



关于江苏永成汽车零部件股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的审核问询函回复

保荐人（主承销商）



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO., LTD.

（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 6 月 21 日出具的《关于江苏永成汽车零部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2023〕010208 号）（以下简称“问询函”）已收悉。江苏永成汽车零部件股份有限公司（以下简称“本公司”、“公司”、“江苏永成”或“发行人”）会同中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“保荐人”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、江苏世纪同仁律师事务所（以下简称“发行人律师”）等中介机构，就问询函中所提问题进行了认真研究、核查和落实，现回复如下，请予审核。

本回复中所使用的术语、名称、缩略语，除特别说明者外，与其在招股说明书中的含义相同。

类别	字体
问询函所列问题	黑体（加粗）
问询函问题回复	宋体
招股说明书原文引用	楷体（楷体不加粗）
招股说明书补充、修订披露内容	楷体（加粗）

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和或相乘在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目录

1.关于行业技术及相关信息披露	3
2.关于创业板定位	65
3.关于关联方和同业竞争	103
4.关于历史沿革	180
5.关于合规经营	224
6.关于收入增长及客户	247
7.关于模具	286
8.关于成本、采购及供应商	316
9.关于毛利率	370
10.关于期间费用	385
11.关于应收账款和应收票据、应收款项融资	399
12.关于存货	412
13.关于固定资产	422
14.关于其他事项	429

1. 关于行业技术及相关信息披露

申请文件显示：

(1) 发行人主要产品包括保险杠总成、仪表板总成、门护板总成、外侧包围等，主要应用于汽车内外饰件领域。外饰件是发行人优势产品，发行人在该领域具有较强的行业竞争力，但 2022 年外饰件中的保险杠总成收入较 2021 年下降。

(2) 发行人深耕自主品牌乘用车客户，并积极开拓新能源汽车市场，主要客户包括比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等国内知名汽车主机厂。发行人与主要客户的产品供应通常都采用“一品一点”的配套模式。

(3) 发行人系下游主机厂一级汽车零部件供应商，发行人可以为客户提供造型设计、同步开发、模具开发及管控、产品制造、系统集成、售后服务、升级改造等全生命周期的解决方案。发行人产品系列齐全，可以满足不同客户不同档次产品的个性化需求。但在模具制作方面，发行人全部委托模具制造厂来定制化完成。

(4) 发行人未充分说明与同行业可比公司在核心竞争力等相关数据指标方面对比情况，以及发行人所处市场地位和行业市场竞争格局。

请发行人：

(1) 结合产品类型演变和收入占比变动原因、主要产品的性能特点及货值等，说明发行人业务来源和产品演变情况，进入汽车主机厂供应商体系的过程及主机厂核心考量因素，发行人在主要客户同类产品供应商中的采购占比或对应车型覆盖情况，发行人开拓和保持客户合作稳定性的主要措施及核心竞争力。

(2) 结合同行业可比公司的主要产品和主要客户、主要产品和对应车型对比情况，以及下游客户同类产品采购情况，说明“外饰件是发行人优势产品，发行人在该领域具有较强的行业竞争力”的具体依据，上述表述与 2022 年外饰件中的保险杠总成收入下降是否矛盾，发行人核心竞争力相关信息披露是否准确、完整。

(3) 结合发行人进入小鹏、比亚迪等新能源车企过程及相关产品技术的适

配情况等，说明报告期各期新能源汽车收入对应的主要客户、车型、产品周期和量产情况、未来车型及定点情况，发行人新能源汽车业务收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势、应对措施，发行人应对新能源汽车发展趋势是否存在不及预期的风险。

(4) 结合发行人市场地位和主要产品的市场占有率、同行业可比公司的可比性论证情况，发行人所处产业链特点及是否容易被替代等，针对性分析并披露发行人所处汽车内外饰件细分行业的特点和发展趋势，包括但不限于产品技术迭代更新情况，不同材质产品的性能优劣势及与下游客户匹配情况，是否存在产品类型拓展壁垒，“一品一点”配套模式是否属于行业主流模式，发行人核心技术是否属于行业通用技术。

(5) 结合市场竞争格局和主要竞争对手情况，以及下游客户需求情况等，说明并披露发行人模具主要依靠定制化采购的原因及如何体现其技术先进性，发行人与竞争对手相比在核心技术、产品特点及其创新性、应用领域、产品构成、主要参数等方面的优劣势、主要差距和核心竞争力的具体体现，发行人应对市场竞争的具体措施，市场份额和竞争格局是否会发生重大不利变化。

(6) 结合上述事项，进一步完善招股说明书“业务与技术”章节内容，提高信息披露质量。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、结合产品类型演变和收入占比变动原因、主要产品的性能特点及货值等，说明发行人业务来源和产品演变情况，进入汽车主机厂供应商体系的过程及主机厂核心考量因素，发行人在主要客户同类产品供应商中的采购占比或对应车型覆盖情况，发行人开拓和保持客户合作稳定性的主要措施及核心竞争力

(一) 结合产品类型演变和收入占比变动原因、主要产品的性能特点及货值等，说明发行人业务来源和产品演变情况

公司业务来源、产品演变和主要产品的性能特点及货值情况如下：

阶段	业务发展情况	产品演变情况及性能特点、货值	
		外饰	内饰
1997 年-2014 年	该阶段以常州永成为经营主体	外分型保险杠 : 素色漆, 壁厚 3.0mm, 分型线外观可见, 集成度低, 货值约 400 元; 小型侧包围如防擦条、挡泥板 : 工艺、材料、结构单一, 货值 100 元左右	硬塑仪表板 : 副驾无气囊/明气囊, 气味等级 ≤ 4.0 级, 触感较硬, 货值约 300 元; 硬塑门板 : 塑料感较强, 触感较硬, 集成度较低, 货值约 100 元; 硬塑立柱 : 塑料感较强, 触感较硬, 货值约 300 元
2014 年-2016 年	1、公司全自动喷涂生产线及软内饰生产车间投产使用; 2、开始进入新能源内外饰领域	内分型保险杠 : 壁厚 2.8mm, 分型线外观不可见, 货值为 600 元左右	搪塑发泡仪表板 : 副驾气囊隐藏式, 气味等级 ≤ 3.5 级, 触感前部较硬, 乘员易接触部分较软, 货值为 1000 元左右
2017 年	进行同一控制下业务重组, 承接常州永成汽车零部件相关资产和业务-		
2018 年-2019 年	掌握了阴模成型工艺, 建立了阴模内饰产品线	薄壁保险杠 : 壁厚 2.7mm, 分型线外观不可见	阴模门护板 : 触感较好, 光泽度低, 单门货值 300 元左右; 阴模仪表板 : 触感较好, 光泽度低, 货值为 900 元左右
2020 年-2021 年	掌握了低压注塑工艺、柔性焊接工艺	大型外侧包围 : 美观度、强度、密封性提高, 单套货值 350 元左右	包覆立柱 : 触感柔软, 单套货值 700 元左右
2022 年	掌握了 3D 网布包覆、激光弱化、自动裁切、模压及红外焊接等表面处理工艺	模块化保险杠 : 数字摄像头、外温传感器、蓝牙、灯具等模块化集成供货	3D 网布包覆仪表板 : 表板+全饰板 PU 包覆, 副驾气囊为隐藏式, 气味等级 ≤ 3.3 级; 前舱可接触 95% 以上部位达到 Nappa 真皮材质的触感, 货值 2800 元左右
2023 年至今	市场进一步拓展阶段	透波保险杠 : 可实现激光雷达、温度传感器等的透波性要求, 货值 950 元左右	Mucell 微发泡仪表板 : 可实现轻量化减重效果达到 15%

1、发行人业务来源

公司业务自承接常州永成经营性资产而来。常州永成 1997 年成立, 设立之初主要经营摩托车配套塑料件业务, 2000 年开始转型进入汽车塑料件配套领域。

2017 年, 公司进行同一控制下业务重组, 承接常州永成汽车零部件相关资产和业务, 并控股合并了实际控制人控制的其他与汽车零部件相关的主体。

公司设立后, 始终专注于汽车内外饰领域, 坚持以市场需求为导向, 不断提升产业链核心环节技术和工艺水平, 为客户提供高稳定性、高性价比的产品与服务。

务，逐步成为国内领先的汽车内外饰产品综合服务商。

2、发行人产品演变情况

公司外饰件产品具有更深的客户积累，2020 年之前公司产品主要以外饰件为主。公司坚持内饰和外饰同步发展的经营策略，经过多年的生产实践和持续的研发投入，公司产品种类不断丰富，产品品质不断提升，单车配套货值不断增加：

(1) 外饰方面

公司的保险杠产品由集成度较低的简单保险杠发展为具备薄壁化特征、透波性特征并集成雷达、摄像头等模块的智能化产品，产品货值从 400 元左右提升至 1000 元左右；外侧包围产品由小型注塑产品发展为具备美观、高强度、密封功能的大型外侧包围产品，产品货值从 100 元左右提升至 350 元左右。

(2) 内饰方面

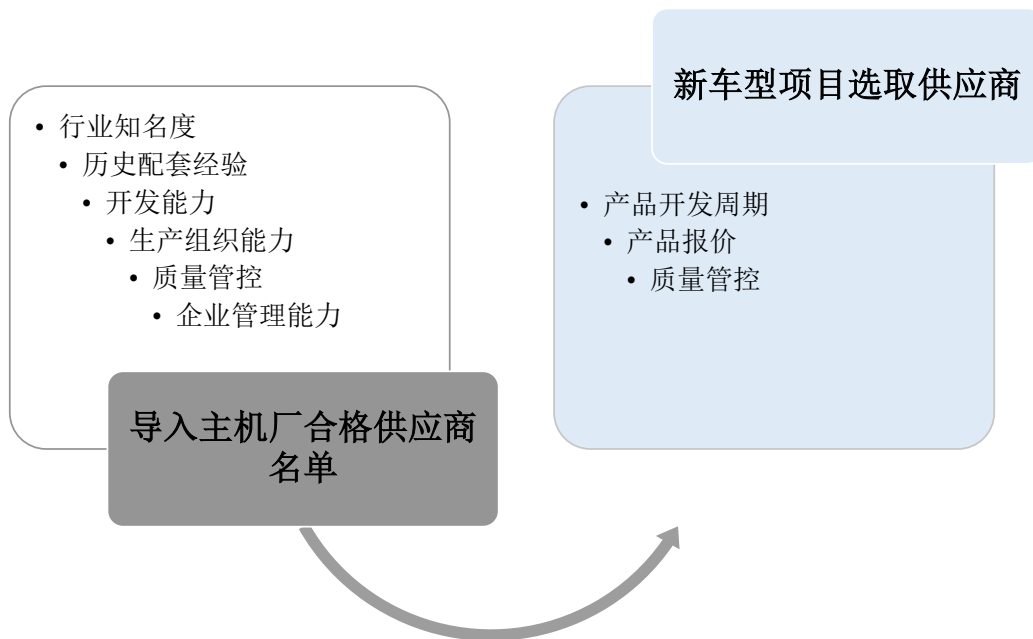
公司的仪表板总成、门护板总成等产品在“软质化”、“智能化”、“轻量化”方向不断发展，产品质感大幅提升，提高了乘用车在空间、舒适、环保及智能（塑电一体化）方面的竞争力，更好的满足了乘客将汽车作为移动生活空间的需求。公司仪表板总成的产品货值从 300 元左右提升至 2800 元左右，门护板总成的产品货值从单门 100 元左右提升至 300 元左右。

报告期内，公司紧抓汽车消费属性升级的趋势，以提升智能化、舒适化程度为目标，不断研发新的工艺，掌握了 3D 网布包覆、激光弱化、自动裁切、模压及红外焊接等内饰工艺，大幅提升了内饰件产品的质感及竞争力，内饰件收入金额分别为 6,271.75 万元、13,797.66 万元、29,639.71 万元和 14,772.16 万元，最近三年复合增长率达 117.39%，实现了相对较快的增长，从而使得内外饰的收入占比发生波动。

(二) 进入汽车主机厂供应商体系的过程及主机厂核心考量因素，发行人在主要客户同类产品供应商中的采购占比或对应车型覆盖情况

1、进入汽车主机厂供应商体系的过程及主机厂核心考量因素

在汽车零部件行业，主机厂对零部件供应商的选择较为严格，供应商需要经过复杂的认证才能进入主机厂的供应商配套体系，具体过程及核心考量因素如下：



如上所示，主机厂在导入内外饰合格供应商时，主要考虑行业知名度、历史配套经验、开发能力、生产组织能力、质量管控能力和企业管理能力等综合能力因素，在经过多部门审核后，导入主机厂合格供应商名单。

在新车型项目选取供应商时，主机厂根据项目需求向合格供应商名录中的供应商发送零件需求包，在经过开发能力、产品报价、质量管控等综合评分后，经多部门审核后最终确定供应商。

2、公司进入汽车主机厂供应商体系的具体过程及在主要客户同类产品供应商中的采购占比或对应车型覆盖情况

公司主要客户包括比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团等国内知名汽车主机厂，报告期各期对上述主要客户收入占比均在 80%以上。公司与主要客户的具体合作情况如下：

主要客户	关键时点及具体内容		报告期内覆盖主要车型	2023 年上半年覆盖车型销量占比
比亚迪汽车	2016 年	比亚迪汽车主动接触公司洽谈合作，达成合作意向	e 网系列、元 PLUS、D1、海豹、海豚、护卫舰等	22.78%
	2017 年	参与并通过了比亚迪外饰体系评审，进入其供应商体系		

	2018年	正式通过比亚迪项目投标,开始为比亚迪设计并提供产品		
	2022年	与比亚迪汽车旗下腾势、仰望品牌开始合作		
	2023年	与比亚迪汽车旗下方程豹品牌开始合作;通过比亚迪内饰体系评审,双方进一步加深合作		
奇瑞汽车	2018年	通过奇瑞汽车评审,进入其供应商体系	捷途大圣、捷途X70、捷途X90等	12.00%
	2021年	进入奇瑞新能源及奇瑞股份供应商体系,完成奇瑞自主品牌全系列合作		
小鹏汽车	2015年	小鹏汽车主动接触公司洽谈合作,公司通过小鹏汽车多方评审后双方建立合作关系	P5、G3/G3i、G9、G6等	48.31%
	2016年	正式通过小鹏汽车项目招标,开始为其首款车型设计并提供产品		
	2023年	与小鹏汽车签订战略合作协议成为小鹏汽车战略合作供应商		
上汽集团	2015年	与上汽乘用车公司接洽,并通过上汽乘用车的供应商体系评审,成为上汽乘用车的一级供应商	荣威RX3、荣威RX5;名爵MG3、名爵MG6、名爵MG7;上汽大通D60等	10.29%
	2016年	正式通过上汽乘用通用项目招标,开始为其设计并提供产品		
	2022年	通过上汽大众外饰件体系初步审核,获得新项目竞标权		
	2023年	通过上汽乘用车内饰件体系评审,双方进一步加深合作		
北汽集团	2014年之前	常州永成自北汽新能源和北汽股份(北汽集团自主品牌)成立时便与其建立合作	EU5、北汽魔方、极狐阿尔法S/T、等	48.15%
	2014年	公司通过北汽集团评审进入了其供应商体系		
	2017年	开始与北汽集团旗下品牌ARCFOX极狐合作		

注1:覆盖车型销量占比=主要产品覆盖车型的装车量/客户市场总销量,装车量根据发行人配套的主要产品折算,如同一车型配套不同产品,则以其中一种产品计算装车量;

注2:主要产品包括保险杠总成、仪表板总成、门护板总成、外侧包围四类总成产品,不包含其他产品如立柱总成、支架总成等小件总成产品或其他非总成供货的产品;

注3:上述主机厂市场销量系根据发行人参与的主机厂旗下不同体系进行统计,其中上汽集团销量统计为上汽乘用车、上汽大通合计市场销量,北汽集团销量统计为北京品牌及极狐品牌合计市场销量;

注4:市场销量数据来源:年度报告、官方网站、官方公众号;

注5:下同。

2015年之前,公司客户数量相对单一,主要为北汽集团和海马汽车。随着公司工艺覆盖面和产品力的不断提升,公司服务客户的能力逐渐增强,从而带动客户数量及客户合作范围的不断增加,并在新能源汽车发展初期便与新能源客户

建立了合作。

公司逐步开发了上汽集团、比亚迪汽车、小鹏汽车、奇瑞汽车等国内优质主机厂及优势造车新势力客户，客户结构持续改善。同时，公司与客户合作的范围亦有所增加，主要产品在主要客户车型覆盖率均超过 10%，部分客户如比亚迪汽车的车型覆盖率超过 20%，小鹏汽车、北汽集团的车型覆盖率超过 40%，体现了公司与客户良好的合作关系和较强的产品竞争力。

（三）发行人开拓和保持客户合作稳定性的主要措施及核心竞争力

1、发行人开拓和保持客户合作稳定性的主要措施

公司专注于汽车内外饰领域，始终秉承“提供超越客户期望的服务”的经营理念，坚持以市场需求为导向，不断提升完善产业链核心环节技术和工艺水平，坚持优化管理、提高效率，为客户提供高稳定性、高性价比的产品与服务，努力打造成为国内领先的汽车内外饰产品服务商。公司开拓和保持客户合作稳定性的主要措施如下：

（1）在供应商体系维持方面，公司通过持续不断的研发投入、严格的质量管理、高效的生产组织能力持续不断的满足主机厂的评审要求；

（2）在新项目获取方面，公司设立有专门的团队负责重点客户的销售工作及技术支持工作，通过积极的业务交流，了解客户的产品需求，并通过积极参与项目投标持续获得项目定点；

（3）在产品定点后，公司通过深度参与客户同步开发工作，提高开发效率，满足客户对产品开发周期的需求；

（4）在产品量产阶段，公司通过制定针对性的生产计划，满足客户产能差异化需求。

通过上述措施，公司发展了一批稳定的核心客户，包括比亚迪汽车、小鹏汽车、奇瑞汽车、上汽集团、北汽集团。公司聚焦核心客户，发展战略客户，在新能源汽车迅速发展的市场环境中，积极开拓新能源汽车市场。报告期内，公司新拓展飞凡汽车、智己汽车、腾势汽车、仰望汽车、创维汽车、合众汽车等新能源品牌客户，新定点项目数量分别为 20 个、27 个、28 个和 11 个，合作客户及项

目定点数量呈逐年增多趋势。

2、发行人开拓和保持客户合作稳定性的核心竞争力

公司与主要客户均已合作 5 年以上，体现了公司与客户稳定的合作关系及较强的产品竞争力。公司开拓和保持客户合作稳定性的核心竞争力具体如下：

(1) 较早进入新能源汽车市场，能够快速响应下游客户对新能源产品的需求

基于电动化、智能化及汽车消费属性提升的大背景下，自主品牌及新势力车型迭代较快，产品新功能要求较高，对零部件企业研发响应要求更高，能够提供综合服务的汽车内外饰供应商将有效提高主机厂的产品开发效率。

发行人系较早进入新能源汽车领域内外饰件研发、生产和销售的企业：2015 年，发行人自小鹏汽车开发首款测试车型时便与其建立了良好的合作关系，并参与了小鹏汽车后续所有车型的内外饰件产品的研发；2016 年，发行人与北汽股份合作开发其首款长续航新能源车型 EU5，为其提供内外饰件产品；2017 年发行人进入比亚迪汽车供应链，目前已覆盖比亚迪汽车全系列/品牌车型。

经过多年的行业深耕和技术积累，发行人与国内知名新能源汽车厂商建立了长期稳定的合作关系，具备丰富的新能源汽车内外饰件产品设计和生产经验，对新能源汽车内外饰具有较深的理解，能够深度参与主机厂的前期设计环节，大大提高了开发效率及效果，使得开发周期缩短 0.5 至 1 年，从而为发行人持续获取新能源订单方面带来了竞争优势。

报告期各期，发行人新能源产品收入金额分别为 16,466.51 万元、25,935.60 万元、36,832.71 万元和 23,580.32 万元，最近三年复合增长率达 49.56%，增长迅速；新能源产品占主营业务收入比例分别为 43.37%、47.90%、51.16%和 51.63%，占主营业务收入半数以上且占比持续提升；发行人获取的新能源项目定点数量分别为 6 个、18 个、19 个、5 个，定点数量持续增加。

(2) 产品种类不断丰富，产品品质不断提升，单车配套货值持续提升

随着新能源汽车数字化、智能化、集成化发展趋势的日益显著，彰显智能化、个性化特点的电子显示组件、雷达、传感器、音响等零部件需要在内外饰件嵌套

集成，在满足产品搭载部件力学、视觉要求的同时，还要实现产品的智能化、集成化和舒适性及安全性的提升。

公司坚持内饰和外饰同步发展的经营策略，紧随行业发展趋势，不断研发新产品，公司产品种类不断丰富，产品品质不断提升，单车配套货值不断增加：

公司的保险杠产品由集成度较低的简单保险杠发展为具备薄壁化特征、透波性特征并集成雷达、摄像头等模块的智能化产品；外侧包围产品由小型注塑产品发展为具备美观、高强度、密封功能的大型外侧包围产品；仪表板总成、门护板总成等产品在“软质化”、“智能化”、“轻量化”方向不断发展，提高了乘用车在空间、舒适、环保及智能（塑电一体化）方面的竞争力，更好的满足了乘客将汽车作为移动生活空间的需求。报告期内公司最高单车配套货值从 1,600 元左右提升至 2,800 元左右，有效的满足了客户差异化的配置需求，从而在市场竞争中占据优势地位。

（3）成本控制优势

①通过工艺改进提升自动化程度

公司基于生产实践对生产各环节不断进行工艺改进，提升自动化程度，在注塑、喷涂、焊接、装配环节均能有效的提升效率和质量稳定性，从而降低在生产环节的成本。

②优秀的管理能力实现公司内部降本增效

公司贯彻落实精益生产管理模式，加强采购、生产、销售、研发等业务环节的协同管理水平，并通过内外饰不同产品的共线生产提高设备利用效率，有效降低了产品的生产成本，进而建立了在项目获取过程中的成本优势。

（4）质量管控能力

公司高度重视产品品质，通过了 IATF16949:2016 质量管理体系认证、ISO14001:2015 环境管理体系标准认证、ISO45001:2008 职业健康安全管理体系认证，满足了国际汽车质量体系的要求。公司严控质量标准，在设计、原材料采购、生产工艺控制、交付各个阶段，建立了完善的质量控制体系、详细的操作标准，满足客户对公司产品品质的要求。公司高质量的产品得到了下游客户的高度

认可。

综上，公司凭借完善的较早进入新能源领域的经验积累、丰富的产品种类及优质的产品质量、成本控制能力、质量管控能力等优势，在开拓和保持客户合作稳定性方面具备较强的竞争力，为公司树立了良好的市场口碑，并带动订单及业务量的持续增长。同时，客户严格的准入标准和持续的质量审核，进一步促进了公司各项能力的提升，帮助公司建立了更严格的质量管控体系，从而形成了良性循环，巩固了公司的核心竞争力。

二、结合同行业可比公司的主要产品和主要客户、主要产品和对应车型对比情况，以及下游客户同类产品采购情况，说明“外饰件是发行人优势产品，发行人在该领域具有较强的行业竞争力”的具体依据，上述表述与2022年外饰件中的保险杠总成收入下降是否矛盾，发行人核心竞争力相关信息披露是否准确、完整

（一）外饰件是发行人优势产品，发行人在该领域具有较强的行业竞争力的具体依据

公司外饰件产品包括保险杠总成和外侧包围等。报告期内，公司外饰件收入金额及占比情况如下：

单位：万元

产品类别	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
保险杠总成	10,628.43	27.25%	14,681.34	22.42%	16,968.14	39.16%	12,933.05	45.61%
外侧包围	10,448.01	26.79%	13,866.29	21.18%	6,722.25	15.51%	4,703.52	16.59%
其他	3,155.44	8.09%	7,295.25	11.14%	5,842.37	13.48%	4,444.66	15.68%
合计	24,231.88	62.13%	35,842.88	54.74%	29,532.76	68.16%	22,081.23	77.88%

报告期各期，公司外饰件产品收入分别为为22,081.23万元、29,532.76万元、35,842.88万元和24,231.88万元，呈上升趋势，占汽车内外饰件产品收入的比例分别为77.88%、68.16%、54.74%和62.13%，占比均超过50%，系发行人的优势产品。具体分析如下：

1、同行业可比公司多为内饰供应商，大型外饰件总成产品供应商较少

公司与同行业可比公司主要客户、主要产品和对应车型对比情况如下：

公司名称	产品类型	主要产品	主要客户及配套车型（品牌）
新泉股份 (601379)	内饰为主， 少量外饰	内饰： 仪表板总成 、顶置文件柜总成、 门内护板总成 等 外饰：2020年开始生产 保险杠总成 ，占比较小	自主品牌：吉利汽车、奇瑞汽车、比亚迪、一汽集团、中国重汽等； 合资品牌：一汽大众、上汽大众等； 外资品牌：特斯拉等
模塑科技 (000700)	外饰	保险杠总成 、防擦条、 外侧包围 等	合资品牌：华晨宝马、北京奔驰、上汽通用、上汽大众、奇瑞捷豹路虎、沃尔沃等； 外资品牌：特斯拉、英国捷豹路虎等 自主品牌：理想、蔚来、高合等；
一彬科技 (001278)	内饰	立柱护板、座椅件、机舱件、出风口、车内照明部件、 副仪表盘 、 门板 及金属件等	自主品牌：东风汽车、吉利汽车等； 合资品牌：广汽丰田、东风本田、上汽通用等； 一级供应商：东风李尔等
福赛科技 (301529)	内饰	空调出风口系统、杯托、储物盒、车门内开把手、 主副仪表盘 内饰面板等	一级供应商：马瑞利、延锋汽饰、新泉股份、北汽韩一、大协西川等； 自主品牌：长城汽车、 比亚迪 等
金钟股份 (301133)	外饰	汽车轮毂装饰盖、汽车字标和汽车车身装饰件	一级供应商： DAG 、广州戴得及天津戴卡、中信戴卡、立中集团等； 自主品牌：长城汽车、一汽集团等； 合资品牌：现代起亚等

注：1、资料来源于同行业可比公司招股说明书、问询回复、定期报告及研究报告；
2、由于部分同行业可比公司未披露配套的主要车型，因此采用配套的品牌作为对比。

同行业可比公司中，仅模塑科技及新泉股份具备保险杠总成的供货能力，其中，新泉股份2020年起进入外饰件领域，整体外饰占比较低。

公司凭借多年的积累和技术实力相继通过了比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等国内知名主机厂的供应商体系评审，属于汽车内外饰一级供应商中为数不多具有保险杠总成产品同步开发能力的民营企业之一。在外饰件领域获取新项目的过程中，公司直接与延锋彼欧、模塑科技、一汽富维等规模较大、实力较强的对手竞争，并能够持续通过及时的响应速度、成本控制、质量管控等综合能力获取订单，充分体现了公司在外饰件领域的竞争优势。

2、公司外饰件产品在下游客户同类产品采购占比逐步提升

公司下游客户主要为比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团等国内优质自主品牌主机厂。报告期各期，公司外饰件主要产品在上述主要客

户的覆盖车型销量占比情况如下：

主要客户	装车量（万件）				覆盖车型销量占比（%）			
	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
奇瑞汽车	8.9	16.5	10.6	7.3	12.01	13.38	11.02	10.00
比亚迪汽车	28.7	28.4	5.1	2.7	22.85	15.76	7.04	6.47
小鹏汽车	0.2	-	1.3	1.2	4.88	-	13.27	44.44
上汽集团	5.5	12.9	15.8	16.4	10.28	12.25	15.28	19.29
北汽集团	3.8	6.6	3.4	2.5	46.91	80.49	45.33	30.49
合计	47.2	64.4	36.2	30.1	17.78	15.01	12.51	14.29

报告期内，公司与客户在外饰件领域的合作不断拓展，装车量及主要客户的覆盖车型销量占比整体呈上升趋势，体现了发行人在外饰领域具有持续的行业竞争力。

3、公司的外饰件具有较强的产品竞争力，系发行人的优势产品

汽车外饰件具有装饰、保护作用及搭载等功能，能够满足消费者的审美需求及智能元器件的搭载，从而决定一款汽车的外观档次及安全程度。

公司的外饰件产品具有产品尺寸大、产品集成度高的特征，因此较为考验公司的技术实力和生产工艺。公司通过产品结构、材料、模具结构等的优化，提高了外饰件产品的功能特征；通过对冲孔工艺、焊接工艺、喷涂工艺等的不断优化及不同产品的混线生产，提高外饰件产品生产效率并降低了生产成本。

公司的保险杠总成已发展为具备薄壁化特征、透波性特征并集成雷达、摄像头等模块的智能化产品，满足了客户的智驾功能需求；外侧包围产品相较传统侧包围产品已发展为具备美观、高强度、密封功能的大型外侧包围产品。公司的外饰件产品在满足整车智能化发展趋势要求的前提下，在成本控制方面亦取得了相对优势，因此是公司的优势产品。

（二）2022 年外饰件中的保险杠总成收入下降的原因及未来的成长性

1、2022 年外饰件中的保险杠总成收入下降的原因

2022 年公司保险杠收入有所下降，主要是与长城汽车合作项目终止及新项目尚

未形成规模收入所致，具体原因如下：

2021 年长城汽车泰州基地因建设初期产能不足寻求公司合作，2022 年其基地已完工改为自产，公司不再向其供应保险杠产品，导致 2022 年来自长城汽车的保险杠总成产品收入减少 2,031.59 万元。报告期内，公司来自长城汽车的销售收入占比较低，该业务对公司的影响较小，为业务的正常波动。

2、保险杠总成业务未来的成长性

公司在开发项目充足，外饰件已定点项目充足，具有良好的成长性，具体如下：

2023 年以来，公司与客户合作的多个保险杠新项目如上汽集团 MG7、比亚迪汽车 e 网系列改款、小鹏汽车 G6、奇瑞汽车旅行者已实现量产并形成收入，2023 年 1-6 月，保险杠业务收入为 10,628.43 万元，较上年同期增长 85.87%，具有良好的成长性。截至 2023 年 9 月 30 日，公司已定点尚未在报告期内量产的外饰件项目有 37 个，公司外饰件业务已定点项目充足，具有良好的成长性。

3、“外饰件是发行人优势产品，发行人在该领域具有较强的行业竞争力”与 2022 年外饰件中的保险杠总成收入下降不存在矛盾，发行人核心竞争力相关信息披露是否准确、完整

公司 2022 年保险杠总成收入较 2021 年下降 2,286.80 万元，主要系与长城汽车合作项目终止及新项目尚未形成规模所致，为业务的正常波动。公司在外饰领域的行业竞争力体现为：（1）公司是行业内较少能够提供保险杆、外侧包围等大型外饰总成件的民营企业，与行业内龙头企业竞争并能持续获得业务增长；（2）公司能够根据行业发展趋势不断进行产品创新及工艺改进，使的公司外饰件产品在满足整车智能化发展趋势要求的前提下，在成本控制方面亦取得了竞争优势，从而使得公司外饰件产品在下游客户的车型覆盖率持续提升。

公司在开发项目充足，外饰件已定点项目充足，具有良好的成长性。因此，公司 2022 年保险杠总成收入的下降系短暂波动，与“外饰件是发行人优势产品，发行人在该领域具有较强的行业竞争力”不存在矛盾，公司核心竞争力相关信息披露准确、完整。

三、结合发行人进入小鹏、比亚迪等新能源车企过程及相关产品技术的适配情况等，说明报告期各期新能源汽车收入对应的主要客户、车型、产品周期和量产情况、未来车型及定点情况，发行人新能源汽车业务收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势、应对措施，发行人应对新能源汽车发展趋势是否存在不及预期的风险

(一) 发行人进入小鹏、比亚迪等新能源车企过程及相关产品技术的适配情况

1、发行人进入小鹏、比亚迪等新能源车企的过程

报告期内，发行人新能源客户主要包括小鹏汽车、比亚迪汽车及北汽集团。发行人进入小鹏汽车、比亚迪汽车、北汽集团的过程具体如下：

主要客户	关键时点及具体内容		
	时间	客户发展节点	公司与客户合作进展情况
比亚迪汽车	2016年	-	比亚迪汽车主动接触公司洽谈合作，达成合作意向
	2017年	-	参与并通过了比亚迪外饰体系评审，进入其供应商体系
	2018年	比亚迪举行全球开发者大会发布 IGBT4.0	正式通过比亚迪项目投标，开始为比亚迪设计并提供产品
	2022年	比亚迪宣布停止燃油车整车生产；腾势品牌发布，腾势正式进入发展的全新阶段	与比亚迪汽车旗下腾势汽车开始合作
	2023年	发布自研智能车身控制系统云辇，同年发布仰望品牌、方程豹品牌	与比亚迪汽车旗下仰望汽车、方程豹开始合作；通过比亚迪内饰体系评审，双方进一步加深合作
小鹏汽车	2014年	小鹏汽车成立	-
	2015年	-	小鹏汽车主动接触公司洽谈合作，公司通过小鹏汽车多方评审后双方建立合作关系
	2016年	第一辆内测版纯电车发布	正式通过小鹏汽车项目招标，开始为其首款车型设计并提供产品
	2022年	推出首个全景辅助驾驶车型 G9	与其合作 G9 车型量产上市
2023年	首个“扶摇”架构超智驾轿跑 SUV 车型 G6 上市	与其合作 G6 车型量产上市；与小鹏汽车签订战略合作协议成为小鹏汽车战略合作供应商	
北汽集团	2014年之前	2009年北汽系能源成立，2010年北汽股份成立，北汽集团全面推进大自主战略	常州永成自北汽新能源和北汽股份（北汽集团自主品牌）成立时便与其建立合作

2014年	-	公司通过北汽集团评审进入了其供应商体系
2016年	新能源品牌 ARCFOX 极狐成立	与北汽股份合作开发其首款长续航新能源车型 EU5 的内外饰产品
2017年	-	开始与北汽集团旗下品牌 ARCFOX 极狐合作
2019年	发布 BEIJING 品牌	开始与 BEIJING 品牌合作

如上所示，公司与主要新能源客户合作时间较早，其在新能源客户发展早期便与其建立合作，合作关系稳定。

公司瞄准行业定位提前布局新能源汽车领域，与客户同步研发多款新能源车型内外饰产品，通过与客户的合作也将自身对新能源汽车内外饰的理解、研发能力、质量控制能力、交付能力及工艺提升了新的高度。

2、发行人与新能源车企相关产品的技术适配情况

在应用资质方面，发行人通过客户评审进入客户的合格供应商名单后，即可向该客户提供新能源汽车内外饰相关产品，不存在特殊资质要求。在产品和技术要求方面，新能源车与燃油车的汽车内外饰相关产品及技术不存在实质性差异，新能源车主要在轻量化、智能化及舒适化方面需求更为明显。

为完成客户新能源汽车的目标和创新要求，内饰方面，公司已具备智驾车辆内饰前舱模块的系统设计开发能力，外饰方面，已具备以前后保险杠为代表的激光雷达、毫米波雷达开发集成能力，为智能驾乘、自动驾驶提供搭载平台。

