主要产品磁铁、吸力件。	364.54	-
17	G.MAGNETIC S INDUSTRIAL SYSTEMS	2008 年	成立于 2008 年 1 月 31 日，注册资本 5,000,000.00 菲律宾比索，主营业务为进口贸易批发及其他商品服务，主要产品为除铁器。	328.91	2.75
18	金能化学（青 岛）有限公司	2020 年	金能化学（青岛）有限公司是金能科技股份有限公司旗下全资子公司，位于青岛董家口经济区，始建于 2018 年，注册资本 1,000,000 万元，高新技术企业，员工 1,000 余人，生产装置采用全球一流的设备，引进全球领先的技术。公司建设了 48 万吨/年炭黑、180 万吨/年丙烷脱氢、200 万吨/年高性能聚丙烯及清洁氢能源综合利用系列项目。	117.52	-
合计				16,355.78	1,581.76

报告期各期，公司下游产品销售情况详见本回复之“问题 1/一/（一）/1、结合产品下游应用需求、产品类型等进一步细化分类说明报告期内收入的具体情况”；公司产品竞争优势详见《关于宁波西磁科技发展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“问题 3/二/（一）/补充披露同类永磁、电磁除铁设备在发行人产品推出前后的市场竞争格局、主要技术路径及其变化情况，在发行人研发人员及研发费用占比均低于同行业可比公司的情况下，具体说明发行人产品与同行业主要竞争对手相比的技术优势及产品优势的

具体体现”。

由上表可知，公司前十大客户报告期销售总额为 16,355.78 万元，截至 2022 年期末在手订单含税金额为 1,581.76 万元，除与 2018 年成立的金能化学(青岛)有限公司和 2012 年成立的琥崧科技集团股份有限公司分别于 2020 年和 2021 年开始合作外，其余客户均在报告期之前开始合作，合作历史较长，主要客户合作稳定，不存在新成立客户立即成为公司主要客户情形，主要客户经营状况良好，不存在经营异常情形。

3、结合客户收入分层情况、合作年限情况、产品特性、销售模式等，说明客户集中度低的原因及合理性，是否符合行业特征，是否存在客户稳定性不足而影响持续经营能力的风险

(1) 根据公司客户收入分层情况分析客户集中度

报告期各期，公司客户收入分层情况如下：

单位：家、万元

销售收入区间	数量	数量比例	销售收入	销售收入占比
2022 年度				
>=300	10	1.23%	5,846.46	34.88%
200-300	6	0.74%	1,465.02	8.74%
100-200	23	2.82%	3,175.61	18.94%
50-100	28	3.43%	2,010.97	11.99%
<50	749	91.79%	4,267.10	25.45%
合计	816	100.00%	16,765.16	100.00%
2021 年度				
>=300	3	0.43%	2,753.62	23.29%
200-300	7	1.00%	1,713.62	14.49%
100-200	20	2.86%	2,901.83	24.54%
50-100	16	2.29%	1,119.24	9.46%
<50	654	93.43%	3,337.30	28.22%
合计	700	100.00%	11,825.61	100.00%
2020 年度				
>=300	3	0.48%	2,301.32	29.88%
200-300	3	0.48%	707.38	9.18%

销售收入区间	数量	数量比例	销售收入	销售收入占比
100-200	7	1.11%	863.36	11.21%
50-100	14	2.23%	979.51	12.72%
<50	602	95.71%	2,850.62	37.01%
合计	629	100.00%	7,702.18	100.00%

报告期各期，公司年销售收入大于或等于 300 万元的客户家数分别为 3 家、3 家和 10 家，占当期客户总数量的比例分别为 0.48%、0.43% 和 1.23%；当期销售收入合计分别为 2,301.32 万元、2,753.62 万元和 5,846.46 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 29.88%、23.29% 和 34.88%。

报告期各期，公司年销售收入大于或等于 200 万元且小于 300 万元的客户家数分别为 3 家、7 家和 6 家，占当期客户总数量的比例分别为 0.48%、1.00% 和 0.74%；当期销售收入合计分别为 707.38 万元、1,713.62 万元和 1,465.02 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 9.18%、14.49% 和 8.74%。

报告期各期，公司年销售收入大于或等于 100 万元且小于 200 万元的客户家数分别为 7 家、20 家和 23 家，占当期客户总数量的比例分别为 1.11%、2.86% 和 2.82%；当期销售收入合计分别为 863.36 万元、2,901.83 万元和 3,175.61 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 11.21%、24.54% 和 18.94%。

报告期各期，公司年销售收入大于或等于 50 万元且小于 100 万元的客户家数分别为 14 家、16 家和 28 家，占当期客户总数量的比例分别为 2.23%、2.29% 和 3.43%；当期销售收入合计分别为 979.51 万元、1,119.24 万元和 2,010.97 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 12.72%、9.46% 和 11.99%。

报告期各期，公司年销售收入小于 50 万元的客户家数分别为 602 家、654 家和 749 家，占当期客户总数量的比例分别为 95.71%、93.43% 和 91.79%；当期销售收入合计分别为 2,850.62 万元、3,337.30 万元和 4,267.10 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 37.01%、28.12% 和 25.47%，客户数量比例和销售收入金额比例均逐年下降。

报告期各期，随着下游市场的高景气度发展，公司下游客户的需求量上升明显，普遍增加采购量，公司主营业务收入逐年提高。公司客户家数逐年增加，单客户销售规模较大的客户数量及销售收入占比逐年增加，公司客户结构持续优化，

有利于保持公司销售的稳定性。

（2）根据客户合作年限分层情况分析客户集中度

报告期各期，公司客户合作年限情况如下：

单位：家、万元				
客户合作年限	数量	数量比例	销售收入	销售收入占比
2022 年度				
0-1 年	308	37.75%	2,279.25	13.60%
1-3 年	188	23.04%	2,420.77	14.44%
3-5 年	118	14.46%	2,583.90	15.41%
5 年以上	202	24.75%	9,481.23	56.55%
合计	816	100.00%	16,765.16	100.00%
2021 年度				
0-1 年	238	34.00%	1,878.45	15.88%
1-3 年	176	25.14%	1,333.40	11.28%
3-5 年	107	15.29%	1,653.60	13.98%
5 年以上	179	25.57%	6,960.17	58.86%
合计	700	100.00%	11,825.61	100.00%
2020 年度				
0-1 年	239	38.00%	1,030.88	13.38%
1-3 年	148	23.53%	1,134.83	14.73%
3-5 年	97	15.42%	552.09	7.17%
5 年以上	145	23.05%	4,984.38	64.71%
合计	629	100.00%	7,702.18	100.00%

由上表可知，报告期各期，与公司合作年限在 3-5 年的客户收入金额分别为 552.09 万元、1,653.60 万元和 2,583.90 万元，占当期主营业务收入比例分别为 7.17%、13.98% 和 15.41%；与公司合作年限在 5 年以上的客户收入金额分别为 4,984.38 万元、6,960.17 万元和 9,481.23 万元，占当期主营业务收入比例分别为 64.71%、58.86% 和 56.55%；与公司合作年限在 3 年以上的客户收入金额分别为 5,536.47 万元、8,613.77 万元和 12,065.14 万元，占当期主营业务收入比例分别为 71.88%、72.84% 和 71.97%。报告期各期，与公司合作年限在 3 年以上的客户主营业务收入逐年提高，占当期主营业务收入的比例基本保持稳定，且均超过 70%，公司客户群体较为稳定。

(3) 根据公司产品特性、销售模式等分析客户集中度

公司主要产品为磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品。公司采用直销模式为主，贸易商模式为辅的销售模式，报告期未发生变化。公司产品以定制化为主，广泛应用于电子材料、化工、食品、医药等各种领域，客户主要为电子材料、化工、食品、医药等各种领域生产商客户及部分贸易商客户。因此，公司下游客户业务范围涉及较广、数量较多、客户集中度较低。

报告期各期，公司销售前五大客户收入占比与同行业可比公司比较如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
隆基电磁	13,816.32	22.32%	12,569.27	21.19%	13,015.45	31.94%
华特磁电	6,142.43	12.57%	9,338.23	19.71%	3,611.11	11.83%
西磁科技	3,900.10	23.10%	3,321.41	27.85%	2,801.57	35.79%

注：同行业可比公司信息根据公开披露的年度报告、招股说明书等信息汇总整理，下同。

由上表可知，报告期各期公司销售前五大客户收入占比均高于同行业可比公司隆基电磁与华特磁电，其中与隆基电磁相比占比较为接近，且略高于隆基电磁，与华特磁电相比占比高出较多，公司客户集中度与同行业可比公司不存在重大偏差，符合行业特征。

综上所述，公司报告期各期前十大客户报告期销售总额逐年上升，除与 2018 年成立的金能化学（青岛）有限公司和 2012 年成立的琥崧科技集团股份有限公司分别于 2020 年和 2021 年开始合作外，其余客户均在报告期之前开始合作，合作历史较长，主要客户合作稳定，不存在新成立客户立即成为公司主要客户情形，主要客户经营状况良好，不存在经营异常情形；公司客户家数逐年增加，单客户销售规模较大的客户数量及销售收入占比逐年增加，公司客户结构持续优化，有利于保持公司销售的稳定性；与公司合作年限在 3 年以上的客户主营业务收入逐年大幅提高，客户群体较为稳定；公司前五大客户销售收入占比高于同行业可比公司，公司客户集中度与同行业可比公司不存在重大偏差，符合行业特征，因客户稳定性不足而影响持续经营能力的风险较低。

(二) 说明报告期各期客户的数量，包括但不限于地区及收入分布情况、数量变动情况，分析说明与客户交易的稳定性、持续性，是否符合行业惯例，

是否存在被替代的风险，是否对发行人的持续经营能力存在重大不利影响，并对相关事项做重大事项提示和风险揭示

1、说明报告期各期客户的数量，包括但不限于地区及收入分布情况、数量变动情况，分析说明与客户交易的稳定性、持续性，是否符合行业惯例

（1）报告期内客户数量按地区分布情况

报告期内客户数量按地区分布情况详见本回复之“问题 7/一/（一）补充说明直销客户与贸易商的具体情况，包括但不限于地区及收入分布情况、客户数量变动情况、新增客户数量占比及收入占比”。

（2）报告期内客户数量按收入分布情况

报告期内客户数量按收入分布情况详见本回复之“问题 1/三/（一）/3、/（1）根据公司客户收入分层情况分析客户集中度”。

（3）分析说明与客户交易的稳定性、持续性，是否符合行业惯例

发行人与客户交易的稳定性、持续性分析详见本回复之“问题 1/三/（一）/3、/（1）根据公司客户收入分层情况分析客户集中度、（2）根据客户合作年限分层情况分析客户集中度”。

2、是否存在被替代的风险，是否对发行人的持续经营能力存在重大不利影响，对相关事项做重大事项提示和风险揭示

根据前述分析可知，报告期内各期，公司合作 3 年以上客户收入金额逐年提高，占主营业务收入的比例均超过 70%，且总体呈上升趋势。公司与主要客户大多建立了长期稳定的合作关系，公司的产品和服务获得了客户的好评和信赖。截至 2023 年 5 月 31 日，公司整体在手订单金额为 6,453.90 万元，在手订单较为充足。

公司所处下游行业发展趋势良好、未来市场需求广阔。公司在磁力过滤设备领域沉淀多年，凭借着产品质量优且稳定性好、产品型号多场景适应性强、稳定供货能力、及时高效的服务，形成良好的行业口碑和市场知名度，目前公司业务已覆盖全国多个省、自治区和直辖市，各销售区域客户数量、各收入区间客户数量均保持上升趋势，公司在经营发展过程中，已与主要客户建立了长期、稳定的合作关系，主要客户经营稳定，资质优异，公司与其交易稳定、可持续。随着公

司未来继续拓展新客户、新产品，将为公司创造新的销售增长点。

综上所述，发行人与主要客户合作稳定可持续，被替代的风险较小，对发行人的持续经营能力不存在重大不利影响。

（三）补充说明成为主要客户合格供应商的过程及合法合规性，报告期内已经取得的主要客户认证或进入合格供应商体系情况，与上述客户的合作历史、进入条件、过程和时长，合作的主要权利义务的内容、期限，是否具有排他性或优先权，说明对主要客户的具体定价方法和依据，同类产品对不同客户的售价是否有差异

1、成为主要客户合格供应商的过程及合法合规性，报告期内已经取得的主要客户认证或进入合格供应商体系情况，与上述客户的合作历史、进入条件、过程和时长，合作的主要权利义务的内容、期限，是否具有排他性或优先权

（1）成为主要客户合格供应商的过程及合法合规性，报告期内已经取得的主要客户认证或进入合格供应商体系情况，与上述客户的合作历史、进入条件、过程和时长

发行人获取客户的方式主要包括招投标、商务洽谈、客户间的相互推介等不同方式。报告期内，发行人前十大客户销售收入合计分别为 3,563.23 万元、4,467.24 万元和 5,846.46 万元，占公司各期营业收入的比例分别为 45.52%、37.45% 和 34.63%。发行人与主要客户（前十大客户）的合作历史、进入条件、过程和时长情况具体如下：

前十大客户名称	合作历史（合作开始时间）	是否取得的主要客户认证或进入合格供应商体系	进入条件	进入过程	进入时长
Bunting	2004 年	是	（1）客户对公司考察通过；（2）送样检测合格	公司与客户合作时间较早，公司主动拜访交流，客户对公司考察通过并送样检测合格后建立合作关系，逐步形成批量订单	半年左右
中伟新材料股份有限公司	2015 年	是	（1）公司业绩、规模与技术实力满足客户要求；（2）满足客户产品设计需求、价格符合客户预期；（3）符合客户供应量需求，具备随时供货的能力；（4）符合客户要求的管理体系	（1）提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料；（2）资料评审通过，符合客户要求的管理体系；（3）进入客户合格供应商名录，获得合格供应商系统权限；（4）从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	半年左右
浙江华友钴业股份有限公司	2013 年	是	（1）公司业绩、规模与技术实力满足客户要求；（2）满足客户产品设计需求、价格符合客户预期；	（1）提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料；（2）资料评审通过，符合客户要求的管理体系	半年左右

前十大客户名称	合作历史 (合作开始时间)	是否取得的主要客户认证或进入合格供应商体	进入条件	进入过程	进入时长
			(3) 符合客户供应量需求，具备随时供货的能力；(4) 符合客户要求的管理体系	系；(3) 进入客户合格供应商名录，获得合格供应商系统权限；(4) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	
青岛软控机电工程有限公司	2015 年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求；(2) 满足客户产品设计需求、价格符合客户预期；(3) 符合客户供应量需求，具备随时供货的能力；(4) 符合客户要求的管理体系	(1) 提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料；(2) 资料评审通过，符合客户要求的管理体系；(3) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	半年左右
宁波容百新能源科技股份有限公司	2015 年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求；(2) 满足客户产品设计需求、价格符合客户预期；(3) 符合客户供应量需求，具备随时供货的能力；(4) 符合客户要求的管理体系	(1) 提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料；(2) 资料评审通过，符合客户要求的管理体系；(3) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	半年左右
宁德时代新能源科技股份有限公司	2017 年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求；(2) 满足客户产品设计需求；(3) 符合客户供应量需求，具备随时供货的能力；(4) 符合客户要求的管理体系	(1) 提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料；(2) 填写并提供供应商评审表；(3) 资料评审通过，符合客户要求的管理体系；(4) 进入客户合格供应商名录，获得合格供应商系统权限；(5) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	1 年左右
扬州迈尔机械科技有限公司	2013 年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求；(2) 满足客户产品设计需求、价格符合客户预期；(3) 符合客户供应量需求，具备随时供货的能力；(4) 符合客户要求的管理体系；(5) 客户审厂通过	(1) 资料评审通过，符合客户要求的管理体系；(2) 客户审厂通过；(3) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	3 个月左右
Trading house Antarn LLC	2015 年	是	(1) 客户审厂通过；(2) 送样检测合格	客户审厂通过并送样检测合格后建立合作关系，逐步形成批量订单	1 年左右
Polymagnet LLC	2014 年	是	(1) 客户审厂通过；(2) 送样检测合格	客户审厂通过并送样检测合格后建立合作关系，逐步形成批量订单	1 年左右
琥崧科技股份有限公司	2021 年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求；(2) 满足客户产品设计需求、价格符合客户预期；(3) 符合客户供应量需求，具备随时供货的能力；(4) 符合客户要求的管理体系；(5) 客户审厂通过	(1) 资料评审通过，符合客户要求的管理体系；(2) 客户审厂通过；(3) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	3 个月左右
深圳市赢合科技股份有限公司	2017 年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求；(2) 满足客户产品设计需求、价格符合客户预期；(3) 符合客户供应量需求，具备随时供货的能力；(4) 客户审厂通过；(5) 送样检测合格	(1) 资料评审通过，符合客户要求的管理体系；(2) 客户审厂通过；(3) 送样检测合格；(4) 进入客户合格供应商名录，获得合格供应商系统权限；(5) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	3 个月左右

前十大客户名称	合作历史 (合作开始时间)	是否取得的主要客户认证或进入合格供应商体	进入条件	进入过程	进入时长
无锡理奇智能装备有限公司	2018年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求; (2) 满足客户产品设计需求; (3) 符合客户供应量需求,具备随时供货的能力; (4) 符合客户要求的管理体系	(1) 提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料; (2) 资料评审通过,符合客户要求的管理体系; (3) 进入客户合格供应商名录,获得合格供应商系统权限; (4) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	3个月左右
COOPER CAPRI SAS	2008年	是	(1) 客户对公司考察通过; (2) 送样检测合格。	公司与客户合作时间较早,公司主动拜访交流,客户对公司考察通过并送样检测合格后建立合作关系	半年左右
深圳市尚水智能设备有限公司	2016年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求; (2) 满足客户产品设计需求、价格符合客户预期; (3) 符合客户供应量需求,具备随时供货的能力; (4) 送样检测合格	(1) 提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料; (2) 资料评审通过,符合客户要求的管理体系; (3) 送样检测合格; (4) 从零散定制订单开始合作到批量定制化产品订单	3个月左右
MAGNET EC JAPAN LTD	2015年	是	(1) 客户审厂通过; (2) 送样检测合格	客户审厂通过并送样检测合格后建立合作关系,逐步形成批量订单	3个月左右
KHP-Magnetexpert	2018年	是	(1) 公司资料审核通过; (2) 送样检测合格	客户对公司考察并送样检测通过后建立合作关系,逐步形成批量订单	半年左右
金能化学(青岛)有限公司	2020年	是	(1) 公司业绩、规模与技术实力满足客户要求; (2) 满足客户产品设计需求; (3) 符合客户供应量需求,具备随时供货的能力; (4) 符合客户要求的管理体系	资料评审通过,符合客户要求的管理体系后达成合作	2个月左右
G.MAGNETICS INDUSTRIAL SYSTEMS	2008年	是	(1) 公司资料审核通过; (2) 客户审厂通过; (3) 送样检测合格	客户审厂通过并送样检测合格后建立合作关系,逐步形成批量订单	1年左右

公司主要客户多为电子材料、化工、食品和医药等行业的知名企业,通常需要有一定的技术实力和产品设计能力及丰富的行业经验才能取得客户的认可。报告期内发行人前十大客户共 18 家,其中中伟新材料股份有限公司、浙江华友钴业股份有限公司、宁德时代新能源科技股份有限公司、深圳市赢合科技股份有限公司、无锡理奇智能装备有限公司等 5 家客户以向发行人授权合格供应商系统专用账号的形式,表明发行人已进入其合格供应商体系;其他客户系通过签订购销合同或持续签订采购订单等方式落实双方合作关系并认可发行人合格供应商资格。

(2) 与主要客户合作的主要权利义务的内容、期限,是否具有排他性或优先权

发行人与主要客户的合作一般会签署框架协议、购销合同或客户直接向公司

下达采购订单。其中发行人与前十大客户签署的框架协议同约定的主要内容如下：

集团名称	客户名称	签订合同类型	主要约定内容	合同期限	是否具有排他性或优先权
中伟新材料股份有限公司	湖南中伟新能源科技有限公司	框架协议	产品订单、产品交付、采购价格及支付、产品质量、验收、违约责任、争议解决方式等	2021年1月1日-2023年12月31日	否
	中伟新材料股份有限公司	框架协议	产品订单、产品交付、采购价格及支付、产品质量、验收、违约责任、争议解决方式等	2021年1月1日-2023年12月31日	否
	贵州中伟资源循环产业发展有限公司	框架协议	产品订单、产品交付、采购价格及支付、产品质量、验收、违约责任、争议解决方式等	2021年1月1日-2023年12月31日	否
宁德时代新能源科技股份有限公司	宁德邦普循环科技有限公司	框架协议	采购价格、下单、交货和运输方式、产品技术要求、产品质量验收、付款结算、违约责任等	2022年11月1日-2023年11月1日	否

除上述框架协议外，发行人与报告期内前十大客户签订了购销合同或采购订单，具体情况如下：

公司名称	签订合同类型	主要约定内容	合同期限	是否具有排他性或优先权
Bunting	采购订单	销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式等	根据客户采购需求单次签订	否
COOPER CAPRI SAS	采购订单	销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货日期	根据客户采购需求单次签订	否
MAGNETEC JAPAN LTD	采购订单	销售单号、产品名称、数量、单价、交货地点、承运人	根据客户采购需求单次签订	否
KHP-Magnet expert	采购订单	销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式等	根据客户采购需求单次签订	否
Trading house Antarn LLC	采购订单	销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式等	根据客户采购需求单次签订	否
Polymagnet LLC	采购订单	销售单号、产品名称、数	根据客户采购	否

公司名称	签订合同类型	主要约定内容	合同期限	是否具有排他性或优先权
		量、单价、订单日期、结算货币	需求单次签订	
G.MAGNET ICS INDUSTRIAL SYSTEMS	采购订单	销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式等	根据客户采购需求单次签订	否
中伟新材料有限公司	购销合同	产品名称、规格、型号、材质、数量、单价、总价、交货日期地点、验收方式、付款方式、质量保证、违约责任等	根据客户采购需求单次签订	否
浙江华友钴业股份有限公司	购销合同	销售单号、交货条款、运输方式、物料名称、数量、净单价、物品验收、价款结算与支付等	根据客户采购需求单次签订	否
青岛软控机电工程有限公司	购销合同	物品名称、采购数量、含税单价、交货日期、产品交付、货物验收、质量保证、付款方式等	根据客户采购需求单次签订	否
宁波容百新能源科技股份有限公司	购销合同	物品名称、采购数量、含税单价、总价、质量要求及技术标准、付款节点及付款方式等	根据客户采购需求单次签订	否
宁德时代新能源科技股份有限公司	采购订单	采购订单编号、运输方式、物料名称、数量、净单价、交货日期等	根据客户采购需求单次签订	否
扬州迈尔机械科技有限公司	采购订单	物品名称、主要特征、采购数量、含税单价、交货日期、运输方式、质量保证等	根据客户采购需求单次签订	否
琥崧科技集团股份有限公司	购销合同	标的物概述、预验收、货物交付、质量保证、违约责任等	根据客户采购需求单次签订	否
无锡理奇智能装备有限公司	购销合同	物品名称、采购数量、含税单价、货期、质量要求、交付、货物验收、违约责任、争议解决等	根据客户采购需求单次签订	否
深圳市尚水智能设备有限公司	采购订单	销售单号、产品名称、数量、单价、要求到货日期、结付方式等	根据客户采购需求单次签订	否
金能化学(青岛)有限公司	购销合同	合同工作、供货范围、合同单价、设备供货期、交货方式、包装标准、验收标准、结算方式等	根据客户采购需求单次签订	否
深圳市赢合科技股份有限公司	购销合同	物品名称、采购数量、含税单价、采购日期、保密条款、违约责任等	根据客户采购需求单次签订	否

2、对主要客户的具体定价方法和依据，同类产品对不同客户的售价是否有差异

报告期内，公司销售产品按大类可分为磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品和其他。公司对不同客户采取的具体定价方法和依据相同，但基于公司产品的定制化属性，同类产品对不同客户的售价存在一定差异。公司下游客户涉及的行业领域较为广泛，应用场景及工况条件各不相同，对产品的品种规格、磁性能（磁力参数）、形状大小的要求也不尽相同。客户根据应用现场情况对产品的规格型号和结构设计提出要求，有些客户在产品配件上也有所要求，导致公司产品品种、规格繁多，单价差异较大。公司采用订单生产，量身定制的模式，公司产品销售定价时，主要考虑产品成本、市场供求情况、客户需求及销售策略等因素，经与交易对方按照市场化原则协商确定，具有每单一议的特点。具体如下：

（1）产品成本为公司定价的基准

由于公司产品为非同质化产品，不同客户对产品所需适配的磁性材料、零部件和电气控制系统等要求不同，使得产品所需成本有所不同。

（2）客户具体需求和市场供求情况是公司产品定价的重要参考

公司在产品成本的基础上充分结合客户具体需求和市场供求关系等确定产品销售的价格区间，以此作为产品定价的重要参考。

（3）公司综合运用不同销售策略

在上述因素基础上，公司会综合产品推广情况、客户采购规模及潜在市场机会等情况实施灵活定价。

（四）结合前述情况综合分析发行人与上述客户合作是否稳定可持续、是否存在被替代的风险，是否对发行人的持续经营能力存在重大不利影响，并对相关事项做重大事项提示和风险揭示

根据前述分析可知，报告期各期，公司合作 3 年以上客户收入金额逐年提高，占主营业务收入的比例均超过 70%，且总体呈上升趋势。公司与主要客户大多建立了长期稳定的合作关系，公司的产品和服务获得了客户的好评和信赖。

公司所处下游行业发展趋势良好、未来市场需求广阔。公司在磁力过滤设备

领域沉淀多年，凭借着产品质量优且稳定性好、产品型号多场景适应性强、稳定供货能力、及时高效的服务，形成良好的行业口碑和市场知名度，目前公司业务已覆盖境内外地区，各销售区域客户数量、各收入区间客户数量均保持上升趋势，公司在经营发展过程中，已与主要客户建立了长期、稳定的合作关系，主要客户经营稳定，资质优异，公司与其交易稳定、可持续。随着公司未来继续拓展新客户、新产品，将为公司创造新的销售增长点。

综上所述，发行人与主要客户合作稳定可持续，被替代的风险较小，对发行人的持续经营能力不存在重大不利影响。

（五）说明主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在业务、资金往来，发行人的直接、间接股东是否在发行人主要客户拥有权益或任职

根据获取的公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员等关键人员的银行流水及相关资料，对主要客户进行函证、访谈，并获取其出具的《无关联关系承诺函》，获取公司与主要客户的交易资料、细节测试、截止性测试等核查资料，前述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系，与发行人关联方不存在业务、资金往来。

经获取发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的《调查表》，对发行人持股 5% 以上的股东进行专项访谈并获取《股东承诺函》，并通过对发行人主要客户进行网络核查等方式，上述人员未在发行人主要客户拥有权益或任职。发行人持股 5% 以上的股东中，宁波亨升投资管理合伙企业（有限合伙）为法人股东，系发行人的持股平台。经穿透核查，发行人持股 5% 以上的直接股东及持股 5% 以上的直接股东穿透后的间接股东未在发行人主要客户中持有权益或任职。

四、各类产品收入的可持续性。请发行人：①结合市场空间、产品竞争力、现有销售模式、业务开展情况、报告期各期收入和销量来源于原有客户、新客户的比例、在手订单等，进一步说明主营业务是否具有持续性及成长性，说明发行人对报告期内新增客户的销售价格、毛利率、回款条件等与原客户是否存在明显差异。②结合报告期各期合同负债对应的主要订单和客户情况，按产品

类型分类列示报告期各期末以及目前在手合同或订单数量、金额（含税），各期新签合同数量、金额（含税），目前正在执行的重要合同的起止日期和执行进度；并结合在手订单的获得、执行的周期，说明发行人业务的稳定性及可持续性。

③结合下游需求增长情况、细分行业集中度及发展趋势、公司与竞争对手的比较情况等，说明发行人开发新客户的优劣势、新客户开发途径及储备情况，开拓新客户是否存在困难，是否具有持续的获客能力，相关风险揭示是否充分。

④结合发行人产品的使用周期和下游客户的复购率等因素，进一步解释说明发行人行业未来的增长空间，并结合在手订单情况、下游客户相关需求及行业竞争状况、公司竞争力、在手订单和客户拓展计划、同行业可比公司发展情况等，详细分析公司各类业务收入的稳定性、可持续性

（一）结合市场空间、产品竞争力、现有销售模式、业务开展情况、报告期各期收入和销量来源于原有客户、新客户的比例、在手订单等，进一步说明主营业务是否具有持续性及成长性，说明发行人对报告期内新增客户的销售价格、毛利率、回款条件等与原客户是否存在明显差异

报告期内，受益于公司下游市场较大的发展空间、较强的产品竞争力、良好的业务开展情况、原有客户的重复采购以及新增客户的增长，公司主营业务的持续性和成长性较好，具体分析如下：

1、市场空间

受益于电子材料、化工、食品和医药等领域的迅速增长，下游行业需求旺盛，公司的主要产品的市场需求也将同时保持增长。下游市场空间具体详见《关于宁波西磁科技发展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“问题 2/一/（一）补充披露国内新能源汽车、半导体建设情况、建设周期，并结合在手订单，量化说明是否存在建设周期下行导致产品需求大幅下滑的风险，同时结合具体的产业政策、更换周期，测算未来市场空间，并结合公司的市场占有率、未来发展规划、产品的合作空间等说明业绩稳固增长是否具有可持续性。”

2、产品竞争力

公司主营业务为磁力过滤设备和各种磁性应用组件的研发、设计、生产和销

售。自成立以来，公司深耕精细除铁领域，经过近 20 年的稳步发展，在技术研发、产品设计、生产制造以及综合服务等方面积累了丰富的经验，树立了良好的行业口碑。公司在磁力过滤设备制造领域形成了“连续在线粉体永磁自动除铁技术”、“电磁除铁器恒定磁场输出技术”等多项核心技术，使产品具有良好的自动性及优异的磁场输出性能，上述产品特点分别是决定永磁除铁设备和电磁除铁设备的关键指标。同时，公司拥有较为成熟的磁力过滤设备生产技术，能够随着整个行业的发展以及市场需求，在已有技术储备的前提下，研发出更优质的产品。公司的产品竞争力详见《关于宁波西磁科技发展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“问题 3/二/（一）补充披露同类永磁、电磁除铁设备在发行人产品推出前后的市场竞争格局、主要技术路径及其变化情况，在发行人研发人员及研发费用占比均低于同行业可比公司的情况下，具体说明发行人产品与同行业主要竞争对手相比的技术优势及产品优势的具体体现。”

3、现有销售模式

针对行业特点及产品特点，公司销售模式以直销为主，贸易商为辅。公司通过与客户直接接洽开展销售活动，客户广泛分布于电子材料、化工、食品和医药等行业。报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	14,496.72	86.47%	9,661.41	81.70%	5,645.64	73.30%
贸易商	2,268.44	13.53%	2,164.21	18.30%	2,056.54	26.70%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

直销收入为公司主要收入来源，占主营业务收入的比例分别为 73.30%、81.70% 和 86.47%，报告期内直销收入占比略有上升，贸易商销售收入占比略有下降。展会效应、网络营销以及大客户的口碑营销等已成为公司推介产品获取订单的主要方式。公司设立市场部主要负责市场信息收集、前端市场开拓、市场营销策划与实施；业务部负责客户沟通、招投标、销售合同的签订与执行、回笼款项、售后维护等工作。公司通过持续的研发投入，不断完善现有产品的性能、丰富产品品类，以产品优势维持并开拓客户资源。

因此，公司现有的销售模式，能够满足公司的经营规模及未来业绩持续增长的需求，为主营业务持续性及成长性提供有力支撑。

4、业务开展情况

公司业务开展情况良好，受益于下游行业的迅速增长，推动公司订单量的增加，主营业务收入逐年增长。报告期内，公司主营业务收入分别为 7,702.18 万元、11,825.61 万元、16,765.16 万元，2021 年主营业务收入较 2020 年增长 4,123.43 万元，同比增长 53.54%；2022 年主营业务收入较上年增长 4,939.55 万元，同比增长 41.77%。公司各年度新增客户销售金额分别为 1,030.88 万元，1,878.37 万元和 2,279.25 万元，分别占当期主营业务收入比例为 13.38%，15.88% 和 13.60%，表现出良好的获客能力。

报告期内，公司抓住电子材料、化工、食品和医药大规模发展的有利时机，通过主动拜访、原有客户推介等方式，积极开发潜在客户，在全面了解和匹配客户关于产品的技术要求后，及时开发出满足客户需求的产品，提高新客户的开拓成功率，增强公司的盈利水平；同时，公司进一步维护现有客户，根据客户需求升级或开发产品，增强客户粘性，同时定期进行客户满意度调查，跟踪产品的使用情况，做好反馈意见的收集和汇总，为产品开发和生产制造提供建议，并针对性地对服务改善、售后反馈等方面提出改进方案。

此外，公司还与下游应用领域知名客户深度交流了解未来终端应用领域技术需求，确保开发产品高度契合应用领域未来需求趋势，保证产品的持续市场竞争力，公司始终致力于提升技术水平和产品性能，通过持续的自主研发投入和积累，根据对产品技术的不断改进、对客户特定需求的分析、对行业未来升级趋势的理解，公司不断完善从普通永磁除铁设备到自动永磁除铁设备、电磁除铁设备的产品迭代升级，形成了多项核心技术和相关专利，并在电子材料行业实现了自动永磁除铁设备的产业化应用。

因此，公司在对现有客户销售额稳定增长的基础上，积极开发新客户，保证了公司业绩的稳定可持续增长，公司具备根据客户需求持续开发产品的能力，产品类型不断丰富并在客户推广应用，从而为公司业绩增长提供保障，公司业务开展情况较为良好。

5、报告期各期收入和销量来源于原有客户、新客户的比例

报告期内，公司各期主营业务收入和销量来源于原有客户、新客户的比例具体如下：

产品种类	客户类型	2022年		2021年		2020年	
		收入比例	销量比例	收入比例	销量比例	收入比例	销量比例
磁力过滤设备	新客户	19.37%	17.12%	20.87%	14.77%	28.64%	20.86%
	原有客户	80.63%	82.88%	79.13%	85.23%	71.36%	79.14%
磁选棒	新客户	7.44%	4.47%	11.32%	4.21%	4.92%	0.79%
	原有客户	92.56%	95.53%	88.68%	95.79%	95.08%	99.21%
吸重产品	新客户	2.57%	3.26%	3.19%	0.62%	2.87%	0.53%
	原有客户	97.43%	96.74%	96.81%	99.38%	97.13%	99.47%

注：磁力过滤设备收入比例和销量比例为剔除配件后计算的结果。

注：新客户指当期首次与发行人发生交易的客户。

6、在手订单

报告期各期末，公司在手订单具体情况如下：

单位：万元

项目	2023年5月31日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
在手订单金额	6,453.90	7,829.23	3,877.95	785.36

截至 2023 年 5 月 31 日，公司在手订单金额达 6,453.90 万元，在公司良好的产品质量和研发能力下，公司产品的品牌影响力逐渐提升，在手订单呈现增长趋势，充足的在手订单为公司业务的持续发展奠定了坚实的基础。随着公司产品的认可度不断提升以及市场地位的提高，公司取得大客户订单及拓展新客户实力均有所增强，这为公司持续发展提供了源动力。

7、报告期内新增客户的销售价格、毛利率、回款条件等与原客户对比分析

(1) 报告期各期新增客户的销售价格与原客户对比如下：

单位：元/件

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	新增客户	老客户	新增客户	老客户	新增客户	老客户
磁力过滤设备：						
其中：普通永磁除铁设备	7,102.77	5,794.04	6,507.02	4,941.09	6,728.65	5,486.48
自动永磁除铁设备	31,875.48	19,423.80	30,410.04	16,731.66	32,632.52	11,707.97

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	新增客户	老客户	新增客户	老客户	新增客户	老客户
电磁除铁设备	275,452.10	263,274.34	-	-	-	-
磁力过滤设备	9,344.50	8,031.72	9,341.98	6,139.74	9,515.59	6,251.86
磁选棒	1,028.77	599.56	371.26	127.99	488.04	75.58
吸重产品	2.65	3.38	22.60	4.26	18.20	3.29

(2) 报告期各期新增客户的毛利率与原客户对比如下:

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	新增客户	老客户	新增客户	老客户	新增客户	老客户
磁力过滤设备:						
其中: 普通永磁除铁设备	47.50%	38.47%	44.75%	41.72%	47.83%	51.52%
自动永磁除铁设备	39.45%	38.23%	36.55%	39.49%	38.71%	46.61%
电磁除铁设备	37.57%	41.87%	-	-	-	-
磁力过滤设备毛利率	45.03%	38.48%	41.59%	41.10%	44.47%	50.39%
磁选棒毛利率	35.10%	33.88%	30.59%	30.96%	40.77%	33.77%
吸重产品毛利率	29.89%	22.61%	11.23%	20.07%	15.41%	21.04%

报告期内,公司对老客户和新增客户均采用相同的定价模式,即通过成本加成的方式,在基础价格上,发行人根据不同客户的产品采购量、客户类型、合作时间和竞争地位等因素,同时结合客户订单的具体需求进行议价或投标竞价,有每单一议的特点。

公司下游客户涉及的行业领域较为广泛,应用场景及工况条件各不相同,对产品的品种规格、磁性能(磁力参数)、形状大小的要求也不尽相同。客户根据应用现场情况对产品的规格型号和结构设计提出要求,有些客户在产品配件上也有所要求,导致公司产品品种、规格繁多,单价差异较大。公司采用订单生产,量身定制的模式,基于公司产品的定制化属性,同类产品对不同客户的售价存在一定差异。新增客户销售价格与原客户销售价格和毛利率主要是产品规格不同导致。

(3) 新增客户的回款条件与原客户对比

公司客户收款政策主要为“预收定金-发货款-验收款-质保金”的形式,另外公司根据客户的订单规模、合作程度、商业信用和结算需求以及双方商业谈判的

情况，对客户信用政策稍作调整，新增客户回款条件及结算政策与原客户之间不存在明显差异。

(二) 结合报告期各期合同负债对应的主要订单和客户情况，按产品类型分类列示报告期各期末以及目前在手合同或订单数量、金额（含税），各期新签合同数量、金额（含税），目前正在执行的重要合同的起止日期和执行进度；并结合在手订单的获得、执行的周期，说明发行人业务的稳定性及可持续性

1、报告期各期合同负债对应的主要订单和客户情况

报告期末，预收账款/合同负债前五大单位情况如下：

单位：万元

客户名称	合同负债金额	主要订单金额（不含税）	销售产品	付款条件	期后确认收入时间
2022 年					
浙江时代锂电材料有限公司	489.10	572.81	磁力过滤设备、磁选棒	预收 30%+货前 60%+验收 10%	2023 年 2-3 月部分确认收入
琥崧科技集团股份有限公司	464.39	809.20	磁力过滤设备	预收 30%+货前 60%+质保一年 10%	2023 年 1-2 月
青海泰丰先行锂能科技有限公司	383.09	618.42	磁力过滤设备	预收 30%+货前 40%+验收 90 天内 20%+质保一年 10%	2023 年 4 月
江阴市高达输送机械科技有限公司	301.15	489.13	磁力过滤设备	预收 30%+货前 40%+验收 20%+质保一年 10%	2023 年 1-2 月
广西巴莫科技有限公司	277.65	309.73	磁力过滤设备	预收 30%+货前 60%+验收 60 天内 10%	截止 2023 年 5 月底尚未确认收入
2021 年					
宁德邦普循环科技有限公司	87.62	194.71	磁力过滤设备	预收 30%+货前 30%+安装调试 30%+质保一年 10%	2022 年 1-2 月
宁波容百新能源科技股份有限公司	59.08	173.19	磁力过滤设备	预收 30%+货前 30%+安装调试验收 30%+质保一年 10%	2022 年 1-10 月
湖北容百锂电材料有限公司	50.83	81.32	磁力过滤设备、磁选棒	预收 30%+货前 60%+安装调试试运行 90 天内 10% 验收款	2022 年 1-2 月
福安青美能源材料有限公司	36.42	41.15	磁力过滤设备	款到发货	2022 年 1-3 月
无锡灵鸽机械科技股份有限公司	35.83	116.02	磁力过滤设备	预收 30%+货前 60%+验收 10%	2022 年 1-4 月
2020 年					
重庆云天化天聚新材料有限公司	18.03	25.75	磁力过滤设备	预收 30%+货前 40%+验收 30 天内 30%	2021 年 2 月
Polymagnet LLC	17.87	25.66	吸重产品	款到发货	2021 年 4 月
唐山鑫丰锂业有限公司	14.02	15.58	磁力过滤设备	预收 50%+货前 40%+	2021 年 1 月

客户名称	合同负债金额	主要订单金额(不含税)	销售产品	付款条件	期后确认收入时间
				质保一年 10%	
四川国理锂材料有限公司	13.98	13.98	磁力过滤设备	预收 30%+货前 70%	2021 年 1 月
青海时代新能源科技有限公司	11.20	21.12	磁选棒	预收 40%+货前 30%+ 验收 30%	2021 年 2 月

**2、按产品类型分类列示报告期各期末以及目前在手合同或订单数量、金额
(含税), 各期新签合同数量、金额(含税)**

(1) 磁力过滤设备

单位: 万元、个

项目	2023 年 1-5 月/ 2023 年 5 月 31 日	2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日	2021 年度/ 2021 年 12 月 31 日	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日
主营业务收入	5,943.28	9,820.09	5,712.41	3,052.23
当期新签订单数量	714	1,609	1,498	1,170
当期新签订单含税销售金额	5,035.16	15,899.54	9,557.69	2,994.60
期末在手待执行订单数量	384	343	285	82
期末在手待执行订单含税销售金额	5,484.55	7,171.40	3,091.36	539.39

注: 2023 年度 1-5 月主营业务收入未经审计/审阅, 下同。

(2) 磁选棒

单位: 万元、个

项目	2023 年 1-5 月/ 2023 年 5 月 31 日	2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日	2021 年度/ 2021 年 12 月 31 日	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日
主营业务收入	1,668.85	4,240.82	3,726.57	2,710.89
当期新签订单数量	774	1,701	1,827	1,432
当期新签订单含税销售金额	1,744.87	4,352.17	4,101.94	1,516.84
期末在手待执行订单数量	228	218	220	55
期末在手待执行订单含税销售金额	543.40	569.52	664.83	225.53

(3) 吸重产品

单位: 万元、个

项目	2023 年 1-5 月/ 2023 年 5 月 31 日	2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日	2021 年度/ 2021 年 12 月 31 日	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日
主营业务收入	1,082.24	2,551.95	2,166.93	1,810.67
当期新签订单数量	429	887	802	542
当期新签订单含税销售金额	1,471.38	2,578.78	2,446.34	1,146.84
期末在手待执行订单数量	132	97	136	4
期末在手待执行订单含税销售金额	422.72	76.82	120.42	18.55

3、目前正在执行的重要合同的起止日期和执行进度

截至 2023 年 5 月 31 日，公司正在执行的重要销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同标的物	合同金额 (万元, 含税)	签订日期	实际履行 情况
1	琥崧科技集团股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	639.34	2023 年 4 月 28 日	正在履行
2	浙江省天正设计院有限公司	磁力过滤设备	265.00	2022 年 12 月 15 日	正在履行
3	常州百利锂电智慧工厂有限公司	磁力过滤设备	225.60	2022 年 10 月 14 日	正在履行
4	万华化学集团物资有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	165.12	2023 年 4 月 15 日	正在履行
5	浙江志存供应链有限公司	磁力过滤设备	154.00	2023 年 3 月 20 日	正在履行

4、在手订单的获得、执行的周期

展会效应、网络营销以及大客户的口碑营销等已成为公司推介产品获取订单的主要方式，公司在手订单获得周期以下游客户订单为准。公司专注于从事磁力过滤设备和各种磁性应用组件的研发、设计、生产和销售，根据客户不同需求为客户提供定制化产品。公司的生产模式为以销定产，产品基本为定制化，生产部门根据销售订单情况进行排单生产，公司订单执行周期根据客户需求、排期、生产工艺等不同而存在差异，不同产品的备货生产周期一般为 1-3 个月。

综上，公司具备持续获取合同订单的能力，各期订单持续、稳定，业务具备稳定性、可持续性。

（三）结合下游需求增长情况、细分行业集中度及发展趋势、公司与竞争对手的比较情况等，说明发行人开发新客户的优劣势、新客户开发途径及储备情况，开拓新客户是否存在困难，是否具有持续的获客能力，相关风险揭示是否充分

1、下游需求增长情况

公司所属行业的下游用户广泛分布在国民经济众多领域中，主要有电子材料、化工、食品和医药等领域。公司主要下游领域的市场情况与需求增长情况详见招股说明书之“第五节 业务与技术”之“二、行业基本情况”之“5、下游市场情况”。

2、细分行业集中度及发展趋势

磁力过滤设备行业属于典型技术密集型行业，其生产制造需要材料分析、磁路设计、精密机械、焊接工艺及配套电气控制系统研发设计等多个领域技术的综合运用，行业进入门槛较高。鉴于此，发行人持续进行产品的研发及新产品的开发，以提升公司的技术水平，并不断提高公司未来的成长空间及未来的持续盈利能力。

磁力过滤设备的应用领域较广，终端客户所属行业较为分散，因此从技术研发、产品设计到实现规模化量产并获得市场认可，通常需要具有丰富经验的研发团队进行较长时间的投入。随着国内企业研发、生产技术水平的不断提高，市场逐步向龙头企业集中，细分市场集中度呈现逐渐提高的趋势。

3、公司与竞争对手的比较情况

公司在磁力过滤设备领域已深耕多年，在技术创新、产品创新、生产管理、质量控制等方面积累了丰富的经验，与竞争对手的比较情况详见《关于宁波西磁科技发展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“问题 3/一/（三）结合发行人与隆基电磁、华特磁电等可比公司在同类产品的生产工艺、价格、产品性能的比较情况，说明发行人产品的竞争优势”。

4、开发新客户的优势

（1）工艺领先带来的产品先发优势

公司通过持续的技术创新，积累了诸多自主知识产权的产品设计和加工技术，不断完善从普通永磁除铁设备到自动永磁除铁设备、电磁除铁设备的产品迭代升级。

（2）市场品牌及客户资源优势

公司在精细除铁行业深耕多年，拥有较高市场知名度，积累了一批优质客户群体。通过多年的合作，公司产品和服务质量获得了众多客户的认可和信任，在行业中形成了良好的口碑。

（3）人才优势

磁力过滤设备制造行业对生产技术人员的要求较高。公司拥有一批经验丰富的员工，对保持公司产品品质至关重要，公司在研发生产过程中形成了多项成果，

培养出一批优秀的生产技术人才。

（4）业绩优势

公司主要产品已被诸多的下游行业客户所使用，产品的性能及可靠性得到了充分验证，且有效丰富了公司产品的应用场景，这对新客户而言，能降低采购决策成本和使用风险。

5、开发新客户的劣势

（1）生产能力有限

近年来，公司品牌知名度以及客户群体持续提升和壮大，产品呈现多样化发展，市场需求增长迅速，产能瓶颈问题日益显著。公司亟需通过募投项目突破公司产能瓶颈，提升业务承接能力。

（2）海外市场拓展力度不足

公司的客户拓展主要集中在国内，海外市场拓展力度不足，在海外市场缺乏完善的办事处体系和售后服务支持。

6、新客户开发途径及储备情况

在新客户开发方面，公司主要通过以下途径实现：

（1）新客户拜访和老客户回访。公司十分重视客户关系的维护，通过为老客户提供维护等服务，建立了良好口碑，通过老客户推荐等方式拓展新客户。针对新行业，公司按行业客户清单梳理潜在客户，针对重点新客户，公司采取主动出击的推广模式，销售人员会主动联系并对公司产品进行推介。

（2）参加行业展会。公司每年组织参加重要的行业展会，重点展示公司主要产品，寻找潜在客户。

（3）突破行业标杆用户，辐射带动新客户。公司通过优异的产品和完善的服务全力突破行业标杆用户，通过行业标杆用户占领行业制高点，借此带动行业内其他用户。

（4）互联网和新媒体的推广传播。公司针对不同的垂直行业，采用官网、百度竞价排名、微信公众号等传播方式，推介公司品牌与产品，实现覆盖更多的

行业用户，拓展新客户。

发行人高度重视企业品牌建设和市场推广工作，报告期内持续深耕市场，不断增强品牌推广力度，以线上线下并行、广告宣传、展览展会等方式提高品牌与产品的知名度，向外界展现公司的最新技术和产品，持续塑造品牌形象，不断扩大品牌影响力，让新老客户更进一步了解公司的品牌理念。展会效应、网络营销以及大客户的口碑营销等已成为公司新客户开发的主要方式，同时，发行人密切关注国家政策，针对新兴行业和新拓展行业深入开展行业调研和用户分析，进一步提升对于细分市场的推广深度和精准度。随着科技和文化的发展，公司的宣传、推广也将变得越来越多元化、立体化和精准化。

在新客户储备方面，公司凭借良好的产品质量、可靠的技术研发能力、快速的客户需求响应能力，在磁力过滤设备领域树立了良好的企业形象。截止 2023 年 5 月 31 日，公司在手订单金额为 6,453.90 万元。目前公司的在手订单中，涵盖了电子材料、化工、食品和医药等不同行业不同性质的新客户，新客户开发情况良好。

综上，公司产品下游需求增长速度较快，公司在磁力过滤设备行业深耕多年，探索出一系列有效的新客户开发途径，具有业内知名度高、产品线齐全、销售团队能力强的优势，具有持续的获客能力。

对于市场开拓的风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”，以及“第三节风险因素”之“一、经营风险”补充披露如下：

“(二) 市场开拓风险

发行人在磁力过滤设备行业进行多领域、多品种的布局，最终客户包括电子材料、化工、食品和医药等众多下游行业。公司主要产品具有应用领域广泛、用户分散和使用周期较长等特点，公司需持续开发新客户以开拓新的业务增长点且不断提升产品技术水平及服务能力以进一步开拓市场。若公司新产品研发进度无法及时满足市场不断变化的需求、在新领域及新客户的拓展上未能达到公司的预期效果、国家和地方政府的相关产业政策和财政预算安排出现重大变动、产品技术水平及服务能力无法满足客户要求，都可能对公司产品的销售产生重大不利影响，进而影响公司的盈利能力和盈利水平。”

(四) 结合发行人产品的使用周期和下游客户的复购率等因素, 进一步解释说明发行人行业未来的增长空间, 并结合在手订单情况、下游客户相关需求及行业竞争状况、公司竞争力、在手订单和客户拓展计划、同行业可比公司发展情况等, 详细分析公司各类业务收入的稳定性、可持续性

1、发行人产品的使用周期

公司磁力过滤设备产品的使用周期主要受使用场景、工况、功能性等方面的影响, 一方面, 设备固有的使用寿命有限, 日常的损耗、零部件的老化以及磁性的衰减等都会对使用年限造成影响; 另一方面, 磁力过滤设备主要应用于电子材料、化工等领域, 终端产品更新迭代速度较快, 因此上游设备需要不断进行升级改善。整体而言, 磁力过滤设备的使用周期一般为 5-10 年。

随着下游行业企业规模扩大、机械化程度提高以及设备技术的不断迭代升级, 下游市场对本行业产品的高效化、智能化、节能化提出更高的要求, 早期投产的各环节磁力过滤设备在自动化功能、生产效率、产品一致性、稳定性等方面难以满足现有的市场需求。发行人通过研发创新不断改进产品性能、进行产品升级换代。设备更新将拉动一批磁力过滤设备的需求上升, 未来更新改造需求旺盛。

2、下游客户的复购率

报告期内, 发行人客户的复购率情况如下:

项目	2022 年	2021 年	2020 年
老客户本期复购金额	14,485.90	9,947.24	6,671.31
主营业务收入	16,765.16	11,825.61	7,702.18
老客户复购率	86.40%	84.12%	86.62%

注: 产品复购率=历史上合作过的老客户本期实现的主营业务收入/主营业务收入。

报告期内, 发行人产品终端应用领域主要为电子材料、化工、食品和医药等, 发行人产品在下游行业应用广泛, 下游客户在各应用环节中对发行人产品需求为必要需求, 下游行业的生产环节对物料的品质要求不断提升, 将直接驱动磁力过滤设备的应用发展。总体来看, 伴随经济的发展、下游行业政策指引和质量监管要求提高, 发行人下游终端用户所涵盖的电子材料、化工、食品和医药领域市场需求广阔, 终端客户需求量将保持在较高水平。

3、在手订单情况

报告期内，公司在手订单情况签订良好。公司在手订单具体情况详见本回复之“问题 1/四/（二）结合报告期各期合同负债对应的主要订单和客户情况，按产品类型分类列示报告期各期末以及目前在手合同或订单数量、金额（含税），各期新签合同数量、金额（含税），目前正在执行的重要合同的起止日期和执行进度”。

4、下游客户相关需求

下游客户相关需求详见本回复之“问题 1/一/（一）/1/（1）产品下游应用需求”。

5、行业竞争状况、公司竞争力及同行业可比公司发展情况

公司磁力过滤设备生产技术较成熟，达到国内外同行业的先进水平。行业竞争状况、公司竞争力及同行业可比公司发展情况详见《关于宁波西磁科技发展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“问题 3/二/（一）补充披露同类永磁、电磁除铁设备在发行人产品推出前后的市场竞争格局、主要技术路径及其变化情况，在发行人研发人员及研发费用占比均低于同行业可比公司的情况下，具体说明发行人产品与同行业主要竞争对手相比的技术优势及产品优势的具体体现”。

6、客户拓展计划

公司将通过研发项目的投入和生产基地的建设两个关键动作，充分利用其在自动永磁除铁设备产品上的技术先发优势，总结自动永磁除铁设备在电子材料行业的推广经验，将自动永磁除铁设备、电磁除铁设备等相关产品向化工、食品、医药等行业延伸拓展，进行增量市场开拓，同时把握存量设备更新迭代的市场机会。公司还将在加大国内营销推广的基础上，将国内市场的优势和经验向海外市场扩展复制，加大自动永磁除铁设备和电磁除铁设备的海外推广力度。同时公司将继续在技术储备的基础上持续投入研发，以产品和技术的创新推动公司发展。

综上所述，随着下游客户需求持续增长、公司研发技术能力持续增强、市场开拓力度持续加强，公司业务收入具有稳定性、可持续性。

五、收入确认的准确性。根据申请材料，发行人内销收入的确认方式包括送达签收、约定异议期、约定试运行期和约定安装调试。请发行人：①补充说明不同产品、是否提供安装服务等具体情况下收入确认的具体会计政策、销售流程、确认时点和具体依据，逐一说明收入确认的具体单据和时间点，并说明各种确认方式下合同交货、结算条款的约定情况，收入确认是否符合企业会计准则的规定。②按照是否需要安装调试分别说明收入确认的金额及占比，是否存在相同或类似产品同时存在需要安装调试销售合同和无需安装调试销售合同的情形，如有请说明原因及合理性。③补充说明向贸易商客户销售的收入确认政策，发行人在交付产品过程中是向贸易商交付还是直接向最终客户交付，是否需经最终客户验收，结合与贸易商间的合同条款、自合同签订到确认收入之间的主要环节、各环节发行人主要的履约义务，说明相关收入确认政策是否谨慎，是否符合《企业会计准则》的规定。④补充说明各类收入确认具体方法下报告期各期的收入金额、占比，并说明发行人对收入确认方式的内控制定情况及执行有效性，发行人收入确认政策与同行业可比公司是否一致。⑤结合发行人各类产品从合同签订到产品交付、交付后进行安装调试及安装调试完毕至验收的一般周期，说明是否存在安装验收不合格退回、签收后至验收时间较短或较长、收入确认缺少客户签收单或验收单的情形及其原因、合理性。⑥结合报告期各期主要合同的项目周期（是否超过 12 个月）、合同金额、结算金额、各期确认收入时点及金额等情况，补充说明是否存在收入跨期现象，如存在，列示对各期收入的影响

（一）补充说明不同产品、是否提供安装服务等具体情况下收入确认的具体会计政策、销售流程、确认时点和具体依据，逐一说明收入确认的具体单据和时间点，并说明各种确认方式下合同交货、结算条款的约定情况，收入确认是否符合企业会计准则的规定

公司产品包括磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品、其他产品等；公司不同产品的收入确认政策不存在明显差异。公司根据内外销及不同业务类型、是否提供安装服务等情況下的具体会计政策、销售流程、确认时点和具体依据如下：

类型	小类	收入确认依据	销售流程	收入确认时点
内销收入	送达签收	以完成交付并取得客户签收单作为验	公司与客户签订销售合同或订单，根据库	公司根据合同约定将产品交付给购货方，

类型	小类	收入确认依据	销售流程	收入确认时点
		收完成的依据，确认收入实现。	存情况及合同约定安排发货，完成交付并取得客户签收单作为验收完成的依据，确认销售收入。	客户签署货物签收单后，公司据此确认商品销售收入。
	约定异议期	以完成交付并取得客户签收单且异议期满作为验收完成的依据；或者对于确认签收时点视为验收合格的客户以取得其签收单作为收入确认的依据，确认收入实现。	公司与客户签订销售合同或订单，根据库存情况及合同约定安排发货，完成交付并取得客户签收单且异议期满作为验收完成的依据；或者对于确认签收时点视为验收合格的客户以取得其签收单作为收入确认的依据，确认销售收入。	公司根据合同约定将产品交付给购货方并提供一定期限异议期的，公司在客户签收且异议期满后确认商品销售收入；或者对于确认签收时点视为验收合格的客户在取得其签收单时确认商品销售收入。
	约定试运行期	以完成交付并取得客户验收完成的单据或试运行期满，确认收入实现。	公司与客户签订销售合同或订单，根据库存情况及合同约定安排发货，完成交付并取得客户验收完成的单据或试运行期满，确认销售收入。	公司根据合同约定将产品交付给购货方，待取得客户验收完成的单据或试运行期满，确认商品销售收入。
	约定安装调试	产品运抵买方指定地点，取得客户验收完成的单据，确认收入实现。	公司与客户签订销售合同或订单，根据库存情况及合同约定安排发货，产品运抵买方指定地点，取得客户验收完成的单据，确认销售收入。	公司已根据合同约定将产品交付给购货方，取得客户验收完成的单据，确认商品销售收入。
外销收入	-	产品完成报关并取得承运人报关单、提单，确认收入实现。	公司与客户签订销售合同或订单，根据库存情况及合同约定安排发货，公司在完成报关出口手续后取得报关单、提单后，确认销售收入。	公司将产品装船离岸并完成报关手续后货物的所有权和风险（控制权）转移给客户，公司在产品完成报关手续，取得报关单、提单后确认商品销售收入。

报告期各期，公司各种确认方式下主要合同交货、结算条款的约定情况如下：

类型	小类	交货条款	结算条款
内销收入	送达签收	供方负责在规定时间内将货物交付至客户指定地点，运输费用供方承担。	根据不同客户采取款到发货、月结 30 天-120 天付款等方式。货款采用电汇或商业票据支付。
	约定异议期	供方负责在规定时间内将货物交付至客户指定地点，运	根据不同客户，采取生产前和发货前预收部分款项、到货验

类型	小类	交货条款	结算条款
		输费用供方承担, 收到货后 7 天内未出示书面异议, 视为验收合格。	收合格后一定信用期。货款采用电汇或商业票据支付。
	约定试运行期	乙方负责将产品运输至甲方指定地点, 产品运输、保险等运输、装卸至甲方签字确认到货验收合格交付日前一切费用由乙方承担, 产品毁损、灭失风险自甲方验收合格、正常投运并签字确认之日起转移至甲方	款项分批支付: 合同生效、发货前、验收合格、试运行完成分批支付款项, 剩余 10% 质保金试运行验收完成 1 年内支付。货款采用电汇或商业票据支付。
	约定安装调试	由乙方在规定时间将货物交付客户指定地点, 乙方负责运输, 运费及货物毁损灭失等风险由乙方承担。乙方对设备安装完毕并调试合格后, 甲方对设备进行验收, 乙方应保证设备能够正常运行, 保证设备实现其应有的功能。	先款后货, 合同签订后支付 100% 货款; 先货后款, 货到验收地址经验收, 支付 100% 货款; 合同签订、发货前、货到签收、安装调试完成分批支付, 涉及质保金待质保期完后支付。货款采用电汇或商业票据支付
外销收入	-	FOB 或 CIF 模式	根据不同客户采取全额预收、部分预收和信用期付款

综上所述, 报告期各期, 公司不同产品、不同销售模式、是否提供安装服务等具体情况下的收入确认符合企业会计准则的规定。

(二) 按照是否需要安装调试分别说明收入确认的金额及占比, 是否存在相同或类似产品同时存在需要安装调试销售合同和无需安装调试销售合同的情形, 如有请说明原因及合理性

报告期各期, 公司按照是否需要安装调试收入确认情况如下:

单位: 万元

项目	收入确认金额	收入确认占比
2022 年度		
需要安装调试	2,375.88	14.17%
不需要安装调试	14,389.28	85.83%
合计	16,765.16	100.00%
2021 年度		
需要安装调试	1,175.71	9.94%
不需要安装调试	10,649.91	90.06%
合计	11,825.61	100.00%

项目	收入确认金额	收入确认占比
2020 年度		
需要安装调试	432.22	5.61%
不需要安装调试	7,269.96	94.39%
合计	7,702.18	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司需要安装调试对应的收入确认金额分别为432.22万元、1,175.71万元和2,375.88万元，占当期主营业务收入的比例分别为5.61%、9.94%和14.17%。报告期内由于公司客户结构优化调整及产品升级，需要安装调试收入确认金额和比例逐年增加，但总体保持在较低比例。

报告期各期，公司主要产品根据客户产线技术要求和接口规格进行设计生产，在设计期间公司技术人员已经和客户技术人员作充分沟通，熟悉客户所需产品技术参数和应用场景，并进行相关优化设计，客户收到的公司产品后，无需进行复杂安装调试工作，一般可以自行完成安装工作，部分客户由于自身利益及合同模板原因，合同涉及安装调试条款，即存在相同或类似产品同时存在需要安装调试销售合同和无需安装调试销售合同的情形。

综上所述，报告期各期，公司需要安装调试收入确认金额和比例逐年增加，但总体保持在较低比例；存在相同或类似产品同时存在需要安装调试销售合同和无需安装调试销售合同的情形，符合公司实际生产经营情况，具有合理性。

（三）补充说明向贸易商客户销售的收入确认政策，发行人在交付产品过程中是向贸易商交付还是直接向最终客户交付，是否需经最终客户验收，结合与贸易商间的合同条款、自合同签订到确认收入之间的主要环节、各环节发行人主要的履约义务，说明相关收入确认政策是否谨慎，是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	14,496.72	86.47%	9,661.41	81.70%	5,645.64	73.30%
贸易商	2,268.44	13.53%	2,164.21	18.30%	2,056.54	26.70%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

报告期内，公司采取“直销为主，贸易商为辅”的销售模式，直销收入为公司主要收入来源，占当期主营业务收入的比例分别为73.30%、81.70%和86.47%。报告期内直销收入占比略有上升，贸易商销售收入占比略有下降。公司对贸易商的销售为买断式销售，在销售产品的同时产品的控制权实现转移。

报告期内，境内、境外销售收入中直销、贸易商情况如下：

项目		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	直销	12,160.61	72.54%	7,656.46	64.74%	3,500.40	45.45%
	贸易商	565.48	3.37%	281.68	2.38%	195.01	2.53%
	小计	12,726.09	75.91%	7,938.15	67.13%	3,695.40	47.98%
境外	直销	2,336.12	13.93%	2,004.94	16.95%	2,145.25	27.85%
	贸易商	1,702.95	10.16%	1,882.52	15.92%	1,861.53	24.17%
	小计	4,039.07	24.09%	3,887.46	32.87%	4,006.78	52.02%
合计		16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

报告期内公司境内、境外销售收入中均包含直销收入和贸易商收入，且直销收入占比较高。贸易商客户主要为境外客户，且较为集中。

报告期各期，公司贸易商收入确认政策与公司直销收入确认政策一致，公司各类收入确认的具体方法详见本回复之“问题 1/五/（一）补充说明不同产品、是否提供安装服务等具体情况下收入确认的具体会计政策、销售流程、确认时点和具体依据，逐一说明收入确认的具体单据和时间点，并说明各种确认方式下合同交货、结算条款的约定情况，收入确认是否符合企业会计准则的规定”。

报告期各期，公司主要贸易商合同条款具体如下：

序号	客户名称	主要合同条款
2022 年度		
1	Trading house Antarn LLC	签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。
2	Polymagnet LLC	卖方负责更换根据条款被认定为不合格货物，由此发生的 ddp 清关等费用卖方负责。
3	COOPER CAPRI SAS	供应商还必须承担所有与罚款、运输、处理行动、工艺、返工操作、分类操作、更换零件、第三方检查、生产线停工等有关的费用。
4	G.MAGNETICS INDUSTRIAL SYSTEMS	签订采购订单，约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。

序号	客户名称	主要合同条款
5	KHP-Magnetexpert	签订采购订单, 约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。
2021 年度		
1	Trading house Antarn LLC	签订采购订单, 约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。
2	COOPER CAPRI SAS	供应商还必须承担所有与罚款、运输、处理行动、工艺、返工操作、分类操作、更换零件、第三方检查、生产线停工等有关的费用。
3	Polymagnet LLC	卖方负责更换根据条款被认定为不合格货物, 由此发生的 ddp 清关等费用卖方负责
4	KHP-Magnetexpert	签订采购订单, 约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。
5	Magfine Corporation	签订采购订单, 约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。
2020 年度		
1	Trading house Antarn LLC	签订采购订单, 约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。
2	Polymagnet LLC	卖方负责更换根据条款被认定为不合格货物, 由此发生的 ddp 清关等费用卖方负责。
3	COOPER CAPRI SAS	供应商还必须承担所有与罚款、运输、处理行动、工艺、返工操作、分类操作、更换零件、第三方检查、生产线停工等有关的费用。
4	KHP-Magnetexpert	签订采购订单, 约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。
5	G.MAGNETICS INDUSTRIAL SYSTEMS	签订采购订单, 约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。

报告期各期, 公司前五大贸易商客户均为境外客户, 未单独签订框架协议, 通过签订采购订单, 约定销售单号、产品名称、数量、单价、订单日期、结算货币、发货地、运输方式。

公司根据合同或订单约定, 直接向贸易商交付产品, 贸易商对产品予以验收并出具签收验收单据, 公司根据获取的签收验收单据上落款时间作为收入确认时点, 确认销售收入。

综上所述, 报告期各期, 贸易商模式下公司直接向贸易商交付产品, 贸易商模式下收入确认政策谨慎, 符合《企业会计准则》的规定。

(四) 补充说明各类收入确认具体方法下报告期各期的收入金额、占比, 并说明发行人对收入确认方式的内控制定情况及执行有效性, 发行人收入确认政策与同行业可比公司是否一致

公司各类收入确认的具体方法详见本回复之“问题 1/五/（一）补充说明不同产品、是否提供安装服务等具体情况下收入确认的具体会计政策、销售流程、确认时点和具体依据，逐一说明收入确认的具体单据和时间点，并说明各种确认方式下合同交货、结算条款的约定情况，收入确认是否符合企业会计准则的规定”。

1、报告期各期，公司各类收入确认金额及占比

单位：万元

类型	小类	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销收入	送达签收	8,912.43	53.16%	5,504.10	46.54%	2,630.59	34.15%
	约定异议期	1,145.97	6.84%	1,172.00	9.91%	588.36	7.64%
	约定试运行期	291.81	1.74%	86.34	0.73%	44.23	0.57%
	约定安装调试	2,375.88	14.17%	1,175.71	9.94%	432.22	5.61%
外销收入		4,039.07	24.09%	3,887.46	32.87%	4,006.78	52.02%
合计		16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司内销收入中送达签收的销售金额分别为 2,630.59 万元、5,504.10 万元和 8,912.43 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 34.15%、46.54% 和 53.16%，占比较高，且销售金额和销售占比均逐年提高；约定异议期的销售金额分别为 588.36 万元、1,172.00 万元和 1,145.97 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 7.64%、9.91% 和 6.84%，销售金额和销售占比 2021 年度有所提高，2022 年度有所降低；约定试运行期的销售金额分别为 44.23 万元、86.34 万元和 291.81 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 0.57%、0.73% 和 1.74%，销售金额及销售占比均较低；约定安装调试的销售金额分别为 432.22 万元、1,175.71 万元和 2,375.88 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 5.61%、9.94% 和 14.17%，销售金额和销售占比均逐年提高；外销收入销售金额分别为 4,006.78 万元、3,887.46 万元和 4,039.07 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 52.02%、32.87% 和 24.09%，销售金额总体保持稳定，销售占比由于公司销售规模扩大而下降。

2、发行人对收入确认方式的内控制定情况及执行有效性

公司收入确认分为送达签收类、约定异议期类、约定试运行期类、约定安装调试类和外销收入类五类。送达签收类根据合同约定将产品交付给购货方，客户

签署货物签收单后，公司据此确认商品销售收入；约定异议期类根据合同约定将产品交付给购货方并提供一定期限异议期的，公司在客户签收且异议期满后确认商品销售收入，或者对于确认签收时点视为验收合格的客户在取得其签收验收单据时确认商品销售收入；约定试运行期类根据合同约定将产品交付给购货方，待取得客户验收完成的单据或试运行期满，确认商品销售收入；约定安装调试类根据公司与客户签订的销售合同或订单，待产品运抵客户指定地点，取得客户验收完成的单据，确认商品销售收入；外销收入类将产品装船离岸并完成报关手续后货物的所有权和风险（控制权）转移给客户，公司在产品完成报关手续，取得报关单、提单后确认商品销售收入。

公司制定了《销售管理标准》和《收入确认政策的说明》，明确了公司各部门岗位职责和权限，适用于西磁科技境内外销售管理，涉及市场开发、销售计划管理、客户信用管理、产品报价和送样管理、订单管理、发货和退货管理、应收账款管理等整个销售管理过程，可以有效的控制销售的业务环节。《收入确认政策的说明》明确了客户不同销售模式下的收入确认政策等。上述制度明确了销售合同签订后由业务部负责对顾客提供公司基本信息，并建立顾客档案，接收销售合同和订单，并保存销售合同和订单，生产部负责合同和订单的生产排产和交货期，品管部负责对发货、退货产品的检验，对客户批次不良的改善对策的组织实施和监督，跟单员根据客户的要货要求，在 SAP 系统录入发货信息，系统生成《发货通知单》，出库单上须明确销售订单编号、客户全称、送货日期、产品编号、出货单位、出货数量等。仓管部门负责对发出或退回产品进行标识和数量管理，货物出库后由跟单员负责沟通运输，业务部按照业务类别、合同形式的不同，跟踪货物签收、验收和出口的情况并完成客户的签收、验收确认。财务部定期跟踪客户货款支付情况，并督促业务部对超期货款进行催款。公司对收入确认方式制定了较为完善的内控制度，并确保内控制度可以得到有效执行。

3、发行人收入确认政策与同行业可比公司是否一致

同行业可比公司收入确认政策如下：

公司	收入确认的具体方法
隆基电磁	本公司在履行了合同中的履约义务，即按照下列具体标准确认收入：(1) 国内销售：1) 需要安装调试：公司在产品交货并安装调试完成，经客户安装调试验收合格后，确认产品销售收入。2) 不需要安装调试：公司在将产品交付并

公司	收入确认的具体方法
	经客户收货验收后，确认产品销售收入。(2)国外销售：1)需要安装调试：公司在履行完出口报关手续、取得出口报关单、产品交货并安装调试完成，经客户安装调试验收合格后，确认产品销售收入。2)不需要安装调试：公司在履行完出口报关手续、取得出口报关单且商品已经发出时确认产品销售收入。
华特磁电	本集团的产品主要是为客户定制的产品，一般作为客户整体生产线的一部分，通常仅包括转让商品的履约义务，属于在某一时点履行履约义务。针对内销业务，合同约定需由公司安装调试的，于产品移交给客户、安装调试完毕、对方验收合格后确认收入；合同约定不需由公司安装调试的，于产品移交给客户、取得客户签收单时确认收入。针对出口业务，公司于产品报关并取得承运人提单后确认收入。

公司各类收入确认的具体方法详见本回复之“问题 1/五/（一）补充说明不同产品、是否提供安装服务等具体情况下收入确认的具体会计政策、销售流程、确认时点和具体依据，逐一说明收入确认的具体单据和时间点，并说明各种确认方式下合同交货、结算条款的约定情况，收入确认是否符合企业会计准则的规定”。

报告期各期，公司收入确认政策与同行业可比公司基本一致，不存在重大差异。

综上所述，报告期各期，公司对收入确认方式的内部控制制度完善，并有效运行，收入确认政策与同行业可比公司不存在重大差异。

（五）结合发行人各类产品从合同签订到产品交付、交付后进行安装调试及安装调试完毕至验收的一般周期，说明是否存在安装验收不合格退回、签收后至验收时间较短或较长、收入确认缺少客户签收单或验收单的情形及其原因、合理性

1、从合同签订到产品交付、交付后进行安装调试及安装调试完毕至验收的一般周期

报告期各期，公司涉及安装调试产品销售业务从合同签订到产品交付情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
3 个月内	1,839.44	77.42%	893.32	75.98%	296.89	68.69%
3-6 个月	491.07	20.67%	282.39	24.02%	117.52	27.19%
6-9 个月	-	-	-	-	17.81	4.12%

9-12 个月	-	-	-	-	-	-
1 年以上	45.37	1.91%	-	-	-	-
合计	2,375.88	100.00%	1,175.71	100.00%	432.22	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司涉及安装调试产品销售业务从合同签订到产品交付周期为 3 个月内的收入金额分别为 296.89 万元、893.32 万元和 1,839.44 万元，占需要安装调试收入的比例分别为 68.69%、75.98% 和 77.42%；从合同签订到产品交付周期为 6 个月内的收入金额分别为 414.41 万元、1,175.71 万元和 2,330.51 万元，占需要安装调试收入的比例分别为 95.88%、100.00% 和 98.09%，公司涉及安装调试产品销售业务从合同签订到产品交付基本在 6 个月内完成。

报告期各期，公司涉及安装调试产品销售业务从产品交付至安装调试验收完成的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
3 个月内	2,109.06	88.77%	1,048.14	89.15%	292.89	67.76%
3-6 个月	154.92	6.52%	49.22	4.19%	126.86	29.35%
6-9 个月	111.91	4.71%	63.45	5.40%	12.48	2.89%
9-12 个月	-	-	14.90	1.27%	-	-
1 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	2,375.89	100.00%	1,175.71	100.00%	432.23	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司涉及安装调试产品销售业务从产品交付到产品安装调试验收完成的周期为 3 个月内的收入金额分别为 292.89 万元、1,048.14 万元和 2,109.06 万元，占需要安装调试收入的比例分别为 67.76%、89.15% 和 88.77%；从产品交付到产品安装调试验收完成的周期为 6 个月内的收入金额分别为 419.75 万元、1,097.36 万元和 2,263.98 万元，占需要安装调试收入的比例分别为 97.11%、93.34% 和 95.29%，公司涉及安装调试产品销售业务从产品交付到产品安装调试验收完成的周期基本在 6 个月内完成。

2、是否存在从合同签订、发货至收入确认的时间间隔明显偏长的订单

报告期各期，公司从合同签订至发货的时间间隔情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
3 个月内	11,874.55	70.83%	9,099.40	76.95%	6,583.43	85.47%
3-6 个月	3,486.61	20.80%	2,281.47	19.29%	860.79	11.18%
6-9 个月	883.89	5.27%	314.20	2.66%	218.00	2.83%
9-12 个月	418.33	2.50%	41.98	0.35%	1.02	0.01%
1 年以上	101.78	0.61%	88.56	0.75%	38.96	0.51%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.20	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司销售业务从合同签订到产品发货周期为 3 个月内的收入金额分别为 6,583.43 万元、9,099.40 万元和 11,874.55 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 85.47%、76.95% 和 70.83%；从合同签订到产品发货周期为 6 个月内的收入金额分别为 7,444.22 万元、11,380.87 万元和 15,361.16 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 96.65%、96.24% 和 91.63%，公司销售业务从合同签订到产品发货一般在 1-3 个月内，基本在 6 个月内完成。

报告期各期，公司从发货至收入确认的时间间隔情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
3 个月内	15,973.90	95.28%	11,480.82	97.08%	7,467.32	96.95%
3-6 个月	462.03	2.76%	245.48	2.08%	214.80	2.79%
6-9 个月	210.53	1.26%	74.87	0.63%	16.67	0.22%
9-12 个月	116.84	0.70%	24.44	0.21%	-	-
1 年以上	1.86	0.01%	-	-	3.40	0.04%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.19	100.00%

由上表可知，报告期各期，公司销售业务从产品发货到收入确认周期为 3 个月内的收入金额分别为 7,467.32 万元、11,480.82 万元和 15,973.90 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 96.95%、97.08% 和 95.28%，公司销售业务从产品发货到收入确认基本在 3 个月内完成。

综上所述，报告期各期，公司从合同签订到产品发货的周期一般在 1-3 个月内，基本在 6 个月内完成，从产品发货到收入确认的周期基本在 3 个月内，时间

间隔合理，不存在大额销售收入从合同签订、发货至收入确认的时间间隔明显偏长的订单。

3、是否存在安装验收不合格退回、收入确认缺少客户签收单、验收报告等三方单据的情形及其原因、合理性

公司主要产品为定制化产品，系根据客户具体需求设计制造，公司技术人员在前期设计阶段已经和客户技术人员作充分沟通，熟悉客户的应用场景和具体技术参数，报告期各期，公司不存在安装验收不合格退回的情形。

公司内销收入根据获取的签收/验收单据或补充确认文件作为收入确认的依据性文件，以单据上客户签署的落款日期作为收入确认时点，公司报告期内销收入确认均获取签收/验收或补充确认文件等支撑性单据，不存在内销收入确认缺少客户签收/验收单据或补充确认文件等三方单据的情形。

综上所述，报告期各期，公司从合同签订到产品发货的周期一般在 1-3 个月内，基本在 6 个月内完成，从产品发货到收入确认的周期基本在 3 个月内，时间间隔合理，不存在大额销售收入从合同签订、发货至收入确认的时间间隔明显偏长的订单；公司不存在安装验收不合格退回的情形，内销收入确认均获取签收/验收单据或补充确认文件等支撑性单据，不存在内销收入确认缺少客户签收/验收单据或补充确认文件等三方单据的情形。

(六)结合报告期各期主要合同的项目周期(是否超过 12 个月)、合同金额、结算金额、各期确认收入时点及金额等情况，补充说明是否存在收入跨期现象，如存在，列示对各期收入的影响

2022 年度，公司主要合同/订单情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	合同/订单金额	合同/订单日期	项目完成日期	确认收入时点	收入金额(不含税)	收入是否跨期
1	Bunting	405.93	2021 年 11 月	2023 年 4 月	2023 年 4 月	405.93	否
2	琥崧科技集团股份有限公司	380.00	2022 年 9 月	2023 年 1 月	2023 年 1 月	336.28	否
3	琥崧科技集团股份有限公司	263.00	2022 年 2 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月	232.74	否
4	扬州迈尔机械科技有限公司	225.00	2022 年 2 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月	199.12	否
5	河北吉诚新材料有限公司	200.03	2021 年 12 月	2022 年 11 月	2022 年 11 月	175.76	否

序号	客户名称	合同/订单金额	合同/订单日期	项目完成日期	确认收入时点	收入金额(不含税)	收入是否跨期
6	上海威泽尔机械设备制造有限公司	188.00	2022年1月	2022年5月	2022年5月	166.37	否
7	广东鸿凯智能科技有限公司	160.00	2022年3月	2022年10月	2022年10月	141.59	否
8	贵州中伟兴阳储能科技有限公司	146.40	2022年8月	2022年10月	2022年10月	129.56	否
9	宁波容百新能源科技股份有限公司	138.39	2021年11月	2022年10月	2022年10月	122.47	否
10	青岛软控机电工程有限公司	135.92	2022年8月	2022年9月	2022年9月	120.28	否
合计		2,242.67				2,030.10	

注：公司客户同一合同/订单可能存在分批发货并分批确认收入情形，项目完成日期和确认时点为最后一批产品完成销售并确认收入时点，下同。

2021年度，公司主要合同/订单情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	合同/订单金额	合同/订单日期	项目完成日期	确认收入时点	收入金额(不含税)	收入是否跨期
1	Bunting	209.80	2020年9月	2021年6月	2021年6月	209.80	否
2	兰溪科宇磁业有限公司	167.50	2021年2月	2021年2月	2021年2月	148.23	否
3	贵州振华义龙新材料有限公司	153.00	2021年5月	2021年8月	2021年8月	135.40	否
4	琥崧科技集团股份有限公司	148.00	2021年9月	2021年12月	2021年12月	130.97	否
5	Trading house Antarn LLC	118.95	2021年6月	2021年9月	2021年9月	118.95	否
6	宁波力勤资源科技股份有限公司	172.00	2021年6月	2021年10月	2021年12月	114.84	否
7	Bunting	110.88	2021年7月	2021年11月	2021年11月	110.88	否
8	湖北宇浩高科新材料有限公司	115.20	2021年8月	2021年10月	2021年10月	101.95	否
9	Bunting	101.73	2020年12月	2021年3月	2021年3月	101.73	否
10	贵州开阳安达科技能源有限公司	101.62	2021年9月	2021年12月	2021年12月	89.93	否
合计		1,398.68				1,262.68	

2020年度，公司主要合同/订单情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	合同/订单金额	合同/订单日期	项目完成日期	确认收入时点	收入金额(不含税)	收入是否跨期
1	Bunting	130.20	2020年9月	2020年11月	2020年12月	130.20	否
2	Bunting	119.25	2020年2月	2020年7月	2020年7月	119.25	否
3	金能化学(青岛)有限公司	132.80	2020年5月	2020年8月	2020年12月	117.52	否
4	Bunting	112.55	2019年8月	2020年3月	2020年3月	112.55	否

序号	客户名称	合同/订单金额	合同/订单日期	项目完成日期	确认收入时点	收入金额(不含税)	收入是否跨期
5	Bunting	105.22	2020年6月	2020年8月	2020年8月	105.22	否
6	宁德时代新能源科技股份有限公司	106.93	2020年7月	2020年9月	2020年11月	94.62	否
7	Bunting	80.87	2020年8月	2020年9月	2020年9月	80.87	否
8	Trading house Antarn LLC	80.78	2020年4月	2020年6月	2020年6月	80.78	否
9	Bunting	78.75	2020年10月	2020年12月	2020年12月	78.75	否
10	河北吉诚新材料有限公司	79.01	2020年2月	2020年7月	2020年8月	69.92	否
合计		1,026.36				989.68	

报告期各期，公司产品销售均在客户签收、验收或完成报关手续后确认收入，符合企业会计准则的规定，不存在跨期调节收入情形。

【申报会计师回复】

(一) 核查程序

1、针对业绩变动是否符合下游行业变动趋势，申报会计师主要执行了如下核查程序：

(1) 获取发行人所处行业及下游行业研究报告，了解行业的整体产线产能布局、增长率水平、景气度情况，可比公司同类产品销售情况及细分行业发展情况，了解磁力过滤设备行业及下游行业未来发展趋势，分析发行人期后是否存在业绩下滑的风险；

(2) 查阅发行人收入明细表，分析公司主要产品对应应用领域的销售数量、销售单价及销售收入等，分析发行人主要产品销售数量、销售单价及销售收入的变动原因；

(3) 访谈发行人主要管理人员，了解发行人业务发展重点和产品定位，了解发行人主要产品对应的应用领域情况、主要产品销量和价格变动原因、销售策略、客户开拓情况、客户市场地位和发行人产能变化情况；

(4) 访谈发行人管理层，了解发行人外购成品销售的主要内容，外购成品销售的原因。查阅发行人相关核心技术及主要产品相关资料，核查外购成品内容是否涉及核心技术；

(5) 查阅发行人报告期相关收入数据，了解发行人报告期各期前五大客户

采购的具体产品类别；

（6）对发行人相关技术人员、销售人员、生产人员等进行访谈，了解发行人的产品竞争力，市场、客户、细分产品结构、性能指标等因素对主要产品价格变动的影响；各类产品销售与同期市场价格存在的差异及合理性；同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率存在的差异及合理性。

2、针对境外销售收入的具体情况，申报会计师主要执行了如下核查程序：

（1）了解发行人销售与收款的内部控制制度，评价内部控制设计的合理性，并测试其运行的有效性。对销售与收款循环执行穿行测试程序，了解相关内部控制流程，检查发行人是否在关键控制点实施控制，相关控制点是否得到有效执行；

（2）通过与发行人管理层、销售人员及财务人员访谈，了解发行人销售模式、销售政策、收入确认的具体标准、收入确认时点等情况，分析并判断发行人收入确认是否符合《企业会计准则》的相关要求；

（3）访谈财务相关人员，了解发行人境外销售业务流程和业务模式，获取发行人收入确认政策及成本结转方式，获取并查看发行人报告期内主要境外收入的销售合同具体条款，分析发行人境外收入确认政策及成本结转方式是否合理；

（4）访谈发行人销售负责人，了解境外销售的开展方式，发行人境外主要客户的基本情况、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策、合作关系、销售模式、销售状况、客户变化、当地的竞争状况以及关联关系，主要出口地区及其主要出口客户销售情况及变动原因，以及同行业开展境外业务时采用的销售模式等情况；

（5）获取报告期各期销售收入清单并进行分析复核，通过中国电子口岸系统调取发行人报告期出口报关明细，检查发行人境外销售收入与海关报关数据的匹配性；获取报告期各期发行人出口退税相关材料，检查外销收入与出口退税金额的匹配性；

（6）访谈发行人管理层、销售负责人以及境外客户等，了解境外主要客户所在国家是否存在不利于发行人开展业务的贸易政策、外汇政策等、发行人产品亮点等；

(7) 查阅同行业可比公司招股说明书等公开资料, 了解同行业可比公司境外销售的主要产品、生产工艺、优势劣势等, 与发行人境外销售产品比较;

(8) 通过网络检索, 了解报告期内主要出口国家和地区贸易政策变化和稳定性, 结合贸易政策的变化情况分析境外销售收入的变化, 分析其对发行人境外销售的影响等;

(9) 执行收入截止性测试, 对收入确认时点进行核查, 检查送货单、发货记录、客户采购订单、出口报关单、提单等资料、确认公司销售收入是否记录于恰当的会计期间;

(10) 采用实地走访、视频询问或联合申报会计师网络成员所境外当地 BDO 实地走访且申报会计师实时视频接入进行访谈方式对报告期内发行人收入真实性和准确性进行核查。走访内容涵盖了解客户的规模、业务经营等基本情况、与发行人的合作历史、报告期内的交易金额、销售内容、结算方式、信用期、验收条款、质量保证条款, 是否存在诉讼仲裁或纠纷情况, 客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系等; 实地走访或视频询问情况具体如下:

单位: 万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外销售	视频访谈金额	1,304.02	1,913.07	2,066.25
	BDO 现场走访, 申报会计师实时视频接入	1,602.70	897.09	892.38
	营业收入	4,039.07	3,887.46	4,006.78
	访谈比例	71.97%	72.29%	73.84%

(11) 对发行人销售收入进行细节测试, 根据销售收入明细账, 核查其销售合同(订单)、报关单、提单、记账凭证、销售发票以及客户付款凭证等, 检查收入确认时间、收入确认金额的真实性、准确性及会计处理是否正确, 抽查比例如下:

单位: 万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外销售	收入抽查金额	1,846.81	1,564.85	1,629.28
	销售收入金额	4,039.07	3,887.46	4,006.78
	细节测试比例	45.72%	40.25%	40.66%

报告期各期，经执行细节测试程序，未发现异常。

(12)综合考虑应收账款余额、合同负债余额以及各期销售金额，选取大额、新增、各期变动较大的样本执行函证程序，对未回函的客户执行替代测试程序；

报告期各期，境外销售执行函证和替代程序的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
函证的客户家数	16	16	16
函证金额①	3,713.97	3,479.51	3,533.04
当期境外主营业务收入②	4,039.07	3,887.46	4,006.78
函证占比③=①/②	91.95%	89.51%	88.18%
回函确认金额④	3,132.27	2,961.88	3,199.99
回函确认金额占比⑤=④/①	84.34%	85.12%	90.57%

针对回函不符的函证，逐一核实回函不符的原因，分析差异原因的合理性，并复核发行人编制的函证差异调节表。报告期内，回函不符主要系发行人与被函证单位记账时间性差异所致，发行人收入确认按照权责发生制入账，部分客户根据发票或对账时间入账，导致双方存在记账时间差异。针对回函不符及未回函的函证实施替代性测试，包括检查销售合同或订单、产品出库单、客户签收单据、出口报关单、提单以及期后回款单据等，确认发行人与客户的交易真实性、收入确认金额准确性。

(13) 报告期各期，对发行人客户分别执行访谈及函证核查程序，剔除既执行访谈，又执行函证核查程序的重复情况，统计执行访谈及函证核查程序的比例。

报告期各期，对发行人客户执行访谈及函证核查程序的比如下：

单位：万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外销售	访谈核查金额	2,906.73	2,810.16	2,958.64
	函证核查金额	3,713.97	3,479.51	3,533.04
	访谈及函证核查金额（去重）	3,132.27	3,479.51	3,533.04
	销售收入金额	4,039.07	3,887.46	4,006.78
	核查比例	77.55%	89.51%	88.18%

3、针对客户集中度不断下降的风险，申报会计师主要执行了如下核查程序：

(1) 访谈发行人销售负责人, 了解境外销售的开展方式, 发行人境外主要客户的基本情况、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策、合作关系、销售模式、销售状况、客户变化、当地的竞争状况以及关联关系, 主要出口地区及其主要出口客户销售情况及变动原因, 以及同行业开展境外业务时采用的销售模式等情况;

(2) 获取报告期各期前十大客户清单, 访谈发行人销售负责人, 了解报告期各期前十大客户经营情况, 客户收入分层和合作年限分层情况, 产品特性和销售模式等, 查询同行业可比公司公开披露的年度报告等资料, 了解客户集中度情况, 并对比发行人客户集中度和同行业可比公司客户集中度, 分析判断发行人客户集中度是否符合行业特征;

(3) 采用实地走访、视频询问或联合申报会计师网络成员所境外当地 BDO 实地走访且申报会计师实时视频接入进行访谈方式对报告期内公司收入真实性和准确性进行核查。走访内容涵盖了解客户的规模、业务经营等基本情况、与公司的合作历史、报告期内的交易金额、销售内容、结算方式、信用期、验收条款、质量保证条款, 是否存在诉讼仲裁或纠纷情况, 客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系等; 实地走访或视频询问情况具体如下:

单位: 万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内销售	实地走访金额	5,502.95	3,815.97	1,113.56
	销售收入金额	12,726.09	7,938.15	3,695.40
	走访比例	43.24%	48.07%	30.13%
境外销售	视频访谈金额	1,304.02	1,913.07	2,066.25
	BDO 现场走访, 申报会计师实时视频接入	1,602.70	897.09	892.38
	营业收入	4,039.07	3,887.46	4,006.78
	访谈比例	71.97%	72.29%	73.84%
境内外销售	实地走访金额	5,502.95	3,815.97	1,113.56
	视频访谈金额	1,304.02	1,913.07	2,066.25
	BDO 现场走访, 申报会计师实时视频接入	1,602.70	897.09	892.38
	销售收入金额	16,765.16	11,825.61	7,702.18

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	访谈比例	50.16%	56.03%	52.87%

(4) 取得并查阅报告期内与主要客户签订的框架协议、采购合同或订单资料，了解约定的主要权利义务的内容、期限，了解发行人向主要客户销售的产品类型，查阅是否具有排他性或优先权等条款；

(5) 取得并核查发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员等关键人员的银行流水及相关资料，对主要客户进行函证、访谈，并获取其出具的《无关联关系承诺函》；

(6) 获取发行人与主要客户的交易资料、细节测试、截止性测试等核查资料；取得发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的《调查表》，并对发行人持股 5% 以上的股东进行专项访谈并获取《股东承诺函》，对发行人主要客户进行网络核查等；

(7) 对宁波亨升投资管理合伙企业（有限合伙）股东进行访谈穿透核查。

4、针对各类产品收入的可持续性，申报会计师主要执行了如下核查程序：

(1) 访谈发行人管理层和业务人员并查阅相关市场研究报告等公开文件，了解发行人所在细分行业的市场空间、产品竞争力、销售模式及业务开展情况；

(2) 获取发行人报告期内的销售台账和销售收入明细表，检查订单的执行情况，并分析比较新老客户之间销售价格、毛利率、回款条件是否存在差异；

(3) 统计在手订单相关信息，了解各期的订单数量及金额，各期末以及目前在手合同或订单数量、金额（含税），各期新签合同数量、金额（含税），取得重大在执行合同并了解进展情况；

(4) 访谈公司销售负责人，了解公司在手订单的获取和执行周期，公司竞争优势和核心竞争力，取得公司客户拓展计划；

(5) 查阅行业研究报告和同行业可比公司相关数据，了解行业市场竞争和可比公司发展情况；

(6) 结合发行人下游客户相关需求、公司竞争力，客户拓展计划，分析发行人主要产品收入增长的可持续性、发行人的业绩成长性。

5、针对收入确认的准确性，申报会计师主要执行了如下核查程序：

- (1) 了解公司销售与收款的内部控制制度，评价内部控制设计的合理性，并测试其运行的有效性。对销售与收款循环执行穿行测试程序，了解相关内部控制流程，检查公司是否在关键控制点实施控制，相关控制点是否得到有效执行；
- (2) 通过与发行人管理层、销售人员及财务人员访谈，了解公司销售模式、销售政策、收入确认的具体标准、收入确认时点等情况，分析并判断公司收入确认是否符合《企业会计准则》的相关要求；
- (3) 访谈财务相关人员，了解发行人境外销售业务流程和业务模式，获取发行人收入确认政策及成本结转方式，获取并查看发行人报告期内主要境外收入的销售合同具体条款，分析发行人境外收入确认政策及成本结转方式是否合理；
- (4) 访谈发行人销售负责人，了解境外销售的开展方式，发行人境外主要客户的基本情况、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策、合作关系、销售模式、销售状况、客户变化、当地的竞争状况以及关联关系，主要出口地区及其主要出口客户销售情况及变动原因，以及同行业开展境外业务时采用的销售模式等情况；
- (5) 获取报告期各期销售收入清单并进行分析复核，通过中国电子口岸系统调取发行人报告期出口报关明细，检查发行人境外销售收入与海关报关数据的匹配性；获取报告期各期发行人出口退税相关材料，检查外销收入与出口退税金额的匹配性；
- (6) 获取报告期各期需要安装调试产品销售清单，分析判断是否存在相同物料编码的产品同时存在需要安装调试销售合同和无需安装调试销售合同的情形；
- (7) 访谈发行人财务部和业务部相关人员，了解发行人贸易商模式下销售的流程情况、合同相关内容和收入确认政策等信息，分析判断贸易商模式下收入确认政策是否符合《企业会计准则》的规定；
- (8) 查询同行业可比公司公开披露的年度报告等资料，了解同行业可比公司收入确认政策，并分析判断发行人收入确认政策与同行业可比公司是否存在重大差异；

(9) 访谈发行人财务部和业务部相关人员，了解发行人各类产品从合同签订到产品交付、交付后进行安装调试及安装调试完毕至验收的一般周期，是否存在安装验收不合格退回、签收后至验收时间较短或较长、收入确认缺少客户签收单或验收单的情形及其原因、合理性；

(10) 访谈发行人财务部和业务部相关人员，了解发行人报告期各期主要合同的项目周期（是否超过 12 个月）、合同金额、结算金额、各期确认收入时点及金额等情况，并分析判断是否存在收入跨期现象；

(11) 执行收入截止性测试，对收入确认时点进行核查，检查送货单、发货记录、客户采购订单、物流记录、回签送货单、出口报关单、提单等资料，确认公司销售收入是否记录于恰当的会计期间；

(12) 采用实地走访、视频询问或联合申报会计师网络成员所境外当地 BDO 实地走访且申报会计师实时视频接入进行访谈方式对报告期内公司收入真实性和准确性进行核查。走访内容涵盖了解客户的规模、业务经营等基本情况、与公司的合作历史、报告期内的交易金额、销售内容、结算方式、信用期、验收条款、质量保证条款，是否存在诉讼仲裁或纠纷情况，客户与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系等；实地走访或视频询问情况具体如下：

单位：万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内销售	实地走访金额	5,502.95	3,815.97	1,113.56
	销售收入金额	12,726.09	7,938.15	3,695.40
	走访比例	43.24%	48.07%	30.13%
境外销售	视频访谈金额	1,304.02	1,913.07	2,066.25
	BDO 现场走访，申报会计师实时视频接入	1,602.70	897.09	892.38
	营业收入	4,039.07	3,887.46	4,006.78
	访谈比例	71.97%	72.29%	73.84%
境内外销售	实地走访金额	5,502.95	3,815.97	1,113.56
	视频访谈金额	1,304.02	1,913.07	2,066.25
	BDO 现场走访，申报会计师实时视频接入	1,602.70	897.09	892.38
	销售收入金额	16,765.16	11,825.61	7,702.18

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	访谈比例	50.16%	56.03%	52.87%

(13) 对发行人销售收入进行细节测试，根据销售收入明细账，核查其销售合同（订单）、签收/验收单、报关单、提单、记账凭证、销售发票以及客户付款凭证等，检查收入确认时间、收入确认金额的真实性、准确性及会计处理是否正确，抽查比如下：

单位：万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内销售	收入抽查金额	6,680.03	3,803.59	1,181.10
	销售收入金额	12,726.09	7,938.15	3,695.40
	细节测试比例	52.49%	47.92%	31.96%
境外销售	收入抽查金额	1,846.81	1,564.85	1,629.28
	销售收入金额	4,039.07	3,887.46	4,006.78
	细节测试比例	45.72%	40.25%	40.66%
境内外销售	收入抽查金额	8,526.84	5,368.44	2,810.39
	销售收入金额	16,765.16	11,825.61	7,702.18
	细节测试比例	50.86%	45.40%	36.49%

报告期各期，经执行细节测试程序，未发现异常。

(14) 综合考虑应收账款余额、合同负债余额以及各期销售金额，选取大额、新增、各期变动较大的样本执行函证程序，对未回函的客户执行替代测试程序；

报告期各期，境内销售执行函证和替代程序的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
函证的客户家数	160	171	162
函证金额①	9,792.52	6,033.18	2,480.18
当期境内主营业务收入②	12,726.09	7,938.15	3,695.40
函证占比③=①/②	76.95%	76.00%	67.12%
回函确认金额④	7,628.87	4,519.04	1,593.62
回函确认金额占比⑤=④/①	77.91%	74.90%	64.25%

报告期各期，境外销售执行函证和替代程序的具体情况如下：

单位: 万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
函证的客户家数	16	16	16
函证金额①	3,713.97	3,479.51	3,533.04
当期境外主营业务收入②	4,039.07	3,887.46	4,006.78
函证占比③=①/②	91.95%	89.51%	88.18%
回函确认金额④	3,132.27	2,961.88	3,199.99
回函确认金额占比⑤=④/①	84.34%	85.12%	90.57%

报告期各期, 境内外销售执行函证和替代程序的具体情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
函证的客户家数	176	187	178
函证金额①	13,506.49	9,512.70	6,013.22
当期主营业务收入②	16,765.16	11,825.61	7,702.18
函证占比③=①/②	80.56%	80.44%	78.07%
回函确认金额④	10,761.14	7,480.93	4,793.61
回函确认金额占比⑤=④/①	79.67%	78.64%	79.72%

针对回函不符的函证, 逐一核实回函不符的原因, 分析差异原因的合理性, 并复核发行人编制的函证差异调节表。报告期内, 回函不符主要系发行人与被函证单位记账时间性差异所致, 发行人收入确认按照权责发生制入账, 部分客户根据发票或对账时间入账, 导致双方存在记账时间差异。针对回函不符及未回函的函证实施替代性测试, 包括检查销售合同或订单、产品出库单、客户签收单据、出口报关单、提单以及期后回款单据等, 确认发行人与客户的交易真实性、收入确认金额准确性。

(15) 报告期各期, 对发行人客户分别执行访谈及函证核查程序, 剔除既执行访谈, 又执行函证核查程序的重复情况, 统计执行访谈及函证核查程序的比例。

报告期各期, 对发行人客户执行访谈及函证核查程序的比如下:

单位: 万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内销售	访谈核查金额	5,502.95	3,815.97	1,113.56
	函证核查金额	9,792.52	6,033.18	2,480.18
	访谈及函证核查	9,844.10	6,047.95	2,481.93

	金额（去重）			
	销售收入金额	12,726.09	7,938.15	3,695.40
	核查比例	77.35%	76.19%	67.16%
境外销售	访谈核查金额	2,906.73	2,810.16	2,958.64
	函证核查金额	3,713.97	3,479.51	3,533.04
	访谈及函证核查金额（去重）	3,132.27	3,479.51	3,533.04
	销售收入金额	4,039.07	3,887.46	4,006.78
	核查比例	77.55%	89.51%	88.18%
境内外销售	访谈核查金额	8,409.68	6,626.13	4,072.19
	函证核查金额	13,506.49	9,512.70	6,013.22
	访谈及函证核查金额（去重）	12,976.37	9,527.46	6,014.97
	销售收入金额	16,765.16	11,825.61	7,702.18
	核查比例	77.40%	80.57%	78.09%

（二）核查结论

1、经核查，针对业绩变动是否符合下游行业变动趋势，申报会计师认为：

（1）发行人报告期业绩大幅增长主要是因为：1) 下游需求旺盛拉动行业发展；2) 发行人产品与下游需求深度契合；3) 发行人不断丰富产品，提供更多选择。从市场、产品、客户、生产、行业地位和发行人的发展战略等角度看，发行人的业绩具备可持续性，业绩下滑的风险较小；

（2）报告期内，发行人收入、毛利率、净利润的变动主要是受到主要客户销售额变动、主要产品销售额变动、销售价格、单位成本及销售结构等因素的影响，具有合理性；

（3）报告期内，发行人业绩增长与同行业可比公司业绩增长保持一致，相关变动情况符合下游行业发展趋势；

（4）报告期内，发行人外购成品不包含核心技术产品。发行人外购成品销售原因主要为发挥成本优势、提升客户服务能力、合理利用现有产能，具有合理性；

（5）发行人主要产品价格变动主要为：1) 下游行业需求旺盛拉动行业发展；2) 客户采购结构的变动；3) 发行人产品结构的变化；4) 发行人产品性能的改

进、完善。

2、经核查，针对境外销售收入的具体情况，申报会计师认为：

(1) 报告期各期，发行人境外销售收入及主要客户总体保持稳定，发行人主要出口地区和出口产品销售占比较高且总体保持稳定，主要出口地区主要客户总体保持稳定，境外销售出现大幅下滑的风险较低；

(2) 报告期各期，发行人外销收入与海关报关数据、增值税退税申报收入差异较小，具有匹配性；境外客户与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间不存在关联关系；

(3) 发行人相较于同类供应商具备战略优势、技术及研发优势、产品优势、客户资源优势、人才优势、综合实力优势等。公司凭借先进的生产技术和设备及优秀的产品质量和服务，与境外多个地区企业建立了良好的合作关系，如美国与欧洲的 Bunting、俄罗斯的 Trading house Antarn LLC 等。良好的客户资源积累使公司具备先发优势，为公司长期稳定的发展奠定了基础，同时为公司在行业内建立口碑及信誉，并为公司在相关行业开拓新客户提供品牌背书；

(4) 发行人境外主要销售国家为俄罗斯、德国、日本、美国等，目前，俄罗斯被金融制裁，但对发行人报告期内业绩的影响较小。但是，若未来俄罗斯地区局势长期紧张，抑或是后续有关国家、地区或组织对俄罗斯的制裁长期持续或实施严格的外汇管制，可能会对公司的货款结算产生不利影响；

(5) 查阅发行人取得的《海关报关单位备案》《对外贸易经营者备案登记表》、环境管理体系认证、质量管理体系认证、欧盟 CE 认证证书等资质文件；

(6) 访谈发行人境外销售负责人，了解主要出口国家和地区对于发行人主要产品出口是否取得从事相关业务所必需的法律法规规定的资质、许可的情况。

3、经核查，针对客户集中度不断下降的风险，申报会计师认为：

(1) 报告期各期，发行人境外销售收入及主要客户总体保持稳定，发行人主要出口地区和出口产品销售占比较高且总体保持稳定，主要出口地区主要客户总体保持稳定，境外销售出现大幅下滑的风险较低；

(2) 公司报告期各期，发行人前十大客户报告期销售总额逐年上升，除与

2018 年成立的金能化学（青岛）有限公司和 2012 年成立的琥崧科技集团股份有限公司分别于 2020 年和 2021 年开始合作外，其余客户均在报告期之前开始合作，合作历史较长，主要客户合作稳定，不存在新成立客户立即成为公司主要客户情形，主要客户经营状况良好，不存在经营异常情形；公司客户家数逐年增加，单客户销售规模较大的客户数量及销售收入占比逐年增加，公司客户结构持续优化，有利于保持公司销售的稳定性；与公司合作年限在 3 年以上的客户主营业务收入逐年大幅提高，客户群体较为稳定；公司前五大客户销售收入占比高于同行业可比公司，公司客户集中度与同行业可比公司不存在重大偏差，符合行业特征，因客户稳定性不足而影响持续经营能力的风险较低；

（3）发行人均已成为报告期内主要客户的合格供应商且进入过程合法合规；双方合作的主要权利义务的内容、期限会通过订单或框架协议的方式进行约定，公司与主要客户签订的协议未设置排他性或优先权条款；公司对不同客户采取的具体定价方法和依据相同，但基于公司产品的定制化属性，同类产品对不同客户的售价存在一定差异；

（4）发行人主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系；发行人关联方与客户之间不存在业务、资金往来；直接持有发行人 5% 以上的直接股东及穿透后的间接股东未在发行人主要客户拥有权益或任职。

4、经核查，针对各类产品收入的可持续性，申报会计师认为：

（1）受益于发行人下游市场较大的发展空间、较强的产品竞争力、良好的业务开展情况、原有客户的重复采购以及新增客户的增长，发行人主营业务的持续性和成长性较好；

（2）报告期内，发行人与主要客户大多形成了长期稳定的合作关系，发行人具备持续获取合同订单的能力，各期订单持续、稳定，业务具备稳定性、可持续性；

（3）发行人产品下游需求增长速度较快，发行人在磁力过滤设备行业深耕多年，探索出一系列有效的新客户开发途径，具有业内知名度高、产品线齐全、销售团队能力强的优势，未来发行人新客户储备情况充足，具有持续的获客能力；

(4) 随着下游客户需求持续增长、发行人研发技术能力持续增强、市场开拓力度持续加强，发行人业务收入具有稳定性、可持续性。

5、经核查，针对收入确认的准确性，申报会计师认为：

(1) 报告期各期，发行人不同产品、不同销售模式、是否提供安装服务等具体情况下的收入确认符合企业会计准则的规定；

(2) 报告期各期，发行人需要安装调试收入确认金额和比例逐年增加，但总体保持在较低比例；存在相同或类似产品同时存在需要安装调试销售合同和无需安装调试销售合同的情形，符合公司实际生产经营情况，具有合理性；

(3) 报告期各期，贸易商模式下公司直接向贸易商交付产品，贸易商模式下收入确认政策谨慎，符合《企业会计准则》的规定；

(4) 报告期各期，发行人对收入确认方式的内部控制制度完善，并有效运行，收入确认政策与同行业可比公司不存在重大差异；

(5) 报告期各期，发行人从合同签订到产品发货的周期一般为 1-3 个月，基本在 6 个月内完成，从产品发货到收入确认的周期基本在 3 个月内，时间间隔合理，不存在大额销售收入从合同签订、发货至收入确认的时间间隔明显偏长的订单；发行人不存在安装验收不合格退回的情形，内销收入确认均获取签收/验收单据或补充确认文件等支撑性单据，不存在内销收入确认缺少客户签收/验收单据或补充确认文件等三方单据的情形；

(6) 报告期各期，发行人产品销售均在客户签收、验收或完成报关手续后确认收入，符合企业会计准则的规定，不存在跨期调节收入情形；

(7) 报告期各期，发行人主要客户经营情况正常，与采购规模匹配，发行人收入确认真实、准确；发行人境外收入确认真实、准确；申报会计师核查手段充分。

问题 6. 磁力过滤设备毛利率下滑的风险

根据申报材料，报告期各期，发行人综合毛利率分别为 36.24%、33.94% 及 35.71%，其中磁力过滤设备毛利率分别为 47.83%、41.56% 及 39.70%，主营业务收入占比分别为 39.63%、48.31 及 58.57%，收入占比不断提高但毛利率持续下

滑。

请发行人：(1)说明各类产品在不同销售模式下销售单价、单位成本及其构成在报告期内变动的合理性，量化分析上述因素的变动对细分产品毛利率及综合毛利率的影响。(2)结合产品及服务内容、业务模式、业务开发能力、客户类型、原材料价格传导机制、市场竞争情况、产品技术先进性、定价机制、市场、技术、渠道等方面的竞争优势与核心竞争力、期后销售单价及毛利率变动情况等，说明各类产品毛利率变动与市场同类产品公司是否存在差异，磁力过滤设备是否存在毛利率大幅下降风险及应对措施，请充分揭示风险并作重大事项提示。(3)列示报告期内主要运输业务提供商的名称及金额、收费标准，分析并披露报告期运输费变动是否与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配；说明发行人销售模式、运输费用承担方式在报告期内是否发生变化，是否符合行业惯例，运输费增长幅度低于收入增长幅度的原因及合理性。(4)补充说明报告期各期各类产品前五大客户对应的销售收入和毛利率情况，说明公司是否存在毛利率显著异常的订单或客户，如有请说明异常的原因。

请保荐机构和申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、核查范围、核查取得的证据和核查结论。

【发行人回复】

一、说明各类产品在不同销售模式下销售单价、单位成本及其构成在报告期内变动的合理性，量化分析上述因素的变动对细分产品毛利率及综合毛利率的影响

(一) 说明各类产品在不同销售模式下销售单价、单位成本及其构成在报告期内变动的合理性，量化分析上述因素的变动对细分产品毛利率及综合毛利率的影响

报告期内，公司产品包括磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品、其他产品等，各产品毛利率及对综合毛利率的贡献如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率
磁力过滤设备	39.70%	65.11%	41.56%	59.16%	47.83%	52.30%
磁选棒	33.97%	24.06%	30.92%	28.71%	34.11%	33.13%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率
吸重产品	22.79%	9.72%	19.78%	10.68%	20.87%	13.54%
其他产品	43.59%	1.11%	26.57%	1.45%	22.42%	1.03%
合计	35.71%	100.00%	33.94%	100.00%	36.24%	100.00%

注：毛利贡献率=该类别产品毛利/主营业务毛利，下同

由上表可知，报告期内公司主营业务综合毛利率分别为 36.24%、33.94% 和 35.71%，综合毛利率总体保持稳定。公司主营业务综合毛利率主要来源于磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品的贡献，上述产品合计贡献占比分别为 98.97%、98.55% 和 98.89%，报告期各期占比均超过 98.50%，主要相关产品的销售毛利率及变动原因分析如下：

1、磁力过滤设备

报告期各期，磁力过滤设备销售及成本情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期主营业务收入比例	57.14%	10.54%	46.60%	8.50%	38.09%
对主营业务毛利的贡献率	63.60%	7.03%	56.57%	5.39%	51.18%
毛利率	39.75%	-1.46%	41.20%	-7.49%	48.69%
平均单价	8,256.45	24.86%	6,612.79	-4.62%	6,932.83
平均成本	4,974.84	27.95%	3,888.00	9.30%	3,557.02
其中：直接材料占比	77.26%	2.29%	74.97%	3.15%	71.81%
直接人工占比	7.41%	-0.96%	8.38%	-1.60%	9.98%
制造费用占比	13.99%	-0.48%	14.48%	-1.10%	15.58%
运输费用占比	1.33%	-0.85%	2.18%	-0.45%	2.63%

注：平均单价、平均成本的变动计算公式：变动=（本期金额-上期金额）/上期金额，其他项目变动=（本期金额-上期金额）/上期金额，下同；

注：上表磁力过滤设备相关数据不包含配件数据。

由上表可知，报告期各期，公司磁力过滤设备销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 38.09%、46.60% 和 57.14%，对主营业务毛利的贡献率分别为 51.18%、56.57% 和 63.60%，销售占比和对主营业务毛利的贡献率逐年提高。销售占比提高主要系国内新能源电池市场规模大幅扩张，与电子材料相关的磁力过

滤设备采购大幅增加。

报告期各期，公司磁力过滤设备分直销模式和贸易商模式相关情况分析如下：

1) 直销模式

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期磁力过滤设备销售收入比例	97.55%	1.09%	96.46%	0.34%	96.13%
对磁力过滤设备毛利的贡献率	97.67%	2.05%	95.63%	-2.22%	97.85%
对主营业务毛利的贡献率	63.60%	7.03%	56.57%	5.39%	51.18%
毛利率	39.65%	-1.20%	40.85%	-7.73%	48.58%
平均单价	8,176.53	23.43%	6,624.54	-6.19%	7,061.38
平均成本	4,934.70	25.94%	3,918.24	7.91%	3,631.12
其中：直接材料占比	77.18%	2.22%	74.96%	2.72%	72.24%
直接人工占比	7.40%	-0.98%	8.38%	-1.45%	9.82%
制造费用占比	14.09%	-0.39%	14.48%	-0.78%	15.26%
运输费用占比	1.33%	-0.85%	2.18%	-0.49%	2.68%

注：上表磁力过滤设备相关数据不包含配件数据。

报告期各期，公司直销模式下磁力过滤设备销售收入占磁力过滤设备销售收入的比例分别为 96.13%、96.46% 和 97.55%，占比较高，公司磁力过滤设备基本通过直销模式销售。公司直销模式下磁力过滤设备销售对磁力过滤设备毛利的贡献率分别为 97.85%、95.63% 和 97.67%，对主营业务毛利的贡献率分别为 51.18%、56.57% 和 63.60%。

报告期各期，公司直销模式下磁力过滤设备平均单价分别为 7,061.38 元/件、6,624.54 元/件和 8,176.53 元/件。2021 年度公司直销模式下磁力过滤设备平均单价有所下降，主要系销售结构影响：管道流体除铁器销售收入占当期公司直销模式下磁力过滤设备销售收入的比例从 2020 年度的 39.22% 上升至 2021 年度的 42.13%，由于管道流体除铁器平均单价较低，所以整体平均单价有所下降，假设 2021 年度管道流体除铁器销售收入占当期公司直销模式下磁力过滤设备销售收入的比例与 2020 年度保持一致，则 2021 年度公司直销模式下磁力过滤设备平均单价为 6,937.44 元/件，与 2020 年度基本保持一致。2022 年度公司直销模式下磁

力过滤设备平均单价上升幅度较大，主要原因有：1) 公司持续研究开发新品，产品结构升级，2022 年度公司开始销售电磁除铁器和半自动管道流体除铁器，该两种新产品平均价格为 22.43 万元/件，剔除这两种新产品影响，公司 2022 年度直销模式下磁力过滤设备平均单价为 7,829.92 元/件；2) 报告期各期，公司磁力过滤设备主要材料钕铁硼磁钢的平均采购价分别为 192.87 元/kg、279.15 元/kg 和 380.65 元/kg，平均采购价格大幅上涨，为应对材料价格上涨带来的成本增长压力，公司相应提高相关产品的销售价格。

报告期各期，公司直销模式下磁力过滤设备平均成本分别为 3,631.12 元/件、3,918.24 元/件和 4,934.70 元/件，逐年提高，2022 年度变动幅度较大，主要原因为：1) 公司持续研究开发新品，产品结构升级，2022 年度公司开始销售电磁除铁器和半自动管道流体除铁器，该两种新产品平均成本为 14.67 万元/件，剔除这两种新产品影响，公司 2022 年度直销模式下磁力过滤设备平均单价为 4,707.40 元/件；2) 报告期各期，公司磁力过滤设备主要材料钕铁硼磁钢的平均采购价分别为 192.87 元/kg、279.15 元/kg 和 380.65 元/kg，平均采购价格大幅上涨，对应生产成本大幅提高。

报告期各期，公司直销模式下磁力过滤设备直接材料、直接人工、制造费用和运输费用占比，总体保持稳定，主要是由于主要原材料钕铁硼磁钢采购价格大幅提高，导致直接材料占比提升，其他成本构成类别占比下降。