报告期内，发行人与新能源车企相关产品的技术适配情况如下：

项目	技术适配情况	主要应用新能源车型
轻量化	发行人掌握有汽车塑料件内部注塑用微发泡技术。发行人通过改进原材料的配方以及模具、设备的设计方案，实现产品内部形成网络微孔状态，从而提高了弹性，降低了密度，从而实现微发泡技术带来的减重效果由 12%提升至减重 15%左右，能够提升新能源汽车的续航能力	小鹏 G9、小鹏 G6、极狐阿尔法 T 等车型的保险杠总成产品
智能化	发行人产品系汽车内外饰智能模块化的载体，在适应汽车内外饰智能化发展的趋势中，发行人通过产品结构的强度保障、安装结构稳定性保障等设计，实现例如激光雷达、摄像头、动态显示模块、智能化灯具等智能模块的搭载： (1) 发行人具备丰富的产品设计经验，应用计算机数字化技术，如产品数据设计、CAE 分析、产品数据可行性分析、	小鹏 G6、飞凡汽车等车型保险杠总成产品

	DFMEA、快速成型技术、3D 成型技术等，可实现产品的智能化搭载设计目标； (2) 发行人掌握有多工位装夹型汽车保险杠加工用焊接设备技术、汽车后保的冲孔技术、改进的热铆焊接技术等精密加工技术，可实现汽车内外饰搭载智能模块的生产需求	
舒适化	发行人掌握了 3D 网布包覆成型技术、汽车内饰软质表面装饰成型技术等表面成型技术，不仅提高了内饰产品的视觉效果及触感，同时能够在气味性方面由传统软质仪表板的 3.5 级提高到了 3.0 级，最终实现产品在视觉、听觉、触觉、嗅觉及使用便利性等方面的全方位提升，从而大幅提高汽车的整体舒适度	小鹏 G9、小鹏 G6、极狐阿尔法 T、极狐考拉等车型内饰产品
美观性	发行人掌握了柔性自动化注塑生产技术，能够实现将橘皮等级从 6 级提升至 8 级；发行人掌握了柔性焊接技术，主要应用于日趋复杂的外侧包围产品，满足了新能源汽车对外观美观度的较高需求	比亚迪汽车保险杠和外侧包围项目

(二) 报告期各期新能源汽车收入对应的主要客户、车型、产品周期和量产情况

1、新能源汽车收入对应的主要客户

报告期各期，公司新能源汽车收入对应的主要客户为比亚迪汽车、小鹏汽车和北汽集团，上述客户合计占公司新能源汽车收入均超 90%。公司对上述客户新能源产品销售情况如下：

单位：万元

客户名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
比亚迪汽车	9,831.42	49.14%	12,271.36	35.71%	7,062.21	36.24%	4,521.95	41.33%
小鹏汽车	4,433.79	22.16%	12,117.63	35.26%	6,558.84	33.66%	2,588.21	23.66%
北汽集团	4,560.45	22.80%	6,765.28	19.69%	4,701.29	24.13%	3,164.59	28.92%
合计	18,825.66	94.10%	31,154.27	90.66%	18,322.34	94.03%	10,274.75	93.91%

2、新能源汽车收入对应的主要车型、产品周期和量产情况

新能源汽车收入对应的主要车型产品周期一般为 5 年，报告期内，公司新能源汽车对应车型的收入变动受车型量产时点影响，具体如下：

单位：万元

年份	车型	量产时间	产品周期	收入金额	收入占比
2023年1-6月	北京 EU5/PLUS	2017年10月、 2018年3月、 2020年6月、 2021年5月、 2021年6月、 2021年8月	5年	4,432.20	22.16%
	比亚迪元 PLUS	2022年1月	5年	4,214.86	21.07%
	比亚迪 e 网系列	2019年3月、 2019年6月、 2022年12月	5年	2,574.59	12.87%
	小鹏 G9	2022年9月	5年	1,729.89	8.65%
	小鹏 P5	2021年10月	5年	1,701.87	8.51%
	合计	-	-	14,653.42	73.25%
2022年度	小鹏 P5	2021年10月	5年	6,697.56	19.49%
	北京 EU5/PLUS	同上	同上	4,833.86	14.07%
	比亚迪元 PLUS	2022年1月	5年	4,577.78	13.32%
	比亚迪 e 网系列	同上	同上	3,859.42	11.23%
	小鹏 G9	2022年9月	5年	3,310.27	9.63%
	合计	-	-	23,278.89	67.74%
2021年度	比亚迪 e 网系列	同上	同上	5,195.48	26.66%
	小鹏 G3	2020年9月	5年	4,745.28	24.35%
	北京 EU5/PLUS	同上	同上	3,935.09	20.19%
	小鹏 P5	2021年10月	5年	1,813.46	9.31%
	比亚迪 D1	2020年12月	5年	1,705.88	8.75%
	合计	-	-	17,395.19	89.27%
2020年度	比亚迪 e 网系列	同上	同上	4,177.13	38.18%
	北京 EU5/PLUS	同上	同上	2,632.95	24.06%
	小鹏 G3	2020年9月	5年	2,587.42	23.65%
	比亚迪 D1	2020年12月	5年	344.82	3.15%
	北京 EX3			189.54	1.73%
	合计	-	-	9,931.87	90.77%

注 1：比亚迪 e 网系列包含 3 个内部车型；
 注 2：北京 EU5 多次改款，包含 6 个内部车型；
 注 3：上述收入不含新能源产品对应的模具。

（三）发行人新能源汽车业务收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势、应对措施

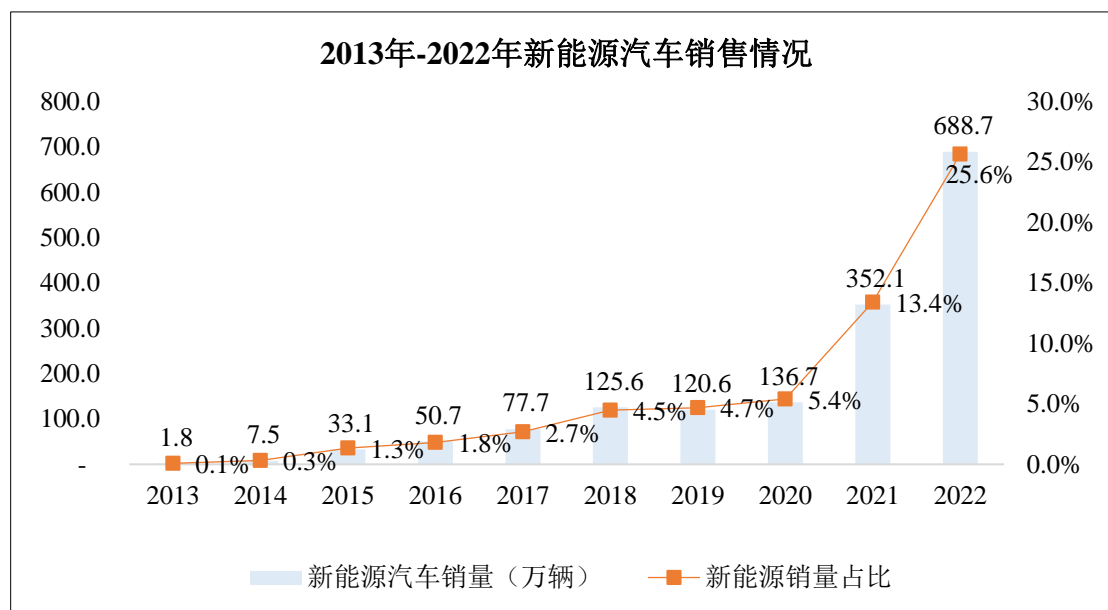
1、发行人新能源汽车业务收入变动原因、主要影响因素

报告期各期，公司产品应用于新能源车型的收入分别为 16,466.51 万元、25,935.60 万元、36,832.71 万元和 23,580.32 万元，最近三年复合增长率达 49.56%，增长迅速，主要原因如下：

（1）外部因素

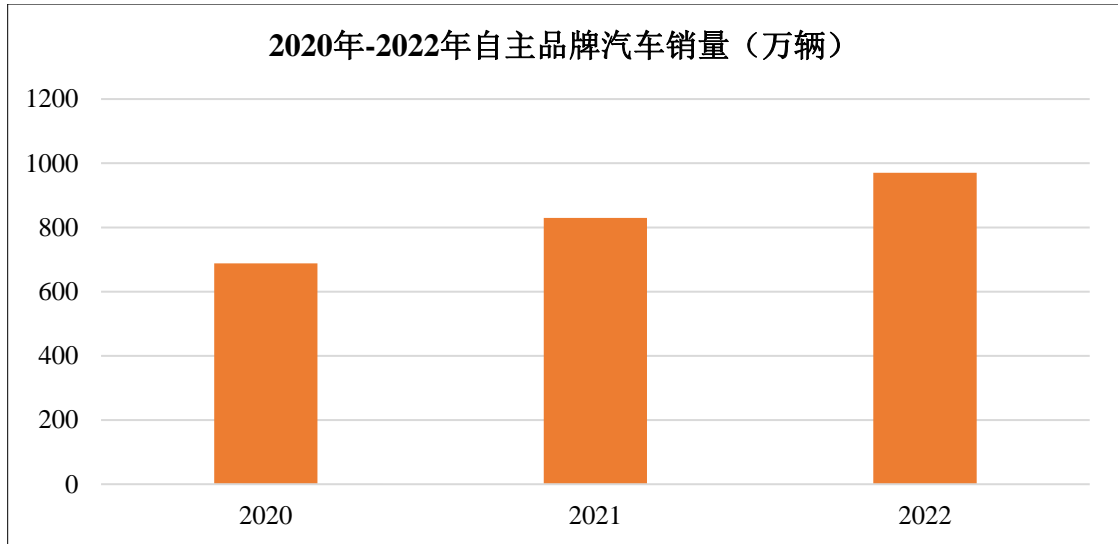
①新能源汽车销量大幅增长、自主品牌乘用车迎来了快速发展的市场机遇

2020 年至 2022 年，我国新能源汽车销量从 136.7 万辆增长至 688.7 万辆，复合增长率达 124.46%，新能源汽车逐步进入全面市场拓展期。



数据来源：乘用车市场信息联席会。

公司深耕自主品牌乘用车市场。报告期内，自主品牌主机厂紧抓新能源、智能网联转型机遇，推动汽车电动化、智能化升级和产品结构优化，迎来了快速发展的市场机遇。2020 年至 2022 年，自主品牌乘用车销量从 687.9 万辆增长至 970.2 万辆，复合增长率达 18.76%。



②公司深度配套优质新能源客户，享受客户发展红利

报告期内，公司新能源核心客户比亚迪汽车、小鹏汽车、北汽集团的市场销量整体有所提升，带动对公司产品需求的持续放量，具体如下：

单位：万辆

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	过去三年复合增长率
比亚迪汽车市场销量	125.56	180.25	72.37	41.72	107.86%
小鹏汽车市场销量	4.14	12.00	9.82	2.70	110.82%
北汽集团汽车市场销量	3.52	5.02	2.61	2.59	39.22%

注：北汽集团新能源车型销量为北汽蓝谷新能源科技股份有限公司在年报中披露的纯电动乘用车销量。

过去三年，公司新能源核心客户比亚迪汽车、小鹏汽车、北汽集团的新能源汽车市场销量复合增长率分别为 107.86%、110.82%和 39.22%，均实现较快增长。

（2）内部因素

①丰富的新能源合作经验及稳定的客户关系

公司系较早进入新能源汽车领域内外饰件研发、生产和销售的企业：2015年，公司自小鹏汽车开发首款测试车型时便与其建立了良好的合作关系，并参与了小鹏汽车后续所有车型的内外饰件产品的研发；2016年，公司与北汽股份合作开发其首款长续航新能源车型 EU5，为其提供内外饰件产品；2017年公司进入比亚迪汽车供应链，目前已覆盖比亚迪汽车全系列/品牌车型。

经过多年的行业深耕和技术积累，公司与国内知名新能源汽车厂商建立了长期稳定的合作关系，具备丰富的新能源汽车内外饰件产品设计和生产经验，对新能源汽车内外饰具有较深的理解，从而为公司持续获取新能源订单方面带来了竞争优势。

②工艺不断提升，能够持续为新能源客户提供优质的产品

相对传统燃油车，新能源汽车在轻量化、智能化及舒适化方面需求更高，报告期内，公司不断投入研发，工艺覆盖面及工艺水平不断提升，开发了多款具有轻量化、智能化、舒适化特征的内外饰总成产品，公司配套新能源车型的能力逐渐增强。

报告期内，公司掌握了柔性焊接工艺，主要应用于复杂的外侧包围产品，并为比亚迪汽车配套该产品；公司掌握了低压注塑工艺，开发了包覆立柱产品并与ARCFOX 极狐品牌开始合作；公司掌握了搪塑真缝线工艺，开发了首款搪塑真缝线仪表板项目，并为创维汽车配套；公司掌握了3D网布包覆、激光弱化、自动裁切、模压及红外焊接等表面处理工艺，新增包覆仪表板产品，并为小鹏汽车配套。

2、发行人新能源汽车业务未来发展趋势

新能源已成为国家发展战略，根据《2030年前碳达峰行动方案》，到2030年，当年新增新能源、清洁能源动力的交通工具比例达到40%左右。随着汽车产业的发展，新能源及智能电子逐渐成为汽车行业未来的发展方向，新能源汽车逐步进入全面市场化拓展期，迎来新的发展和增长阶段。

发行人新能源客户包括比亚迪汽车、小鹏汽车、北汽集团、上汽集团、创维汽车，品牌包括比亚迪、腾势、方程豹、小鹏汽车、ARCFOX 极狐、智己汽车、创维汽车，在配套新能源汽车方面尚处于较快发展阶段，报告期内，发行人获取的新能源项目定点数量分别为6个、18个、19个、5个，定点数量持续增加。未来随着发行人工艺水平的不断提升、产能的逐步扩大，发行人获取订单的能力将持续增强。

2023年，发行人通过了比亚迪汽车内饰体系评审、上汽乘用车内饰体系评审、合众汽车外饰体系评审，并与小鹏汽车签订战略合作协议成为其战略合作伙

伴，未来新能源汽车业务具有较大的增长空间。截至 2023 年 9 月 30 日，发行人已获定点但尚未在报告期内量产的新能源车型情况：

客户名称	品牌	配套车型数量（个）	配套产品	预计 2024 年收入（亿元）
比亚迪汽车	比亚迪、腾势、方程豹	14	外侧包围、保险杠总成	1.35
小鹏汽车	小鹏汽车	2	保险杠总成、仪表板总成、外饰散件	0.63
北汽集团	ARCFOX 极狐	2	仪表板总成、立柱	0.27
上汽集团	飞凡汽车、智己汽车	5	保险杠总成、外侧包围	0.97
奇瑞汽车	奇瑞捷途	2	门护板总成、保险杠总成、立柱	0.34
创维汽车	创维汽车	1	仪表板	0.06
小计	-	26	-	3.61
截至 2023 年 9 月 30 日已量产新能源项目				5.89
合计				9.50

截至 2023 年 9 月 30 日，发行人已获定点但报告期内尚未量产的新能源车型共 26 个，项目数量充足，已定点新能源项目 2024 年合计预计可实现 9.50 亿元收入，呈持续增长趋势。

3、发行人应对措施

为应对新能源汽车发展趋势，发行人采取应对措施包括：与现有客户进一步加深合作并持续开拓新客户，加强产品研发，完善技术储备及市场布局。

（1）与现有客户进一步加深合作，并持续开拓新客户

报告期内，发行人持续加深与现有客户的合作范围，目前已与比亚迪汽车旗下比亚迪、仰望、腾势、方程豹品牌，小鹏汽车全系车型，北汽集团旗下北汽新能源、ARCFOX 极狐品牌，上汽集团旗下智己汽车、飞凡汽车，奇瑞汽车旗下奇瑞新能源，创维汽车等新能源汽车品牌建立合作关系。2023 年上半年，发行人获得比亚迪汽车内饰体系评审、上汽乘用车内饰体系评审，进一步扩展了未来与现有客户的合作范围。

同时，发行人持续拓展新客户，2022 年通过了上汽大众外饰体系初步审核，

获得新项目竞标权，2023 年上半年通过了合众汽车的外饰体系评审成为其一级供应商。

(2) 加强轻量化、智能化、舒适化产品研发，完善技术储备

相对传统燃油车，新能源汽车在轻量化、智能化及舒适化方面需求更高，发行人已开发了多款具有轻量化、智能化、舒适化特征的内外饰总成产品，能较好地满足新能源车的生产需求，产品广泛应用于小鹏 G9、小鹏 G6、飞凡汽车、极狐阿尔法 T、仰望 U8 等中高端车型。

截至本回复出具日，发行人共拥有国家专利 53 项，其中发明专利 10 项。未来发行人将继续加强研发投入，完善新能源产品相关技术储备，不断提升配套新能源车型产品的研发能力。

(3) 打造专业团队，提高配套服务能力

相对传统燃油车，新能源汽车研发项目周期短、车型迭代速度快。发行人建设了具备新能源汽车市场经验的研发、生产、销售团队，并已在江苏、河南、湖南、湖北、海南等地建立了生产基地或配送中心，能够快速适应新能源市场变化，及时满足新能源车客户需求。

(四) 发行人应对新能源汽车发展趋势是否存在不及预期的风险

发行人系较早进入新能源汽车领域内外饰件研发、生产和销售的企业，经过多年的行业深耕和技术积累，与国内知名新能源汽车厂商如比亚迪汽车、小鹏汽车、北汽新能源等建立了长期稳定的合作关系，客户关系稳定。发行人具备丰富的新能源汽车内外饰件产品设计和生产经验，技术水平能够适配新能源汽车的技术特点。

报告期各期，发行人新能源项目的收入分别为 16,466.51 万元、25,935.60 万元、36,832.71 万元和 23,580.32 万元，最近三年复合增长率达 49.56%，增长迅速，截至 2023 年 9 月 30 日，发行人新能源项目定点项目数量充足，在不考虑新定点项目的情况下，新能源项目预计 2024 全年可实现 9.5 亿元收入，保持良好的增长势头。

但新能源汽车市场变化较快，竞争格局尚未稳定，发行人仍存在应对新能源

汽车发展趋势不及预期的风险。发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（二）经营风险”中补充披露如下：

“

3、新能源汽车业务风险

报告期内，发行人已为比亚迪汽车旗下e网系列、海洋系列、王朝系列、仰望等品牌提供外饰产品，为上汽集团旗下飞凡汽车、智己汽车等新能源品牌提供外饰产品，为小鹏汽车提供内饰及外饰产品，为奇瑞汽车及北汽集团旗下新能源品牌配套内饰及外饰产品，发行人应用新能源汽车的产品收入逐年增长，新能源产品收入金额分别为16,466.51万元、25,935.60万元、36,832.71万元和23,580.32万元，最近三年复合增长率达49.56%。

2023年，发行人通过了比亚迪汽车内饰体系评审、上汽乘用车内饰体系评审，并通过了合众汽车的外饰体系评审，进一步扩大了在新能源汽车领域的合作范围及客户群体。发行人已定点新能源项目充足，预计未来将保持良好的增长态势，但新能源汽车企业竞争激烈，尚未形成稳定的竞争格局，若未来公司不能跟上新能源汽车市场竞争变化及时开拓新能源业务，则公司新能源业务收入将不达预期，进而影响公司整体业绩。

”

四、结合发行人市场地位和主要产品的市场占有率、同行业可比公司的可比性论证情况，发行人所处产业链特点及是否容易被替代等，针对性分析并披露发行人所处汽车内外饰件细分行业的特点和发展趋势，包括但不限于产品技术迭代更新情况，不同材质产品的性能优劣势及与下游客户匹配情况，是否存在产品类型拓展壁垒，“一品一点”配套模式是否属于行业主流模式，发行人核心技术是否属于行业通用技术

（一）汽车内外饰件是整车产业链重要组成，市场规模巨大，难以被替代

汽车内外饰行业是汽车零部件产业链的细分行业，属于汽车产业链上游，是车身系统的重要组成部分。一方面，汽车内外饰直接关系到汽车的美观性、舒适性等，是汽车消费属性的体现，直接影响到购车决策；另一方面，内外饰件又与整车的功能性和安全性紧密相关。因此，汽车内外饰是汽车生产的刚需，难以被

替代。

汽车内外饰行业市场规模巨大，具体而言，按照内饰件单车配套价值 5,000 元，外饰件单车配套价值 2,000 元计算，2022 年国内乘用车内外饰市场规模为 1,650 亿元，全球乘用车内外饰市场规模超 4,000 亿元，汽车内外饰行业拥有广阔的市场空间。

（二）汽车内外饰行业格局分散，存在产品类型拓展壁垒

全球汽车内外饰行业（不含座椅及车灯）的格局较为分散，市场集中度较低，从行业集中度来看，全球汽车内外饰行业（不含座椅及车灯）2022 年行业前三市场占有率仅为 33.57%，大幅低于其他汽车零部件行业，如车灯 2020 年全球行业前三市场占有率为 52%、座椅 2020 年全球行业前三市场占有率为 64%。

汽车内外饰行业市场集中度低主要原因系存在产品类型拓展壁垒：内外饰产品种类较多，且各个产品的核心功能差异较大，涉及多种加工工艺，所需要的经验积累也各不相同，因此存在一定的产品类型拓展壁垒，难以出现单一厂商生产所有细分产品从而占据较大市场份额的情况。

因此，产品种类差异、功能差异、工艺差异形成了对新进入者的行业壁垒。

（三）独立的民营企业在行业内的竞争地位逐步上升

1、独立的民营企业在行业内的竞争地位逐步上升

汽车内外饰一级供应商直接向主机厂提供总成模块，具有较高的技术壁垒、资金壁垒和较强的供应链管理要求。

目前我国汽车内外饰一级供应商主要包括三类：（1）外资在国内的合资企业及主机厂下属零部件供应商，如麦格纳、佛瑞亚、安通林在国内的合资企业，上汽集团下属华域汽车、一汽集团下属一汽富维、长城汽车下属长城诺博、广汽集团下属广汽东阳等，该类企业多服务于合资品牌乘用车或所属集团主机厂。（2）中大型独立民营企业如宁波华翔、新泉股份、常熟汽饰、模塑科技、江苏永成等上市或拟上市企业，该类企业凭借研发能力、响应速度、服务质量等优势占据了一定的市场地位。（3）小型民营企业，该类企业数量较多，因自身研发、生产能力等限制，市场份额相对分散。

随着自主品牌汽车的快速发展，以及内外饰企业服务能力的逐步增强，独立的民营企业在行业内的竞争地位逐步上升。对于具备整车厂配套能力的大中型内外饰企业而言，配合自主品牌的发展战略，凭借自身较强的同步开发能力，积极融入自主品牌的正向开发体系，推进国产汽车的转型升级，将强化与主机厂的黏性，从而在汽车产业链中占据更为有力的地位。

2、发行人具有较高的市场地位

发行人系较少能够同时提供大型内饰及外饰总成产品的企业，技术实力及自动化生产水平位列独立的民营内外饰件企业中的第一梯队，销售规模在细分领域位列独立的民营内外饰件企业前十¹。按照发行人主要产品对应车型的销量计算，公司 2023 年上半年在国内乘用车市场的车型覆盖率为 4.46%，在国内新能源乘用车市场的车型覆盖率为 9.50%，具有较高的市场地位：

单位：万辆

产品类别	项目	2023年 1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
市场销量	乘用车销售总量	1,126.8	2,356.3	2,148.2	2,017.80
	新能源乘用车销售总量	374.7	688.7	352.1	136.7
主要产品合计装车量	装车总量	50.3	31.3	44.5	73.8
	新能源汽车装车量	35.6	6.6	17.2	45.1
	乘用车市场占有率	4.46%	1.55%	2.07%	3.13%
	新能源乘用车市场占有率	9.50%	4.83%	4.88%	6.55%
保险杠总成	装车总量	13.2	19.5	23.2	17.4
	新能源汽车装车量	5.2	7.3	8.7	5.9
	乘用车市场占有率	1.17%	0.83%	1.08%	0.86%
	新能源乘用车市场占有率	1.39%	1.07%	2.46%	4.34%
仪表板总成	装车总量	5.7	13.2	5.6	2.5
	新能源汽车装车量	3.5	8.8	5.3	2.0
	乘用车市场占有率	0.51%	0.56%	0.26%	0.12%
	新能源乘用车市场占有率	0.93%	1.27%	1.50%	1.49%
门护板	装车总量	8.3	13.4	9.3	5.2

¹ 根据已上市汽车内外饰细分领域企业公开数据查询排序所得，不含未公开数据的企业

总成	乘用车市场占有率	0.74%	0.57%	0.43%	0.26%
外 侧 包 围	装车总量	41.1	51.5	23.0	17.2
	新能源汽车装车量	31.3	33.5	4.8	2.5
	乘用车市场占有率	3.65%	2.19%	1.07%	0.85%
	新能源乘用车市场占有率	8.35%	4.87%	1.36%	1.85%

注 1：上述市场销量为中国市场销量；

注 2：主要产品合计装车量为主要产品配套的车型销量，如同一车型配套多种主要产品，则仅计算配套较多的产品数量。

(1) 发行人主要客户为比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团，主要客户均为国内一线知名自主品牌主机厂，且发行人在主要客户中的车型覆盖率均超过 10%，部分客户如比亚迪汽车的车型覆盖率超过 20%，小鹏汽车、北汽集团的车型覆盖率超过 40%，优质的客户及较高的车型覆盖率充分体现了发行人的市场地位。

(2) 在保险杠总成、外侧包围等外饰领域，发行人与延锋彼欧、模塑科技、一汽富维等外饰龙头企业直接竞争，在仪表板总成、门护板总成等内饰领域，发行人与华域汽车、宁波华翔、新泉股份、常熟汽饰等大型上市公司直接竞争，并能够保持业绩的持续增长，充分体现了发行人的市场竞争地位。

(四) 行业多采用“一品一点”的合作模式，与主机厂建立紧密合作关系的供应商难以被替代

主机厂筛选合格供应商时一般会对供应商进行多方面的综合评价，筛选标准较高，且作为一级供应商的汽车内外饰件企业往往能够直接参与主机厂的同步研发，因此主机厂往往会与在研发实力、生产技术、质量控制体系等方面具有较强竞争力的供应商建立长期稳定的合作关系，且多采用“一品一点”的合作模式，一旦选定供应商，一般不会轻易进行更换。

“一品一点”合作模式属于大型汽车内外饰行业主流模式，相对于“一品多点”模式具有以下优势：**1、质量稳定：**主机厂可加快新产品导入并保障产品质量稳定性，如外饰件产品需保持颜色的一致性。**2、节约成本：**可以同时降低零部件供应商与主机厂的成本，如同一零部件只需开发一套模具，节约了模具的开发成本。

由于“一品一点”模式下，同一零部件仅由一家零部件供应商提供，考虑到更换供应商的时间及成本因素，主机厂通常不会轻易更换供应商，双方的合作关系更为紧密，并促使双方共同发展，互相促进，有利于双方合作的稳定性及长久性。

同行业可比公司中披露采用“一品一点”合作模式的情况如下：

公司名称及代码	主营产品	主要客户
一彬科技（001278.SZ）	立柱护板、座椅件、出风口等	广汽丰田、东风汽车、吉利汽车、东风本田

另外，汽车零部件企业中，泰鸿万立（A23071.SH）、兴业汽配（A22001.SH）、多利科技（001311.SZ）、无锡振华（603519.SH）、亚通精工（603190.SH）、英利汽车（601279.SH）亦披露采用“一品一点”的合作模式。

经过多年积累，发行人与国内知名主机厂建立了长期稳定的合作关系，并深度参与其车型的同步开发工作，因此对相关主机厂的产品供应被替代的可能性较低。

（五）发行人产品技术迭代与下游客户匹配，能够持续满足客户的需求

由于汽车内外饰产品种类繁多，以下具体以发行人内外饰产品中具有代表性的保险杠和仪表板为例说明汽车内外饰行业产品技术迭代更新情况，不同材质产品的性能优劣势及与下游客户匹配情况。

（1）保险杠

在早期，汽车保险杠是以金属材料为主，用厚度为3毫米以上的钢板冲压成U形槽钢，表面处理镀铬，与车架纵梁铆接或焊接在一起。随着汽车工业的发展，汽车保险杠除了保持原有的保护功能外，还要追求本身的轻量化。

汽车保险杠的轻量化主要通过材料轻量化。目前，塑料保险杠凭借其轻质、柔韧、耐撞击、防腐蚀、美观、价格低廉等优点，能够满足大部分下游客户需求，已成为主流。不同材质的保险杠性能优劣势对比如下：

项目	钢制保险杠	碳纤维保险杠	塑料保险杠
优点	承载能力强、耐磨损	轻质、高强度、耐腐蚀、美观	轻质、柔韧、耐撞击、防腐蚀、美观、价格低廉
缺点	重量大、易生锈、安全性低、价格高、批量性差	易碎、价格极高	不耐高温、易老化

主要生产工艺	压铸、电焊	模压	注塑
适用车型	现阶段车企基本无钢制保险杠	少量超级跑车或改装市场	适用于大部分车型

除材料轻量化外，汽车保险杠轻量化还可通过结构和工艺优化实现，例如薄壁化等技术，是行业未来重点发展方向；同时，随着汽车智能化程度的快速发展，对保险杠智能模块如激光雷达、摄像头、动态显示模块、智能化灯具等的搭载能力提出了更高要求。

项目	普通塑料保险杠	薄壁化保险杠	智能搭载保险杠
材料结构	常规工程塑料，满足汽车保险杠用材料性能	①通过提高原材料熔融指数、冲击性能等达到产品薄壁成型的效果； ②产品上多数采用内外板拆分结构	①调整原材的参数以满足产品透波性能的要求； ②不允许多次喷涂、返工喷涂，保证产品的透波性
制造工艺	注塑+喷涂+冲焊+装配	注塑+喷涂+超声波焊接+冲焊+装配	注塑+喷涂+超声波焊接+冲焊+电检测+装配
产品特点	满足乘用车常规装饰需求、满足法规性能要求	减轻整车重量，降低油耗或电耗	可搭载智能化传感器、车灯、摄像头等，实现整车智能化功能

(2) 仪表板

仪表板作为重要的内饰件，不仅是造型设计有较高要求，还需要有舒适的触感，随着消费者对于汽车内饰舒适度的要求不断提高，仪表板从最原始的硬质塑料开始不断向“软质”发展，具体对比如下：

项目	传统硬质仪表板	阴模仪表板	搪塑仪表板	包覆仪表板
材料结构	表面带花纹或哑光处理的塑料	塑料骨架+阴模表皮	塑料骨架+发泡层+搪塑表皮	塑料骨架+发泡层+真皮包覆
制造工艺	骨架：注塑 弱化方式：铣刀弱化 焊接方式：热铆焊或震动摩擦焊	骨架：注塑 表皮层：阴模 弱化方式：铣刀或激光弱化 焊接方式：震动摩擦焊	骨架：注塑 中间层：发泡 表皮层：搪塑 弱化方式：冷刀弱化 焊接方式：震动摩擦焊	骨架：注塑 中间层：3Dmesh 表皮层：真皮或仿皮包覆 弱化方式：激光弱化 焊接方式：红外焊
产品质感	差	中	中高	好
产品成本	低	中	中高	高

适用车型	低端车型	中端车型	中高端车型	高端车型
------	------	------	-------	------

公司把握行业发展机遇，基于下游行业的发展趋势及客户需求进行针对性的技术储备与技术研发，已开发了多款具有轻量化、智能化、舒适化特征的内外饰总成产品：外饰方面，发行人已具备以前后保险杠为代表的激光雷达、毫米波雷达开发集成能力，为智能驾乘、自动驾驶提供搭载平台，内饰方面，发行人的仪表板总成、门护板总成等产品在“软质化”、“智能化”、“轻量化”方向不断发展，产品质感大幅提升，提高了乘用车在空间、舒适、环保及智能（塑电一体化）方面的竞争力。

因此，发行人产品技术迭代与下游客户匹配情况，能够持续满足客户的需求，不容易被替代。

（六）与同行业可比公司相比，公司产品品类齐全，新能源占比更高，具有差异化竞争优势

1、同行业可比公司的可比性

在选择同行业可比公司时，选取标准如下：

- （1）公司与选取可比公司属于同一行业，即可比公司属于汽车内外饰行业；
- （2）公司与选取可比公司使用的主要原材料及工艺相似，即以塑料粒子及注塑等工艺为基础；
- （3）产品大类相同，即可比公司主要从事汽车内外饰件的研发、生产和销售；
- （4）公司与选取的可比公司客户存在一定的重叠或类别一致；
- （5）公司与选取的可比公司均属于独立的民营企业，且在市场规模方面具有一定的可比性；
- （6）基于财务数据的可获取性，选取的同行业可比公司为上市公司或已披露财务数据的拟上市公司；

按照上述选取标准，公司选取外饰以模塑科技、金钟股份，内饰以新泉股份、一彬科技、福赛科技作为可比公司，可比公司可比性情况如下：

公司名称	所属均为汽车内外饰行业	主要材料及工艺是否相同	作为一级供应商客户	是否独立的民营企业
新泉股份	是	是	自主品牌：吉利汽车、奇瑞汽车、比亚迪、一汽集团、中国重汽等； 合资品牌：一汽大众、上汽大众等； 外资品牌：特斯拉等	是
模塑科技	是	是	合资品牌：华晨宝马、北京奔驰、上汽通用、上汽大众、奇瑞捷豹路虎、沃尔沃等； 外资品牌：特斯拉、英国捷豹路虎等； 自主品牌：理想、蔚来、高合等	是
一彬科技	是	是	自主品牌：东风汽车、吉利汽车等 合资品牌：广汽丰田、东风本田、上汽通用等；	是
福赛科技	是	是	自主品牌：长城汽车、比亚迪等	是
金钟股份	是	是	自主品牌：长城汽车、一汽集团等； 合资品牌：现代起亚等	是

2、与同行业可比公司相比，公司产品品类齐全，新能源占比更高，具有差异化竞争优势

与同行业可比公司相比，公司产品品类齐全，新能源占比更高，具有差异化竞争优势，具体如下：

公司名称	产品类型	2022年新能源销售占比
新泉股份	内饰为主，少量外饰	未披露
模塑科技	外饰	22.19%
一彬科技	小件内饰件，单位价值相对较低	未披露
福赛科技	内饰，主要为单元件产品	28.38%
金钟股份	小件外饰件，单位价值相对较低	未披露
江苏永成	外饰+内饰	51.16%

(1) 公司产品品类齐全

发行人在产品构成方面具有差异化竞争优势。发行人主要产品涵盖了汽车内饰件及外饰件两大领域，且囊括了单车价值量较高的四大内外饰产品，其中仪表板总成约占内饰件价值量 36%，门护板总成约占内饰件价值量 16%，保险杠总成约占外饰件价值量 25%，外侧包围约占外饰件价值量 15%，市场空间较大。

发行人产品品类齐全,可以满足不同客户不同档次产品的个性化需求。同时,发行人内外饰件业务呈均衡发展趋势,2023年上半年,发行人产品收入中内饰件和外饰件占比分别为37.87%和62.13%。

(2) 公司新能源占比更高

得益于在新能源领域多年的合作经验,2022年,发行人应用新能源车型产品的收入占比为51.16%,高于同行业可比公司,体现了发行人在新能源汽车客户群体的良好竞争力。