2) 贸易商模式

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期磁力过滤设备销售收入比例	2.45%	-1.09%	3.54%	-0.34%	3.87%
对磁力过滤设备毛利的贡献率	2.33%	-2.05%	4.37%	2.22%	2.15%
对主营业务毛利的贡献率	1.51%	-1.07%	2.59%	1.46%	1.12%
毛利率	42.20%	-11.44%	53.63%	3.59%	50.05%
平均单价	10,928.95	75.61%	6,223.25	8.96%	5,711.44
平均成本	6,317.05	118.93%	2,885.42	1.14%	2,852.94
其中：直接材料占比	79.48%	3.97%	75.51%	8.81%	66.70%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
直接人工占比	7.81%	-0.58%	8.38%	-3.45%	11.83%
制造费用占比	11.38%	-2.80%	14.18%	-5.23%	19.41%
运输费用占比	1.33%	-0.60%	1.92%	-0.14%	2.06%

注：上表磁力过滤设备相关数据不包含配件数据。

报告期各期，公司贸易商模式下磁力过滤设备销售收入占磁力过滤设备销售收入的比例分别为 3.87%、3.54% 和 2.45%，占比较低。公司贸易商模式下磁力过滤设备销售对磁力过滤设备毛利的贡献率分别为 2.15%、2.22% 和 2.33%，对主营业务毛利的贡献率分别为 1.12%、2.59% 和 1.51%。公司贸易商模式下磁力过滤设备销售收入占主营业务收入比例和对主营业务毛利的贡献率均较低，对公司的收入规模和盈利情况不具有重大影响。

2、磁选棒

报告期各期，磁选棒销售及成本情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期主营业务收入比例	25.30%	-6.22%	31.51%	-3.68%	35.20%
对主营业务毛利的贡献率	24.06%	-4.65%	28.71%	-4.42%	33.13%
毛利率	33.97%	3.05%	30.92%	-3.19%	34.11%
平均单价	618.76	347.59%	138.24	75.31%	78.86
平均成本	408.58	327.84%	95.50	83.81%	51.95
其中：直接材料占比	82.00%	2.36%	79.64%	4.66%	74.98%
直接人工占比	8.29%	-0.82%	9.11%	-1.25%	10.35%
制造费用占比	8.62%	-1.05%	9.67%	-3.38%	13.05%
运输费用占比	1.10%	-0.49%	1.59%	-0.03%	1.62%

由上表可知，报告期各期，公司磁选棒销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 35.20%、31.51% 和 25.30%，对主营业务毛利的贡献率分别为 33.13%、28.71% 和 24.06%，销售占比和对主营业务毛利的贡献率逐年下降。销售收入金额逐年提高，但由于磁力过滤设备销售规模大幅增加，磁选棒销售占比有所下降。

报告期各期，公司磁选棒分直销模式和贸易商模式相关情况分析如下：

1) 直销模式

单位: 元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期磁选棒销售收入比例	85.98%	0.62%	85.36%	2.89%	82.47%
对磁选棒毛利的贡献率	82.94%	2.14%	80.80%	4.25%	76.56%
对主营业务毛利的贡献率	19.96%	-3.24%	23.20%	-2.17%	25.36%
毛利率	32.77%	3.50%	29.27%	-2.40%	31.67%
平均单价	610.47	399.62%	122.19	82.77%	66.85
平均成本	410.43	374.90%	86.42	89.19%	45.68
其中: 直接材料占比	82.09%	2.53%	79.57%	4.41%	75.15%
直接人工占比	8.33%	-0.76%	9.09%	-1.17%	10.26%
制造费用占比	8.48%	-1.28%	9.76%	-3.22%	12.98%
运输费用占比	1.10%	-0.48%	1.58%	-0.03%	1.61%

报告期各期, 公司直销模式下磁选棒销售收入占磁选棒销售收入的比例分别为 82.47%、85.36% 和 85.98%, 占比较高, 公司磁选棒基本通过直销模式销售。公司直销模式下磁选棒销售对磁选棒毛利的贡献率分别为 76.56%、80.80% 和 82.94%, 对主营业务毛利的贡献率分别为 25.36%、23.20% 和 19.96%。

报告期各期, 公司直销模式下磁选棒平均单价分别为 66.85 元/件、122.19 元/件和 610.47 元/件, 逐年提高, 变动幅度较大, 主要原因为: 1) 细分产品结构影响, 公司报告期各期小规格磁棒销售数量分别为 293,121.00 件、190,000.00 件和 0.00 件, 占当期公司直销模式下磁选棒销售数量比例分别为 87.65%、72.98% 和 0.00%, 2020 年度和 2021 年度, 公司直销模式下小规格磁棒平均单价分别为 25.29 元/件和 25.05 元/件, 销售数量比例逐年下降且平均单价较低, 导致报告期各期公司直销模式下磁选棒平均单价大幅上涨; 2) 报告期各期, 公司磁选棒主要材料钕铁硼磁钢的平均采购价分别为 192.87 元/kg、279.15 元/kg 和 380.65 元/kg, 平均采购价格大幅上涨, 为应对材料价格上涨带来的成本增长压力, 公司相应提高相关产品的销售价格。

报告期各期, 公司直销模式下磁选棒平均成本分别为 45.68 元/件、86.42 元/件和 410.43 元/件, 逐年提高, 变动幅度较大, 平均成本和平均单价变动趋势一

致，变动幅度基本一致，主要原因为：1) 细分产品结构影响，公司报告期各期小规格磁棒销售数量分别为 293,121.00 件、190,000.00 件和 0.00 件，占公司直销模式下磁选棒销售数量比例分别为 87.65%、72.98% 和 0.00%，2020 年度和 2021 年度，公司直销模式下小规格磁棒平均成本分别为 21.73 元/件和 23.04 元/件，销售数量比例逐年下降且平均成本较低，导致报告期各期公司直销模式下磁选棒平均成本大幅上涨；2) 报告期各期，公司磁选棒主要材料钕铁硼磁钢的平均采购价分别为 192.87 元/kg、279.15 元/kg 和 380.65 元/kg，平均采购价格大幅上涨，对应生产成本大幅提高。

报告期各期，公司直销模式下磁选棒直接材料、直接人工、制造费用和运输费用占比，总体保持稳定，主要是由于主要原材料钕铁硼磁钢采购价格大幅提高，导致直接材料占比提升，其他成本构成类别占比下降。

2) 贸易商模式

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期磁选棒销售收入比例	14.02%	-0.62%	14.64%	-2.89%	17.53%
对磁选棒毛利的贡献率	17.06%	-2.14%	19.20%	-4.25%	23.44%
对主营业务毛利的贡献率	4.10%	-1.41%	5.51%	-2.26%	7.77%
毛利率	41.33%	0.78%	40.56%	-5.07%	45.62%
平均单价	675.01	14.09%	591.63	16.59%	507.44
平均成本	396.01	12.60%	351.69	27.46%	275.92
其中：直接材料占比	81.34%	1.21%	80.13%	6.20%	73.93%
直接人工占比	7.97%	-1.25%	9.22%	-1.70%	10.92%
制造费用占比	9.60%	0.56%	9.04%	-4.46%	13.50%
运输费用占比	1.09%	-0.51%	1.61%	-0.04%	1.65%

报告期各期，公司贸易商模式下磁选棒销售收入占磁选棒销售收入的比例分别为 17.53%、14.64% 和 14.02%，占比较低。公司贸易商模式下磁选棒销售对磁选棒毛利率的贡献分别为 23.44%、19.20% 和 17.06%，对主营业务毛利的贡献率分别为 7.77%、5.51% 和 4.10%。

报告期各期，公司贸易商模式下磁选棒平均单价分别为 507.44 元/件、591.63

元/件和 675.01 元/件，逐年提高，变动幅度较大，主要系报告期公司磁选棒主要材料钕铁硼磁钢的平均采购价分别为 192.87 元/kg、279.15 元/kg 和 380.65 元/kg，平均采购价格大幅上涨，为应对材料价格上涨带来的成本增长压力，公司相应提高相关产品的销售价格。

报告期各期，公司贸易商模式下磁选棒平均成本分别为 275.92 元/件、351.69 元/件和 396.01 元/件，逐年提高，变动幅度较大，主要系报告期各期，公司磁选棒主要材料钕铁硼磁钢的平均采购价分别为 192.87 元/kg、279.15 元/kg 和 380.65 元/kg，平均采购价格大幅上涨，对应生产成本大幅提高。

报告期各期，公司贸易商模式下磁选棒直接材料、直接人工、制造费用和运输费用占比，总体保持稳定，主要是由于主要原材料钕铁硼磁钢采购价格大幅提高，导致直接材料占比提升，其他成本构成类别占比下降。

3、吸重产品

报告期各期，吸重产品销售及成本情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期主营业务收入比例	15.22%	-3.10%	18.32%	-5.18%	23.51%
对主营业务毛利的贡献率	9.72%	-0.97%	10.68%	-2.86%	13.54%
毛利率	22.79%	3.01%	19.78%	-1.09%	20.87%
平均单价	3.36	-23.15%	4.37	29.76%	3.37
平均成本	2.59	-26.03%	3.51	31.55%	2.66
其中：直接材料占比	90.16%	-1.12%	91.28%	3.02%	88.26%
直接人工占比	4.22%	0.55%	3.67%	-1.24%	4.90%
制造费用占比	5.01%	0.52%	4.49%	-1.66%	6.16%
运输费用占比	0.61%	0.05%	0.56%	-0.12%	0.68%

由上表可知，报告期各期，公司吸重产品销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 23.51%、18.32% 和 15.22%，对主营业务毛利的贡献率分别为 13.54%、10.68% 和 9.72%，销售占比和对主营业务毛利的贡献率逐年下降。销售收入金额逐年提高，但由于磁力过滤设备销售规模大幅增加，吸重产品销售占比有所下降。

报告期各期，公司吸重产品分直销模式和贸易商模式相关情况分析如下：

1) 直销模式

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期吸重产品销售收入比例	50.65%	14.94%	35.72%	2.57%	33.15%
对吸重产品毛利的贡献率	64.12%	9.98%	54.14%	9.22%	44.92%
对主营业务毛利的贡献率	6.23%	0.45%	5.78%	-0.30%	6.08%
毛利率	28.85%	-1.13%	29.99%	1.70%	28.29%
平均单价	2.24	-14.46%	2.62	64.46%	1.59
平均成本	1.59	-13.07%	1.83	60.56%	1.14
其中：直接材料占比	84.83%	1.99%	82.84%	5.58%	77.26%
直接人工占比	6.76%	-0.97%	7.73%	-1.52%	9.25%
制造费用占比	7.48%	-0.79%	8.28%	-4.02%	12.30%
运输费用占比	0.92%	-0.22%	1.15%	-0.04%	1.18%

报告期各期，公司直销模式下吸重产品销售收入占吸重产品销售收入的比例分别为 33.15%、35.72% 和 50.65%，占比逐年升高。公司直销模式下吸重产品销售对吸重产品毛利的贡献率分别为 44.92%、54.14% 和 64.12%，对主营业务毛利的贡献率分别为 6.08%、5.78% 和 6.23%，对主营业务毛利的贡献率总体较低。

报告期各期，公司直销模式下吸重产品平均单价分别为 1.59 元/件、2.62 元/件和 2.24 元/件，相较于其他产品，吸重产品平均价格较低，主要系单位产品体积和重量较小，生产工艺相对简单。平均单价变动幅度较大，主要系报告期材料采购价格和产品结构影响。

报告期各期，公司直销模式下吸重产品平均成本分别为 1.14 元/件、1.83 元/件和 1.59 元/件，相较于其他产品，吸重产品平均成本较低，主要系单位产品体积和重量较小，生产工艺相对简单。变动趋势和平均单价一致，变动幅度和平均单价基本一致，平均成本变动幅度较大，主要系报告期材料采购价格和产品结构影响。

报告期各期，公司直销模式下吸重产品直接材料、直接人工、制造费用和运输费用占比，总体保持稳定，主要是由于主要原材料钕铁硼磁钢采购价格大幅提

高，导致直接材料占比提升，其他成本构成类别占比下降。

2) 贸易商模式

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
销售收入占当期吸重产品销售收入比例	49.35%	-14.94%	64.28%	-2.57%	66.85%
对吸重产品毛利的贡献率	35.88%	-9.98%	45.86%	-9.22%	55.08%
对主营业务毛利的贡献率	3.49%	-1.41%	4.90%	-2.56%	7.46%
毛利率	16.57%	2.46%	14.11%	-3.09%	17.20%
平均单价	6.91	-0.79%	6.96	-7.76%	7.55
平均成本	5.76	-3.63%	5.98	-4.32%	6.25
其中：直接材料占比	94.82%	-0.28%	95.10%	2.12%	92.98%
直接人工占比	1.99%	0.16%	1.83%	-1.21%	3.04%
制造费用占比	2.85%	0.07%	2.78%	-0.74%	3.52%
运输费用占比	0.33%	0.04%	0.29%	-0.18%	0.47%

报告期各期，公司贸易商模式下吸重产品销售收入金额变动不大，占吸重产品销售收入的比例分别为 66.85%、64.28% 和 49.35%，占比逐年降低，主要系直销模式的收入规模增加。公司贸易商模式下吸重产品销售对吸重产品毛利的贡献率分别为 55.08%、45.86% 和 35.88%，对主营业务毛利的贡献率分别为 7.46%、4.90% 和 3.49%，对主营业务毛利的贡献率总体较低。

报告期各期，公司贸易商模式下吸重产品平均单价分别为 7.55 元/件、6.96 元/件和 6.91 元/件，略有下降，基本保持稳定。公司贸易商模式下吸重产品平均单价高于直销模式下吸重产品平均单价，主要原因为公司贸易商模式下吸重产品中使用钕铁硼磁钢作为主要材料的占比较高，直销模式下吸重产品中使用铁氧体磁钢作为主要材料的占比较高，由于第三代永磁材料钕铁硼磁钢磁性能和市场价格均高于第二代永磁材料铁氧体磁钢，所以公司贸易商模式下吸重产品平均价格高于直销模式下吸重产品平均价格。

报告期各期，公司贸易商模式下吸重产品平均成本分别为 6.25 元/件、5.98 元/件和 5.76 元/件，变动趋势和平均单价一致，变动幅度和平均单价基本一致。公司贸易商模式下吸重产品平均成本高于直销模式下吸重产品平均成本，主要原

因为公司贸易商模式下吸重产品中使用钕铁硼磁钢作为主要材料的占比较高，直销模式下吸重产品中使用铁氧体磁钢作为主要材料的占比较高，由于第三代永磁材料钕铁硼磁钢磁性能和市场价格均高于第二代永磁材料铁氧体磁钢，所以公司贸易商模式下吸重产品平均成本高于直销模式下吸重产品平均成本。

报告期各期，公司贸易商模式下吸重产品直接材料、直接人工、制造费用和运输费用占比，总体保持稳定，与直销模式占比存在较大差异，主要系公司贸易商模式下吸重产品销售中公司子公司宁波磁源外购产品直接对外销售的金额及占比较高，导致直接材料占比高，其他类别占比相对较低。

综上所述，报告期各期，公司各类产品在不同销售模式下销售单价、单位成本及其构成在报告期内变动符合实际经营情况，具有合理性。

二、结合产品及服务内容、业务模式、业务开发能力、客户类型、原材料价格传导机制、市场竞争情况、产品技术先进性、定价机制、市场、技术、渠道等方面的竞争优势与核心竞争力、期后销售单价及毛利率变动情况等，说明各类产品毛利率变动与市场同类产品公司是否存在差异，磁力过滤设备是否存在毛利率大幅下降风险及应对措施，请充分揭示风险并作重大事项提示

(一) 公司与可比公司在产品及服务内容、业务模式、业务开发能力、客户类型、原材料价格传导机制、定价机制、市场竞争情况等方面的情况分析

报告期各期，公司与同行业可比公司隆基电磁和华特磁电对比情况如下：

公司名称	服务内容	业务模式	业务开发能力	客户类型	原材料价格传导机制	定价机制	市场竞争情况
隆基电磁	工业磁力应用设备，包括磁选机、除铁设备、光伏设备、非铁分选设备等。	公司国内外业务以直销模式实现，不存在经销商模式。	公司通过邀请潜在客户来访、主动拜访、参加展会和行业年会、国外销售顾问等方式与新客户建立关系。公司销售人员和技术支持人员直接与客户及时接洽，挖掘潜在需求，为其提供全面技术解决方案。	黑色金属矿山、煤炭、电力、冶金、新能源等领域。	未披露。	未披露。	我国磁力应用较成熟的下游产业包括铁矿、煤炭、电力、钢铁冶金等。随着磁力应用技术的发展，磁力应用装备的应用领域正逐渐从上述传统行业拓展至有色金属、非金属、金属尾矿、节能环保和新能源等领域；同时，随着产品技术进步和国外铁矿等可开采品位的下降，国际市场已经开启，且前景广阔。因此，磁力应用装备行业未来面临广阔的发展空间。
华特磁电	工业磁力应用设备，包括低温超导磁力应用设备、磁力除铁器、磁选机和磁力搅拌器系列产品。	未披露。	公司建立了专业化的市场营销队伍和完善的销售网络获取市场需求信息，并通过参加公开招标（竞标）、议标、直接签订合同等方式获取订单，其中，竞标是主要方式。	煤炭、矿山、电力、建材、冶金、港口、环保、医疗等领域。	公司通过根据市场适时调整产品销售价格、优化产品工艺技术、不断推出新产品等手段，能够消化部分原材料价格波动对公司成本的影响。同时，与部分货源稳定的供应商建立长期合作关系，在一定程度上降低原材料的供应	未披露。	随着下游传统的铁矿、煤炭、建材行业逐渐淘汰落后产能，行业竞争环境不断优化，大型优质企业强强联合，将带动高端磁力应用装备需求增加，公司未来业绩仍然可期。

公司名称	服务内容	业务模式	业务开发能力	客户类型	原材料价格传导机制	定价机制	市场竞争情况
				价格。			
公司	磁力过滤设备，包括各类磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品。	公司销售为以直销模式为主，以贸易商模式为辅。	西磁科技成立于 2003 年，专精于精密除杂，深耕细作，凭借多年从事磁力应用设备制造行业积累的经验，主要研制高效的、磁场作用深度大、适用于电子材料、化工、食品和医药等行业精细分选铁杂质的磁力过滤设备。	电子材料、化工、食品、医药等领域。	在永磁材料、钢材等主要原材料价格上涨时，公司通过调整产品销售价格的方式来抵御原材料价格上涨带来的风险，包括： (1)通过框架协议约定价格调整机制，在主要原材料价格变化时，相应调整产品销售价格；(2)对于单次签订合同，公司根据预计原材料采购成本加合理利润确定销售价格。	公司定价机制采取“成本加成”为基础，综合考虑市场供求、“一单一议”的方式定价。	在传统的工业除铁领域，业内几个规模较大的企业充分竞争，而在精细化除铁领域，具备相应的生产研发能力的厂商较少、集中度低，大多数企业规模较小；就精细化除铁领域而言，下游厂商对供应商的筛选较为严格。

（二）公司市场、技术、渠道等方面的竞争优势与核心竞争力

1、市场优势

公司系国家级高新技术企业、国家科技型中小企业和宁波市“专精特新”中小企业，并建立了宁波市企业工程技术中心，公司在磁力过滤设备领域已深耕多年，在技术创新、产品创新、生产管理、质量控制等方面积累了丰富的经验。公司产品远销亚洲、欧洲、美洲等地区，并与中伟股份、宁德时代、华友钴业、百乐嘉利宝等知名企业建立了良好的合作关系。

公司从研发设计和应用场景等多角度对磁力过滤设备进行不断的创新优化，成功研发出了以高可靠性、高效率和自动化为核心竞争力的自动永磁除铁设备和电磁除铁设备。其中，公司创新研发的自动永磁除铁设备解决了现有普通手动永磁除铁设备需停机清理杂质、正压工况无法使用、原料损耗较大以及除铁效率较低等问题；公司研发的电磁除铁设备解决了现有电磁除铁设备因为线圈温度升高而磁场强度降低和原料浪费等问题。公司将充分利用其在自动永磁除铁设备产品上的技术先发优势，总结自动永磁除铁设备在电子材料行业的推广经验，将自动永磁除铁设备、电磁除铁设备等相关产品向化工、食品、医药等行业延伸拓展，进行增量市场开拓，同时把握存量设备更新迭代的市场机会。公司还将在加大国内营销推广的基础上，将国内市场优势和经验向海外市场扩展复制，加大自动永磁除铁设备和电磁除铁设备的海外推广力度。公司将继续在技术储备的基础上持续投入研发，以产品和技术的创新推动公司发展。

2、技术优势

公司自成立以来，即专注于磁力过滤设备和各种磁性应用组件的研发、设计、生产和销售，不断地以技术研发为突破点，提升产品质量，拓展产品应用领域，推进产品结构升级。

独立的技术研发能力和持续的研发投入是磁力过滤设备企业不断深入下游厂商供应体系、维持长久合作的重要保证。公司深耕精细除铁领域二十余年，始终致力于提升技术水平和产品性能，通过持续的自主研发投入和积累，根据对产品技术的不断改进、对客户特定需求的分析、对行业未来升级趋势的理解，公司不断完善从普通永磁除铁设备到自动永磁除铁设备、电磁除铁设备的产品迭代升

级，形成了多项核心技术和相关专利，并在电子材料行业实现了自动永磁除铁设备的产业化应用。目前公司技术人员具备较为丰富的行业实践经验，为公司持续的技术研发和产品设计提供有力保障。截至本问询函回复日，公司拥有 4 项发明专利、17 项实用新型专利和 1 项计算机软件著作权，具备较为突出的行业地位和研究开发、技术创新能力。

3、渠道优势

针对行业特点及产品特点，公司销售模式以直销为主，贸易商为辅。公司通过与客户直接接洽开展销售活动，客户广泛分布于电子材料、化工、食品和医药等行业。在客户获取方面，公司销售业务人员积极参加各种专业领域展会、行业论坛，通过互联网平台等渠道及时了解客户应用信息、竞争对手及公司产品市场评价等信息，积极挖掘潜在客户需求并进行主动销售。销售业务人员通过业务和技术交流积极推广公司产品、介绍服务优势，使客户了解公司产品的技术性能和应用特性，帮助客户正确选择满足其应用要求的磁力过滤设备。展会效应、网络营销以及大客户的口碑营销等已成为公司推介产品获取订单的主要方式。

经过多年多领域产品设计经验和生产经验积累，公司凭借先进的技术、优质的产品、高效的服务，积累了大批稳定、优质的客户资源，比如在电子材料领域有中伟股份、宁德时代和容百科技等电子材料龙头企业，在化工领域有中国巨石、华友钴业等知名企业，在食品领域有天味食品、金龙鱼、百乐嘉利宝等行业龙头，在医药领域有浙江医药、宏元药业等知名企业。

（三）公司各类产品期后销售单价及毛利率变动情况，说明各类产品毛利率变动与市场同类产品公司是否存在差异，是否存在毛利率大幅下降风险及应对措施

1、公司各类产品期后销售单价及毛利率变动情况，说明各类产品毛利率变动与市场同类产品公司是否存在差异

公司各类产品期后单位收入、毛利率变动情况如下：

单件：元/件

项目	2023 年 1-3 月			2022 年度		
	单位收入	毛利率	收入占比	单位收入	毛利率	收入占比
磁力过滤设备	5,412.27	40.80%	71.11%	971.99	39.70%	58.57%

项目	2023年1-3月			2022年度		
	单位收入	毛利率	收入占比	单位收入	毛利率	收入占比
磁选棒	402.32	36.00%	16.64%	618.76	33.97%	25.30%
吸重产品	3.81	26.72%	12.08%	3.36	22.79%	15.22%
其他产品	3.00	62.96%	0.17%	29.58	43.59%	0.91%
合计	-	38.34%	100.00%	-	35.71%	100.00%

注：2023年1-3月数据经审阅，未经审计，同行业可比公司未披露2023年1季度数据。

由上表可知，2022年度和2023年1-3月，公司磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品销售收入占当期主营业务收入的比例分别为99.09%和99.83%，公司销售收入及主营业务毛利主要来自这三类产品的销售。

2022年度至2023年1-3月，公司磁力过滤设备毛利率基本一致，单位收入大幅增加，主要原因为：2022年度配件数量较大，影响单位收入；剔除配件影响，2022年度和2023年1-3月单位收入分别为8,256.45元/件和12,567.45元/件；增长幅度较大，主要受产品结构影响。2022年度和2023年1-3月，公司电磁除铁器销售收入占当期磁力过滤设备销售收入的比例分别为4.08%和14.06%，2022年度和2023年1-3月电磁除铁器单位收入分别为26.71万元/件和31.79万元/件，电磁除铁器单位收入高于非电磁除铁器产品，且2023年1-3月电磁除铁器销售占比高，因此剔除配件影响后，2023年1-3月磁力过滤设备单位收入大幅提高。

同行业可比公司未披露2023年1季度相关数据，无法获取和比较同行业可比公司2023年1季度毛利率变动情况。

2、是否存在毛利率大幅下降风险及应对措施

公司从事磁力过滤设备制造行业多年，积累了大批优秀供应商资源和丰富的研发、设计、生产经验，形成了完善的生产线布局和全面精益的生产管理系统，组建了具有丰富制造经验的管理团队和适应市场的销售团队，最终形成了细分行业内具有较强综合实力优势。公司结合自身竞争优劣势及市场需求情况，制定了符合公司实际情况的竞争策略，包括提高资金使用效率，提高研发投入，持续提升公司技术实力，引进高端人才强化公司的技术研发优势，维护好存量客户，同时加大市场的开拓力度，不断开发新客户等。公司的具体应对措施如下：

（1）通过研发项目投入和生产基地的建设两个关键动作，公司将充分利用

其在自动永磁除铁设备产品上的技术先发优势，总结自动永磁除铁设备在电子材料行业的推广经验，将自动永磁除铁设备、电磁除铁设备等相关产品向化工、食品、医药等行业延伸拓展，进行增量市场开拓，同时把握存量设备更新迭代的市场机会。公司还将在加大国内营销推广的基础上，将国内市场优势和经验向海外市场扩展复制，加大自动永磁除铁设备和电磁除铁设备的海外推广力度。同时公司将继续在技术储备的基础上持续投入研发，以产品和技术的创新推动公司发展。

（2）加大研发投入力度，持续培养和引进高素质技术人才，同时加强与高校产学研合作，学习前沿技术，提升产品竞争优势，使公司保持高效的持续创新能力。

（3）继续改进产品各项工艺指标，进一步提高客户对公司产品的信任度，从而巩固存量客户资源，并可利用口碑效应吸引新客户，不断开拓行业市场。

（4）提升公司管理水平，降低管理成本，同时优化产品工艺流程，提升制造效率，降低制造成本，并在此基础上，提高资金利用效率，拓宽融资渠道，争取进入资本市场获取企业快速发展所需资金。

上述措施为公司的可持续发展奠定了良好的基础，有助于改善对经营毛利率造成影响的不利因素。针对公司毛利率存在的下滑风险，公司已在招股说明书“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（三）毛利率下降风险”中披露如下：

“报告期内，公司主营业务毛利率分别为 36.24%、33.94% 和 35.71%。公司 2022 年年末发出商品整体毛利率为 35.35%。由于公司产品为非标产品，且公司 2022 年年末发出商品前两大客户对产品结构设计、自动化功能的要求不同，产品配置差异较大，加上公司在价格上给予适当让利，存在对该两大客户的毛利率大幅低于期后发出商品整体毛利率的情形。随着宏观经济波动影响，近年来公司主要原材料价格波动较大，如果原材料价格上行，可能导致公司产品的毛利率下降；另外，如果公司开发新产品或拓展新的应用领域受阻、下游市场变化、国家产业政策调整以及汇率出现不利波动，也可能使得公司的产品售价、销售数量、原材料价格及人工成本等方面出现不利变化，从而使得公司存在毛利率下降的风险。”

三、列示报告期内主要运输业务提供商的名称及金额、收费标准，分析并披露报告期运输费变动是否与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配；说明发行人销售模式、运输费用承担方式在报告期内是否发生变化，是否符合行业惯例，运输费增长幅度低于收入增长幅度的原因及合理性

(一) 列示报告期内主要运输业务提供商的名称及金额

报告期各期，公司主营业务成本的运输费用中主要运输业务提供商情况如下：

单位：万元

序号	运输业务供应商名称	运费	占比
2022 年度			
1	顺丰速运及其关联公司	77.43	63.33%
2	宁波联博货运代理有限公司	18.43	15.07%
3	宁波友和道通三方供应链管理有限公司	4.64	3.79%
4	宁波市益如昌货运代理有限公司	3.81	3.11%
5	上海罗宾升国际货运有限公司宁波分公司	2.74	2.24%
合计		107.04	87.54%
2021 年度			
1	顺丰速运及其关联公司	51.40	41.41%
2	宁波联博货运代理有限公司	20.98	16.90%
3	宁波志成德邦物流有限公司	15.24	12.27%
4	中国外运股份有限公司	9.75	7.86%
5	宁波市镇海区澥浦毅磊汽车运输户	8.98	7.23%
合计		106.35	85.67%
2020 年度			
1	顺丰速运及其关联公司	39.44	49.33%
2	宁波志成德邦物流有限公司	9.07	11.34%
3	宁波市镇海区澥浦毅磊汽车运输户	8.74	10.93%
4	上海罗宾升国际货运有限公司宁波分公司	4.18	5.23%
5	中国外运股份有限公司	3.19	3.99%
合计		64.61	80.82%

注：顺丰速运及其关联公司系宁波顺丰速运有限公司和宁波顺和丰快运有限公司。

报告期各期，公司主营业务成本的运输费用中主要运输业务提供商提供运输服务金额分别为 64.61 万元、106.35 万元和 107.04 万元，占主营业务成本的运输

费用金额比例分别为 80.82%、85.67% 和 87.54%，公司运输业务提供商较为集中。

（二）报告期内主要运输业务提供商的收费标准

报告期期末，公司主要运输业务提供商的收费标准情况如下：

序号	公司名称	收费标准
1	顺丰速运及其关联公司	顺丰特快：轻抛系数 6,000.00，具体根据到货省份、目的城市、首重（1kg）单价、续重单价计算运输费用；顺丰标快：具体根据到货省份、目的城市、首重（1kg）单价、续重单价计算运输费用；顺丰卡航：具体根据到货省份、目的城市、首重（20kg）金额、20-60KG 续重单价，首重（60kg）金额，60kg 以上续重单价计算运输费用；相关优惠折扣政策详见下表。
2	宁波联博货运代理有限公司	整车运输：甲乙双方基于当前市场柴油平均价格确定货运代理费价格，以国家相关部门发布价格为准。在合同履行过程中，若油价涨幅，甲方有权提出对价格的修改。具体修改标准如下：当柴油价涨跌幅在±8% 以内时，维持价格不变，当柴油价涨跌幅超出±8% 时，甲方有权直接修改货运代理费价格。
3	宁波志成德邦物流有限公司	精准卡航：具体根据到货省份、计费首重、首重价格和续重价格计算运输费用金额。
4	宁波市镇海区澥浦毅磊汽车运输户	进仓运费：北仑霞浦大港（不含梅山，白峰，大榭，春晓）330 一车，进仓一整夜加收 200，梅山运费 650。
5	中国外运股份有限公司	根据具体到货国家或地区、物品重量计算运输费用金额（此价格不含燃油，不含疫情附加费，不含另外会产生的附加费）。紧急情形附加费：需根据通过官网了解最新公布价格，现行费用优惠 50.00%；超长货件附加费：对于每个单件包裹或托盘货，单件任一边的长度超过 120 公分收取的附加费用，现行费用优惠 50.00%；超重货件附加费：对于每个单件包裹或托盘货，实际重量或体积重量超过 70 公斤的附加费用，现行费用优惠 50.00%。
6	上海罗宾升国际货运有限公司宁波分公司	海运出口运杂费：仓库装箱费 80 元，操作费 200 元，报关费 120 元，VGM 费 100 元，文件费 200 元，AMS 费 230 元；空运出口运杂费：代理报关费 150 元，代理文件费 150 元，代理空运提单费 100 元，代理磁检费 600 元+20 元/箱（每箱超过 20kg，每 kg 加 1 元），代理启运港操作费 0.8 元/kg。
7	宁波友和道通三方供应链管理有限公司	进仓运费：北仑霞浦大港（不包含梅山，白峰，大榭，春晓）2 托内（包含 2 拖）250 元，续一拖 50 元，春节除外。
8	宁波市益如昌货运代理有限公司	1. 运输价格按照同行市场动态上下浮动价格执行，在双方同意后成交。运载货物时，乙方必须在甲方规定时间到达装货地点，未按规定时间到达的，甲方有权另找其他运输公司，乙方若多次不能按时派车运输甲方货物，甲方有权终止此合同。 2. 运输途中，如有变化（货物到达地点或卸货数量等），以甲方通知为凭，需增加或减少运费的，由甲、乙双方根据当时实际情况商量而定。 3. 运输途中的一切费用由乙方承担包含（罚款，事故，破损）等。

报告期各期，公司与顺丰速运及其关联公司给予公司优惠折扣政策如下：

开始时间	终止时间	优惠折扣政策
2020/1/1	2021/4/6	当月甲方宁波至大陆互寄使用顺丰标快、顺丰特惠产品折前总运费达到 10000 元（含）以上，给予 95 折优惠，当月甲方宁波至大陆互寄使用重货包裹、小票零担产品折前总运费达到 15000 元（含）以上，给予 9 折优惠。
2021/4/7	2021/11/30	当宁波市至中国大陆流向互寄顺丰特快、顺丰标快产品月度运费达 3,000 元（含）-10,000 元（不含）享折让 5% 优惠，月度运费达 10,000 元（含）-20,000 元（不含）享折让率 10% 优惠，月度运费达 20,000 元（含）以上享折让率 10% 优惠。当宁波市至中国大陆流向互寄快运标准达产品月度运费达 10,000 元（含）-30,000 元（不含）享折让率 10% 优惠。
2021/12/1	2022/11/30	当宁波市至中国大陆流向互寄顺丰特快、顺丰标快产品月度运费达 3,000 元（含）-10,000 元（不含）享折让 5% 优惠，月度运费达 10,000 元（含）-20,000 元（不含）享折让率 10% 优惠，月度运费达 20,000 元（含）以上享折让率 10% 优惠。当宁波市至中国大陆流向互寄快运标准达产品月度运费达 10,000 元（含）-30,000 元（不含）享折让率 10% 优惠，月度运费达 30,000 元（含）-60,000 元（不含）享折让率 17% 优惠，月度运费达 60,000 元（含）以上享折让率 22% 优惠。
2022/12/1	2023/11/30	本期间优惠折扣政策与 2021 年 12 月 1 日至 2022 年 11 月 30 日期间一致。

报告期各期，公司委托顺丰速运及其关联公司承运发生的月均运输费用（包括文件等快递费用）分别为 3.88 万元、5.41 万元和 7.86 万元，逐年上升，基于双方合作不断深入，顺丰速运及其关联公司给予公司的优惠折扣政策也不断加强。根据优惠折扣政策，2022 年年度公司基本享受折让率 22% 的优惠，2021 年度基本享受折让率 17% 的优惠，2020 年度基本享受 95 折或 9 折优惠，报告期公司委托顺丰速运及其关联公司承运的单位运输费用逐年下降。

（三）分析并披露报告期运输费变动是否与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配

1、公司运输费用变动与收入规模、销量、发货数量的匹配关系

2020 年度和 2021 年度，运输费用包含了期末发出商品的运输费用金额，2022 年度发出商品的运输费用金额列示在“存货-合同履约成本”科目，为提高数据可比性，主营业务成本-运输费用还原情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
运输费-还原前（a）	122.27	124.13	79.95
本期发出商品的运输费（b）	40.40	9.01	3.71

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
上期发出商品的运输费 (c)	9.01	3.71	0.78
运输费-还原后 (d)	131.28	118.83	77.02
运输费-发货 (e=b-c+d)	162.67	124.13	79.95

注：2022 年度期末的发出商品相关运费列示于“存货-合同履约成本”科目，无需还原计算，2022 年度运输费-还原后 (d=a+c)，2020 年度及 2021 年度运输费-还原后 (d=a-b+c)。

报告期各期，公司运输费用与收入规模、销量、发货数量的匹配关系如下：

单位：万元、吨、万元/吨

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
运输费-还原后	131.28	118.83	77.02
主营业务收入	16,765.16	11,825.61	7,702.18
运输费用占主营业务收入的比例	0.78%	1.00%	1.00%
销量	769.85	648.79	455.45
每吨销量运费	0.17	0.18	0.17
运输费用-发货	162.67	124.13	79.95
发货数量	931.70	667.76	469.06
每吨发货数量运费	0.17	0.19	0.17

注 1：运输费用-发货=运输费-还原后+本期发出商品的运输费-上期发出商品的运输费。

报告期各期，公司运输费-还原后金额分别为 77.02 万元、118.83 万元和 131.28 万元，呈整体上升趋势，与公司收入规模、销量、发货数量的变动趋势相匹配。

报告期各期，公司运输费用占主营业务收入的比例分别为 1.00%、1.00% 和 0.78%，2020 度和 2021 年度一致，2022 年度有所下降，主要原因有：1) 原材料上涨和产品结构升级，公司每吨收入金额从 2021 年度的 18.23 万元/吨上升到 2022 年度的 21.78 万元/吨，运输费用占比相对降低；2) 2022 年度公司华东地区和华南地区销售占比提高，欧洲地区销售占比下降的叠加影响，送货目的地距离总体缩短，使得运输费相应下降；3) 2022 年度大件发货、整车发货的情况逐渐增多，使得运输费占比下降，同时公司加强运输发货统筹规划，提高单批次货物装运数量，运输效率显著提高；4) 2022 年度，随着运输量增长以及与物流公司合作的深入，顺丰物流给予公司更大运费折扣优惠，使得 2022 年运输费用增长幅度减缓。

报告期各期，公司每吨销量运费分别为 0.17 万元/吨、0.18 万元/吨和 0.17 万元/吨，每吨发货数量运费分别为 0.17 万元/吨、0.19 万元/吨和 0.17 万元/吨，

每吨销量运费和每吨发货数量运费 2022 年度有所下降，主要原因为：1) 原材料上涨和产品结构升级，公司每吨收入金额从 2021 年度的 18.23 万元/吨上升到 2022 年度的 21.78 万元/吨，运输费用占比相对降低；2) 2022 年度公司华东地区和华南地区销售占比提高，欧洲地区销售占比下降的叠加影响，送货目的地距离总体缩短，使得运输费相应下降；3) 2022 年度大件发货、整车发货的情况逐渐增多，使得运输费占比下降，同时公司加强运输发货统筹规划，提高单批次货物装运数量，运输效率显著提高；4) 2022 年度，随着运输量增长以及与物流公司合作的深入，顺丰物流给予公司更大运费折扣优惠，使得 2022 年运输费用增长幅度减缓。

综上所述，公司运输费用与收入规模、销量、发货数量相匹配。

2、公司运输费用变动与销售区域的匹配关系

报告期各期，公司各销售区域销售收入及其占比如下：

单位：万元

销售区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	7,035.41	41.96%	4,231.04	35.78%	2,202.95	28.60%
华南地区	2,377.99	14.18%	1,317.40	11.14%	340.79	4.42%
华中地区	1,263.90	7.54%	880.14	7.44%	426.60	5.54%
西南地区	1,025.67	6.12%	1,023.55	8.66%	265.76	3.45%
境内其他地区	1,023.12	6.10%	486.01	4.11%	459.30	5.96%
境内地区小计	12,726.09	75.91%	7,938.15	67.13%	3,695.40	47.98%
欧洲地区	1,614.35	9.63%	2,234.00	18.89%	2,348.35	30.49%
美洲地区	1,537.72	9.17%	881.47	7.45%	670.50	8.71%
亚洲地区	779.19	4.65%	703.79	5.95%	880.97	11.44%
境外其他地区	107.80	0.64%	68.19	0.58%	106.97	1.39%
境外地区小计	4,039.07	24.09%	3,887.46	32.87%	4,006.78	52.02%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

由上表可知，报告期各期公司华东地区销售占比分别为 28.60%、35.78% 和 41.96%，华南地区销售占比分别为 4.42%、11.14% 和 14.18%，销售占比均逐年提高，但是幅度有所不同，2022 年度华东地区销售占比提高幅度明显高于华南地区提高幅度，公司地处华东，两者因素叠加，2022 年度运输费用变动幅度会

有所放缓，华中地区、西南地区和境内其他地区销售占比总体变动不大；欧洲地区销售占比分别为 30.49%、18.89% 和 9.63%，销售占比逐年下降，公司境外销售 CIF 模式下支付的运保费计入其他业务成本，不影响公司主营业务成本中运输费用分析，境外销售主营业务成本中运输费用系从公司运至码头的运输费用和相关出口杂费，销售占比下降，相应出口运杂费有所减少；美洲地区、亚洲地区和境外其他地区销售占比总体变动不大。

综上所述，报告期各期，公司运输费变动与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配。

（四）说明发行人销售模式、运输费用承担方式在报告期内是否发生变化，是否符合行业惯例

报告期内，发行人产品销售主要采用直销模式和贸易商模式，销售模式未发生变化，具体销售模式系发行人根据客户提出的要求并经双方谈判协商确定，符合行业惯例。报告期内，发行人运输费用的承担方式如下：1) 外销业务：公司主要境外客户以采用 FOB 的交货条款为主，由客户承担海运费；少量客户采取 CIF 交货方式，需要公司承担海运费，但公司产品报价时已包含该部分海运费。2) 内销业务：公司内销业务的运输费用由公司承担，主要是通过运输公司、快递公司进行配送。运输费用的承担方式未发生改变。公司同行业可比公司未充分披露运输费用的承担方式，公司运输费用的具体承担方式由公司与客户协商确定，符合行业惯例。

（五）运输费增长幅度低于收入增长幅度的原因及合理性

公司 2022 年运输费较 2021 年略有下降，主要系 2021 年运输费中包含了期末发出商品的运输费 9.01 万元，2022 年的发出商品相关运费列示于“存货-合同履约成本”科目，将 2021 年运输费用还原后情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
运输费-还原前 (a)	122.27	124.13	79.95
本期发出商品的运输费 (b)	40.40	9.01	3.71
上期发出商品的运输费 (c)	9.01	3.71	0.78
运输费-还原后 (d)	131.28	118.83	77.02

注: 2022 年度运输费-还原后 (d=a+c), 2020 年度及 2021 年度运输费-还原后 (d=a-b+c)

报告期各期, 公司运输费用增长幅度与主营业务收入增长幅度情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
运输费用	131.28	10.48%	118.83	54.28%	77.02
主营业务收入	16,765.16	41.77%	11,825.61	53.54%	7,702.18

由上表可知, 公司 2021 年度运输费用和主营业务收入增长幅度分别为 54.28% 和 53.54%, 增长幅度基本一致; 2022 年度运输费用和主营业务收入增长幅度分别为 10.48% 和 41.77%, 主营业务收入增长幅度高于运输费用增长幅度, 主要原因如下: 1) 原材料上涨和产品结构升级, 公司每吨收入金额从 2021 年度的 18.23 万元/吨上升到 2022 年度的 21.78 万元/吨, 运输费用占比相对降低; 2) 2022 年度公司华东地区和华南地区销售占比提高, 欧洲地区销售占比下降的叠加影响, 送货目的地距离总体缩短, 使得运输费相应下降; 3) 2022 年度大件发货、整车发货的情况逐渐增多, 使得运输费占比下降, 同时公司加强运输发货统筹规划, 提高单批次货物装运数量, 运输效率显著提高; 4) 2022 年度, 随着运输量增长以及与物流公司合作的深入, 顺丰物流给予公司更大运费折扣优惠, 使得 2022 年运输费用增长幅度减缓。

综上所述, 2022 年度公司运输费用增长幅度低于收入增长幅度, 符合公司实际生产经营情况, 具有合理性。

四、补充说明报告期各期各类产品前五大客户对应的销售收入和毛利率情况, 说明公司是否存在毛利率显著异常的订单或客户, 如有请说明异常的原因

报告期内, 公司主营业务收入主要来源于磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品, 报告期各期公司各类别产品前五大客户对应的销售收入和毛利率如下:

(一) 磁力过滤设备

单位: 万元

序号	客户名称	销售收入	
		2022 年度	
1	中伟新材料股份有限公司		688.67
2	浙江华友钴业股份有限公司		419.41
3	宁波容百新能源科技股份有限公司		418.48

序号	客户名称	销售收入
4	扬州迈尔机械科技有限公司	404.47
5	宁德时代新能源科技股份有限公司	385.38
	合计	2,316.42
2021 年度		
1	中伟新材料股份有限公司	603.42
2	浙江华友钴业股份有限公司	240.10
3	无锡理奇智能装备有限公司	201.10
4	琥崧科技集团股份有限公司	195.58
5	融捷投资控股集团有限公司	187.43
	合计	1,427.62
2020 年度		
1	MAGNETEC JAPAN LTD	150.60
2	中伟新材料股份有限公司	140.61
3	金能化学（青岛）有限公司	117.52
4	无棣金海湾锂业科技有限公司	84.34
5	扬州迈尔机械科技有限公司	82.79
	合计	575.86

注：报告期各期公司各类别产品前五大客户对应的毛利率已申请豁免披露，下同。

（二）磁选棒

单位：万元		
序号	客户名称	销售收入
2022 年度		
1	Bunting	638.68
2	青岛软控机电工程有限公司	403.32
3	深圳市赢合科技股份有限公司	231.34
4	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	215.44
5	中伟新材料股份有限公司	126.80
	合计	1,615.58
2021 年度		
1	Bunting	812.97
2	深圳市赢合科技股份有限公司	288.93
3	青岛软控机电工程有限公司	203.93
4	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	142.26
5	中国巨石股份有限公司	119.39
	合计	1,567.48
2020 年度		
1	Bunting	972.02
2	宁德时代新能源科技股份有限公司	136.68
3	MAGNETEC JAPAN LTD	134.17
4	青岛软控机电工程有限公司	86.43
5	SANGYO SUPPLY.CO.LTD	74.04
	合计	1,403.35

（三）吸重产品

单位：万元

序号	客户名称	销售收入
2022 年度		
1	Bunting	985.90
2	Trading house Antarn LLC	386.91
3	Polymagnet LLC	360.30
4	COOPER CAPRI SAS	155.52
5	大庆虹铭科技有限公司	111.36
合计		1,999.99
2021 年度		
1	Trading house Antarn LLC	680.51
2	Bunting	561.47
3	COOPER CAPRI SAS	224.54
4	Polymagnet LLC	216.21
5	KHP-Magnetexpert	134.96
合计		1,817.69
2020 年度		
1	Trading house Antarn LLC	502.23
2	Bunting	472.94
3	Polymagnet LLC	262.64
4	COOPER CAPRI SAS	192.21
5	KHP-Magnetexpert	87.99
合计		1,518.01

【申报会计师回复】

(一) 核查程序

申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、获取发行人报告期内销售收入明细表、成本明细表、销售合同、采购合同等，对各类产品销售单价、单位成本及其构成情况进行了复核，分析各类产品销售单价波动情况、毛利率变动情况及变动原因，以及上述因素的变动对各产品毛利率及综合毛利率的影响；
- 2、查询同行业可比上市公司公开的资料，比较同行业可比公司与发行人在产品及服务内容、业务模式、业务开发能力、客户类型及定价机制等方面的主要差异，分析发行人毛利率与可比公司存在差异的原因及毛利率波动的合理性；
- 3、访谈发行人销售负责人，了解行业竞争情况、发行人销售渠道、定价机制、产品类型、客户结构以及业务拓展情况；
- 4、复核分析发行人报告期内各产品内外销、不同销售模式、不同地区以及各期前五大客户的毛利率差异及变动情况，核查差异及变动的原因及其合理性；

- 5、访谈发行人管理层，了解行业竞争情况及发行人在市场、技术、渠道等方面的竞争优势与核心竞争力，了解期后销售单价及毛利率的变化情况，以及针对毛利率可能存在的下降风险发行人拟采取的应对措施；
- 6、复核分析发行人报告期内各期各类产品前五大客户对应的销售收入和毛利率情况，了解是否存在毛利率显著异常的订单或客户。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人报告期内各类产品销售单价、单位成本及其构成变动具有合理性；
- 2、报告期内，发行人各类产品毛利率变动与市场同类产品公司的差异原因真实、合理；针对发行人毛利率可能出现下滑的风险，发行人已制定针对性应对措施并在招股说明书中进行风险提示；发行人对毛利率下滑的风险已有应对措施；
- 3、报告期内，发行人运输费变动与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配；发行人销售模式、运输费用承担方式在报告期内未发生变化，符合行业惯例，发行人已经分析运输费增长幅度低于收入增长幅度的原因，运输费增长幅度低于收入增长幅度具有合理性；
- 4、报告期各期，发行人对各类产品前五大客户中毛利率差异情况主要与客户市场地位、客户采购规模、公司营销策略、生产成本管理等相关，均为开展正常业务合作所致。除上述情形外，不存在毛利率显著异常的订单或客户。

问题 7. 贸易商变动对经营的影响

根据申请材料，报告期各期，发行人贸易商销售模式收入分别为 2,056.54 万元、2,164.21 万元和 2,268.44 万元，占比分别为 26.70%、18.30% 和 13.53%，销售占比不断下降。

请发行人：(1)补充说明直销客户与贸易商的具体情况，包括但不限于地区及收入分布情况、客户数量变动情况、新增客户数量占比及收入占比，量化分析新增客户对发行人各期收入增长的贡献程度、与其他客户是否存在定价及折让差异等。(2)说明报告期各期贸易商地区及销售规模分布情况、数量及增减变动情况，各期新增贸易商的主要获客方式及收入占比，各期减少贸易商的主要退出原因及收入占比，各期新增、减少贸易商中是否存在前十大贸易商，若是，补充说

明具体名称、各期购销金额、相关产品、变动原因。(3)按合作年限分布说明各期贸易商对应的销售收入、收入占比、平均毛利率、期末应收账款金额及占比等,分析说明与贸易商交易的稳定性、持续性,是否符合行业惯例。(4)补充说明报告期各期贸易商专门销售发行人产品的家数、金额及占比,是否存在成立时间较短即成为发行人贸易商的情况,是否存在直销客户与贸易商终端客户重合的情形及合理性,说明各类客户和发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管和核心技术人员是否存在关联关系或其他利益安排。(5)说明贸易商客户与直销客户在销售单价、毛利率、信用政策、结算方式、退换货政策等方面是否存在明显差异,是否存在贸易商折扣让利政策及其变化情况。(6)结合贸易商的备货周期、期末库存及期后销售情况、终端客户构成情况,说明是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情形,是否实现了终端销售,终端客户同经销商地域是否匹配。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见,并说明针对报告期内贸易商最终销售实现情况是否进行核查以及核查方式、核查标准、核查比例、核查证据并发表明确意见。

【发行人回复】

一、补充说明直销客户与贸易商的具体情况,包括但不限于地区及收入分布情况、客户数量变动情况、新增客户数量占比及收入占比,量化分析新增客户对发行人各期收入增长的贡献程度、与其他客户是否存在定价及折让差异等

(一) 补充说明直销客户与贸易商的具体情况,包括但不限于地区及收入分布情况、客户数量变动情况、新增客户数量占比及收入占比

报告期内,发行人主营业务收入、客户数量均以直销客户为主,具体情况如下:

单位:万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	主营业务收入金额	占比	主营业务收入金额	占比	主营业务收入金额	占比
直销收入	14,496.72	86.47%	9,661.41	81.70%	5,645.64	73.30%
贸易商收入	2,268.44	13.53%	2,164.21	18.30%	2,056.54	26.70%
合计	16,765.16	100.00%	11,825.61	100.00%	7,702.18	100.00%

1、直销模式

(1) 各期客户数量、地区及收入分布情况

2020 年至 2022 年, 发行人直销模式下按地区划分的客户数量、收入情况如下:

单位: 家, 万元

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比
华东地区	377	6,710.71	46.29%	348	3,982.54	41.22%	309	2,049.01	36.29%
华南地区	93	2,237.25	15.43%	77	1,311.37	13.57%	60	337.65	5.98%
华北地区	52	663.35	4.58%	46	224.72	2.33%	47	316.93	5.61%
华中地区	59	1,228.50	8.47%	56	879.67	9.10%	38	426.41	7.55%
西南地区	55	1,008.24	6.95%	31	1,022.70	10.59%	28	265.45	4.70%
东北地区	16	141.71	0.98%	23	113.16	1.17%	17	33.33	0.59%
西北地区	16	170.84	1.18%	15	122.29	1.27%	9	71.62	1.27%
境内小计	668	12,160.61	83.89%	596	7,656.46	79.25%	508	3,500.40	62.00%
欧洲地区	12	368.57	2.54%	9	734.78	7.61%	9	1,028.04	18.21%
美洲地区	5	1,507.98	10.40%	5	817.74	8.46%	3	608.36	10.78%
亚洲地区	9	456.30	3.15%	9	447.08	4.63%	11	502.19	8.90%
其他地区	0	3.27	0.02%	1	5.34	0.06%	1	6.65	0.12%
境外小计	26	2,336.12	16.11%	24	2,004.94	20.75%	24	2,145.25	38.00%
合计	694	14,496.72	100.00%	620	9,661.41	100.00%	532	5,645.64	100.00%

注: 按集团公司口径进行统计, 对于集团存在多个区域的情况分开列示统计。

报告期内, 公司直销模式以境内销售为主, 境内销售占比从 2020 年度的 62.00% 增长至 2022 年度的 83.89%, 占比不断提高。

境内销售分地区销售结构看, 发行人直销客户收入主要集中于华东地区及华南地区, 2020 年至 2022 年上述两地区直销收入占各期直销收入的比重超过 40%。

境外销售分地区销售结构看, 发行人直销客户收入主要集中于欧洲地区及美洲地区, 2020 年至 2022 年上述两地区直销收入占各期直销收入的比重均超过 12%。

(2) 新增客户数量占比及收入占比

报告期内, 发行人新增直销客户数量、收入分层情况如下:

单位: 家, 万元

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比
50 万以上	12	1,022.15	50.78%	7	888.03	49.04%	4	331.21	36.47%
10-50 万	30	572.75	28.45%	26	609.64	33.67%	16	303.93	33.47%
5-10 万	31	215.83	10.72%	15	101.52	5.61%	9	58.78	6.47%
1-5 万	76	161.33	8.02%	70	170.73	9.43%	74	173.38	19.09%
1 万以下	93	40.80	2.03%	92	40.95	2.26%	94	40.84	4.50%
合计	242	2,012.87	100.00%	210	1,810.88	100.00%	197	908.13	100.00%

注: 新增客户指当期首次与发行人发生交易的客户。

从上表可知, 报告期内直销模式下发行人新增收入主要来自于销售金额在 10 万元以上的客户。

2、贸易商模式

(1) 各期客户数量、地区及收入分布情况

2020 年至 2022 年, 发行人贸易商模式下按地区划分的客户数量、收入情况如下:

单位: 家, 万元

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比
华东地区	48	324.70	14.31%	38	248.50	11.48%	41	153.94	7.49%
华南地区	13	140.75	6.20%	7	6.03	0.28%	6	3.14	0.15%
华北地区	6	3.80	0.17%	8	2.11	0.10%	6	5.81	0.28%
华中地区	12	35.39	1.56%	1	0.47	0.02%	2	0.19	0.01%
西南地区	9	17.43	0.77%	3	0.85	0.04%	3	0.31	0.01%
东北地区	3	0.53	0.02%	-	-	-	1	0.90	0.04%
西北地区	9	42.88	1.89%	5	23.73	1.10%	7	30.71	1.49%
境内小计	100	565.48	24.93%	62	281.68	13.02%	66	195.01	9.48%
欧洲地区	20	1,245.79	54.92%	17	1,499.22	69.27%	21	1,320.30	64.20%
美洲地区	3	29.75	1.31%	3	63.73	2.94%	4	62.13	3.02%
亚洲地区	17	322.88	14.23%	23	256.71	11.86%	19	378.78	18.42%
其他地区	5	104.53	4.61%	4	62.85	2.90%	5	100.32	4.88%
境外小计	45	1,702.95	75.07%	47	1,882.52	86.98%	49	1,861.53	90.52%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比
合计	145	2,268.44	100.00%	109	2,164.21	100.00%	115	2,056.54	100.00%

注：按集团公司口径进行统计，对于集团存在多个区域的情况分开列示统计。

公司贸易商模式以境外销售为主，报告期内境外贸易商收入占贸易商收入总额的比例分别为 90.52%、86.98% 和 75.07%。

境内销售分地区销售结构看，发行人贸易商客户收入主要集中于华东地区，2020 年至 2022 年华东地区贸易商收入占各期贸易商收入的比重均超过 7%。

境外销售分地区销售结构看，发行人贸易商客户收入主要集中于欧洲地区及亚洲地区，2020 年至 2022 年上述两地区贸易商收入占各期贸易商收入的比重均超过 69%。

（2）新增客户数量占比及收入占比

报告期内，发行人新增贸易商客户数量、收入分层情况如下：

单位：家，万元

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比	数量	主营业务收入	占比
50 万以上	2	129.09	48.46%	-	-	-	-	-	-
10-50 万	4	76.39	28.68%	1	29.95	44.32%	4	85.88	69.96%
5-10 万	3	19.05	7.15%	2	14.55	21.54%	2	13.24	10.79%
1-5 万	12	25.57	9.60%	7	18.10	26.79%	10	17.46	14.23%
1 万以下	45	16.28	6.11%	20	4.97	7.35%	26	6.16	5.02%
合计	66	266.38	100.00%	30	67.56	100.00%	42	122.75	100.00%

注：新增客户指当期首次与发行人发生交易的客户。

从上表可以看出，贸易商模式下，发行人新增收入主要来自于销售金额在 10 万元以上的客户。

（二）量化分析新增客户对发行人各期收入增长的贡献程度、与其他客户是否存在定价及折让差异等

1、新增客户对发行人各期收入增长的贡献程度

2020 年至 2022 年，发行人新增客户对发行人各期收入增长的贡献程度如下：

单位：万元

项目	2022年	2021年度	2020年度
首次合作客户新增销售收入	2,279.25	1,878.45	1,030.88
首次合作客户收入占主营业务收入的比重	13.60%	15.88%	13.38%
当期较上期新增客户销售收入合计	3,866.12	2,895.90	1,517.08
当期较上期新增客户收入占主营业务收入的比重	23.06%	24.49%	19.70%

注：当期较上期新增客户系指上一年度未产生收入、本期产生收入的客户情况。首次合作客户系指公司成立至今首次与发行人产生收入的情况。

报告期内，发行人各年度首次合作客户新增销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 13.38%、15.88% 和 13.60%，发行人当期较上期新增客户收入占主营业务收入的比例分别为 19.70%、24.49% 和 23.06%；报告期内公司主营业务收入主要来源于既有客户。

2、与其他客户是否存在定价及折让差异

2020 年至 2022 年，发行人首次合作客户、既有客户毛利率情况如下：

项目	2022年	2021年度	2020年度
首次合作客户毛利率	42.98%	37.40%	40.51%
既有客户毛利率	34.57%	33.29%	35.58%
主营业务毛利率	35.71%	33.94%	36.24%

如上表所示，2020 年至 2022 年，首次合作客户毛利率略高于既有客户毛利率。

公司下游客户涉及的行业领域较为广泛，应用场景及工况条件各不相同，对产品的品种规格、磁性能（磁力参数）、形状大小的要求也不尽相同，公司采用订单生产，量身定制的模式，公司产品销售定价时，主要考虑产品成本、市场供求情况、合作情况及销售策略等因素，经与交易对方按照市场化原则协商确定，具有每单一议的特点。具体如下：

（1）产品成本为公司定价的基准

由于公司产品为非同质化产品，不同客户对产品所需适配的磁性材料、零部件和电机控制系统等要求不同，使得产品所需成本有所不同。

（2）客户具体需求和市场供求情况是公司产品定价的重要参考

公司在产品成本的基础上充分结合客户具体需求和市场供求关系等确定设备销售的价格区间，以此作为产品定价的重要参考。

（3）公司综合运用不同销售策略

在上述因素基础上，公司会综合产品推广情况、客户采购规模及潜在市场机会等情况实施灵活定价。

在定价机制方面，新增客户与同类型的既有客户遵循相同政策，在定价和折让等方面不存在重大差异。

二、说明报告期各期贸易商地区及销售规模分布情况、数量及增减变动情况，各期新增贸易商的主要获客方式及收入占比，各期减少贸易商的主要退出原因及收入占比，各期新增、减少贸易商中是否存在前十大贸易商，若是，补充说明具体名称、各期购销金额、相关产品、变动原因

（一）说明报告期各期贸易商地区及销售规模分布情况、数量及增减变动情况

报告期各期贸易商地区及销售规模分布情况、数量等情况详见本回复之“问题 7/一/（一）补充说明直销客户与贸易商的具体情况，包括但不限于地区及收入分布情况、客户数量变动情况、新增客户数量占比及收入占比”。

报告期内，公司贸易商数量增减变动情况如下：

单位：家

项目	2022 年	2021 年度	2020 年度
期初贸易商数量	109	115	142
本期增加-首次合作客户	66	30	42
本期增加-当期较上期新增客户（不含当期首次合作客户）	17	21	17
本期减少	47	57	86
期末贸易商数量	145	109	115

（二）各期新增贸易商的主要获客方式及收入占比

报告期内，公司新增贸易商的收入占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元，%

客户类型	项目	2022 年	2021 年	2020 年
------	----	--------	--------	--------

		金额	占比	金额	占比	金额	占比
贸易商	既有客户	2,002.05	88.26%	2,096.64	96.88%	1,933.79	94.03%
	新增客户	266.38	11.74%	67.56	3.12%	122.75	5.97%

公司下游贸易商获取订单方式主要为：公司通过与客户直接接洽开展销售活动，客户广泛分布于电子材料、化工、食品和医药等行业。在客户获取方面，公司销售业务人员积极参加各种专业领域展会、行业论坛，通过互联网平台等渠道及时了解客户应用信息、竞争对手及公司产品市场评价等信息，积极挖掘潜在客户需求并进行主动销售。

销售业务人员通过业务和技术交流积极推广公司产品、介绍服务优势，使客户了解公司产品的技术性能和应用特性，帮助客户正确选择满足其应用要求的磁力过滤设备。展会效应、网络营销以及大客户的口碑营销等已成为公司推介产品获取订单的主要方式。公司设立市场部主要负责市场信息收集、前端市场开拓、市场营销策划与实施；业务部负责客户沟通、招投标、销售合同的签订与执行、回笼款项、售后维护等工作。

（三）各期减少贸易商的主要退出原因及收入占比

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
退出合作贸易商收入	143.63	163.47	408.85
占上一年主营业务收入比例	6.64%	7.95%	13.58%

报告期各期，退出合作贸易商上一年度销售金额分别为 408.85 万元、163.47 万元和 143.63 万元，分别占上一年主营业务收入的 13.58%、7.95% 和 6.64%。

报告期内，公司与贸易商不签订经销协议，贸易商通常在获取终端客户订单后向公司进行采购，因而贸易商退出主要是因为当年未获取终端客户订单所致。

鉴于公司产品下游终端用户较为分散，且分属于各个行业，公司充分利用贸易商广泛的销售渠道，高效地覆盖更多的市场，服务更多的客户，可有效解决客户群体分散，单个客户业务效率低等问题。贸易商退出合作并不对终端客户需求产生影响，退出贸易商贡献的收入会由新增贸易商进行补充，不会对公司主营业务收入产生重大不利影响。

(四) 各期新增、减少贸易商中是否存在前十大贸易商,若是,补充说明具体名称、各期购销金额、相关产品、变动原因

1、报告期内新增贸易商情况

报告期各期,新增贸易商中不存在前十大贸易商的情形。

2、报告期内减少贸易商情况

报告期内,减少贸易商中存在前十大贸易商情形,具体情况如下:

单位:万元

贸易商	销售金额	占主营业务收入比例	排名	销售产品
2021 年				
不存在 2022 年较 2021 年减少的贸易商是 2021 年前十大贸易商的情形。				
2020 年				
不存在 2021 年较 2020 年减少的贸易商是 2020 年前十大贸易商的情形。				
2019 年				
上海奚祺国际贸易有限公司	178.07	2.01%	5	吸力件

上海奚祺国际贸易有限公司是 2019 年度的第五大贸易商客户,2019 年的销售额为 178.07 万元,占当年主营业务收入的比例达 2.01%;2020 年起,该公司不再与西磁科技发生交易,主要系因为未获取终端客户订单所致。

三、按合作年限分布说明各期贸易商对应的销售收入、收入占比、平均毛利率、期末应收账款金额及占比等,分析说明与贸易商交易的稳定性、持续性,是否符合行业惯例

(一) 按合作年限分布说明各期贸易商对应的销售收入、收入占比、平均毛利率、期末应收账款金额及占比等

报告期内,公司对贸易商销售收入按合作年限分布情况如下:

单位:万元

合作年限	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	263.80	11.63%	67.56	3.12%	122.75	5.97%
1-3 年	66.66	2.94%	33.34	1.54%	188.19	9.15%
3-5 年	157.03	6.92%	200.95	9.29%	88.39	4.30%
5 年以上	1,780.94	78.51%	1,862.36	86.05%	1,657.22	80.58%

合计	2,268.44	100.00%	2,164.21	100.00%	2,056.54	100.00%
----	----------	---------	----------	---------	----------	---------

报告期内，公司贸易商平均毛利率按合作年限分布情况如下：

单位：万元

合作年限	2022 年度	2021 年度	2020 年度
1 年以内	38.47%	27.21%	38.10%
1-3 年	25.49%	47.20%	25.38%
3-5 年	19.21%	26.06%	40.15%
5 年以上	27.12%	24.07%	27.15%
合计	27.84%	24.71%	28.20%

报告期内，公司对贸易商应收账款余额按合作年限分布情况如下：

单位：万元

合作年限	2022 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	0.00	0.00%	0.00	0.00%	9.06	7.15%
1-3 年	0.00	0.00%	0.00	0.00%	8.50	6.70%
3-5 年	36.19	31.81%	63.76	40.27%	5.72	4.51%
5 年以上	77.55	68.19%	94.58	59.73%	103.53	81.64%
合计	113.74	100.00%	158.34	100.00%	126.81	100.00%

（二）与贸易商交易的稳定性、持续性

报告期内，公司对合作年限 3 年以上的贸易商销售金额分别占当期对贸易商销售总金额的 84.88%、95.34% 和 85.43%，贸易商变动具备合理性，符合行业一般惯例。

报告期各期末，公司对贸易商的应收账款金额分别为 126.81 万元、158.34 万元和 113.74 万元，占各期贸易商的比例整体较低，按客户合作年限分布情况与收入分布情况大体一致。

报告期内，毛利率情况按客户合作年限分布有所差异，主要是由于不同合作区间的客户购买产品结构不同所致。

综上，公司与贸易商的交易具有稳定性和持续性。

四、补充说明报告期各期贸易商专门销售发行人产品的家数、金额及占比，是否存在成立时间较短即成为发行人贸易商的情况，是否存在直销客户与贸易

商终端客户重合的情形及合理性，说明各类客户和发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管和核心技术人员是否存在关联关系或其他利益安排

（一）补充说明报告期各期贸易商专门销售发行人产品的家数、金额及占比，是否存在成立时间较短即成为发行人贸易商的情况，是否存在直销客户与贸易商终端客户重合的情形及合理性

1、补充说明报告期各期贸易商专门销售发行人产品的家数、金额及占比

报告期内，不存在专门销售发行人产品贸易商的情况。

2、是否存在成立时间较短即成为发行人贸易商的情况

报告期内，成立时间较短（贸易商设立当年或次年即首次合作）即成为公司客户的新增贸易商数量及销售情况如下：

单位：万元，家

年度	2022年		2021年		2020年	
	金额	数量	金额	数量	金额	数量
当年成立或成立时间较短新增贸易商	12.58	7	0.47	4	13.15	3
贸易商	2,268.44	145	2,164.21	109	2,056.54	114
占比	0.55%	4.83%	0.02%	3.67%	0.64%	2.63%

报告期内，公司存在部分贸易商成立时间较短（首次合作年度与成立年度相同或间隔一年）即成为公司客户的情况，占报告期各期贸易商数量比例分别为2.63%、3.67%和4.83%；公司对其销售金额占报告期各期贸易商收入比例分别为0.63%，0.02%和0.55%，此类新增贸易商对公司销售贡献较小，亦不存在利益输送的情况。

3、是否存在直销客户与贸易商终端客户重合的情形及合理性

在贸易商模式下，贸易商客户从公司处购买产品，销售给下游客户，而直销模式是由公司直接将产品销售给终端客户。因此，公司与贸易商客户存在竞争关系。经沟通，贸易商客户出于保护商业机密、保护客户资源的目的，拒绝提供下游客户名称、销售额等具体信息。因此无法确认公司的直销客户与贸易商客户的终端客户是否存在重合的情况。

公司向直销客户发函问询其报告期内是否存在从其他任何第三方（包括发行

人贸易商客户)购买西磁科技的产品的情况;截至本回复出具日,共获取了14家直销客户的确认函,均确认未从任何第三方购买西磁科技产品,该等直销客户收入金额占直销客户主营业务收入的比例分别为36.15%、32.40%和25.46%。考虑核查范围受限,发行人不排除存在直销客户与贸易商终端客户重合的情形。

(二)说明各类客户和发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管和核心技术人员是否存在关联关系或其他利益安排

根据获取的发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的《调查表》,对主要客户进行函证、访谈,并获取其出具的《无关联关系承诺函》,获取公司与主要客户的交易资料、细节测试、截止性测试等核查资料,并通过对发行人各类客户进行网络核查等方式,未发现各类客户和发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管和核心技术人员存在关联关系或其他利益安排的情况。

五、说明贸易商客户与直销客户在销售单价、毛利率、信用政策、结算方式、退换货政策等方面是否存在明显差异,是否存在贸易商折扣让利政策及其变化情况

(一)说明贸易商客户与直销客户在销售单价、毛利率、信用政策、结算方式、退换货政策等方面是否存在明显差异

1、贸易商客户与直销客户在销售单价、毛利率是否存在明显差异

本题回复请参见本回复之“问题6/一、说明各类产品在不同销售模式下销售单价、单位成本及其构成在报告期内变动的合理性,量化分析上述因素的变动对细分产品毛利率及综合毛利率的影响”之内容。

2、贸易商客户与直销客户在信用政策、结算方式、退换货政策是否存在明显差异

报告期内,发行人的主要贸易商客户与直销客户在信用政策、结算方式、退换货政策、折扣让利政策方面的总体情况对比如下表所示:

序号	客户名称	销售模式	信用政策	结算方式	退换货政策	折扣让利政策
1	Trading house Antarn LLC	贸易商	发货前 100%	电汇	根据具体情况协商。	未约定

序号	客户名称	销售模式	信用政策	结算方式	退换货政策	折扣让利政策
2	Polymagnet LLC	贸易商	发货前 100%	电汇	卖方负责更换根据条款被认定为不合格货物，由此发生的 ddp 清关等费用卖方负责。	未约定
3	COOPER CAPRI SAS	贸易商	货到后 1 个月付款	电汇	供应商还必须承担所有与罚款、运输、处理行动、工艺、返工操作、分类操作、更换零件、第三方检查、生产线停工等有关的费用。	未约定
4	KHP-Magnetex pert	贸易商	货到后 2 个月付款	电汇	根据具体情况协商。	未约定
5	G.MAGNETIC S INDUSTRIAL SYSTEMS	贸易商	发货前 100%	电汇	根据具体情况协商。	未约定
6	Bunting	直销	货到后 1 个月付款	电汇	根据具体情况协商。	未约定
7	中伟新材料股份有限公司	直销	30% 预付款 +50% 提货款 +10% 尾款	电汇、票据	质保期内出现质量问题，甲方无条件退货换货，若乙方不予退换货或两次换货都无法达到质量标准，甲方有权解除合同并支付合同总价 30% 违约金。	未约定
8	浙江华友钴业股份有限公司	直销	发票审核无误 1 个月内付款	电汇	质保期内出现质量问题，若逾期 30 天仍无法修复，甲方有权退货并解除合同，乙方应退还货款，并按合同货物总额的 30% 支付违约金。	未约定
9	青岛软控机电工程有限公司	直销	款到发货	电汇	质保期内出现质量问题，若逾期 30 天仍无法修复，甲方有权退货并解除合同，乙方应退还货款，并按合同货物总额的 20% 支付违约金。	未约定
10	宁波容百新能源科技股份有限公司	直销	30% 预收 +60% 发货 +10% 尾款	电汇、票据	保修期内，若乙方超过 30 天未履行维修义务，甲方有权要求换货或退货，乙方需在甲方提出换货日内向甲方交付新产品；甲方要求退货的，乙方应支付甲方合同价金额 20% 的赔偿金。	未约定

报告期内，公司贸易商客户与直销客户相比，在销售单价、毛利率方面差异性较小，退换货政策一致，在信用政策、结算方式方面存在差异，主要由于贸易商采购量较小且采购频次低所致。

（二）是否存在贸易商折扣让利政策及其变化情况

报告期内，公司向贸易商客户的销售行为不属于经销模式。公司与贸易商客户协议签署和直销客户无差异，不存在销售价格折扣优惠、返利和补贴政策等合作条款或约定。报告期内，公司亦不存在对贸易商提供折扣让利政策的情形。

六、结合贸易商的备货周期、期末库存及期后销售情况、终端客户构成情况，说明是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情形，是否实现了终端销售，终端客户同贸易商地域是否匹配

（一）结合贸易商的备货周期、期末库存及期后销售情况，说明是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情形，是否实现了终端销售

磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品系列产品的贸易商向公司采购相关产品不存在固定的备货周期，采购频率与生产商客户相比无显著差异及规律，主要原因如下：报告期内，磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品价格存在一定价格波动，为避免库存风险及资金占用，贸易商通常根据其下游终端用户的需求进行采购，同时叠加少部分对市场预判的储备性存货，但不会频繁发生向单一供应商的大规模提前采购的情况。

根据访谈，受境外销售海关及货运时间较久的影响，部分贸易商存在期末库存的情况，但均能实现期后销售。

公司与贸易商客户不签订框架协议或附带业绩指标合同，均为独立销售合同。公司严格按合同约定安排发货，在产品完成验收确认或完成报关后确认收入。公司不存在向贸易商压货、提前确认收入的情形，公司的贸易商客户能够及时实现最终销售。

（二）终端客户构成情况，终端客户同贸易商地域是否匹配

报告期内，通过对 8 家贸易商客户执行访谈程序或获取确认函的方式，确认其终端客户所在的领域为化工、石油、机械、泵业制造、选矿、汽车、食品、工程、手机、锂电等，除 2 家国内贸易商的终端客户在境外，与贸易商所在地域存在差异外，其余 6 家贸易商的终端客户同贸易商地域相匹配；报告期内，已取得贸易商终端客户构成情况的贸易商对应收入占公司对应期间贸易商收入比例分别为 52.81%、58.26% 和 56.84%。

【申报会计师回复】

（一）核查程序

申报会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 获取发行人报告期内销售明细表, 结合公开资料及访谈信息, 分析统计直销和贸易商的所在地区及收入分布情况、客户数量变动情况、新增客户数量占比及收入占比, 分析新增客户对发行人各期收入增长的贡献程度、是否与其他客户存在定价及折让差异;

(2) 检查并分析报告期各期贸易商地区及销售规模分布情况、数量及增减变动情况; 了解并分析各期新增贸易商的主要获客方式及收入占比; 检查并分析报告期内发行人减少贸易商情况及收入占比; 向发行人了解减少贸易商的主要退出原因; 检查并分析各期新增、减少贸易商中是否存在前十大贸易商情况; 检查新增或减少贸易商的具体名称、各期购销金额、相关产品并向发行人了解变动原因;

(3) 获取报告期内贸易商客户的合作年限; 分析报告期内按合作年限分布的各期贸易商对应的销售收入、收入占比、平均毛利率、期末应收账款金额及占比等; 分析与贸易商交易的稳定性、持续性; 分析是否符合行业惯例;

(4) 通过对发行人和主要贸易商进行访谈, 确认贸易商是否存在专门销售发行人产品的情形及具体情况; 通过查询公开信息和客户与发行人交易记录, 检查是否存在成立时间较短即成为发行人贸易商的情况; 通过向主要直销客户访谈确认直销客户与贸易商终端客户重合的情形, 并分析合理性; 通过公开信息查询、向主要客户访谈、向发行人实际控制人、董事、监事、高管和核心技术人员访谈并检查其银行流水, 确认各类客户和发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管和核心技术人员是否存在关联关系或其他利益安排;

(5) 访谈公司相关人员了解直销与贸易商销售合同中定价及毛利水平、信用政策、结算方式、退换货政策等方面的差异情况; 了解贸易商客户的折扣让利政策情况; 获取主要直销与贸易商客户合同; 检查直销与贸易商销售合同中关于定价、信用政策、结算方式、退换货政策等约定; 检查贸易商销售合同中折扣让利政策并了解变动情况;

(6) 访谈主要贸易商客户, 了解备货周期、期末库存及期后销售情况、终端客户构成情况、是否存在发行人向贸易商压货的情况、是否实现终端销售、终端客户同贸易商地域是否匹配; 检查主要贸易商客户销售合同、发货记录、签收

单或验收单，确认产品终端客户情况，是否存在提前确认收入情形。

(7) 对贸易商及最终销售的实现情况主要采取了以下核查方式，包括穿行测试核查凭证及贸易商访谈和获取确认函方式，具体核查程序如下：

序号	核查方式	核查手段
1	穿行测试	以贸易商销售收入为总体，检查主要贸易商的销售合同、发票、发货记录、验收单或报关提单，确认贸易商销售收入的真实性和准确性。
2	对贸易商访谈	考虑重要性、地区分布等因素，选取主要贸易商执行访谈程序或者获取确认函方式，了解报告期内对发行人产品的采购数量和具体型号，以及产品对外销售情况，并通过实地访谈和视频访谈方式确认采购产品是否存在压货、终端客户构成情况、是否实现终端销售等。

以上核查程序得出核查比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
穿行测试	金额	296.94	326.14
	核查比例（贸易商）	13.09%	15.07%
贸易商访谈或确认函	金额	1,198.06	1,260.92
	核查比例（贸易商）	52.81%	58.26%
核查金额合计	1,502.92	1,509.90	1,431.00
核查占贸易商收入比例	61.47%	64.08%	69.58%

(二) 核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期内直销客户主要集中在华东地区及华南地区，贸易商客户主要集中在欧洲地区和亚洲地区；报告期内，直销客户和贸易商客户数量基本呈增长趋势；直销和贸易商模式下，新增客户基本来自于销售金额在 10 万元以上的客户；报告期内，发行人新增客户对发行人各期收入增长的贡献度较低、与其他客户不存在定价及折让差异；

(2) 报告期内，公司的贸易商收入的来源主要来源于既有客户；报告期内各期，退出合作贸易商上一年度销售金额占上一年主营业务收入的比例分别为 13.58%、7.95% 和 6.64%，占比较低；报告期内各期，新增贸易商中不存在前十大贸易商的情形；报告期内，仅存在 2020 年较 2019 年减少的贸易商是 2019 年前十大贸易商的情况，占主营业务收入的比例为 2.01%；

(3) 报告期内, 5 年以上合作年限的贸易商收入占比分别为 80.58%、79.46% 和 79.31%; 合作年限较久的贸易商毛利率基本较低; 报告期各期末应收账款中, 应收贸易商款项金额较小, 且 1 年以内账龄的应收贸易商款项占比分别为 8.00%、0.59% 和 0.00%, 占比低; 报告期内, 公司对合作年限 3 年以上的贸易商销售额分别占当期对贸易商销售总金额的 84.60%、92.78% 和 86.23%, 公司与贸易商交易具有稳定性、持久性, 符合行业惯例;

(4) 发行人报告期各期直销客户、贸易商中不存在专门销售发行人产品情况; 报告期内, 成立时间较短即成为发行人贸易商的情况较少, 占当期贸易商收入的比例分别为 0.64%、0.02% 和 0.55%; 经过沟通调查, 贸易商客户出于保护商业机密、保护客户资源的目的, 拒绝提供下游客户名称、销售额等具体信息。因此无法确认公司的直销客户与贸易商客户的终端客户是否存在重合的情况; 报告期内, 通过获取直销客户确认函的方式, 确认未从其他任何第三方(包括发行人贸易商客户)购买西磁科技的产品的情况; 共获取了 14 家直销客户的确认函, 其中确认未与贸易商终端客户重合的直销客户家数为 14 家, 未与贸易商终端客户重合的直销客户收入金额占直销客户收入总金额的比例分别为 36.15%、32.40% 和 25.46%; 发行人各类客户和发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管和核心技术人员不存在关联关系或其他利益安排;

(5) 报告期内, 发行人直销客户与贸易商客户在销售单价、毛利率、信用政策、结算方式、退换货政策等方面不存在明显差异; 对贸易商不存在折扣让利政策;

(6) 报告期内, 发行人不存在向贸易商压货、提前确认收入的情形, 产品均实现了终端销售, 终端客户同贸易商地域较匹配; 发行人贸易商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制、销售存货信息系统等方面内控健全并有效执行; 发行人各类销售模式下, 发行人与客户之间销售均为买断式销售, 不存在未完成销售任务或撤销时剩余产品的风险承担的约定, 收入确认情况与相关合同约定风险和报酬转移条件和行业惯例相符。

(7) 发行人贸易商客户的最终销售具有真实性。

问题 8.永磁材料价格大幅升高对生产经营的风险

根据申报材料，发行人主要原材料为永磁材料、钢材和零部件，合计占原材料的比例为 94.67%、96.37% 和 96.39%，其中永磁材料价格在报告期内持续大幅升高，报告期内存货中原材料账面余额不断增长，2022 年末存在发出商品 2,465.82 万元、合同履约成本 40.40 万元。

(1) 供应商的具体情况。请发行人：①按主要原材料分类披露前五大供应商基本情况、合作历史、定价结算方式，并说明各主要供应商采购金额、次序变动的原因和合理性，同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异，补充说明发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比情况，是否存在专门向发行人进行销售的供应商，是否存在经销商性质的供应商及向其进行采购的原因，是否存在成立时间较短即成为发行人供应商的情形。②结合具体产品的生产过程说明各类原材料在产品生产过程中的作用，量化分析主要原材料的采购量、耗用量、结转量与发行人产量、销量、存货之间的配比关系，说明永磁材料大幅涨价的情形下采购占比逐年下降的原因及合理性。③说明发行人实际控制人持有供应商股权的原因及合理性，相关股权的转让是否真实有效，股权转让前后同种原材料采购价格是否差异，并说明供应商及其关联方与发行人及其关联方是否存在关联关系、利益输送或其他利益安排，结合与主要供应商之间的资金往来情况、交易情况等，说明是否存在资金体外循环、利益输送的情形。

(2) 原材料价格大幅上升的风险。请发行人：①结合原材料价格的走势、采购批次、采购协议等说明报告期内采购各类原材料的价格变动趋势是否与市场变动趋势一致，采用镨钕合金市场价格、市场钢材综合价格指数能否真实反映市场价格的变动趋势，并说明报告期后各类原材料采购价格的变化趋势。②结合行业发展情况、采购价格变化对生产经营的影响，量化分析永磁材料、钢材等产品价格上涨对生产成本的影响，分析公司是否存在原材料价格持续大幅上升的风险，在原材料价格上涨的情形下能否向下游客户传导，并进一步披露是否存在应对原材料价格大幅上涨的相关措施，是否存在不能获取原材料的风险，并进行相关风险提示。

(3) 报告期末原材料、发出商品金额大幅提高的原因。请发行人：①结合报告期各期销售情况、销售模式变化、市场需求及价格变动等，分析说明各类存货金额变化的原因。②补充说明报告期各期发出商品具体情况，包括不限于产品名称、产品账面价值、产品存放地点、产品存放仓库所有权方、期后实现销售金额及占比，说明对发出商品相关的内控措施，发出商品后至确认收入前发行人如何

对商品保持持续控制权，若在此期间出现毁损等情况，是否由发行人承担全部损失。③结合产成品生产周期、客户采购周期、下游应用领域等，说明存货中订单产品与非订单产品的具体情况，结合备货策略说明各期末存货是否与当期末在手订单相匹配，并结合期后销售情况说明各期末备货水平的合理性，说明存货占资产总额比例以及存货周转率变动是否与业务发展相匹配。

(4)合同履约成本的具体情况。请发行人：①结合《企业会计准则第 14 号——收入》中关于合同履约成本确认为资产的条件，逐条说明公司合同履约成本是否符合资产确认条件、会计处理是否规范、金额归集是否准确。②补充说明各期合同履约成本对应的主要项目情况，包括项目预算、签订时间、开工时间、已发生成本、完工进度等，并说明是否存在延迟结转存货成本的情形。③补充说明合同履约成本的成本构成情况，说明成本中项目人员工时费、项目奖金、各类其他费用的具体归集方法，各期成本、费用的归集和确认是否准确，与各项目实际支出是否匹配，对应内控措施是否完整有效。

(5)存货盘点及跌价准备计提的充分性。请发行人：①说明报告期各期末对各存货项目尤其是发出商品进行盘点的情况，包括盘点范围、盘点方法、地点、品种、金额、比例等，说明执行盘点的部门与人员、是否存在账实差异及处理结果。②说明报告期内发行人产品是否存在退换货、质量纠纷等情况，如是，说明具体情况及解决措施。③补充说明报告期各期原材料、在产品、库存商品、发出商品的库龄情况，是否有具体订单对应，结合在手订单、库龄 1 年以上存货的具体情况、期后存货结转和使用情况。④分析说明报告期各期末各类别存货跌价准备的具体测算过程，包括但不限于可变现净值的确认依据、相应减值测算过程，对库龄 1 年以上存货计提跌价准备的情况，说明计提存货跌价准备是否充分。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明对发行人原材料、库存商品、发出商品执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，说明存货监盘的情况(包括但不限于监盘时间、监盘地点、监盘人员及结果)并发表明确意见。

【发行人回复】

一、供应商的具体情况。请发行人：①按主要原材料分类披露前五大供应商基本情况、合作历史、定价结算方式，并说明各主要供应商采购金额、次序变动的原因和合理性，同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异，补充说明发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比情况，是否存在专

门向发行人进行销售的供应商，是否存在经销商性质的供应商及向其进行采购的原因，是否存在成立时间较短即成为发行人供应商的情形。②结合具体产品的生产过程说明各类原材料在产品生产过程中的作用，量化分析主要原材料的采购量、耗用量、结转量与发行人产量、销量、存货之间的配比关系，说明永磁材料大幅涨价的情形下采购占比逐年下降的原因及合理性。③说明发行人实际控制人持有供应商股权的原因及合理性，相关股权的转让是否真实有效，股权转出前后同种原材料采购价格是否差异，并说明供应商及其关联方与发行人及其关联方是否存在关联关系、利益输送或其他利益安排，结合与主要供应商之间的资金往来情况、交易情况等，说明是否存在资金体外循环、利益输送的情形

（一）按主要原材料分类披露前五大供应商基本情况、合作历史、定价结算方式，并说明各主要供应商采购金额、次序变动的原因和合理性，同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异，补充说明发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比情况，是否存在专门向发行人进行销售的供应商，是否存在经销商性质的供应商及向其进行采购的原因，是否存在成立时间较短即成为发行人供应商的情形

1、主要原材料前五大供应商基本情况、合作历史、定价结算方式

公司已在招股说明书“第五节业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（二）采购情况和主要供应商”之“5、报告期内主要供应商采购情况”中补充披露如下：

“5、报告期内主要供应商采购情况

报告期内，公司主要原材料包括永磁材料、钢材和零部件等，其前五大供应商基本情况、合作历史和定价结算方式如下：

（1）永磁材料

单位：万元

期间	序号	名称	成立时间	注册资本	合作起始	定价方式	结算方式	采购金额	占比
2022年	1	宁波招宝磁业有限公司	2000.03	719.25	2006.12	询比价	3个月结	1,802.38	16.81%
	2	宁波科田磁业股份有限公司	2001.02	16,458.00	2006.12	询比价	3个月结	1,285.96	11.99%
	3	杭州永磁集团有限公司	1996.11	4,000.00	2018.04	询比价	3个月结	1,111.15	10.36%

期间	序号	名称	成立时间	注册资本	合作起始	定价方式	结算方式	采购金额	占比
	4	成都博峰磁材有限公司	2005.06	500.00	2011.08	询比价	3个月结	558.73	5.21%
	5	余姚市科立磁性材料有限公司	2007.07	180.00	2017.06	询比价	3个月结	323.94	3.02%
	小计							5,082.17	47.39%
2021年	1	宁波招宝磁业有限公司	2000.03	719.25	2006.12	询比价	3个月结	1,559.64	20.66%
	2	宁波科田磁业股份有限公司	2001.02	16,458.00	2006.12	询比价	3个月结	955.00	12.65%
	3	成都博峰磁材有限公司	2005.06	500.00	2011.08	询比价	3个月结	781.61	10.35%
	4	宁波同创强磁材料有限公司	2004.06	2,500.00	2010.03	询比价	3个月结	512.01	6.78%
	5	杭州永磁集团有限公司	1996.11	4,000.00	2018.04	询比价	3个月结	377.20	5.00%
	小计							4,185.46	55.43%
2020年	1	宁波招宝磁业有限公司	2000.03	719.25	2006.12	询比价	3个月结	691.73	17.33%
	2	成都博峰磁材有限公司	2005.06	500.00	2011.08	询比价	3个月结	646.52	16.20%
	3	宁波科田磁业股份有限公司	2001.02	16,458.00	2006.12	询比价	3个月结	345.34	8.65%
	4	浙江凯文控股集团有限公司	2005.11	6,008.00	2006.12	询比价	3个月结	281.47	7.05%
	5	宁波恒盛磁业有限公司	2013.01	2,000.00	2017.01	询比价	3个月结	210.99	5.29%
	小计							2,176.06	54.51%

注：以上数据对同一控制下的供应商进行了合并计算。

(2) 钢材

单位：万元

期间	序号	名称	成立时间	注册资本	合作起始	定价方式	结算方式	采购金额	占比
2022年	1	宁波市金泓钣金制造有限公司	2010.08	100.00	2014.04	协商	月结	864.97	8.07%
	2	淄博铭熙磁铁制造有限公司	2012.03	1,000.00	2021.10	协商	票到付款	203.10	1.89%
	3	上海焱洪金属制品有限公司	2021.12	500.00	2022.02	协商	票到付款	201.27	1.88%
	4	宁波市北仑祺升管路设备有限公司	2000.12	50.00	2019.07	协商	月结	194.70	1.82%
	5	宁波市荣浩不锈钢有限公司	2016.06	300.00	2016.09	协商	月结	185.95	1.73%
	小计							1,649.99	15.39%
2021年	1	宁波市金泓钣金制造有限公司	2010.08	100.00	2014.04	协商	月结	606.4	8.03%
	2	常州市飞达精密钢管有限公司	1998.02	51.00	2015.09	协商	月结	138.2	1.83%
	3	上海巴蓝金属制品有限公司	2015.11	4,000.00	2017.09	协商	票到付款	133.18	1.76%
	4	宁波市北仑祺升管路设备有限公司	2000.12	50.00	2019.07	协商	月结	126.16	1.67%
	5	宁波市荣浩不锈钢有限公司	2016.06	300.00	2016.09	协商	月结	112.41	1.49%
	小计							1,116.35	14.78%
2020	1	宁波市金泓钣金制造有限公司	2010.08	100.00	2014.04	协商	月结	256.72	6.43%

期间	序号	名称	成立时间	注册资本	合作起始	定价方式	结算方式	采购金额	占比
年	2	常州市飞达精密钢管有限公司	1998.02	51.00	2015.09	协商	月结	91.63	2.30%
	3	宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂	2014.03	10.00	2014.03	协商	月结	52.5	1.32%
	4	上海巴蓝金属制品有限公司	2015.11	4,000.00	2017.09	协商	票到付款	52.13	1.31%
	5	宁波市荣浩不锈钢有限公司	2016.06	300.00	2016.09	协商	月结	48.47	1.21%
	小计							501.45	12.56%

注：以上数据对同一控制下的供应商进行了合并计算。

(3) 零部件

单位：万元

期间	序号	名称	成立时间	注册资本	合作起始	定价方式	结算方式	采购金额	占比
2022年	1	杭州钱江电气集团股份有限公司	1998.12	30,080.00	2020.1	协商	票到付款	287.96	2.69%
	2	浙江博新机电科技有限公司	2013.01	1,200.00	2021.05	协商	月结	130.99	1.22%
	3	亚德客（中国）有限公司	2011.05	24,059.27	2017.04	协商	票到付款	127.15	1.19%
	4	温州市福特阀门管件有限公司	2012.07	1,000.00	2016.04	协商	月结	123.88	1.16%
	5	宁波市鄞州源昌金属制品经营部	2002.02	15.00	2014.11	协商	月结	120.79	1.13%
	小计							790.77	7.37%
2021年	1	宁波市海曙集士港广威五金厂	2014.11	-	2017.07	协商	月结	139.91	1.85%
	2	温州市福特阀门管件有限公司	2012.07	1,000.00	2016.04	协商	月结	119.82	1.59%
	3	宁波市鄞州源昌金属制品经营部	2002.02	15.00	2014.11	协商	月结	93.2	1.23%
	4	宁波市鄞州澄达冲件厂	2021.02	20.00	2021.03	协商	月结	67.01	0.89%
	5	宁波市金泓钣金制造有限公司	2010.08	100.00	2014.04	协商	票到付款	51.5	0.68%
	小计							471.43	6.24%
2020年	1	宁波市海曙集士港广威五金厂	2014.11	-	2017.07	协商	月结	158.45	3.97%
	2	温州市福特阀门管件有限公司	2012.07	1,000.00	2016.04	协商	月结	42.68	1.07%
	3	宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂	2014.03	10.00	2014.03	协商	月结	36.78	0.92%
	4	宁波市鄞州源昌金属制品经营部	2002.02	15.00	2014.11	协商	月结	31.48	0.79%
	5	宁波市金泓钣金制造有限公司	2010.08	100.00	2014.04	协商	票到付款	21.84	0.55%
	小计							291.24	7.30%

注1：以上数据对同一控制下的供应商进行了合并计算；

注2：2021年2月，宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂业务由宁波市鄞州澄达冲件厂承继，上述两家公司实控人为父子关系。

报告期内，公司与上述各类原材料主要供应商均通过询比价或协商方式市场化定价。”

2、各主要供应商采购金额、次序变动的原因和合理性

(1) 永磁材料前五大供应商的采购金额、次序变动情况如下：

单位：万元

供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	排名	金额	排名	金额	排名
宁波招宝磁业有限公司	1,802.38	1	1,559.64	1	691.73	1
宁波科田磁业股份有限公司	1,285.96	2	955.00	2	345.34	3
杭州永磁集团有限公司	1,111.15	3	377.20	5	78.37	-
成都博峰磁材有限公司	558.73	4	781.61	3	646.52	2
余姚市科立磁性材料有限公司	323.94	5	46.48	-	8.22	-
宁波同创强磁材料有限公司	286.07	-	512.01	4	58.79	-
浙江凯文控股集团有限公司	196.80	-	175.91	-	281.47	4
宁波恒盛磁业有限公司	69.07	-	124.32	-	210.99	5

注：有交易金额但排名为“-”的是采购金额排序未进前五大的供应商。

报告期内，公司永磁材料基本通过询比价方式采购，供应商变动主要受各供应商中标情况影响。2022 年度余姚市科立磁性材料有限公司进入公司永磁材料前五大供应商，系 2020 年至 2021 年度该供应商已为公司小规模供货，该供应商产品性能好报价低，2022 年中标次数较多采购规模不断提高。2022 年度宁波同创强磁材料有限公司和浙江凯文控股集团有限公司虽未进入公司永磁材料前五大供应商，但一直保持稳定供货量。宁波恒盛磁业有限公司系永磁材料报价较高，2021 年度和 2022 年度中标次数较少导致采购量规模下降。

(2) 钢材前五大供应商的采购金额、次序变动情况如下：

单位：万元

供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	排名	金额	排名	金额	排名
宁波市金泓钣金制造有限公司	864.97	1	606.4	1	256.72	1
淄博铭熙磁铁制造有限公司	203.10	2	7.08	-	-	-
上海焱洪金属制品有限公司	201.27	3	-	-	-	-
宁波市北仑祺升管路设备有限公司	194.7	4	126.16	4	39.57	-
宁波市荣浩不锈钢有限公司	185.95	5	112.41	5	48.47	5
常州市飞达精密钢管有限公司	150.2	-	138.2	2	91.63	2
上海巴蓝金属制品有限公司	55.04	-	133.18	3	52.13	4

宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂	-	-	21.61	-	52.5	3
----------------	---	---	-------	---	------	---

注：有交易金额但排名为“-”的是采购金额排序未进前五大的供应商。

2022 年度，淄博铭熙磁铁制造有限公司和上海焱洪金属制品有限公司进入公司钢材前五大供应商，公司向淄博铭熙磁铁制造有限公司采购电磁除铁设备框体，因 2022 年度公司电磁除铁设备产品开始量产，公司对其采购规模大幅增长；公司向上海焱洪金属制品有限公司采购法兰材料（钢材），因 2022 年上半年社会环境因素变化，原供应商上海巴蓝金属制品有限公司无法正常发货，公司改由上海焱洪金属制品有限公司温州生产基地供货。公司 2020 年度和 2021 年度向宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂采购钢材和零部件，2021 年度该供应商由宁波市鄞州澄达冲件厂承继。

（3）零部件前五大供应商的采购金额、次序变动情况如下：

单位：万元

供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	排名	金额	排名	金额	排名
杭州钱江电气集团股份有限公司	287.96	1	20.53	-	5.13	-
浙江博新机电科技有限公司	130.99	2	48.62	-	-	-
亚德客（中国）有限公司	127.15	3	35.46	-	21.17	-
温州市福特阀门管件有限公司	123.88	4	119.82	2	42.68	2
宁波市鄞州源昌金属制品经营部	120.79	5	93.2	3	31.48	4
宁波市海曙集士港广威五金厂	97.02	-	139.91	1	158.45	1
宁波市金泓钣金制造有限公司	84.04	-	51.5	5	21.84	5
宁波市鄞州澄达冲件厂	76.26	-	67.01	4	-	-
宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂	-	-	25.55	-	36.78	3

注：有交易金额但排名为“-”的是采购金额排序未进前五大的供应商。

2022 年度，杭州钱江电气集团股份有限公司、浙江博新机电科技有限公司和亚德客（中国）有限公司进入公司零部件前五大供应商，公司向杭州钱江电气集团股份有限公司采购电磁除铁设备线圈，因 2022 年度公司电磁除铁设备产品开始量产，公司对其采购规模大幅增长；公司向浙江博新机电科技有限公司和亚德客（中国）有限公司采购自动永磁除铁设备相关零部件，因 2021 年度公司自动永磁除铁设备开始量产，公司对上述两家供应商采购规模不断提高。

报告期内，公司向宁波市金泓钣金制造有限公司和宁波市鄞州塘溪豪达五金

冲件厂采购钢材和零部件。2021 年起宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂由宁波市鄞州澄达冲件厂承继。

3、同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异

报告期内，发行人原材料种类、型号、规格众多，不同型号、规格原材料价格差异较大，不存在直接可比性。以下选择主要原材料中采购金额较高、且存在多家供应商同时供货的大类产品进行供应商采购均价比对，具体情况如下：

(1) 报告期内永磁材料采购均价

单位：元/kg

原材料名称	主要供应商名称	2022 年度 采购单价	2021 年度 采购单价	2020 年度 采购单价
永磁材料	宁波招宝磁业有限公司	392.30	289.99	191.90
	宁波科田磁业股份有限公司	366.79	291.78	197.00
	杭州永磁集团有限公司	420.44	292.32	215.61
	成都博峰磁材有限公司	531.15	446.93	244.94
	余姚市科立磁性材料有限公司	325.11	239.06	114.54
	宁波同创强磁材料有限公司	343.88	248.28	141.76
	浙江凯文控股集团有限公司	53.38	37.59	34.60
	宁波恒盛磁业有限公司	550.68	256.67	176.92

注：报告期内，公司主要向浙江凯文控股集团有限公司采购铁氧体磁钢，向上述其他供应商主要采购钕铁硼磁钢和钐钴，因而采购单价差异较大。

永磁材料类主要由钕铁硼、钐钴和铁氧体等构成，上述不同类型的永磁材料规格型号众多，不同型号之间单位价格差异较大。同时因永磁材料市场价格波动较大，同一型号不同月份中标价格存在较大差异。因而不同供应商采购价格不具有太大可比性。

报告期内，发行人永磁材料主要供应商平均采购单价保持上涨趋势，与市场价格变动趋势基本一致；发行人对于永磁材料供应商均采用询比价方式确定，每次选取三家及以上供应商报价，综合考虑材料质量及供应效率后，选择价格具有竞争力的供应商，报告期内每笔比价记录均录入到发行人 ERP 系统中。

以存货编码 1090110880 永磁材料为例，抽取发行人 ERP 系统 2021 年 1 月 5 日电子询价单以及对应供应商原始报价单，主要询价信息如下：

单位：件、元/件

序号	物料代码	物料名称	物料规格	性能	充磁	镀层	数量	单价	最快交期
1	1090110880	磁钢	D24*25(ALL±0.05)	N45M	充磁	科田磁业	30,000.00	20.50	2021/3/20
2	1090110880	磁钢	D24*25(ALL±0.05)	N45M	充磁	招宝磁业	30,000.00	20.90	2021/3/20
3	1090110880	磁钢	D24*25(ALL±0.05)	N45M	充磁	振泽磁业	30,000.00	21.00	2021/3/20

在永磁材料交期均满足的条件下，发行人选定报价最低的科田磁业为本次永磁材料供应商。通过比对其他供应商报价，与科田磁业报价接近，不同供应商采购价格之间不存在显著差异。

(2) 报告期内钢材采购均价

单位：元/kg

原材料名称	主要供应商名称	2022年度采购单价	2021年度采购单价	2020年度采购单价
钢材	宁波市北仑祺升管路设备有限公司	28.02	26.07	25.37
	宁波市金泓钣金制造有限公司	34.00	34.97	27.14
	宁波市荣浩不锈钢有限公司	23.42	21.33	17.67
	上海焱洪金属制品有限公司	28.99	-	-
	淄博铭熙磁铁制造有限公司	39.15	41.68	-
	常州市飞达精密钢管有限公司	79.87	74.60	68.13
	上海巴蓝金属制品有限公司	37.61	38.77	30.44
	宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂	-	26.97	30.99

报告期内，发行人向不同供应商采购的钢材规格型号、单位价格差异较大，且钢材市场价格波动较大，同时针对公司不同规格型号的钢材供应商收取的加工费存在较大差异，因而不同供应商采购价格不具太大可比性。

报告期内，发行人钢材主要供应商平均采购单价基本保持上涨趋势，与市场价格变动趋势基本一致。2021 年度宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂钢材采购单价下降系采购规格型号较上年差异较大所致。

(3) 报告期内零部件采购均价

单位：元/kg、元/件

原材料名称	主要供应商名称	2022年度采购单价	2021年度采购单价	2020年度采购单价
零部件	杭州钱江电气集团股份有限公司	53,326.78	51,327.44	51,327.43
	宁波市鄞州源昌金属制品经营部	0.97	0.91	1.04

原材料名称	主要供应商名称	2022年度采购单价	2021年度采购单价	2020年度采购单价
	温州市福特阀门管件有限公司	179.88	95.21	92.24
	亚德客（中国）有限公司	35.11	36.54	35.59
	浙江博新机电科技有限公司	112.72	124.76	-
	宁波市海曙集士港广威五金厂	4.01	2.48	2.57
	宁波市金泓钣金制造有限公司	9.06	10.62	11.54
	宁波市鄞州澄达冲件厂	0.85	0.83	-
	宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂	-	1.20	0.70

公司零部件主要由壳体、电机、铰链座等构成。报告期内，公司不同零部件供应商采购单价存在较大差异，系公司零部件种类材质众多、规格型号差异较大所致；公司同一零部件供应商报告期内采购单价较为平稳，2022年温州市福特阀门管件有限公司和宁波市海曙集士港广威五金厂采购单价涨幅较大系发行人向上述两家供应商定制难度较高的零部件占比较高引起。2021年度宁波市鄞州塘溪豪达五金冲件厂零部件采购单价上升系采购规格型号较上年差异较大所致。

4、补充说明发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比情况，是否存在专门向发行人进行销售的供应商，是否存在经销商性质的供应商及向其进行采购的原因，是否存在成立时间较短即成为发行人供应商的情形

报告期内，发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比情况：

供应商名称	主要采购产品	采购占主要供应商销售同类产品的占比情况		
		2022年度	2021年度	2020年度
宁波招宝磁业有限公司	永磁材料	1.29%	1.00%	0.67%
宁波科田磁业有限公司	永磁材料	0.86%	0.86%	0.58%
成都博峰磁材有限公司	永磁材料	9.00%	7.50%	5.00%
杭州永磁集团有限公司	永磁材料	1.14%	0.44%	0.09%
宁波金坦磁业有限公司	永磁材料	0.31%	2.17%	1.40%
宁波同创强磁材料有限公司	永磁材料	0.40%	1.43%	0.23%
宁波恒盛磁业有限公司	永磁材料	0.93%	1.50%	2.50%
浙江凯文磁业有限公司	永磁材料	1.70%	0.90%	0.70%
浙江凯文磁钢有限公司	永磁材料	0.50%	0.33%	0.25%
余姚市科立磁性材料有限公司	永磁材料	1.67%	-	-
常州市飞达精密钢管有限公司	钢材	30.00%	30.00%	20.00%

供应商名称	主要采购产品	采购占主要供应商销售同类产品的占比情况		
		2022 年度	2021 年度	2020 年度
宁波市荣浩不锈钢有限公司	钢材	13.75%	8.00%	3.60%
上海焱洪金属制品有限公司	钢材	26.59%	-	-
宁波市金泓钣金制造有限公司	钢材、零部件	20.00%	21.00%	20.00%
宁波市北仑祺升管路设备有限公司	钢材、零部件	28.89%	18.89%	5.56%
宁波市海曙集士港广威五金厂	零部件、钢材	42.80%	36.50%	31.60%
温州市福特阀门管件有限公司	零部件、钢材	3.75%	4.00%	0.80%

注：上表中公司采购额占其同类产品销售额的比例系上述供应商提供的估算比例。

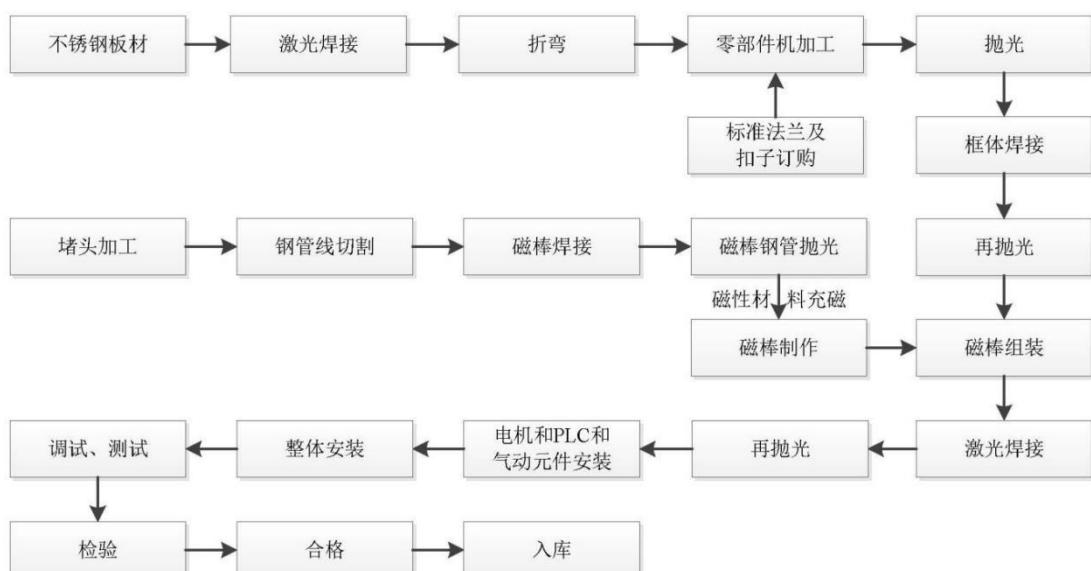
如上表，报告期内发行人占主要供应商销售同类产品的占比较小。报告期内，不存在专门向发行人进行销售的供应商，不存在经销商性质的供应商，不存在成立时间较短即成为发行人主要供应商的情形。

(二) 结合具体产品的生产过程说明各类原材料在产品生产过程中的作用，量化分析主要原材料的采购量、耗用量、结转量与发行人产量、销量、存货之间的配比关系，说明永磁材料大幅涨价的情形下采购占比逐年下降的原因及合理性

1、结合具体产品的生产过程说明各类原材料在产品生产过程中的作用

(1) 磁力过滤设备

1) 永磁除铁设备



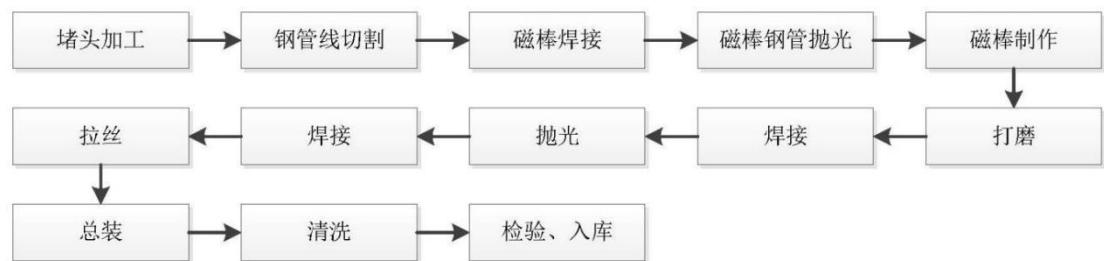
公司采购各种稀土磁性材料，如钕铁硼、铁氧体等组成磁源，外层焊接钢管

形成磁棒,通过磁棒的配比及排布,组成磁力架,再与外购钢材焊接形成的框体、外购的法兰等零部件组装焊接在一起,最后安装外购的电机及相关元器件,形成永磁除铁设备。

2) 电磁除铁设备



公司采购特制励磁线圈,在通电过程中产生强磁场,组成磁源;采购相关钢材,经过激光切割、焊接打磨、机加工以及喷砂等形式形成框架、筒体和筛网,最后将线圈、框架、筒体和筛网焊接组装在一起,并安装外购的控制柜,形成电磁除铁设备。



公司采购各种稀土磁性材料,如钕铁硼、铁氧体等组成磁源,外层焊接钢管形成磁棒。

(2) 吸重产品



公司采购各种稀土磁性材料，如钕铁硼、铁氧体等组成磁源，根据客户需求进行表面处理，可以选择镀锌，镀镍，镀铬，喷漆或者橡胶覆盖等方式。

2、量化分析主要原材料的采购量、耗用量、结转量与发行人产量、销量、存货之间的配比关系

公司主要原材料为永磁材料和钢材，对上述主要原材料的采购量、耗用量、结转量与公司产量、销量、存货之间的配比关系分析如下：

(1) 2022 年度

成品分类	主要原材料	本期增加 (kg)	采购入库量 (kg)	本期耗用量 (kg)	生产领用量 (kg)	结转率	产量(件)	外购成品量 (件)	销量(件)	产销率	产销率 (含外购)
磁力过滤设备	永磁材料	263,666.56	261,885.81	200,198.62	60,897.89	76.45%	13,794	-	11,603	84.12%	84.12%
磁选棒	永磁材料				63,180.14		66,786	-	68,537	102.62%	102.62%
吸重产品	永磁材料				75,173.97		6,421,620	1,332,706	6,267,049	97.59%	118.35%
其他	永磁材料				946.62		45,318	6,085	45,397	100.17%	113.60%
磁力过滤设备	钢材	747,020.40	732,655.18	643,312.73	569,176.48	87.81%	13,794	-	11,603	84.12%	84.12%
磁选棒	钢材				47,824.59		66,786	-	68,537	102.62%	102.62%
吸重产品	钢材				22,514.21		6,421,620	1,332,706	6,267,049	97.59%	118.35%
其他	钢材				3,797.45		45,318	6,085	45,397	100.17%	113.60%

注：结转率=本期耗用量/采购入库量

(2) 2021 年度

成品分类	主要原材料	本期增加 (kg)	采购入库量 (kg)	本期耗用量 (kg)	生产领用量 (kg)	结转率	产量(件)	外购成品量 (件)	销量(件)	产销率	产销率 (含外购)
磁力过滤设备	永磁材料	264,788.27	264,595.31	223,846.36	44,679.92	84.60%	9,760	-	8,333	85.38%	85.38%
磁选棒	永磁材料				90,894.16		247,487	-	269,568	108.92%	108.92%

成品分类	主要原材料	本期增加 (kg)	采购入库量 (kg)	本期耗用量 (kg)	生产领用量 (kg)	结转率	产量(件)	外购成品量 (件)	销量(件)	产销率	产销率 (含外购)
吸重产品	永磁材料				87,957.64		3,610,133	1,581,917	3,377,325	93.55%	137.37%
其他	永磁材料				314.64		20,977	68,852	21,146	100.81%	429.03%
磁力过滤设备	钢材				286,537.28	85.34%	9,760	-	8,333	85.38%	85.38%
磁选棒	钢材				70,134.07		247,487	-	269,568	108.92%	108.92%
吸重产品	钢材				14,367.99		3,610,133	1,581,917	3,377,325	93.55%	137.37%
其他	钢材				2,586.07		20,977	68,852	21,146	100.81%	429.03%

注：结转率=本期耗用量/采购入库量

(3) 2020 年度

成品分类	主要原材料	本期增加 (kg)	采购入库量 (kg)	本期耗用量 (kg)	生产领用量 (kg)	结转率	产量(件)	外购成品量 (件)	销量(件)	产销率	产销率 (含外购)
磁力过滤设备	永磁材料				23,982.23	74.24%	4,584	-	4,232	92.32%	92.32%
磁选棒	永磁材料				81,756.95		391,758	-	343,778	87.75%	87.75%
吸重产品	永磁材料				82,870.07		4,042,285	1,264,897	4,112,199	101.73%	133.02%
其他	永磁材料				120.88		23,582	52,020	23,439	99.39%	319.99%
磁力过滤设备	钢材				158,945.62	104.79%	4,584	-	4,232	92.32%	92.32%
磁选棒	钢材				51,817.19		391,758	-	343,778	87.75%	87.75%
吸重产品	钢材				12,846.24		4,042,285	1,264,897	4,112,199	101.73%	133.02%
其他	钢材				262.30		23,582	52,020	23,439	99.39%	319.99%

注：结转率=本期耗用量/采购入库量

报告期内，公司采用订单生产，量身定制的生产模式，公司的产销率一直维持在较高的水平。同时，随着公司业务规模的不断扩大，原材料采购入库数量、生产领用量呈大幅增加趋势，公司产成品生产入库数量、销售数量相应增加。

3、说明永磁材料大幅涨价的情形下采购占比逐年下降的原因及合理性

报告期内，在永磁材料大幅涨价的基础下，发行人永磁材料采购占比逐年下降的原因及合理性如下：

（1）报告期内公司产品销售结构发生较大变化，磁力过滤设备占主营业务收入比例不断提高，从 2020 年度的 39.63% 增长至 2022 年度的 58.57%，而磁选棒、吸重产品销售占比不断下降。因磁力过滤设备中的永磁材料占比低于磁选棒和吸重产品中永磁材料的比重，该因素为报告期内公司永磁材料大幅涨价而采购占比逐年下降的主要原因。

（2）随着下游行业企业规模扩大和机械化程度提高，市场对本行业产品的高效化、智能化、节能化提出更高的要求。而公司经过长时间研发成功的自动化永磁除铁器能够很好地满足市场需求，自动化永磁除铁器在原有永磁除铁器基础上增加了机械结构的设计和控制系统的设置，磁性材料的耗用未发生实质性改变，但钢材、电机等零部件耗用增加。

（3）公司在永磁除铁器的基础上，成功开发了电磁除铁器，能有效去除干粉物料中极微小的铁磁性杂质（微米级和亚微米级），电磁除铁器的励磁线圈在通电过程中产生强磁场，并不耗用永磁材料。

（三）说明发行人实际控制人持有供应商股权的原因及合理性，相关股权的转让是否真实有效，股权转出前后同种原材料采购价格是否差异，并说明供应商及其关联方与发行人及其关联方是否存在关联关系、利益输送或其他利益安排，结合与主要供应商之间的资金往来情况、交易情况等，说明是否存在资金体外循环、利益输送的情形

1、发行人实际控制人持有供应商股权的原因及合理性

报告期内，招宝磁业和金坦磁业系发行人供应商，截至本回复出具日，招宝磁业全资控股金坦磁业。报告期内发行人向其采购情况如下：

单位：万元

供应商名称	采购产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度
招宝磁业	永磁材料	1,559.81	845.02	390.76
金坦磁业	永磁材料	242.57	714.62	300.97
合计		1,802.38	1,559.64	691.73
占采购总额比例		9.84%	16.81%	20.66%