(七) 发行人核心技术具有先进性,不属于行业通用技术

行业通用技术指行业参与者能较容易获取的技术,其本身不具有机密性、私有性等特点。

公司的核心技术系多年研发投入、持续创新而形成的特有技术,该技术以通用技术为基础,结合生产实践、客户需求、产品特征而形成,提高了生产效率、生产稳定性、管理效率、产品品质、工艺水平等,与行业通用技术存在差异,且多数申请了相应专利保护,不属于行业通用技术。具体如下:

序号	技术名称	在通用工艺环节的技术创新	是否属于行业通用技术
一、柔性自动化生产技术			
1	柔性自动化注塑生产技术	发行人在传统注塑工艺基础上增设了上料组件,增设恒温装置、联动装置、模具内切割组件及脱模组件,增设火焰处理环节、开模联动装置、模具表面处理环节,提升了注塑环节的生产效率,并提升了产品品质;同时发行人通过加装数据采集模块,开发数字化管理平台,实现注塑系统数据实时采集,提高了管理效率	公司已申请相关发明专利保护,不属于行业通用技术
2	柔性自动化喷涂生产技术	发行人在传统喷涂工艺基础上增设前处理流程,增设火焰处理工艺,改进限位组件,并对喷涂程序进行优化,增设摇摆组件等,提高了产品质量稳定性、产品的性能及油漆的附着力,节约了油漆的消耗;同时,通过设置集中供漆系统,并利用传送组件对壳体进行运送,可实现自供料、前序工艺、喷涂、后处理工艺的全流程柔性自动化运行	公司已申请相关发明专利保护,不属于行业通用技术
3	自动化搪塑生产线技术	发行人为解决传统搪塑生产线单工位作业无法实现自动循环作业的问题,通过增设装置,	公司已申请相关发明专利保护,不属于行业通用

		改进台盘，改进工位布局，并通过传输装置对工位件进行串联，有效的提高了搪塑生产效率	技术
4	自动传输、包装技术	发行人产品涉及多工序加工，为解决不同工序之间传动效率较低的问题，发行人通过合理布局传送组件、包装组件，增设限位装置、抓取装置等，并通过改进仿形台装置，实现不同工序之间的高效传输，提高了装配、包装效率	公司已获得相关发明专利授权，不属于行业通用技术
二、表面成型技术			
1	汽车塑料件内部注塑用微发泡技术	发行人为提高微发泡技术带来的减重效果，对原材料配方、模具进行了改进，并增设辅助设备，实现将传统微发泡技术带来的减重效果由 12%提升至减重 15%左右	公司已申请相关发明专利保护，不属于行业通用技术
2	汽车内饰软质表面装饰成型技术	发行人为提高内饰产品的表面软质效果，提升内饰产品的品质，通过工艺升级，将传统搪塑/阴模/低压工艺与聚氨酯发泡、吸附、包覆等工艺进行结合，不仅能够实现装饰板的软质效果，同时提升了造型设计自由度	发行人虽未申请发明专利保护，但相较行业通用技术可实现更好的软质效果，不属于行业通用技术
3	3D 网布包覆成型技术	传统包覆为表皮加普通聚氨酯海绵，具有造型设计的局限性且不利于环保要求，一般不适用于较大零部件上。发行人通过引进智能裁床、智能烘道、自动模压包边机、激光弱化、红外焊接等设备经过整合及改制，结合空中立体库的布局，形成了一条较先进的 3D 网布包覆成型仪表板生产线体	公司已获得相关专利授权，不属于行业通用技术
三、精密加工技术			
1	多工位装夹型汽车保险杠加工用焊接设备	发行人在传统保险杠加工焊接设备基础上，通过增设组件，改进装置，能够满足不同规格的保险杠焊接，实现柔性化焊接生产	公司已获得相关发明专利授权，不属于行业通用技术
2	提高冷刀耐用度的技术	发行人通过改良夹具，自制磨刀夹具，降低了传统刀具刀尖的壁厚，提高了冷刀弱化工艺精度，同时降低了刀具更换频率	公司出于技术保密性未申请相关发明专利保护，但相较行业通用技术在精度上有大幅提升，不属于行业通用技术
3	汽车后保的冲孔技术	随着汽车产品尤其是新能源汽车的不断发展，对汽车内外饰智能化程度的要求越来越高，发行人产品系汽车内外饰智能模块化的载体。保险杠产品在搭载雷达时，由于后保险杠的形状不规则，容易造成冲孔不稳定及表面损伤。发行人通过设置限位组件、定位	公司已申请相关发明专利保护，不属于行业通用技术

		组件及压紧组件，提高了冲孔时的稳定性，降低了对保险杠表面损伤的概率	
4	改进的热铆焊接技术	热铆焊接时用来连接不同材料制造的制件，使热固性塑料与热熔性塑料制件间实现相互连接，或使塑料制件与金属连接，热铆焊接机大多是通过人工进行手动上料和下料，发行人总成产品配件较多，零配件之间需要交叉装配。为提高装配效率，发行人通过对组件合理布局，增设传输装置，增设精度控制组件，提高焊接成型的效率，节约生产成本，并提高了产品合格率和可靠性	公司已申请相关发明专利保护，不属于行业通用技术
四、高精试验技术			
1	汽车保险杠冲击试验技术	发行人针对目前主流的通过真实车辆试验成本较高及承载模拟试验无法模拟真实的刹车反应的缺点，通过改进刹车机构及刹车调节机构，以及改进旋转驱动机构，从而达到仿真的路况效果，相较传统保险杠冲击试验技术，能够模拟真实汽车在不同制动距离情况下汽车保险杠的受损情况	公司已获得相关发明专利授权，不属于行业通用技术
2	多角度整车爆破验证技术	行业内多数汽车零内外饰企业不具备爆破验证技术，通常采用委托专业机构进行爆破试验，降低了试验效率。 发行人利用多角度高速工业机器人，采用2,000fps多角度高速工业摄像机，可以模拟在-40°C~90°C温度下的爆破试验，满足主流车型各种环境模拟和爆破采集需求	发行人虽未申请发明专利保护，但相较行业通用技术具备先进性，获得上汽集团认定的供应商实验室能力II级评定证书，不属于行业通用技术
3	汽车侧围震动试验技术	发行人为提高侧包围抗震性检测的全面性，通过改进试验架、固定机构、震动机构以及调节箱的结构，可往复多次的实现汽车侧围的震动试验，而且还可以模拟汽车侧围整体震动以及前后部分先后震动的效果，以便更全面的检测侧围的抗震性能	公司已获得相关发明专利授权，不属于行业通用技术

由上表可知，发行人核心技术与行业通用技术存在差异，且多数申请了相应专利保护，不属于行业通用技术。

综上，公司所处汽车内外饰行业属于汽车产业链重要组成部分，市场规模巨大，市场格局分散，存在产品类型拓展壁垒，新供应商难以进入。公司系较少能够同时提供大型内饰及外饰总成产品的企业，技术实力及自动化生产水平位列独立的民营内外饰件企业中的第一梯队，销售规模在细分领域位列独立的民营内外饰件企业前十，具有一定的市场地位，已与国内知名主机厂建立了紧密的合作关

系，且能够通过技术创新、产品创新持续的满足市场的需求变化。因此，公司被替代的可能性较低。

五、结合市场竞争格局和主要竞争对手情况，以及下游客户需求情况等，说明并披露发行人模具主要依靠定制化采购的原因及如何体现其技术先进性，发行人与竞争对手相比在核心技术、产品特点及其创新性、应用领域、产品构成、主要参数等方面的优劣势、主要差距和核心竞争力的具体体现，发行人应对市场竞争的具体措施，市场份额和竞争格局是否会发生重大不利变化

（一）发行人模具主要依靠定制化采购的原因及技术先进性

1、发行人模具主要依靠定制化采购的原因是定制化采购具有成本优势

在模具制造环节，发行人生产活动与模具制造活动相比，在原材料、生产工艺及设备投入方面均不同，具体如下：

项目	模具制造活动内容	发行人生产活动内容
原材料	模具钢、热流道、铝材	塑料粒子、油漆、表皮
主要生产工艺	数控加工	注塑、喷涂、搪塑、表面成型、焊接等
主要机器设备	数控机床、电火花、合模机	注塑机、喷涂生产线、搪塑生产线、包覆设备等

如公司自行开模生产，将增加公司的人力成本、管理成本、机器设备投入等，相较委托专业模具厂商制造不具有成本优势，故公司将模具制造工作通过委托专业模具厂商进行而未自行开模。

2、模具系生产内外饰产品的工具，发行人掌握产品设计技术，并主导模具厂商完成模具的开发，能够满足下游客户需求

模具是利用金属、非金属等材料经专用设备加工而成的基础工艺装备，是工业生产上用以注塑、吹塑、挤出、压铸或锻造成型、冶炼、冲压等方法得到所需产品的各种模子和工具，通过所成型材料物理状态的改变来实现物品外形的加工。

在产品的设计过程中，根据主机厂对产品模态、刚度、是否具有量产可行性等方面的要求，由公司主导对总成零部件进行结构设计，并按主机厂要求时间节点进行 CAS 面的评审分析，交付 TG0、TG1、TG2 数据，同步进行 CAE 分析、产品数据可行性分析、DFMEA 等，结合 3D 打印与快速成型等技术，与主机厂、

模具厂评审并设计 B 面数据，最终完成数据冻结以具备开发量产模具的条件。

在模具开发阶段，公司在完成产品数据冻结后，根据产品数据对模具设计方案评审及管控，根据主机厂要求和自身质量要求，对产品尺寸、外观、性能等方面进行模具制造方案锁定及批准，保证产品符合主机厂要求，满足内部可量产性。公司对供应商进行分阶段管控，指导其完成模具的制造开发工作，通过精益化的管理，有效缩短模具开发周期，并确保模具的先进性和合理性。

在产品生产阶段，公司对模具进行工程匹配等验收合格后，用于发行人内外饰产品的生产，从而生产能够满足客户需求的内外饰产品。同时，公司能够快速应对客户产品升级需求，并通过模具的修改及应用，迅速将产品样件提供至客户，从而在较短时间内实现客户产品升级。

综上，发行人掌握产品设计技术，并主导模具厂完成模具的开发工作，能够满足下游客户的需求。

3、发行人模具定制化采购情况符合行业惯例，且在模具方面拥有一定的技术先进性

(1) 发行人模具定制化采购情况符合行业惯例

发行人模具主要依靠定制化采购，符合行业惯例。同行业可比上市公司模具生产情况如下：

序号	公司	模具生产模式	模具设计与制造相关表述
1	新泉股份	自产+外购	在产品方面，自主模具开发结合同步开发对产品工艺进行合理性分析，避免设计的反复进行，从而提高产品开发效率，增强客户协作黏性；在模具制造方面，公司通过系统化的管理、专业化的设计及精益化的生产，有效缩短模具开发周期，并确保模具的先进性和合理性；在售后服务方面，公司能够快速应对客户产品升级需求，并通过模具的修改及应用，迅速将产品样件提供至客户，从而在较短时间内实现客户产品升级
2	模塑科技	存在外购模具情况，未具体披露外购比例	建立了基础的设计平台，已能在系统上与客户进行接口，并且已有十多年的大型模具设计经验，设计更能符合产品的工艺性要求
3	一彬科技	自制与外购基本等量	未披露

4	福赛科技	自制与外购基本等量	在模具开发与制造能力上，公司设有模具中心负责模具设计开发、模具制造、模具报价、模具技术管理、工装开发、模具维修等职能，并配备经验丰富的设计开发团队，熟练掌握了普通注塑和双色注塑等模具的设计开发和制造工装能力。公司目前拥有数控加工中心、数控铣床、数字高速铣床、电火花机、立式合模机、钻床、锯床、磨床等模具制造所需的机器设备，能够自主完成各类模具的精密制造
5	金钟股份	主要为自制	公司拥有丰富的模具开发经验，具备完整的模具设计、开发和制造能力，公司创造性的研发了多项模具相关技术，有效提高了公司产品的生产效率，提高了加工精度、产品合格率和使用寿命。公司部分模具相关技术创新包括特殊摆杆先复位结构、剪裁与打孔工艺合并、模内注塑、注塑产品模内断胶和铝盖液压成型等

汽车零部件上市公司中亦存在模具主要通过外购的情形，具体如下：

公司名称及股票代码	主营业务	关于模具外购的相关描述
众捷汽车 (A22441.SZ)	汽车热管理系统精密加工零部件的研发、生产和销售	在加工夹具、大型模具时，一般会用到深孔钻及电火花等高精度设备，基于成本效益原则，公司目前未配备相关设备，公司完成夹具、大型模具的设计开发后由供应商生产制作
纽泰格 (301229.SZ)	汽车悬架系统、汽车内外饰等领域的铝铸零部件和塑料件的研发、生产和销售	在模具开发阶段，虽然尚不具备大型内外饰塑料件模具生产能力，但公司深入参与前期模具设计、生产、验证和工程匹配过程
宏鑫科技 (A22062.SZ)	汽车锻造铝合金车轮的研发、设计、制造和销售	公司对模具进行设计，并交由模具生产商进行加工制造

注：资料来源于同行业可比公司招股说明书、问询回复及定期报告。

(2) 发行人在模具方面拥有一定的技术先进性

发行人具备模具开发的全流程管控能力，在模具开发方面拥有一定的技术先进性，主要体现在：①在模具设计阶段，发行人具备丰富的产品设计经验，能够较快的完成产品数据冻结，从而较快的锁定模具设计方案；②在模具制造阶段，发行人根据丰富的模具开发经验，能够较快的制定模具制造相关的关键参数如模具型腔及型芯的钢材、标准件、流道形式及点数、模具顶出方式、冷却系统、表面处理等具体参数及方案。公司按照主机厂项目装车节点，顺排或倒排模具开发计划，制定具体可操作性的时间节点，后期以时间节点进行管控；③在模具调试

阶段，由发行人主导试模过程，识别试模问题点，并主导产品及模具的修改方案，最终签批模具改善方案；④在模具验收环节，由发行人对模具的标识、定位、热流道系统、导向系统、顶块、零件外观质量等进行检测评估，验收合格后最终确认模具完成。

综上，发行人模具主要依靠定制化采购具有合理性，符合行业惯例，发行人在模具方面拥有一定的技术先进性。

（二）发行人与竞争对手相比在核心技术、产品特点及其创新性、应用领域、产品构成、主要参数等方面的优劣势、主要差距和核心竞争力的具体体现

目前我国汽车内外饰一级供应商主要包括三类：（1）外资在国内的合资企业及主机厂下属零部件供应商，如麦格纳、佛瑞亚、安通林在国内的合资企业，上汽集团下属华域汽车、一汽集团下属一汽富维、长城汽车下属长城诺博、广汽集团下属广汽东阳等，该类企业多服务于合资品牌乘用车或所属集团主机厂。（2）中大型独立民营企业如宁波华翔、新泉股份、常熟汽饰、模塑科技、江苏永成等上市或拟上市企业，该类企业凭借研发能力、响应速度、服务质量等优势占据了一定的市场地位。（3）小型民营企业，该类企业数量较多，因自身研发、生产能力等限制，市场份额相对分散。

为增强与同行业公司对比的维度，发行人以新泉股份、模塑科技等上市时间较久且在独立民营企业中具有代表性的内外饰企业，以及一彬科技、福赛科技、金钟股份等近年来上市的与发行人在产品、设备、工艺存在重叠或相似的内外饰民营企业为同行业可比公司，对比情况如下：

1、在核心技术方面，发行人与竞争对手相比不存在明显差距，均可实现相关生产工艺并满足产品生产需求，具有较强的竞争力

由于汽车内外饰产品种类较多且生产工艺复杂，各可比公司公开披露的核心技术类别及适用场景存在差异。发行人以自有的四类核心技术为基础，对比了可比公司相关技术。

经对比，发行人与可比公司的核心技术虽然在技术路径上存在差异，但均可改进生产工艺，提升产品性能，满足客户需求。发行人与可比公司不存在较大差距，具有较强竞争力。具体对比内容如下：

序号	发行人技术名称	发行人技术内容及技术先进性	同行业可比公司相关技术公开披露情况	对比结果
一、柔性自动化生产技术				
1	柔性自动化注塑生产技术	<p>1、通过合理布局上料组件、储料室、不同工艺注塑组件、加热组件、成型室、模具组件和接料组件，便捷高效地实现不同工艺、不同产品柔性自动化注塑加工功能，解决传统注塑环节人工效率低、安全性低、料口堵塞、加热不均匀等缺点；</p> <p>2、通过布置液压夹具和机械手、恒温装置、联动装置、模具内切割组件及脱模组件、可拆连固定承载装置，并进行系统优化，能够实现自动更换模具、模具恒温、同步开模同步溶胶、快速脱模、自动切口、多层叠膜，从而提高生产效率，提升产品生产稳定性；</p> <p>3、通过增设火焰处理环节、开模联动装置、模具表面处理环节，实现产品无痕去胶口并增强油漆附着力，实现定模取件效果以实现产品内分型要求，实现橘皮等级从6级提升至8级等效果，从而提升了产品质量与质感；</p> <p>4、通过加装数据采集模块，开发数字化管理平台，可实现注塑系统数据实时采集，从而提高管理效率</p>	<p>新泉股份：双料注塑工艺技术 本技术是一种模内组装或模内焊接的“嵌件成型”工艺方法，原理是将两种不同的塑料在两个料筒内分别塑化，再注入模具型腔，成型出表面具有两种颜色的塑料件。该技术优势体现于在流水槽盖板注塑过程中能够避免模具复杂、注塑机占用空间较大的情况，能够有效减少生产能耗、提高生产效率，避免由于将经过收缩变形后的“嵌件”重新放进模腔而产生不良品的情况。</p> <p>福赛科技：自动化注塑机系统技术 此注塑机系统通过注塑机、机械手机构、切割装置、废料滑道、收纳平台和下料滑道机构作用自动完成取件、修剪余料、运件和收纳的动作。工作效率高，取出精准，安全系统高，并可保证胶口切除面光滑，不会影响外观品质，方便下料整个过程实现自动化，以解决现有技术中导致的因人工取件、人工切除胶口带来的效率和产品缺陷。</p> <p>金钟股份：双色注塑技术 双色注塑是指将两种不同的材料通过同一套模具进行注塑加工，从而实现两种材料的连接成型，该技术的应用可以提高产品触感，提升产品的美观性和装配性</p>	发行人与可比公司均可通过核心技术，提高注塑工艺生产效率、生产稳定性、产品质量等
2	柔性自动化喷涂	1、在传统喷涂工艺基础上通过增设脱脂、水洗、表调、	福赛科技：汽车出风口遮蔽喷涂技术	发行人与可

	生产技术	<p>静电除尘等前处理流程提高产品洁净度，降低喷涂面漆的纤维毛和脏点；</p> <p>2、通过布置火焰处理工序，提高产品的表面张力，从而提高产品耐候性、耐崩裂性能；</p> <p>3、通过改进限位组件，可以对各种型号的汽车壳体进行固定，并通过开发、优化喷涂机器人喷涂程序，能实现喷涂机器人无人操作，对不同的产品应用不同的程序，在喷漆过程中能够根据不同产品精确控制仿形、漆量、时间和扇面大小，不仅便于混线生产，节省油漆的消耗，经济环保，而且提高了产品质量稳定性；</p> <p>4、通过动静压室控制空气分量分配和调节风速，准确控制面漆间的风速、风向和风量，并利用摇摆组件，可在喷涂和风干时，带动壳体进行前后摆动，从而使得喷涂时，可对壳体全方面多角度均匀喷涂，既节约用漆量，而且保证了产品的漆均匀附着力；</p> <p>5、通过设置集中供漆系统，并利用传送组件对壳体进行运送，可实现自送料、前序工艺、喷涂、后处理工艺的全流程柔性自动化运行</p>	<p>此汽车出风口喷涂机构，包括导轨、运输装置、喷涂装置以及烘烤装置，形成完整的喷涂工序回路。通过汽车出风口喷涂机构及方法，喷涂装置与运输装置的配合，解决了喷涂成本较高、维修不方便的问题，具有维修方便、制造成本低等优点</p> <p>金钟股份：点涂技术</p> <p>利用带有 CCD 自动识别功能的点涂装置在装饰件凹槽填充区上漆，点涂装置控制器驱动机械臂在填充区内移动，通过针头将油漆均匀点注在填充区内，依靠油漆自身较好的流动性、浸润性，覆盖整个填充区域，该技术可提升上漆效率以及油漆使用率</p>	<p>比公司均可通过核心技术，提高喷涂工艺生产效率，降低生产成本</p>
3	自动化搪塑生产线技术	<p>1、通过合理布置加热装置、机器人、传输装置，实现搪塑工位的自动化生产，提高生产效率；</p> <p>2、通过烘烤箱对镍壳模具加热，通过风冷对成型的表皮进行凝胶，在搪台工位通过旋转台盘的改进可以容纳四种不同造型的产品在产线上同时生产；</p> <p>3、通过串联冷刀弱化设备、闭模发泡设备、双工位机器人铣削流程、空中立体库，实现搪塑生产线的自动化生产；</p> <p>4、改进了搪塑线体工位的布置，使原有 9 工位线体可扩展到 12 工位，并预留了镍壳模模内喷涂工位，可实现双</p>	<p>新泉股份：在国内自主品牌汽车饰件供应商中，公司是商用车领域最早利用搪塑工艺提高内饰舒适性的企业</p>	<p>发行人与可比公司均可通过核心技术，实现搪塑工艺</p>

		色原料的搪塑表皮制造，也可在不使用双色原料的情况下实现双色表皮的搪塑		
4	自动传输、包装技术	<p>1、通过输送箱体、传送带组件、夹持组件、检测箱体、运输柜组件和卸料组件的合理布局，实现仪表板便捷高效地输送并检测；</p> <p>2、通过包装柜、传输通道、打包组件、吸附组件和运输架的合理布局，实现外侧包围运输、打包一体化功能；</p> <p>3、通过设置车载体、防碰撞机构以及导向限位机构，不仅可以有效地解决运输装置在上下坡的过程中溜车的问题，同时可以解决在坡面上运输时货物相互之间的碰撞问题；</p> <p>4、通过设置抓取机构、包装箱体、装箱机构、移动机构和传输通道，可以实现保险杠便捷高效自动打包；</p> <p>5、通过旋转仿形台装置，实现仪表板骨架 360 度旋转，从而使骨架能够随仿形台实现多角度移动，以达到多工位布局，提高装配效率</p>	<p>模塑科技：前保险杠一体化装配</p> <p>通过翻转电机带动由链条连接的链轮转动，从而使翻转轴带动翻转框架转动，进而可以对翻转框架上的胎膜进行方位调节，而通过胎膜的翻转切换，最终实现产品半自动化生产</p>	发行人与可比公司均可通过核心技术，实现一定程度上的自动化生产
二、表面成型技术				
1	汽车塑料件内部注塑用微发泡技术	通过改进原材料的配方以及模具、设备的设计方案，实现产品内部形成网络微孔状态，从而提高了弹性，降低了密度，从而实现微发泡技术带来的减重效果由 12%提升至减重 15%左右	<p>一彬科技：物理微发泡工艺</p> <p>本技术生产出的零件特色为正反面存在 0.3~0.5 实心层，内部厚度以微小孔洞组成的注塑产品，以此达到降重效果，由于填充时间的同比缩短、无保压、冷却时间短等优点可使生产周期缩短，材料利用率提升</p>	发行人与可比公司均可通过核心技术，实现产品减重效果
2	汽车内饰软质表面装饰成型技术	通过搪塑/阴模/低压等工艺制成客户要求纹理的表皮，再进行聚氨酯发泡、吸附、包覆等复合到产品骨架上，通过工艺升级，不仅能够实现装饰板的软质效果，同时提升了造型设计自由度，产品最小圆角可以做到 1.5mm，极大程度的满足主机厂外观设计师的造型需求	可比公司未公开披露	可比公司未公开披露

3	3D 网布包覆成型技术	<p>传统包覆为表皮加普通聚氨酯海绵，具有造型设计的局限性且不利于环保要求，一般不适用于较大零部件上。发行人通过引进智能裁床、智能烘道、自动模压包边机、激光弱化、红外焊接等设备经过整合及改制，结合空中立体库的布局，形成了一条较先进的 3D 网布包覆成型仪表板生产线体；该技术生产出的汽车仪表板上包覆盖板具备以下优势：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、可实现客户定制化生产，较短的时间内完成不同颜色或不同纹理的切换； 2、可实现多种材质混合的产品一次性弱化，确保爆破弱化线的一致性，并改善了气囊弱化区域凹凸痕等外观缺陷； 3、在气囊盒或加强支架焊接上，由传统焊接误差±1mm，提高到了±0.5mm，提高了产品设计符合度和可靠性； 4、气味性方面由传统软质仪表板的 4.0 级提高到了 3.3 级 	<p>一彬科技：</p> <p>①低压包覆技术：本技术采用注塑低压来实现面料在模内的抗流动冲击，以此实现模内的一体包覆成型，大幅度改善生产效率，减去包覆生产环节，提升效率；</p> <p>②真空包覆成型技术：本技术为将不带皮纹的膜料在模具内成型出内饰件形状的带皮纹的表皮，或者在成型出带皮纹的表皮后在机器的同一工位将该表皮真空吸附在基材上，从而生产出所需的产品</p>	<p>发行人与可比公司均可通过核心技术，实现包覆成型的生产效率及质量</p>
三、精密加工技术				
1	多工位装夹型汽车保险杠加工用焊接设备	<p>通过设置的升降调节组件可以对夹装机构的高度进行调整，方便摆放需要焊接的汽车保险杠以及取下焊接完成的汽车保险杠，通过设置的角度调节组件，可以对夹装机构的角度进行调整，以满足不同的焊接需要，同时结合设置的弧形罩板，可以很好的起到防护作用，减少焊渣外溢的情况发生，通过设置的第二气缸和 V 型托臂，可以适用不同规格的保险杠固定，调节方便，高效便捷</p>	<p>新泉股份：线性振动摩擦焊接技术</p> <p>本技术是基于摩擦焊的原理开发的一种焊接技术，适用于尺寸较大、形状特殊的产品。由于不使用另外的连接件或结合剂就能将各种的热塑性零件按工艺焊接起来，不受热塑材料的影响，因此提高了产品质量、降低了生产成本、减少了环境污染；</p> <p>该技术优势在于不使用另外的连接件或粘接剂，直接通过振动摩擦，依靠焊接筋熔融连接在一起，连接面积大，提高了产品的整体刚性，并可以有效减小单件产品的变形、增强风道的</p>	<p>发行人与可比公司均可通过核心技术，提高焊接环节效率及质量</p>

			<p>密封性。</p> <p>模塑科技：超声波自动化汽车保险杠焊接技术</p> <p>使用者将需要焊接的保险杠固定在对应的固定卡中，第一电机和第二电机均与外部电源电性连接，第一电机和第二电机的输出端均通过传动轴带动第一板链和第二板链的转动，便将保险杠送入焊接机中进行焊接，焊接完毕后，再通过第一板链和第二板链将保险杠传送到焊接机的后方，使用者便可以将焊好的保险杠拿下，如此反复操作，便节省了时间和大量的劳动力</p>	
2	提高冷刀耐用度的技术	自制磨刀夹具，使国产刀具在生产后达到弱化设备的精度和寿命要求，通过改良夹具，对传统刀具刀尖 0.5mm 壁厚降至 0.1mm 壁厚，提高了冷刀弱化工艺精度，同时降低了成本	<p>新泉股份：冷刀弱化技术</p> <p>本技术旨在开发一种能对仪表板搪塑或喷涂表皮乘员侧气囊部位进行局部弱化的工艺，满足安全气囊盖整合到仪表板上的仪表板设计发展趋势，满足高端用户对仪表板表面花纹和质感的要求。</p> <p>该技术优势在于：功能方面，本技术是将搪塑或喷涂表皮进行内表面半透性切割，使得切割后的表皮仍保留一定的残余厚度，保证安全气囊爆破后表皮按照指定切割位置断开，无表皮碎片飞出；外观方面，搪塑或喷涂表皮的弱化处外表面无明显切割的痕迹</p>	发行人与可比公司均可通过核心技术，改进冷刀弱化工艺
3	汽车后保的冲孔技术	利用限位组件对后保险杠进行初步固定的同时，再通过定位组件将保险杠的位置找正，避免冲孔时，导致孔位偏移，再通过传输组件将后保险杠送入冲孔组件中，操作方便，不会因为有限的操作空间，划伤保险杠表面，利用压紧组件先对后保险杠进行进一步的固定，提高冲	可比公司未公开披露	可比公司未公开披露

		孔时的稳定性，利用冷却组件对冲孔刀具进行冷却，保证刀具的使用寿命，避免烫伤后保险杠		
4	改进的热铆焊接技术	<p>1、通过堆叠部、移动座、加工部、卸料部和收料部的合理布置，提高热铆焊接效率，可同时进行 50 点铆桩铆接，一次完成装配，应力均匀分布，可有效提高整体结构的连接强度，保证装配定位精度，避免铆接过程中位置偏移，提高生产效率；</p> <p>2、通过进料传送带、双杆下料部、提升部、热铆组件、联动组件和送料传送带的合理布置，不仅能够实现保险杠本体热铆焊接的一体化自动化加工，相较传统需要人工手动上料，大幅提高了工作效率，同时可以提高焊接成型的效率，节约生产成本</p> <p>3、在产品热铆焊接时，种用伺服替代气缸高精度控制行程，能精确定位工装的行程位置，精确焊接量，防止产品过焊或焊接不牢，提高了产品合格率和可靠性，通过此改进使该工序单班产量增加了 20%</p>	<p>新泉股份：热铆接技术</p> <p>本技术应用于车门内饰及内饰防撞块，可同时进行 15 点铆桩（热桩）铆接，一次完成装配，应力均匀分布，可有效提高整体结构的连接强度，保证装配定位精度，避免铆接过程中位置偏移。</p> <p>该技术优势在于能够避免传统用粘合剂粘合或铆钉铆接带来的环境污染、装配成本提高、材料消耗大等问题，提高了生产效率</p>	发行人与可比公司均可通过核心技术，改进铆接工序生产效率
四、高精试验技术				
1	汽车保险杠冲击试验技术	通过改进刹车机构及刹车调节机构，以及改进旋转驱动机构，从而达到仿真的路况效果，模拟在不同制动距离情况下汽车保险杠的受损情况	<p>新泉股份：公司自成立以来，一直注重产品质量，对原材料及产成品均进行严格的检测试验，充分保障汽车饰件产品质量及安全性符合汽车制造商要求。目前，公司已经成立实验中心，并获得中国合格评定国家认可委员会实验室认可证书，实验中心下设 15 个细分实验室，从感官质量、被动安全、环境模拟以及材料分析等各方面实现对产品的检测与试验，为公司产品性能和质量提供可靠保证。</p> <p>模塑科技：汽车保险杠涂装检测装置</p> <p>将保险杠放置在球形的壳体中，通过下方弹簧</p>	发行人与可比公司均可实现产品试验及检测
2	多角度整车爆破验证技术	利用多角度高速工业机器人，对极端环境下的模拟数据进行采集，从而增加技术的可验证性及产品质量的可靠性，采用 2,000fps 多角度高速工业摄像机，可以模拟在 -40℃~90℃ 温度下的爆破试验，满足主流车型各种环境模拟和爆破采集需求		
3	汽车侧围震动试验技术	通过改进试验架、固定机构、震动机构以及调节箱的结构，可往复多次的实现汽车侧围的震动试验，而且还可以模拟汽车侧围整体震动以及前后部分先后震动的效		

		果，以便更全面的检测侧围的抗震性能	的设置使得保险杠可在壳体内任意摆动并与壳体的内壁碰撞，通过壳体内部的发射器发射击打保险杠的重物，使得保险杠于壳体发生不同程度的碰撞，从而使得在碰撞之后对保险杠的碰撞程度进行检测，使得每一个保险杠在检测的时候，检测的效率显著提升	
--	--	-------------------	---	--

注：上述可比公司技术情况根据可比公司招股说明书、定期报告等文件整理。

2、在产品构成、产品特点及其创新性方面，发行人具有较强竞争力，在应用领域方面，发行人与竞争对手相比存在一定差距，但具有合理性

发行人与竞争对手（可比公司）在产品构成、产品特点及其创新性、应用领域（主要客户）方面具体情况如下：

公司	主要产品构成	产品特点及其创新性	应用领域（主要客户）
新泉股份	内饰：仪表板总成、顶置文件柜总成、门内护板总成等 外饰：2020年开始生产保险杠总成，占比较小	是商用车领域最早利用搪塑工艺提高内饰舒适性、利用长玻纤增强反应注射成型技术实现产品轻量化的企业，同时也是最早自主开发并规模化生产隐式气囊仪表板的企业	自主品牌：吉利汽车、奇瑞汽车、比亚迪、一汽集团、中国重汽等； 合资品牌：一汽大众、上汽大众等； 外资品牌：特斯拉等
模塑科技	外饰：保险杠总成、防擦条、外侧包围等	已建立起一套独立完善的研发体系，拥有设计、研发、计算中心，先后引进AutoCAD、Pro/E、MasterCAM、UG、CATIA等先进软件，运用现代高新技术，特别是信息技术，快速响应，大大提高了产品设计效率，缩短了开发时间	合资品牌：华晨宝马、北京奔驰、上汽通用、上汽大众、奇瑞捷豹路虎、沃尔沃等； 外资品牌：特斯拉、英国捷豹路虎等； 自主品牌：理想、蔚来、高合等
一彬科技	内饰：立柱护板、座椅件、机舱件、出风口、车内照明部件、副仪表盘、门板及金属件等	有效地将知名汽车厂商产品开发的技术理念运用到自身的生产实践中	自主品牌：东风汽车、吉利汽车等 合资品牌：广汽丰田、东风本田、上汽通用等； 一级供应商：东风李尔等
福赛科技	内饰：空调出风口系统、杯托、储物盒、车门内开把手、主副仪表板内饰面板等	通过创新技术融合、创意设计输出，为汽车制造商提供具备功能化、美观化、轻量化于一体的汽车内饰件产品	一级供应商：马瑞利、延锋汽饰、新泉股份、北汽韩一、大协西川等； 自主品牌：长城汽车、比亚迪等
金钟股份	外饰：汽车轮毂装饰盖、汽车字标和汽车车身装饰件	公司创造性的研发了多种更能满足整车厂商智能化、轻量化、环保化要求的汽车内外饰件产品	一级供应商：DAG、广州戴得及天津戴卡、中信戴卡、立中集团等； 自主品牌：长城汽车、一汽集团等； 合资品牌：现代起亚等
发行人	外饰：保险杠总成、外侧包围等 内饰：仪表板总成、门护板总成、	发行人产品具有高品质、高创新、多样化和产品细分类别众多等特点。发行人产品创新性主要体现在产品开发	自主品牌：比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等

		环节以及轻量化、智能化、舒适化的内外饰产品	
--	--	-----------------------	--

(1) 产品构成

发行人在产品构成方面具有差异化竞争优势，主要产品涵盖了汽车内饰件及外饰件两大领域，且囊括了单车价值量较高的四大内外饰产品，市场空间较大。发行人内饰件产品主要包括仪表板总成、门护板总成等，外饰件产品主要包括保险杠总成、外侧包围等，内外饰件业务同步发展。最近一年，发行人产品收入中内饰件和外饰件占比分别为 45.26%和 54.74%，仪表板总成、门护板总成、保险杠总成和外侧包围占比分别为 26.99%、13.57%、22.42%和 21.18%。