招宝磁业成立于 2000 年，目前注册资本为 590.78 万元人民币，吴望蕤于 2004 年取得招宝磁业 2.55% 股权，对应出资额为 10 万元。2021 年 7 月 20 日，吴望蕤将持有招宝磁业 2.55% 的股权转让给宁波汝鑫招宝合盛股权投资合伙企业（有限合伙），转让后，吴望蕤不再持有宁波招宝磁业有限公司股权。公司与招宝磁业的关联交易认定至 2022 年 7 月。

金坦磁业成立于 2013 年，目前注册资本为 600.00 万元人民币，吴望蕤于 2013 年取得金坦磁业 5% 股权，对应出资额为 30 万元。2021 年 12 月 21 日，吴望蕤将持有金坦磁业股权转让给招宝磁业，转让后，吴望蕤不再持有金坦磁业股权。公司与金坦磁业的关联交易认定至 2022 年 12 月。

宁波为国内磁性材料生产集聚区，供应商招宝磁业和金坦磁业在磁性材料上游领域具有丰富的生产经验，符合发行人的采购要求。且发行人与招宝磁业和金坦磁业同处于宁波市镇海区，有利于减少产品交付时间和降低相关运输成本，发行人已向招宝磁业、金坦磁业采购多年。发行人实际控制人原持有招宝磁业、金坦磁业 2.55% 和 5.00% 的股权，不属于控股股东，不具备控制权。该行为系上下游之间的正常产业合作，有助于发行人更方便地获取上游磁性材料的价格波动和市场供应情况，从而能够及时调整发行人采购策略、降低公司整体采购成本。发行人原持有招宝磁业和金坦磁业股权的情况具备合理性。

2、相关股权的转让是否真实有效

由于招宝磁业发展战略调整，其于 2021 年前后进行股权梳理，包括吴望蕤在内的 30 余名自然人将所持有招宝磁业股权转让给招宝合盛；2021 年 12 月，包括吴望蕤在内的 4 名自然人将所持有的金坦磁业股权转让给招宝磁业，金坦磁业成为招宝磁业全资子公司。

2020 年 12 月，吴望蕤与招宝合盛签订《股权转让协议书》，参考公司经评

估的净资产价值 7,897.72 万元（评估基准日：2020 年 6 月 30 日），吴望蕤将所持有 2.55% 招宝磁业股权作价 201.39 万元转让给招宝合盛，并于 2021 年 7 月 20 日办理完成工商变更。上述定价具备合理性、公允性。股权转让价款已于 2021 年 8 月支付完毕，并已取得相关完税证明。本次股权转让完成后，招宝磁业股权结构如下：

序号	股东名称	持股比例	出资额（万元）
1	宁波汝鑫招宝合盛股权投资合伙企业（有限合伙）	37.49%	147.00
2	宁波招宝纸业有限公司	25.00%	98.04
3	宁波招宝实业有限公司	24.00%	94.12
4	包明镐	4.59%	18.00
5	陈威	2.81%	11.00
6	臧鸣丽	2.55%	10.00
7	傅珍梅	1.28%	5.00
8	王维	0.51%	2.00
9	王鹏飞	0.51%	2.00
10	贺琦军	0.51%	2.00
11	刘海春	0.26%	1.00
12	包海芸	0.26%	1.00
13	吴军波	0.26%	1.00
合计		100.00%	392.16

2021 年 12 月，吴望蕤与招宝磁业签订《股权转让协议》，参考金坦磁业截至 2021 年 7 月 31 日的净资产评估结果，吴望蕤将所持有 5% 金坦磁业股权作价 350 万元转让给招宝磁业，并于 2021 年 12 月 21 日办理完成工商变更，上述定价具备合理性、公允性。股权转让价款已于 2022 年 3 月支付完毕，并已取得相关完税证明。本次股权转让完成后，金坦磁业成为招宝磁业的全资子公司。

本次股权转让后，吴望蕤不再持有招宝磁业、金坦磁业股权。上述股权转让事项均已履行了必要的法律程序，双方已签署了股权转让协议，定价公允，价款已支付完毕且办理完毕工商变更登记手续，股权转让真实有效。

3、股权转出前后同种原材料采购价格是否差异

1) 招宝磁业

报告期内,公司向招宝磁业采购钕铁硼磁钢,所有采购均通过比价方式进行,每笔交易邀请三家及以上同类供应商报价,公司选取最低报价者中标,通过比对其他供应商的报价,与招宝磁业报价无重大差异,关联方采购价格公允。2021年7月,公司实际控制人吴望蕤退出招宝磁业参股,公司与招宝磁业的关联采购认定至2022年7月。2022年8月开始公司与招宝磁业的采购均不作关联交易认定。

本次股权转让前后各6个月内发行人向招宝磁业采购钕铁硼磁钢的金额、重量及平均单价情况如下。

单位:万元、kg、元/kg

向招宝磁业 采购产品	股权转让前(2021年1-6月)			
	采购金额	采购重量	采购平均单价	镨钕混合金属(≥99%Nd75%)市场均价
钕铁硼磁钢	327.27	12,269.50	266.74	626.66
向招宝磁业 采购产品	股权转让后(2021年7-12月)			
	采购金额	采购重量	采购平均单价	镨钕混合金属(≥99%Nd75%)市场均价
钕铁硼磁钢	517.75	14,898.61	347.51	830.65

2) 金坦磁业

报告期内,公司向金坦磁业采购钕铁硼磁钢,所有采购均通过比价方式进行,每笔交易邀请三家及以上同类供应商报价,公司选取低报价者中标,通过比对其他供应商的报价,与金坦磁业报价无重大差异,关联方采购价格公允。2021年12月,公司实际控制人吴望蕤退出金坦磁业参股,公司与金坦磁业的关联采购认定至2022年12月。2023年1月开始公司与金坦磁业的采购均不作关联交易认定。

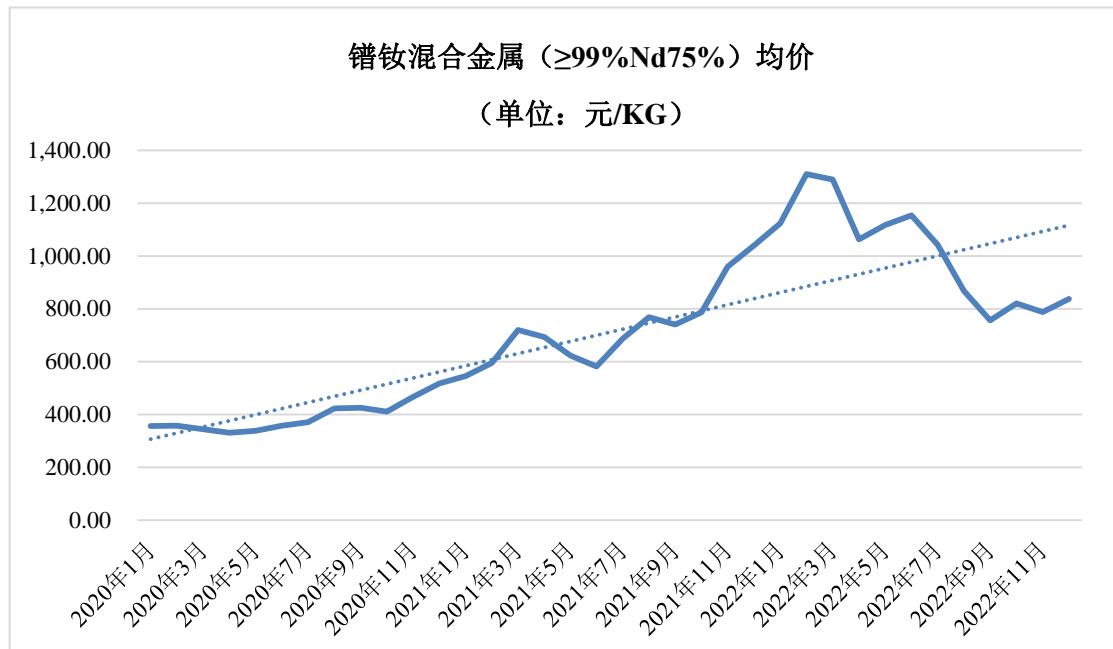
本次股权转让前后各6个月内发行人向招宝磁业采购钕铁硼磁钢的金额、重量及平均单价情况如下。

单位:万元、kg、元/kg

向金坦磁业 采购产品	股权转让前(2021年7-12月)			
	采购金额	采购重量	采购平均单价	镨钕混合金属(≥99%Nd75%)市场均价
钕铁硼磁钢	294.33	9,970.32	295.20	830.65
向金坦磁业 采购产品	股权转让后(2022年1-6月)			
	采购金额	采购重量	采购平均单价	镨钕混合金属(≥99%Nd75%)市场均价
钕铁硼磁钢	179.39	4,897.79	366.26	1,176.93

3) 股权转出前后同种原材料采购价格差异的原因

报告期内公司向招宝磁业、金坦磁业采购的钕铁硼磁钢存在多种规格型号，各种规格型号对应采购价格存在差异。在实际控制人进行股权转让前后的各6个月内，发行人向招宝磁业、金坦磁业采购钕铁硼磁钢的平均单价存在一定差异，主要原因系报告期内钕铁硼磁钢市场价格波动较大。钕铁硼磁钢的直接材料主要为镨钕混合金属，公司与钕铁硼磁钢供应商主要参考镨钕混合金属市场价格进行定价。发行人在股权转让后向招宝磁业、金坦磁业采购均价高于股权转让前的采购均价，系由于镨钕混合金属大宗市场价格在2021年初至2022年6月呈上升趋势，公司钕铁硼磁钢采购价格变动趋势与镨钕混合金属市场价格波动基本一致。



4、供应商及其关联方与发行人及其关联方是否存在关联关系、利益输送或其他利益安排，结合与主要供应商之间的资金往来情况、交易情况等，说明是否存在资金体外循环、利益输送的情形

根据获取的公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员等关键人员的银行流水及相关资料，对招宝磁业、金坦磁业进行函证、访谈，并获取其出具的《无关联关系承诺函》，获取公司与上述供应商的交易资料、细节测试、截止性测试等核查资料，报告期内，除已在招股说明书“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”中披露的发行人与招宝磁业、金坦磁业存在的关联关系及关联交易外，上述供应商及其关联方与发行人及其关联方

不存在其他关联关系，不存在利益输送或其他利益安排，亦不存在资金体外循环、利益输送的情形。

二、原材料价格大幅上升的风险。请发行人：①结合原材料价格的走势、采购批次、采购协议等说明报告期内采购各类原材料的价格变动趋势是否与市场变动趋势一致，采用镨钕合金市场价格、市场钢材综合价格指数能否真实反映市场价格的变动趋势，并说明报告期后各类原材料采购价格的变化趋势。②结合行业发展情况、采购价格变化对生产经营的影响，量化分析永磁材料、钢材等产品价格上涨对生产成本的影响，分析公司是否存在原材料价格持续大幅上升的风险，在原材料价格上涨的情形下能否向下游客户传导，并进一步披露是否存在应对原材料价格大幅上涨的相关措施，是否存在不能获取原材料的风险，并进行相关风险提示

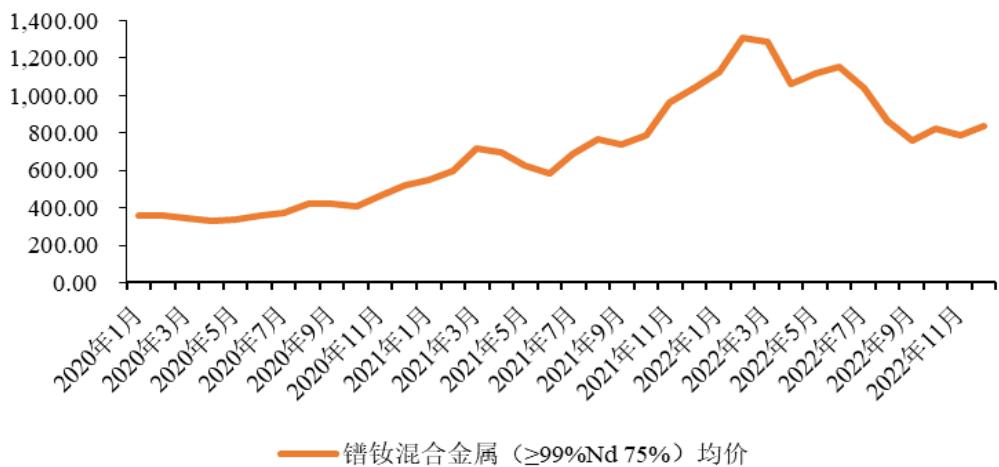
（一）结合原材料价格的走势、采购批次、采购协议等说明报告期内采购各类原材料的价格变动趋势是否与市场变动趋势一致，采用镨钕合金市场价格、市场钢材综合价格指数能否真实反映市场价格的变动趋势，并说明报告期后各类原材料采购价格的变化趋势

1、结合原材料价格的走势、采购批次、采购协议等说明报告期内采购各类原材料的价格变动趋势是否与市场变动趋势一致

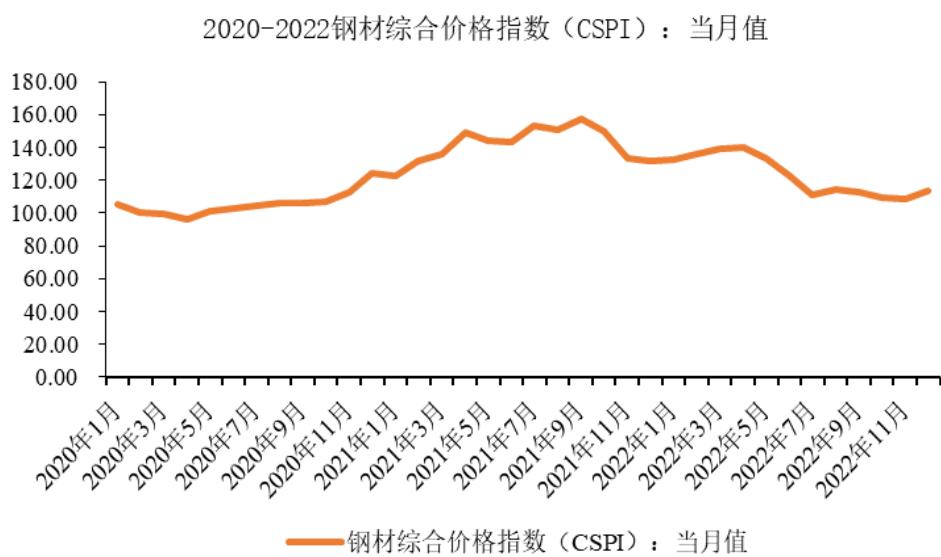
（1）报告期内主要内原材料价格走势

报告期内，镨钕混合金属的市场价格走势情况如下：

2020-2022镨钕混合金属（≥99%Nd75%）均价



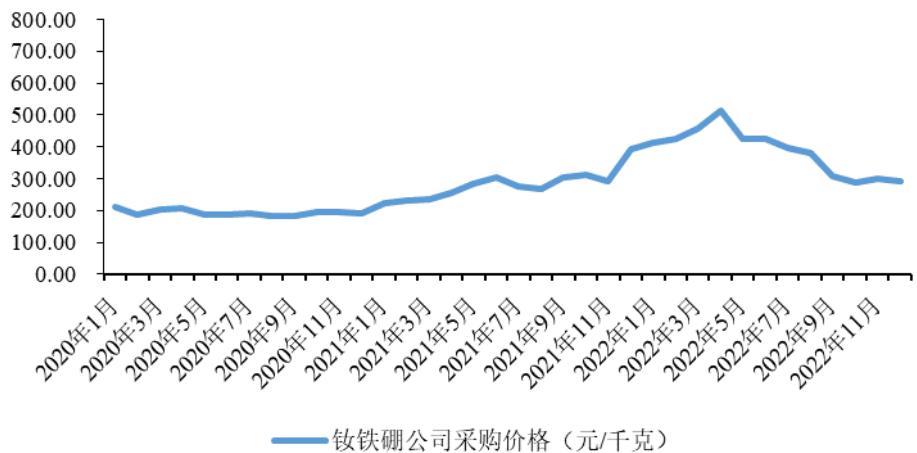
报告期内，钢材的市场价格走势情况如下：



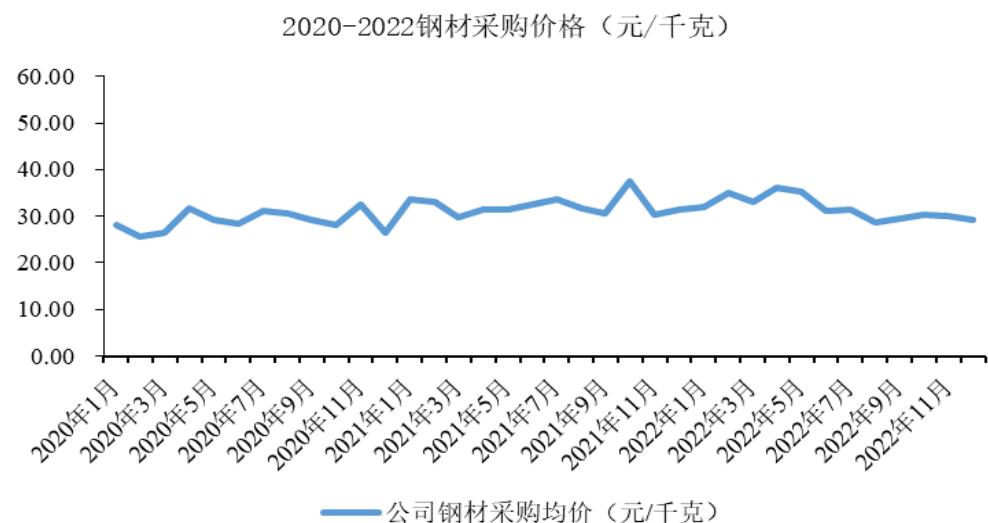
（2）报告期内主要原材料采购批次和单价

报告期内，公司钕铁硼（永磁材料主要构成）采购批次及单价情况如下：

2020-2022钕铁硼采购价格（元/千克）



报告期内，公司钢材采购批次及单价如下：



报告期内，公司钕铁硼月度采购单价波动与镨钕金属市场价格波动基本一致。公司采购钕铁硼均采用询比价机制，综合考虑材料质量及供应效率后，选择价格具有竞争力的供应商，公司钕铁硼的采购价格与向其他供应商同批次报价不存在显著差异。

报告期内，公司钢材月度采购单价变化趋势与钢材市场价格变化趋势大体相符。公司采购的钢材类材料种类较多，不同钢材的市场价格变动幅度存在一定差异。由于公司采购钢材的价格因钢材种类、规格、性能的差异而各不相同，采购

结构和月度采购安排也存在差异，因此公司月份采购单价存在一定的波动性。总体而言，公司钢材月度采购单价变化趋势与钢材市场价格变化趋势大体相符。

2、采用镨钕合金市场价格、市场钢材综合价格指数能否真实反映市场价格的变动趋势

报告期内，主要原材料采购价格与市场价格对比情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
钕铁硼的采购均价	380.65	279.15	192.87
平均价：镨钕混合金属（≥99%Nd75%）	1,014.59	728.65	391.81

注：钕铁硼的直接材料主要为镨钕混合金属

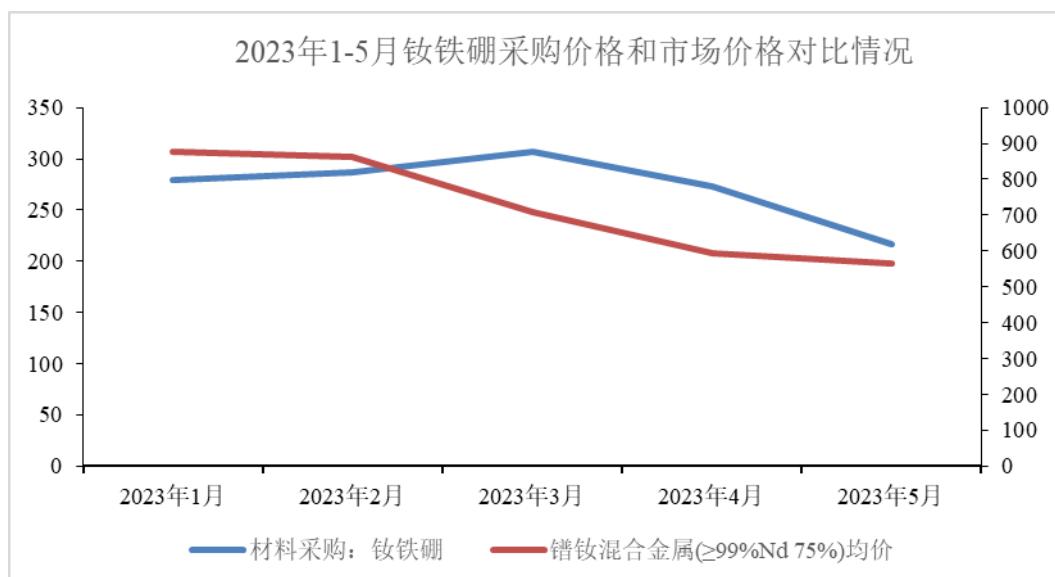
项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
钢材的采购均价	31.85	32.36	29.09
平均价：钢材	122.78	142.03	105.57

由上表知，报告期内，公司产品的主要原材料永磁材料和钢材的平均采购价格与市场价格变动趋势基本一致，具有合理性。

3、说明报告期后各类原材料采购价格的变化趋势

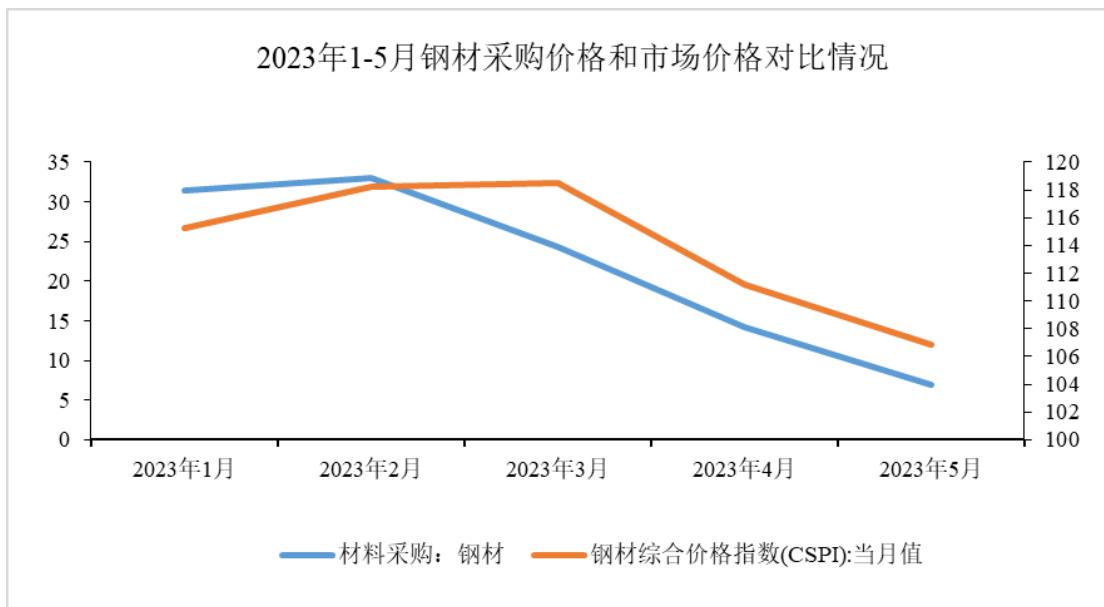
（1）报告期后钕铁硼采购价格的变化趋势

2023 年 1-5 月，钕铁硼采购价格和市场价格走势情况如下表所示：



（2）报告期后钢材采购价格的变化趋势

2023年1-5月，钢材采购价格和市场价格走势情况如下表所示：



由上表可知，2023年1至5月，主要原材料钕铁硼和钢材的采购价格均有所下降，公司采购价格与市场价格变动趋势基本一致。

(二) 结合行业发展情况、采购价格变化对生产经营的影响，量化分析永磁材料、钢材等产品价格上涨对生产成本的影响，分析公司是否存在原材料价格持续大幅上升的风险，在原材料价格上涨的情形下能否向下游客户传导，并进一步披露是否存在应对原材料价格大幅上涨的相关措施，是否存在不能获取原材料的风险，并进行相关风险提示

1、结合行业发展情况、采购价格变化对生产经营的影响，量化分析永磁材料、钢材等产品价格上涨对生产成本的影响，分析公司是否存在原材料价格持续大幅上升的风险

(1) 行业发展情况对生产经营的影响

1) 国家政策为磁力应用设备行业带来良好的发展环境

磁力应用设备行业是促进我国国民经济发展的重要产业。国家政策的支持将给磁力应用设备行业带来长期的鼓励与支持，国家先后出台《“十四五”原材料工业发展规划》《“十四五”智能制造发展规划》《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》等产业振兴政策，有助于我国优化产业结构、提高制造

业自动化水平，增强产业配套能力。上述行业政策的扶持、行业协会的监管以及不断发展壮大的下游市场为磁力应用设备行业带来了新的发展机遇。

2) 下游行业的生产环节对品质的要求不断提升，为行业增长提供基础

电子材料行业方面，随着新能源、大数据、人工智能等技术兴起，以及以5G为首的新基建项目的加速推进，国内电子材料产业取得了长足的进步，形成了较为完整的产业体系，产业规模稳步增长，中高端电子材料产品转型升级速度加快。电子材料行业根据下游应用不同可主要分为电池材料行业、半导体材料行业和显示材料行业，磁力过滤设备广泛应用于电池材料行业和半导体材料行业。

化工行业方面，化工行业是重要的能源和原材料工业，对经济产业链、国防安全与民生健康起着全面基础支撑作用。经过数十年发展，我国已建成技术先进、门类齐全、具有较强竞争力的现代工业体系。在化工行业中，磁力过滤设备广泛运用于炭黑、陶瓷、玻璃、水泥、砖、耐火材料等无机化工材料以及塑料、橡胶、纤维、黏合剂、涂料等高分子化工材料。

食品行业方面，食品是人类赖以生存和发展的最基本的物质条件，但随着人类科学技术的发展，食物中微量元素对人体的影响逐渐受到大众关注。食品加工过程中带入的铁屑等磁性金属物属于异物杂质，与人体所需要与动、植物中有机分子结合形成的铁元素不同，当该类异物随食品进入体内，会粘附在胃和肠壁上，人体无法消化吸收，从而将对人体健康造成危害。磁力过滤设备已作为食品加工生产流程中必不可少的磁性杂质处理设备。在各类食品生产线上大部分设备都为金属设备，由于成本原因，较难全部采用不锈钢设备，这些金属设备或多或少会带有铁锈和小金属块，并进入到成品中。如果不能有效地去除金属杂质，很大程度上会影响食品质量，进而影响产品的品牌效应以及食品厂商的声誉。

医药行业方面，医药行业是我国国民经济的主要组成部分，根据中商产业研究院数据显示我国医药市场规模由2016年的13,294亿元增长至2021年的17,292亿元，并预计将在2030年增长至29,911亿元，2021-2030年复合增长率达6.28%。随着我国药品行业质量标准的不断提高和制药产业的不断发展，我国制药设备市场需求也不断增长。磁力过滤设备主要运用在药品制备过程中的磁性异物筛除环节。药品直接作用人体，微量磁性杂质的存在，不仅会对药品的性能产生不利影

响，当摄入人体后，还可能因为潜在的毒性引发或加强药物副反应，对人体健康造成损害。随着检测手段的不断发展，药品中金属异物的控制越来越成为药品生产企业必须面临的问题。药品中的金属异物主要来源于原料、生产机器磨损、维修屑末和金属丝断头，为了避免金属异物对药品质量带来的不利影响，需要在相关流程中接入磁力过滤设备。

发行人针对食品行业研发的磁力过滤设备主要包括保温型管道流体除铁设备和管道粉体除铁设备。发行人针对医药行业研发的除铁设备主要是旋转式除铁设备，适用于容易结块、搭桥、堵塞的粘性或者流动性不强的药品原料中清除铁磁性杂质。随着我国医药行业安全标准的不断提高、安全监管体系的不断完善以及制药设备市场规模的不断扩大，磁力过滤设备在医药行业的应用将被进一步推广，行业的市场潜力较大。

（2）主要原材料采购价格的波动对发行人经营情况的影响

1) 永磁材料采购价格的波动对发行人经营情况的影响

假设在永磁材料价格波动的情况下，在其他项目金额不变的情况下，永磁材料价格变化对主营业务成本金额以及变动比例影响的敏感性分析列示如下：

永磁材料价格变动比例	对 2022 年主营业务成本的影响	对 2021 年度主营业务成本的影响	对 2020 年度主营业务成本的影响
10%	4.72%	4.96%	4.65%
5%	2.36%	2.48%	2.33%
-5%	-2.36%	-2.48%	-2.33%
-10%	-4.72%	-4.96%	-4.65%

注：对主营业务成本的影响=主营业务成本变动金额/主营业务成本的金额

从上表可知，在其他因素保持不变的前提下，报告期内永磁材料价格每增加5%，对主营业务成本变动的影响约为2%左右，变动较为稳定。报告期内公司主营业务成本对原材料采购价格变动的敏感性较弱。

2) 钢材采购价格的波动对发行人经营情况的影响

假设在钢材价格波动的情况下，在其他项目金额不变的情况下，钢材价格变化对主营业务成本金额以及变动比例影响的敏感性分析列示如下：

钢材价格变动比例	对 2022 年主营业务成本的影响	对 2021 年度主营业务成本的影响	对 2020 年度主营业务成本的影响
10%	1.60%	1.43%	1.41%
5%	0.80%	0.72%	0.70%
-5%	-0.80%	-0.72%	-0.70%
-10%	-1.60%	-1.43%	-1.41%

注：对主营业务成本的影响=主营业务成本变动金额/主营业务成本的金额。

从上表可知，在其他因素保持不变的前提下，报告期内钢材价格每增加 5%，对主营业务成本变动的影响约为 0.7%左右，变动较为稳定。报告期内公司主营业务成本对原材料采购价格变动的敏感性较弱。

3) 永磁材料和钢材价格变动对主要产品主营业务成本变动影响的敏感性分析如下：

假设在永磁材料和钢材价格波动的情况下，在其他项目金额不变的情况下，永磁材料和钢材价格变化对主要产品主营业务变动比例影响的敏感性分析列示如下：

主要产品	永磁材料和钢材价格变动比例	对 2022 年主营业务成本的影响	对 2021 年度主营业务成本的影响	对 2020 年度主营业务成本的影响
磁力过滤设备	10%	5.40%	5.51%	5.25%
	5%	2.70%	2.75%	2.62%
	-5%	-2.70%	-2.75%	-2.62%
	-10%	-5.40%	-5.51%	-5.25%
磁选棒	10%	8.05%	7.55%	6.47%
	5%	4.02%	3.77%	3.23%
	-5%	-4.02%	-3.77%	-3.23%
	-10%	-8.05%	-7.55%	-6.47%
吸重产品	10%	6.70%	6.36%	6.39%
	5%	3.35%	3.18%	3.20%
	-5%	-3.35%	-3.18%	-3.20%
	-10%	-6.70%	-6.36%	-6.39%

从上表可知，在其他因素保持不变的前提下，报告期内永磁材料和钢材价格每增加 5%，对磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品的主营业务成本变动的影响分别为 2.69%左右、3.68%左右和 3.24%左右，变动较为稳定。报告期内主营业务成本对主要原材料采购价格变动的敏感性较弱。

2、在原材料价格上涨的情形下能否向下游客户传导，并进一步披露是否存在应对原材料价格大幅上涨的相关措施，是否存在不能获取原材料的风险，并进行相关风险提示

（1）在原材料价格上涨的情形下能否向下游客户传导

对于原材料价格上涨的情况，公司一般会对下游客户价格进行调整。公司下游客户涉及行业较为宽泛，公司主要为其提供个性化非标准定制生产服务，若原材料价格持续上涨，公司具备一定的成本转嫁能力，会考虑提高产品价格并与客户进行协商。

（2）进一步披露是否存在应对原材料价格大幅上涨的相关措施

发行人已在招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（二）采购情况及主要供应商”之“1、主要原材料及关键零部件采购情况”中补充披露如下：

“（3）公司应对原材料价格波动的措施

为应对原材料价格波动的风险，公司采取了以下具体措施：

1) 针对主要原材料，公司与多家供应商保持了长期稳定的合作关系，有利于保证原材料的稳定、持续供应。公司通常会定期或者不定期与主要供应商进行价格协商，确定原材料采购价格，有助于进一步分散原材料价格上涨风险；

2) 针对永磁材料，公司通常会从合格供应商名册中选择3家以上供应商进行问询比价。公司将所需的原材料型号提供给被询价的供应商，供应商提供报价。公司通过比较供应商采购价格，同时综合供应能力、产品质量等多种因素选择最终采购的供应商。通过问询比价过程，公司能够尽可能降低原材料采购成本；

3) 加强对原材料市场价格走势、市场供需变动情况的分析、预判，利用价格波动低位锁定采购价格，最大限度地降低原材料价格波动对公司原材料供应稳定性和生产成本的影响；

4) 优化工艺，提高生产效能公司重视产品技术改进工作，依托研发团队，持续优化生产工艺流程、改良生产技术，降低单位能耗及生产成本，进一步提高生产效能，不断增强其在行业中的产品优势和竞争地位，降低原材料价格波动带

来的影响。”

(3) 是否存在不能获取原材料的风险，并进行相关风险提示

公司主要原材料主要来源于大宗材料钕铁硼、铁氧体、钢铁等，市场供应量大，不能获取原材料的风险较低，对公司持续经营能力不构成重大不利影响。

三、报告期末原材料、发出商品金额大幅提高的原因。请发行人：①结合报告期各期销售情况、销售模式变化、市场需求及价格变动等，分析说明各类存货金额变化的原因。②补充说明报告期各期发出商品具体情况，包括不限于产品名称、产品账面价值、产品存放地点、产品存放仓库所有权方、期后实现销售金额及占比，说明对发出商品相关的内控措施，发出商品后至确认收入前发行人如何对商品保持持续控制权，若在此期间出现毁损等情况，是否由发行人承担全部损失。③结合产成品生产周期、客户采购周期、下游应用领域等，说明存货中订单产品与非订单产品的具体情况，结合备货策略说明各期末存货是否与当期末在手订单相匹配，并结合期后销售情况说明各期末备货水平的合理性，说明存货占资产总额比例以及存货周转率变动是否与业务发展相匹配

(一)结合报告期各期销售情况、销售模式变化、市场需求及价格变动等，分析说明各类存货金额变化的原因

(1) 报告期各期销售情况、销售模式变化

报告期各期，发行人主要产品销售收入金额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
磁力过滤设备	9,820.09	71.91%	5,712.41	87.16%	3,052.23
磁选棒	4,240.82	13.80%	3,726.57	37.47%	2,710.89
吸重产品	2,551.95	17.77%	2,166.93	19.68%	1,810.67
其他	152.30	-30.68%	219.70	71.12%	128.39
合计	16,765.16	41.77%	11,825.61	53.54%	7,702.18

报告期内，发行人一直采用“直销为主，贸易商为辅”的销售模式，未发生变化。

(2) 市场需求及价格变动

报告期各期发行人各类产品的市场需求及价格变动详见本回复之“问题 1/一/（一）/1、结合产品下游应用需求、产品类型等进一步细化分类说明报告期内收入的具体情况”和“问题 1/一/（四）/1、结合市场、客户、产品结构、性能指标等因素，说明主要产品价格变动的原因及合理性。”

（3）分析说明各类存货金额变化的原因

报告期内，公司各类存货账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2022年末	变动	2021年末	变动	2020年末
原材料	1,123.91	15.87%	970.00	77.68%	545.92
在途物资	3.02	-57.80%	7.15	-	-
在产品	941.21	41.15%	666.82	269.27%	180.58
库存商品	525.36	-8.17%	572.13	111.37%	270.67
发出商品	2,465.82	414.71%	479.07	144.82%	195.68
合同履约成本	40.40	-	-	-	-
合计	5,099.71	89.22%	2,695.16	125.94%	1,192.85

报告期内，公司业务规模持续扩大，在手订单量不断增长，报告期各期末公司发出商品、在产品和原材料账面价值均出现较大幅增长。

报告期各期末，公司发出商品占存货账面价值比例不断提高，从 2020 年末的 16.40%增长至 2022 年末的 48.35%，主要系报告期内公司下游电子材料客户大幅增长，涉及安装调试的产品占比提高所致；报告期各期末，公司在产品占存货总额比例分别为 15.14%、24.74%和 18.46%，主要系受第四季度投产订单产品规格型号影响，涉及生产周期较长的规格型号产品较多导致期末生产线结存的在产品增加。

（二）补充说明报告期各期发出商品具体情况，包括不限于产品名称、产品账面价值、产品存放地点、产品存放仓库所有权方、期后实现销售金额及占比，说明对发出商品相关的内控措施，发出商品后至确认收入前发行人如何对商品保持持续控制权，若在此期间出现毁损等情况，是否由发行人承担全部损失

1、补充说明报告期各期发出商品具体情况，包括不限于产品名称、产品账面价值、产品存放地点、产品存放仓库所有权方、期后实现销售金额及占比

(1) 2022年12月31日发出商品具体情况

单位: 万元

客户名称	产品名称	账面价值	截至2023年5月末期后销售	期后销售占比	发出商品存放位置
青海泰丰先行锂能科技有限公司	磁力过滤设备	511.22	511.22	100.00%	项目地
琥崧科技集团股份有限公司	磁力过滤设备	476.42	476.42	100.00%	项目地
江阴市高达输送机械科技有限公司	磁力过滤设备	248.37	248.37	100.00%	项目地
浙江时代锂电材料有限公司	磁力过滤设备	211.95	54.45	25.69%	项目地
鲁北万润智慧能源科技(山东)有限公司	磁力过滤设备	143.23	143.23	100.00%	项目地
广西巴莫科技有限公司	磁力过滤设备	117.87	-	0.00%	项目地
北京天利流程技术有限公司	磁力过滤设备	105.93	105.93	100.00%	项目地
华友新能源科技(衢州)有限公司	磁力过滤设备	89.13	89.13	100.00%	项目地
雅化锂业(雅安)有限公司	磁力过滤设备	45.66	45.66	100.00%	项目地
其他	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品、其他	516.03	465.90	90.29%	-
合计		2,465.82	2,140.31	86.80%	

(2) 2021年12月31日发出商品具体情况

单位: 万元

客户名称	产品名称	账面价值	截至2023年5月末期后销售	期后销售占比	发出商品存放位置
惠州市赢合科技有限公司	磁选棒	61.95	61.95	100.00%	项目地
宁德邦普循环科技有限公司	磁力过滤设备	53.57	53.57	100.00%	项目地
湖北容百锂电材料有限公司	磁力过滤设备	48.26	48.26	100.00%	项目地
荆门市格林美新材料有限公司	磁力过滤设备	47.52	47.52	100.00%	项目地
山东万得福生物科技有限公司	磁力过滤设备	40.24	40.24	100.00%	项目地
广西中伟新能源科技有限公司	磁力过滤设备	31.07	31.07	100.00%	在途
深圳市尚水智能设备有限公司	磁力过滤设备	23.89	23.89	100.00%	项目地
贵州容百锂电材料有限公司	磁力过滤设备	22.76	22.76	100.00%	项目地
广州科成智能科技有限公司	磁力过滤设备	18.83	18.83	100.00%	项目地
其他	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品、其他	130.99	130.99	100.00%	-
合计		479.07	479.07	100.00%	

(3) 2020年12月31日发出商品具体情况

单位: 万元

客户名称	产品名称	账面价值	截至2023年5月末期后销售	期后销售占比	发出商品存放位置
BUNTING MAGNETICS EUROPE	吸重产品、磁选棒	75.59	75.59	100.00%	在途
重庆云天化天聚新材料有限公司	磁力过滤设备	16.04	16.04	100.00%	项目地
广东宏工物料自动化系统有限公司	磁力过滤设备	14.35	14.35	100.00%	项目地
深圳市尚水智能设备有限公司	磁力过滤设备	12.36	12.36	100.00%	项目地
唐山鑫丰锂业有限公司	磁力过滤设备	9.27	9.27	100.00%	项目地
COOPER CAPRI SAS	吸重产品	6.68	6.68	100.00%	在途
四川国理锂材料有限公司	磁力过滤设备	5.30	5.30	100.00%	在途
青海东台吉乃尔锂资源股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	5.21	5.21	100.00%	在途
浙江华飞电子基材有限公司	磁力过滤设备	4.41	4.41	100.00%	项目地
其他	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品、其他	46.49	46.49	100.00%	-
合计		195.68	195.68	100.00%	

报告期各期末，公司主要发出商品除在途外均存放于客户指定项目地。

2、说明对发出商品相关的内控措施，发出商品后至确认收入前发行人如何对商品保持持续控制权，若在此期间出现毁损等情况，是否由发行人承担全部损失

公司已建立了与存货相关的内部控制制度，其中包括与发出商品相关的内控措施，要求公司相关人员认对发出商品送货记录、发出商品期末明细情况等进行统计，对发出商品实地观察，确定其存放地点及存放状况无毁损情况，确定账实是否相符。公司的产品运送至客户指定地点后，由业务人员与客户保持持续沟通，了解项目的实施进度，通过现场查看发出商品的状态，确认发出商品数量、存放地未发生改变。公司发出商品的控制权及毁损灭失风险在客户验收确认前归公司所有，客户验收确认后归客户所有。故发出商品通过验收前出现毁损、灭失等情况的，相关损失由公司承担。但因客户保管不善导致的发出商品毁损、灭失的，发行人有权向客户追偿。

(三) 结合产成品生产周期、客户采购周期、下游应用领域等，说明存货中订单产品与非订单产品的具体情况，结合备货策略说明各期末存货是否与当期末在手订单相匹配，并结合期后销售情况说明各期末备货水平的合理性，说明存货占资产总额比例以及存货周转率变动是否与业务发展相匹配

1、结合产成品生产周期、客户采购周期、下游应用领域等，说明存货中订单产品与非订单产品的具体情况

公司是一家综合性的磁性应用产品专业制造商，专业从事磁力过滤设备和各种磁性应用组件的研发、设计、生产和销售。核心产品为磁力过滤设备、磁选棒和吸重产品，主要应用于电子材料、化工、食品和医药等领域。据不同产品和客户需求，公司从签订合同/订单、到预收货款、到最终发货流程的一般周期为 1-3 个月，基本在 6 个月内完成。报告期各期末，公司库存商品、发出商品、在产品账面余额的在手订单覆盖情况如下：

单位：万元			
项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
库存商品、发出商品、在产品账面余额	4,038.57	1,809.64	740.16
其中：在手订单金额（含税）	7,829.23	3,877.95	785.36
在手订单覆盖率	193.86%	214.29%	106.11%

报告期各期末，公司库存商品、发出商品、在产品对应在手订单的覆盖率分别为 106.11%、214.29% 和 193.86%，处于较高水平。

2、结合备货策略说明各期末存货是否与当期末在手订单相匹配，并结合期后销售情况说明各期末备货水平的合理性，说明存货占资产总额比例以及存货周转率变动是否与业务发展相匹配

报告期内，公司的生产模式为以销定产，产品基本为定制化，生产部门根据销售订单情况进行排单生产。同时，采购部持续关注主要原材料的市场价格波动情况，对于预判单价上涨较多的原材料，公司会提前采购对应的原材料，减少价格波动对公司生产经营的影响。报告期各期末，公司库存商品、发出商品、在产品对应在手订单的覆盖率分别为 121.40%、225.7% 和 199.1%，与公司采用以销定产的生产模式相匹配。

报告期各期，公司期末库存商品、发出商品期后销售情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
库存商品、发出商品账面余额	3,097.37	1,142.82	559.58
下一年销售结转金额	2,664.49	1,040.47	461.59
结转比例	86.02%	91.04%	82.49%

注：2022 年期后结转和使用金额统计到 2023 年 5 月 31 日。

由上表可知，公司各期末存货的期后销售情况良好，期末备货水平合理。报告期各期末，公司存货与资产总额的比例及存货周转率情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
存货账面价值	5,099.71	2,695.16	1,192.85
资产总额	21,283.80	15,185.45	12,358.79
存货占资产总额比例	23.96%	17.75%	9.65%
存货周转率	2.66	3.74	3.93

报告期各期末，存货账面价值占资产总额的比例分别为 9.65%、17.75% 和 23.96%，随着业务规模不断扩大，公司存货占各期末总资产比例不断提高。最近三年，公司存货周转率分别为 3.93 次、3.74 次和 2.66 次，总体呈下降趋势，主要系 2022 年末存货账面价值大幅增长引起。

四、合同履约成本的具体情况。请发行人：①结合《企业会计准则第 14 号——收入》中关于合同履约成本确认为资产的条件，逐条说明公司合同履约成本是否符合资产确认条件、会计处理是否规范、金额归集是否准确。②补充说明各期合同履约成本对应的主要项目情况，包括项目预算、签订时间、开工时间、已发生成本、完工进度等，并说明是否存在延迟结转存货成本的情形。③补充说明合同履约成本的成本构成情况，说明成本中项目人员工时费、项目奖金、各类其他费用的具体归集方法，各期成本、费用的归集和确认是否准确，与各项目实际支出是否匹配，对应内控措施是否完整有效

(一) 结合《企业会计准则第 14 号——收入》中关于合同履约成本确认为资产的条件，逐条说明公司合同履约成本是否符合资产确认条件、会计处理是否规范、金额归集是否准确

1、结合《企业会计准则第 14 号——收入》中关于合同履约成本确认为资产的条件，逐条说明公司合同履约成本是否符合资产确认条件

根据《企业会计准则第 14 号——收入》(2017 年修订)(以下简称新收入准则)第二十六条规定：企业为履行合同发生的成本，不属于其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，应当作为合同履约成本确认为一项资产：

- (1) 该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。与合同直接相关的成本包括直接人工、直接材料、制造费用(或类似费用)、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；
- (2) 该成本增加了企业未来用于履行履约义务的资源；
- (3) 该成本预期能够收回。

公司因履行该合同发生的发出商品销售运费成本，系公司用于履行履约义务的资产，成本预期能够收回。综上，公司发生的成本符合新收入准则中关于合同履约成本确认为资产的条件。

2、会计处理是否规范、金额归集是否准确

上述合同履约成本系产品交付客户前发生的成本，属于履行合同过程中发生的成本，并且由于该产品尚未交付及确认收入，故相关成本于发生时确认为资产列示在合同履约成本项目，并于项目收入确认时结转至营业成本，符合《企业会计准则》的规定，会计处理规范。合同履约成本为 2022 年末发出商品对应的销售运费成本，合同履约成本金额归集准确。

(二) 补充说明各期合同履约成本对应的主要项目情况，包括项目预算、签订时间、开工时间、已发生成本、完工进度等，并说明是否存在延迟结转存货成本的情形

鉴于 2022 年末发出商品金额较大，发行人将 2,465.82 万元发出商品对应的 40.40 万元销售运费成本计入存货合同履约成本中，发行人不存在延迟结转存货成本的情形。

(三) 补充说明合同履约成本的成本构成情况，说明成本中项目人员工时费、项目奖金、各类其他费用的具体归集方法，各期成本、费用的归集和确认是否准确，与各项目实际支出是否匹配，对应内控措施是否完整有效

2022 年末发行人合同履约成本均为发出商品对应的销售运费成本，费用归

集和确认准确，与发出商品发货情况匹配，对应内控措施完整有效。

五、存货盘点及跌价准备计提的充分性。请发行人：①说明报告期各期末对各存货项目尤其是发出商品进行盘点的情况，包括盘点范围、盘点方法、地点、品种、金额、比例等，说明执行盘点的部门与人员、是否存在账实差异及处理结果。②说明报告期内发行人产品是否存在退换货、质量纠纷等情况，如是，说明具体情况及解决措施。③补充说明报告期各期原材料、在产品、库存商品、发出商品的库龄情况，是否有具体订单对应，结合在手订单、库龄1年以上存货的具体情况、期后存货结转和使用情况。④分析说明报告期各期末各类别存货跌价准备的具体测算过程，包括但不限于可变现净值的确认依据、相应减值测算过程，对库龄1年以上存货计提跌价准备的情况，说明计提存货跌价准备是否充分

(一) 说明报告期各期末对各存货项目尤其是发出商品进行盘点的情况，包括盘点范围、盘点方法、地点、品种、金额、比例等，说明执行盘点的部门与人员、是否存在账实差异及处理结果

1、盘点实施情况

公司存货的盘存制度为永续盘存制。仓库管理人员不定期对存货进行盘点，将盘点数量与存货系统数量进行核对，确保存货数量准确。资产负债表日，财务部发起期末存货盘点，由财务部制定盘点计划，并提交财务部负责人审批。盘点差异经过审批后，财务部会将实际盘点数输入系统，并汇总所有差异金额后在ERP系统中进行相应账务调整。

报告期各期末，各存货项目的盘点实施情况如下：

- (1) 盘点范围：原材料、在产品、库存商品、发出商品。
- (2) 盘点方法：从账到实物、实物到账盘点。原材料称重、计数；在产品计数；库存商品计数；发出商品计数。
- (3) 盘点地点：公司所有仓库、车间以及部分发出商品存放地。

2、公司各类存货自盘金额及比例

报告期各期末，公司各类存货自盘金额及比例如下：

单位：万元

存货项目	2022年			2021年			2020年		
	账面余额	盘点金额	盘点比例	账面余额	盘点金额	盘点比例	账面余额	盘点金额	盘点比例
原材料	1,211.55	831.33	68.62%	1,045.78	747.33	71.46%	608.79	373.68	61.38%
在途物资	3.02	-	-	7.15	-	-	-	-	-
在产品	941.21	828.20	87.99%	666.82	279.06	41.85%	180.58	86.83	48.08%
库存商品	631.55	478.31	75.74%	663.75	517.23	77.93%	363.90	282.64	77.67%
发出商品	2,465.82	759.59	30.80%	479.07	-	-	195.68	-	-
合同履约成本	40.40	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	5,293.54	2,897.42	54.74%	2,862.56	1,543.63	53.92%	1,348.95	743.14	55.09%

公司建立了较为完善的存货盘点制度，各期末盘点情况良好，盘点结果与账面记录不存在重大差异。

3、发出商品盘点

由于公司期末的发出商品已由客户入库，实施现场全盘存在一定难度，公司现场盘点情况如下：

2022 年期末发行人发出商品总金额为 2,465.82 万元，发行人同保荐机构、申报会计师对青海泰丰先行锂能科技有限公司和江阴高达输送机械科技有限公司项目地发出商品进行现场盘点，现场盘点比例占 2022 年末发出商品账面余额的 30.80%，盘点情况良好，盘点结果与账面记录不存在差异。

（二）说明报告期内发行人产品是否存在退换货、质量纠纷等情况，如是，说明具体情况及解决措施

报告期各期，公司存在少量退换货情况，具体金额如下：

单位：万元

年度	主营业务收入	退货金额	退货率	换货金额	换货率
2022 年	16,765.16	6.85	0.04%	20.55	0.12%
2021 年	11,825.61	0.09	0.00%	3.66	0.03%
2020 年	7,702.18	1.42	0.02%	-	-

报告期内，公司存在少量退换货情况，主要系产品外观破损等因素所致。公司退换货金额较小，对经营业绩影响较小，不存在因质量问题引起的纠纷或诉讼的情形。

(三) 补充说明报告期各期原材料、在产品、库存商品、发出商品的库龄情况，是否有具体订单对应，结合在手订单、库龄 1 年以上存货的具体情况、期后存货结转和使用情况

1、补充说明报告期各期原材料、在产品、库存商品、发出商品的库龄情况，是否有具体订单对应

报告期各期末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

2022 年末			
项目	账面余额	一年以内	一年以上
原材料	1,211.55	931.35	280.20
在途物资	3.02	3.02	-
在产品	941.21	941.21	-
库存商品	631.55	529.20	102.35
发出商品	2,465.82	2,465.82	-
合同履约成本	40.40	40.40	-
合计	5,293.54	4,911.00	382.55
2021 年末			
项目	账面余额	一年以内	一年以上
原材料	1,045.78	815.94	229.84
在途物资	7.15	7.15	-
在产品	666.82	666.82	-
库存商品	663.75	565.76	97.99
发出商品	479.07	479.07	-
合计	2,862.56	2,534.73	327.83
2020 年末			
项目	账面余额	一年以内	一年以上
原材料	608.79	374.50	234.29
在产品	180.58	180.58	-
库存商品	363.90	325.53	38.37
发出商品	195.68	195.68	-
合计	1,348.95	1,076.29	272.66

报告期各期末，公司库龄 1 年以内存货的账面余额占期末存货账面余额的比

例分别为 79.79%、88.55% 和 92.77%，公司存货整体库龄结构得到改善。报告期内 1 年以上的原材料账面金额保持稳定，而 2020 年发行人存货账面余额较小，导致库龄 1 年以上的原材料占比比较大。

报告期各期末，公司存货具体订单对应情况详见本回复之“三/（三）/1、存货中订单产品与非订单产品的具体情况”。

2、结合在手订单、库龄 1 年以上存货的具体情况、期后存货结转和使用情况

（1）报告各期末在手订单情况

报告期各期末，公司各期末在手订单情况具体详见本回复之“四/（一）/6、在手订单”。

（2）库龄 1 年以上存货的具体情况、期后存货结转和使用情况

单位：万元

库龄	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
一年以内	4,911.00	92.77%	2,534.73	88.55%	1,076.29	79.79%
一年以上	382.55	7.23%	327.83	11.45%	272.66	20.21%
合计	5,293.54	100.00%	2,862.56	100.00%	1,348.95	100.00%

库龄 1 年以上存货期后结转和使用情况如下：

单位：万元

库龄	2022 年末	2021 年末	2020 年末
存货 1 年以上库龄余额	382.55	327.83	272.66
下一年结转和使用金额	35.05	65.89	76.38
下一年结转和使用的比例	9.16%	20.10%	28.01%

注：2022 年结转和使用金额统计到 2023 年 5 月 31 日。

公司库龄 1 年以上的存货在报告期各期的期末余额分别为 272.66 万元、327.83 万元和 382.55 万元，每年的结转率分别为 28.01%、20.10% 和 9.16%。

（四）分析说明报告期各期末各类别存货跌价准备的具体测算过程，包括但不限于可变现净值的确认依据、相应减值测算过程，对库龄 1 年以上存货计提跌价准备的情况，说明计提存货跌价准备是否充分

报告期各期末，公司存货跌价准备构成情况如下：

单位：万元

年度	项目	账面余额	存货跌价准备	账面价值
2022/12/31	原材料	1,211.55	87.64	1,123.91
	在产品	941.21	-	941.21
	库存商品	631.55	106.19	525.36
	发出商品	2,465.82	-	2,465.82
	在途物资	3.02	-	3.02
	合同履约成本	40.40	-	40.40
	合计	5,293.54	193.83	5,099.71
2021/12/31	原材料	1,045.78	75.78	970.00
	在产品	666.82	-	666.82
	库存商品	663.75	91.62	572.13
	发出商品	479.07	-	479.07
	在途物资	7.15	-	7.15
	合计	2,862.56	167.40	2,695.16
2020/12/31	原材料	608.79	62.87	545.92
	在产品	180.58	-	180.58
	库存商品	363.90	93.22	270.67
	发出商品	195.68	-	195.68
	在途物资	-	-	-
	合计	1,348.95	156.10	1,192.85

报告期内，发行人严格按照《企业会计准则》的规定，在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

根据上述规定，报告期，发行人的部分原材料和库存商品存在跌价的风险，并计提了存货跌价准备。各类别存货跌价准备可变现净值的确认依据、具体测算过程如下：

项目	存货跌价准备计提方法
原材料、在产品	需要经过加工的原材料、在产品，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。
库存商品、发出商品	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。

为执行销售合同/劳务合同而持有的存货	以合同价格为基础计算,若持有的存货数量多于销售合同订购数量的,超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。
--------------------	---

报告期各期末,公司对原材料、在产品、库存商品和发出商品等各类别存货进行了减值测试,具体情况如下:

1、公司原材料主要以公司主要原材料永磁材料、钢材和零部件为主,采购单价受材料下单批量和交期的影响较大,一般采购时会根据当前订单需求数量及主要客户的预计订单需求数量备库,常用的规格材料也会在采购时考虑一定的备库量,适当保存不存在变质而影响使用的问题。发行人根据未来可变现净值测算并计提原材料跌价准备。对于库龄1年以上且1年内无采购无领用的原材料,预计未来被领用可能性小且可变现净值为零的部分,全额计提跌价;由于永磁材料在宁波及周边存在活跃的废料交易市场,根据其市场价值估计可变现净值测试并计提存货跌价准备。

2、公司在产品用于加工成产成品,以其所生产的产成品的估计售价或合同价减去其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,若账面余额高于可变现净值则计提跌价准备。由于期末在产品库龄正常、周转较快、在手订单覆盖率高,经测算,公司在产品未发生减值,故未计提存货跌价准备。

3、公司库存商品根据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,若账面余额高于可变现净值则计提跌价准备。库存商品基本为客户定制件,发行人在生产时通常会在客户订货数量的基础上增加几个产品以备产出残次品进行替换,或用于打样销售;对于期末库龄一年以上且当年无出入库的库存商品,因尚无明确订单,且预计未来取得现金流入的可能性小,全额计提存货跌价准备。

4、公司发出商品在手订单率均有合同订单覆盖,不存在需计提减值准备的情形。

综上,公司存货跌价准备计提合理、充分。

【申报会计师回复】

(一) 核查程序

申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、针对供应商的具体情况，申报会计师主要执行了如下核查程序

(1) 对公司主要供应商进行实地走访并结合网络查询，核查发行人供应商基本情况、业务规模、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式、交易数据等，核查发行人与供应商之间是否存在关联关系、利益输送和其他利益安排。对供应商的访谈和函证金额及比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈金额	8,124.91	6,855.17	3,396.25
回函金额	9,920.23	6,876.07	3,455.41
采购金额	11,664.08	8,083.10	4,264.48
访谈金额占采购比例	69.66%	84.81%	79.64%
回函金额占采购比例	85.05%	85.07%	81.03%

(2) 访谈发行人相关人员，了解报告期内主要供应商变化原因、同种原材料不同供应商之间价格差异情况；了解是否存在专门向发行人进行销售的供应商，是否存在经销商性质的供应商，是否存在成立时间较短即成为发行人供应商的情形；

(3) 访谈主要原材料供应商了解与发行人合作情况、了解发行人采购占其同类产品销售的占比情况；查阅主要原材料供应商相关合同执行情况；

(4) 分析主要原材料的采购量、耗用量、结转量与发行人产量、销量、存货之间的配比关系，与理论上主要原材料投入产出比是否存在差异；

(5) 访谈研发总监，了解发行人的产品工艺流程、生产过程和产品物料材料构成情况，了解报告期内永磁材料大幅涨价的情形下采购占比逐年下降的原因；

(6) 取得并查阅实际控制人转让供应商股权的《股权转让协议》《股权转让协议书》，股权转让价款相关资金流水及完税证明；获取招宝磁业、金坦磁业的全套工商信息资料，确认相关股权转让是否真实有效；