可比公司主要产品虽然与发行人主要产品有所重合，但均未完全覆盖内外饰件中单车价值量较高的产品，且内外饰业务发展不均衡。（1）新泉股份以内饰为主，主要产品为仪表板总成、顶置文件柜总成、门内护板总成，但其保险杠总成业务较小，2022 年保险杠总成收入占比仅为 0.62%；（2）模塑科技以外饰为主，主要产品为保险杠总成，未包括仪表板总成等内饰件；（3）一彬科技以内饰为主，其第一大产品为立柱护板，而单车价值量较高的副仪表板业务相对较少；（4）福赛科技以内饰为主，且其产品主要为仪表板和车门内饰面板，未覆盖保险杠、外侧包围等产品；（5）金钟股份以外饰为主，主要产品为汽车轮毂、车身、标识装饰件，单位价值相对较低。

(2) 产品特点及其创新性

随着汽车电动化、智能化、网联化、共享化趋势的快速发展，对轻量化、智能化、舒适化内外饰产品的需求提升，汽车内外饰企业需要保持持续的研发创新。同时，汽车内外饰件企业生产的产品均需满足主机厂产品需求及制定的标准，产品具有定制化特征。

从产品特点来看，发行人与可比公司均能满足主机厂的产品需求及制定的标准，不存在明显差距。从产品创新性来看，发行人在产品开发环节，以及产品轻量化、智能化、舒适化等方面，具有自身的创新性和竞争力。

(3) 应用领域（主要客户）

发行人主要客户覆盖了比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽

集团等多家国内知名自主品牌主机厂，但在数量方面与可比公司仍存在一定差距，且主要与自主品牌主机厂进行配套合作，主要原因是发行人资金规模相对较小，采取了聚焦于核心客户的经营策略。

3、在主要参数方面，发行人与竞争对手相比不存在明显差距，具有较强竞争力

可比公司未披露其主要产品参数，发行人无法与其直接比较分析。根据行业惯例，主机厂会对产品主要参数进行检验，在满足主机厂相关要求后才能为主机厂配套。发行人已通过比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等多家国内知名主机厂评审，进入其合格供应商体系并为其配套产品，且获得客户的高度认可。因此，在满足主机厂要求层面，发行人与竞争对手产品主要参数不存在明显差距，具有较强竞争力。

综上，发行人与竞争对手相比，在产品构成上呈现内外饰均衡发展趋势，具有差异化竞争优势；在核心技术、产品特点及其创新性、主要参数方面不存在明显差距，具有较好的竞争力；在应用领域方面，发行人主要客户数量与主要竞争对手存在一定差距，主要原因是公司资金规模相对较小，将资源聚焦于核心客户。发行人已逐步开拓新客户，并将在本次募集资金到位后进一步扩大公司经营规模，提升竞争力。

（三）发行人应对市场竞争的具体措施，市场份额和竞争格局是否会发生重大不利变化

1、发行人应对市场竞争的具体措施

报告期内，公司客户结构较为稳定，与主要客户合作的车型数量整体呈上升趋势，收入快速增长。公司武汉生产基地预计 2024 年上半年进入试运行阶段，以及随着未来募投项目的实施，公司后续产能将得到保障，公司将继续发挥内饰与外饰综合服务优势及技术优势，进一步扩大与核心客户的合作范围，并持续开发新客户，从而有效地应对市场竞争，具体措施如下：

（1）发挥内饰与外饰综合服务能力优势

公司坚持内饰和外饰同步发展的策略，是行业内少有的内饰与外饰同步发展的一级供应商民营企业之一。公司能够同时实现高档内饰及外饰产品的工艺技术

要求，从而为公司在核心技术、核心产品的竞争领域提供有效保障。公司内饰及外饰的同步开发及生产制造能力，在与同行业竞争中能够提供更为全面的服务，使得公司在与合作客户的过程中建立更为稳定的合作关系，为公司创造了更大的市场空间，从而在未来的市场竞争中占据优势地位。

(2) 持续深耕核心客户，提高与核心客户的合作范围

公司深耕自主品牌乘用车客户，与国内知名主机厂建立了长期稳定的合作关系，并在新能源汽车迅速发展的市场环境中，积极开拓新能源汽车市场。发行人基于核心客户良好的发展态势，未来将持续深耕核心客户，提高与核心客户的合作范围。截至 2023 年 9 月末，发行人已通过核心客户内饰、外饰体系评审，与核心客户确定了多个项目的合作关系，从而确保了公司未来业务的成长性。

(3) 持续开发新客户

近年来，公司持续开发新客户，在核心客户的基础上新开发了创维汽车并实现了产品的量产合作，截至本回复出具日，公司通过了合众汽车外饰体系评审，通过了上汽大众外饰体系初步审核，获得新项目竞标权。

(4) 加强技术开发，提升产品竞争力

公司坚持以市场需求及基础工艺提升为研发导向，通过持续的自主技术开发及先进工艺引进，不断提升自身在同步开发、工艺实现、产品质量控制等方面的技术能力。发行人紧随汽车“新四化”的发展趋势，持续投入研发，通过对新材料、新工艺的创新及应用，使得自身产品特征持续满足下游需求的发展，从而提高公司的市场竞争力。

随着新车型迭代周期愈来愈短，能够提供综合服务的汽车内外饰供应商将有效提高主机厂的产品开发效率。公司在与众多客户的合作项目中，积累了丰富的产品开发经验，凭借对美学、安全、驾乘感知、成本、工程等多方面的把控，以及进入产业链供应体系的先发优势，未来将进一步扩大市场份额，实现业绩规模长期稳定增长。

2、发行人市场份额和竞争格局不会发生重大不利变化

(1) 汽车内外饰行业具有较高的行业壁垒，且存在产品种类差异，短期内

竞争格局不会发生重大变化

对于新进入者，汽车内外饰一级供应商领域具有主机厂审核体系认证壁垒、技术及人才壁垒、资金壁垒、管理体系壁垒等，短期内不会出现新增一级供应商。

对于现有的行业内企业，汽车内外饰行业市场空间巨大，内外饰产品种类较多，且各个产品的核心功能差异较大，涉及多种加工工艺，所需要的经验积累也各不相同，因此存在一定的产品类型拓展壁垒，难以出现单一厂商生产所有细分产品从而占据较大市场份额的情况。

(2)公司在细分领域具有较高的市场地位,与客户建立了稳定的合作关系,主要产品短期内被替代的可能性较小

公司系较少能够同时提供大型内饰及外饰总成产品的企业，技术实力及自动化生产水平位列独立的民营内外饰件企业中的第一梯队，销售规模在细分领域位列独立的民营内外饰件企业前十。按照发行人主要产品对应车型的销量计算，公司 2023 年上半年在国内乘用车市场的车型覆盖率为 4.46%，在国内新能源乘用车市场的车型覆盖率为 9.50%，具有较高的市场地位。

公司主要客户为比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团，主要客户均为国内一线知名自主品牌主机厂，且发行人在主要客户中的车型覆盖率均超过 10%，部分客户如比亚迪汽车的车型覆盖率超过 20%，小鹏汽车、北汽集团的车型覆盖率超过 40%，公司与主要客户建立了稳定的合作关系，主要产品短期内被替代的可能性较小。

(3)公司具备较强的开发能力及供货能力,能够顺应行业发展趋势,持续满足客户需求

基于电动化、智能化及汽车消费属性提升的大背景下，自主品牌及新势力车型迭代较快，产品新功能要求较高，需要在内外饰件嵌套集成电子显示组件、雷达、传感器、音响等彰显智能化、个性化特点的零部件，因此对汽车零部件企业研发响应、模块集成能力要求更高。

公司在与众多客户的合作项目中，积累了丰富的产品开发经验，凭借对美学、安全、驾乘感知、成本、工程等多方面的把控，不仅具备与主机厂同步开发能力，更深度参与主机厂的前期设计环节，大大提高了开发效率及效果，使得开发周期

缩短 0.5-1 年，从而加强了与主机厂的合作深度。

公司主要向主机厂供应总成产品，总成产品系将多个零部件分别实现的功能集成在一个模块组件中，产品较为繁琐且结构复杂，多个零部件相互叠加较为考验发行人的技术实力和生产工艺。公司具备专业的设计开发能力和丰富的经验，能够实现零部件之间的精准配合和高效运作，从而为客户提供系统级的解决方案；同时，发行人具备较强的供应链管理能力和快速响应客户的交付需求。

(4) 期后业绩呈持续增长区域

2023 年上半年，发行人通过了比亚迪汽车内饰体系评审、上汽乘用车内饰体系评审、合众汽车外饰体系评审，并与小鹏汽车签订了战略合作协议，进一步扩展了未来与客户的合作范围。

截至 2023 年 9 月末，发行人已定点但尚未在报告期内量产的项目有 46 个，其中新能源车型项目 32 个，在手订单充足。在不考虑未来新增定点产品的情况下，发行人已定点产品（不含模具）2023 年度、2024 年度销售预测收入分别为 10.6 亿元和 15.8 亿元，其中新能源产品收入预测分别为 5.9 亿元和 9.5 亿元，未来呈持续增长趋势。

综上，汽车内外饰行业市场规模巨大，且存在较高的进入壁垒，公司已在行业内取得较高的市场地位，与国内一线自主品牌主机厂建立了稳定的合作关系，且通过自身较强的开发能力及供货能力能够持续满足市场发展趋势及客户的需求。公司在手订单充足，业绩呈快速增长趋势，公司市场份额和竞争格局不会出现重大不利变化。

六、结合上述事项，进一步完善招股说明书“业务与技术”章节内容，提高信息披露质量

发行人已在招股说明书“第五节/二/（三）/4、汽车内外饰细分行业发展状况及发展趋势”部分修改披露如下：

“

(1) 汽车内外饰件是整车产业链重要组成，市场规模巨大

汽车内外饰行业是汽车零部件产业链的细分行业，属于汽车产业链上游，

是车身系统的重要组成部分。一方面，汽车内外饰直接关系到汽车的美观性、舒适性等，是汽车消费属性的体现，直接影响到购车决策；另一方面，内外饰件又与整车的功能性和安全性紧密相关。因此，汽车内外饰是汽车生产的刚需，难以被替代。

汽车内外饰行业市场规模巨大，具体而言，按照内饰件单车配套价值 5000 元，外饰件单车配套价值 2000 元计算，2022 年国内乘用车内外饰市场规模为 1650 亿元，全球乘用车内外饰市场规模超 4000 亿元，汽车内外饰行业拥有广阔的市场空间。

(2) 汽车内外饰行业格局分散，存在产品类型拓展壁垒

全球汽车内外饰行业（不含座椅及车灯）的格局较为分散，市场集中度较低，从行业集中度来看，全球汽车内外饰行业（不含座椅及车灯）2022 年行业前三市场占有率仅为 33.57%，大幅低于其他汽车零部件行业，如车灯 2020 年全球行业前三市场占有率为 52%、座椅 2020 年全球行业前三市场占有率为 64%。

汽车内外饰行业市场集中度低主要原因系存在产品类型拓展壁垒：内外饰产品种类较多，且各个产品的核心功能差异较大，涉及多种加工工艺，所需要的经验积累也各不相同，因此存在一定的产品类型拓展壁垒，难以出现单一厂商生产所有细分产品从而占据较大市场份额的情况。

因此，产品种类差异、功能差异、工艺差异形成了对新进入者的行业壁垒。

(3) 行业多采用“一品一点”的合作模式，与主机厂建立紧密合作关系的供应商难以被替代

主机厂筛选合格供应商时一般会对供应商进行多方面的综合评价，筛选标准较高，且作为一级供应商的汽车内外饰件企业往往能够直接参与主机厂的同步研发，因此主机厂往往会与在研发实力、生产技术、质量控制体系等方面具有较强竞争力的供应商建立长期稳定的合作关系，且多采用“一品一点”的合作模式，一旦选定供应商，一般不会轻易进行更换。

“一品一点”合作模式属于大型汽车内外饰行业主流模式，相对于“一品多点”模式具有以下优势：①质量稳定：主机厂可加快新产品导入并保障产品质量稳定性，如外饰件产品需保持颜色的一致性。②节约成本：可以同时降低

零部件供应商与主机厂的成本，如同一零部件只需开发一套模具，节约了模具的开发成本。

由于“一品一点”模式下，同一零部件仅由一家零部件供应商提供，考虑到更换供应商的时间及成本因素，主机厂通常不会轻易更换供应商，双方的合作关系更为紧密，并促使双方共同发展，互相促进，有利于双方合作的稳定性及长久性。

(4) 汽车内外饰行业产品技术迭代更新情况，不同材质产品的性能优劣势及与下游客户匹配情况

由于汽车内外饰产品种类众多，以下具体以发行人内外饰产品中具有代表性的保险杠和仪表板为例说明汽车内外饰行业产品技术迭代更新情况，不同材质产品的性能优劣势及与下游客户匹配情况。

①保险杠

在早期，汽车保险杠是以金属材料为主，用厚度为 3 毫米以上的钢板冲压成 U 形槽钢，表面处理镀铬，与车架纵梁铆接或焊接在一起。随着汽车工业的发展，汽车保险杠除了保持原有的保护功能外，还要追求本身的轻量化。

汽车保险杠的轻量化主要通过材料轻量化。目前，塑料保险杠凭借其轻质、柔韧、耐撞击、防腐蚀、美观、价格低廉等优点，能够满足大部分下游客户需求，已成为主流。不同材质的保险杠性能优劣势对比如下：

项目	钢制保险杠	碳纤维保险杠	塑料保险杠
优点	承载能力强、耐磨损	轻质、高强度、耐腐蚀、美观	轻质、柔韧、耐撞击、防腐蚀、美观、价格低廉
缺点	重量大、易生锈、安全性低、价格高、批量性差	易碎、价格极高	不耐高温、易老化
主要生产工艺	压铸、电焊	模压	注塑
适用车型	现阶段车企基本无钢制保险杠	少量超级跑车或改装市场	适用于大部分车型

除材料轻量化外，汽车保险杠轻量化还可通过结构和工艺优化实现，例如薄壁化等技术，是行业未来重点发展方向；同时，随着汽车智能化程度的快速发展，对保险杠智能模块如激光雷达、摄像头、动态显示模块、智能化灯具等的搭载能力提出了更高要求。

项目	普通塑料保险杠	薄壁化保险杠	智能搭载保险杠
材料结构	常规工程塑料，满足汽车保险杠用材料性能	①通过提高原材料熔融指数、冲击性能等达到产品薄壁成型的效果； ②产品上多数采用内外板拆分结构	①调整原材的参数以满足产品透波性能的要求； ②不允许多次喷涂、返工喷涂，保证产品的透波性
制造工艺	注塑+喷涂+冲焊+装配	注塑+喷涂+超声波焊接+冲焊+装配	注塑+喷涂+超声波焊接+冲焊+电检测+装配
产品特点	满足乘用车常规装饰需求、满足法规性能要求	减轻整车重量，降低油耗或电耗	可搭载智能化传感器、车灯、摄像头等，实现整车智能化功能

②仪表板

仪表板作为重要的内饰件，不仅是造型设计有较高要求，还需要有舒适的触感，随着消费者对于汽车内饰舒适度的要求不断提高，仪表板从最原始的硬质塑料开始不断向“软质”发展，具体对比如下：

项目	传统硬质仪表板	阴模仪表板	搪塑仪表板	包覆仪表板
材料结构	表面带花纹或哑光处理的塑料	塑料骨架+阴模表皮	塑料骨架+发泡层+搪塑表皮	塑料骨架+发泡层+真皮包覆
制造工艺	骨架：注塑 弱化方式：铣刀弱化 焊接方式：热铆焊或震动摩擦焊	骨架：注塑 表皮层：阴模 弱化方式：铣刀或激光弱化 焊接方式：震动摩擦焊	骨架：注塑 中间层：发泡 表皮层：搪塑 弱化方式：冷刀弱化 焊接方式：震动摩擦焊	骨架：注塑 中间层：3Dmesh 表皮层：真皮或仿皮包覆 弱化方式：激光弱化 焊接方式：红外焊
产品质感	差	中	中高	好
产品成本	低	中	中高	高
适用车型	低端车型	中端车型	中高端车型	高端车型

”

发行人已在招股说明书“第五节/三/（一）行业竞争情况”部分补充披露如下：

“

汽车零部件行业基于整车配套市场的生产复杂性及专业化特征，逐渐形成了

金字塔型的多级供应商体系结构,即供应商按照与主机厂之间的供应关系主要划分为一级供应商、二级供应商、三级供应商等多层结构。其中,汽车内外饰一级供应商直接为主机厂提供总成模块部件,往往承担了与主机厂的同步开发工作,与主机厂的合作更为直接、紧密,双方往往具有长期、稳定的合作关系;二级供应商及三级供应商基于其专业化分工,向上一级供应商提供子模块物料,从而间接向主机厂供应配套产品。

从汽车内外饰件行业来看,供应商层次及特点如下:

供应商层次	供应链分工	企业形态	竞争状况	优势与劣势
一级供应商	直接为主机厂提供总成模块部件	跨国汽车公司在国内的独资公司、合资公司(如麦格纳、佛瑞亚、安通林)	拥有资金、技术和管理等方面的支持,在合资品牌市场竞争能力强	优势: (1) 是部分国外主机厂的合作伙伴,关系稳定,相互信任; (2) 管理和技术水平相对较高 劣势: (1) 本土化适应需要时间; (2) 成本、价格相对较高; (3) 响应速度慢,满足主机厂个性化需求能力较弱
		主机厂的直属公司、合资公司或全资子公司(如延锋彼欧、长城诺博、一汽富维、东风李尔、广汽东阳)	部分主机厂的合资公司,可以得到主机厂的客户资源与管理支持	优势: (1) 主机厂一体化生产,便于质量、进度控制; (2) 主机厂的客户资源优势 劣势: (1) 由于依附主机厂,其价格竞争力不强,随着主机厂扩大供应商数量,促进供应商之间的竞争,其垄断地位受到一定的影响; (2) 销售主要依赖所属主机厂,供货给其他主机厂会受到一定制约
		中大型独立民营企业(如发行人、新泉股份、模塑科技、金钟股份、一彬科技等)	拥有较大的规模和资金实力,技术处于行业领先水平,产品质量、成本具有较强的竞争优势	优势: (1) 本土供应链和国外技术设备有机结合,技术和工艺创新能力较强,产品质量好; (2) 响应速度快,在车型迭代加速的背景下能够更好的满足主机厂的需求; (3) 具备一定价格优势 劣势: 与主机厂依附型相比,缺少大型汽车集团的支持
		小型民营企业	资金规模较小,技术实力、设备水平等相对较弱	优势: 较为灵活,有相对集中的客户群体; 劣势: 规模较小,客户单一,技术实力相对较弱,难以拓展新客

				户
二级供应商	基于其专业化分工，向上一级供应商提供子模块物料，从而间接向主机厂供应配套产品	基本均为内资企业（如福赛科技主要作为二级供应商）	大多为独立于主机厂的自主品牌生产商，企业数目较多，竞争较为激烈	优势：成本较低，细分领域专业性较强，对市场能快速反应 劣势：产品集成度相对于一级供应商较弱

汽车内外饰一级供应商直接向主机厂提供总成模块，具有较高的技术壁垒、资金壁垒和较强的供应链管理要求。

目前我国汽车内外饰一级供应商主要包括三类：①外资在国内的合资企业及主机厂下属零部件供应商，如麦格纳、佛瑞亚、安通林在国内的合资企业，上汽集团下属华域汽车、一汽集团下属一汽富维、长城汽车下属长城诺博、广汽集团下属广汽东阳等，该类企业多服务于合资品牌乘用车或所属集团主机厂。②中大型独立民营企业如宁波华翔、新泉股份、常熟汽饰、模塑科技、江苏永成等上市或拟上市企业，该类企业凭借研发能力、响应速度、服务质量等优势占据了一定的市场地位。③小型民营企业，该类企业数量较多，因自身研发、生产能力等限制，市场份额相对分散。

随着自主品牌汽车的快速发展，以及内外饰企业服务能力的逐步增强，独立的民营企业在行业内的竞争地位逐步上升。对于具备整车厂配套能力的大中型内外饰企业而言，配合自主品牌的发展战略，凭借自身较强的同步开发能力，积极融入自主品牌的正向开发体系，推进国产汽车的转型升级，将强化与主机厂的黏性，从而在汽车产业链中占据更为有力的地位。

”

发行人已在招股说明书“第五节/三/（二）发行人行业地位”部分补充披露如下：

“

发行人系较少能够同时提供大型内饰及外饰总成产品的企业，技术实力及自动化生产水平位列独立的民营内外饰件企业中的第一梯队，销售规模在细分

领域位列独立的民营内外饰件企业前十²。按照发行人主要产品对应车型的销量计算，公司 2023 年上半年在国内乘用车市场的车型覆盖率为 4.46%，在国内新能源乘用车市场的车型覆盖率为 9.50%，具有较高的市场地位：

单位：万辆

产品类别	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
市场销量	乘用车销售总量	1,126.8	2,356.3	2,148.2	2,017.80
	新能源乘用车销售总量	374.7	688.7	352.1	136.7
主要产品合计装车量	装车总量	50.3	31.3	44.5	73.8
	新能源汽车装车量	35.6	6.6	17.2	45.1
	乘用车市场占有率	4.46%	1.55%	2.07%	3.13%
	新能源乘用车市场占有率	9.50%	4.83%	4.88%	6.55%
保险杠总成	装车总量	13.2	19.5	23.2	17.4
	新能源汽车装车量	5.2	7.3	8.7	5.9
	乘用车市场占有率	1.17%	0.83%	1.08%	0.86%
	新能源乘用车市场占有率	1.39%	1.07%	2.46%	4.34%
仪表板总成	装车总量	5.7	13.2	5.6	2.5
	新能源汽车装车量	3.5	8.8	5.3	2.0
	乘用车市场占有率	0.51%	0.56%	0.26%	0.12%
	新能源乘用车市场占有率	0.93%	1.27%	1.50%	1.49%
门护板总成	装车总量	8.3	13.4	9.3	5.2
	乘用车市场占有率	0.74%	0.57%	0.43%	0.26%
外侧包围	装车总量	41.1	51.5	23.0	17.2
	新能源汽车装车量	31.3	33.5	4.8	2.5
	乘用车市场占有率	3.65%	2.19%	1.07%	0.85%
	新能源乘用车市场占有率	8.35%	4.87%	1.36%	1.85%

注 1：上述市场销量为中国市场销量；

注 2：主要产品合计装车量为主要产品配套的车型销量，如同一车型配套多种主要产品，则仅计算配套较多的产品数量。

(1) 发行人主要客户为比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北

² 根据已上市汽车内外饰细分领域企业公开数据查询排序所得，不含未公开数据的企业

汽集团，主要客户均为国内一线知名自主品牌主机厂，且发行人在主要客户中的车型覆盖率均超过 10%，部分客户如比亚迪汽车的车型覆盖率超过 20%，小鹏汽车、北汽集团的车型覆盖率超过 40%，优质的客户及较高的车型覆盖率充分体现了发行人的市场地位。

(2) 在保险杠总成、外侧包围等外饰领域，发行人与延锋彼欧、模塑科技、一汽富维等外饰龙头企业直接竞争，在仪表板总成、门护板总成等内饰领域，发行人与华域汽车、宁波华翔、新泉股份、常熟汽饰等大型上市公司直接竞争，并能够保持业绩的持续增长，充分体现了发行人的市场竞争地位。”

发行人已在招股说明书“第五节/三/（七）/2、发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况”部分补充披露如下：

“

(1) 市场地位的比较

公司名称	最近一期末净资产(万元)	供应链层级	主要客户
新泉股份	438,701.15	一级	公司与一汽解放、北汽福田、陕西重汽、中国重汽、东风汽车等国内前五大中、重型卡车企业，以及吉利汽车、奇瑞汽车、上海汽车、一汽大众、上海大众、广汽集团、比亚迪汽车、理想汽车、蔚来汽车、长安福特、江铃福特、长城汽车、国际知名品牌电动车企业均建立了良好的合作关系
模塑科技	346,620.78	一级	公司成为宝马、北京奔驰、特斯拉、上汽通用、上汽大众、奇瑞捷豹路虎、沃尔沃、北京现代、神龙汽车、蔚来、理想汽车、小鹏汽车、高合等众多知名品牌公司的定点厂商
一彬科技	123,100.27	一级	主要客户包括东风汽车、上汽通用、吉利集团（含沃尔沃品牌）、广汽丰田、东风本田、华晨宝马、北京奔驰、比亚迪汽车等
福赛科技	50,130.66	主要为二级	作为汽车零部件二级供应商，公司将产品销售至马瑞利、延锋汽饰、北汽韩一、佛吉亚、河西工业、大协西川等全球知名汽车零部件供应商，最终运用于日产、马自达、本田、丰田、现代、福特、吉利汽车、奇瑞汽车、长安汽车等品牌车系；同时，公司亦成为了长城汽车、比亚迪汽车的一级供应商
金钟股份	86,778.45	一级+二级	公司成为现代起亚、特斯拉中国、Stellantis 集团、沃尔沃、一汽股份、一汽轿车、一汽大众、上汽通用、

			上汽乘用车、上汽大众、长城汽车、长安福特、长安马自达、比亚迪汽车、蔚来汽车、理想汽车、小鹏汽车等国内外知名整车厂商的一级供应商，以及一汽丰田、广汽丰田、广汽本田、东风本田、广汽乘用车、东风日产、东风启辰、赛力斯等知名整车厂商的二级供应商，并通过 DAG 进入了通用汽车、福特汽车、克莱斯勒、特斯拉、北美丰田、沃尔沃、LUCID、RIVIAN 和 LMC 的供应链体系
江苏永成	45,381.40	一级	主要客户为比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团等

注：以上可比公司的资料来自公开披露的年报或招股说明书等公开文件。

公司与可比公司均与业内知名主机厂建立了合作关系，且各自有重点布局的客户群体并取得了一定的市场竞争优势。公司在新能源汽车迅速发展的背景下，能够积极调整战略布局，重点布局新能源汽车优势企业，充分发挥公司同步开发的技术能力，加强与客户的合作深度与广度，在客户中取得了一定的先发优势。

发行人主要客户覆盖了比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等多家国内知名主机厂，但在数量与可比公司仍存在一定差距，且主要与自主品牌主机厂进行配套合作，主要原因是发行人资金规模相对较小，采取了聚焦于核心客户的经营策略。

(2) 技术实力对比

公司是高新技术企业，江苏省专精特新中小企业，拥有常州市工业和信息化局认定的常州市企业技术中心证书，并获得上汽集团认定的供应商材料实验能力 II 级评定证书，具有较强的汽车内外饰件的研发实力。

公司名称	知识产权情况
新泉股份	拥有专利 162 项，其中发明专利 7 项、实用新型专利 154 项、外观设计专利 1 项
模塑科技	截至 2018 年 3 月末，公司已累计取得 140 项专利，其中包括 4 项发明专利
一彬科技	拥有专利 156 项，其中发明专利 8 项，实用新型专利 144 项，外观设计专利 4 项
福赛科技	拥有专利 155 项，其中发明专利 12 项，实用新型专利 143 项
金钟股份	拥有专利 161 项，其中发明专利 12 项，实用新型专利 125 项，外观设计专利 24 项
江苏永成	拥有专利 53 项，其中发明专利 10 项，实用新型专利 43 项

注：表中同行业可比公司信息来源于定期报告、募集说明书、招股说明书、信用评级报告等

公开披露资料。

发行人拥有国家授权专利 53 项，其中发明专利 10 项，发明专利数量与同行业可比公司相当。发行人与同行业可比公司均可通过核心技术改进生产工艺，提升产品性能，满足客户需求。根据行业惯例，主机厂会对产品主要参数进行检验，在满足主机厂相关要求后才能为主机厂配套。发行人已通过比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等多家国内知名主机厂评审，进入其合格供应商体系并为其配套产品，且获得客户的高度认可，在满足主机厂要求层面，发行人与竞争对手产品主要参数不存在明显差距。发行人在技术实力方面具有较强竞争力。

(3) 经营情况及衡量核心竞争力的关键业务数据对比

公司与同行业上市公司主要竞争对手关键业务数据对比如下：

公司名称	产品类型	生产基地布局	最近一期营业收入（万元）	主营业务 收入毛利 率	2022 年 新能源 销售占 比	最近三年营 业收入复合 增长率
新泉股份	内饰为主，少量外饰	19 个生产基地	463,217.60	20.18%	未披露	37.38%
模塑科技	外饰	6 个生产基地，参股公司北汽模塑 5 个生产基地	387,862.38	19.12%	22.19%	12.07%
一彬科技	小件内饰件，单位价值相对较低	除浙江外，在 10 个地区拥有子公司或分公司	92,469.45	20.53%	未披露	18.76%
福赛科技	内饰，主要为单元件产品	7 个生产基地	40,279.50	27.39%	28.38%	22.22%
金钟股份	小件外饰件，单位价值相对较低	未披露	40,600.30	24.27%	未披露	35.62%
江苏永成	外饰+内饰	4 个生产基地，1 个配送中心	45,993.19	19.40%	51.16%	36.69%

注：表中同行业可比公司信息来源于定期报告、问询意见回复、审阅报告等公开披露资料，因同行业可比公司未更新 2023 年上半年新能源销售占比数据，故比较 2022 年度数据。

① 产品构成方面

发行人在产品构成方面具有差异化竞争优势。发行人主要产品涵盖了汽车内饰件及外饰件两大领域，且囊括了单车价值量较高的四大内外饰产品，其中仪表板总成约占内饰件价值量 36%，门护板总成约占内饰件价值量 16%，保险杠

总成约占外饰件价值量 25%，外侧包围约占外饰件价值量 15%，市场空间较大。

发行人产品品类齐全，可以满足不同客户不同档次产品的个性化需求。同时，发行人内外饰件业务呈均衡发展趋势，2023 年上半年，发行人产品收入中内饰件和外饰件占比分别为 37.87%和 62.13%。

②收入规模方面

发行人收入规模与福赛科技、金钟股份相近，相对新泉股份、模塑科技较小，主要系新泉股份、模塑科技已上市多年，融资渠道相对广泛，生产基地建设相对发行人较多。

③成长性方面

2020 年至 2022 年，发行人复合增长率为 36.69%，体现了良好的成长性，与同行业可比公司新泉股份、金钟股份接近，高于模塑科技、一彬科技及福赛科技；发行人最近一期主营业务毛利率与同行业可比公司相比不存在明显差异，体现了发行人良好的行业竞争力。

④新能源占比方面

得益于发行人对新能源汽车客户的拓展，2022 年，发行人应用新能源车型产品的收入占比为 51.16%，高于同行业可比公司，体现了发行人在新能源汽车客户群体的良好竞争力。

”

七、请保荐人发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人执行了以下核查程序：

1、访谈发行人总经理，了解发行人业务来源和产品演变情况，了解发行人进入主机厂供应链的过程及主机厂的考核指标，发行人开拓和保持客户稳定性的措施，并结合发行人销售明细表分析报告期内收入占比波动原因；查阅下游客户公开资料，了解下游客户的市场销量，结合发行人销售明细表分析发行人与主要客户的配套占比；走访主要客户，了解其与发行人的合作背景，并了解发行人相关产品的应用情况；

2、查询 Wind 经营范围包含汽车外饰件的上市公司及同行业可比公司公开资料，了解其经营情况及所在行业的竞争格局及市场状况，通过对比同行业可比公司主要客户、主要产品 and 对应车型情况，分析发行人在外饰领域的竞争优势；访谈发行人总经理，了解发行人所在行业的市场竞争情况、主要竞争对手及发行人在外饰领域的竞争优势；结合销售明细表，分析发行人 2022 年外饰件产品中的保险杠总成收入下降的原因；

3、访谈发行人总经理、研发总监，了解发行人进入新能源车企的过程及相关产品的技术适配性、发行人新能源汽车收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势、应对措施；获取发行人销售明细表，分析报告期内新能源汽车收入对应的客户、车型和量产情况，取得相关客户 SOR 文件或客户的确认函，了解发行人相关产品的产品周期情况；获取发行人定点通知书，分析发行人未来车型及定点情况；

4、查询中国汽车工业协会官方网站、乘用车市场信息联席会官方网站，获取全国乘用车销量数据，结合发行人销售明细表，统计发行人市场占有率；查阅汽车内外饰行业报告、同行业可比公司公开资料，分析发行人所处内外饰细分行业的特点和发展趋势；获取发行人发明专利文件、访谈发行人研发总监，了解发行人核心技术的先进性；

5、查阅汽车内外饰行业报告、同行业可比公司公开资料，分析发行人与同行业可比公司在核心技术、产品特点及其创新性、应用领域、产品构成、主要参数等方面的优劣势、主要差距和核心竞争力的具体体现；访谈发行人研发总监，了解发行人模具主要依靠定制化采购的原因及发行人在模具方面的技术先进性，查阅汽车零部件公司公开资料，分析模具外购是否符合行业惯例；访谈发行人总经理，了解发行人应对市场竞争的具体措施、市场份额和竞争格局的未来变化情况。

(二) 核查结论

经核查，保荐人认为：

1、发行人外饰件产品发展历史较长，具有更深的客户积累，发行人坚持内饰和外饰同步发展的策略，报告期内逐步加强了内饰件业务的市场开拓，不断开

发新的工艺，并拓展在内饰件领域的应用，从而使得发行人内饰件产品的收入及占比在报告期内实现快速提升；发行人在主要客户的车型覆盖率整体呈现上升趋势，体现了发行人与客户良好的合作关系和较强的产品竞争力，发行人具备开拓和保持客户合作稳定性的核心竞争力；

2、外饰件是发行人的优势产品，发行人在该领域具有较强的行业竞争力，与 2022 年外饰件中的保险杠总成收入下降不存在矛盾，发行人核心竞争力相关信息披露准确、完整；

3、发行人相关产品技术与新能源车企之间具有适配性，报告期内发行人新能源汽车业务收入增长原因系发行人重视与新能源车客户的合作，车型覆盖率逐步提升，且发行人新能源车客户销量增长；发行人已采取积极措施应对新能源汽车发展趋势并且新能源汽车相关的产品收入逐年增长，发行人新能源汽车业务定点项目充足，未来发展趋势良好，发行人已在招股说明书中补充披露应对新能源汽车发展趋势不及预期的风险；

4、汽车内外饰行业属于汽车产业链上游，市场规模巨大，难以被替代，汽车内外饰行业格局分散，市场集中度较低，主要原因是存在产品类型拓展壁垒；发行人内外饰件业务同步发展，具有一定的市场地位且主要产品的市场占有率较高，被替代的可能性较低；汽车内外饰行业已形成层级化分工的供应链体系，其中，内资一级供应商及部分二级供应商与发行人具有可比性；随着消费者对于汽车轻量化、智能化、舒适化、美观化等方面要求不断提高，汽车内外饰的材料选择和制造工艺也在不断发展以匹配下游客户需求，汽车内外饰朝着轻量化、智能化、舒适化和美观化等方面发展；“一品一点”配套模式属于行业主流模式；发行人核心技术不属于行业通用技术；

5、模具系生产内外饰产品的工具，发行人掌握产品设计技术，并主导模具厂商完成模具的开发，能够满足下游客户需求，在模具方面拥有一定的技术先进性；发行人模具主要依靠定制化采购的原因是发行人尚不具备模具制造能力，而定制化采购具有成本优势，符合行业惯例；在核心技术方面，发行人与竞争对手相比不存在明显差距，均可实现相关生产工艺并满足产品生产需求，具有较强的竞争力，在产品构成、产品特点及其创新性方面，发行人具有较强竞争力，在应用领域方面，发行人与竞争对手相比存在一定差距，但具有合理性，在主要参数

方面，发行人与竞争对手相比不存在明显差距，具有较强竞争力；发行人已采取积极措施应对市场竞争，市场份额和竞争格局不会发生重大不利变化；

6、发行人已完善招股说明书“业务与技术”章节相关内容。

2. 关于创业板定位

申请文件显示：

(1) 公开资料显示，今年 1-3 月，各地政府大额补贴汽车行业企业，但行业整体景气度较 2022 年仍有一定幅度下降，2022 年及 2023 年第一季度大额补贴可能透支 2023 年下半年的需求。报告期各期，发行人主营业务收入分别为 37,969.56 万元、54,142.32 万元和 71,989.31 万元，扣非后归母净利润分别为 1,609.75 万元、4,883.12 万元和 6,392.01 万元，业绩增长较快。

(2) 报告期各期，发行人研发费用金额分别为 1,912.56 万元、2,171.05 万元和 2,579.70 万元，2022 年材料费为 1,679.07 万元、较前期增加较多，2021 年研发费用中设计检测费为 609.90 万元，占比较其他期间相对较高。发行人共拥有发明专利 8 项，其中部分专利为受让取得。

(3) 发行人通过自主技术开发及先进工艺引进，不断提升自身在柔性自动化生产、表面成型、精密加工、高精试验等方面的核心技术能力。发行人核心技术人员为邱岳冬、王龙宇、张红伟，上述三人主要工作经历为在发行人及其关联方常州永成任职，报告期各期薪酬水平较低。发行人研发中心设置项目管理和设计部，报告期各期发行人研发人员分别为 36 人、38 人、40 人。

请发行人：

(1) 结合 2023 年一季度汽车行业整体景气度下降及最新行业周期变动等影响因素，发行人主要产品的市场空间和市场容量，发行人内资品牌车企收入占比较高情况，以及期后业绩变动和在手订单情况等，说明发行人报告期内业绩大幅增长的原因及可持续性、是否符合行业特征，如行业景气度下降对发行人生产经营和业绩的影响，并分析发行人主营业务的可持续性及其成长性，是否存在业绩下滑的风险。

(2) 分项目列示研发费用具体内容、产出情况；结合研发项目开展数量、

进展、使用材料特点等，说明 2022 年材料费金额增加较多的合理性；研发费用中设计检测费发生阶段、对应项目、支付对象、2021 年增加较多的合理性；研发领料后废料、产成品处理方式及合理性，研发人员的划分标准、研发人员是否专职，是否存在将研发人员与生产人员工资混同的情形，研发设备是否专用、是否存在与生产设备混用的情形，研发费用归集、与生产成本的划分是否准确。

(3) 结合核心技术人员工作背景和技术成果、研发机构人员配置及主要工作内容，核心技术人员薪酬水平较低，部分专利为受让取得，模具主要依靠定制化采购，发行人与行业技术水平和发展趋势对比情况等，说明发行人核心技术的来源和演变过程，发行人研发机制及核心技术人员是否足以支撑其研发能力和匹配行业技术发展水平，核心技术是否匹配新能源汽车发展趋势；结合上述情况，进一步分析说明发行人核心技术的创新性和先进性特征，并分析发行人产品技术迭代更新或被同行业竞争对手替代的风险，发行人采取的应对措施。

请保荐人发表明确意见，并完善发行人是否符合创业板定位的专项核查说明。请申报会计师对问题（2）发表明确意见，发行人律师对问题（3）发表明确意见。

【回复】

一、结合 2023 年一季度汽车行业整体景气度下降及最新行业周期变动等影响因素，发行人主要产品的市场空间和市场容量，发行人内资品牌车企收入占比较高情况，以及期后业绩变动和在手订单情况等，说明发行人报告期内业绩大幅增长的原因及可持续性、是否符合行业特征，如行业景气度下降对发行人生产经营和业绩的影响，并分析发行人主营业务的可持续性及其成长性，是否存在业绩下滑的风险

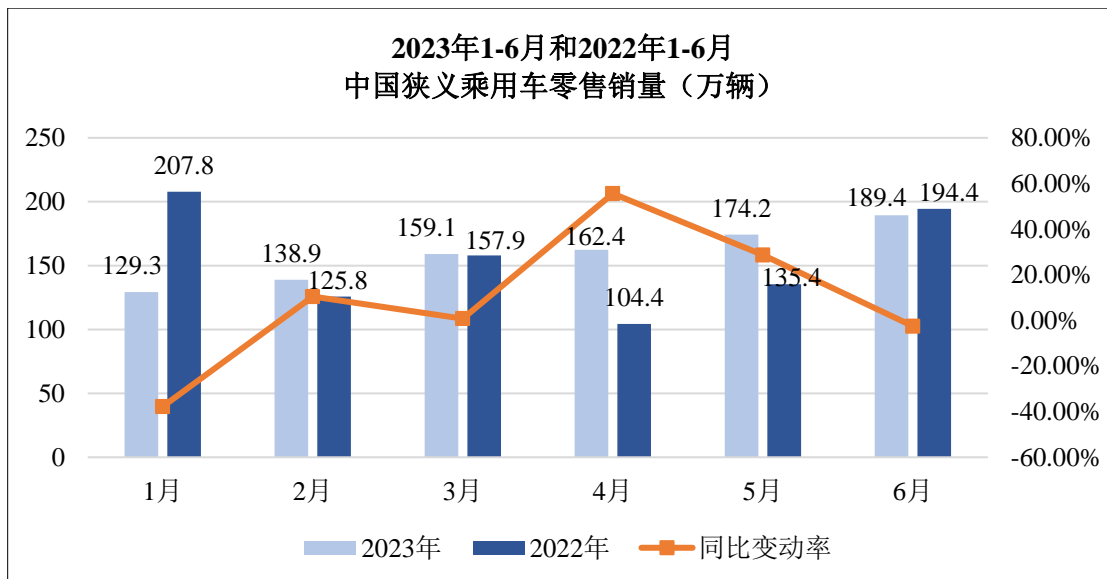
（一）发行人报告期内业绩大幅增长的原因及可持续性

1、汽车行业景气度仍然较高，2023 年一季度汽车行业景气度下降具有一定的偶发性及短期性

2023 年一季度汽车行业整体景气度同比有所下降，但从 2023 年上半年来看，汽车行业景气度整体回暖，2023 年全年汽车行业景气度仍然较高，具体分析如下：

(1) 2023 年一季度汽车行业整体景气度下降主要系 2023 年 1 月汽车行业景气度处于低位

根据乘用车市场信息联席会数据，2023 年 1-6 月和 2022 年 1-6 月中国狭义乘用车零售销量如下：



数据来源：乘用车市场信息联席会。

2023 年一季度中国狭义乘用车零售销量为 427.30 万辆，同比下降 13.06%，主要原因是 2023 年 1 月乘用车零售销量同比大幅下降 37.78%。根据中国汽车工业协会分析，2023 年 1 月国内乘用车零售销量下降主要受传统燃油车购置税优惠政策和新能源汽车补贴等政策退出、2022 年末厂家冲量效应，同时叠加春节假期提前至 2023 年 1 月导致当月生产经营时间减少、消费者提前透支需求等因素影响。上述因素具有一定的偶发性及短期性。

(2) 2023 年全年汽车行业景气度仍然较高

2023 年 1-9 月，中国狭义乘用车零售销量为 1,523.35 万辆，同比增长 2.4%。根据乘用车市场信息联席会预测，2023 年国内狭义乘用车销量预计为 2,350 万辆，高于 2022 年销量 2,054.40 万辆及 2021 年销量 2,007.30 万辆。

同时，2023 年国家和各地方政府均已推出或将出台诸多汽车消费保护政策，汽车消费有望延续高景气行情，如商务部办公厅 2023 年 6 月发布《关于组织开展汽车促消费活动的通知》（商办消费函〔2023〕367 号），统筹开展“百城联动”汽车节和“千县万镇”新能源汽车消费季活动。

2、公司主要产品的市场空间和市场容量巨大，未来仍具有持续的成长性

汽车内外饰行业是中国汽车工业的重要组成部分，涉及的产品众多，从行业体量上看，内外饰的整体行业规模巨大。具体而言，按照内饰件单车配套价值 5000 元，外饰件单车配套价值 2000 元计算，2022 年国内乘用车内外饰市场规模为 1650 亿元，全球乘用车内外饰市场规模超 4000 亿元，汽车内外饰行业拥有广阔的市场空间。

2020 年至 2022 年，随着我国自主品牌的崛起及新能源汽车的快速发展，我国乘用车销量实现 8.06%的复合增长率，按照未来 5%的年增长速度测算，我国内外饰件市场规模以及仪表板、门护板、保险杠、外侧包围的市场规模如下：

单位：亿元

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023E	2024E	2025E	2026E
乘用车销量 (万辆)	2,017.80	2,148.20	2,356.30	2,474.12	2,597.82	2,727.71	2,864.10
内饰件总规模	989.02	1,063.47	1,178.15	1,249.43	1,325.02	1,405.18	1,490.20
其中：仪表板	356.05	382.85	424.13	449.79	477.01	505.87	536.47
门护板	158.24	170.15	188.50	199.91	212.00	224.83	238.43
外饰件总规模	395.61	425.39	471.26	499.77	530.01	562.07	596.08
其中：保险杠	98.90	106.35	117.82	124.94	132.50	140.52	149.02
外侧包围	59.34	63.81	70.69	74.97	79.50	84.31	89.41

注：假设 1：2022 年乘用车内饰件单车价值量为 5,000 元，外饰件单车价值量为 2,000 元；
假设 2：随着消费升级内外饰单车价值量仍将按照 1%的增速持续增长；
假设 3：仪表板占内饰件价值量 36%，门护板占内饰件价值量 16%，保险杠占外饰件价值量 25%，外侧包围占外饰件价值量 15%测算对应的市场规模³。

3、自主品牌迎来发展机遇，公司主要客户销量情况整体呈同比增长趋势

(1) 自主品牌迎来发展机遇

近年来，自主品牌逐步落地自身的模块化平台，补齐制造端与合资品牌的短板，且自主品牌主机厂在供应体系的把控能力有助于产品快速迭代以及降低成本；其次，自主品牌主机厂的市场多样化需求把控能力显著强于外资，在市场响应能力方面具备竞争优势。

³数据来源：东吴证券研究所《诞生优质零部件企业的消费属性赛道-汽车内外饰行业深度报告》（2023 年 5 月 15 日）

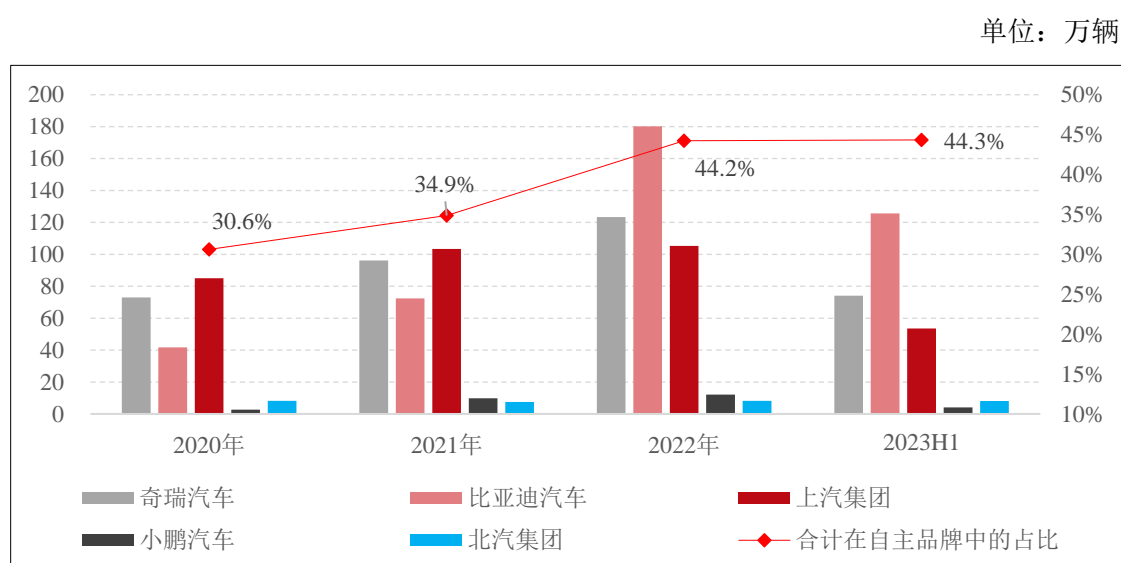
自主品牌汽车在产品质量、造型设计、智能化等多维度的快速提升，产品力得到大幅增强，得到消费者的充分认可。同时，自主品牌主机厂紧抓新能源、智能网联转型机遇，推动汽车电动化、智能化升级和产品结构优化，迎来了快速发展的市场机遇。

2021年，我国自主品牌乘用车共销售829.8万辆⁴，同比增长20.6%，占乘用车销售总量的41.2%，占有率比上年同期提升5.5个百分点。2022年，我国自主品牌乘用车共销售970.2万辆，市场份额进一步提高，达到47.2%。2020年至2022年，自主品牌乘用车销量从687.9万辆增长至970.2万辆，复合增长率达18.76%。

（2）公司聚焦自主品牌乘用车市场，主要客户销量情况整体呈同比增长趋势

公司内资品牌车企收入占比较高，主要原因系公司聚焦以自主品牌乘用车市场为重点的市场战略。

公司深耕自主品牌乘用车市场，与国内知名自主品牌主机厂建立了长期稳定的合作关系，并在新能源汽车迅速发展的市场环境中，积极开拓新能源汽车市场，公司的主要客户包括比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等优秀自主品牌汽车主机厂。报告期内，主要客户销量情况整体呈同比增长趋势，为公司业务增长提供了有力支撑，具体如下：



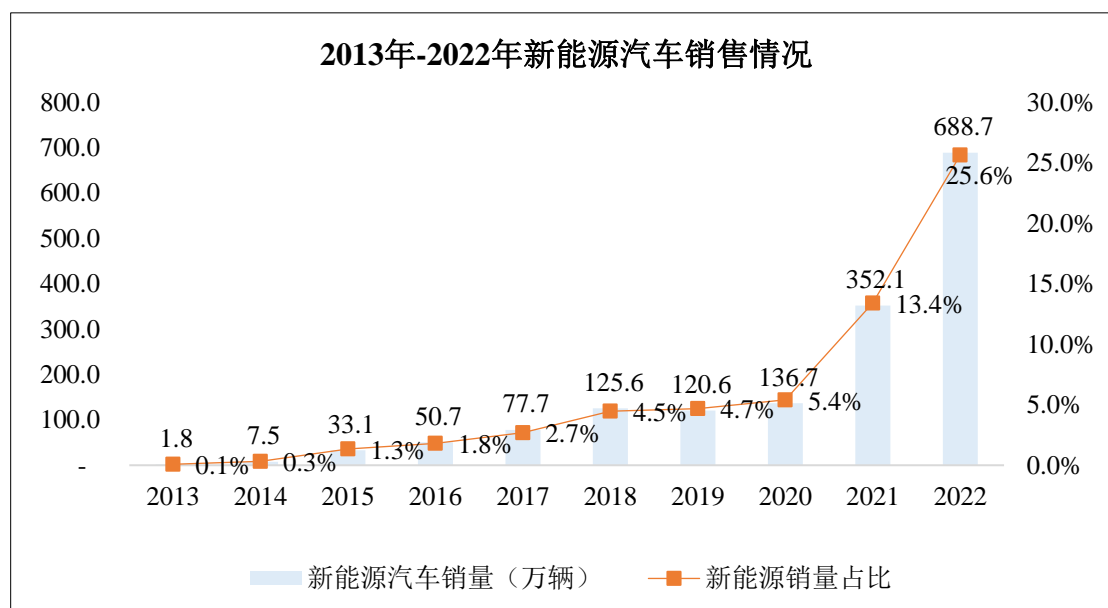
⁴数据来源：乘用车市场信息联席会

注：上述占比不考虑客户出口数量，以客户公开销量数据/自主品牌乘用车销量；
数据来源：乘用车市场信息联席会、官方公众号、年报等。

4、丰富的新能源合作经验为公司带来增长动力和广阔的发展前景

(1) 新能源汽车逐步进入全面市场拓展期

2020年至2022年，我国新能源汽车销量从136.7万辆增长至688.7万辆，复合增长率达124.46%，新能源汽车逐步进入全面市场拓展期。



数据来源：乘用车市场信息联席会。

(2) 丰富的新能源合作经验为公司带来增长动力和广阔的发展前景

公司系较早进入新能源汽车领域内外饰件研发、生产和销售的企业，经过多年的行业深耕和技术积累，与国内知名新能源汽车厂商建立了长期稳定的合作关系，具备丰富的新能源汽车内外饰件产品设计和生产经验，对新能源汽车内外饰具有较深的理解，能够快速响应下游客户需求。

公司在主要新能源客户发展早期便与其建立合作，合作关系稳定：2014年公司自小鹏汽车成立便与其建立了良好的合作关系，并参与了小鹏汽车所有车型的内饰件产品的研发；2016年公司与北汽股份合作开发其首款长续航新能源车型EU5，公司为其提供内外饰件产品；2017年公司进入比亚迪汽车供应链，目前公司产品覆盖比亚迪汽车全系列/品牌车型，合作的车型超过30个。

报告期各期，公司新能源汽车用产品收入金额分别为16,466.51万元、25,935.60万元、36,832.71万元和23,580.32万元，最近三年复合增长率达49.56%，

增长迅速。

5、公司坚持内外饰同步发展战略，抓住市场发展趋势不断丰富产品品类

公司坚持内饰和外饰同步发展的策略，同时拥有内饰和外饰的同步开发、生产制造能力，能够为主机厂提供更为全面的服务，也为自身创造了更大的市场空间。报告期内，公司紧抓汽车消费属性升级的趋势，以提升智能化、舒适化程度为目标，不断研发新的工艺，大幅提升了内饰件产品的质感及竞争力，从而提升公司在内饰件领域的竞争力。

报告期各期，发行人内饰件收入金额分别为 6,271.75 万元、13,797.66 万元、29,639.71 万元和 14,772.16 万元，最近三年复合增长率达 117.39%，2020 年至 2022 年发行人内饰件最高单车配套货值从 1,600 元左右提升至 2,800 元左右，发行人内饰件收入及单车配套货值均实现快速增长。

6、发行人在手订单充足，期后业绩呈持续增长态势

(1) 发行人期后业绩持续增长

2023 年 1-9 月，发行人预计业绩情况（数据未经审计或审阅）如下：

单位：亿元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年 1-9 月	变动率
主营业务收入	7.7	4.8	60.42%

2023 年 1-9 月，公司主营业务收入为 7.7 亿元至 7.8 亿元区间，同比增加 60.42%-62.50%，保持快速增长趋势。

(2) 发行人在手订单充足，为公司业绩提供有力支撑

由于汽车行业对于交货的时效性要求较高，公司收到的订单交货周期通常较短，因此在某个时点的在手订单金额仅能反映客户短期内即时性的产品需求，不能完全准确反映客户对公司产品未来的中长期需求。因此，通过在手定点产品对未来收入情况进行预计更为合理。

截至 2023 年 9 月 30 日，在不考虑未来新增定点产品的情况下，公司已定点产品（不含模具）未来两年销售预测情况如下：

单位：亿元

项目	2023 年度	2024 年度
主营业务收入	10.6	15.8

注 1：预计销量数据来源为客户对定点产品在其生命周期内的用量预测基础上综合考虑历史交付情况（如有）后进行预测，实际销量根据市场实际情况可能发生变化，不构成公司的业绩预测或业绩承诺；

注 2：预计销售金额系根据上述预测销量及定点单价（或实际交付单价）计算，并非客户对公司的实际采购承诺。

由上表可知，在不考虑未来新增定点产品的情况下，公司未来两年销售规模预计将持续增长。同时，随着公司持续的市场开拓，未来还将持续获得新增定点，为公司业绩提供有力支撑。

综上，考虑到我国汽车市场规模未来将持续扩大，自主品牌尤其是新能源汽车的快速发展，以及国家产业政策支持，结合发行人自身产品品类优势、新能源起步较早优势以及充足的在手订单情况，公司未来业绩增长仍具有较强的持续性。

（二）发行人报告期内业绩大幅增长符合行业特征

1、发行人报告期内业绩大幅增长与同行业可比公司具有可比性

报告期各期，公司与可比公司营业收入情况如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	最近三年复合增长率
新泉股份	463,217.60	694,669.50	461,270.00	368,048.92	37.38%
模塑科技	387,862.38	766,356.66	738,987.11	610,225.26	12.07%
一彬科技	92,469.45	186,159.23	142,653.78	131,994.59	18.76%
福赛科技	40,279.50	69,331.57	59,928.09	46,417.41	22.22%
金钟股份	40,600.30	72,920.99	54,947.68	39,646.85	35.62%
发行人	45,993.19	72,672.33	54,979.20	38,892.51	36.69%

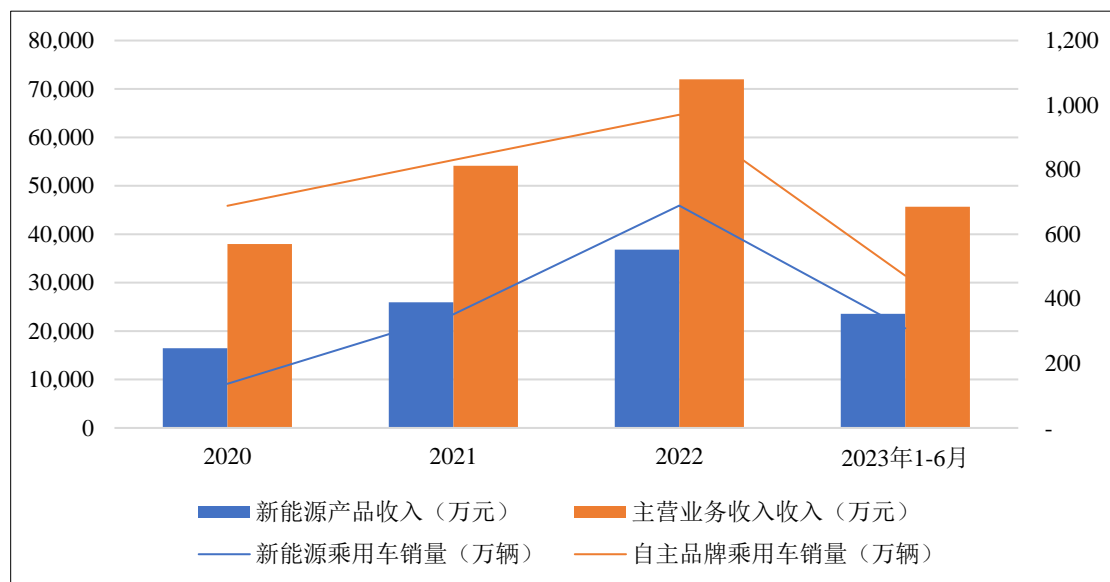
报告期内，发行人与可比公司业绩均呈现增长趋势，且公司最近三年复合增长率与新泉股份、金钟股份基本一致，处于合理区间，具有可比性。

2、发行人报告期内业绩大幅增长符合行业发展特征

公司深耕国内自主品牌乘用车市场，主要客户均为国内自主品牌主机厂。同时公司经过多年的行业深耕和技术积累，与国内知名新能源汽车厂商建立了长期

稳定的合作关系，公司产品应用于新能源车型的收入持续上升，占主营业务收入的比
例分别为 43.37%、47.90%、51.16%和 51.63%。

报告期内，公司主营业务收入及新能源产品收入与自主品牌乘用车销量及新
能源乘用车销量具有匹配关系，业绩增长符合行业发展特征。



数据来源：乘用车市场信息联席会。

（三）行业景气度下降对发行人生产经营和业绩的影响较小

由于发行人主要从事汽车内外饰件的设计、研发、生产和销售，故发行人生
产经营状况与汽车行业的发展状况息息相关。汽车行业受宏观经济影响较大，当
宏观经济处于上升周期时，汽车消费活跃度提高，对汽车内外饰件的需求随之增
加。近年来，受新能源汽车市场快速发展利好，我国汽车销量整体稳定，2020
年至 2022 年，我国乘用车销量分别为 2,018 万辆、2,148 万辆和 2,356 万辆，复
合增长率为 8.06%。如果未来经济增速放缓，汽车产销量增速出现放缓或下滑，
则公司业绩将受到一定影响。

长期来看，我国宏观经济稳中向好，汽车行业长期向好的基本面不会改变。
同时，发行人已与国内主流主机厂建立了稳定合作关系，产品配套车型数量保持
增长趋势。因此，发行人主营业务的可持续性及其成长性较好，业绩长期下滑的风
险较小。

二、分项目列示研发费用具体内容、产出情况；结合研发项目开展数量、进展、使用材料特点等，说明 2022 年材料费金额增加较多的合理性；研发费用中设计检测费发生阶段、对应项目、支付对象、2021 年增加较多的合理性；研发领料后废料、产成品处理方式及合理性，研发人员的划分标准、研发人员是否专职，是否存在将研发人员与生产人员工资混同的情形，研发设备是否专用、是否存在与生产设备混用的情形，研发费用归集、与生产成本的划分是否准确

(一) 分项目列示研发费用具体内容、产出情况

1、研发费用具体内容

报告期各期，公司研发费用发生额分别为 1,912.56 万元、2,171.05 万元、2,579.70 万元和 1,436.58 万元，具体内容如下：

单位：万元

项目名称	2023 年 1-6 月						小计
	材料费	设计检测费	职工薪酬	折旧费	股份支付费用	其他	
3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	63.42	25.94	21.67	1.72	1.24	7.54	121.54
抗撞汽车保险杠总成的研发	84.69	59.91	32.44	2.43	1.23	5.07	185.76
高级黑汽车外饰板总成的研发	58.39	59.82	31.88	2.29	1.82	2.44	156.63
低气味汽车仪表板总成的研发	53.13	35.74	34.00	2.82	1.24	1.92	128.84
带气辅拉手的汽车立柱总成研发	37.07	2.36	21.52	1.81	-	3.81	66.57
高效生产的保险杠总成的研发	199.57	45.36	8.47	0.63	0.21	5.45	259.70
抗震汽车外饰板总成的研发	144.69	0.20	21.95	2.16	-	7.42	176.41
带翻转充电盖板的汽车仪表板总成的研发	134.13	-	18.63	1.30	1.54	4.69	160.29
喷漆烘干一体汽车门饰板总成的研发	68.73	-	9.26	0.85	0.20	0.03	79.08
带激光纹理的门板总成的研发	84.61	-	12.50	1.31	-	3.35	101.77
合计	928.44	229.32	212.32	17.32	7.47	41.72	1,436.58
项目名称	2022 年度						小计
	材料费	设计检测费	职工薪酬	折旧费	股份支付费用	其他	

内分型线汽车前后保总成的研发	66.95	11.20	21.65	1.10	0.34	3.39	104.63
车身色汽车外饰板总成的研发	19.49	-	9.41	0.10	-	0.84	29.84
悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	17.85	8.30	11.65	2.02	-	2.12	41.94
带烫印标识的汽车立柱总成的研发	22.29	0.47	6.49	0.35	-	0.53	30.13
对行人保护的汽车保险杠总成的研发	101.50	34.31	33.04	0.92	0.55	6.37	176.69
低成本汽车外饰板总成的研发	110.68	55.09	67.69	2.81	-	12.47	248.74
3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	214.01	44.58	82.46	9.93	5.39	19.40	375.77
科技纹理汽车门饰板总成的研发	100.10	12.11	24.60	1.35	-	3.34	141.50
抗撞汽车保险杠总成的研发	392.36	57.80	56.04	3.59	2.88	6.26	518.93
高级黑汽车外饰板总成的研发	249.29	31.41	47.22	2.92	1.33	9.16	341.33
低成本汽车仪表板的研发	14.97	-	2.29	0.02	-	0.58	17.86
低气味汽车仪表板总成的研发	246.47	100.35	58.19	2.92	4.46	2.67	415.06
带气辅拉手的汽车立柱总成研发	123.11	-	10.60	0.87	-	2.70	137.28
合计	1,679.07	355.62	431.33	28.90	14.95	69.84	2,579.70
项目名称	2021 年度						小计
	材料费	设计检测费	职工薪酬	折旧费	股份支付费用	其他	
内分型线汽车前后保总成的研发	244.60	89.38	104.96	4.51	1.30	10.17	454.92
车身色汽车外饰板总成的研发	83.90	14.33	31.57	0.53	-	2.30	132.63
悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	143.89	109.99	110.53	15.04	3.62	23.14	406.21
带烫印标识的汽车立柱总成的研发	94.60	35.37	22.97	0.83	-	1.96	155.73
对行人保护的汽车保险杠总成的研发	178.30	103.82	34.46	0.42	2.85	4.08	323.93
低成本汽车外饰板总成的研发	74.86	-	26.52	0.34	-	0.94	102.66
3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	108.38	257.01	53.17	4.85	6.59	10.33	440.33
科技纹理汽车门饰板总成的研发	121.59	-	19.93	0.83	-	1.55	143.90
带真缝线的汽车软质仪表板研发	1.71	-	3.36	0.27	0.35	0.05	5.74
防静电的汽车门饰板总成研发	1.32	-	3.36	0.06	0.24	0.02	5.00

合计	1,053.15	609.90	410.83	27.68	14.95	54.55	2,171.05
项目名称	2020 年度						小计
	材料费	设计检测费	职工薪酬	折旧费	股份支付费用	其他	
内分型线汽车前后保总成的研发	472.15	48.42	84.13	10.20	5.84	9.61	630.35
车身色汽车外饰板总成的研发	107.85	11.08	25.82	1.18	-	3.26	149.19
悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	125.26	273.32	50.17	12.23	-	17.04	478.02
带真缝线的汽车软质仪表板研发	85.31	13.32	28.75	6.38	3.22	1.85	138.83
轻量化汽车保险杠总成的研发	80.86	1.04	7.69	1.71	-	0.40	91.70
防刮蹭的汽车外饰板研发	35.36	4.91	7.79	0.33	-	0.95	49.34
布塑集成汽车立柱总成的研发	36.00	4.97	25.33	0.82	0.93	2.59	70.64
低速电动汽车仪表板的研发	10.00	-	6.73	2.23	-	0.35	19.31
防静电的汽车门饰板总成研发	150.85	62.97	43.43	1.35	4.96	7.02	270.58
低速电动汽车门饰板的研发	11.89	-	2.53	0.18	-	-	14.60
合计	1,115.53	420.03	282.37	36.61	14.95	43.06	1,912.56

2、研发项目产出情况

公司长期专注于汽车内外饰领域，坚持以市场需求及基础工艺提升为研发导向。报告期内，公司围绕保险杠、仪表板等零部件产品以及相关生产工艺进行研发，通过持续的自主技术开发形成了多项技术成果。报告期内，公司研发项目对应的产出情况如下：

序号	项目名称	是否结项	产出情况	
			非专利技术	专利申请情况
1	内分型线汽车前后保总成的研发	是	分型线不外露的前后保险杠产品	用于汽车保险杠加工成型的注塑机系统 (专利申请号：202210857614.6)
2	车身色汽车外饰板总成的研发	是	与车身颜色相符合的外饰板表面处理工艺	一种汽车门槛总成 (专利号：ZL202123021783.6)
3	悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	是	悬浮造型内饰件的设计结构	一种便于安装的软质汽车仪表板 (专利号：ZL202021254582.3)
4	带烫印标识的汽车立柱总成的研	是	立柱饰板的热烫印技术	一种磁吸附方式的汽车立柱包 (专利号：ZL202123188320.9)

	发			
5	对行人保护的汽车保险杠总成的研发	是	提高行人保护能力的前保总成	一种汽车前后保险杠总成 (专利号: ZL202123021264.X); 一种汽车保险杠冲击试验装置 (专利号: ZL202310089503.X); 一种具有保护功能的自损式汽车保险杠 (专利号: ZL202011220694.1)
6	低成本汽车外饰板总成的研发	是	一种低成本原材料成型的工艺技术	一种汽车外饰件用自清洁抗震塑料及其制备方法 (专利申请号: 202210857615.0)
7	3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	否	一种包覆仪表板全过程生产工艺	一种汽车仪表板总成 (专利号: ZL202123021782.1); 一种汽车塑料件内部注塑用微发泡材料及其制备方法 (专利申请号: 202210878093.2)
8	科技纹理汽车门饰板总成的研发	是	可装卸氛围灯的门板结构设计	一种带氛围灯汽车门板总成 (专利号: ZL202123020640.3); 一种汽车车门生产用成型模具装置 (专利申请号: 202210898438.0)
9	抗撞汽车保险杠总成的研发	否	汽车保险杠抗撞增强技术结构设计	一种多级缓冲的汽车后保险杠 (专利号: ZL202221291807.1); 一种抗强化腐蚀的前保险杠中支撑安装结构 (专利号: ZL202011358422.8); 多工位装夹型汽车保险杠加工用焊接设备 (专利号: ZL202210854853.6)
10	高级黑汽车外饰板总成的研发	否	免喷涂高亮黑注塑及UV 光固化的喷涂工艺	一种汽车外饰板的辅助检测装置 (专利号: ZL202223569076.5); 一种汽车壳体自动化喷漆系统 (专利申请号: 202210878065.0)
11	低成本汽车仪表板的研发	是	仪表板上部安装风道位置结构与焊接内板一体成型工艺	-
12	低气味汽车仪表板总成的研发	否	低气味低散发的内饰件生产控制技术	一种快捷组装的汽车仪表板 (专利号: ZL202221292862.2); 一种汽车仪表板高效输送装置 (专利号: ZL202310101078.1)
13	带气辅拉手的汽车立柱总成研发	否	带气辅拉手的立柱结构设计	一种防轻质降能汽车立柱 (专利号: ZL202223569095.8)
14	带真缝线的汽车软质仪表板研发	是	缝制各种颜色的装饰线在仪表板上的工艺	一种汽车仪表板结构 (专利号: ZL201922432410.4)