(7) 获取发行人报告期与招宝磁业、金坦磁业的交易明细，包括但不限于交易总额、交易内容，比较发行人在转让供应商股权前后与其交易是否存在较大差异情形；

(8) 对发行人实际控制人及招宝磁业、金坦磁业大股东进行访谈，了解持有供应商股权的原因及合理性，以及进行股权转让的原因；

(9) 获取公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员等关键人员的个人银行流水及相关资料，对该供应商进行函证、访谈，并获取其出具的《无关联关系承诺函》。

2、针对原材料价格大幅上升的风险，申报会计师主要执行了如下核查程序

(1) 查阅发行人财务 ERP、采购数据、原材料市场价格、供应商明细等；分物料种类、供应商类型、采购时间对比发行人的采购价格是否存在异常情况；

(2) 结合市场情况，分析原材料价格变动情况并结合成本变动进行分析，访谈采购及销售负责人，结合客户及供应商访谈了解价格传导机制及发行人应对原材料价格上涨的措施。

3、针对报告期末原材料、发出商品金额大幅提高的原因，申报会计师主要执行了如下核查程序

(1) 访谈发行人相关人员，了解发行人生产管理方式，了解发行人存货采购周期、生产周期、交货周期及备货政策等，询问各类存货金额变化的原因；

(2) 对报告期末各期末发出商品进行函证，核对出库单以及期后确认收入金额和比例等情况，确定发出商品真实性；取得发出商品对应的销售合同并了解发行人有关发出商品的相关内控措施；

(3) 获取报告期各期末公司在手订单情况、期后销售情况，与存货进行匹配；计算存货占总资产比例及存货周转率情况，分析存货变动是否与业务发展相匹配。

4、针对合同履约成本的具体情况，申报会计师主要执行了如下核查程序

(1) 结合《企业会计准则第 14 号——收入》中关于合同履约成本确认为资产的条件，分析发行人合同履约成本是否符合资产确认条件、会计处理是否规范、金额归集是否准确；

(2) 获取合同履约成本构成明细，了解是否存在延迟结转存货成本的情形，各期成本、费用的归集和确认是否准确，对应内控措施是否完整有效。

5、针对存货盘点及跌价准备计提的充分性，申报会计师主要执行了如下核查程序

- (1) 对发行人主要存货进行监盘，了解发行人存货状况、数量、金额等，了解差异原因，分析发行人存货的真实性、准确性和完整性；
- (2) 获得发行人报告期内退换货清单，查阅发行人销售合同，分析退换货的合理性及依据；
- (3) 对发行人主要客户进行访谈，了解业务合作退换货情况、是否存在纠纷或诉讼等情形；
- (4) 了解发行人的存货跌价准备计提政策，评价管理层关于存货跌价准备计提方法的合理性，了解和评价发行人管理层关于存货跌价准备相关内部控制有效性，复核报告期各期末存货减值测试的过程，判断确认可变现净值相关的估计售价、销售税费是否合理；
- (5) 获取发行人各期末存货的库龄清单，结合产品的状况，对库龄执行了分析性程序以判断计提的存货跌价准备是否充分、合理。

6、针对发行人原材料、库存商品、发出商品执行的核查程序

- (1) 报告期各期末，申报会计师对发行人的存货盘点进行了监盘，具体包括了解发行人存货管理制度、盘点计划，全程参与存货盘点过程。

申报会计师参与执行存货监盘程序的具体情况如下：

项目	2022 年期末	2021 年期末	2020 年期末
监盘时间	2022 年 12 月 30 日； 2023 年 2 月 15 日； 2023 年 2 月 28 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
监盘范围	原材料、在产品、库存商品、发出商品		
监盘方法	从账到实物、实物到账双向盘点。原材料称重、计数；在产品计数；库存商品计数；发出商品计数		
监盘地点	公司所有仓库、车间以及部分发出商品存放地		
监盘程序	1、了解发行人存货盘点制度、相关的内部控制制度和管理层用以记录与控制存货盘点结果的指令和程序，评价其执行情况的有效性；2、获取发行人年末盘点计划，了解存货的内容、存放地点、盘点时间、盘点人员及监盘人员等，评价发行人盘点工作安排是否合理，盘点的范围是否已涵盖已获悉的全部存放地点；3、获取存货盘点表，观察存货盘点表是否系从仓库管理系统中导出生成；安排相应的监盘人员，并编制相关的监盘计划；4、在		

项目	2022年期末	2021年期末	2020年期末
	盘点前观察盘点现场,观察存货是否已按存货的型号、规格摆放整齐,存货是否有盘点标识;关注存货是否已经停止流动;对未纳入盘点范围的存货,查明未纳入的原因;5、执行监盘,监盘时:(1)观察发行人盘点人员是否按照盘点计划执行盘点,有无遗漏盘点范围,确定盘点人员是否准确地记录存货的数量和状况,观察盘点过程中是否存在存货移动的情况,防止遗漏或重复盘点;(2)关注存货的状况,是否存在破损、陈旧、残次等情况;(3)以抽样的方法进行双向监盘程序,即从存货盘点表中选取项目追查至存货实物,再从存货实物核查至存货盘点表,并随机抽取样本进行开箱检查核对,确认盘点记录的准确性和完整性;6、监盘后,收集所有经盘点人员签字确认的盘点表,对于盘点过程中发现的差异,现场查明原因,获取相关资料,判断是否涉及账务调整。		
监盘人员	申报会计师	申报会计师	申报会计师
监盘金额	2,897.42	1,543.63	743.14
账面余额	5,293.54	2,862.56	1,348.95
监盘比例	54.74%	53.92%	55.09%
监盘结果	监盘结果与发行人账面记录一致无重大差异		

(2) 申报会计师对发出商品执行函证程序,对报告期各期末发出商品执行函证程序具体情况如下:

单位: 万元

项目	2022年末	2021年末	2020年末
发出商品余额	2,465.82	479.07	195.68
发函金额	2,101.70	394.87	76.82
发函比例	85.23%	82.42%	39.26%
回函金额	1,905.38	280.71	14.42
回函比例	77.27%	58.59%	7.37%

(3) 申报会计师对发出商品执行期后测试,对 2022 年末主要客户发出商品执行期后测试具体情况如下:

单位: 万元

客户名称	产品种类	金额	占比	截至2023年5月31日销售确认情况
青海泰丰先行锂能科技有限公司	磁力过滤设备	511.22	20.73%	全部确认
琥崧科技集团股份有限公司	磁力过滤设备	476.42	19.32%	全部确认
江阴市高达输送机械科技有限公司	磁力过滤设备	248.37	10.07%	全部确认
浙江时代锂电材料有限公司	磁力过滤设备	211.95	8.60%	部分确认
鲁北万润智慧能源科技(山东)有限公司	磁力过滤设备	143.23	5.81%	全部确认
小计		1,591.19	64.53%	

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人主要原材料供应商采购金额、次序变动原因合理，符合发行人生产采购实际情况；报告期内，发行人原材料种类、型号、规格众多，不同型号、规格原材料价格差异较大，不存在直接可比性；发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比较小，不存在专门向发行人进行销售的供应商，不存在经销商性质的供应商，不存在成立时间较短即成为发行人供应商的情形；主要原材料的采购量、耗用量、结转量与发行人产量、销量、存货之间配比，永磁材料大幅涨价的情形下采购占比逐年下降存在合理性；该股权转让事项均已履行了必要的法律程序，双方已签署了股权转让协议，定价公允，价款已支付完毕且办理完毕工商变更登记手续，股权转让真实有效。在实际控制人进行股权转让前后，发行人向招宝磁业、金坦磁业采购钕铁硼磁钢的平均单价存在一定差异，主要原因系报告期内钕铁硼磁钢大宗商品市场价格波动较大。报告期内，除已在招股说明书“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”中披露的发行人与招宝磁业、金坦磁业存在的关联关系及关联交易外，上述供应商及其关联方与发行人及其关联方不存在其他关联关系，不存在利益输送或其他利益安排，亦不存在资金体外循环、利益输送的情形；

2、报告期内采购各类原材料的价格变动趋势与市场变动趋势一致，采用镨钕合金市场价格、市场钢材综合价格指数能真实反映市场价格的变动趋势，报告期后主要原材料采购价格呈下降趋势；主要原材料永磁材料、钢材等产品价格上涨对生产成本的影响较小，公司不存在原材料价格持续大幅上升的风险，在原材料价格上涨的情形下可以向下游客户传导，发行人存在应对原材料价格大幅上涨的相关措施，不存在不能获取原材料的风险；

3、公司各类存货金额变化系公司业务规模持续扩大，在手订单量不断增长，报告期各期末公司发出商品、在产品和原材料账面价值均出现较大幅增长；公司已建立了与存货相关的内部控制制度，其中包括与发出商品相关的内控措施，发出商品后至确认收入前发行人对商品保持持续控制权，若在此期间出现毁损等情况，由发行人承担全部损失。但因客户保管导致的发出商品毁损、灭失的，发行人享有向客户追偿的权利；存货中订单产品覆盖率处于较高水平，公司各期末存

货与当期末在手订单相匹配，各期末备货水平合理，存货占资产总额比例以及存货周转率变动与业务发展相匹配；

4、公司因履行该合同发生的发出商品销售运费成本，系公司用于履行履约义务的资产，成本预期能够收回。公司发生的成本符合新收入准则中关于合同履约成本确认为资产的条件；鉴于 2022 年末发出商品金额较大，发行人将 2,465.82 万元发出商品对应的 40.40 万元销售运费成本计入存货合同履约成本中，发行人不存在延迟结转存货成本的情形；发行人运输费用归集和确认准确，与发出商品发货情况匹配，对应内控措施完整有效；

5、公司存货的盘存制度为永续盘存制。仓库管理人员不定期对存货进行盘点，将盘点数量与存货系统数量进行核对，确保存货数量准确；报告期内，公司存在少量退换货情况，主要系产品外观破损等因素所致。公司退换货金额较小，对经营业绩影响较小，不存在因质量问题引起的纠纷或诉讼的情形；报告期各期原材料、在产品、库存商品、发出商品的库龄情况良好，均有具体订单对应；报告期各期末各类别存货跌价准备的具体测算过程合理准确，报告期各期末存货跌价准备计提充分。

问题 9.应收账款坏账准备计提的充分性

根据申报材料，报告期各期末，应收账款账面余额分别为 1,244.82 万元、1,339.87 万元和 1,775.73 万元，报告期各期计提的应收账款坏账损失分别为 12.20 万元、15.74 万元和 33.05 万元，坏账计提不断增加。

(1)是否利用放宽信用政策来维持业务。请发行人：

①结合报告期内各类收入变化情况，分析说明报告期各期末应收账款按销售模式、客户类型(生产商、贸易商等)的构成情况，以及各类应收账款与对应收入的匹配关系。②补充说明报告期各期末应收账款前十名单位名称、当期回款金额占发行人当期对其销售金额比例、销售内容、信用政策、期末余额、账龄、坏账准备计提情况、期末超出信用期限的金额，说明报告期应收账款前十名单位与销售收入前十大客户的差异原因，分析报告期内是否存在部分客户当期回款金额占发行人当期对其销售金额的比例与当期平均水平及其他报告期该客户回款比例存在明显差异的情形，如存在请解释说明原因。③补充说明报告期内主要产品条线的销售信用政策及变化情况，主要客户信用期限及变更情况，各类客户的信用政策是否得到严格执行，是否存在通过放宽信用政策、加大赊销力度扩大收入情

形。④说明信用期外应收账款的具体情况，各期末逾期应收账款期后收回情况，补充说明报告期内应收账款的逾期标准，信用期外应收账款占比持续升高的原因及合理性，逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，说明结算周期、回款周期是否与同行业存在较大差异，是否存在提前确认收入的情形。⑤补充披露一年以内应收账款的账龄情况，并结合结算政策、逾期情况、实际回款方等说明应收账款前十名经营情况、偿还能力及期后回款情况。⑥说明报告期各期收到信用等级较高及信用等级较低的银行承兑汇票的具体情况，补充说明各期票据背书转让、贴现的比例，说明应收票据贴现的利率、利息费用、贴现对象，应收票据背书转让对象是否均为发行人供应商。

(2)坏账准备计提的充分性。请发行人：①说明账龄 1 年以上款项的主要客户名称、金额、未收回的原因、可回收性及坏账计提充分性。②补充说明应收账款的账龄确定方法，计提坏账准备的具体过程和步骤，坏账准备计提比例的确定依据，与可比公司坏账准备计提政策相比是否存在显著差异。③说明发行人对逾期应收账款是否持续催收，相关客户是否与发行人保持联络，说明上述客户是否存在无法回款的现时风险，对于长期未回款客户是否形成回款计划，针对上述情况的风险防控措施，回收应收账款的内控制度及运行情况，说明应收账款核销的具体依据。④结合发行人所处细分行业环境、市场供求趋势与竞争程度、主要客户的经营情况、信用政策变动以及期后回款等方面，分析说明发行人是否存在客户无法及时支付的回款风险，并结合主要客户经营情况说明坏账准备计提是否充分。

(3)质保金回收风险。报告期末，发行人合同资产余额为 372.33 万元。请发行人：①补充说明质保金的具体情况，包括但不限于主要合同的质保条款，质保要求、质保周期、质保金比例。②结合主要客户、质保金历史回收情况等，分析披露合同资产预计信用损失率的确认依据，报告期内质保金回收情况，是否存在质保金未能按期回收的情形，减值计提是否充分。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查范围、方式及依据；各期末应收账款函证的比例、未回函的比例和原因，替代方式及其充分性，分类说明函证调整情形及金额。

【发行人回复】

一、是否利用放宽信用政策来维持业务。请发行人：①结合报告期内各类收入变化情况，分析说明报告期各期末应收账款按销售模式、客户类型（生产

商、贸易商等)的构成情况,以及各类应收账款与对应收入的匹配关系。②补充说明报告期各期末应收账款前十名单位名称、当期回款金额占发行人当期对其销售金额比例、销售内容、信用政策、期末余额、账龄、坏账准备计提情况、期末超出信用期限的金额,说明报告期应收账款前十名单位与销售收入前十大客户的差异原因,分析报告期内是否存在部分客户当期回款金额占发行人当期对其销售金额的比例与当期平均水平及其他报告期该客户回款比例存在明显差异的情形,如存在请解释说明原因。③补充说明报告期内主要产品条线的销售信用政策及变化情况,主要客户信用期限及变更情况,各类客户的信用政策是否得到严格执行,是否存在通过放宽信用政策、加大赊销力度扩大收入情形。④说明信用期外应收账款的具体情况,各期末逾期应收账款期后收回情况,补充说明报告期内应收账款的逾期标准,信用期外应收账款占比持续升高的原因及合理性,逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间,说明结算周期、回款周期是否与同行业存在较大差异,是否存在提前确认收入的情形。⑤补充披露一年以内应收账款的账龄情况,并结合结算政策、逾期情况、实际回款方等说明应收账款前十名经营情况、偿还能力及期后回款情况。⑥说明报告期各期收到信用等级较高及信用等级较低的银行承兑汇票的具体情况,补充说明各期票据背书转让、贴现的比例,说明应收票据贴现的利率、利息费用、贴现对象,应收票据背书转让对象是否均为发行人供应商

(一)结合报告期内各类收入变化情况,分析说明报告期各期末应收账款按销售模式、客户类型(生产商、贸易商等)的构成情况,以及各类应收账款与对应收入的匹配关系

报告期各期,公司内销/外销应收账款余额及对应收入情况如下:

单位:万元

销售区域	项目	2022年12月31日/2022年度	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度
境内	应收账款余额	1,308.21	1,148.28	695.12
	主营业务收入	12,726.09	7,938.15	3,695.40
	应收账款余额占境内主营业务收入比例	10.28%	14.47%	18.81%
境外	应收账款余额	594.36	289.35	647.43
	主营业务收入	4,039.07	3,887.46	4,006.78

销售区域	项目	2022年12月31日/2022年度	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度
	应收账款余额占境外主营业务收入比例	14.72%	7.44%	16.16%

报告期各期，公司境内销售形成的应收账款余额占当期境内主营业务收入的比例分别为 18.81%、14.47% 和 10.28%，比例整体保持较低水平，且报告期逐年下降，主要系公司收入规模增加，而结算周期未发生重大变化；公司境外销售形成的应收账款余额占当期境外主营业务收入的比例分别为 16.16%、7.44% 和 14.72%，比例整体保持较低水平，其中 2021 年较低主要系 2021 年外销销售主要集中于期中，且相关应收账款已于期内回款，第四季度外销收入占比较低，对应客户应收账款余额较小，进而导致当期外销应收账款余额/外销收入比较低。

报告期各期各客户类型应收账款余额与对应收入情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2022年12月31日/2022年度	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度
直销	应收账款余额	1,807.40	1,280.21	1,224.28
	主营业务收入	14,496.73	9,661.41	5,645.64
	应收账款余额占主营业务收入中直销收入比例	12.47%	13.25%	21.69%
贸易商	应收账款余额	95.17	157.42	118.27
	主营业务收入	2,268.43	2,164.20	2,056.54
	应收账款余额占主营业务收入中贸易商收入比例	4.20%	7.27%	5.75%

报告期各期，公司直销销售形成的应收账款余额占当期主营业务收入中直销收入的比例分别为 21.69%、13.25% 和 12.47%，比例整体保持较低水平，且报告期逐年下降，主要系公司收入规模增加，而结算周期未发生重大变化；公司贸易商销售形成的应收账款余额占当期主营业务收入中贸易商收入的比例分别为 5.75%、7.27% 和 4.20%，比例整体保持较低水平，其中 2021 年比例较高主要系 2021 年贸易商 KHP-Magnetexpert 订单集中于期末所致。该客户应收账款期末余额为 63.76 万元，其信用政策为到货后 2 个月付款，上述应收账款于 2022 年 3 月全部收回，结合海运时效性，回款周期与信用政策较为吻合。

综上所述，公司按销售模式和客户类型分别统计的应收账款余额占当期主营

业务收入中各模式和各客户类型销售收入比例总体保持较低水平且整体呈下降趋势，与公司实际销售情况相符，公司销售收入回款良好，各类应收账款期末余额与收入存在匹配关系。

（二）补充说明报告期各期末应收账款前十名单位名称、当期回款金额占发行人当期对其销售金额比例、销售内容、信用政策、期末余额、账龄、坏账准备计提情况、期末超出信用期限的金额，说明报告期应收账款前十名单位与销售收入前十大客户的差异原因，分析报告期内是否存在部分客户当期回款金额占发行人当期对其销售金额的比例与当期平均水平及其他报告期该客户回款比例存在明显差异的情形，如存在请解释说明原因。

1、补充说明报告期各期末应收账款前十名单位名称、当期回款金额占发行人当期对其销售金额比例、销售内容、信用政策、期末余额、账龄、坏账准备计提情况、期末超出信用期限的金额

2022 年期末，公司应收账款前十名情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	销售收入 (含税)	当期回款	回款占 当期收 入比例	应收账 款余额	坏账准 备金额	账龄	信用政策	期末超 出信用 期限的 金额
1	BUNTING MAGNETICS CO	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品及其他	1,493.55	1,283.86	85.96%	385.80	19.29	1 年 以内	货到后一个月付款	69.66
2	苏州锦艺新材料科技股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	179.80	93.89	52.22%	102.41	5.12	1 年 以内	预收 50%+货到验收合格 40%+尾款 10%	52.93
3	扬州迈尔机械科技有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	461.83	430.46	93.21%	82.60	4.13	1 年 以内	预收 30%+货前 70%	-
4	深圳市尚水智能股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	284.38	256.75	90.28%	71.13	3.56	1 年 以内	货到后 2 个月付款	-
5	上海威泽尔机械设备制造有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	194.94	112.72	57.82%	65.12	3.26	1 年 以内	预收 30%+货前 70%	65.12
6	宁波容百新能源科技股份有限公司	磁力过滤设备	178.29	42.23	23.69%	62.00	3.10	1 年 以内	预收 30%+ 货前 60%+尾款 10%	62.00
7	广西中伟新能源科技有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	477.35	437.51	91.65%	54.98	2.75	1 年 以内	货到后一个月付款	-
8	Bunting Magnetics Europe	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品及其他	151.39	126.88	83.81%	52.99	2.65	1 年 以内	货到后一个月付款	29.81
9	江苏道金智能装备股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	180.21	142.96	79.33%	44.79	2.24	1 年 以内	货到付全款，6 个月银行承兑汇票	44.79

序号	客户名称	销售内容	销售收入 (含税)	当期回款	回款占 当期收 入比例	应收账 款余额	坏账准 备金额	账龄	信用政策	期末超 出信用 期限的 金额
10	卡勒汽车部件(宁波)有限公司	厂房出租	90.20	45.54	50.49%	44.66	2.23	1年 以内	每年6月、12月支付 上下半年租金	44.66
合计			3,691.94	2,972.80	80.52%	966.48	48.33			368.97

注：应收账款余额前十大客户按法人主体统计，未按同一控制下合并口径统计，下同。

2021年期末，公司应收账款前十名情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	销售收入 (含税)	当期回款	回款占 当期收 入比例	应收账 款余额	坏账 准备 金额	账龄	信用政策	期末超 出信用 期限的 金额
1	惠州市贏合科技有限公司	磁选棒	268.63	144.44	53.77%	127.34	6.37	1年 以内	对账完毕票到月结 120 天	104.40
2	BUNTING MAGNETICS CO	磁力过滤设备、磁选 棒、吸重产品及其他	790.80	776.51	98.19%	111.17	5.56	1年 以内	货到后一个月付款	21.35
3	无锡理奇智能装备有限公司	磁力过滤设备、磁选 棒	289.25	194.84	67.36%	108.40	5.42	1年 以内	月结 30 天	0.51
4	琥崧科技集团股份有限公 司	磁力过滤设备	221.00	151.03	68.35%	69.97	3.50	1年 以内	预收 30%+货前 60%+质 保一年 10%	2.60
5	KHP-Magnetexpert	吸重产品	134.96	71.36	52.87%	63.76	3.19	1年 以内	货到后 2 个月付款	-
6	金能化学(青岛)有限公司	-	-	-	-	53.12	10.62	2年 以内	预收 30%+货前 30%+验 收 30%+质保金 10%	53.12
7	扬州迈尔机械科技有限公 司	磁力过滤设备、磁选	75.12	130.17	74.33%	51.23	2.56	1年	预收 30%+货前 70%	-

序号	客户名称	销售内容	销售收入 (含税)	当期回款	回款占 当期收 入比例	应收账 款余额	坏账 准备 金额	账龄	信用政策	期末超 出信用 期限的 金额
	司	棒						以内		
8	深圳市尚水智能股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	227.40	210.03	92.36%	43.52	2.18	1年 以内	货到后2个月付款	-
9	COOPER CAPRI SAS	磁力过滤设备、吸重产品	239.07	264.30	110.55%	40.46	2.02	1年 以内	货到后一个月付款	-
10	成都融捷锂业科技有限公司	磁力过滤设备	190.00	132.14	69.55%	38.87	1.94	1年 以内	预收30%+货前40%+验收(6个月)20%+尾款10%	-
合计			2,536.23	2,074.82	81.84%	707.84	43.36			181.98

2020年期末，公司应收账款前十名情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	销售收入 (含税)	当期回款	回款占 当期收 入比例	应收账 款余额	坏账准 备金额	账龄	信用政策	期末超 出信用 期限的 金额
1	Bunting Magnetics Europe	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品及其他	872.31	818.06	93.78%	360.84	18.04	1年 以内	货到后一个月付款	3.19
2	宁德时代新能源科技股份有限公司	磁选棒	145.22	44.04	30.33%	102.24	5.11	1年 以内	预收30%+余款货到月结90天	-
3	BUNTING MAGNETICS CO	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品及其他	605.09	722.09	119.34%	86.20	4.31	1年 以内	货到后一个月付款	-
4	MAGNETEC JAPAN LTD	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	287.30	253.34	88.18%	65.97	3.30	1年 以内	货到后一个月付款	-

序号	客户名称	销售内容	销售收入 (含税)	当期回款	回款占 当期收 入比例	应收账 款余额	坏账准 备金额	账龄	信用政策	期末超 出信用 期限的 金额
5	宁波容百新能源科技股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	28.59	17.99	62.92%	56.76	7.10	2年以内	预收 30%+货前 60%+尾款 10%	47.11
6	COOPER CAPRI SAS	磁力过滤设备、吸重产品	195.74	157.61	80.52%	54.42	2.72	1年以内	货到后一个月付款	-
7	金能化学(青岛)有限公司	磁力过滤设备	132.80	79.68	60.00%	53.12	2.66	1年以内	预收 30%+货前 30%+验收 30%+质保金 10%	-
8	广东凯金新能源科技股份有限公司	磁力过滤设备	50.00	15.00	30.00%	35.00	1.75	1年以内	预收 30%+货前 70%	-
9	江西赣锋锂业股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	78.84	47.37	60.08%	29.88	1.49	1年以内	预收 30%+货前 30%+验收(6个月) 30%+质保 10%	5.03
10	深圳市尚水智能股份有限公司	磁力过滤设备、磁选棒	44.36	47.81	107.78%	26.16	1.31	1年以内	货到后2个月付款	-
合计			2,440.25	2,202.99	90.28%	870.59	47.79			55.33

2、说明报告期应收账款前十名单位与销售收入前十大客户的差异原因，分析报告期内是否存在部分客户当期回款金额占发行人当期对其销售金额的比例与当期平均水平及其他报告期该客户回款比例存在明显差异的情形，如存在请解释说明原因

2022年末公司应收账款前十大单位与销售收入前十大客户差异、客户当期回款金额占公司当期对其销售金额的比例与当期平均水平差异情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款期末余额	当期销售金额(含税)	当期回款占当期对其销售金额比例	公司当期平均水平	应收账款余额排名	销售收入排名	回款差异及排名差异分析
1	BUNTING MAGNETICS CO	385.80	1493.55	85.96%	116.93%	1	1	匹配
2	苏州锦艺新材料科技股份有限公司	102.41	179.80	52.22%	116.93%	2	23	基本为12月确认收入
3	扬州迈尔机械科技有限公司	82.60	461.83	93.21%	116.93%	3	3	匹配
4	深圳市尚水智能股份有限公司	71.13	284.38	90.29%	116.93%	4	11	基本匹配
5	上海威泽尔机械设备制造有限公司	65.12	194.94	57.82%	116.93%	5	17	客户付款审批流程复杂，付款延后
6	宁波容百新能源科技股份有限公司	62.00	178.29	23.68%	116.93%	6	18	四季度收入确认金额较大
7	广西中伟新能源科技有限公司	54.98	477.35	91.65%	116.93%	7	2	基本匹配
8	BUNTING MAGNETICS EUROPE LTD	52.99	151.39	83.81%	116.93%	8	26	收入主要确认在9-11月
9	江苏道金智能装备股份有限公司	44.79	180.21	79.33%	116.93%	9	22	客户验收款支付审批流程尚未完成，未支付
10	卡勒汽车部件(宁波)有限公司	44.66	90.20	50.49-	116.93%	10	-	应收租赁款
11	Polymagnet LLC	-	378.66	99.47%	116.93%	-	4	款到发货，应收账款无余额
12	宁德邦普循环科技有限公司	0.17	425.53	67.38%	116.93%	140	5	均为前二季度确认收入，且预收一定比例后发货
13	青岛软控机电工程有限公司	5.00	391.94	97.80%	116.93%	55	6	合同基本为款到发货，应收账款余额系一笔订单尾款
14	琥崧科技集团股份有限公司	-	390.80	271.32%	116.93%	-	7	基本为前三季度确认收入，且预收一定比例后发货

序号	客户名称	应收账款期末余额	当期销售金额(含税)	当期回款占当期对其销售金额比例	公司当期平均水平	应收账款余额排名	销售收入排名	回款差异及排名差异分析
15	BLUE CREEK (THAILAND) CO.,LTD	-	341.81	108.03%	116.93%	-	8	款到发货, 应收账款无余额
16	华友新能源科技(衢州)有限公司	-	304.62	118.50%	116.93%	-	9	客户预收货款比例高
17	常州百利锂电智慧工厂有限公司	-	308.13	128.76%	116.93%	-	10	客户预收货款比例高

2021年末公司应收账款前十大单位与销售收入前十大客户差异、客户当期回款金额占公司当期对其销售金额的比例与当期平均水平差异情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款期末余额	当期销售金额(含税)	当期回款占当期对其销售金额比例	公司当期平均水平	应收账款余额排名	销售收入排名	回款差异及排名差异分析
1	惠州市贏合科技有限公司	127.34	268.63	53.77%	104.98%	1	7	基本匹配
2	BUNTING MAGNETICS CO	111.17	790.80	98.19%	104.98%	2	1	基本匹配
3	无锡理奇智能装备有限公司	108.40	289.25	67.36%	104.98%	3	5	基本匹配
4	琥崧科技集团股份有限公司	69.97	221.00	68.34%	104.98%	4	13	基本为11月和12月确认收入并开票
5	KHP-Magnetexpert	63.76	134.96	52.87%	104.98%	5	24	四季度发货出口, 社会环境因素变化, 船期变更, 目的港清关延误
6	金能化学(青岛)有限公司	53.12	-	-	104.98%	6	-	客户延期付款, 正在催收中
7	扬州迈尔机械科技有限公司	51.23	175.12	74.33%	104.98%	7	18	9-12月确认收入并开票, 客户是月结客户, 定期安

序号	客户名称	应收账款期末余额	当期销售金额(含税)	当期回款占当期对其销售金额比例	公司当期平均水平	应收账款余额排名	销售收入排名	回款差异及排名差异分析
								排付款
8	深圳市尚水智能股份有限公司	43.52	227.40	92.36%	104.98%	8	12	基本匹配
9	COOPER CAPRI SAS	40.46	239.07	110.55%	104.98%	9	6	基本匹配
10	成都融捷锂业科技有限公司	38.87	190.00	69.54%	104.98%	10	15	基本匹配
11	BLUE CREEK (THAILAND) CO.,LTD	-	672.99	102.57%	104.98%	-	2	款到发货, 应收账款无余额
12	BUNTING MAGNETICS EUROPE LTD	21.30	597.85	156.05%	104.98%	18	3	四季度发货确认收入并开票, 部分未到付款期限
13	中伟新材料股份有限公司	8.55	327.10	98.14%	104.98%	39	4	基本为前三季度确认收入, 截至期末已回款
14	Polymagnet LLC	-	233.69	94.25%	104.98%	-	8	款到发货, 应收账款无余额
15	广西中伟新能源科技有限公司	15.14	259.34	94.16%	104.98%	25	9	基本为 10 月底前确认收入, 截至期末已基本回款
16	青岛软控机电工程有限公司	5.00	234.75	99.70%	104.98%	53	10	合同基本为款到发货, 应收账款余额系一笔订单尾款

2020 年末公司应收账款前十大单位与销售收入前十大客户差异、客户当期回款金额占公司当期对其销售金额的比例与当期平均水平差异情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款期末余额	当期销售金额(含税)	当期回款占当期对其销售金额比例	公司当期平均水平	应收账款余额排名	销售收入排名	回款差异及排名差异分析
1	BUNTING MAGNETICS EUROPE LTD	360.84	872.31	93.78%	107.74%	1	1	匹配
2	宁德时代新能源科技股份有限公司	102.24	145.22	30.33%	107.74%	2	9	基本匹配
3	BUNTING MAGNETICS CO	86.20	605.09	119.34%	107.74%	3	2	基本匹配
4	MAGNETEC JAPAN LTD	65.97	287.30	88.18%	107.74%	4	4	匹配
5	宁波容百新能源科技股份有限公司	56.76	28.59	62.93%	107.74%	5	54	本期收入确认集中在12月
6	COOPER CAPRI SAS	54.42	195.74	80.52%	107.74%	6	6	匹配
7	金能化学(青岛)有限公司	53.12	132.8	60.00%	107.74%	7	11	基本匹配
8	广东凯金新能源科技股份有限公司	35.00	50.00	30.00%	107.74%	8	36	本期收入在12月份确认
9	江西赣锋锂业股份有限公司	29.88	78.84	60.09%	107.74%	9	21	本期收入主要确认在三四季度
10	深圳市尚水智能股份有限公司	26.16	44.36	107.80%	107.74%	10	41	收入主要确认在12月
11	Polymagnet LLC	-	316.14	104.31%	107.74%	-	3	款到发货，应收账款无余额
12	UNIVERSAL EXPORTS ELECTRONIK	-	278.36	103.15%	107.74%	-	5	款到发货，应收账款无余额
13	UNEX ENERJİ İC VE DIS TİCARET LIMITED SİRKETİ	-	131.97	213.47%	107.74%	-	7	款到发货，应收账款无余额
14	KHP-Magnetexpert	0.65	129.82	143.78%	107.74%	103	8	本期收入主要确认在前三季度
15	湖南中伟新能源科技有限公司	-	144.01	131.12%	107.74%	-	10	客户预收货款比例高

综上所述，报告期各期，公司应收账款主要客户与营业收入主要客户部分客户基本匹配，部分客户存在差异，主要系 1) 销售收入排名靠后但位列应收账款期末余额前十名主要是因为部分客户基于自身需求，第四季度向公司采购额占比较高所致；2) 应收账款期末余额排名靠后但位列销售收入前十名主要因为部分客户基于自身需求，报告期各期的前期采购额占比较高，截至当期期末已经回款所致，还有部分系款到发货或发货前预收较高比例货款。

(三) 补充说明报告期内主要产品条线的销售信用政策及变化情况, 主要客户信用期限及变更情况, 各类客户的信用政策是否得到严格执行, 是否存在通过放宽信用政策、加大赊销力度扩大收入情形

公司销售信用政策是根据客户业务规模、资信情况、既往合作、知名度等情况确定, 未按照产品条线设定销售信用政策。报告期内, 公司对主要客户的信用政策基本保持一致, 信用政策未发生重大变化。

报告期内, 发行人应收账款余额占营业收入比例情况如下:

单位: 万元

项目	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度
应收账款余额	1,902.57	1,437.63	1,342.55
营业收入	16,881.37	11,927.25	7,827.42
应收账款余额占营业收入 比例	11.27%	12.05%	17.15%

报告期各期末, 公司应收账款余额分别为 1,342.55 万元、1,437.63 万元和 1,902.57 万元, 占营业收入的比例分别为 17.15%、12.05% 和 11.27%, 应收账款余额占营业收入比例较低, 且逐年降低。

报告期内, 发行人应收账款账龄情况如下:

单位: 万元

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1 年以内	1,797.12	94.46%	1,342.45	93.38%	1,216.71	90.63%
1 至 2 年	77.23	4.06%	67.74	4.71%	93.53	6.97%
2 至 3 年	13.38	0.70%	20.71	1.44%	28.25	2.10%
3 年以上	14.85	0.78%	6.74	0.47%	4.06	0.30%
合计	1,902.57	100.00%	1,437.63	100.00%	1,342.55	100.00%

报告期各期末, 公司应收账款账龄主要集中在 1 年以内, 1 年以内应收账款占比分别为 90.63%、93.38% 和 94.46%, 1 年以内应收账款占比较高, 且逐年提高, 公司销售回款良好, 整体账龄结构较为合理。

报告期各期公司主要客户信用政策及其变化情况如下:

序号	客户名称	销售模式	信用政策			变化情况
			2022 年度	2021 年度	2020 年度	
1	BUNTING MAGNETICS EUROPELTD	直销	货到后一个 月付款	货到后一个 月付款	货到后一个 月付款	不存在 变化
2	BUNTING MAGNETICS EUROPELTD	直销	货到后一个 月付款	货到后一个 月付款	货到后一个 月付款	不存在 变化
3	BLUE CREEK (THAILAND) CO.,LTD	贸易商	发货前 100%	发货前 100%	发货前 100%	不存在 变化
4	Polymagnet LLC	贸易商	发货前 100%	发货前 100%	发货前 100%	不存在 变化
5	扬州迈尔机械科技有限公司	直销	预收 30%+货 前 70%	预收 30%+货 前 70%	预收 30%+货 前 70%	不存在 变化
6	青岛软控机电工程有限公司	直销	款到发货	款到发货	款到发货	不存在 变化
7	广西中伟新能源科技有限公司	直销	货到后一个 月付款	货到后一个 月付款	-	不存在 变化
8	Cooper Industries FZE	贸易商	货到后一个 月付款	货到后一个 月付款	货到后一个 月付款	不存在 变化
9	琥崧科技集团股份有限公司	直销	预收 30%+货 前 60%+质保 一年 10%	预收 30%+货 前 60%+质保 一年 10%	-	不存在 变化
10	华友新能源科技（衢州）有限公司	直销	常规订单：货 到后一个月 付款，大额订 单：预收 30%+货前 60%+验收 30 天内 10%	常规订单：货 到后一个月 付款 大额订单：预 收 30%+货前 30%+到货开 票后 30 天内 30%+质保 10%	货到后一个 月付款	基本不 存在变 化

报告期内，公司客户主要分为直销和贸易商模式，根据客户历史合作情况和客户资信情况与客户协商确定信用期，主要客户报告期内信用期基本保持一致。报告期内不同类型客户，分别根据各自的合同约定付款正常执行，除部分客户因内部付款审批周期长、下游客户回款慢等原因存在延期付款外，均按合同或订单约定的信用政策执行，不存在通过放宽信用政策、加大赊销力度扩大收入情形。

规范应收账款日常管理，加快资金周转，落实应收账款责任，有效控制应收账款风险，公司制定了《销售管理标准》。公司每月积极与客户对账催收，若有逾期的情况，公司将进行持续催收，将应收款项回收与销售人员的绩效考核挂钩，增强销售人员催收货款的责任。此外，对于持续未回款的客户，公司将暂停发货直至前述逾期的货款得到有效解决。报告期内，公司销售回款占营业收入的比例

分别为 107.74%、104.98% 和 116.93%，回款覆盖率情况良好，通过对内部制度的严格执行，有效降低了公司坏账损失的风险，公司不存在对客户延长信用期扩大销售的情形。

综上所述，公司销售信用政策是根据客户业务规模、资信情况、既往合作、知名度等情况确定，未按照产品条线设定销售信用政策；公司报告期应收账款余额占营业收入比例较低，且比例逐年降低；公司报告期各期末，1 年以内应收账款占比较高，且比例逐年提高；公司报告期主要客户信用期基本保持一致。公司不存在通过放宽信用政策、加大赊销力度扩大收入情形。

（四）说明信用期外应收账款的具体情况，各期末逾期应收账款期后收回情况，补充说明报告期内应收账款的逾期标准，信用期外应收账款占比持续升高的原因及合理性，逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，说明结算周期、回款周期是否与同行业存在较大差异，是否存在提前确认收入的情形

1、说明信用期外应收账款的具体情况

报告期各期末，公司信用期外应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	1,232.10	64.76%	1,046.86	72.82%	1,146.51	85.40%
信用期外应收账款	670.47	35.24%	390.76	27.18%	196.04	14.60%
合计	1,902.57	100.00%	1,437.63	100.00%	1,342.55	100.00%

2、各期末逾期应收账款期后收回情况

报告期各期末，公司逾期应收款期后收回情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
逾期金额	670.47	390.76	196.04
期后收回金额	463.90	369.99	196.03
期后收回比例	69.19%	94.68%	99.99%

注：报告期各期末逾期应收账款期后收回情况统计截止日为 2023 年 5 月 31 日。

报告期各期末，公司应收账款逾期金额期后回款比例分别为 99.99%、94.68% 和 69.19%，其中 2020 年和 2021 年期末应收账款逾期金额期后回款比例较高，已基本收回，2022 年期末应收账款逾期金额期后回款比例较低主要系回款金额统计时间较短所致。

3、补充说明报告期内应收账款的逾期标准

公司根据不同客户的销售规模、信用状况、合作时间不同，制定的信用政策也存在一定差异。结合各客户信用政策，发行人将超出信用政策的应收账款视为逾期应收账款。

4、信用期外应收账款占比持续升高的原因及合理性

报告期各期末，公司信用期外应收账款余额分别为 196.04 万元、390.76 万元和 670.47 万元，信用期外应收账款余额占比分别为 14.60%、27.18% 和 35.24%，占比逐年有所升高，主要原因为公司销售规模扩大，部分客户内部付款审批流程周期较长，或下游货款收款存在延后，导致货款支付出现延迟，针对信用期外应收账款，公司与客户加强沟通协调，关注客户经营情况及内部付款审批进度，加强应收账款催收工作，公司信用期外应收账款占比持续升高具有合理性。

5、逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间

报告期各期末，公司逾期的应收账款余额分别为 196.04 万元、390.76 万元、670.47 万元，其中逾期金额前十大的客户占比分别为 57.72%、79.39%、69.55%，具体情况如下：

2022 年末，应收账款逾期金额前十大客户的逾期情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收余额	逾期金额	逾期比例	逾期时间	期后回款金额	期后回款比例	预计回款时间	客户资信状况是否出现异常
1	BUNTING MAGNETICS CO	385.8	69.66	18.06%	1 个月	69.66	100.00%	已回款	否
2	上海威泽尔机械设备制造有限公司	65.12	65.12	100.00%	4-11 个月	0.06	0.09%	内部流程审批中，预计三季度	否
3	宁波容百新能源科技股份有限公司	62.00	62.00	100.00%	1-9 个月	43.09	69.50%	内部流程审批中，预计三季度	否
4	苏州锦艺新材料科技股份有限公司	102.41	52.93	51.68%	3-11 个月	52.93	100.00%	已回款	否
5	江苏道金智能装备股份有限公司	44.79	44.79	100.00%	3 个月	32.13	71.73%	内部流程审批中，预计三季度	否
6	卡勒汽车部件（宁波）有限公司	44.66	44.66	100.00%	1 个月	37.33	83.59%	已回款	是
7	宁波力勤资源科技股份有限公司	34.40	34.40	100.00%	9 个月	-	-	内部流程审批中，预计三季度	否
8	湖南长远锂科新能源有限公司	32.74	32.74	100.00%	13 个月	32.74	100.00%	已回款	否
9	荆门市格林美新材料有限公司	30.21	30.21	100.00%	5-11 个月	11.51	38.10%	内部流程审批中，预计三季度	否
10	Bunting Magnetics Europe	52.99	29.81	56.26%	2 个月	29.81	100.00%	已回款	否

序号	客户名称	应收余额	逾期金额	逾期比例	逾期时间	期后回款金额	期后回款比例	预计回款时间	客户资信状况是否出现异常
	合计	855.12	466.32	54.53%		309.26	66.32%		

注：上述“预计回款时间”中“已回款”统计截止日为2023年5月31日。

2021年末，应收账款逾期金额前十大客户的逾期情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收余额	逾期金额	逾期比例	逾期时间	期后回款金额	期后回款比例	预计回款时间	客户资信状况是否出现异常
1	惠州市贏合科技有限公司	127.34	104.40	81.99%	3个月	104.40	100.00%	已回款	否
2	金能化学（青岛）有限公司	53.12	53.12	100.00%	9个月	48.18	90.70%	内部流程审批中，预计三季度	否
3	湖南长远锂科新能源有限公司	32.74	32.74	100.00%	1个月	32.74	100.00%	已回款	否
4	浙江帕瓦新能源股份有限公司	30.96	29.48	95.22%	1个月	29.48	100.00%	已回款	否
5	湖州凯金新能源科技有限公司	21.60	21.60	100.00%	2个月	21.60	100.00%	已回款	否
6	BUNTING MAGNETICS CO	111.17	21.35	19.20%	1-3个月	21.35	100.00%	已回款	否
7	东莞市雅康精密机械有限公司	28.04	20.04	71.47%	1-3个月	20.04	100.00%	已回款	否
8	华陆工程科技有限责任公司	11.28	11.28	100.00%	1个月	11.28	100.00%	已回款	否
9	广西建工集团第二安装建设有限公司	8.72	8.72	100.00%	22个月	8.72	100.00%	已回款	否
10	江西赣锋锂业股份有限公司	10.88	7.48	68.75%	13-16个月	7.48	100.00%	已回款	否
	合计	435.85	310.21	71.17%		305.27	98.41%		

注：上述“预计回款时间”中“已回款”统计截止日为2023年5月31日。

2020 年末，应收账款逾期金额前十大客户的逾期情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收余额	逾期金额	逾期比例	逾期时间	期后回款金额	期后回款比例	预计回款时间	客户资信状况是否出现异常
1	BARRY CALLEBAUT MANUF ACTURING HALLE BVBA	19.51	19.51	100.00%	2-3 个月	19.51	100.00%	已回款	否
2	贵州容百锂电材料有限公司	14.21	14.21	100.00%	16-18 个月	14.21	100.00%	已回款	否
3	河南金永商贸有限公司	14.56	14.12	96.98%	15-29 个月	14.11	99.93%	已基本回款	否
4	苏州微格纳米科技有限公司	13.50	13.50	100.00%	1 个月	13.50	100.00%	已回款	否
5	安徽霏润智能科技有限公司	11.67	11.67	100.00%	4-10 个月	11.67	100.00%	已回款	否
6	衢州华海新能源科技有限公司	9.09	8.86	97.47%	20 个月	8.86	100.00%	已回款	否
7	广西建工集团第二安装建设有限公司	8.72	8.72	100.00%	10 个月	8.72	100.00%	已回款	否
8	河北吉诚新材料有限公司	7.90	7.90	100.00%	1 个月	7.90	100.00%	已回款	否
9	黑龙江伊品生物科技有限公司	7.33	7.33	100.00%	25-29 个月	7.33	100.00%	已回款	否
10	宜春银锂新能源有限责任公司	7.89	7.33	92.90%	11-27 个月	7.33	100.00%	已回款	否
合计		114.38	113.15	98.92%		113.14	99.99%		

注：上述“预计回款时间”中“已回款”统计截止日为 2023 年 5 月 31 日。

由上表可见，2020 年末及 2021 年末公司应收账款逾期金额前十大客户的逾期金额除金能化学（青岛）有限公司 4.94 万元和河南金永商贸有限公司 2.40 元未收回外均已收回。2022 年末，公司逾期应收账款期后回款较少主要系回款金额统计时间较短所致。

综上，公司应收账款逾期主要为短期逾期，且主要逾期客户的 2020 年末和 2021 年末应收账款逾期金额除金能化学（青岛）有限

公司 4.94 万元和河南金永商贸有限公司 2.40 元外均在期后收回。2022 年末，公司逾期应收账款期后回款较少主要系回款金额统计时间较短所致。公司逾期应收账款期后收款情况良好，相关款项无法收回的风险较低。

6、说明结算周期、回款周期是否与同行业存在较大差异，是否存在提前确认收入的情形

公司的信用政策与同行业可比公司对比情况如下：

项目	信用政策
隆基电磁	内销：发货前收取 30%-60%，验收后 6-9 个月内收取 30%-65%，剩余 5%-10%质保期满后收取；对于少部分拟重点开发或重点维护的客户，给予较低的发货前收款比例或先发货后收款的信用政策。外销：因考虑到国际贸易的信用风险，外销信用期更短。对于非安装客户，发货前收取 90%的货款。
华特磁电	未披露相关信息
公司	公司客户收款政策主要为“预收定金-发货款-验收款-质保金”的形式，另外公司根据客户的订单规模、合作程度、商业信用和结算需求以及双方商业谈判的情况，对客户信用政策稍作调整。

报告期各期，公司的应收账款周转率与可比公司的对比如下：

单位：次/年

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
隆基电磁	4.41	5.25	3.39
华特磁电	3.16	3.23	2.38
平均值	3.79	4.24	2.88
公司	10.11	8.58	5.77

报告期内，随着公司营业规模逐渐增加，应收账款回款管理力度逐渐增强，公司应收账款周转速度加快。公司应收账款周转率高于同行业可比公司隆基电磁和华特磁电。

公司应收账款周转率与同行业可比公司的差异主要系公司的产品及应用领域客户不同导致。

公司名称	主要产品	主要应用行业
隆基电磁	工业磁力应用设备，包括磁选机、除铁设备、光伏设备、非铁分选设备等	黑色金属矿山、煤炭、电力、冶金、新能源
华特磁电	工业磁力应用设备，包括低温超导磁力应用装备、磁力除铁器、磁选机和磁力搅拌器系列产品	煤炭、矿山、电力、建材、冶金、港口、环保、医疗等领域
公司	磁力过滤设备，包括各类磁力过滤设备、磁选棒、吸重产品	电子材料、化工、食品、医药等领域

报告期各期，公司信用政策与可比公司不存在重大差异，公司应收账款周转速度高于同行业可比公司，公司不存在提前确认收入的情形。

综上所述，报告期各期，公司应收账款逾期主要为短期逾期，且主要逾期客户的 2020 年末和 2021 年末应收账款逾期金额除金能化学（青岛）有限公司 4.94 万元和河南金永商贸有限公司 2.40 元外均在期后收回。2022 年末公司逾期应收账款期后回款较少主要系回款金额统计时间较短所致。公司逾期应收账款期后收款情况良好，相关款项无法收回的风险较低。信用期外应收账款占比持续升高主要原因为公司销售规模扩大，部分客户内部付款审批流程周期较长，或下游货款收款存在延后，导致货款支付出现延迟，针对信用期外应收账款，公司与客户加强沟通协调，关注客户经营情况及内部付款审批进度，加强应收账款催收工作，公司信用期外应收账款占比持续升高具有合理性。公司信用政策与可比公司不存在重大差异，公司应收账款周转速度高于同行业可比公司，公司不存在提前确认收入的情形。

（五）补充披露一年以内应收账款的账龄情况，并结合结算政策、逾期情况、实际回款方等说明应收账款前十名经营情况、偿还能力及期后回款情况

发行人在招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“二/（一）/3、应收账款”补充披露如下：

“（11）一年以内应收账款的账龄情况

报告期各期末，公司应收账款的账龄情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
6 个月以内	1,678.70	88.23%	1,328.73	92.43%	1,170.42	87.18%
7 至 12 个月	118.41	6.22%	13.71	0.95%	46.29	3.45%
1 至 2 年	77.23	4.06%	67.74	4.71%	93.53	6.97%
2 至 3 年	13.38	0.70%	20.71	1.44%	28.25	2.10%
3 年以上	14.85	0.78%	6.74	0.47%	4.06	0.30%
合计	1,902.57	100.00%	1,437.63	100.00%	1,342.55	100.00%

报告期各期末，公司账龄 6 个月以内的应收账款余额占比分别为 87.18%、92.43% 和 88.23%，占比较高；账龄 1 年以内的应收账款余额占比分别为 90.63%、93.38% 和 94.45%，占比较高，且报告期逐年提高。公司应收账款期限总体合理，账龄情况与信用政策基本相符，坏账风险较低。

(12) 应收账款前十名经营情况、偿还能力及期后回款情况

2022 年 12 月 31 日，公司应收账款余额前十名经营情况、偿还能力及期后回款情况如下

单位：万元

序号	客户名称	应收账款期末余额	结算方式	信用期	是否逾期	逾期金额	逾期占比	期后回款金额	期后回款比例	经营情况	偿还能力
1	BUNTING MAGNETICS CO	385.80	电汇	货到后一个月付款	是	69.66	18.06%	385.80	100.00%	正常	正常
2	苏州锦艺新材料科技股份有限公司	102.41	电汇、票据	预收 50%+货到验收合格 40%+尾款 10%	是	52.93	51.68%	102.41	100.00%	正常	正常
3	扬州迈尔机械科技有限公司	82.60	电汇、票据	预收 30%+ 货前 70%	否	-	-	82.60	100.00%	正常	正常
4	深圳市尚水智能股份有限公司	71.13	电汇、票据	货到后 2 个月付款	否	-	-	71.13	100.00%	正常	正常
5	上海威泽尔机械设备制造有限公司	65.12	电汇、票据	预收 30%+ 货前 70%	是	46.32	71.13%	0.06	0.09%	正常	正常
6	宁波容百新能源科技股份有限公司	62.00	电汇、票据	预收 30%+ 货前 60%+尾款 10%	是	62.00	100.00%	43.09	69.50%	正常	正常
7	广西中伟新能源科技有限公司	54.98	电汇	货到后一个月付款	否	-	-	54.98	100.00%	正常	正常
8	Bunting Magnetics Europe	52.99	电汇	货到后一个月付款	是	29.81	56.26%	52.99	100.00%	正常	正常
9	江苏道金智能装备股份有限公司	44.79	电汇、票据	货到付全款，6 个月银行承兑汇票	是	44.79	100.00%	32.13	71.73%	正常	正常
10	卡勒汽车部件（宁波）有限公司	44.66	电汇	预收	是	44.66	100.00%	44.66	100.00%	经营不善	存在困难

2021 年 12 月 31 日，公司应收账款余额前十名经营情况、偿还能力及期后回款情况如下

单位：万元

序号	客户名称	应收账款期末余额	结算方式	信用期	是否逾期	逾期金额	逾期占比	期后回款金额	期后回款比例	经营情况	偿还能力
1	惠州市贏合科技有限公司	127.34	电汇、票据	对账完毕票到月结120天	是	104.40	81.99%	127.34	100.00%	正常	正常
2	BUNTING MAGNETICS CO	111.17	电汇	货到后一个月付款	是	21.35	19.20%	111.17	100.00%	正常	正常
3	无锡理奇智能装备有限公司	108.40	票据	月结 30 天	是	0.51	0.47%	108.40	100.00%	正常	正常
4	琥崧科技集团股份有限公司	69.97	电汇、票据	预收 30%+ 货前 60%+ 质保一年 10%	是	2.60	3.72%	69.97	100.00%	正常	正常
5	KHP-Magnetexpert	63.76	电汇	货到后 2 个月付款	否	-	-	63.76	100.00%	正常	正常
6	金能化学（青岛）有限公司	53.12	电汇	预收 30%+ 货前 30%+验收 30%+质保金 10%	是	53.12	100.00%	48.18	90.70%	正常	正常
7	扬州迈尔机械科技有限公司	51.23	电汇、票据	预收 30%+ 货前 70%	否	-	-	51.23	100.00%	正常	正常
8	深圳市尚水智能股份有限公司	43.52	电汇、票据	货到后 2 个月付款	否	-	-	43.52	100.00%	正常	正常
9	COOPER CAPRI SAS	40.46	电汇	货到后一个月付款	否	-	-	40.46	100.00%	正常	正常
10	成都融捷锂业科技有限公司	38.87	票据	预收 30%+ 货前 40%+验收(6 个月) 20%+尾款 10%	否	-	-	38.87	100.00%	正常	正常

2020 年 12 月 31 日，公司应收账款余额前十名经营情况、偿还能力及期后回款情况如下

单位：万元

序号	客户名称	应收账款期末余额	结算方式	信用期	是否逾期	逾期金额	逾期占比	期后回款金额	期后回款比例	经营情况	偿还能力
1	Bunting Magnetics Europe	360.84	电汇	货到后一个月付款	是	3.19	0.88%	360.84	100.00%	正常	正常
2	宁德时代新能源科技股份有限公司	102.24	电汇	预收 30%+余款货到月结 90 天	否	-	-	102.24	100.00%	正常	正常

序号	客户名称	应收账款期末余额	结算方式	信用期	是否逾期	逾期金额	逾期占比	期后回款金额	期后回款比例	经营情况	偿还能力
3	BUNTING MAGNETICS CO	86.20	电汇	货到后一个月付款	否	-	-	86.20	100.00%	正常	正常
4	MAGNETEC JAPAN LTD	65.97	电汇	货到后一个月付款	否	-	-	65.97	100.00%	正常	正常
5	宁波容百新能源科技股份有限公司	56.76	电汇、票据	预收 30%+ 货前 60%+尾款 10%	是	47.11	83.00%	56.76	100.00%	正常	正常
6	COOPER CAPRI SAS	54.42	电汇	货到后一个月付款	否	-	-	54.42	100.00%	正常	正常
7	金能化学（青岛）有限公司	53.12	电汇	预收 30%+ 货前 30%+验收 30%+质保金 10%	否	-	-	48.18	90.70%	正常	正常
8	广东凯金新能源科技股份有限公司	35.00	票据	预收 30%+ 货前 70%	否	-	-	35.00	100.00%	正常	正常
9	江西赣锋锂业股份有限公司	29.88	电汇、票据	预收 30%+ 货前 30%+验收(6 个月) 30%+质保 10%	是	5.03	16.83%	29.88	100.00%	正常	正常
10	深圳市尚水智能股份有限公司	26.16	电汇、票据	货到后 2 个月付款	否	-	-	26.16	100.00%	正常	正常

综上所述，报告期内，公司对主要客户的结算账期基本保持稳定，未发生重大变化。公司客户卡勒汽车部件（宁波）有限公司租赁公司厂区用于生产经营，2023 年经营出现异常，资金周转存在困难，并于 2023 年 4 月被认定为失信被执行人。截至 2023 年 5 月 31 日，2022 年期末公司应收卡勒汽车部件（宁波）有限公司余额扣除租赁押金 7.33 万元后已经全部收回，除此之外，公司主要客户经营情况及偿还能力未出现异常。截至 2023 年 5 月 31 日，2020 年末及 2021 年末公司应收账款逾期金额前十大客户的逾期金额除金能化学（青岛）有限公司 4.94 万元和河南金永商贸有限公司 2.40 元未收回外均已收回。2022 年末，公司逾期应收账款期后回款较少主要系回款金额统计时间较短所致，发行人逾期应收账款期后收款情况良好，相关款项无法收回的风险较低。”

(六) 说明报告期各期收到信用等级较高及信用等级较低的银行承兑汇票的具体情况, 补充说明各期票据背书转让、贴现的比例, 说明应收票据贴现的利率、利息费用、贴现对象, 应收票据背书转让对象是否均为发行人供应商

1、报告期各期收到信用等级较高及信用等级较低的银行承兑汇票的具体情况

报告期各期, 公司收到的银行承兑汇票具体情况如下:

单位: 万元

信用等级	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用等级较高	4,223.76	69.26%	2,088.20	63.84%	887.66	63.04%
信用等级较低	1,875.02	30.74%	1,182.97	36.16%	520.42	36.96%
合计	6,098.78	100.00%	3,271.17	100.00%	1,408.08	100.00%

注: 信用等级较高的 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。

由上表可知, 公司报告期各期收到信用等级较高的银行承兑的银行承兑汇票占比分别为 63.04%、63.84% 和 69.26%, 整体比例较高, 且逐年提高。

2、补充说明各期票据背书转让、贴现的比例, 说明应收票据贴现的利率、利息费用、贴现对象

报告期各期, 公司票据背书转让、贴现、托收的比例如下:

单位: 万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
票据背书转让	5,169.96	100.00%	2,846.85	100.00%	1,254.32	99.76%
票据贴现	-	-	-	-	-	-
票据托收	-	-	-	-	3.00	0.24%
合计	5,169.96	100.00%	2,846.85	100.00%	1,257.32	100.00%

报告期各期, 公司票据背书转让、票据贴现及票据托收金额合计分别为 1,257.32 万元、2,846.85 万元和 5,169.96 万元。其中, 票据背书转让的金额分别为 1,254.32 万元、2,846.85 万元和 5,169.96 万元, 分别占同期背书、贴现及托收

合计金额的 99.76%、100.00% 和 100.00%，公司收到票据基本用于背书转让，不存在票据贴现情况。

3、应收票据背书转让对象是否均为发行人供应商

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料供应商	4,968.40	96.10%	2,693.12	94.60%	1,165.95	92.96%
设备供应商	52.89	1.02%	132.17	4.64%	82.50	6.58%
其他服务商	86.24	1.67%	-	-	-	-
客户	62.43	1.21%	21.56	0.76%	5.86	0.47%
合计	5,169.96	100.00%	2,846.85	100.00%	1,254.31	100.00%

由上表可知，报告期各期，票据被转让对象为公司供应商的金额分别为 1,248.45 万元、2,825.29 万元和 5,107.53 万元，占背书转让总金额的比例分别为 99.54%、99.24% 和 98.79%，各期公司背书转让除部分小金额票据找零外，其余被转让对象均为公司供应商。

报告期各期，为方便与客户和供应商进行应收票据货款结算，公司存在零星通过应收票据找零形式与其进行结算的行为。公司票据被背书人为公司客户的背书金额分别为 5.86 万元、21.56 万元和 62.43 万元，占背书转让总金额的比例分别为 0.47%、0.76% 和 1.21%，背书金额及比例均较小。公司与客户和供应商应收票据找零行为均存在真实交易背景，不存在通过票据往来与客户、供应商进行利益输送的情形。2022 年 11 月开始，公司严格按照《中华人民共和国票据法》的规定使用票据，对票据找零行为进行了规范，公司通过应收票据质押、存入保证金等方式开具应付票据，此后公司未发生票据找零的情形。

综上所述，报告期各期，公司不存在票据贴现情形，除 2020 年度存在 3.00 万元银行承兑汇票到期托收回款外，其余均为背书转让。除小额零星票据找零外，应收票据背书转让对象均为公司供应商，2022 年 11 月开始，公司未发生票据找零情形。

二、坏账准备计提的充分性。请发行人：①说明账龄 1 年以上款项的主要客户名称、金额、未收回的原因、可回收性及坏账计提充分性。②补充说明应收账款的账龄确定方法，计提坏账准备的具体过程和步骤，坏账准备计提比例的确定依据，与可比公司坏账准备计提政策相比是否存在显著差异。③说明发行人对逾期应收账款是否持续催收，相关客户是否与发行人保持联络，说明上述客户是否存在无法回款的现时风险，对于长期未回款客户是否形成回款计划，针对上述情况的风险防控措施，回收应收账款的内控制度及运行情况，说明应收账款核销的具体依据。④结合发行人所处细分行业环境、市场供求趋势与竞争程度、主要客户的经营情况、信用政策变动以及期后回款等方面，分析说明发行人是否存在客户无法及时支付的回款风险，并结合主要客户经营情况说明坏账准备计提是否充分

（一）说明账龄 1 年以上款项的主要客户名称、金额、未收回的原因、可回收性及坏账计提充分性

报告期各期末，公司账龄 1 年以上款项主要客户的基本情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	余额	账龄 1 年以上 金额	占账龄 1 年以 上金额 的比例	账龄	1 年以上 余额对应 坏账准备 金额	未收回原因及可 收回性
2022 年 12 月 31 日							
1	宁波力勤资源科技股份有限公司	34.40	34.40	32.62%	1-2 年	6.88	客户拖欠，持续催收中，预计可收回
2	湖南长远锂科新能源有限公司	31.34	31.34	29.72%	1-2 年	6.27	期后已全部收回
3	金能化学（青岛）有限公司	13.28	13.28	12.59%	2-3 年	6.64	客户拖欠，持续催收中，预计可收回
4	宁波北仑惠丰模具制造有限公司	4.06	4.06	3.85%	3 年以 上	4.06	客户拖欠，持续催收中，已全额计提坏账准备
5	广西建工集团第二安装建设有限公司	3.72	3.72	3.53%	3 年以 上	3.72	客户拖欠，持续催收中，已全额计提坏账准备
合计		86.80	86.80	82.31%		27.57	
2021 年 12 月 31 日							

序号	客户名称	余额	账龄1年以上金额	占账龄1年以上金额的比例	账龄	1年以上余额对应坏账准备金额	未收回原因及可收回性
1	金能化学（青岛）有限公司	53.12	53.12	55.81%	1-2年	10.62	客户拖欠，持续催收中，预计可收回
2	广西建工集团第二安装建设有限公司	8.72	8.72	9.16%	2-3年	4.36	客户拖欠，持续催收中，预计可收回
3	无棣金海湾锂业科技有限公司	5.13	5.13	5.38%	1-2年	1.03	期后已全部收回
4	江西泰品新能源有限责任公司	5.12	5.12	5.38%	1-2年	1.02	期后已全部收回
5	宁波北仑惠丰模具制造有限公司	4.06	4.06	4.26%	3年以上	4.06	客户拖欠，持续催收中，已全额计提坏账准备
合计		76.15	76.15	79.99%		21.09	

2020年12月31日

1	宁波容百新能源科技股份有限公司	56.76	28.41	22.57%	2年内	5.68	期后已全部收回
2	贵州容百锂电材料有限公司	14.21	13.85	11.01%	2年内	2.77	期后已全部收回
3	衢州华海新能源科技有限公司	9.09	8.81	7.00%	2年内	1.76	期后已全部收回
4	广西建工集团第二安装建设有限公司	8.72	8.72	6.93%	1-2年	1.74	客户拖欠，持续催收中，预计可收回
5	山西阳光焦化集团河津华融商贸有限公司	7.85	7.85	6.24%	2-3年	3.93	期后已全部收回
合计		96.63	67.64	53.75%		15.88	

由上表可知，报告期各期末，公司应收账款期末余额账龄1年以上主要客户中账龄1年以上期末余额分别为67.64万元、76.15万元和86.80万元，总体金额较小。截至2023年5月31日，2020年期末账龄1年以上主要客户中账龄1年以上期末余额已收回63.92万元，收回比例为94.50%；2021年期末账龄1年以上主要客户中账龄1年以上期末余额已收回63.39万元，收回比例为83.24%；2022年期末账龄1年以上主要客户中账龄1年以上期末余额已收回39.64万元，收回比例为45.67%。

报告期各期末，公司账龄 1 年以上款项主要客户经营正常，应收账款无法收回风险较低，公司应收账款期末余额账龄 1 年以上的应收账款余额已按照公司应收账款坏账准备计提政策计提，坏账准备计提充分。

综上所述，报告期各期末，公司账龄 1 年以上款项主要客户经营正常，应收账款无法收回风险较低，公司应收账款期末余额账龄 1 年以上的应收账款余额已按照公司应收账款坏账准备计提政策计提，坏账准备计提充分。

（二）补充说明应收账款的账龄确定方法，计提坏账准备的具体过程和步骤，坏账准备计提比例的确定依据，与可比公司坏账准备计提政策相比是否存在显著差异。

1、补充说明应收账款的账龄确定方法

公司根据收入确认原则，在满足收入确认条件，确认收入的同时确认应收账款，相应会计处理如下：

借：应收账款

贷：营业收入

应交税费

在资产负债表日，公司对于客户欠款自初始确认后未收到回款的，其账龄根据客户欠款的入账时间开始计算，对同一客户不区分合同，按先发生先收回的原则统计各期末客户欠款账龄。

2、计提坏账准备的具体过程和步骤，坏账准备计提比例的确定依据

（1）公司对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值的应收账款单独确定其信用损失。当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

科目	组合名称	确定组合的依据	计提方法
应收账款	账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及

科目	组合名称	确定组合的依据	计提方法
			对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失

(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, 计提比例与同行业可比公司对比情况如下:

项目	隆基电磁	华特磁电	公司
组合计提	账龄组合	账龄组合	账龄组合
其中: 1 年以内	5%	5%	5%
1-2 年	10%	10%	20%
2-3 年	30%	30%	50%
3-4 年	50%	50%	100%
4-5 年	80%	80%	100%
5 年以上	100%	100%	100%

对于账龄组合 1 年以内、5 年以上的应收款项, 公司坏账准备计提比例与同行业可比公司保持一致; 对于账龄组合 1-2 年、2-3 年、3-4 年及 4-5 年的应收款项, 公司坏账准备计提比例均高于其他同行业可比公司。报告期内公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司相比较为谨慎, 公司应收款项坏账准备计提充分。

(3) 公司账龄组合的预期损失率确定过程

公司以历史回款及损失情况为基础, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过迁徙模型测算出历史损失率, 确认最终计提比例, 具体如下:

1) 统计过去若干年的账龄分布情况 (合并口径)

单位: 万元

账龄	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
1 年内	1,327.40	937.75	1,060.04	763.53
1-2 年	59.30	1.17	4.51	10.60
2-3 年	-	4.06	0.58	-
3 年以上	4.06	-	0.20	0.20
合计	1,390.76	942.98	1,065.33	774.33

2) 计算平均迁徙率和平均回收率及历史损失率，并进行前瞻性调整

单位：万元

账龄	平均余额	平均回收金额	平均回收率	平均迁徙率	历史损失率(a)	前瞻性信息调整(b)	理论预期损失率(a)*(1+b)	备注(原坏账计提比例)	预期损失率
1年内	920.44	898.78	97.65%	2.35%	0.00%	5.00%	0.00%	5.00%	5.00%
1-2年	5.43	3.88	71.53%	28.47%	13.00%	5.00%	14.00%	20.00%	20.00%
2-3年	1.55	0.19	12.51%	87.49%	44.00%	5.00%	46.00%	50.00%	50.00%
3年以上	0.13	0.07	50.00%	50.00%	50.00%	5.00%	53.00%	100.00%	100.00%

综上所述，报告期各期，公司结合历史损失率，考虑对经济前瞻性判断，将理论的预期损失率从高取整作为坏账准备的计提比例，与同行业可比公司相比，不存在显著差异，公司坏账准备计提比例具有谨慎性及充分性。

(三) 说明发行人对逾期应收账款是否持续催收，相关客户是否与发行人保持联络，说明上述客户是否存在无法回款的现时风险，对于长期未回款客户是否形成回款计划，针对上述情况的风险防控措施，回收应收账款的内控制度及运行情况，说明应收账款核销的具体依据

1、说明发行人对逾期应收账款是否持续催收，相关客户是否与发行人保持联络，说明上述客户是否存在无法回款的现时风险

报告期各期末，逾期金额前十大客户的具体情况详见本回复之“问题 9/(一)/(四)/5、逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间”。

对于逾期尚未收回的货款，公司积极采取电话、邮件、微信、实地拜访等措施催收，并持续与相关客户保持联络。截至 2023 年 5 月 31 日，2020 年末及 2021 年末公司应收账款逾期金额前十大客户除金能化学（青岛）有限公司 4.94 万元和河南金永商贸有限公司 2.40 元未收回外均已收回，2022 年末，公司逾期应收账款期后回款较少主要系回款金额统计时间较短所，发行人逾期应收账款期后收款情况良好，相关款项无法收回的风险较低。综上，公司对未按期回款的客户保持持续催收。报告期各期末逾期应收账款期后回款比例较高，应收账款催收及管理的内控制度运行有效，无法回款的现时风险较小。

2、对于长期未回款客户是否形成回款计划，针对上述情况的风险防控措施， 收回应收账款的内控制度及运行情况，说明应收账款核销的具体依据

报告期内，公司制作账龄分析表，了解应收账款逾期信息，每月根据逾期应收账款项的相关信息，通过电话、邮件、微信、实地拜访等方式与逾期客户保持联络，对逾期款项进行催收，以降低坏账损失的风险、加快企业资金的良性运转。公司根据应收账款管理政策，及时计提坏账准备，同时定期对逾期客户的经营情况、款项可收回情况等进行分析，对预计无法收回的款项金额单项计提坏账准备或进行核销。截至 2022 年末，账龄 1 年以上的应收账款金额为 105.45 万元，占比为 5.54%，金额及占比较低。公司已对账龄 1 年以上的应收账款金额按公司坏账政策计提坏账准备，逾期应收账款不存在无法收回的重大风险。针对长期未回款客户，公司业务人员将持续了解客户经营状态，积极跟进款项催收以形成回款计划。为进一步提高逾期账款客户回款的及时性，降低坏账风险，公司制定了相应的销售管理标准，采取了以下措施：

（1）新客户导入时对客户进行信用调查，合理评估客户的信用状况，控制企业的信用风险。对存量客户，业务人员随时了解其信用状况的变化情况，根据客户信用、经营状况的变化及时调整销售策略。

（2）强化对发货环节的审批控制，对已经发生应收账款逾期的客户发货进行控制。客户经营正常有客观原因导致逾期的，为维持客户关系确需供货的，经规定授权范围内审批后方可发货。

（3）当逾期发生时，及时跟进原因，后期加大应收账款的催收力度，尽量减少坏账损失。

综上所述，公司针对长期未回款的客户制定了完善的应收账款管理制度及催收计划，内部控制制度完善并有效运行，无法回款的现时风险较小。

（四）结合发行人所处细分行业环境、市场供求趋势与竞争程度、主要客户的经营情况、信用政策变动以及期后回款等方面，分析说明发行人是否存在客户无法及时支付的回款风险，并结合主要客户经营情况说明坏账准备计提是否充分

1、发行人所处细分行业环境、市场供求趋势与竞争程度

公司所处细分行业环境、市场供求趋势与竞争程度，具体详见本回复之“问题 1/四/（三）结合下游需求增长情况、细分行业集中度及发展趋势、公司与竞争对手的比较情况等，说明发行人开发新客户的优劣势、新客户开发途径及储备情况，开拓新客户是否存在困难，是否具有持续的获客能力，相关风险揭示是否充分”。

2、主要客户的经营情况、信用政策变动以及期后回款情况

具体详见本回复之“问题 9/一/（二）补充说明报告期各期末应收账款前十名单位名称、当期回款金额占发行人当期对其销售金额比例、销售内容、信用政策、期末余额、账龄、坏账准备计提情况、期末超出信用期限的金额，说明报告期应收账款前十名单位与销售收入前十大客户的差异原因，分析报告期内是否存在部分客户当期回款金额占发行人当期对其销售金额的比例与当期平均水平及其他报告期该客户回款比例存在明显差异的情形，如存在请解释说明原因”。

3、发行人是否存在客户无法及时支付的回款风险，并结合主要客户经营情况说明坏账准备计提是否充分

公司主要客户经营情况详见本回复之“问题 9/一/（五）/2、结合结算政策、逾期情况、实际回款方等说明应收账款前十名经营情况、偿还能力及期后回款情况”；坏账准备计提情况详见本回复之“问题 9/二、坏账准备计提的充分性”。公司主要客户的信用政策基本能够得到有效执行，应收账款账龄较短，期后回款良好，无法及时支付的回款风险较小，不存在主要客户无法支付的回款风险。

综上所述，报告期各期，公司主要客户经营情况正常，信用政策基本能够得到有效执行，应收账款账龄较短，期后回款良好，无法及时支付的回款风险较小，不存在主要客户无法支付的回款风险，应收账款坏账准备计提充分。

三、质保金回收风险。报告期末，发行人合同资产余额为 372.33 万元。请发行人：①补充说明质保金的具体情况，包括但不限于主要合同的质保条款，质保要求、质保周期、质保金比例。②结合主要客户、质保金历史回收情况等，

分析披露合同资产预计信用损失率的确认依据，报告期内质保金回收情况，是否存在质保金未能按期回收的情形，减值计提是否充分

(一) 补充说明质保金的具体情况，包括但不限于主要合同的质保条款，质保要求、质保周期、质保金比例

2022 年期末，涉及质保金主要合同的质保条款相关情况如下：

单位：万元

客户名称	期末余额	质保期限	质保金相关条款
宁德邦普循环科技有限公司	39.97	12 个月	质保期内无任何质量问题，质保期满 30 日甲方以银行转账方式向乙方支付合同总金额的 10% 货款。质保期限为 12 个月，从双方签订验收证明之日起开始计算。
华友新能源科技(衢州)有限公司	20.38	12 个月	供方对产品实行 12 个月的质保承诺(质保时间以需方使用之日起计算, 不超过到货起算 14 个月), 若产品在质保期内出现非人为损坏情况, 供方应于 20 日内免费进行维修, 若未能解决问题, 供方应免费提供全新合格产品, 否则视为违约。合同签订需方向供方电汇支付 30% 货款; 货物制作完毕, 供方出具发货通知, 需方电汇支付 30% 货款; 货物到货入库后需方凭供方开具的全额 13% 发票, 电汇支付 30% 货款; 余 10% 质保金 12 个月质保期满后电汇付清, 最晚不晚于到货起算 14 个月。
河北吉诚新材料有限公司	20.00	1 年	免费维修及更换保证金：合同标的物安装调试合格之日起一年或全部到齐至需方指定现场之日起 18 个月（两者以时间先到为准），需方向供方支付 200030 元整(人民币大写: 贰拾万零叁拾元整)
成都融捷锂业科技有限公司	19.00	12 个月	质保金：设备质保金为合同价款 10% 即 19 万元（人民币大写：壹拾玖万元整）。质保期为机组 72 小时带负荷运行合格后 12 个月或全部设备到现场 18 个月（两者时间以先到为准），10 个工作日内付清（不计利息）。
上海威泽尔机械设备制造有限公司	18.80	12 个月	设备质量保证期为：自设备终验合格之日起 12 个月或产品出厂后 18 个月。质保金支付方式：质保期满后 30 日内支付 10%。
合计	118.15		

由上表可知，公司质保期一般为验收完成之日起 1 年或 12 个月。截至 2022 年期末，公司销售形成的质保金期末余额对应的质保期限均小于 1 年，预计可收回时间不超过 1 年。

(二) 结合主要客户、质保金历史回收情况等，分析披露合同资产预计信用损失率的确认依据，报告期内质保金回收情况，是否存在质保金未能按期回收的情形，减值计提是否充分

对于合同资产，发行人采用预期信用损失模型，即按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将合同资产划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。

合同资产账龄与整个存续期预期信用损失率对照表如下：

账龄	预期损失率
1年内	5%
1-2年	20%
2-3年	50%
3年以上	100%

如上表所示，合同资产按应收账款坏账准备的同等计提比例计提减值损失。

报告期内，公司合同资产的回收情况如下：

报告期	合同资产 金额	截至 2023 年 5 月 末已回款金额	回款比例	未回款原因
2022 年 12 月 31 日	411.96	112.68	27.35%	主要系尚未到达收 款期限
2021 年 12 月 31 日	155.46	114.27	73.50%	客户内部付款审批 流程周期长
2020 年 12 月 31 日	15.43	15.43	100.00%	已回款

综上所述，报告期各期，公司合同资产对应的客户主要为中大型客户，此类客户信誉度较高，质保金到期后回款整体状况良好，且公司针对合同资产按照应收账款的预期损失率相应计提减值准备，减值准备金额计提充分。

【申报会计师回复】

(一) 核查程序

申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人《销售管理标准》等制度，访谈公司管理层，了解回收应收账款的制度及运行情况；
- 2、查阅报告期各期各类主要客户合同或订单，了解发行人与客户合同约定的信用政策、结算方式及结算周期等；了解发行人应收账款账龄确定方法；分析应收账款形成时间、确认是否存在超过信用期限的情况，分析报告期应收账款主要客户与销售收入主要客户差异形成的原因及合理性；核查是否存在利用放宽信用政策来维持业务的情况；
- 3、获取发行人报告期各期末应收账款前十名客户期末余额，获取发行人报告期银行存款明细账及银行对账单并核对期后回款记录，核查应收账款期后回款情况；核对应收账款的应收方及回款方是否一致，并了解对应原因；
- 4、通过实地走访、公开网站检索、实地走访查询主要客户基本情况，了解客户经营情况及款项未及时收回的具体原因；
- 5、检查发行人报告期各期末应收账款逾期情况及期后累计回款情况，并分析应收账款逾期比例变动原因，结合发行人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，获取各期末应收账款期后回款情况，并了解发行人是否制定相应回款计划；
- 6、获取发行人应收账款坏账准备计提政策、应收账款账龄与预期信用损失率对照表，检查坏账准备的计提方法及预期信用损失率的具体确定过程等，分析坏账准备计提政策是否符合企业会计准则的相关规定，判断应收账款坏账准备计提是否充分；
- 7、查阅并比较同行业可比公司应收账款坏账准备计提政策和计提比例，分析是否存在重大差异；
- 8、综合考虑应收账款余额、合同负债余额以及各期销售金额，选取大额、新增、各期变动较大的样本执行函证程序，对未回函的客户执行替代测试程序；执行函证和替代程序的具体情况如下：

单位: 万元

项目	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日
函证的客户家数	174	185	174
函证金额①	1,698.13	1,270.82	1,181.93
当期应收账款余额②	1,902.57	1,437.63	1,342.55
函证占比③=①/②	89.25%	88.40%	88.04%
回函确认金额④	1,384.93	884.34	853.16
回函确认金额占比⑤=④/①	81.56%	69.59%	72.18%

(1) 通过对财务、销售人员访谈得知未回函原因如下: 1) 部分客户印章管理严格, 盖章的审批流程繁琐, 对回函的积极性不高; 2) 部分客户认为回复函证不是法定义务, 未予以回函; 3) 回函需要确认报告期数据, 客户相关人员更换, 对前期情况不了解, 未能配合核对数据;

(2) 替代方式及其充分性, 函证调整情形及金额: 报告期内, 回函不符主要系发行人与被函证单位记账时间性差异所致, 发行人收入确认按照权责发生制入账, 部分客户根据发票或对账时间入账, 导致双方存在记账时间差异。针对回函不符及未回函的函证实施替代性测试, 包括检查销售合同或订单、产品出库单、客户签收单据、出口报关单、提单以及期后回款单据等, 经核查, 回函差异无需调整。

(二) 核查结论

经核查, 申报会计师认为:

1、 报告期各期末, 发行人按销售模式和客户类型分别统计的应收账款余额占当期主营业务收入中各模式和各客户类型销售收入的比例总体保持较低水平且整体呈下降趋势, 与发行人实际销售情况相符, 发行人销售收入回款良好, 各类应收账款期末余额与收入存在匹配关系;

2、 报告期各期末, 公司应收账款主要客户与营业收入主要客户部分客户基本匹配, 部分客户存在差异, 主要系: (1) 销售收入排名靠后但位列应收账款期末余额前十名主要是因为部分客户基于自身需求, 第四季度向公司采购额占比较高所致; (2) 应收账款期末余额排名靠后但位列销售收入前十名主要因为部分客

户基于自身需求，报告期各期的前期采购额占比较高，截至当期期末已经回款所致；

3、报告期各期，发行人销售信用政策是根据客户业务规模、资信情况、既往合作、知名度等情况确定，未按照产品条线设定销售信用政策；发行人报告期应收账款余额占营业收入比例较低，且比例逐年降低；发行人报告期各期末，账龄1年以内应收账款占比较高，且比例逐年提高；发行人报告期主要客户信用期基本保持一致。发行人不存在通过放宽信用政策、加大赊销力度扩大收入情形；

4、报告期各期末，发行人应收账款逾期主要为短期逾期，且主要逾期客户的2020年末和2021年末应收账款逾期金额除金能化学（青岛）有限公司4.94万元和河南金永商贸有限公司2.40元外均在期后收回。2022年末发行人逾期应收账款期后回款较少主要系回款金额统计时间较短所致。发行人逾期应收账款期后收款情况良好，相关款项无法收回的风险较低。信用期外应收账款占比持续升高主要原因为公司销售规模扩大，部分客户内部付款审批流程周期较长，或下游货款收款存在延后，导致货款支付出现延迟，针对信用期外应收账款，公司与客户加强沟通协调，关注客户经营情况及内部付款审批进度，加强应收账款催收工作，公司信用期外应收账款占比持续升高具有合理性。发行人信用政策与可比公司不存在重大差异，发行人应收账款周转速度高于同行业可比公司，发行人不存在提前确认收入的情形；

5、报告期各期，发行人对主要客户的结算账期基本保持一致，未发生重大变化。发行人客户卡勒汽车部件（宁波）有限公司租赁公司厂区用于生产经营，2023年经营出现异常，资金周转存在困难，并于2023年4月被认定为失信执行人。截至2023年5月31日，2022年期末应收卡勒汽车部件（宁波）有限公司余额扣除租赁押金7.33万元后已经全部收回。除此之外，发行人主要客户经营情况及偿还能力未出现异常。截至2023年5月31日，2020年末及2021年末公司应收账款逾期金额前十大客户的逾期金额除金能化学（青岛）有限公司4.94万元和河南金永商贸有限公司2.40元未收回外均已收回。2022年末，发行人逾期应收账款期后回款较少主要系回款金额统计时间较短所，发行人逾期应收账款期后收款情况良好，相关款项无法收回的风险较低；

6、报告期各期，发行人不存在票据贴现情形。除 2020 年度存在 3.00 万元银行承兑汇票到期托收回款外，其余均为背书转让，除小额零星票据找零，应收票据背书转让对象均为公司供应商。2022 年 11 月开始，公司未发生票据找零情形；

7、报告期各期末，发行人账龄 1 年以上款项主要客户经营正常，应收账款无法收回风险较低，发行人应收账款期末余额账龄 1 年以上的应收账款余额已按照发行人应收账款坏账准备计提政策计提，坏账准备计提充分；

8、报告期各期，发行人结合历史损失率，考虑对经济前瞻性判断，将理论的预期损失率从高取整作为坏账准备的计提比例，与同行业可比公司相比，不存在显著差异，发行人坏账准备计提比例具有谨慎性及充分性；

9、报告期各期，发行人针对长期未回款的客户制定了完善的应收账款管理制度及催收计划，内部控制制度完善并有效运行，无法回款的现时风险较小；

10、报告期各期，发行人主要客户经营情况正常，信用政策基本能够得到有效执行，应收账款账龄较短，期后回款良好，无法及时支付的回款风险较小，不存在主要客户无法支付的回款风险，应收账款坏账准备计提充分；

11、报告期各期，公司合同资产对应的客户主要为中大型客户，此类客户信誉度较高，质保金到期后回款整体状况良好，且公司针对合同资产按照应收账款的预期损失率相应计提减值准备，减值准备金额计提充分。

问题 10.其他财务问题

(1)固定资产折旧年限会计核算的准确性。根据申报材料，发行人固定资产中的机器设备的折旧年限为 10 年，其余设备为 3-5 年。请发行人：①说明报告期各期末各类机器设备的具体情况，包括金额、数量、用途、成新率、先进性水平等情况，并结合公司产品的生产过程，分析说明报告期各期固定资产余额与发行人业务规模的匹配性。②补充说明各类设备的折旧年限是否符合行业特征，是否超出主要机器设备、电子设备、运输设备、通用设备的平均使用年限，是否符合企业会计准则的规定，并按照同行业可比同类设备、长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算并说明对发行人报告期各期业绩的影响。③补充说明固定资产、在建

工程盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施。④说明主要固定资产减值测试的过程和计算方法，结合业务、固定资产使用情况，说明固定资产是否存在减值迹象。

(2)应付账款大幅升高的合理性。报告期各期，发行人应付账款分别为 942.19 万元、1,399.17 万元和 1,776.49 万元。请发行人：①结合生产变化情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等，说明报告期各期应付账款与采购金额、成本的匹配关系，报告期内应付账款大幅增长的原因及合理性。②补充披露报告期各期应付账款账龄分布情况及账龄 1 年以上未支付的原因，应付账款前五名的款项性质披露是否存在错误，说明报告期内主要供应商与应付账款对象之间的匹配性，与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款。

(3)期间费用计量的准确性。根据申报材料，可比公司隆基电磁的销售费用中存在较大金额的售后服务费，发行人销售费用中无相关项目。请发行人：①结合合同条款说明产品质量保证的具体安排，质保期的具体构成和安排，报告期内产品售后质量保修支出金额及相关会计处理情况，与可比公司会计存在较大差异的原因及合理性。②补充说明员工薪酬支出在主营业务成本、销售费用、管理费用、研发费用之间分摊的方法，工时管理的相关内部控制及内控制度的执行有效性，说明研发投入的归集、核算是否符合《业务适用指引第 1 号》1-4 的规定，并量化分析报告期内销售人员、管理人员、研发人员、生产人员等数量、平均薪资与业务规模是否匹配，与同期同行业可比公司、同地区公司及当地平均水平相比是否存在显著差异。③结合研发项目补充说明研发费用逐年增加的原因，研发项目投入(包括报告期内已完成项目及在研项目)与产品的关系、对发行人业绩的贡献。④结合费用发生的对方单位说明是否存在关联方或潜在关联方为发行人承担成本或代垫费用的情况，是否存在少计费用的情况。

(4)汇兑损益的具体情况。根据申报材料，报告期各期，公司财务费用分别为 223.93 万元、135.45 万元和-125.18 万元，财务费用波动主要系汇兑损益变动引起。请发行人：①披露汇兑损益的计算过程，结合各期汇兑损益、外销收入、应收账款等，说明公司外销业务和汇兑损益变动的匹配性与合理性，说明发行人所采取的汇率管理措施及相应的影响。

②说明公司是否从事相关外汇投资、投机活动，发行人运用外汇管理工具的决策程序及审批程序，相应的内部控制制度是否健全，是否有效执行。

(5)其他披露问题。请发行人：①说明其他应付款中存在实际控制人吴望蕤涉税保证金 100.00 万元的原因及合理性，长期未归还的原因，是否属于股东对发行人的资本性投入，是否应按权益性交易处理，发行人相关会计处理是否符合《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》（财会函 200860 号）、企业会计准则解释第 5 号等有关规定。②说明使用受到限制的货币资金中存在支付宝消费者保障计划保证金的原因及合理性，是否存在线上销售，如存在请说明是否按照《业务适用指引 1 号》1-23 进行核查与披露。

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、固定资产折旧年限会计核算的准确性。根据申报材料，发行人固定资产中的机器设备的折旧年限为 10 年，其余设备为 3-5 年。请发行人：①说明报告期各期末各类机器设备的具体情况，包括金额、数量、用途、成新率、先进性水平等情况，并结合公司产品的生产过程，分析说明报告期各期固定资产余额与发行人业务规模的匹配性。②补充说明各类设备的折旧年限是否符合行业特征，是否超出主要机器设备、电子设备、运输设备、通用设备的平均使用年限，是否符合企业会计准则的规定，并按照同行业可比同类设备、长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算并说明对发行人报告期各期业绩的影响。③补充说明固定资产、在建工程盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施。④说明主要固定资产减值测试的过程和计算方法，结合业务、固定资产使用情况，说明固定资产是否存在减值迹象

(一) 说明报告期各期末各类机器设备的具体情况，包括金额、数量、用途、成新率、先进性水平等情况，并结合公司产品的生产过程，分析说明报告期各期固定资产余额与发行人业务规模的匹配性

截至 2022 年 12 月 31 日，公司主要生产设备情况如下：

单位: 台、万元

序号	设备名称	数量	原值	净值	用途	成新率	先进性水平
1	光纤激光焊接机	4	210.75	48.47	焊接	23.00%	高速度、高精度、无污染; 通过监视系统能实时检测焊接死角, 确保焊接质量及精度。
2	数控车床	27	205.64	152.19	机加工	74.01%	结构成熟、性能稳定、编程容易、操作简单。
3	光纤激光切管机	2	160.15	119.26	机加工	74.47%	高承载复合卡盘, 高效率、高精度、无尾料实现零浪费; 自动抽尘装置避免管内壁粘渣。
4	焊机	35	110.43	85.77	焊接	77.67%	预设多种焊接方式, 使用范围广; 数字化控制模式, 操作简易。
5	数控平面磨床	2	35.65	28.10	磨加工	78.82%	高精、高速、易操作; 人机画面简洁明了, 有预警装置; 系统内置磨削及砂轮修整程式; 全封闭操作安全性高。
6	废气处理设备	1	26.18	17.35	环保	66.25%	启动快、净化率高、配置先进、安全可靠。
7	注塑机	3	22.37	11.49	注塑	51.36%	性能优越、节能、安全性高; 实现高精度、高响应的螺杆控制, 形成更精密、稳定的塑化填充的保压工艺。
8	电动单梁起重机	3	21.03	13.62	吊装	64.75%	结构紧凑自重轻, 维护简单使用成本低。
9	高速圆锯机	1	18.94	16.67	机加工	88.00%	智能数控、全自动上料、节能降噪、封闭生产安全性高。
10	卡盘式环直缝焊接中心	1	18.14	14.88	焊接	82.00%	全数字化焊接范围调整; 焊枪微调装置有效纠正焊缝偏离; 焊接质量可靠对人员要求低。

截至 2021 年 12 月 31 日, 公司主要生产设备情况如下:

单位: 台、万元

序号	设备名称	数量	原值	净值	用途	成新率	先进性水平
1	光纤激光焊接机	4	210.75	67.44	焊接	32.00%	高速度、高精度、无污染; 通过监视系统能实时检测焊接死角, 确保焊接质量及精度。
2	数控车床	25	170.60	134.07	机加工	78.59%	结构成熟、性能稳定、编程容易、操作简单。
3	光纤激光切管机	2	160.15	133.68	机加工	83.47%	高承载复合卡盘, 高效率、高精度、无尾料实现零浪费; 自动抽尘装置避免管内壁粘渣。
4	焊机	30	73.84	57.11	焊接	77.35%	预设多种焊接方式, 使用范围广; 数字化控制模式, 操作简易。
5	废气处理设备	1	26.18	19.70	环保	75.25%	启动快、净化率高、配置先进、安全可靠。
6	注塑机	3	22.37	13.01	注塑	58.16%	性能优越、节能、安全性高; 实现高精度、高响应的螺杆控制, 形成更精密、稳定的塑化填充的保压工艺。
7	电动单梁起重机	3	21.03	15.51	吊装	73.75%	结构紧凑自重轻, 维护简单使用成本低。
8	高速圆锯机	1	18.94	18.37	机加工	97.00%	智能数控、全自动上料、节能降噪、封闭生产安全性高。
9	卡盘式环直缝焊接中心	1	18.14	16.51	焊接	91.00%	全数字化焊接范围调整; 焊枪微调装置有效纠正焊缝偏离; 焊接质量可靠对人员要求低。
10	PPCW卡盘式环直缝焊接中心	1	17.48	15.51	焊接	88.75%	全数字化焊接范围调整; 焊枪微调装置有效纠正焊缝偏离; 焊接质量可靠对人员要求低。

截至 2020 年 12 月 31 日, 公司主要生产设备情况如下:

单位: 台、万元

序号	设备名称	数量	原值	净值	用途	成新率	先进性水平
1	光纤激光焊接机	4	210.75	86.49	焊接	41.04%	高速度、高精度、无污染；通过监视系统能实时检测焊接死角，确保焊接质量及精度。
2	数控车床	23	149.89	128.10	机加工	85.46%	结构成熟、性能稳定、编程容易、操作简单。
3	光纤激光切管机	1	100.86	83.46	机加工	82.75%	高承载复合卡盘，高效率、高精度、无尾料实现零浪费；自动抽尘装置避免管内壁粘渣。
4	焊机	17	63.02	52.43	焊接	83.19%	预设多种焊接方式，使用范围广；数字化控制模式，操作简易。
5	废气处理设备	1	26.18	22.06	环保	84.25%	启动快、净化率高、配置先进、安全可靠。
6	注塑机	3	22.37	14.61	注塑	65.32%	性能优越、节能、安全性高；实现高精度、高响应的螺杆控制，形成更精密、稳定的塑化填充的保压工艺。
7	电动单梁起重机	3	21.03	17.41	吊装	82.75%	结构紧凑自重轻，维护简单使用成本低。
8	卡盘式环直缝焊接中心	1	18.14	18.14	焊接	100.00%	全数字化焊接范围调整；焊枪微调装置有效纠正焊缝偏离；焊接质量可靠对人员要求低。
9	PPCW 卡盘式环直缝焊接中心	1	17.48	17.08	焊接	97.75%	全数字化焊接范围调整；焊枪微调装置有效纠正焊缝偏离；焊接质量可靠对人员要求低。
10	磁环视觉灌胶机器人	1	17.24	13.49	点胶装配	78.25%	CCD 视觉检测无需夹具，在线连续点胶识别速度快，精准配置出胶量环境要求低。

综上，公司主要产品的工艺流程大致相同，生产设备具有一定的通用性，产品生产的核心主要体现于关键生产工序的设备设计、工艺及流程控制方面。

报告期各期末公司固定资产中机器设备的账面余额分别为 875.54 万元、1,057.55 万元和 1,163.93 万元。由于公司主要产品的工艺流程大致相同，生产设备具有一定的通用性，因此难以单独计算不同类别产品的产能。但由于公司需根据客户实际需求情况进行个性化定制，产品品种、规格不完全一致，单体规格差别较大，造成单台产品所耗工时不同，特别是受到生产设备和场地的制约，以及技术能力较强的焊接专业人员难以快速引进增加，焊接环节的生产能力为制约公司产能的主要瓶颈，因此，公司的产能利用率以焊机的机器工时为单位进行列示：

序号	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
1	焊机数量（台）	31.00	22.25	17.00
2	焊机理论工时（小时）	75,144.00	53,756.00	41,072.00
3	焊机实际工时（小时）	83,379.35	58,879.89	42,821.03
4	产能利用率=③/②	110.96%	109.53%	104.26%

注：机器数量不为整数原因系部分焊机为年中购买，焊机数量参照其当年使用月数按比例折算为机器台数。

由上表可见，受报告期内市场需求影响，公司的产能利用率较高，处于饱和

利用状态，订单较多时，公司焊接工作时间超过 8 小时/天，因此 2020 年至 2022 年公司产能利用率为 104.26%、109.53% 和 110.96%，均超过 100%。

综上所述，公司报告期各期固定资产余额与公司业务规模匹配。

（二）补充说明各类设备的折旧年限是否符合行业特征，是否超出主要机器设备、电子设备、运输设备、通用设备的平均使用年限，是否符合企业会计准则的规定，并按照同行业可比同类设备、长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算并说明对发行人报告期各期业绩的影响

1、关于固定资产折旧年限，是否符合《企业会计准则》的相关规定

公司固定资产各类设备折旧年限与同行业公司比较如下：

单位：年

类别	隆基电磁	华特磁电	公司
机器设备	5-10	10	10
通用设备	-	-	3-5
运输设备	4-5	5	4-5
电子设备及其他设备	3-5	5	3-5

与同行业公司相比，公司机器设备折旧年限与华特磁电一致，与隆基电磁较为接近；通用设备可比公司没有相关分类；运输设备、电子设备及其他设备与隆基电磁一致，与华特磁电较为接近。公司固定资产各类设备折旧年限与同行业可比公司一致或较为接近，折旧年限处于同行业可比公司的折旧年限区间内，符合行业特征。

公司报告期内处置的主要机器设备的使用情况如下：

单位：万元

设备名称	原值	购置时间	处置时间	实际使用期间	折旧年限
焊机 WSM-350	0.56	2010/9/8	2020/8/31	9.99 年	10 年
焊机	0.69	2007/4/1	2020/8/31	13.43 年	10 年
水塔	0.24	2019/1/29	2020/12/28	1.92 年	10 年
真空包装机	0.38	2005/11/1	2020/12/28	15.17 年	10 年

超声波清洗机	1.60	2006/4/1	2020/12/28	14.75 年	10 年
全自动数控切管机	4.27	2015/4/13	2021/7/31	6.30 年	10 年
充磁器	1.91	2007/1/11	2021/9/30	14.73 年	10 年
烘箱	0.17	2011/2/22	2021/9/30	10.61 年	10 年
充磁器	0.74	2009/11/30	2022/11/28	13.00 年	10 年

从报告期内公司主要机器设备使用情况和出售情况看,除个别设备由于生产不再需要,提前处置外,公司设备实际使用年限超过折旧年限。

运输设备方面,根据 2013 年 5 月 1 日起施行的《机动车强制报废标准规定》,其他小、微型营运载客汽车使用 10 年,其他载货汽车(包括半挂牵引车和全挂牵引车)使用 15 年。公司运输设备的折旧年限在营运年限范围之内。通用设备、电子设备及其他设备的折旧年限为 3-5 年。

公司固定资产折旧年限未超出主要机器设备、电子设备、运输设备、通用设备的平均使用年限,符合《企业会计准则》关于“企业根据固定资产的性质和使用情况,合理确定固定资产的使用寿命”的要求。

2、按照同行业可比同类设备、长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算并说明对发行人报告期各期业绩的影响

公司机器设备折旧年限为 10 年,同行业可比公司隆基电磁为 5-10 年,华特磁电为 10 年,由于隆基电磁未披露具体设备折旧年限且产品应用领域与公司存在差别,无法获取同类设备的折旧年限,因此公司以其机器设备的平均折旧年限(7.5 年)模拟测算对发行人报告期各期业绩的影响。

公司机器设备折旧年限根据隆基电磁机器设备的平均折旧年限 7.5 年计算,2020 年度、2021 年度和 2022 年度由于折旧年限的原因,对公司利润总额的影响金额分别为 14.32 万元、14.85 万元和 14.98 万元,占当期利润总额的比例分别为 1.30%、0.68% 和 0.42%,比例较低,不存在重大影响。

公司报告期各期末,长期待摊费用余额分别为 733.26 万元、649.97 万元和 577.20 万元,主要为装修、零星工程及服务费。隆基电磁、华特磁电年度报告财务报表不存在长期待摊费用余额。

综上所述，报告期各期，公司各类设备的折旧年限符合行业特征，未超出主要机器设备、电子设备、运输设备、通用设备的平均使用年限，符合企业会计准则的规定；按照同行业可比同类设备、长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算对公司报告期各期业绩不存在重大影响。

（三）补充说明固定资产、在建工程盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施

1、报告期各期末固定资产盘点情况

单位：万元

项目	2022年期末	2021年期末	2020年期末
盘点时间	2022年12月29日	2022年2月11日	2021年2月23日
盘点地点	公司生产经营厂区		
盘点人员	设备管理员、财务部		
盘点范围	房屋建筑物、机器设备、通用设备、运输设备、电子设备及其他设备		
盘点方法、程序	(1) 盘点前，财务部及设备管理员根据公司固定资产的特点及实际情况提前制定盘点计划、准备固定资产盘点表，确定固定资产放置地点、固定资产盘点范围、盘点比例；(2) 盘点过程中，根据既定的计划盘点固定资产，对照盘点明细表的资产名称、数量、规格和存放地点对实物进行逐项核对。检查资产使用状况，关注是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情形。对盘点中发现有毁损、闲置、待报废固定资产等情况进行备注说明，如确认差异，则予以记录并查明原因；(3) 盘点完毕后，完成盘点总结，对盘点结果汇总记录进行复核，盘点人员及监盘人员在盘点表上签字确认。		
盘点金额	4,160.44	3,720.85	3,616.35
账面余额	4,519.38	4,353.98	4,173.76
盘点比例	92.06%	85.46%	86.64%
盘点结果	公司固定资产账实相符、状况良好，不存在长期闲置的资产。		

2、报告期各期末在建工程盘点情况

单位：万元

项目	2022年期末	2021年期末	2020年期末
盘点时间	2022年12月29日	2022年2月11日	2021年2月23日
盘点地点	公司生产经营厂区		
盘点人员	设备管理员、财务部		
盘点范围	在建工程		

项目	2022 年期末	2021 年期末	2020 年期末
盘点方法、程序	(1) 盘点前, 财务部及设备部根据公司在建工程实际情况提前制定盘点计划、准备在建工程盘点表, 确定在建工程放置地点、在建工程盘点范围、盘点比例; (2) 盘点过程中, 根据既定的计划盘点在建工程, 对照盘点明细表的资产名称、数量、规格和存放地点对实物进行逐项核对。检查资产使用状况, 关注是否存在异常的情况, 如确认差异, 则予以记录并查明原因; (3) 盘点完毕后, 完成盘点总结, 对盘点结果汇总记录进行复核, 盘点人员及监盘人员在盘点表上签字确认。		
盘点金额	5.28	-	6.35
账面余额	5.28	-	6.35
盘点比例	100%	-	100%
盘点结果	公司在建工程账实相符、状况良好, 不存在长期闲置、延迟结转的在建工程。		

综上所述, 公司固定资产及在建工程管理体系完整, 报告期各期末, 公司固定资产盘点比例分别为 86.64%、85.46% 和 92.06%, 账实相符、状况良好, 不存在长期闲置的资产。公司 2021 年期末无结存在建工程情况, 2020 年及 2022 年期末在建工程盘点比例均为 100.00%, 账实相符、状况良好, 不存在长期闲置或延迟结转的情形。

(四) 说明主要固定资产减值测试的过程和计算方法, 结合业务、固定资产使用情况, 说明固定资产是否存在减值迹象

1、公司根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》的相关规定制定了长期资产减值准备的会计政策, 具体政策如下:

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产、油气资产等长期资产, 于资产负债表日存在减值迹象的, 进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的, 按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认, 如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的, 以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

对于因企业合并形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用

状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或者资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

2、公司固定资产减值准备的具体计提方法及测试过程如下：

根据长期资产减值相关会计处理政策，公司在资产负债表日对各长期资产进行减值迹象的判断，如判断分析认为存在减值迹象的，则按公允价值减去处置费用的净额和资产预计未来现金流量的现值孰高与固定资产账面价值进行比较，若后者高于前者则相应计提减值准备。

公司结合《企业会计准则第 8 号-资产减值》关于减值迹象的明细规定以及公司固定资产的具体情况对固定资产进行了减值迹象分析，具体说明如下：

序号	企业会计准则规定	具体分析	是否存在减值迹象
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	主要机器设备目前市场价格未发生大幅下降情形	否
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	最近三年我国经济发展态势良好，GDP 保持稳定增长，技术和法律环境日趋完善。未见对企业产生不利影响	否
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预	报告期内，市场利率或者其他市场投资报酬率未发生	否

序号	企业会计准则规定	具体分析	是否存在减值迹象
	计未来现金流量现值的折现率, 导致资产可收回金额大幅度降低	明显波动	
4	是否存在固定资产预计使用方式发生重大不利变化, 如企业计划终止或重组该资产所属的经营业务、提前处置资产等情形, 从而对企业产生负面影响	固定资产均按原使用用途使用, 报告期处置固定资产未对企业产生重大不利影响	否
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	经盘点, 报告期内, 除各期末处置或报废的小部分固定资产, 公司固定资产未发生陈旧过时、闲置或者实体损坏的情况	否
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期, 如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等	公司营业收入、利润稳步增长, 不存在前述情形	否
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	公司不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》和公司会计政策的有关规定, 公司于报告期各期末结合固定资产盘点情况, 对各类固定资产是否存在减值迹象进行谨慎评估判断。公司所处的经济、技术或者法律等经营环境以及所处的行业未发生重大不利变化, 对公司未产生不利影响; 资产均正常使用, 不存在证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏的情况; 不存在已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置的情况; 不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象。除正常处置或报废的少量固定资产外, 公司在报告期内不存在其他固定资产闲置、损毁或产能下降等减值迹象, 无需计提固定资产减值准备, 符合企业会计准则的相关规定。

综上所述, 报告期各期末公司固定资产不存在减值迹象, 无需计提减值准备。

二、应付账款大幅升高的合理性。报告期各期, 发行人应付账款分别为 942.19 万元、1,399.17 万元和 1,776.49 万元。请发行人: ①结合生产变化情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等, 说明报告期各期应付账款与采购金额、成本的匹配关系, 报告期内应付账款大幅增长的原因及合理性。②补充披露报告期各期应付账款账龄分布情况及账龄 1 年以上未支付的原因, 应付账款前五名的

款项性质披露是否存在错误，说明报告期内主要供应商与应付账款对象之间的匹配性，与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款

（一）结合生产变化情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等，说明报告期各期应付账款与采购金额、成本的匹配关系，报告期内应付账款大幅增长的原因及合理性

1、结合生产变化情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等

报告期内，公司主营业务收入分别为 7,702.18 万元、11,825.61 万元和 16,765.16 万元，随着公司生产经营规模扩大，公司原材料采购也相应增加。报告期内，公司采购生产所需原材料主要品种较多，可分为永磁材料、钢材、零部件、非金属材料和工具辅助等，其中永磁材料类主要由钕铁硼、钐钴和铁氧体等构成。公司采购时综合考虑产品质量、价格、供货周期和付款周期等因素，从公司的合格供应商中择优确定供应商，采购价格通过询比价或由交易双方协商确定。

公司建立了健全的采购管理制度，并严格执行。采购付款流程为采购部门提出采购申请，待供应商货物签收入库，每月与供应商进行定期对账，财务部门收到供应商开具的发票后进行复核对账，对账完成后进行账务处理。公司供应商货款的付款周期一般为收到发票后 1-3 个月，结算方式主要为电汇和银行承兑汇票。为应对原材料价格波动，公司密切关注原材料市场价格的变动，并结合原材料库存数量确定原材料的采购的数量、批次、时间和供应商。

2、报告期各期应付账款与采购金额、成本的匹配关系

报告期内，应付账款与采购金额、成本的情况列示如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
应付账款期末余额	1,776.49	1,399.17	942.19
其中：材料款	1,704.59	1,311.02	768.05
非流动资产欠款	64.46	16.84	160.93
费用款	7.43	71.31	13.22

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期材料采购金额	11,664.08	8,083.10	4,264.48
应付账款（材料款）期末余额占本期采购材料金额的比例	14.61%	16.22%	18.01%
本期主营业务成本	10,778.25	7,811.95	4,910.64
应付账款（材料款）期末余额占本期主营业务成本的比例	15.82%	16.78%	15.64%

报告期各期末，公司应付账款（材料款）占本期采购材料金额的比例分别为 18.01%、16.22%、14.61%，公司应付账款（材料款）占本期主营业务成本的比例分别为 15.64%、16.78%、15.82%，公司上述比例波动较小。由于 2022 年度开始公司部分材料款通过开具应付票据进行采购款结算，如考虑 2022 年末应付票据余额，公司应付账款（材料款）和应付票据合计余额占采购材料金额和主营业务成本的比例分别为 16.24% 和 17.58%，上述比例波动基本保持平稳。

综上，报告期各期末公司应付账款与采购金额、成本具有匹配关系。

（二）补充披露报告期各期应付账款账龄分布情况及账龄 1 年以上未支付的原因，应付账款前五名的款项性质披露是否存在错误，说明报告期内主要供应商与应付账款对象之间的匹配性，与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款

1、补充披露报告期各期应付账款账龄分布情况及账龄 1 年以上未支付的原因，应付账款前五名的款项性质披露是否存在错误

发行人已在招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（九）其他资产负债科目分析”之“6.应付账款”之“（5）应付账款账龄分布情况”补充披露如下：

“（5）应付账款账龄分布情况

报告期各期末，公司应付账款账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	1,711.23	96.33%	1,382.13	98.78%	801.52	85.07%

1年以上	65.26	3.67%	17.04	1.22%	140.67	14.93%
合计	1,776.49	100.00%	1,399.17	100.00%	942.19	100.00%

报告期各期末，公司应付账款账龄在1年以内的比例分别为85.07%、98.78%和96.33%，比例较高，公司应付账款账龄以1年以内为主。2020年末公司账龄1年以上的应付账款占比相对较大，主要系公司新厂区办公楼装修尾款应付未付金额较大所致。”

发行人已在招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（九）其他资产负债科目分析”之“6.应付账款”对应付账款前五名的款项性质的披露修正为“材料款”。

2、说明报告期内主要供应商与应付账款对象之间的匹配性，与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款

（1）说明报告期内主要供应商与应付账款对象之间的匹配性

单位：万元

时间	主要原材料及能源供应商				应付账款前五大供应商			
	名称	采购金额	采购内容	是否为前五大应付款项对象	名称	应付账款余额	采购内容	是否为前五大供应商
2022年度	宁波招宝磁业有限公司	1,802.38	永磁材料	是	宁波科田磁业股份有限公司	550.55	永磁材料	是
	宁波科田磁业股份有限公司	1,285.96	永磁材料	是	宁波招宝磁业有限公司	360.86	永磁材料	是
	杭州永磁集团有限公司	1,111.15	永磁材料	否	成都博峰磁材有限公司	110.17	永磁材料	是
	宁波市金泓钣金制造有限公司	949.68	钢材、零部件	否	余姚市科立磁性材料有限公司	109.61	永磁材料	否
	成都博峰磁材有限公司	558.73	永磁材料	是	宁波同创强磁材料有限公司	93.96	永磁材料	否
2021年度	宁波招宝磁业有限公司	1,559.64	永磁材料	是	宁波招宝磁业有限公司	448.66	永磁材料	是
	宁波科田磁业股份有限公司	955.00	永磁材料	是	宁波科田磁业有限公司	236.84	永磁材料	是
	成都博峰磁材有限公司	781.61	永磁材料	否	杭州永磁集团振泽磁业有限公司	125.73	永磁材料	否
	宁波市金泓钣金制造有限公司	660.03	钢材、零部件	否	宁波同创强磁材料有限公司	77.20	永磁材料	是
	宁波同创强磁材料有限公司	512.01	永磁材料	是	浙江中之杰智能系统有限公司	45.53	信息系统	否
2020年度	宁波招宝磁业有限公司	691.73	永磁材料	是	宁波金坦磁业有限公司	189.57	永磁材料	否
	成都博峰磁材有限公司	646.52	永磁材料	否	浙江金辰建设有限公司	160.93	装修	否

	宁波科田磁业股份有限公司	346.10	永磁材料	是	宁波招宝磁业有限公司	126.40	永磁材料	是
	浙江凯文控股集团有限公司	281.47	永磁材料	否	宁波科田磁业有限公司	73.29	永磁材料	是
	宁波市金泓钣金制造有限公司	278.62	钢材、零部件	否	宁波恒盛磁业有限公司	72.49	永磁材料	否

报告期内，公司应付账款对象与主要供应商匹配性较高。各期匹配差异具体情况如下：

2022 年度匹配差异主要为：1) 2022 年 12 月公司向杭州永磁集团有限公司采购永磁材料金额较小，故 2022 年期末应付账款余额较小；2) 宁波市金泓钣金制造有限公司采购款结算周期为上月 25 日至本月 25 日并于当月付款，故各月末应付账款金额较小；3) 余姚市科立磁性材料有限公司付款周期一般为到货后 3 个月，故 2022 年期末余额较大；4) 2022 年 11 月公司向宁波同创强磁材料有限公司采购永磁材料金额较大，故 2022 年期末应付账款余额较大。

2021 年度匹配差异主要为：1) 子公司宁波磁源开展贸易业务，为享受采购折让，2021 年末预付给成都博峰磁材有限公司 80 万元，故 2021 年末应付账款金额较小；2) 宁波市金泓钣金制造有限公司采购款结算周期为上月 25 日至本月 25 日并于当月付款，故各月末应付账款金额较小；3) 2021 年 11 月公司向杭州永磁集团振泽磁业有限公司采购永磁材料金额较大，故 2022 年末应付账款余额较大；4) 2021 年 12 月，公司与 SAP 系统浙江中之杰智能系统有限公司签订信息系统服务协议，2021 年末应付未付金额较大。

2020 年度匹配差异主要为：1) 公司向成都博峰磁材有限公司采购付款周期一般为 3 个月，因 2020 年第四季度发生采购金额较小，故 2020 年期末应付账款余额较小；2) 公司向浙江凯文控股集团有限公司采购一般为到货后 3 个月，因公司第四季度与其发生采购金额较小，故 2020 年期末应付账款余额较小；3) 宁波市金泓钣金制造有限公司采购款结算周期为上月 25 日至本月 25 日并于当月付款，故各月末应付账款金额较小；4) 公司向宁波金坦磁业有限公司采购一般为到货后 3 个月，因公司 2019 年 11 月与其发生采购金额较大，故 2020 年期末应付账款余额较大；5) 2019 年收到浙江金辰建设有限公司新厂区工程结算尾款 337 万元，故 2020 年期末应付账款余额较小；6) 公司向宁波恒盛磁业有限公司采购一般为到货后 3 个月，

因公司第四季度与其发生采购金额较小，故 2020 年期末应付账款余额较大。

(2) 与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款

报告期内，公司与主要供应商期后结算具体情况如下：

单位：万元					
序号	供应商名称	应付账款 余额	期后付款 金额	期后付款 比例	付款政策
2022 年度					
1	宁波科田磁业股份有限公司	550.55	550.55	100.00%	按合同约定
2	宁波招宝磁业有限公司	360.86	360.86	100.00%	按合同约定
3	成都博峰磁材有限公司	110.17	110.17	100.00%	按合同约定
4	余姚市科立磁性材料有限公司	109.61	109.61	100.00%	按合同约定
5	宁波同创强磁材料有限公司	93.96	93.96	100.00%	按合同约定
合计		1,225.15	1,225.15	100.00%	
2021 年度					
1	宁波招宝磁业有限公司	448.66	448.66	100.00%	按合同约定
2	宁波科田磁业有限公司	236.84	236.84	100.00%	按合同约定
3	杭州永磁集团振泽磁业有限公司	125.73	125.73	100.00%	按合同约定
4	宁波同创强磁材料有限公司	77.20	77.20	100.00%	按合同约定
5	浙江中之杰智能系统有限公司	45.53	45.53	100.00%	按合同约定
合计		933.95	933.95	100.00%	
2020 年度					
1	宁波金坦磁业有限公司	189.57	189.57	100.00%	按合同约定
2	浙江金辰建设有限公司	160.93	160.93	100.00%	按合同约定
3	宁波招宝磁业有限公司	126.40	126.40	100.00%	按合同约定
4	宁波科田磁业有限公司	73.29	73.29	100.00%	按合同约定
5	宁波恒盛磁业有限公司	72.49	72.49	100.00%	按合同约定
合计		622.68	622.68	100.00%	