15	轻量化汽车保险杠总成的研发	是	轻量化产品结构及注塑工艺	一种汽车前保险杠及装饰条总成（专利号：ZL201922430637.5）；用于汽车后保的多功能冲孔装置（专利申请号：202210905652.4）
16	防刮蹭的汽车外饰板研发	是	耐刮擦度较高的外装饰板	一种汽车用装饰板（专利号：ZL201920427985.4）
17	布塑集成汽车立柱总成的研发	是	低压注塑工艺及成型技术	一种汽车立柱包安装结构（专利号：ZL201922432455.1）
18	低速电动汽车仪表板的研发	是	符合低速车价值工程的仪表板一体化结构设计	-
19	防静电的汽车门饰板总成研发	是	抗静电材料的成型工艺技术	一种汽车门板加工用运输装置（专利号：ZL202310226721.3）
20	低速电动汽车门饰板的研发	是	符合低速车价值工程的门饰板一体化结构设计	-
21	高效生产的保险杠总成的研发	否	高效焊接技术及实验装置	一种汽车保险杠用自动包装系统（专利号：ZL202310226718.1）；一种汽车保险杠冲击试验装置（专利号：ZL202310089503.X）
22	抗震汽车外饰板总成的研发	否	汽车外饰板震动检测技术	一种汽车侧围震动试验装置（专利号：ZL202310129519.9）；一种汽车外饰板的辅助检测设备（专利号：ZL202311536762.9）
23	带翻转充电盖板的汽车仪表板总成的研发	否	车用 USB 及 TYPE-C 接口的翻转盖板	-
24	喷漆烘干一体汽车门饰板总成的研发	否	汽车门板喷涂烘干一体装置	-
25	带激光纹理的门板总成的研发	否	带激光纹理产品生产工艺	-

（二）结合研发项目开展数量、进展、使用材料特点等，说明 2022 年材料费用增加较多的合理性

公司研发活动主要分为立项、数据建模设计、测试或仿真、试产试制、实验或检测以及结项六个阶段。研发活动中的材料费大部分发生在试产试制阶段，该阶段的具体工作内容为使用符合工艺要求的材料，结合设定的产品应用领域，通过相应的模具、工装和设备进行试产试制，在试产试制过程中识别问题并调整工艺或模具设计方案。

报告期各期，公司研发项目开展数量分别为 10 个、10 个、13 个和 10 个，项目数量呈上升趋势。研发费用中按研发项目划分的材料费用金额、占比及对应项目在各期末所处的研发活动阶段列示如下：

1、2020 年度研发项目情况

单位：万元

项目名称	立项时间	材料费	占比	期初所处阶段	期末所处阶段
内分型线汽车前后保总成的研发	2020 年 1 月	472.15	42.33%	-	试产试制
防静电的汽车门饰板总成研发	2020 年 1 月	150.85	13.52%	-	实验或检测
悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	2020 年 1 月	125.26	11.23%	-	试产试制
车身色汽车外饰板总成的研发	2020 年 1 月	107.85	9.67%	-	试产试制
带真缝线的汽车软质仪表板研发	2019 年 1 月	85.31	7.65%	试产试制	实验或检测
轻量化汽车保险杠总成的研发	2019 年 1 月	80.86	7.25%	试产试制	结项
布塑集成汽车立柱总成的研发	2019 年 1 月	36.00	3.23%	实验或检测	结项
防刮蹭的汽车外饰板研发	2019 年 1 月	35.36	3.17%	实验或检测	结项
低速电动汽车门饰板的研发	2020 年 1 月	11.89	1.07%	-	结项
低速电动汽车仪表板的研发	2020 年 1 月	10.00	0.90%	-	结项
合计	-	1,115.53	100.00%	-	-

2020 年公司研发项目开展数量为 10 个，其中新立项项目为 6 个，新立项项目在 2020 年内均已进入试产试制阶段。其余 4 个项目中有 2 个项目在 2020 年初仍处于试产试制阶段，即合计有 8 个项目在 2020 年进行了试产试制。

2、2021 年度研发项目情况

单位：万元

项目名称	立项时间	材料费	占比	期初所处阶段	期末所处阶段
内分型线汽车前后保总成的研发	2020 年 1 月	244.60	23.23%	试产试制	试产试制
对行人保护的汽车保险杠总成的研发	2021 年 1 月	178.30	16.93%	-	试产试制
悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	2020 年 1 月	143.89	13.66%	试产试制	实验或检测
科技纹理汽车门饰板总成的研发	2021 年 1 月	121.59	11.55%	-	试产试制

3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	2021 年 4 月	108.38	10.29%	-	试产试制
带烫印标识的汽车立柱总成的研发	2021 年 1 月	94.60	8.98%	-	实验或检测
车身色汽车外饰板总成的研发	2020 年 1 月	83.90	7.97%	试产试制	实验或检测
低成本汽车外饰板总成的研发	2021 年 8 月	74.86	7.11%	-	试产试制
带真缝线的汽车软质仪表板研发	2019 年 1 月	1.71	0.16%	实验或检测	结项
防静电的汽车门饰板总成研发	2020 年 1 月	1.32	0.13%	实验或检测	结项
合计	-	1,053.15	100.00%	-	-

2021 年公司研发项目开展数量为 10 个，其中新立项项目为 5 个，新立项项目在 2021 年内均已进入试产试制阶段，其余 5 个项目中有 3 个项目在 2021 年初仍处于试产试制阶段，即合计有 8 个项目在 2021 年进行了试产试制。

3、2022 年度研发项目情况

单位：万元

项目名称	立项时间	材料费	占比	期初所处阶段	期末所处阶段
防撞汽车保险杠总成的研发	2022 年 2 月	392.36	23.37%	-	试产试制
高级黑汽车外饰板总成的研发	2022 年 2 月	249.29	14.85%	-	试产试制
低气味汽车仪表板总成的研发	2022 年 1 月	246.47	14.68%	-	试产试制
3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	2021 年 4 月	214.01	12.75%	试产试制	实验或检测
带气辅拉手的汽车立柱总成研发	2022 年 7 月	123.11	7.33%	-	试产试制
低成本汽车外饰板总成的研发	2021 年 8 月	110.68	6.59%	试产试制	结项
对行人保护的汽车保险杠总成的研发	2021 年 1 月	101.50	6.05%	试产试制	结项
科技纹理汽车门饰板总成的研发	2021 年 1 月	100.10	5.96%	试产试制	结项
内分型线汽车前后保总成的研发	2020 年 1 月	66.95	3.99%	试产试制	结项
带烫印标识的汽车立柱总成的研发	2021 年 1 月	22.29	1.33%	实验或检测	结项
车身色汽车外饰板总成的研发	2020 年 1 月	19.49	1.16%	实验或检测	结项

悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	2020年1月	17.85	1.06%	实验或检测	结项
低成本汽车仪表板的研发	2022年1月	14.97	0.89%	-	结项
合计	-	1,679.07	100.00%	-	-

2022年，公司研发项目开展数量为13个。其中，新立项项目为5个，新立项项目在2022年内均已进入试产试制阶段。其余8个项目中有5个项目在2022年初仍处于试产试制阶段，即合计有10个项目在2022年进行了试产试制。

2022年，公司材料费较多的研发项目主要为抗撞汽车保险杠总成的研发、高级黑汽车外饰板总成的研发、低气味汽车仪表板总成的研发和3D环保海绵汽车软质仪表板总成的研发，上述项目应用于保险杠总成、门外板总成和仪表板总成，不仅需要创新结构设计，且涉及新工艺及新材料的研发，需要反复验证和调试，具体如下：

(1) 抗撞汽车保险杠总成的研发：项目需要通过反复的冲击实验及数值模拟，详细分析保险杠的抗冲击动态力学性能、变形情况和能量吸收的变化，通过对保险杠不同冲击力时程曲线进行分析，研究保险杠的冲击力振荡加载、短暂的稳定发展和卸载整个冲击过程。该项目需经历反复验证和调试，经过不断改进重复试模和组装，才达到设计目标，故原材料领用较多。

(2) 高级黑汽车外饰板总成的研发：项目研究采用皮纹+带色注塑工艺设计车门外饰板特殊皮纹，该项目需要规避因模具或产品自身结构产生的缩印、流痕等表面缺陷，且该类产品的的外观色泽要求比较高，需要通过专用颜色塑料，在色泽的调试方面需将塑料零件做成品质感较高的黑色或其他颜色，故需经过多轮设计方案的整改和验证才能达到外观件表面的合格状态，每次的改进和方案调整都需要研发领料重新试验确认状态。

(3) 低气味汽车仪表板总成的研发：仪表板是汽车内饰中结构最为复杂，零部件数量最多的总成零件。该项目采用高效抑制分解剂工艺，捕捉缺氧环境下的碳自由基，降低材料的降解比例。经过多轮调整和试验验证，将仪表板总成的气味等级由行业评价标4.0级以上提高到了3.3级，期间需在材料、工艺等各维度进行摸底，产生了原料、辅材等的多次领用。

(4) 3D环保海绵汽车软质仪表板总成的研发：该项目需要对常用仪表板的

吸能特性以及对乘员头部与仪表板撞击后的动态响应进行研究，同时优化材料、结构工艺和降低伤害，公司需要根据多种数据方案进行试产试制反复论证，以提高车辆被动安全性方面的有效性，该项目对驾乘人员的安全性具有重大意义，因此需要反复更改并试产试制进行多轮验证，故原材料领用较多。

4、2023年1-6月研发项目情况

项目名称	立项时间	材料费	占比	期初所处阶段	期末所处阶段
3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	2021年4月	63.42	6.83%	实验或检测	实验或检测
抗撞汽车保险杠总成的研发	2022年2月	84.69	9.12%	试产试制	实验或检测
高级黑汽车外饰板总成的研发	2022年2月	58.39	6.29%	试产试制	实验或检测
低气味汽车仪表板总成的研发	2022年1月	53.13	5.72%	试产试制	实验或检测
带气辅拉手的汽车立柱总成研发	2022年7月	37.07	3.99%	试产试制	试产试制
高效生产的保险杠总成的研发	2023年1月	199.57	21.50%	-	试产试制
抗震汽车外饰板总成的研发	2023年1月	144.69	15.58%	-	试产试制
带翻转充电盖板的汽车仪表板总成的研发	2023年1月	134.13	14.45%	-	试产试制
喷漆烘干一体汽车门饰板总成的研发	2023年1月	68.73	7.40%	-	试产试制
带激光纹理的门板总成的研发	2023年1月	84.61	9.11%	-	试产试制
合计	-	928.44	100.00%	-	-

2023年1-6月公司研发项目开展数量为10个，其中新立项项目为5个，新立项项目在2023年6月30日前均已进入试产试制阶段，其余5个项目中有4个项目在2023年初仍处于试产试制阶段，即合计有9个项目在2023年1-6月进行了试产试制。

综上，报告期各期公司开展试产试制的研发项目数量分别为8个、8个、10个和9个。2022年试产试制项目数量相对较多，且多个项目涉及新工艺及新材料的研发，当年材料费金额增加较多具有合理性。

(三) 研发费用中设计检测费发生阶段、对应项目、支付对象、2021 年增加较多的合理性

1、研发费用中设计检测费发生阶段

研发费用中的设计检测费包含设计费和检测费。设计费发生在数据建模设计阶段，该阶段在试产试制阶段之前，处于项目前期，主要工作内容为通过 3D 软件设计产品结构并评估可行性。检测费发生在实验或检测阶段，该阶段在试产试制阶段之后，处于项目后期，主要工作内容为对试制产品进行性能与安全可靠性等方面的检测分析等。

2、研发费用中设计检测费对应项目、支付对象

报告期各期，研发费用中设计检测费对应主要项目如下：

单位：万元

年度	项目名称	金额	占比
2023 年 1-6 月	抗撞汽车保险杠总成的研发	80.24	34.99%
	高级黑汽车外饰板总成的研发	59.82	26.09%
	低气味汽车仪表板总成的研发	35.74	15.58%
	3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	25.94	11.31%
	高效生产的保险杠总成的研发	25.02	10.91%
	合计	226.76	98.89%
2022 年度	低气味汽车仪表板总成的研发	100.35	28.22%
	低成本汽车外饰板总成的研发	55.09	15.49%
	抗撞汽车保险杠总成的研发	57.80	16.25%
	3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	44.58	12.54%
	对行人保护的汽车保险杠总成的研发	34.31	9.65%
	合计	292.13	82.15%
2021 年度	3D 环保海绵汽车软质仪表板总成的研发	257.01	42.14%
	悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	109.99	18.03%
	对行人保护的汽车保险杠总成的研发	103.82	17.02%
	内分型线汽车前后保总成的研发	89.38	14.65%
	带烫印标识的汽车立柱总成的研发	35.37	5.80%

	合计	595.57	97.65%
2020 年度	悬浮式造型汽车搪塑仪表板总成的研发	273.32	65.07%
	防静电的汽车门饰板总成研发	62.97	14.99%
	内分型线汽车前后保总成的研发	48.42	11.53%
	车身色汽车外饰板总成的研发	11.08	2.64%
	防刮蹭的汽车外饰板研发	4.91	1.17%
	合计	400.70	95.40%

报告期各期，研发费用中设计检测费主要支付对象如下：

单位：万元

年度	支付对象	金额	占比
2023 年 1-6 月	谱尼测试集团上海有限公司	57.64	25.14%
	昆山北测检测技术有限公司	41.04	17.90%
	苏州市信测标准技术服务有限公司	31.13	13.58%
	杭州绿石汽车科技有限公司	25.94	11.31%
	芜湖浩创汽车设计有限公司	25.02	10.91%
	合计	180.77	78.83%
2022 年度	谱尼测试集团上海有限公司	95.51	26.86%
	重庆同诺汽车设计有限公司	64.12	18.03%
	上海鼎真测试技术有限公司	61.13	17.19%
	昆山北测检测技术有限公司	40.10	11.28%
	苏州市信测标准技术服务有限公司	31.41	8.83%
	合计	292.27	82.18%
2021 年度	杭州帅马信息技术有限公司	171.31	28.09%
	华纳科（北京）汽车设计有限公司	130.19	21.35%
	芜湖帅马汽车设计有限公司	99.43	16.30%
	重庆创泽汽车设计有限公司	62.38	10.23%
	谱尼测试集团上海有限公司	45.85	7.52%
	合计	509.16	83.49%
2020 年度	华纳科（北京）汽车设计有限公司	157.55	37.51%
	杭州帅马信息技术有限公司	103.77	24.71%

	江苏三亿检测技术有限公司	40.55	9.65%
	谱尼测试集团上海有限公司	24.24	5.77%
	湖南泓德致远汽车科技有限公司	22.59	5.38%
	合计	348.70	83.02%

上述设计检测费主要支付对象基本信息如下：

公司名称	成立日期	注册资本	设计、检测相关经营范围
谱尼测试集团上海有限公司	2006.3.14	4,000 万元	从事检测检验、机械设备科技、建筑材料科技、医疗器械检验、环保科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务
重庆同诺汽车设计有限公司	2015.10.10	500 万元	汽车设计及相关技术开发、技术服务、技术咨询；模具、检具及汽车零部件设计与制作；汽车配件、汽车模型及模具销售
上海鼎真测试技术有限公司	2010.9.16	200 万元	检验检测服务
昆山北测检测技术有限公司	2015.8.7	1,000 万元	消费用品及工业产品的检测分析，汽车零部件检测；塑料制品、橡胶制品、胶带检测；金属制品检测；食品检测；电子电气产品、电动工具、玩具的电磁兼容及安全检测分析与认证；检测分析与检测标准的技术研发及相关信息咨询
苏州市信测标准技术服务有限公司	2014.4.4	6,000 万元	电子电气产品、玩具及儿童用品、学生用品、皮革与纺织品、鞋材、饰品、包装产品、汽车零部件及材料、食品相关产品、食品接触材料、烟用材料、轻工产品、工业产品原材料的产品检测、检验服务
杭州绿石汽车科技有限公司	2017.9.11	400 万元	技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；汽车零部件研发；软件开发；信息系统集成服务；专业设计服务；信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务)；汽车零配件批发；汽车零配件零售；电子产品销售
芜湖浩创汽车设计有限公司	2022.9.7	50 万元	专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；汽车零部件研发；汽车装饰用品制造；汽车零部件及配件制造
杭州帅马信息技术有限公司	2014.3.18	100 万元	技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让；网络信息技术、计算机软硬件；批发、零售；电子产品
华纳科（北京）汽车设计有限公司	2016.8.18	1,000 万元	产品设计；技术推广、技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务

芜湖帅马汽车设计有限公司（杭州帅马信息技术有限公司关联公司）	2021.9.6	10 万元	专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；汽车零部件研发
重庆创泽汽车设计有限公司	2018.8.30	500 万元	汽车设计；汽车咨询服务
江苏三亿检测技术有限公司	2016.7.22	1,000 万元	电子产品、汽车及零部件、机电产品、金属制品、塑料制品、橡塑制品、包装制品检测科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务；检测设备的研发
湖南泓德致远汽车科技有限公司	2020.1.2	500 万元	电子产品、汽车及零部件、机电产品、金属制品、塑料制品、橡塑制品、包装制品检测科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务；检测设备的研发

上述设计检测费主要支付对象中成立时间较短、注册资本较小的供应商为芜湖浩创汽车设计有限公司和芜湖帅马汽车设计有限公司。

公司采购芜湖浩创汽车设计有限公司的设计服务，该供应商的实控人刘贺亮同时控制以下公司：

公司名称	成立日期	注册资本	设计、检测相关经营范围
上海思睿汽车设计有限公司	2018-4-18	200 万元	汽车整车、汽车零部件、汽车外观、汽车结构的设计，从事汽车技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，汽车零部件、汽车饰品的销售
苏州合誉汽车科技有限公司	2021-11-18	200 万元	技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；汽车装饰用品销售；人工智能应用软件开发；软件销售；软件开发；科技推广和应用服务；技术推广服务；信息技术咨询服务；广告制作；广告发布；汽车零配件批发；汽车零配件零售；机动车修理和维护；塑料制品销售；智能车载设备销售

公司采购芜湖帅马汽车设计有限公司的设计服务，该供应商的实控人周谦同时控制以下公司：

公司名称	成立日期	注册资本	设计、检测相关经营范围
杭州帅马信息技术有限公司	2014-3-18	100 万元	技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让；网络信息技术、计算机软硬件；批发、零售；电子产品
芜湖兔众汽车设计有限公司	2022-4-25	10 万元	专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；汽

			车零部件研发；汽车零部件及配件制造；汽车装饰用品制造
--	--	--	----------------------------

综上，公司研发设计、检测费的主要支付对象均为从业多年拥有一定经验和
技术积累的专业汽车零部件设计、检测公司。

3、2021 年设计检测费增加较多的合理性

报告期各期，公司研发费用中设计费和检测费发生金额及波动情况列示如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	波动	金额	波动	金额	波动	金额
设计费	25.02	-	99.53	-79.71%	490.47	82.45%	268.82
检测费	204.29	-	256.09	114.43%	119.43	-21.02%	151.21
合计	229.32	-	355.62	-41.69%	609.90	45.20%	420.03

报告期各期，设计费和检测费均存在一定幅度的波动，主要原因系各期主要
研发活动的开展内容存在差异。

2021 年研发费用中设计费较 2020 年增加 82.45%，而检测费较 2020 年下降
21.02%，2021 年设计检测费合计较 2020 年增加 45.20%，主要系受到设计费增
加的影响。

2021 年，公司研发费用中设计费较高的项目主要为 3D 环保海绵汽车软质仪
表盘总成的研发、悬浮式造型汽车搪塑仪表盘总成的研发和对行人保护的汽车保
险杠总成的研发，合计占当年设计费的 91.91%，上述项目具体分析如下：

(1) 3D 环保海绵汽车软质仪表盘总成的研发

该项目于 2021 年 4 月立项，研发内容为目前主流车企采用的软质仪表盘产
品及其生产工艺，具有提高驾驶舱档次、改善驾乘人员触感等效果，且能缩短主
机厂配套项目的开发周期。由于需要对常用仪表板的吸能特性以及对乘员头部与
仪表盘撞击后的动态响应进行验证，同时优化材料、结构工艺和降低伤害，设计
公司需要尝试多种数据方案进行反复论证，以提高车辆被动安全性方面的有效性，
设计费用相对较高。

(2) 悬浮式造型汽车搪塑仪表盘总成

该项目于 2020 年 1 月立项，悬浮式造型的驾驶舱是近些年各车企提出的造型美学及空间存储的概念，第一仪表板一侧活动安装有第二仪表板和第三仪表板，第二仪表板活动安装在第三仪表板的顶部，第一仪表板另一侧活动安装有第四仪表板和第五仪表板，第四仪表板活动安装在第五仪表板的顶部，同时第一仪表板背向驾驶员的一侧设有空腔，空腔内安装有插接机构。针对此趋势公司制定相关造型的仪表板结构及工艺研发，拟通过设置插杆与插槽，完成相邻仪表板简单快捷的拆装，将整个仪表板总成设计成多个小饰板拼接的形式。该项目覆盖多种造型产品，数据建模设计阶段的研发活动延续到了 2021 年，故设计费大部分发生在项目开始的 2020 年，部分发生在 2021 年。

（3）对行人保护的汽车保险杠总成的研发

该项目于 2021 年 1 月立项，研发内容为不同材料组合而成的保险杠蒙皮系统的注塑技术、全自动全封闭喷涂技术和保险杠结构设计，从而让保险杠不仅能起到装饰作用，而且在发生事故后能起到保护人员以及减少经济损失的作用。设计公司需要尝试多种数据方案进行反复论证，以确认不同造型设计方案下的保险杠均能满足行人保护的要求，设计费用相对较高。

综上，报告期内公司研发费用中设计费发生在项目前期的数据建模设计阶段，检测费发生在项目后期的实验或检测阶段，公司研发设计费的主要支付对象均为从业多年拥有一定经验和技術积累的专业汽车零部件设计公司。公司设计检测费的波动与各期主要研发活动的开展内容密切相关，2021 年设计检测费增加较多主要系受到设计费大幅增加的影响，具有合理性。

（四）研发领料后废料、产成品处理方式及合理性

公司研发领用的材料主要为塑料粒子等原材料。由于研发成果需要结合产品进行验证，因此在研发活动的试产试制阶段需使用拟应用研发成果的产品所对应的模具、工装和设备进行多次试制，以便反复验证研发成果应用于产品进行批量生产的可行性。研发领料具有小批量、多批次的特点。报告期内公司自身设备和模具基本处于规模化、连续化生产状态，小批量试制的边际成本较高。同时，公司研发成果一般都在新产品上率先应用，新产品的模具系委托专业的模具制造企业生产。因此公司一般将研发材料发往模具供应商，由供应商使用尚未交付公司

的新产品模具进行试制。试制过程中产生的废料往往会有不同材料或杂质掺杂在一起，回收难度较大，回收价值较低，公司从成本效益角度考虑未进行回收。

试制形成的产成品主要用于向主机厂送样试用和由第三方检测机构进行实验检测，不进行销售处理。

公司研发领料形成的废料和产成品的处理方式符合成本效益原则和行业惯例，具有合理性。

（五）研发人员的划分标准、研发人员是否专职，是否存在将研发人员与生产人员工资混同的情形

公司成立了研发中心，研发中心由设计部和项目管理部两个职能部门组成。设计部主要负责新产品特殊结构方案的制定、新项目数据设计及整个项目数据质量把控、整个项目数据阶段的进度跟踪、产品数据评审、更改及客户设变可行性分析等工作。项目管理部主要负责新项目的技术交流、开发可行性及预算确定、计划编制、进度跟踪、新产品试制、模、检具工装整改跟踪、实验检测报告提交、材料库数据填报（CAMDS/IAMDS）等工作。

公司将供职于研发中心的员工划分为研发人员。报告期内，公司研发人员均专职从事研发工作，研发人员的薪酬支出全部计入研发费用，生产人员的薪酬支出全部计入生产成本和制造费用，不存在研发人员与生产人员混用或工资混同的情形。

（六）研发设备是否专用、是否存在与生产设备混用的情形

公司根据用途及使用部门，对固定资产进行归口管理和使用。研发中心采购和使用的设备均由研发人员独立管理，仅用于部门开展的各项研发活动。同时，公司的生产设备仅由生产部门管理和使用。报告期内，公司不存在研发和生产设备混用的情形。

（七）研发费用归集、与生产成本的划分是否准确

公司严格按照《企业会计准则》的相关规定对研发费用进行归集与核算。研发费用具体核算项目和费用归集方法如下：

项目	核算内容和费用归集方法
----	-------------

职工薪酬	核算研发人员的工资奖金、社保公积金等薪酬费用，按照人员部门归属归集到研发费用
材料费	核算用于研发活动的材料费。公司通过 ERP 系统控制，区分领料部门，研发部门的领料成本计入研发费用
设计检测费	核算委托外部机构委托研发的支出及差旅费用，按发生支出的研发项目归集到研发费用
折旧费	核算研发中心使用的固定资产的折旧费及无形资产的摊销费用，按使用部门归集到研发费用
股份支付费用	核算研发人员接受股权激励产生的股份支付金额，按人员部门归属归集到研发费用

报告期内，公司不存在将生产成本计入研发费用的情况，亦不存在将研发费用计入生产成本的情况，研发费用与生产成本的划分准确，符合《企业会计准则》的相关规定。

（八）按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》的要求，进一步说明研发人员及研发投入的情况

1、发行人情况

根据中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》的要求，发行人研发人员及研发投入的情况的具体情况如下：

序号	相关规定	发行人情况
1	研发活动认定是否合理，与同行、业企业是否存在重大差异	报告期内，发行人研发中心员工直接从事相关研发活动，发行人按照研发项目设立台账归集核算研发费用；报告期内，发行人研发费用核算内容主要包括材料费、设计检测费和职工薪酬等，研发活动认定合理；与同行业可比公司相比，发行人研发模式及研发费用相关处理不存在重大差异，符合行业特点
2	研发人员认定是否合理，与同行业企业是否存在重大差异；对于研发人员数量在报告期内，尤其是最近一年存在异常增长（包括临时招募、从其他部门调岗等）、非全时研发人员占比较高、研发人员专业背景和工作经历与发行人研发活动不匹配等情形，应重点关注相关人员是否具备从事研发活动的的能力，是否真正从事研发活动并作出实际贡献，是否属于发行人研发工作所需的必要人员，发行人研发人员数量和占比是否符合行业特点；研发人员学历、专业、从业和任职年限、全时与非全时分布等是否符合行业特点；研发人员普遍任职年限较短的，应关注原因及对发行人研发能力的影响；研发人员主要由非全时人员或未签订劳动合同人员构成的，应关注其合理性	发行人研发人员均为研发部门全时专职研发人员，均真正从事研发活动并作出实际贡献，研发人员认定合理，与同行业企业不存在重大差异； 发行人报告期内研发人员相对稳定，不存在异常增长；研发人员的专业结构丰富，涵盖机械工程、模具设计及制造、机电一体化工程等方面的专业人才，该等人员占研发人员的比重超过80%，能够为公司各项核心技术的优化、储备技术的研发以及新产品的开发等提供有效的支撑； 发行人研发人员数量总体稳定，其中任职年限1年及以上的研发人员占比均在65%以上，不存在研发人员普遍任职年限较短的情形

3	研发投入计算口径是否合理；研发投入的归集是否准确；研发投入相关数据来源是否可验证	发行人研发投入计算合理，费用归集准确，研发投入均为研发部门发生，数据来源可验证
4	研发相关内控制度是否健全且被有效执行；发行人是否建立研发项目的跟踪管理系统以及与研发项目相对应的人财物管理机制，有效监控、记录各研发项目的进展情况	发行人制定了《项目管理制度》，对公司的研发项目立项、研发项目组人员选定、研发项目流程、进度管理、研发项目的评审、总结和验收等进行了规定，以确保研发项目的顺利实施； 发行人根据《企业会计准则》《高新技术企业认定管理工作指引》的有关规定，明确了研发费用的核算范围及核算流程，以保证研发费用归集、分摊的准确性
5	是否已明确研发支出开支范围和标准，建立研发支出审批程序，并得到有效执行	发行人已明确研发支出开支范围和标准，建立研发支出审批程序，并得到有效执行
6	报告期内研发支出核算是否符合企业会计准则的规定；是否严格按照研发支出开支范围和标准据实列支；是否按照研发制度准确记录员工工时、核算研发人员薪酬、归集研发领料用料等；是否存在将与研发无关的支出在研发支出中核算的情形	发行人报告期内研发支出符合企业会计准则的规定；严格按照研发支出开支范围和标准据实列支；按照研发制度准确记录员工工时、核算研发人员薪酬、归集研发领料用料等；不存在将与研发无关的支出在研发费用中列支的情形
7	报告期内，研发投入金额、占比或构成发生显著变化的，应重点关注变化原因及合理性，是否符合行业变动趋势	报告期内，发行人研发投入随营业收入的增长而逐年增长，占比稳定，研发投入主要为材料费、设计检测费和职工薪酬，结构未发生显著变化
8	报告期内发行人委外研发支出金额较大或占研发投入比例较高的，应重点关注委外研发的真实性、必要性和交易价格公允性，是否符合行业惯例，委外研发主要成果及其对发行人生产经营的具体贡献，主要受托方及其研发能力；是否存在通过委外研发虚构研发支出的情形；是否存在发行人自身研发能力较弱的情形	报告期内，发行人不存在委外研发支出
9	发行人研发投入中包括股份支付费用的，应充分关注：股份支付的背景，具体授予对象及其职务、职责；授予权益工具的数量及确定依据、与授予对象的贡献或职务是否匹配；权益工具的公允价值及确认方法、等待期及费用分摊方式等是否合理	报告期各期，发行人研发投入中股份支付的金额分别为14.95万元、18.93万元、18.93万元和9.47万元，被授予股权激励的员工具体职务均与研发活动相关，其工作职责符合研发人员认定； 上述员工被授予的权益工具数量与其在公司研发部门担任的职务以及任职年限相关，确定依据合理； 公允价值参考同期外部股东入股价格，价格公允，在股份授予日至预计上市时间2024年6月之间的等待期内按月平均摊销，费用分摊方式合理
10	发行人开展受托研发业务的，是否存在将受托研发人员或支出认定为发行人研发人员或研发投入的情况及其合理性	报告期内，发行人不存在受托研发业务
11	发行人研发投入计算口径与下列口径的差异情况：本期费用化的研发费用与本期资本化的开发支出之和、向税务机关申请加计扣除优惠政策的研发费用。存在较大差异的，应充分关注差异原因及合理性	发行人研发支出均进行费用化处理，无资本性支出；发行人研发费用与向税务机关申请加计扣除优惠政策的研发费用金额差异较小，主要为股份支付及不可加计扣除的招待费、快递费等，具有合理性

如上表分析，发行人研发人员及研发投入符合《监管规则适用指引——发行类第9号：研发人员及研发投入》相关规定。

2、信息披露情况

发行人已在《招股说明书》“第五节 业务与技术”中披露研发人员认定口径，以及报告期各期研发人员数量、占比、学历分布情况；已在《招股说明书》“第六节 财务会计信息与管理层分析”中披露研发投入的计算口径、报告期各期研发投入的金额和明细构成、最近三年累计研发投入金额及占最近三年累计营业收入的比例、最近三年研发投入复合增长率情况。

三、结合核心技术人员工作背景和技术成果、研发机构人员配置及主要工作内容，核心技术人员薪酬水平较低，部分专利为受让取得，模具主要依靠定制化采购，发行人与行业技术水平和发展趋势对比情况等，说明发行人核心技术的来源和演变过程，发行人研发机制及核心技术人员是否足以支撑其研发能力和匹配行业技术发展水平，核心技术是否匹配新能源汽车发展趋势；结合上述情况，进一步分析说明发行人核心技术的创新性和先进性特征，并分析发行人产品技术迭代更新或被同行业竞争对手替代的风险，发行人采取的应对措施

（一）发行人核心技术的来源和演变过程，发行人研发机制及核心技术人员足以支撑其研发能力和匹配行业技术发展水平

发行人长期专注于汽车内外饰领域，坚持以市场需求、工艺提升及降本增效为研发导向，研发团队结合生产实践、客户需求、产品特征及行业发展趋势长期研发积累持续创新，形成自身核心技术。发行人研发机制完善，核心技术人员具有较强的研发能力，能够支撑其研发能力和匹配行业技术发展水平。具体如下：

1、发行人具有完善的研发机制，核心技术人员具有较强的研发能力

（1）发行人建立了完善的研发机制，并制定了具有竞争力的薪酬制度

①发行人建立了完善的研发机制

公司的研发模式主要包括技术研发和与主机厂的同步开发两种类型。技术研发主要指基础性、前沿性的研究与开发，公司通过搜集客户需求、研判市场发展趋势，对新材料、新技术、新工艺的应用进行研发，旨在创新工艺、改进产品品质、提高生产效率、革新产品性能，以抢占市场发展先机。同步开发是指公司协同主机厂开发新产品的合作模式，随着汽车市场需求的多元化，主机厂为适应终端消费市场需求的快速转变，需加快新车型的开发速度，故对供应商研发的快速

响应能力提出了更高的要求。

为满足研发工作的需要，公司成立了研发中心，设研发总监一名，研发中心由设计部和项目管理部两个职能部门组成，其中设计部下设专家组和设计组，项目管理部下设项目科、开发科及 DV 试验科。具体职能如下：

序号	名称	主要工作职责
1	项目科	1、新项目的技术交流；2、新项目开发可行性及预算报告编制；3、公司内新项目启动会资料准备并组织召开会议；4、新项目主计划编制；5、根据项目主计划进行进度跟进，监督并考核相关部门进度情况；6、定制外购件、实验定点等工作；7、新项目 VAVE 降本提案
2	开发科	1、模检具清单、工装清单编制；2、与前期质量一同完善公司内部工艺文件编制；3、ESO 资料提交；4、产品匹配及整改工作；5、模、检具工装整改跟踪；6、客户设变数据进行可行性分析并提供可行性分析报告；7、按项目输入完成新产品试制工作；8、车间装配、冲孔、焊接等工艺培训并形成培训记录；9、新项目 VAVE 降本提案
3	DV 试验科	1、新项目实验计划进度；2、新项目实验进度跟踪；3、实验问题整改跟踪；4、实验报告提交；5、材料库填报（CAMDS/IAMDS）
4	专家组	1、对新产品特殊结构方案的制定；2、新品送样时疑难问题解决；3、量产产品技术工艺改进评估；4、新工艺、新技术导入等
5	设计组	1、新项目数据设计及整个项目数据质量把控；2、跟踪整个项目数据阶段进度；3、产品数据评审并形成评审记录；4、冻结数据发布；5、客户需求的情况下提供 GT&D 图纸及相关技术资料；6、产品匹配时数据更改及客户设变可行性分析；7、新项目 VAVE 降本提案

②公司重视研发团队建设，并制定了具有竞争力的薪酬制度

公司重视研发团队人才建设，培养并建立了在汽车内外饰领域具有丰富研发经验和技術实力的人才队伍，报告期各期末，公司研发人员数量分别为 36 人、38 人、40 人和 41 人，研发人员数量稳中有升。

公司通过设立员工持股平台，对公司的技术骨干进行激励，并保障研发人员薪酬水平处于有竞争力的区间。2020 年至 2022 年，公司研发人员与同行业可比公司的平均薪酬对比如下：

单位：万元

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	14.01	16.13	13.02
模塑科技	13.13	15.21	10.19
一彬科技	11.88	11.23	10.56

福赛科技	16.93	15.62	14.36
金钟股份	9.13	9.80	7.40
平均	13.01	13.60	11.11
常州市城镇私营单位就业人员年平均工资	8.01	7.36	6.89
发行人	11.06	10.81	7.43

注：上述数据为各公司定期报告、招股说明书及反馈回复披露或计算得出，由于同行业可比公司未披露 2023 年上半年研发人员数量，因此未对 2023 年上半年数据进行对比。

2020 年至 2022 年，公司研发人员平均薪酬总体处于同行业可比公司合理区间，且高于当地城镇私营单位就业人员年平均工资水平，具有一定的竞争力。

(2) 核心技术人员具有较强的研发能力

公司核心技术人员工作背景和技术成果具体如下：

姓名	工作背景	技术成果
邱岳冬	2005 年 7 月至 2006 年 7 月，任常州久铁灯具有限公司研发部产品开发员；2006 年 7 月至 2014 年 5 月，历任常州永成技术工程师、技术主管；2014 年 6 月至 2018 年 12 月，任永成有限研发部部长；2018 年 12 月至今，任发行人董事、研发中心总监，分管公司研发相关工作。邱岳冬先生长期从事汽车零部件行业，对于整车及零部件的设计与开发具有丰富的经验，系公司研发团队建设者	邱岳冬作为专利发明人，共参与公司 35 项专利的申请工作，其中发明专利 16 项
王龙宇	2005 年 7 月至 2009 年 3 月，任浙江春洲铝业有限公司开发工程师；2009 年 4 月至 2014 年 5 月，任常州市永成车配厂技术员；2014 年 6 月至 2018 年 12 月，历任永成有限技术员、项目经理、研发中心设计部部长；2018 年 12 月至今，任发行人研发中心设计部部长。王龙宇先生长期从事汽车零部件行业，具有丰富的前后保险杠总成、仪表板总成、门护板总成等产品设计、开发及项目管理经验	王龙宇作为专利发明人，共参与公司 7 项专利申请工作，其中发明专利 6 项
张红伟	2011 年 6 月至 2015 年 2 月，任常州苏强飞达车辆配件厂技术部技术主管；2015 年 3 月至 2018 年 12 月，任永成有限研发中心开发科科长；2018 年 12 月至今，任发行人研发中心开发科科长。张红伟先生长期从事汽车零部件行业，熟悉内外饰产品的开发、设计和生产过程中的各种疑难问题以及解决办法	张红伟作为专利发明人，共参与公司 20 项专利的申请工作，其中发明专利 9 项

公司核心技术人员均具有十年以上的汽车内外饰行业从业经历，具有丰富的开发、设计经验，参与公司多项专利的申请工作，核心技术人员具有较强的研发能力。

综上，公司具有完善的研发机制，核心技术人员具有较强的研发能力，公司研发中心组建了专业的研发团队，具备科学合理的研发机构设置。

2、发行人核心技术的来源均为长期积累持续创新形成

(1) 发行人核心技术的来源

发行人长期专注于汽车内外饰领域，坚持以市场需求、工艺提升及降本增效为研发导向，核心技术系研发团队结合生产实践、客户需求、产品特征及行业发展趋势长期研发积累持续创新形成。

通常情况下，在与主机厂同步开发的过程中，所开发的零部件外观专利和发明专利归属于主机厂，故发行人未将开发的具有创新性特征的产品作为核心技术，仅将在产品开发、生产、试验等实践中形成的工艺技术作为核心技术。同时，出于商业保密需要，为避免相关解决思路在申请专利后被公开，发行人核心技术并未全部申请专利，部分技术仍以非专利技术形式进行保护。

(2) 发行人部分专利受让取得的原因

发行人前期未对发明专利的申请予以足够的重视，且出于商业保密考虑，未将生产工艺等方面的核心技术进行发明专利申请。随着发行人对发明专利申请重视程度的提高，且为了更好的保护核心技术，2022 年开始，发行人陆续将工艺相关的核心技术申请发明专利。

截至本回复出具日，发行人共取得 53 项专利，其中发明专利 10 项，已受理尚未获得授权的发明专利 13 项。上述已授权的发明专利中 7 项为发行人原始取得，3 项发明专利为发行人在申请专利时，通过专利中介机构检索相关专利与公司拟申请专利具有协同效应，为避免研发成果与相关专利形成冲突，发行人受让上述专利，具有合理性。发行人受让专利具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	转让方	专利类型	变更公告日
1	一种抗强化腐蚀的前保险杠中支撑安装结构	ZL202011358422.8	姚文华	发明专利	2022.8.9
2	一种具有保护功能的自损式汽车保险杠	ZL202011220694.1	蔡学潮	发明专利	2022.8.2
3	一种基于汽车安全性的保险杠冲击试验装置	ZL202010602087.5	周烽	发明专利	2022.8.9

3、发行人核心技术的演变过程及与行业技术发展趋势对比情况

(1) 发行人核心技术的演变过程

①第一阶段：基础工艺积累阶段，以半自动生产技术为主

公司业务自承接常州永成经营性资产而来，在常州永成阶段，公司的核心研发团队和经营团队积累了注塑、喷涂等基础生产工艺，为后续的技术升级储备了工艺基础。

②第二阶段：通过自研技术对生产工艺进行改进，提升生产效率，并在一定程度上提升产品品质

2016年，在前期积累的工艺基础上，公司建立了全自动喷涂生产线、软内饰生产车间及爆破实验室。后续，在已投入设备的基础上，公司进行了一系列的工艺改进和创新，通过对注塑、搪塑、弱化、喷涂、传输等传统工艺进行创新性的改进，提升了生产环节的自动化程度，并在一定程度上提升了产品品质。

③第三阶段：多维度技术创新，实现产品品质全面升级

公司紧随汽车消费属性升级的发展趋势，通过对产品结构、材料的创新以及对表面成型技术、焊接技术、冲孔技术等生产工艺多维度的持续创新，实现产品更优的轻量化、智能化和舒适化特征。

(2) 发行人核心技术与行业技术发展趋势对比情况

目前，汽车内外饰领域技术发展趋势主要包括轻量化、智能化和舒适化（含环保化）。

公司基于多年的实践，积累了丰富的产品开发经验，能够满足汽车内外饰轻量化、智能化、舒适化的设计和生产需求。发行人核心技术与行业发展趋势具有匹配关系，具体如下：

行业发展趋势	发行人对应核心技术	核心技术匹配情况
轻量化	汽车塑料件内部注塑用微发泡技术	能够实现微发泡技术带来的减重效果由 12%提升至减重 15%左右
智能化	多工位装夹型汽车保险杠加工用焊接设备技术、汽车后保的冲孔技术、改进的热铆	通过产品结构的强度保障、安装结构稳定性保障等设计，实现例如激光雷达、摄像头、动态显示模块、智能化灯具等智能模块的搭载

	焊接技术	
舒适化（含环保化）	3D 网布包覆成型技术、汽车内饰软质表面装饰成型技术	提高了内饰产品的视觉效果及触感，同时能够在气味性方面由传统软质仪表板的 3.5 级提高到了 3.0 级，最终实现产品在视觉、听觉、触觉、嗅觉及使用便利性等方面的全方位提升，从而大幅提高汽车的整体舒适度

发行人基于核心技术，研究开发了具有轻量化、智能化及舒适化特征的汽车内外饰产品：

①在外饰方面，公司的保险杠产品由集成度较低的简单保险杠发展为具备薄壁化特征、透波性特征并集成雷达、摄像头等模块的智能化产品；外侧包围产品由小型注塑产品发展为具备美观、高强度、密封功能的大型外侧包围产品。

②在内饰方面，公司的仪表板、门护板等产品在“软质化”、“智能化”、“轻量化”方向不断发展，产品质感大幅提升，提高了乘用车在空间、舒适、环保及智能（塑电一体化）方面的竞争力，更好的满足了乘客将汽车作为移动生活空间的需求。

综上，发行人的核心技术与行业发展趋势相符。

4、发行人核心技术与行业技术水平相比具有创新性和先进性特征

发行人核心技术具有先进性。发行人通过柔性自动化生产技术，提高了主要生产环节的生产效率和生产稳定性，提高了产品的质量等级及质感；通过表面成型技术及精密加工技术提高了产品的轻量化、智能化及舒适化特征；通过高精试验技术模拟多种试验场景，为新产品、新工艺的研发、检测提供了保障，提高了创新能力。发行人核心技术创新之处及主要先进性特征具体如下：

核心技术	核心技术的关键创新性和先进性特征
柔性自动化生产技术	1、生产效率高：通过优化、增设生产线的功能组件，并融合多种自动化技术，实现生产线不同机台及多种产品的混线自动化生产、提高搪塑生产效率 50%、提高包覆生产效率 75%-100%、节约喷涂环节油漆耗用量 10%-15%、提高在传输、装配及包装环节的效率 10%-30%； 2、管理效率高：通过加装数据采集模块，实现注塑系统数据实时采集，从而提高管理效率； 3、产品品质高：自动化生产提高了产品的一致性，同时在工序及工艺优化过程中，提升了产品品质
表面成型技术	1、轻量化程度高：通过改进原材料的配方以及模具、设备的设计方案，将微发泡的减重效果提高至 15%左右，高于 12%的行业一般水平，从而提高新能源汽车的续航能力；

	2、环保水平高：通过设备的整合及改制，使该技术生产出的汽车仪表板具有极佳的软质回弹性，并且材料环保，可实现传统软质仪表板的气味性等级达到3.0级，优于行业3.5级的平均水平
精密加工技术	1、加工效率高：通过排列组合子母焊接单元及超声波发生器，可实现单次67点铆桩铆接，高于30点的行业一般水平； 2、加工精度高：通过冷刀加工技术、激光弱化技术，提高了气囊爆破的稳定性，大幅提升了车内乘客的安全系数；通过改进焊接组件，实现保险杠的多角度焊接，可实现汽车雷达的不同角度和位置的安装，满足主机厂保险杠集成毫米波雷达或激光雷达的需求
高精试验技术	1、试验精度高：利用高速工业机器人对极端环境下的模拟数据进行多角度采集，可以模拟在-40℃~90℃温度下的气囊爆破试验； 2、测试范围广：通过改进试验装置机构，可实现保险杠的仿真路况测试效果，可模拟汽车侧围整体震动以及前后部分先后震动的效果，从而为产品开发提供更全面、更精准的测试数据

发行人的核心技术为发行人带来了持续的成本优势及产品优势，奠定了发行人较强的核心竞争力。在生产效率层面，基于核心技术，发行人具备注塑、搪塑、喷涂、焊接、冲孔、弱化等全生产流程的智能化生产工艺体系，提高了生产效率；在产品应用层面，发行人基于核心技术不断提升产品品质。核心技术典型应用情况如下：

核心技术	核心技术典型应用情况
柔性自动化生产技术	1、公司的喷涂线可混线生产保险杠产品及外侧包围产品，使得公司报告期内外侧包围的产量大幅增长； 2、公司提供外侧包围的仰望U8车型，橘皮等级达到8级，外观光亮度优于6级的行业平均水平，美观度大幅提高； 3、公司供货的小鹏G9项目，前舱系统模块整体为全软质效果，保证了产品表面光顺效果及一致性
表面成型技术	1、公司为小鹏G6车型提供的仪表板总成饰板部分的减重达15%左右；其内饰材质获得OEKO-TEX STANDARD 100最高级别一级认证； 2、公司提供主副仪表板总成的小鹏G9车型在VOC和车内气味项目测试中创造了该项测试的历史高分
精密加工技术	1、公司提供外侧包围的仰望U8车型单个外侧包围需67个焊接点位，公司可一次性焊接完成，大幅提高了产品的一致性及生产效率，焊接效率的提升带动公司外侧包围产品在比亚迪的车型覆盖率超过20%； 2、公司提供保险杠总成的小鹏G6车型，使激光雷达等智能化模块集成在保险杠两侧区域，从而使激光雷达探测盲区更小，提供了更好的出行安全保障
高精试验技术	1、公司提供仪表板总成的小鹏G9车型，解决了悬浮式中控大屏可能阻挡气囊弹出轨迹的行业难题； 2、公司为仰望U8车型提供的外侧包围产品可实现密封防水功能

5、发行人模具定制化采购情况符合行业惯例，且在模具方面拥有一定的技术先进性

发行人模具定制化采购情况符合行业惯例，且在模具方面拥有一定的技术先进性，具体详见本回复之“1/五/（一）/3、发行人模具定制化采购情况符合行业惯例，且在模具方面拥有一定的技术先进性”。

综上，发行人成立了研发中心，具备科学合理的研发机构设置，组建了专业的研发团队，核心技术人员均具有多年的行业研发经验。经过研发部门多年的研发投入和持续创新，发行人已形成多项核心技术并申请专利，并基于核心技术，研究开发了具有轻量化、智能化及舒适化特征的汽车内外饰产品，产品开发已实现与主机厂高度融合、同步开发，深度融入整车的配套体系，并与优质新能源客户建立和合作关系。发行人研发机制及核心技术人员足以支撑其研发能力和匹配行业技术发展水平，核心技术能够匹配新能源汽车发展趋势。

（二）发行人核心技术能够匹配新能源汽车发展趋势

我国新能源汽车逐步进入全面市场化拓展期，迎来新的发展和增长阶段，成为我国乘用车市场的主要增长点。在产品和技术要求方面，新能源车与燃油车的汽车内外饰相关产品及技术不存在实质性差异，新能源车主要在轻量化、智能化及舒适化方面需求更为明显。发行人能较好地满足新能源车的生产需求，核心技术与新能源汽车发展趋势相匹配，具体详见本回复“1/三/（一）/2、发行人与新能源车企相关产品的技术适配情况”。

（三）发行人产品技术迭代更新或被同行业竞争对手替代的风险，发行人采取的应对措施

发行人核心技术具有先进性。发行人通过柔性自动化生产技术，提高了主要生产环节的生产效率和生产稳定性，提高了产品的质量等级及质感；通过表面成型技术及精密加工技术提高了产品的轻量化、智能化及舒适化特征；通过高精试验技术模拟多种试验场景，为新产品、新工艺的研发、检测提供了保障，提高了创新能力。发行人核心技术的创新性和先进性特征详见本题“（一）/4、发行人核心技术与行业技术水平相比具有创新性和先进性特征”。

发行人已在招股说明书“第三节/一/（一）/2、新产品研发失败的风险”中

修改披露如下：

“随着汽车“新四化”趋势的发展，传统汽车零部件供应商的业务发生了变化，新能源车对轻量化、智能化产品的需求，需要汽车零部件企业不断研发新产品以应对汽车行业的变化。

发行人依靠自身多年的研发投入及技术整合能力，积极融入“新四化”的发展趋势，报告期各期，发行人研发费用投入分别为 1,912.56 万元、2,171.05 万元、2,579.70 万元和 **1,436.58 万元**。如果未来公司不能持续投入研发，或者不能正确判断和及时把握行业的发展趋势和技术工艺的发展路线，可能面临研发失败、技术无法实现产业化、**产品技术迭代更新失败**等风险，**从而发行人被同行业竞争对手替代**导致对公司的经营业绩和长期发展产生不利影响。”

针对技术迭代更新或被同行业竞争对手替代的风险，公司将继续发挥内饰与外饰综合服务优势及技术优势，进一步扩大与核心客户的合作范围，并持续开发新客户，从而有效地应对市场竞争，具体措施详见本回复“1/五/（三）发行人应对市场竞争的具体措施，市场份额和竞争格局是否会发生重大不利变化”。

四、请保荐人发表明确意见，并完善发行人是否符合创业板定位的专项核查说明。请申报会计师对问题（2）发表明确意见，发行人律师对问题（3）发表明确意见

（一）请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见，发行人律师对问题（3）发表明确意见

1、核查程序

（1）针对问题（1），保荐人执行了以下核查程序：

①查询中国汽车工业协会官方网站、乘用车市场信息联席会官方网站，获取全国乘用车销量数据，分析一季度汽车行业景气度下降的原因；

②访谈发行人总经理，了解发行人内资品牌车企收入占比较高的原因；查询汽车内外饰研究报告，测算发行人主要产品的市场空间和市场容量；

③获取发行人销售明细表，分析发行人报告期内业绩增长的原因，并与同行业可比公司公开信息进行对比，分析业绩增长是否符合行业惯例；获取发行人定

点通知书及期后财务报表，分析发行人期后业绩情况及业绩的可持续性 & 成长性。

(2) 针对问题 (2)，保荐人及申报会计师执行了以下核查程序：

①了解、测试并评价发行人与研发相关的内部控制设计及其执行的有效性；

②获取并查阅发行人研发项目立项报告，了解其项目应用前景、人员、时间和资金安排等情况，访谈发行人研发总监，了解发行人研发活动的主要流程和关键环节，研发领料及材料耗用的主要阶段、材料主要去向、样件形成情况、废料产生过程、主要研发废料是否对外出售、及相关内部控制，了解行业发展趋势及研发项目的主要方向、应用前景及具体进展相关情况；检查研发领料的去向，向研发领料去向的主要对象函证确认发送材料的种类、数量，并走访主要对象，了解研发废料的处理情况。

③获取研发费用明细表，查看研发项目的支出构成情况，检查与研发费用相关的合同、发票、付款单据、领料单等原始凭证，检查相关支出是否严格区分其用途、性质据实列支，是否存在将研发无关的支出在研发支出中核算的情形；

④获取并查阅发行人与工资薪金有关的文件，包括员工花名册、工资表等，抽查发行人人员薪酬发放记录并进行分析性复核，统计研发人员的人均薪酬及薪酬总额，分析研发人员职工薪酬变动的原因；

⑤获取发行人研发设备明细，抽查了研发设备购买凭证等，核查发行人研发设备的使用年限、累计折旧情况，并对主要研发设备执行监盘程序，核查研发设备是否专用于研发，以及研发设备是否能够支撑发行人研发项目持续进行，核查是否有将研发设备用于生产的情况。

(3) 针对问题 (3)，保荐人和发行人律师执行了以下核查程序：

①获取发行人核心技术人员调查表及发行人专利文件，访谈核心技术人员，了解其工作背景及技术成果，分析其是否能够支撑研发能力；

②获取发行人研发部门制度，获取发行人花名册，了解研发机构人员配置及工作内容；

③获取发行人工资表，并查询常州当地工资水平及同行业可比公司公开资料，对比发行人研发人员薪酬是否合理；

④获取发行人购买专利的转让协议，了解受让取得专利的基本情况；访谈发行人研发总监，了解发行人受让取得专利的背景，了解发行人核心技术的来源、先进性、创新性及与新能源汽车发展趋势的匹配性，并查询汽车内外饰相关研究报告，分析发行人技术水平与行业技术发展趋势的匹配性；获取发行人专利证书说明文件，了解发行人核心技术的先进性及创新性。

2、核查结论

(1) 对于问题（1），经核查，保荐人认为：

①受益于下游自主品牌乘用车及新能源车市场需求增加，尤其是新能源汽车市场的爆发，发行人内外饰件产品整体销售规模大幅提升，发行人业绩增长具有合理性，且符合行业特征；

②发行人期后业绩保持增长，定点项目充足，发行人主营业务的可持续性 & 成长性较好，不存在业绩长期下滑的风险。

(2) 对于问题（2），经核查，保荐人及申报会计师认为：

①发行人材料费主要发生在试产试制阶段，2022 年试产试制项目数量相较报告期前两年更多，且多个项目涉及新工艺及新材料的研发，需要反复验证和调试，当年材料费金额增加较多具有合理性；

②发行人研发费用中设计费发生在项目前期的数据建模设计阶段，检测费发生在项目后期的实验或检测阶段，发行人研发设计费的主要支付对象均为从业多年拥有一定经验和技術积累的专业汽车零部件设计公司；发行人设计检测费的波动与各期主要研发活动的开展内容密切相关，2021 年设计检测费增加较多主要系受到设计费大幅增加的影响，具有合理性；

③发行人研发领料后废料、产成品处理方式符合成本效益原则和行业惯例，具有合理性；

④报告期内，发行人研发人员专职，不存在将研发人员与生产人员工资混同的情形，研发设备专用、不存在与生产设备混用的情形，研发费用归集、与生产成本的划分准确。

(3) 对于问题（3），经核查，保荐人及发行人律师认为：

①发行人的核心技术均为自主研发取得且多数已申请相应的专利保护；发行人核心技术与行业常见技术水平相比，具备一定优势，发行人基于核心技术，研究开发了具有轻量化、智能化及舒适化特征的汽车内外饰产品，核心技术及研发方向与行业发展趋势相符，核心技术匹配新能源汽车发展趋势；

②发行人研发机制完善，核心技术人员具有丰富的行业经验，发行人研发机制及核心技术人员足以支撑其研发能力和匹配行业技术发展水平；

③发行人核心技术具有创新性和先进性特征；发行人将继续发挥内饰与外饰综合服务优势及技术优势，进一步扩大与核心客户的合作范围，并持续开发新客户，从而有效地应对市场竞争；

④发行人已在招股说明书中修改披露关于产品技术迭代更新或被同行业竞争对手替代的风险提示，并采取了相应的应对措施。

（二）请保荐人完善发行人是否符合创业板定位的专项核查说明

保荐人已完善关于发行人符合板块定位要求的专项意见的相关内容。

3. 关于关联方和同业竞争

申请文件显示：

（1）发行人实际控制人控制的常州永成主要从事房屋、厂房租赁业务，无其他经营业务。常州永成曾为发行人控股股东。报告期内常州永成曾通过发行人购买设备及配套材料 521.52 万元。截至招股说明书签署日，常州永成仍存在为发行人提供担保情形。

（2）发行人实际控制人蒋春平之兄蒋晓平及其家族控制的企业合计 6 家（以下合计简称“安江主体”），主要产品为汽车保险杠、汽车装饰板等，与发行人同属汽车零部件产品制造业。报告期内，发行人与安江主体企业存在较多重合客户和供应商。

（3）发行人的关联企业较多，包括发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书常红霞控制的常州斯克思汽车用品有限公司。报告期内，发行人对外转让全资子公司开封永成车辆部件有限公司，发行人实际控制人之一蒋世超对外转让常州斯克思精工机械有限公司，常红霞注销控制的上海宝明燃料油有限

公司。

(4) 发行人子公司海南鑫永成塑胶有限公司成立于 2007 年 12 月，成立时间早于发行人成立时间 2014 年。招股说明书披露发行人董事陈小华的任职时间为“2004 年 9 月至 2018 年 6 月，任海南鑫永成副总经理”。此外，发行人实际控制人等主要人员均在海南鑫永成任职。

请发行人：

(1) 结合安江主体企业的基本情况，包括但不限于主营业务、主要财务数据、主要产品和核心技术、主要客户和供应商、历史沿革、资产、人员、实际生产经营地、财务系统、商标商号等方面与发行人之间的关联关系和异同情况，报告期各期重合客户供应商及收入、毛利占比情况，报告期内与发行人及其主要关联方的资金业务往来情况等，分析说明发行人与安江主体企业之间是否存在业务竞争关系，是否构成重大不利影响的同业竞争，应对措施是否有效。

(2) 结合常州永成的基本情况，包括但不限于最近 3 年主要财务数据、主营业务演变情况、房屋和厂房租赁的具体内容、资产和人员情况等，说明 2018 年常州永成退出发行人的背景原因，报告期内常州永成对外担保和资金拆借情况，以及与发行人及其主要关联方、客户供应商的交易和资金往来的具体内容、原因及合理性，是否存在未披露的资金业务往来或利益输送的情形。

(3) 结合常红霞及其关系密切亲属投资和控股的企业情况，关联企业注销或转让前的主营业务和资产经营情况等，说明常州斯克思汽车用品有限公司和常州斯克思精工机械有限公司的字号相同但实际控制人不同的原因及合理性，常红霞投资和控股的企业是否与发行人存在同业竞争或利益输送情形；部分关联企业对外转让或注销的背景原因和主要内容，转让或注销前后与发行人及其客户供应商的资金业务往来情况。

(4) 说明海南鑫永成的基本情况，包括历史沿革、主要财务数据、资产、人员、核心技术、生产经营情况，业务演变情况及在发行人业务体系中发挥的作用，报告期内与发行人及其实际控制人、关联企业之间的资金业务往来情况；海南鑫永成的成立时间早于发行人的原因，发行人董事陈小华在海南鑫永成的任职时间早于其成立时间的原因，相关信息披露是否准确。

(5) 列表汇总发行人主要关联企业情况，包括具体关联关系、主营业务和最近一期主要财务数据；结合发行人实际控制人蒋春平其他兄弟姐妹对外投资、产业经营情况，说明是否存在关联企业为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形。

请保荐人和申报会计师、发行人律师发表明确意见，并就发行人关联方是否披露完整、核查方式是否足以支撑核查结论发表明确意见。

【回复】

发行人重要关联企业名称、关联关系、主营业务、是否与发行人存在竞争关系、最近一年及一期主要财务数据情况如下：

序号	关联关系	关联企业名称	主营业务	是否与发行人存在竞争关系	2023年1-6月		2022年度	
					营业收入(万元)	净利润(万元)	营业收入(万元)	净利润(万元)
1	实际控制人家族控制的企业	常州永成	自有房产出租，2020年上半年从事熔喷布制造	否	291.48	72.11	544.65	166.44
	实际控制人家族曾经控制的企业	常州斯克思精工机械有限公司(2020年8月转出)	硬质合金精工刀具	否	-			
2	蒋春平兄弟蒋晓平家族控制或担任董事、高级管理人员的企业	常州市安江车辆部件厂、江苏安江汽车部件有限公司等6家企业	汽车配件的加工、制造、销售；汽车销售；进出口贸易	是	25,425.79	1,005.16	38,974.21	37,969.05
3	蒋春平兄弟蒋其平家族控制或担任董事、高级管理人员的企业	常州市福莱星科技有限公司、常州市福祺电子技术有限公司、新北区孟河福祺商务酒店、常州新北区小河福星纸箱包装厂	家电电子、酒店服务、纸箱制造	否	1,323.99	16.76	2,362.14	2,345.38
4	发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书常红霞家庭控制/曾控制的企业	常州斯克思汽车用品有限公司、永成志同、上海宝明燃料油有限公司、海南浩展	常州斯克思汽车用品有限公司经营自有房产、厂房出租；永成志同为员工持	否	136.36	-40.71	46.46	-55.65

		贸易有限公司	股平台；其他在报告期内均无经营，且已注销					
发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书常红霞配偶担任董事的企业		南通市远邦石油有限公司	油料（燃料油）销售	否			-	
常红霞妹妹常伟霞及其配偶控制的企业		江苏云昊电子科技有限公司	汽车改装装饰件	否	2,026.31	225.36	4,254.10	594.96

上述关联方中，蒋春平兄弟蒋晓平家族控制或担任董事、高级管理人员的企业中常州市安江车辆部件厂、江苏安江汽车部件有限公司、定州市安江汽车部件有限公司和常州安江车辆科技有限公司（以下与常州市安信汽车销售有限公司和安江凯姆（常州）进出口有限公司统称为“安江主体”）从事汽车零部件制造业务，与发行人从事相同或相似业务，存在业务竞争关系，其重叠客户和供应商情况如下：

单位：万元

项目		2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
重叠客户	重叠客户收入金额	-	-	2,031.59	-
	占发行人主营业务收入比例	-	-	3.75%	-
重叠供应商	客户指定或提供名单的供应商	5,714.26	9,228.54	4,575.87	4,298.13
	占发行人采购金额的比例	17.15%	17.02%	14.50%	17.12%
	非客户指定或提供名单的供应商	2,541.29	4,476.59	3,845.30	2,567.47
	占发行人采购金额的比例	7.63%	8.25%	12.16%	10.23%
	合计金额	8,255.55	13,705.13	8,421.17	6,865.60
	合计占比	24.78%	25.27%	26.66%	27.35%

由上表可知，报告期内重合客户占发行人主营业务收入的比例较低，重合供应商主要系主机厂为保证产品质量指定或提供名单的供应商，非客户指定或提供名单的供应商采购金额占比较低。

综上，除安江主体外，其他关联企业 with 发行人不存在业务竞争关系；安江主体与发行人虽存在业务竞争关系，但不构成重大不利影响。

一、结合安江主体企业的基本情况，包括但不限于主营业务、主要财务数据、主要产品和核心技术、主要客户和供应商、历史沿革、资产、人员、实际生产经营地、财务系统、商标商号等方面与发行人之间的关联关系和异同情况，报告期各期重合客户供应商及收入、毛利占比情况，报告期内与发行人及其主要关联方的资金业务往来情况等，分析说明发行人与安江主体企业之间是否存在业务竞争关系，是否构成重大不利影响的同业竞争，应对措施是否有效

（一）安江主体企业的基本情况，包括但不限于主营业务、主要财务数据、主要产品和核心技术、主要客户和供应商、历史沿革、资产、人员、实际生产经营地、财务系统、商标商号等方面与发行人之间的关联关系和异同情况，报告期各期重合客户供应商及收入、毛利占比情况

安江主体系发行人实际控制人之一蒋春平之兄蒋晓平及其家族控制的企业。安江主体包括 6 家企业，即常州市安江车辆部件厂（以下简称“常州安江”）、江苏安江汽车部件有限公司（以下简称“江苏安江”）、定州市安江汽车部件有限公司（以下简称“定州安江”）、常州市安信汽车销售有限公司（以下简称“常州安信”）、安江凯姆（常州）进出口有限公司（以下简称“安江凯姆”）和常州安江车辆科技有限公司（以下简称“安江科技”），其中，常州安江、江苏安江、定州安江和安江科技与发行人从事的业务存在相同或相似情形，常州安信、安江凯姆未实际经营。

除上述存在业务相同或相似的企业外，发行人控股股东、实际控制人的近亲属全资或者控股的其他企业与发行人不存在竞争关系。

安江主体企业的基本情况如下：

单位：万元

项目	常州安江	江苏安江	定州安江	安江科技	常州安信	安江凯姆
成立时间	1995-12-12	2017-5-31	2010-12-13	2020-7-10	2010-3-4	2021-3-16
主营业务	车辆配件的设计、研发、制造、加工				未实际经营	未实际经营
主要产品	内外装饰件，保险杠、导流板、仪表板等	内外装饰件，保险杠、导流板、仪表板等	保险杠、仪表板	护板等小件产品	-	-
主要资产	房产、土地和机器设备	租赁常州安江资产进行	房产、土地和机器设备	租赁常州安江资产进行	-	-

		生产		生产			
员工数量	合计约 200 人					-	
股权结构	蒋晓平持股 100%	蒋晓平持股 66.39%； 蒋晓平配偶李祥妹持股 10.09%； 蒋晓平女儿蒋慧雅持股 11.76%； 蒋晓平女婿蒋志渊持股 11.76%	蒋晓平配偶李祥妹持股 60%； 蒋晓平女儿蒋慧雅持股 20%； 蒋晓平女婿蒋志渊持股 20%	蒋晓平女婿蒋志渊持股 33.33%并担任执行董事； 石文天持股 50%； 王真祥持股 16.67%	蒋晓平女儿蒋慧雅持股 40%； 蒋晓平持股 20%； 蒋晓平配偶李祥妹持股 20%； 蒋晓平女婿蒋志渊持股 20%	蒋晓平女婿蒋志渊持股 40%； BUYUKOZ ER KEREM 持股 30%； ARAL BASRI 持股 30%	
总资产	2022.12.31	19,443.34	9,414.87	5,629.90	784.97	496.78	-
	2023.06.30	17,174.39	19,732.08	5,912.08	905.75	496.78	-
净资产	2022.12.31	9,679.29	256.06	1,506.20	643.13	496.78	-
	2023.06.30	9,756.37	2,183.85	1,580.40	668.19	496.78	-
主营业务收入	2022 年度	23,745.45	7,327.56	6,263.55	632.49	-	-
	2023 年 1-6 月	3,309.64	18,398.96	3,446.15	271.04	-	-
净利润	2022 年度	532.40	164.17	89.19	154.34	-	-
	2023 年 1-6 月	77.07	827.79	76.64	23.66	-	-

注 1：表中的财务数据未经审计；

注 2：常州安信的资产为货币资金、其他应收款和预付账款。

安江主体中常州安江、江苏安江、定州安江和安江科技实际开展经营，常州安信和安江凯姆未从事实际经营。安江主体报告期各期的前五大客户、前五大供应商如下：

类别	序号	名称	与发行人的主要客户/供应商是否重叠
客户	1	中国长安汽车集团有限公司	否
	2	长城汽车股份有限公司	是
	3	一汽-大众汽车有限公司	否
	4	浙江零跑科技股份有限公司	否
	5	长安马自达汽车有限公司	否

供应商	1	上海金发科技发展有限公司	是
	2	上海普利特复合材料股份有限公司	是
	3	阿克苏诺贝尔涂料（天津）有限公司	否
	4	立邦涂料（中国）有限公司	是
	5	南通宜高塑胶有限公司	否
	6	江阴市洸洋塑业有限公司	否
	7	大韩道恩高分子材料（上海）有限公司	否
	8	南京长安民生住久物流有限公司	否
	9	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	否
	10	南京聚隆科技股份有限公司	否

根据中国证监会《法律适用意见第 17 号》规定，发行人及中介机构同业竞争核查范围为：“中介机构应当针对发行人控股股东、实际控制人及其近亲属全资或者控股的企业进行核查。如果发行人控股股东、实际控制人是自然人，其配偶及夫妻双方的父母、子女控制的企业与发行人存在竞争关系的，应当认定为构成同业竞争。发行人控股股东、实际控制人的其他亲属及其控制的企业与发行人存在竞争关系的，应当充分披露前述相关企业在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面对发行人独立性的影响，报告期内交易或者资金往来，销售渠道、主要客户及供应商重叠等情况，以及发行人未来有无收购安排。”

蒋晓平系实际控制人蒋春平之兄弟，属于《法律适用意见第 17 号》规定的“其他亲属”，因此，蒋晓平及其家族控制的企业虽然与发行人从事相同或相似业务，但不属于上述应当认定为构成同业竞争的情形。

发行人与安江主体均系独立经营的实体企业，发行人与安江主体在历史沿革、资产、经营场所、人员、业务、技术、财务等方面均相互保持独立。报告期内，发行人及其子公司、董事、监事、高级管理人员与安江主体无交易或者资金往来。

报告期内，发行人与安江主体仅 2021 年有重叠的客户，重叠客户为诺博汽车零部件（泰州）有限公司（长城汽车的子公司，以下简称“泰州诺博”），长城汽车占发行人及安江主体营业收入的比例均不超过 5%，占比较低；报告期内，发行人与安江主体重叠的供应商有上海金发科技发展有限公司、上海普利特复合材料股份有限公司、立邦涂料（中国）有限公司等，主要系客户指定或提供名单

的供应商。

发行人未来无对安江主体的收购安排。

具体分析如下：

1、常州安江基本情况

(1) 基本信息

名称	常州市安江车辆部件厂
统一社会信用代码	91320411628210409U
成立日期	1995年12月12日
经营范围	车辆配件的设计，研发，制造，加工；灯具、电阻丝、五金、塑料制品制造，加工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：道路货物运输（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：电子元器件与机电组件设备制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	车辆配件的设计、研发、制造、加工
主要产品	内外装饰件，保险杠、导流板、仪表板等
核心技术	基于行业积累经验和沉淀、主机厂的常年合作，掌握有注塑、喷涂、阴模、装配等生产工艺
注册地址	常州市新北区孟河镇滕村
实际生产经营地	常州市新北区孟河镇九龙路18号

常州安江的核心技术系基于行业积累经验和沉淀、主机厂的常年合作而形成，与发行人相互独立，且常州安江与发行人实际生产经营地相互独立。



(2) 财务独立

常州安江设置了独立的财务部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立在银行开户，常州安江具有独立的财务系统，不存在与发行人共用或混用财务系统的情形，亦不存在与发行人共用财务人员、银行账户的情形。