注：期后付款统计数据截止时间为 2023 年 5 月 31 日。

报告期内，公司基本根据合同约定向供应商支付采购款项，公司与主要供应商不存在重大逾期付款情况，公司与主要供应商不存在货款结算相关的纠纷和诉讼。

三、期间费用计量的准确性。根据申报材料，可比公司隆基电磁的销售费用中存在较大金额的售后服务费，发行人销售费用中无相关项目。请发行人：
①结合合同条款说明产品质量保证的具体安排，质保期的具体构成和安排，报告期内产品售后质量保修支出金额及相关会计处理情况，与可比公司会计存在较大差异的原因及合理性。②补充说明员工薪酬支出在主营业务成本、销售费用、管理费用、研发费用之间分摊的方法，工时管理的相关内部控制及内控制度的执行有效性，说明研发投入的归集、核算是否符合《业务适用指引第1号》1-4的规定，并量化分析报告期内销售人员、管理人员、研发人员、生产人员等数量、平均薪资与业务规模是否匹配，与同期同行业可比公司、同地区公司及当地平均水平相比是否存在显著差异。③结合研发项目补充说明研发费用逐年增加的原因，研发项目投入（包括报告期内已完成项目及在研项目）与产品的关系、对发行人业绩的贡献。④结合费用发生的对方单位说明是否存在关联方或潜在关联方为发行人承担成本或代垫费用的情况，是否存在少计费用的情况

（一）结合合同条款说明产品质量保证的具体安排，质保期的具体构成和安排，报告期内产品售后质量保修支出金额及相关会计处理情况，与可比公司会计存在较大差异的原因及合理性

1、结合合同条款说明产品质量保证的具体安排，质保期的具体构成和安排

2022年度，公司主要内销客户合同条款中关于售后服务的具体安排、质保期的具体构成和安排情况如下：

序号	客户名称	质量保证相关合同条款或约定
1	广西中伟新能源科技有限公司	质保期为设备经过甲方验收合格之日起12个月，乙方在此期间提供免费售后三包服务（包修、包换和包退），密封件除外。质保期内，乙方接到甲方保修通知后必须在48小时内派人至甲方现场维修。
2	扬州迈尔机械科技有限公司	收到货后7天内未出示书面异议，视为验收合格；质保1年。
3	宁德邦普循环科技有限公司	合同产品保修2年，从双方共同签订《验收证明书》之日起开始计算。质保期内产品出现非人为故障，甲方以书面形式或电话通知乙方，乙方在接到通知24小时内必须响应，3个工作日内处理好并承担产品维修过程中发生的维修费及相关费用。
4	青岛软控机电工程有限公司	产品质量保证期为验收合格后12个月，产品如在质保期内出现质量问题，买方有权要求卖方免费修理，更换或退货，

序号	客户名称	质量保证相关合同条款或约定
		并要求卖方赔偿全部经济损失。更换后部件质保期从使用之日起重新计算。
5	琥崧科技集团股份有限公司	乙方对本合同项下的所有标的物实行质量三包，质保期为签署书面验收报告之日起一年。质保期内，乙方应及时为甲方提供服务，如产品发生质量问题，乙方应在接到甲方通知后1小时内回应，乙方应在接到甲方通知后24小时内指定专人到达项目现场提供免费服务，知道解决问题。
6	华友新能源科技（衢州）有限公司	供方对产品实行12个月的质保承诺（质保时间以需方使用之日起计算，不超过到货起算14个月），若产品在质保期内出现非人为损毁情况，供方应于20日内免费维修，若未能解决问题，供方免费提供全新合格产品，否则视为违约。
7	常州百利锂电智慧工厂有限公司	质保期从安装验收合格之日起1年，质保期内出现质量问题免费更换。
8	深圳市尚水智能股份有限公司	如来货未通过我司来料检验（来料检验标准由买卖双方协定），我司将退货或由供应商返工处理。我司或我司客户因供应商供货不良所造成的损失，供应商需负相关责任。
9	惠州市赢合科技有限公司	供方提供的产品质量应当符合国家、行业标准及需方需求，质量保质期根据约定或相关规定为准，没有规定的，按需方出厂标准。产品质量保证期至少为1年，自需方验收产品合格之日起计算。
10	广东鸿凯智能科技有限公司	质保期为1年、计算周期为交付使用之日起1年，质保期间供货方必须24小时响应，配合购货方处理售后、维修等。

2021年度，公司主要内销客户合同条款中关于售后服务的具体安排、质保期的具体构成和安排情况如下：

序号	客户名称	质量保证相关合同条款或约定
1	中伟新材料股份有限公司	产品应当符合买方要求、行业标准或国家标准，质量保证期为甲方验收合格之日起12个月，乙方在此期间提供免费售后三包服务（包修、包换和包退），密封件除外。
2	无锡理奇智能装备有限公司	需方按验收标准对货物进行检测验收，需方保证合同货物全新，未曾用过，并完全符合合同规定质量、规格和性能。自合同货物验收通过之日起12个月为合同货物质保期。
3	惠州市赢合科技有限公司	供方提供的产品质量应当符合国家、行业标准及需方需求，质量保质期根据约定或相关规定为准，没有规定的，按需方出厂标准。产品质量保证期至少为1年，自需方验收产品合格之日起计算。
4	广西中伟新能源科技有限公司	乙方所供产品，应符合国家或行业产品质量技术标准。乙方应保证所提供的产品是全新、未使用过的，并应保证其产品在正常使用和保养条件下，质保期为经甲方验收合格后12个月。质保期内如因产品出现质量问题，乙方将免费维修更换。
5	青岛软控机电工程有限公司	产品应当符合买方要求、行业标准或国家标准。产品质量保证期为验收合格后12个月，产品如在质保期内出现质量问题，买方有权要求卖方免费修理、更换或退货，并要求卖方赔偿全部经济损失。

序号	客户名称	质量保证相关合同条款或约定
6	华友新能源科技（衢州）有限公司	供方对产品实行 12 个月的质保承诺（质保时间以需方使用之日起计算），若产品在质保期内出现非人为损坏情况，供方应于 20 日内免费进行维修，若未能解决问题，供方应免费提供全新合格产品，否则视为违约。
7	深圳市尚水智能股份有限公司	如来货未通过我司来料检验（来料检验标准由买卖双方协定），我司将退货或由供应商返工处理。我司或我司客户因供应商供货不良所造成的损失，供应商需负相关责任。
8	琥崧科技集团股份有限公司	乙方对合同项下的所有标的物实行质量三包，质保期为签署书面验收报告之日起 12 个月。
9	成都融捷锂业科技有限公司	乙方必须保证及担保按合同的要求供货；必须保证及担保所提供的设备、备件及材料符合国家、行业的最新标准和规范；必须保证及担保所供货物是全新、未使用过的，并完全符合合同规定的质量、规格和性能的要求。设备质量保证期为：机组 72 小时带负荷运行合格后 12 个月或全部设备到现场 18 个月（两者以时间先到为准）。
10	中国巨石股份有限公司	卖方保证其所提供的产品是全新的、质量优良的，在设计和工艺上不存在缺陷，并且符合各采购合同项下货物规格单中所规定的.技术指标和要求，货物的质保期为验收合格之日起 12 个月，在质保期内，确因卖方产品的质量问题所发生的问题，卖方应无偿予以退货或更换，并赔偿买方的全部损失

2020 年度，公司主要内销客户合同条款中关于售后服务的具体安排、质保期的具体构成和安排情况如下：

序号	客户名称	质量保证相关合同条款或约定
1	宁德时代新能源科技股份有限公司	订单未涉及质量保证相关合同条款或约定
2	湖南中伟新能源科技有限公司	乙方应保证所提供的产品是全新、未使用过的，并应保证其产品在正常使用和保养条件下，质保期为经甲方验收合格后 12 个月。质保期内，如因产品出现质量问题，乙方将免费维修或更换。
3	金能化学（青岛）有限公司	乙方应保证货物是全新的，并完全符合合同约定的质量、规格和性能要求。整台设备的保证期为设备性能验收合格之日起的 12 个月。若卖方设备供货至现场，18 个月后仍未使用，则视为设备性能验收合格且设备机械质保期到期。质保期以上述两种情况先到之日为准。
4	扬州迈尔机械科技有限公司	收到货后 7 天内未出示书面异议，视为验收合格；质保 1 年。
5	青岛软控机电工程有限公司	产品应当符合买方要求、行业标准或国家标准。产品质量保证期为验收合格后 12 个月，产品如在质保期内出现质量问题，买方有权要求卖方免费修理、更换或退货，并要求卖方赔偿全部经济损失。
6	无棣金海湾锂业科技有限公司	按国标标准，自货物投入使用之日起质保期 12 个月，质保期内实行三包：包退、包换、保修。
7	中伟新材料股份有限公司	乙方应保证所提供的产品是全新、未使用过的，并应保证其产品在正常使用和保养条件下，质保期为经甲方验收合格后

序号	客户名称	质量保证相关合同条款或约定
		12 个月。质保期内，如因产品出现质量问题，乙方将免费维修或更换。
8	湖南邦普循环科技有限公司	产品保修 1 年，从双方共同签订《验收证明书》之日起开始计算。质保期内若产品出现非人为故障，乙方承担产品维修过程中发生的维修费及相关费用。
9	河北吉诚新材料有限公司	免费维修及更换保证期为合同标的物自安装调试合格之日起一年或合同标的物全部到齐至需方指定现场之日起 18 个月（两者以时间先到为准）。在免费维修及更换保证期内，因供方原因造成损坏的，供方负责免费维修及更换设备零件，更换或修复的设备零件免费维修及更换保证期从设备修复或更换合格之日起相应顺延。在免费维修及更换保证期内，如果出现的质量问题，供方不能解决，双方协商解决相关索赔问题，索赔金额不受免费维修及更换保证金数额的约束，因设备质量原因造成的问题及给需方带来的直接经济损失由供方承担。
10	江西赣锋锂业集团股份有限公司	质保期、保养期为自甲方对货物验收合格并签署《质量验收合格报告》之日起 1 年，在质保期、保养期内，如货物设备非因甲方的人为原因而出现质量问题，甲方有权向乙方剔除质量异议，乙方应负责包修、包换、承担修理、调换产生的 一切费用。

2、报告期内产品售后质量保修支出金额及相关会计处理情况，与可比公司会计处理存在较大差异的原因及合理性

报告期各期，公司产品售后质量保修支出金额如下：

单位：万元				
项目	相关会计处理	2022 年度	2021 年度	2020 年度
换货成本	产品实现销售后，在产品保修期内，客户提出换货需求，公司审核后，在实际发生的换货当期结转产品成本计入营业成本。	11.90	5.03	1.23
返修成本	产品实现销售后，在产品保修期内，客户提出维修需求，公司审核后根据实际发生的维修费用计入销售费用。	15.40	9.33	4.11
合计		27.30	14.36	5.34

由上表可知，报告期各期，公司产品售后质量保修支出金额分别为 5.34 万元、14.36 万元和 27.30 万元，金额总体较小。

同行业可比公司，产品售后质量保修支出相关会计处理及金额如下：

单位：万元				
项目	相关会计处理	2022 年度	2021 年度	2020 年度
隆基电磁	公司预计负债的主要内容为产品质量保	1,409.77	1,837.78	1,118.34

	证。公司的售后服务期限通常为 12 个月, 各期末售后服务费余额(预计负债)=最近 3 年实际发生的售后服务费率*当年收入金额, 当期售后服务费计提金额=期末售后服务费余额(预计负债)-期初售后服务费余额(预计负债)+当期实际发生的售后服务费。当期售后服务费计提金额计入销售费用-售后服务费科目核算。			
华特磁电	实际发生金额, 不计提预计负债, 根据实际发生费用金额计入销售费用-维修费金额科目核算	59.77	43.10	73.45

由上表可知, 公司产品售后质量保修支出相关会计处理与同行业可比公司华特磁电不存在重大差异, 均根据实际发生金额计入当期损益, 且金额总体较小, 与同行业可比公司隆基电磁存在较大差异, 隆基电磁根据近三年实际发生的售后服务费*当年收入金额计算计提当期售后服务费, 并计入当期损益, 且金额较大, 主要原因系: 隆基电磁所处行业为工业磁力应用设备制造业, 下游行业主要包括铁矿石、煤炭、电力和冶金等工业磁力设备传统应用行业。由于工作环境较为恶劣, 设备的日常故障不可避免, 相关售后质量保修支出金额较大, 对当期业绩影响较大, 为有效平滑各年度售后服务费, 根据近三年实际发生的售后服务费*当年收入金额计算计提当期售后服务费, 并计入当期损益。

综上所述, 报告期各期, 公司产品售后质量保修支出金额及相关会计处理情况, 与可比公司华特磁电不存在重大差异, 与隆基电磁存在较大差异, 主要系下游应用领域不同, 具有合理性。

(二) 补充说明员工薪酬支出在主营业务成本、销售费用、管理费用、研发费用之间分摊的方法, 工时管理的相关内部控制及内控制度的执行有效性, 说明研发投入的归集、核算是否符合《业务适用指引第 1 号》1-4 的规定, 并量化分析报告期内销售人员、管理人员、研发人员、生产人员等数量、平均薪资与业务规模是否匹配, 与同期同行业可比公司、同地区公司及当地平均水平相比是否存在显著差异

1、补充说明员工薪酬支出在主营业务成本、销售费用、管理费用、研发费用之间分摊的方法

公司员工薪酬支出具体包括工资、奖金、社会保险金和公积金等。公司员工岗位职责分工明确，财务部根据员工所在部门及承担的工作职责将员工薪酬支出分别计入主营业务成本、销售费用、管理费用、研发费用，具体情况如下：

核算科目	部门
营业成本	生产部、品管部（专职从事品质管理的品管部人员薪酬计入主营业务成本，对于同时从事品质管理及研发活动的人员，按照工时分配分别计入主营业务成本和研发费用）
销售费用	业务部
管理费用	总经办（专职从事公司管理的总经办人员薪酬计入管理费用，对于同时从事公司管理及研发活动的人员，按照工时分配分别计入管理费用和研发费用）、董事会秘书办公室、财务部、采购部、综合部
研发费用	研发部、技术部、品管部和总经办中兼职从事研发的人员

注：报告期内，公司品管部和总经办各一人曾兼职从事研发活动。

公司职工薪酬按照部门职能计入对应的科目，分摊方法合理。

2、工时管理的相关内部控制及内控制度的执行有效性

公司已根据《劳动法》、《劳动合同法》制订人力资源相关管理制度，其中包括《劳动合同管理规定》、《考勤休假管理标准》、《人力资源管理标准》、《员工培训管理标准》、《薪酬福利管理标准》和《绩效考核与晋升管理标准》，涵盖公司主要薪酬管理的各个环节，公司工时管理制度完善。公司严格按照相关制度进行员工出勤管理，员工通过上下班考勤打卡进行考勤记录，各部门主管对其部门员工的考勤记录进行复核后将工时记录提交综合部审批，财务部根据经综合部审批后的工时记录按月计算职工薪酬，再将薪酬总额按部门进行汇总，提交综合部主管、财务部、董事长审核后由财务部进行账务处理。报告期内，公司严格按照相关制度进行员工考勤和工时管理并得到有效执行。

3、说明研发投入的归集、核算是否符合《业务适用指引第 1 号》1-4 的规定

(1) 公司研发投入的归集、核算符合《业务适用指引第 1 号》1-4 的规定

根据《业务适用指引第 1 号》1-4 的相关规定，“研发投入为企业研究开发活动形成的总支出。研发投入通常包括研发人员工资费用、直接投入费用、折旧费用与长期待摊费用、设计费用、装备调试费、无形资产摊销费用、委托外部研究

开发费用、其他费用等。本期研发投入为本期费用化的研发费用与本期资本化的开发支出之和”。

报告期内，公司研发投入情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	517.88	77.10%	368.90	80.57%	306.01	77.56%
材料投入	98.56	14.68%	35.96	7.85%	44.83	11.36%
委外研发	-	-	5.30	1.16%	-	-
折旧与摊销	31.69	4.72%	28.00	6.12%	26.83	6.80%
其他费用	23.48	3.50%	19.68	4.30%	16.89	4.28%
合计	671.61	100.00%	457.84	100.00%	394.56	100.00%

报告期，研发费用中的职工薪酬为研发人员的工资、社保、福利费等；材料投入为研发项目相关的材料投入，均已立项并通过项目进行归集；折旧与摊销主要系与研发有关的设备或无形资产的折旧与摊销；其他费用主要系研发相关的水电费、差旅费等。报告期内公司研发投入均作费用化处理，无研发费用资本化情形。公司研发投入的归集、核算符合《业务适用指引第 1 号》1-4 的规定。

（2）公司与研发相关的内控控制及归集核算情况

公司制定《研发管理标准》等研发相关内控制度，对研发项目管理，研发人员职责划分、立项、实施、结项、费用分摊等事宜进行了明确规定，可以有效监控、记录各研发项目的进展情况。

研发费用核算方面，公司根据《企业会计准则》制定研发费用会计政策，对研发支出的范围和标准进行明确，公司研发投入和其他成本费用划分准确、核算清晰。公司按研发项目实际发生支出进行归集核算，各项研发费用按用途、性质据实列支，并需履行相应的审批程序，不存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形。公司根据研发项目组建各研发项目组，研发材料根据研发项目进行领用，并作为直接投入材料计入相关研发项目。研发部门负责每天统计登记研发人员考勤表及实际承担的具体研发项目，财务部门根据考勤登记情况分摊确认各研发项目需负担的人工成本。研发资产折旧摊销费用，按研发项目个数平均分配

至各研发项目。研发费用中其他费用于发生时计入相关的研发项目。

综上所述，报告期各期，公司研发相关内控制度健全且有效执行，研发投入的归集、核算符合《业务适用指引第1号》1-4的规定。

4、量化分析报告期内销售人员、管理人员、技术人员数量、平均薪资与业务规模是否匹配，说明销售人员、管理人员、技术人员平均薪资水平与同期同行业可比公司、同地区公司及当地平均水平相比是否存在显著差异

(1) 量化分析报告期内销售人员、管理人员、技术人员数量、平均薪资与业务规模是否匹配

1) 量化分析报告期内销售人员、管理人员、技术人员数量与业务规模是否匹配

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员数量及增长率与营业收入的增长率具体情况如下：

单位：人、万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	数据	变动比例	数据	变动比例	数据
销售人员数量	14	16.67%	12	9.09%	11
管理人员数量	26	23.81%	21	16.67%	18
研发人员数量	29	16.00%	25	4.17%	24
营业收入	16,881.37	41.54%	11,927.25	52.38%	7,827.42

注：人员数量=（期初人员人数+期末人员人数）/2，下同。

A. 销售人员数量与业务规模的匹配性分析

报告期内，公司销售人员数量稳步增加，变动比例小于营业收入增长幅度，主要系公司产品在下游市场需求大幅增加，多数长期合作的客户加大对公司产品的采购，由于公司在精细除铁领域品牌知名度和技术实力较高，大部分新客户基于公司产品质量口碑，寻求与公司合作，客户开发成本低，所需销售人员少，故公司通过扩招销售人员进行市场拓展的必要性较小。随着公司的业务规模大幅增长，公司销售人员数量保持稳步增加具有合理性。

B. 管理人员数量与业务规模的匹配性分析

报告期内，公司管理人员数量稳步增长，主要系随着业务规模扩大，公司需增加管理人员不断加强内部管理，管理人员数量相应增加。

C. 研发人员数量与业务规模的匹配性分析

报告期内，公司研发人员数量稳步增加，公司的研发项目主要为致力于提升技术水平和产品性能，通过持续的自主研发投入和积累，根据对产品技术的不断改进、对客户特定需求的分析、对行业未来升级趋势的理解，公司不断完善从普通永磁除铁设备到自动永磁除铁设备、电磁除铁设备的产品迭代升级积极探索并布局磁力过滤设备相关课题，持续进行研发投入，有效保证公司产品技术水平及竞争力持续提升，随着公司的业务规模大幅增长，公司研发人员数量稳步增加具有合理性。

2) 量化分析报告期内销售人员、管理人员、技术人员的平均工资与业务规模是否匹配

单位：万元、人、万元/年

费用科目	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
		数据	变动比例	数据	变动比例	数据
销售费用	销售人员工资 (A1)	582.34	45.14%	401.22	48.71%	269.80
	销售人员数量 (B1)	14	16.67%	12	9.09%	11
	销售人员人均薪酬 (C1=A1/B1)	41.60	24.40%	33.44	36.32%	24.53
管理费用	管理人员工资 (A2)	563.95	46.03%	386.18	13.97%	338.85
	管理人员数量 (B2)	26	23.81%	21	16.67%	18
	管理人员人均薪酬 (C2=A2/B2)	21.69	17.94%	18.39	-2.28%	18.82
研发费用	研发人员工资 (A3)	517.88	40.38%	368.90	20.55%	306.01
	研发人员数量 (B3)	29	16.00%	25	4.17%	24
	研发人员人均薪酬 (C3=A3/B3)	17.86	21.00%	14.76	15.76%	12.75
营业收入		16,881.37	41.54%	11,927.25	52.38%	7,827.42

报告期各期，公司销售人员、管理人员与研发人员的平均薪酬稳步上升，主要系随着经营业绩大幅提升，相应提高了员工薪酬待遇，与公司业务规模匹配。

(2) 说明上述人员平均薪资水平与同期同行业可比公司、同地区公司及当地平均水平相比是否存在显著差异

1) 说明上述人员平均薪资水平与同期同行业可比公司平均水平相比是否存在显著差异

报告期内,公司销售人员、管理人员、研发人员平均薪资水平与同行业可比公司的对比情况如下:

单位: 万元/年

项目	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售人员平均薪酬	隆基电磁	11.47	10.40	9.77
	华特磁电	27.82	15.99	12.44
	平均数	19.64	13.20	11.11
	公司	41.60	34.89	25.70
管理人员平均薪酬	隆基电磁	13.23	12.79	10.17
	华特磁电	14.60	15.70	14.21
	平均数	13.92	14.24	12.19
	公司	21.69	18.39	18.82
研发人员平均薪酬	隆基电磁	12.36	8.92	8.17
	华特磁电	7.99	4.23	3.38
	平均数	10.17	6.57	5.78
	公司	17.86	14.76	12.75

注: 可比公司人均薪酬员工人数= (期初人员人数+期末人员人数) /2, 可比公司人均薪酬=各期间费用薪酬披露金额/可比公司人均薪酬员工人数。

公司销售人员、管理人员以及研发人员平均薪酬变动趋势和同行业可比公司的变动趋势总体保持一致, 但平均薪酬高于可比公司平均水平, 具体原因分析如下:

A. 销售人员平均薪资水平高于同行业可比公司平均水平的原因分析

报告期内, 公司与同行业可比公司销售人员人均销售额情况如下:

单位: 万元/人

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
隆基电磁	330.09	299.52	241.83
华特磁电	501.00	500.99	309.97
公司	1,205.81	1,035.82	741.52

由上表可知, 公司销售人员人均销售额均高于同行业可比公司隆基电磁和华

特磁电，公司销售人员销售绩效高于可比公司，人均薪酬高于同行业可比公司。同行业可比公司隆基电磁主要经营地为辽宁省沈抚新区，华特磁电主要经营地为山东省潍坊市临朐县，公司主要经营地为浙江省宁波市镇海区，宁波市镇海区地处长三角经济较为发达，当地平均工资水平较高，导致销售人员平均薪酬较高。

总体来看，公司销售人员的人均薪酬高于同行业可比公司平均水平，主要系公司的人均销售额高于同行业可比公司平均水平，且地处经济相对较为发达地区，具有合理性。

B. 管理人员平均薪资水平高于同行业可比公司平均水平的原因分析

2022 年度，公司及同行业可比公司所在城市人民可支配收入情况如下：

单位：万元

公司名称	全体居民	城镇居民	农村居民
辽宁省沈阳市（隆基电磁）	4.55	5.17	2.24
山东省潍坊市（华特磁电）	3.94	4.90	2.56
浙江省宁波市（公司）	6.83	7.67	4.55

注：相关数据取自当地城市统计局官网，同行业可比公司未披露私营单位从业人员年平均工资，所以以年度人均可支配收入进行比较分析。

由上表可知，宁波市人均可支配收入明显高于沈阳市和潍坊市的人均可支配收入。公司管理人员平均薪酬高于同行业可比公司平均水平，主要原因系同行业可比公司隆基电磁主要经营地为辽宁省沈抚新区，华特磁电主要经营地为山东省潍坊市临朐县，公司主要经营地为浙江省宁波市镇海区，宁波市镇海区地处长三角经济较为发达，当地平均工资水平较高，导致管理人员平均薪酬较高。

综上所述，公司管理人员平均薪资水平高于同行业可比公司平均水平具有合理性。

C. 研发人员平均薪资水平高于同行业可比公司平均水平的原因分析

宁波市人均可支配收入明显高于沈阳市和潍坊市的人均可支配收入。公司研发人员平均薪酬高于同行业可比公司平均水平，主要原因系同行业可比公司隆基电磁主要经营地为辽宁省沈抚新区，华特磁电主要经营地为山东省潍坊市临朐县，公司主要经营地为浙江省宁波市镇海区，宁波市镇海区地处长三角经济较为发达，

当地平均工资水平较高，导致研发人员平均薪酬较高。

综上所述，公司研发人员平均薪资水平高于同行业可比公司平均水平具有合理性。

2) 说明上述人员平均薪资水平与同地区公司相比是否存在显著差异

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员平均薪资水平与浙江省宁波市镇海区当地的创业板上市公司宁波家联科技股份有限公司、上交所上市公司浙江野马电池股份有限公司、深交所主板在审公司浙江夏厦精密制造股份有限公司的对比情况如下：

单位：万元/年

项目	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售人员平均薪酬	家联科技	16.27	11.95	11.28
	野马电池	17.77	17.63	14.08
	夏厦精密	16.75	未披露	未披露
	平均数	16.93	14.79	12.68
	公司	41.60	33.44	24.53
管理人员平均薪酬	家联科技	18.70	11.71	13.58
	野马电池	19.81	21.52	17.80
	夏厦精密	21.95	未披露	未披露
	平均数	20.15	16.62	15.69
	公司	21.69	18.39	18.82
研发人员平均薪酬	家联科技	12.71	10.70	10.82
	野马电池	20.16	21.38	17.71
	夏厦精密	14.24	未披露	未披露
	平均数	15.70	16.04	14.26
	公司	17.86	14.76	12.75

注：以上数据取自查询公开披露的招股说明书和年度报告等信息，并根据相关数据汇总整理计算分析。

报告期内，公司与同地区公司销售人员人均销售额情况如下：

单位：万元/人

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
家联科技	897.22	734.73	712.69

野马电池	1,821.61	1,994.16	1,801.28
夏厦精密	2,875.53	未披露	未披露
平均	1,864.78	1,364.45	1,256.98
公司	1,205.81	1,035.82	741.52

注：以上数据取自查询公开披露的招股说明书和年度报告等信息，并根据相关数据汇总整理计算分析。

公司销售人员平均薪酬高于同地区公司平均水平，主要系公司与同地区公司所属行业和下游客户领域不同，公司销售业绩提成较高，销售人员平均薪酬高于同地区公司平均水平。

报告期内公司管理人员平均薪酬和研发人员平均薪酬与同地区公司平均水平较为接近，不存在显著差异。

3) 说明上述人员平均薪资水平与当地平均水平相比是否存在显著差异

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均薪资水平与当地社会平均工资水平对比情况如下：

单位：万元/年

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
宁波市平均工资	8.17	8.18	7.21
公司销售人员平均薪酬	41.60	34.89	25.70
公司管理人员平均薪酬	21.69	18.39	18.82
公司研发人员平均薪酬	17.86	14.76	12.75

注：宁波市平均工资数据来源宁波市统计局私营制造业年平均工资。

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均薪资高于宁波市私营制造业平均工资，主要系宁波是统计局统计的私营制造业年度平均工资为区分岗位，系整体平均工资，包含了一些薪资相对较低的岗位样本，公司薪资水平在当地具备一定的竞争力。

报告期内，公司管理人员、技术人员、销售人员平均薪资水平高于同行业可比公司；公司销售人员平均薪资水平高于同地区公司，符合公司的实际经营情况，具备合理性，管理人员平均薪酬和研发人员平均薪酬与同地区公司平均水平较为接近，不存在显著差异；公司销售人员、管理人员和研发人员平均薪资水平高于同地区公司平均水平，具有一定竞争力。

综上所述，报告期各期，公司职工薪酬按照部门职能计入对应的科目，分摊方法合理；公司严格按照相关制度进行员工考勤和工时管理并得到有效执行；公司研发相关内控制度健全且被有效执行，研发投入的归集、核算符合《业务适用指引第1号》1-4的规定；公司管理人员、技术人员、销售人员平均薪资水平高于同行业可比公司；公司销售人员平均薪资水平高于同地区公司，符合公司的实际经营情况，具备合理性，管理人员平均薪酬和研发人员平均薪酬与同地区公司平均水平较为接近，不存在显著差异；公司销售人员、管理人员和研发人员平均薪资水平高于同地区公司平均水平，具有一定竞争力。

（三）结合研发项目补充说明研发费用逐年增加的原因，研发项目投入（包括报告期内已完成项目及在研项目）与产品的关系、对发行人业绩的贡献

1、报告期内研发项目投入明细及与产品对应关系

单位：万元

序号	研发项目	投入金额			与产品对应关系	项目状态
		2022年度	2021年度	2020年度		
1	AF 流体自动清洗设备的研发	-	-	54.98	除铁器 AF3-RC	已完成
2	冷却液除铁器的研发	-	-	33.15	除铁器 SMCS80	已完成
3	气动水滴型刮板除铁器的研发	-	-	43.77	气动除铁器 PCPS1.2TF250RFM-DSIG (35/35) (水滴形)	已完成
4	全自动液体除铁器的研发	-	-	52.74	AF 自清洗除铁器 AF0.9T141.3/R1CCN-1	已完成
5	DN600 型气动刮板除铁器的设计开发	-	-	30.74	气动除铁器 PCPS1TD600RFEH-DSIG (60/60)	已完成
6	气动抽屉除铁器的研发	-	-	32.92	IG 型抽屉除铁器 _MD1.1TD35-35SFH-IG	已完成
7	超宽皮带除铁器的设计开发	-	-	47.50	皮带除铁器 CBM1-10/100	已完成
8	EMS250 电磁除铁器设计开发	-	71.07	98.77	电磁除铁器 EMS-250-D3-5	已完成
9	集成振动给料抽屉除铁器的研发	-	15.96	-	MD0.9TT60RCCH-E 系统	已完成

序号	研发项目	投入金额			与产品对应关系	项目状态
		2022年度	2021年度	2020年度		
10	气动易清洗抽屉除铁器的研发	-	38.43	-	气动易清洗抽屉除铁器	已完成
11	自动清理旋转除铁器的研发	-	33.46	-	自动旋转除铁器-DN200	已完成
12	电磁直线给料机的研发	-	17.31	-	电磁直线振动机	已完成
13	AF 除铁系统的研究	-	23.87	-	AF 自清理除铁器-LAS-M-3	已完成
14	组合式皮带分选机的研发	-	60.74	-	组合式皮带分选系统	已完成
15	自动浆料除铁设备的研发	-	37.30	-	自动浆料除铁设备	已完成
16	浆料半自动除铁器的研发	-	153.64	-	半自动浆料除铁器	已完成
17	圆形角焊缝多层多道自动焊方法研究	-	6.07	-	应用于各类产品焊接工序	已完成
18	高粘度自动浆料除铁设备的研发	66.48	-	-	高粘度自动浆料除铁设备	已完成
19	浆料电磁除铁器设计研发	265.60	-	-	电磁除铁器 EMS-250-W3	已完成
20	EMS300 电磁除铁器设计研发	103.37	-	-	电磁除铁器 EMS-300-D3	已完成
21	新式 AF 流体除铁系统的研发	74.39	-	-	自动管道浆料永磁除铁器 LAS-2M-7	已完成
22	EMS250 高性能电磁除铁器设计开发	143.86	-	-	电磁除铁器 EMS-250-D6	已完成
23	磁棒封板激光自动焊接工作站	8.69	-	-	应用于各类产品焊接工序	研发阶段
24	筛网氩弧焊自动焊接工作站	9.21	-	-	应用于各类产品焊接工序	研发阶段
合计		671.61	457.84	394.56		

2、结合研发项目补充说明研发费用逐年增加的原因

公司的研发项目主要为致力于提升技术水平和产品性能,通过持续的自主研发投入和积累,根据对产品技术的不断改进、对客户特定需求的分析、对行业未

来升级趋势的理解，公司不断完善从普通永磁除铁设备到自动永磁除铁设备、电磁除铁设备的产品迭代升级积极探索并布局磁力过滤设备相关课题，持续进行研发投入，有效保证公司产品技术水平及竞争力持续提升。

综上所述，报告期各期，公司加大研发项目投入主要为了提升技术水平和产品性能，有效保证公司产品技术水平及竞争力持续提升，研发费用增加符合公司实际情况，具有合理性。

3、研发项目投入对公司业绩的贡献

报告期内，公司研发项目主要围绕核心技术及主要产品展开，核心技术涉及的产品涵盖各类永磁除铁器和电磁除铁器。报告期内，公司研发项目形成的相关业务收入情况如下：

单位：万元			
项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发项目形成的相关业务收入	16,612.86	11,605.91	7,573.80
主营业务收入	16,765.16	11,825.61	7,702.18
研发项目形成的相关业务收入占公司主营业务收入的比例	99.09%	98.14%	98.33%

报告期各期，公司研发项目形成的相关业务收入金额分别为 7,573.80 万元、11,605.91 万元和 16,612.86 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 98.33%、98.14% 和 99.09%，公司报告期各期主营业务收入基本与公司研发投入相关，公司研发投入对公司报告期各期业绩具有重大贡献。

综上所述，报告期各期，公司加大研发项目投入主要为了提升技术水平和产品性能，有效保证公司产品技术水平及竞争力持续提升，研发费用增加符合公司实际情况，具有合理性；公司报告期各期主营业务收入基本与公司研发投入相关，公司研发投入对报告期各期业绩具有重大贡献。

（四）结合费用发生的对方单位说明是否存在关联方或潜在关联方为发行人承担成本或代垫费用的情况，是否存在少计费用的情况

报告期各期内，公司主要费用发生情况如下：

1、销售费用

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资薪酬类	582.34	84.76	401.22	80.41	269.80	74.41
广告宣传费	37.09	5.4	30.77	6.17	39.58	10.92
差旅费	4.69	0.68	8.07	1.62	7.72	2.13
折旧费	9.94	1.45	9.69	1.94	9.81	2.7
展览费	6.01	0.88	18.73	3.75	10.74	2.96
业务招待费	10.67	1.55	4.58	0.92	6.37	1.76
无形资产摊销	0.31	0.05	0.31	0.06	0.31	0.09
长期待摊费用摊销	3.36	0.49	3.36	0.67	3.36	0.93
其他费用	32.66	4.75	22.27	4.46	14.93	4.12
合计	687.08	100.00	499.00	100.00	362.61	100.00

报告期内公司销售费用主要包括工资薪酬类、广告宣传费、差旅费、展览费和业务招待费等。

1) 工资薪酬类：公司向员工支付的工资、奖金、社保、住房公积金、福利费等内容，均通过公司账户统一发放，不存在关联方或者潜在关联方为员工代发工资的情况。

2) 广告宣传费：主要为公司支付给互联网平台的推广服务费。

3) 差旅费：主要为员工出差发生的交通费、食宿费与出差补贴等相关费用。该等费用通常由公司业务人员发生时垫付，事后根据公司的报销制度向公司提供发票等凭证申请报销，公司审批通过后将费用支付给公司业务人员。

4) 展览费：公司为推介产品，参加各类专业展会发生的展览费用。

5) 业务招待费：公司日常经营活动中的接待费用，包括餐饮住宿等费用，不存在由关联方或潜在关联方代垫采购费用的情况。

2、管理费用

单位：万元、%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资薪酬类	563.95	54.27	386.18	48.28	338.85	48.83
折旧	102.54	9.87	92.34	11.54	88.98	12.82
无形资产摊销	18.67	1.8	14.52	1.82	13.66	1.97
长期待摊费用摊销	74.10	7.13	67.74	8.47	54.37	7.83
汽车费用	20.76	2.00	18.44	2.31	17.65	2.54
税费	0.14	0.01	0.91	0.11	1.48	0.21
办公费	39.95	3.85	39.37	4.92	30.17	4.35
差旅费	7.08	0.68	2.35	0.29	1.67	0.24
业务招待费	9.73	0.94	8.88	1.11	6.85	0.99
咨询服务费	142.41	13.71	114.35	14.3	106.10	15.29
安全费用	27.62	2.66	40.07	5.01	23.29	3.36
财产保险费	4.72	0.45	1.71	0.21	2.20	0.32
其他费用	27.43	2.64	13.00	1.63	8.73	1.26
合计	1,039.10	100.00	799.87	100.00	693.98	100.00

报告期内公司管理费用主要包括工资薪酬类、折旧摊销、汽车费用、办公费用、差旅费、业务招待费和咨询服务费等。

- 1) 工资薪酬类：公司向员工支付的工资、奖金、社保、住房公积金、福利费等内容，均通过公司账户统一发放，不存在关联方或者潜在关联方为员工代发工资的情况。
- 2) 折旧摊销：根据企业会计准则的规定计提的折旧及相关无形资产、长期待摊费用的摊销，未实际对外支付资金。
- 3) 汽车费用：主要为发生的车辆汽油费、过路费、维修保养费用和车辆临时租赁费用，不存在由关联方或潜在关联方代垫采购费用的情况。
- 4) 办公费：公司相关部门向外部供应商进行采购办公用品，不存在由关联方或潜在关联方代垫采购费用的情况。
- 5) 差旅费：主要为员工出差发生的交通费、食宿费与出差补贴等相关费用。该等费用通常由公司业务人员发生时垫付，事后根据公司的报销制度向公司提供

发票等凭证申请报销，公司审批通过后将费用支付给公司员工。

6) 公司日常经营活动中的接待费用，包括餐饮住宿等费用，不存在由关联方或潜在关联方代垫采购费用的情况。

7) 咨询服务费：主要为公司精细化管理、会计师、律师以及日常相关的咨询服务支出。

3、研发费用

报告期各期，公司研发项目分类别投入情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	517.88	77.11	368.90	80.57	306.01	77.56
材料投入	98.56	14.68	35.96	7.86	44.83	11.36
委外研发	-	-	5.30	1.16	-	-
折旧摊销	31.69	4.72	28.00	6.12	26.83	6.8
其他费用	23.48	3.5	19.68	4.3	16.89	4.28
合计	671.61	100.00	457.84	100.00	394.56	100.00

报告期内公司研发费用主要系直接投入、职工薪酬、折旧费和其他费用等。

1) 职工薪酬：公司向员工支付的工资、奖金、社保、住房公积金、福利费等内容，均通过公司账户统一发放，不存在关联方或者潜在关联方为员工代发工资的情况。

2) 材料投入：公司相关部门向外部供应商进行采购，研发部门直接从公司仓库领用，不存在由关联方或潜在关联方代垫采购费用的情况。

3) 折旧摊销：根据企业会计准则的规定计提的折旧及相关无形资产的摊销，未实际对外支付资金。

4) 其他费用：公司研发活动发生的水电费、评测费、差旅费等其他杂费，不存在由关联方或潜在关联方代垫采购费用的情况。

4、财务费用

报告期内，公司发生的财务费用包含利息费用、利息收入、汇兑损益及手续费等，不存在为公司承担成本或代垫费用的情况，不存在少计费用的情况。

综上所述，报告期各期，公司销售费用、管理费用、研发费用和财务费用发生的主要对方单位中，支付对象与公司不存在关联关系；公司关联方与其他第三方不存在为公司承担成本或代垫费用的情况，公司亦不存在少计费用的情况。

四、汇兑损益的具体情况。根据申报材料，报告期各期，公司财务费用分别为 **223.93** 万元、**135.45** 万元和**-125.18** 万元，财务费用波动主要系汇兑损益变动引起。请发行人：①披露汇兑损益的计算过程，结合各期汇兑损益、外销收入、应收账款等，说明公司外销业务和汇兑损益变动的匹配性与合理性，说明发行人所采取的汇率管理措施及相应的影响。②说明公司是否从事相关外汇投资、投机活动，发行人运用外汇管理工具的决策程序及审批程序，相应的内部控制制度是否健全，是否有效执行

（一）披露汇兑损益的计算过程，结合各期汇兑损益、外销收入、应收账款等，说明公司外销业务和汇兑损益变动的匹配性与合理性，说明发行人所采取的汇率管理措施及相应的影响

1、汇兑损益的计算过程

发行人在招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“三/（四）/4、财务费用分析”补充披露如下：

“公司的境外销售业务主要通过美元结算，受汇兑损益影响，报告期内公司财务费用存在一定波动。公司汇兑损益的计算过程主要如下：公司外币业务采用交易发生日的即期汇率近似的汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此汇率变动产生的损益，均计入当期汇兑损益。”

2、结合各期汇兑损益、外销收入、应收账款等，说明公司外销业务和汇兑损益变动的匹配性与合理性

公司产品外销收入占当期营业收入的比例较高，出口产品主要以美元进行计

价和结算。报告期内，公司汇兑损益分别为损失 152.41 万元、损失 78.02 万元及收益 173.18 万元，汇兑损益主要是外币货币资金结汇和外币应收账款折算造成。

下表为以外币应收账款折算产生的汇兑损益分析外销业务与汇兑损益变动的匹配关系：

单位：万元			
项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
外币应收账款折算汇兑损益①	-113.32	20.98	6.81
外销收入②	4,039.07	3,887.46	4,006.78
外币应收账款折算汇兑损益/外销收入③=①/②	-2.81%	0.54%	0.17%

报告期各期末，中国人民银行公告的美元兑人民币汇率中间价如下：

币种	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
美元/人民币	6.9646	6.3757	6.5249

报告期内，美元对人民币汇率走势情况如下：



报告期内，公司产品外销收入占主营业务收入的比例不断下降，但仍然维持较高水平，出口产品主要以美元进行计价和结算，因此人民币对美元的汇率波动将对公司的经营业绩产生影响。2020 年度美元兑人民币汇率持续下行，公司产生的汇兑损失增加；2021 年度美元兑人民币汇率整体呈下降趋势，但变动幅度较小，公司汇兑损失相对 2020 年度有所减少；2022 年度美元汇率上升趋势明显，公司产生较多汇兑收益。报告期内，公司汇兑损益变动具有合理性与真实性。

3、说明发行人所采取的汇率管理措施及相应的影响

报告期内，发行人为了应对汇率波动所采取的汇率管理措施如下：

(1) 发行人向境外客户销售的产品的价格系根据产品成本及市场情况、经双方谈判协商确定，在与主要客户确定及调整产品价格时已考虑汇率波动的影响；

(2) 针对外汇应收款项，发行人及时催促客户按期支付，减少期末外汇应收款项的余额；

(3) 与金融机构保持密切沟通及时了解外汇行情，结合人民币资金的需求和汇率走势，灵活结汇。

综上，发行人生产经营中物资采购等均在境内，发行人境外客户应收款项主要以美元结算，但发行人应收账款回收期较短，平均应收余额较小，发行人外汇风险敞口较小，目前的汇率管理措施使得发行人承受的汇率波动风险较小。

(二) 说明公司是否从事相关外汇投资、投机活动，发行人运用外汇管理工具的决策程序及审批程序，相应的内部控制制度是否健全，是否有效执行

报告期内，公司未从事相关外汇投资、投机活动，亦未运用外汇管理工具进行过结汇管理。

五、其他披露问题。请发行人：①说明其他应付款中存在实际控制人吴望蕤涉税保证金 100.00 万元的原因及合理性，长期未归还的原因，是否属于股东对发行人的资本性投入，是否应按权益性交易处理，发行人相关会计处理是否符合《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》(财会函 200860 号)、企业会计准则解释第 5 号等相关规定。②说明使用受到限制的货币资金中存在支付宝消费者保障计划保证金的原因及合理性，是否存在线上销售，如存在请说明是否按照《业务适用指引 1 号》1-23 进行核查与披露

(一) 说明其他应付款中存在实际控制人吴望蕤涉税保证金 100.00 万元的原因及合理性，长期未归还的原因，是否属于股东对发行人的资本性投入，是否应按权益性交易处理，发行人相关会计处理是否符合《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》(财会函 200860 号)、企业会计准则解释第 5 号等相关规定

1、说明其他应付款中存在实际控制人吴望雍涉税保证金 100.00 万元的原因及合理性，长期未归还的原因，是否属于股东对发行人的资本性投入，是否应按权益性交易处理，发行人相关会计处理是否符合《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》（财会函 200860 号）、企业会计准则解释第 5 号等相关规定

（1）说明其他应付款中存在实际控制人吴望雍涉税保证金 100.00 万元的原因及合理性，长期未归还的原因

公司 2003 年 8 月 29 日设立时为外商投资企业，根据原《外商投资企业和外国企业所得税法》规定及原则，企业享受“两免三减半”税收优惠政策。因童芝萍委托外商林坤都在设立时持有西磁有限股份，公司存在可能被税务部门要求补缴已享受的税收优惠、缴纳滞纳金，或被税务部门处罚的风险。

公司实际控制人吴望雍、童芝萍夫妇于公司新三板挂牌前就上述事项做出如下承诺：“如果税务部门要求公司补缴已经获得的上述税收优惠或缴纳滞纳金，或对公司予以处罚，所有补税、缴纳滞纳金及罚款的责任、义务、风险均由本人承担，与公司无涉。”该承诺长期有效。为了保障上述款项的支付，截至 2015 年 12 月 31 日，吴望雍已将累计 160 万元保证金汇至公司账户，作为上述承诺的偿付保障。2018 年 1 月，公司使用保证金申报代缴林坤都 2015 年股息红利所得个人所得税 60 万元，剩余 100 万元保证金于 2021 年 1 月退还吴望雍。

根据《中华人民共和国税收征收管理法》第五十二条：“因纳税人、扣缴义务人计算错误等失误，未缴或者少缴税款的，税务机关在三年内可以追征税款、滞纳金；有特殊情况的，追征期可以延长到五年”；第八十六条：“违反税收法律、行政法规应当给予行政处罚的行为，在五年内未被发现的，不再给予行政处罚。”发行人在历史沿革中存在的可能被税务部门要求补缴已享受的税收优惠、缴纳滞纳金的情况至 2020 年底已超过五年，且在此期间主管税务机关未要求发行人补缴税款或滞纳金，发行人因前述事项受到行政处罚的风险较低。

综上，为保证可能发生的税收优惠款项补缴事项的及时缴纳，吴望雍将 160 万元保证金汇至公司账户作为偿付保障，具备合理性；鉴于截至 2020 年底可能

被税务部门要求补税的情形已经超过 5 年，发行人于 2021 年 1 月将剩余保证金 100 万元退还吴望蕤，该行为具备合理性。同时，发行人实际控制人吴望蕤、童芝萍于公司新三板挂牌前所作的由其本人承担或有的补缴义务的承诺依然长期有效。

(2) 说明其他应付款中存在实际控制人吴望蕤涉税保证金 100.00 万元是否属于股东对发行人的资本性投入，是否应按权益性交易处理，发行人相关会计处理是否符合《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》(财会函 200860 号)、企业会计准则解释第 5 号等相关规定

《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》(财会函 200860 号)：企业接受的捐赠和债务豁免，按照会计准则规定符合确认条件的，通常应当确认为当期收益。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)；企业会计准则解释第 5 号规定：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)。

根据本题“(1) 说明其他应付款中存在实际控制人吴望蕤涉税保证金 100.00 万元的原因及合理性，长期未归还的原因”之回复，该款项系在发行人历史沿革中，实际控制人为保障公司存在可能被税务部门要求补缴已享受的税收优惠、缴纳滞纳金而向公司支付的保证金。不属于实际控制人对发行人的捐赠或债务豁免，因此该行为不属于对公司的资本性投入。发行人在收到该款项后，计入其他应付款，相关会计处理符合《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》(财会函 200860 号)、企业会计准则解释第 5 号等相关规定。

(二) 说明使用受到限制的货币资金中存在支付宝消费者保障计划保证金的原因及合理性，是否存在线上销售，如存在请说明是否按照《业务适用指引 1 号》 1-23 进行核查与披露

报告期内，使用受到限制的货币资金中存在支付宝消费者保障计划保证金为

发行人子公司宁波磁云在淘宝平台开展线上销售存入的保证金。2014 年 3 月公司设立子公司宁波磁云以开展线上销售业务,但因发行人产品定制化程度高线上销售规模无法打开,2020 年末宁波磁云不再开展线上销售业务,当年零星发生线上销售金额 2,118.43 元,为吸重产品及其他,而支付宝消费者保障计划保证金在当期末及时取出。

【申报会计师回复】

(一) 核查程序

1、针对固定资产折旧年限会计核算的准确性,申报会计师主要执行了以下核查程序:

(1) 获取发行人固定资产明细表,了解报告期各期末各类机器设备的具体情况,了解报告期各期机器设备与产能的匹配关系;

(2) 查询同行业可比公司公开披露资料,获取同行业可比公司固定资产折旧政策,并与发行人固定资产折旧政策进行比较,确认发行人固定资产各类设备折旧年限与同行业可比公司是否存在重大差异;

(3) 获取并复核发行人报告期设备处置情况明细表,了解处置设备实际使用年限和折旧年限的关系,并分析判断发行人折旧年限是否超出主要机器设备、电子设备、运输设备、通用设备的平均使用年限,是否符合企业会计准则的规定;

(4) 获取并核查发行人按同行业可比公司同类设备、长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算表,确认对发行人报告期各期业绩的影响情况;

(5) 获取并检查累计折旧分类汇总表,复核加计是否正确,并与总账数和明细账合计数核对;检查制定的折旧政策和方法是否符合相关企业会计准则的规定,确定所采用的折旧方法能否在固定资产预计使用寿命内合理分摊其成本,前后期是否一致,预计使用寿命和预计净残值是否合理;复核折旧费用的计提和分配;

(6) 询问生产部负责人,了解报告期内各类产品的总产能,了解产能的计算方式,抽查部分机器设备,检查相关的资料,对产能情况进行验证,评估产能

计算方式是否合理有效,评估各期机器设备与各类产品产能的匹配关系是否合理;

(7) 报告期各期末,对固定资产、在建工程实施监盘程序,监盘结果显示固定资产、在建工程与账面记录不存在重大异常。申报会计师对固定资产及在建工程进行监盘情况及监盘比例如下:

单位: 万元				
科目	项目	2022 年期末	2021 年期末	2020 年期末
固定资产	监盘金额	4,160.44	3,720.85	3,616.35
	账面余额	4,519.38	4,353.98	4,173.76
	监盘比例	92.06%	85.46%	86.64%
在建工程	监盘金额	5.28	-	6.35
	账面余额	5.28	-	6.35
	监盘比例	100%	-	100%

(8) 获取管理层在资产负债表日就固定资产是否存在可能发生减值迹象的判断的说明,结合监盘观察到的情况及设备实际运作情况等,分析固定资产是否存在减值迹象。

2、针对应付账款大幅升高的合理性,申报会计师主要执行了以下核查程序:

(1) 查阅发行人采购相关制度,了解公司采购与付款循环内部控制制度,并执行内部控制测试,评价其循环设计及运行的有效性;

(2) 查阅报告期内发行人主要采购合同,了解发行人与供应商在业务中具体确定的采购付款流程、结算方式、付款周期等约定;

(3) 查看应付账款明细账,计算报告期各期末应付账款中与成本相关的项目占公司采购金额、主营业务成本的比例;

(4) 查看应付账款账龄明细表、应付账款明细账,了解 1 年以上未支付应付账款涉及交易以及报告期各期末主要供应商期后付款情况;

(5) 获取发行人报告期内的采购明细表,分析主要供应商与应付账款对象之间的匹配性,分析报告期各期末应付账款和与当期采购额的匹配性;

(6) 访谈财务负责人,了解 1 年以上未支付应付账款形成原因、与公司债权债务关系的具体情况等。

3、针对期间费用计量的准确性，申报会计师主要执行了以下核查程序：

- (1) 访谈财务负责人、综合部经理，了解公司职工薪酬在成本费用中的分配方法及人员考勤管理制度，查阅公司期间费用明细项目数据，通过各项费用报告期比较分析，分析各明细科目的变动原因；
- (2) 获取报告期各期各类员工薪酬计提明细表，了解人员构成、平均工资及波动情况，分析波动原因，并将员工平均薪酬并与同行业、同地区可比公司及当地平均工资水平进行对比，结合公司所处地域、行业及业务规模分析差异原因及合理性；
- (3) 获取研发活动的内部控制制度，了解公司研发费用的会计核算和研发项目核算内容与范围，获取报告期内公司研发费用明细账，检查研发费用的支出是否与研发活动有关；检查费用归集的准确性及会计处理是否准确；
- (4) 获取报告期内各研发项目清单、研发项目立项资料，通过对公司研发部门主管访谈，了解研发项目对产品生产的关系；
- (5) 获取报告期内公司研发领料清单，抽查领料相关业务单据，向管理层询问了解具体研发项目用途及研发过程中原材料的投入情况；
- (6) 通过获取公司提供的费用相关合同等资料，并查询相关单位的工商信息，检查与公司之间是否存在关联关系；
- (7) 核查报告期内公司及其控股子公司银行账户的资金流水，以及实际控制人及其近亲属、董监高、关键财务人员和出纳等人的大额资金流水，核查公司及关键人员与公司主要费用发生方是否存在异常资金往来。

4、针对汇兑损益的具体情况，申报会计师主要执行了以下核查程序：

- (1) 结合公司境外销售业务的情况及中国人民银行公布的报告期内美元对人民币的汇率变化，分析外销业务收入及应收账款和汇兑损益变动的匹配性与合理；
- (2) 获取报告期内汇兑损益明细账，核查了发行人汇兑损益的计算过程；获取公司关于外汇业务相关内控制度，了解公司采取的汇率波动的应对措施及带

来的影响；

（3）询问公司管理层，了解了公司开展外币交易业务的能力、意图；核查了发行人外币交易业务的规模，是否与外销业务规模相匹配；核查了发行人是否从事外汇投机活动；

（4）查阅了发行人关于汇率的相关管理措施，确认了管理措施对减小公司承受的汇率波动风险的相关作用。

5、针对其他披露问题，申报会计师主要执行了以下核查程序：

（1）取得并查阅西磁有限工商登记资料、实际控制人在新三板挂牌时期出具的税收承诺、160 万元保证金打款凭证及打款记录、100 万元保证金退回凭证及打款记录、税收缴款书等，确认保证金用途及退回原因；

（2）查阅《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》（财会函 200860 号）、企业会计准则解释第 5 号等相关规定，判断该保证金是否属于股东对公司的资本性投入，相关会计处理是否正确；

（3）访谈相关销售人员，了解支付宝消费者保障计划保证金形成原因以及报告期内淘宝平台线上销售情况；

（4）获取宁波磁云淘宝平台成交记录和支付宝账单，了解报告期内公司零星线上销售收支情况。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期各期，发行人固定资产余额与发行人业务规模匹配；报告期各期，发行人各类设备的折旧年限符合行业特征，未超出主要机器设备、电子设备、运输设备、通用设备的平均使用年限，符合企业会计准则的规定；按照同行业可比同类设备、长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算对发行人报告期各期业绩不存在重大影响；发行人固定资产及在建工程管理体系完整，报告期各期末，发行人固定资产盘点比例分别为 86.64%、85.46% 和 92.06%，账实相符，不存在盘亏、盘盈及长期闲置的资产。发行人 2021 年期末无结存在建工程情况，2020 年及 2022

年期末在建工程盘点比例均为 100.00%，账实相符，不存在长期闲置或延迟结转的情形；报告期各期末，发行人固定资产不存在减值迹象，无需计提减值准备；

2、报告期各期发行人应付账款与采购金额、成本匹配；报告期内，发行人应付账款大幅增长系生产经营规模扩大引起，具有合理性；发行人已补充披露报告期各期应付账款账龄分布情况及账龄 1 年以上未支付的原因，已修正应付账款前五名的款项性质披露；报告期内主要供应商与应付账款对象之间的匹配性较好，匹配差异均具有合理性；发行人基本能够根据合同约定向供应商支付采购款项，发行人与主要供应商不存在重大逾期付款情况；

3、报告期各期，发行人产品售后质量保修支出金额及相关会计处理情况，与可比公司华特磁电不存在重大差异，与隆基电磁存在较大差异，主要系下游应用领域不同，具有合理性；报告期各期，发行人职工薪酬按照部门职能计入对应的科目，分摊方法合理；发行人严格按照相关制度进行员工考勤和工时管理并得到有效执行；发行人研发相关内控制度健全且被有效执行，研发投入的归集、核算符合《业务适用指引第 1 号》1-4 的规定；发行人管理人员、技术人员、销售人员平均薪资水平高于同行业可比公司；发行人销售人员平均薪资水平高于同地区公司，符合发行人的实际经营情况，具备合理性，管理人员平均薪酬和研发人员平均薪酬与同地区公司平均水平较为接近，不存在显著差异；发行人销售人员、管理人员和研发人员平均薪资水平高于同地区公司平均水平，具有一定竞争力；报告期各期，发行人加大研发项目投入主要为了提升技术水平和产品性能，有效保证公司产品技术水平及竞争力持续提升，研发费用增加符合发行人实际情况，具有合理性；发行人报告期各期主营业务收入基本与发行人研发投入相关，发行人研发投入对报告期各期业绩具有重大贡献。公司销售费用、管理费用、研发费用和财务费用发生的主要对方单位中，支付对象与公司不存在关联关系；公司关联方与其他第三方不存在为公司承担成本或代垫费用的情况，公司亦不存在少计费用的情况；

4、报告期内，公司汇兑损益计算过程符合《企业会计准则》的规定；报告期内，公司外销业务和汇兑损益变动相匹配且与美元对人民币汇率变动趋势趋同，存在合理性；报告期内公司未从事相关外汇投资、投机活动；公司已制定外汇业

务相关的内部控制制度，报告期内公司未运用外汇管理工具进行过结汇管理；

5、使用受到限制的货币资金中存在支付宝消费者保障计划保证金系报告期前宁波磁云在淘宝平台开展线上销售存入，存在合理性。2020 年度公司线上销售金额为 2,118.43 元且 2020 年末起不再发生；其他应付款中存在实际控制人吴望蕤涉税保证金 100.00 万元系在发行人历史沿革中，实际控制人为保障公司存在可能被税务部门要求补缴已享受的税收优惠、缴纳滞纳金而向公司支付的保证金。不属于实际控制人对发行人的捐赠或债务豁免，因此该行为不属于对公司的资本性投入。发行人在收到该款项后，计入其他应付款，相关会计处理符合《关于做好执行企业会计准则 2008 年年报工作通知》(财会函 200860 号)、企业会计准则解释第 5 号等相关规定。

(以下无正文)



立信会计师事务所(特殊普通合伙)
BDO CHINA SHU LUN PAN CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

(本页无正文, 为《立信会计师事务所(特殊普通合伙)关于宁波西磁科技发展股份有限公司首次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:
(项目合伙人)



中国注册会计师:



中国注册会计师:



中国 • 上海

二〇二三年七月十日