(3) 专利和商标商号

截至本回复出具日，常州安江不存在专利，商号为“安江”，商标情况如下：

序号	申请商标	注册人	类别	注册号	有效期	取得方式	商标状态
----	------	-----	----	-----	-----	------	------

1		常州市安江车辆部件厂	第 11 类	1734353	2022.03.21-2032.03.20	继受取得 [注]	注册
2		常州市安江车辆部件厂	第 12 类	1717776	2022.02.21-2032.02.20	继受取得 [注]	注册

注：该两项商标系从常州安江前身武进市小河安江车配厂处继受取得。

常州安江独立享有上述商标的商标权和商号，不存在与发行人共用商标商号的情形。

(4) 历史沿革

①1995 年 12 月，武进市小河安江车配厂成立

武进市小河安江车配厂系由蒋晓平于 1995 年 12 月认缴出资 17 元设立的个人独资企业。

武进市小河安江车配厂设立时股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（元）	出资比例（%）
1	蒋晓平	17.00	100.00
合计		17.00	100.00

②2002 年 10 月，武进市小河安江车配厂第一次增资及变更名称为常州市安江车辆部件厂

2002 年 10 月 19 日，武进市小河安江车配厂申请增加注册资本至 18 万元及变更名称为常州市安江车辆部件厂。

本次增资及变更名称后，常州安江股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	蒋晓平	18.00	100.00
合计		18.00	100.00

截至本回复出具日，常州安江股权结构未再发生变化。

发行人及其控股股东、实际控制人未对常州安江直接或间接持股，未对常州安江实施控制或影响，常州安江在历史沿革方面与发行人相互独立。

2、江苏安江基本情况

(1) 基本信息

名称	江苏安江汽车部件有限公司
统一社会信用代码	91320411MA1P3R8P7X
成立日期	2017年5月31日
经营范围	车辆配件、模具的设计，研发，制造，加工；车辆饰件、灯具、后视镜、五金件的制造，加工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	车辆配件、模具的设计、研发、制造、加工
主要产品	内外装饰件，保险杠、导流板、仪表板等
核心技术	基于行业积累经验和沉淀、主机厂的常年合作，掌握有注塑、喷涂、阴模、装配等生产工艺
注册地址	常州市新北区孟河镇九龙路18号
实际生产经营地	常州市新北区孟河镇九龙路18号

江苏安江的核心技术系基于行业积累经验和沉淀、主机厂的常年合作而形成，与发行人相互独立，且江苏安江与发行人实际生产经营地相互独立。

（2）财务独立

江苏安江设置了独立的财务部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立在银行开户，江苏安江具有独立的财务系统，不存在与发行人共用或混用财务系统的情形，亦不存在与发行人共用财务人员、银行账户的情形。

（3）专利和商标商号

截至本回复出具日，江苏安江不存在商标，商号为“安江”，其专利情况如下：

序号	专利名称	专利权人	发明人	专利类型	专利号	申请日期	法律状态	取得方式
1	一种自密封散热器导风板总成清洗装置及清洗方法	江苏安江	蒋晓平	发明专利	ZL202310905269.3	2023.7.24	专利权维持	原始取得
2	一种汽车饰板喷漆输送线及其工作方法	江苏安江	蒋晓平	发明专利	ZL202310955496.7	2023.8.1	专利权维持	原始取得
3	一种双层双色背门外装饰卡脚结构	江苏安江	蒋晓平	实用新型	ZL202321662092.0	2023.6.28	专利权维持	原始取得
4	一种扰流板注塑用内嵌式螺母	江苏安江	蒋晓平	实用新型	ZL202321600402.6	2023.6.24	专利权维持	原始取得
5	一种后保险杠注塑螺母定位机构	江苏安江	蒋晓平	实用新型	ZL202321506723.X	2023.6.14	专利权维持	原始取得

江苏安江独立配备研发人员并自行研发专利技术且专享专利权，不存在与发行人共用专利技术和技术人员的情形。江苏安江独立享有商号，不存在与发行人共用商号的情形。

(4) 历史沿革

①2017年5月，江苏安江设立

江苏安江系由蒋晓平、李祥妹、蒋慧雅、蒋志渊和常州安江于2017年5月出资8,500万元设立的有限公司，设立时公司名称为“江苏安江汽车部件有限公司”。

江苏安江设立时股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	常州安江	5,525.00	65.00
2	蒋慧雅	1,275.00	15.00
3	蒋志渊	850.00	10.00
4	蒋晓平	425.00	5.00
5	李祥妹	425.00	5.00
合计		8,500.00	100.00

②2021年11月，江苏安江第一次减资及股权转让

2021年9月6日，江苏安江召开股东会，审议通过以下事项：1) 同意公司注册资本由8,500万元人民币减少到2,975万元人民币，减少的5,525万元由股东常州安江进行减资；2) 同意股东李祥妹将其持有的江苏安江125万元出资额转让给股东蒋晓平，同意股东蒋志渊将其持有的江苏安江500万元出资额转让给股东蒋晓平，同意股东蒋慧雅将在江苏安江925万元出资额转让给股东蒋晓平；3) 同意通过公司新章程。

本次减资及股权转让后，江苏安江的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	蒋晓平	1,975.00	66.39
2	蒋慧雅	350.00	11.76

3	蒋志渊	350.00	11.76
4	李祥妹	300.00	10.09
合计		2,975.00	100.00

截至本回复出具日，江苏安江的股权结构未再发生变化。

发行人及其控股股东、实际控制人未对江苏安江直接或间接持股，未对江苏安江实施控制或影响，江苏安江在历史沿革方面与发行人相互独立。

3、定州安江基本情况

(1) 基本信息

名称	定州市安江汽车部件有限公司
统一社会信用代码	911306825661904800
成立日期	2010年12月13日
经营范围	汽车配件、灯具、五金制品、塑料制品加工、制造、销售；模具制造及销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	汽车配件的加工、制造、销售
主要产品	保险杠、仪表板
核心技术	基于行业积累经验和沉淀、主机厂的常年合作，掌握有注塑、喷涂、阴模、装配等生产工艺
注册地址	定州市唐河循环经济产业园区
实际生产经营地	定州市唐河循环经济产业园区

定州安江的核心技术系基于行业积累经验和沉淀、主机厂的常年合作而形成，与发行人相互独立，且定州安江与发行人实际生产经营地相互独立。

(2) 财务独立

定州安江设置了独立的财务部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立在银行开户，定州安江具有独立的财务系统，不存在与发行人共用或混用财务系统的情形，亦不存在与发行人共用财务人员、银行账户的情形。

(3) 专利和商标商号

截至本回复出具日，定州安江不存在商标，商号为“安江”，其专利情况如下：

序号	专利名称	专利权人	发明人	专利类型	专利号	申请日期	法律状态	取得方式
1	用于汽车保险杠检具的自动判定装置	定州安江	蒋志渊、高松、王凯	实用新型	ZL201921953637.7	2019.11.13	专利权维持	原始取得
2	注塑机射嘴漏胶检测机构	定州安江	蒋志渊、张柏杨、陈晓敏	实用新型	ZL201921958638.0	2019.11.13	专利权维持	原始取得
3	用于生产汽车保险杠雷达孔位的四工位冲孔装置	定州安江	蒋志渊、李军辉	实用新型	ZL201921953646.6	2019.11.13	专利权维持	原始取得
4	注塑机炮筒保温机构	定州安江	蒋志渊、张伯杨	实用新型	ZL201921952636.0	2019.11.13	专利权维持	原始取得
5	生产汽车保险杠喷漆工序用地轨装置	定州安江	蒋志渊、赵蒙生、陈晓敏	实用新型	ZL201921944743.9	2019.11.12	专利权维持	原始取得
6	汽车保险杠与连接板整体焊接装置	定州安江	蒋志渊、赵蒙生	实用新型	ZL201921946155.9	2019.11.12	专利权维持	原始取得
7	相邻工序间自动转运装置	定州安江	蒋志渊、王亚利	实用新型	ZL201921946151.0	2019.11.12	专利权维持	原始取得
8	汽车保险杠中网装配工装	定州安江	蒋志渊、李军辉、高松	实用新型	ZL201921944739.2	2019.11.12	专利权维持	原始取得

定州安江独立配备研发人员并自行研发专利技术且专享专利权，不存在与发行人共用专利技术和技术人员的情形。定州安江独立享有商号，不存在与发行人共用商号的情形。

(4) 历史沿革

定州安江系由自然人股东李祥妹、蒋志渊、蒋慧雅于 2010 年 12 月出资 500 万元设立的有限公司，设立时公司名称为“定州市安江汽车部件有限公司”。

定州安江设立时股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	李祥妹	300.00	60.00
2	蒋志渊	100.00	20.00
3	蒋慧雅	100.00	20.00
合计		500.00	100.00

截至本回复出具日，定州安江股权结构未再发生变化。

发行人及其控股股东、实际控制人未对定州安江直接或间接持股，未对定州安江实施控制或影响，定州安江在历史沿革方面与发行人相互独立。

4、常州安信基本情况

(1) 基本信息

名称	常州市安信汽车销售有限公司
统一社会信用代码	91320411551204843Q
成立日期	2010年3月4日
经营范围	汽车（除小轿车）、汽车零部件、汽车用品、电子产品、工艺美术品、百货、五金、交电、针纺织品的销售；三类汽车维修（电器系统维修、供油系统维护和油品更换）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	未实际经营
主要产品	无
核心技术	无
注册地址	常州市新北区孟河镇孟河大道208-9、10号
实际生产经营地	无

常州安信未实际经营，与发行人产品、核心技术、主要生产经营地相互独立。

(2) 财务独立

常州安信最近一年未生产经营，无财务系统。

(3) 专利和商标商号

经核查，截至本回复出具日，常州市安信汽车销售有限公司不存在专利和商标商号。

(4) 历史沿革

常州安信系由自然人股东蒋慧雅、李祥妹、蒋晓平、蒋志渊于2010年3月出资设立的有限公司，设立时公司名称为“常州市安信汽车销售有限公司”。

常州安信设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	蒋慧雅	200.00	40.00

2	李祥妹	100.00	20.00
3	蒋晓平	100.00	20.00
4	蒋志渊	100.00	20.00
合计		500.00	100.00

截至本回复出具日，常州安信的股权结构未再发生变化。

发行人及其控股股东、实际控制人未对常州安信直接或间接持股，未对常州安信实施控制或影响，常州安信在历史沿革方面与发行人相互独立。

5、安江凯姆基本情况

(1) 基本信息

名称	安江凯姆（常州）进出口有限公司
统一社会信用代码	91320411MA25EHRG0L
成立日期	2021年3月16日
经营范围	许可项目：货物进出口；技术进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：第二类医疗器械销售；医护人员防护用品零售；汽车零部件及配件制造；汽车零配件批发；汽车装饰用品制造；汽车零配件零售；汽车装饰用品销售；汽车零部件研发；高品质特种钢铁材料销售；金属材料销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；第一类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	未实际经营
主要产品	无
核心技术	无
注册地址	常州市新北区孟河镇九龙路18号
实际生产经营地	无

安江凯姆未实际经营，与发行人产品、核心技术、主要生产经营地相互独立。

(2) 财务独立

安江凯姆最近一年未生产经营，无财务系统。

(3) 专利和商标商号

截至本回复出具日，安江凯姆不存在专利和商标商号。

(4) 历史沿革

安江凯姆系由自然人股东蒋志渊、BUYUKOZER KEREM、ARAL BASRI 于 2021 年 3 月出资 500 万元设立的有限公司，设立时公司名称为“安江凯姆（常州）进出口有限公司”。

安江凯姆设立时股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	蒋志渊	200.00	40.00
2	BUYUKOZER KEREM	150.00	30.00
3	ARAL BASRI	150.00	30.00
合计		500.00	100.00

截至本回复出具日，安江凯姆股权结构未再发生变化。

发行人及其控股股东、实际控制人未对安江凯姆直接或间接持股，未对安江凯姆实施控制或影响，安江凯姆在历史沿革方面与发行人相互独立。

6、安江科技基本情况

(1) 基本信息

名称	常州安江车辆科技有限公司
统一社会信用代码	91320411MA21Y05H8K
成立日期	2020 年 7 月 10 日
经营范围	一般项目：汽车零部件研发；汽车零部件及配件制造；汽车零配件零售；汽车零配件批发；塑料制品制造；塑料制品销售；电力电子元器件制造；电力电子元器件销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	车辆配件、模具的设计、研发、制造、加工
主要产品	护板等小件产品
核心技术	基于行业积累经验和沉淀、主机厂的常年合作，掌握有注塑、装配等生产工艺
注册地址	常州市新北区孟河镇九龙路 18 号
实际生产经营地	常州市新北区孟河镇九龙路 18 号

安江科技的核心技术系基于行业积累经验和沉淀、主机厂的常年合作而形成，与发行人相互独立，且安江科技与发行人实际生产经营地相互独立。

(2) 财务独立

安江科技设置了独立的财务部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立在银行开户，安江科技具有独立的财务系统，不存在与发行人共用或混用财务系统的情形，亦不存在与发行人共用财务人员、银行账户的情形。

(3) 专利和商标商号

截至本回复出具日，安江科技不存在商标，商号为“安江”，其专利情况如下：

序号	专利名称	专利权人	发明人	专利类型	专利号	申请日期	法律状态	取得方式
1	一种碳纤维复合材料车载储物盒	安江科技	蒋志渊	实用新型	ZL202222325786.7	2022.9.1	专利权维持	原始取得
2	一种碳纤维复合材料摄像头遮蔽装置	安江科技	蒋志渊	实用新型	ZL202222328228.6	2022.9.1	专利权维持	原始取得

安江科技独立配备研发人员并自行研发专利技术且专享专利权，不存在与发行人共用专利技术和技术人员的情形，安江科技独立享有商号，不存在与发行人共用商号的情形。

(4) 历史沿革

①安江科技设立

安江科技系由自然人蒋志渊和常州安江于2020年7月出资设立的有限公司，设立时公司名称为“常州安江车辆科技有限公司”。

安江科技设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	常州安江	300.00	60.00
2	蒋志渊	200.00	40.00
合计		500.00	100.00

②2020年11月，安江科技第一次股权转让

2020年10月28日，安江科技召开股东会，审议通过以下事项：1) 同意股东常州安江将其持有的安江科技的200万元出资额转让给新股东王真祥，同意股东常州安江将其持有的安江科技100万元出资额转让给股东蒋志渊；变更后各股

东出资情况为：蒋志渊以货币形式出资 300 万元，占注册资本的 60%，王真祥以货币形式出资 200 万元，占注册资本的 40%；2）同意制订并通过公司新章程。

本次股权转让后，安江科技的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	蒋志渊	300.00	60.00
2	王真祥	200.00	40.00
合计		500.00	100.00

③2021 年 9 月，安江科技第一次增资

2021 年 9 月 6 日，安江科技召开股东会，审议通过以下事项：1）同意公司注册资本增加至 800 万元，增加的 300 万元，由股东石文天以货币方式认缴 300 万元，以上增资均于 2045 年 7 月 31 日前缴足；2）同意公司增设经理一职，由执行董事聘任和解聘；3）决议通过公司新章程。

本次增资后，安江科技的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	蒋志渊	300.00	37.50
2	石文天	300.00	37.50
3	王真祥	200.00	25.00
合计		800.00	100.00

④2022 年 7 月，安江科技第一次减资

2021 年 11 月 2 日，安江科技召开股东会，审议通过以下事项：1）同意公司注册资本减少至 600 万元，减少的 200 万元，其中股东蒋志渊减少出资 100 万元；股东王真祥减少出资 100 万元；2）决议通过公司新章程（修正案）。

本次减资后，安江科技的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	石文天	300.00	50.00
2	蒋志渊	200.00	33.33
3	王真祥	100.00	16.67

合计	600.00	100.00
----	--------	--------

截至本回复出具日，安江科技股权结构未再发生变化。

发行人及其控股股东、实际控制人未对安江科技直接或间接持股，未对安江科技实施控制或影响，安江科技在历史沿革方面与发行人相互独立。

7、重合客户、供应商情况

(1) 重合客户、供应商概况

发行人主要客户包括比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团，安江主体主要客户系中国长安汽车集团有限公司。报告期内安江主体与发行人仅在 2021 年有重合客户泰州诺博，具体情况为：2021 年长城汽车泰州基地因建设初期产能不足寻求公司合作，合作内容为 A01 项目的保险杠。2022 年其基地已完工改为自产，公司便不再向其供应保险杠产品。安江主体 2017 年与长城汽车建立合作关系，主要供应汽车内外饰小件，2021 年与泰州诺博产生少量交易，合作内容为 A08 项目的后门装饰板。

2021 年安江主体及发行人的对重合客户的交易情况如下：

单位：万元

项目	安江主体		江苏永成	
	金额	占比	金额	占比
对重叠客户的销售收入	160.00	0.46%	2,031.59	3.75%
对重叠客户的毛利	29.38	0.57%	673.95	5.18%

注：销售收入/毛利占比为销售收入/毛利占主营业务收入/毛利的比例

安江主体与发行人在报告期内存在重合供应商，存在重合供应商的主要原因为：①发行人与安江主体同属汽车零部件行业，产品或生产工序存在相同或相似情形，由于客户对材料质量等要求较高，由客户对材料品牌进行指定，该类供应商包括上海金发科技发展有限公司、上海普利特复合材料股份有限公司、立邦涂料（中国）有限公司、江阴市荣新塑化有限公司；②模具供应商均需满足主机厂合格供应商名录，发行人及安江主体根据主机厂的模具供应商范围进行招标定点，故存在向相同模具供应商采购的情形；③部分材料采购规模不高，部分材料周边供应较少，或具有一定通用性，故存在一定重合，该类客户包括昆山凯美科环保科技有限公司、常州市荣江物资有限公司、江苏兆鋈新材料股份有限公司及部分

包装物供应商；④发行人与安江主体同处常州市新北区孟河镇，故基于便利性及成本考虑向周边供应商采购外协件或外协加工服务，故存在部分外协供应商重合的情形。

报告期各期，安江主体与发行人各类别重合供应商交易概况如下：

单位：万元

		项目	客户指定或提供名单的供应商	非客户指定或提供名单的供应商	合计
安江主体	2023年 1-6月	金额	3,560.39	722.05	4,282.44
		占采购总额比例	20.58%	4.17%	24.75%
		占重合供应商采购总额比例	83.14%	16.86%	100.00%
	2022年度	金额	5,696.66	1841.69	7,538.35
		占采购总额比例	21.71%	7.00%	28.71%
		占重合供应商采购总额比例	75.57%	24.43%	100.00%
	2021年度	金额	8,564.48	1234.31	9,798.79
		占采购总额比例	36.16%	5.20%	41.36%
		占重合供应商采购总额比例	87.40%	12.60%	100.00%
	2020年度	金额	4,168.23	401.54	4,569.77
		占采购总额比例	19.20%	1.84%	21.04%
		占重合供应商采购总额比例	91.21%	8.79%	100.00%
江苏永成	2023年 1-6月	金额	5,714.26	2,541.29	8,255.55
		占采购总额比例	17.15%	7.63%	24.78%
		占重合供应商采购总额比例	71.99%	28.01%	100.00%
	2022年度	金额	9,228.54	4,476.59	13,705.13
		占采购总额比例	17.02%	8.25%	25.27%
		占重合供应商采购总额比例	68.80%	31.20%	100.00%
	2021年度	金额	4,575.87	3845.3	8,421.17
		占采购总额比例	14.50%	12.16%	26.66%
		占重合供应商采购总额比例	54.34%	45.66%	100.00%
	2020年度	金额	4,298.13	2567.47	6,865.60
		占采购总额比例	17.12%	10.23%	27.35%

		占重合供应商采购总额比例	62.60%	37.40%	100.00%
--	--	--------------	--------	--------	---------

(2) 重合客户、供应商基本情况

①重合客户

诺博汽车零部件（泰州）有限公司基本信息如下：

公司名称	诺博汽车零部件（泰州）有限公司
成立日期	2019年9月10日
注册资本	10,000万元
股东信息	诺博汽车系统有限公司持股100%
所属主机厂	长城汽车
经营范围	汽车座椅、汽车零部件、汽车配件、金属制品、橡胶制品、塑料制品的制造、检测、设计、研发和技术服务、咨询服务、销售及售后服务；电子设备及机械设备的制造；模具加工制造；普通货物道路运输；普通仓储服务；企业自有房屋及设备的租赁；货物或技术进出口

上述重合客户与发行人、安江主体及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员等关联方之间均不存在关联关系或其他利益安排。

②重合供应商

重合供应商基本信息如下：

公司名称	注册日期	注册资本	主要股东	主要材料种类
上海金发科技发展有限公司	2001-10-11	37,000万元	金发科技股份有限公司（600143.SH）持股100%	塑料粒子
上海普利特复合材料股份有限公司（002324.SZ）	1999-10-28	101,743.1917万元	周文持股44.08%	塑料粒子
常州市荣江物资有限公司	1985-05-20	800万元	何祥荣持股74.01%	塑料粒子
江苏兆璠新材料股份有限公司	2009-03-10	5,814万元	鲁平才直接持股13.65%，通过句容市育达实业投资有限公司持股68.23%	塑料粒子
立邦涂料（中国）有限公司	1992-12-13	1,900万美元	日本涂料控股有限公司持股51%，立邦控股（新加坡）私人有限公司持股49%	油漆

江阴市荣新塑化有限公司	1996-06-13	1,200 万元	金禹东持股 51%，金惠荣持股 49%	油漆
常州宇佳车辆配件有限公司	2011-11-07	50 万元	余苏菊持股 100%	金属支架
丹阳市水木然车辆部件有限公司	2017-04-05	100 万元	陈斌殊持股 60%	外协喷漆件
丹阳新盛斐汽车零部件有限公司	2017-06-19	100 万元	汪盛持股 100%	外协包覆件
江苏和盛缘电镀有限公司	1986-01-26	600 万元	何新宇持股 16.6667%，徐志丹持股 16.6667%，王妍持股 16.6667%，陆明华持股 16.6667%，徐雪生持股 16.6667%，田新华持股 16.6667%	外协电镀件
江苏博凯汽车零部件有限公司	2022-05-10	1,000 万元	吉林峰持股 100%	金属支架
浙江凯华模具有限公司	2000-12-11	1,091.77 万元	梁正华持股 68.70%，王秀君持股 22.90%	模具
台州市黄岩佳腾模具有限公司	2004-11-15	50 万元	赵华定持股 60%，叶素君持股 40%	模具
昆山凯美科环保科技有限公司	2010-01-04	50 万元	徐炳根持股 50%，张蓉蓉持股 50%	水处理剂
江苏博轩物流科技有限公司	2018-03-27	1,000 万元	张海成持股 60%	包装物
江阴奇林贸易有限公司	2010-09-21	30 万元	胡建英持股 70%	包装物
无锡市百事恒包装材料有限公司	2015-05-18	100 万元	董必龙持股 60%，赵晓玉持股 40%	包装物

上述重合供应商与发行人、安江主体及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员等关联方之间，不存在关联关系或其他利益安排。

(3) 重合客户、供应商交易情况

①重合客户交易情况

报告期内安江主体与发行人仅在 2021 年有重合客户泰州诺博。2021 年安江主体及发行人对泰州诺博的收入、毛利占比如下：

单位：万元

项目	安江主体	江苏永成
对泰州诺博的销售收入金额	160.00	2,031.59

主营业务收入	34,732.18	54,142.32
占比	0.46%	3.75%
对泰州诺博的毛利金额	29.38	673.95
主营业务毛利	5,129.66	13,023.15
占比	0.57%	5.18%

2021 年安江主体及发行人对泰州诺博的销售收入占其主营业务收入的比例及毛利占其主营业务毛利总额的比例较低。

②重合供应商交易情况

报告期内安江主体及发行人对各重合供应商的采购额及占采购总额比例如下：

单位：万元

类别	公司名称	安江主体								江苏永成							
		2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度		2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料 粒子	上海金发科技发展有限公司	2,299.07	13.29%	2,472.37	9.42%	3,708.45	15.66%	2,972.36	13.69%	2,831.31	8.50%	4,884.48	9.01%	3,053.93	9.67%	2,659.84	10.59%
	上海普利特复合材料股份有限公司	587.87	3.40%	1,619.45	6.17%	959.48	4.05%	796.20	3.67%	84.41	0.25%	181.16	0.33%	384.30	1.22%	4.88	0.02%
	常州市荣江物资有限公司	85.04	0.49%	145.58	0.55%	221.19	0.93%	82.14	0.38%	120.43	0.36%	315.14	0.58%	337.78	1.07%	226.65	0.90%
	江苏兆鋈新材料股份有限公司	17.29	0.10%	436.70	1.66%	468.72	1.98%	58.85	0.27%	213.42	0.64%	379.78	0.70%	459.39	1.45%	383.40	1.53%
油漆	立邦涂料（中国）有限公司	673.45	3.89%	622.28	2.37%	458.15	1.93%	399.67	1.84%	620.85	1.86%	625.26	1.15%	298.55	0.95%	9.83	0.04%

	江 阴 市 荣 新 塑 化 有 限 公 司	-	-	681.14	2.60%	3,438.40	14.52%	-	-	-	-	-	-	176.35	0.56%	1.36	0.01%
外 协 件	常 州 宇 佳 车 辆 配 件 有 限 公 司	-	-	197.04	0.75%	134.38	0.57%	130.64	0.60%	17.02	0.05%	35.72	0.07%	487.45	1.54%	144.28	0.57%
	丹 阳 市 水 木 然 车 辆 部 件 有 限 公 司	338.09	1.95%	613.58	2.34%	189.85	0.80%	-	-	506.93	1.52%	1,059.40	1.95%	919.69	2.91%	543.85	2.17%
	丹 阳 新 盛 斐 汽 车 零 部 件 有 限 公 司	54.86	0.32%	77.94	0.30%	31.32	0.13%	-	-	-	-	1.94	0.00%	124.56	0.39%	94.52	0.38%
	江 苏 和 盛 缘 电 镀 有 限 公 司	-	-	1.16	0.00%	-	-	-	-	1,061.14	3.18%	1,546.62	2.85%	1,091.13	3.45%	869.85	3.46%
	江 苏 博 凯 汽 车 零 部 件 有 限 公 司	88.26	0.51%	123.90	0.47%	-	-	-	-	301.35	0.90%	292.40	0.54%	-	-	-	-

模具	浙江凯 华模具 有限公司	-	-	80.18	0.31%	-	-	-	-	2,177.68	6.54%	3,376.14	6.23%	631.77	2.00%	1,603.64	6.39%
	台州市佳 黄岩模 具有限 公司	-	-	221.24	0.84%	-	-	-	-	-	-	161.50	0.30%	30.97	0.10%	18.58	0.07%
环保 试剂	昆山凯 美科环 保科技 有限公 司	39.89	0.23%	70.77	0.27%	49.75	0.21%	47.16	0.22%	113.83	0.34%	189.48	0.35%	217.22	0.69%	162.01	0.65%
包装 物	江苏博 轩物流 科技有 限公司	4.16	0.02%	12.64	0.05%	14.87	0.06%	2.96	0.01%	-	-	241.66	0.45%	-	-	-	-
	江阴奇 林贸易 有限公 司	39.48	0.23%	64.01	0.24%	33.07	0.14%	24.46	0.11%	34.16	0.10%	111.08	0.20%	15.18	0.05%	16.95	0.07%
	无锡市 百事恒 包装材 料有限 公司	54.98	0.32%	98.37	0.37%	91.16	0.38%	55.33	0.25%	173.02	0.52%	303.37	0.56%	192.90	0.61%	125.96	0.50%

重合供应商合计	4,282.44	24.75%	7,538.35	28.71%	9,798.79	41.38%	4,569.77	21.04%	8,255.55	24.78%	13,705.13	25.27%	8,421.16	26.66%	6,865.60	27.34%
---------	----------	--------	----------	--------	----------	--------	----------	--------	----------	--------	-----------	--------	----------	--------	----------	--------

对报告期内重合供应商的分析如下：

1) 塑料粒子类重合供应商

A.对上海金发科技发展有限公司采购情况

报告期内，公司与安江主体向上海金发科技发展有限公司采购的物资主要为 PP 类塑料粒子，采购的 PP 类塑料粒子单价情况如下：

单位：元/kg

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
江苏永成	10.65	11.42	11.74	11.33
安江主体	9.60	11.19	10.99	10.74

报告期各期，公司与安江主体向上海金发科技发展有限公司采购的同类产品的单价不存在明显差异，安江主体的采购单价略低于公司，主要系采购的同类产品中不同规格之间的价格差异所致。

B.对上海普利特复合材料股份有限公司的采购情况

报告期内，公司向上海普利特复合材料股份有限公司采购的产品主要为 PP+EPDM-T20 和 PP+LGF20 型号塑料粒子，安江主体向上海普利特复合材料股份有限公司采购的产品主要为 ABS 类塑料粒子，故存在一定差异。基于行业地位、产品结构和所处区域等因素，选择同为公司前五大供应商的上海金发科技发展有限公司作为可比公司，对比双方 PP+EPDM-T20 和 PP+LGF20 的采购价格，具体情况如下：

单位：元/kg

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
江苏永成采购 PP+EPDM-T20 单价	-	9.94	10.00	10.00
江苏永成采购 PP+LGF20 单价	13.20	13.08	11.50	-
江苏永成向上海金发科技发展有限公司采购 PP+EPDM-T20 单价	9.77	10.57	10.97	10.42
江苏永成向上海金发科技发展有限公司采购 PP+LGF20 单价	10.75	11.91	12.05	11.01
安江主体采购单价	11.46	12.05	14.66	14.32

报告期各期，公司向上海普利特复合材料股份有限公司的采购单价与上海金

发科技发展有限公司的采购单价不存在明显差异。

C.对常州市荣江物资有限公司的采购情况

报告期内，公司向常州市荣江物资有限公司采购的主要产品为 ABS 塑料粒子，安江主体向常州市荣江物资有限公司采购的主要产品为 ABS 塑料粒子和黑母粒，对比公司与安江主体向常州市荣江物资有限公司采购单价情况如下：

单位：元/kg

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
江苏永成采购单价	10.42	11.73	15.90	14.01
安江主体采购单价	9.65	11.57	15.42	13.61

报告期各期，公司与安江主体向常州市荣江物资有限公司采购的 ABS 材料不存在明显差异。

D.对江苏兆鋈新材料股份有限公司采购情况

报告期内，公司向江苏兆鋈新材料股份有限公司采购的产品主要为 PP+EPDM-T20，占比达 95%以上，因采购规格型号不同，与安江主体采购单价存在一定差异。基于行业地位、产品结构和所处区域等因素，选择同为公司前五大供应商的苏州禾昌聚合材料股份有限公司作为可比公司，对比双方 PP+EPDM-T20 的采购价格，具体情况如下：

单位：元/kg

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
江苏永成	9.93	9.57	8.98	8.39
安江主体	7.52	7.84	7.63	7.57
苏州禾昌聚合材料股份有限公司	9.04	9.53	9.42	9.15

报告期各期，公司向江苏兆鋈新材料股份有限公司的采购单价与苏州禾昌聚合材料股份有限公司的采购单价不存在明显差异。

2) 油漆类重合供应商

A.对立邦涂料（中国）有限公司的采购情况

报告期内，公司与安江主体向立邦涂料（中国）有限公司采购的产品主要为油漆类产品。公司与安江主体向立邦涂料（中国）有限公司采购的相似油漆类产

品单价情况如下：

单位：元/kg

公司名称	类别	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
江苏永成	底漆（导电底漆L-20）	42.00	42.00	42.00	-
	清漆	46.23	45.10	45.00	-
	固化剂（AP-2000 固化剂）	62.00	62.00	62.00	-
	稀释剂	17.00	17.08	16.41	16.24
	面漆	69.32	61.10	56.14	55.53
安江主体	底漆（导电底漆L-20）	49.57	49.57	49.57	49.57
	清漆	51.00	51.29	52.24	51.92
	固化剂（AP-2000 固化剂）	64.93	64.96	64.96	64.96
	稀释剂	14.11	14.17	14.17	14.15
	面漆	50.13	60.42	52.10	49.73

报告期各期，公司采购的底漆和固化剂单价较低，主要系采购数量较大，供应商给予了一定的价格优惠所致，其他产品的价格差异主要系产品颜色、性能及用料不同所致。

B.对江阴市荣新塑化有限公司的采购情况

报告期内，公司与安江主体向江阴市荣新塑化有限公司采购的物资主要为油漆类产品。公司与安江主体向江阴市荣新塑化有限公司采购的相似油漆类产品单价情况如下：

单位：元/kg

公司名称	类别	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
江苏永成	底漆	-	-	37.00	37.00
	清漆	-	-	35.99	38.89
	固化剂	-	-	65.00	65.34
	稀释剂	-	-	13.50	13.86
江苏永成	向立邦涂料购买的固化剂	62.00	62.00	62.00	-

安江主体	底漆	-	40.67	38.52	-
	清漆	-	37.53	35.56	-
	固化剂	-	57.14	53.48	-
	稀释剂	-	14.88	14.73	-

报告期各期，公司与安江主体向江阴市荣新塑化有限公司采购的同类产品的单价不存在明显差异，公司向江阴市荣新塑化有限公司采购的固化剂与向立邦涂料（中国）有限公司采购的固化剂单价不存在明显差异。

3) 外协件重合供应商

A.对常州宇佳车辆配件有限公司的采购情况

报告期内，公司与安江主体向常州宇佳车辆配件有限公司采购的主要重合产品为金属支架，具体采购价格情况如下：

单位：元/个

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
江苏永成采购单价	-	2.35	4.77	1.81
安江主体采购单价	-	2.19	2.24	2.21

报告期内，安江主体的采购单价较为稳定。2020年度，公司整体采购单价较低，主要系当年公司采购的单价较低的门拉手盒支架占比较高所致；2021年度，公司整体采购单价较高，主要系当年公司采购的单价较高的大灯支架占比较高所致。剔除上述产品，公司2020年度和2021年度的采购单价分别为2.03元和2.68元，与安江主体采购单价不存在明显差异。

B.对丹阳市水木然车辆部件有限公司的采购情况

报告期内，公司与安江主体向丹阳市水木然车辆部件有限公司采购的主要重合产品为外协喷漆件，具体采购价格情况如下：

单位：元/个

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
江苏永成采购单价	12.34	8.38	9.99	10.69
安江主体采购单价	9.60	8.68	6.34	-

2021年度，公司整体采购单价较高，主要系当年公司采购的单价较高的门

装饰条和保险杠装饰条、装饰板占比较高所致；2023年1-6月，公司整体采购单价较高，主要系当年公司采购的单价较高的门内开装饰板和换挡面板亮条占比较高所致。剔除上述产品，公司2021年度和2023年1-6月的采购单价分别为6.58元和10.23元，与安江主体采购单价不存在明显差异。

C.对丹阳新盛斐汽车零部件有限公司的采购情况

报告期内，公司与安江主体向丹阳新盛斐汽车零部件有限公司采购的主要重合产品为外协包覆件，相关产品规格、型号、大小均不同，故价格不具有可比性，因此选取报告期内公司向丹阳新盛斐汽车零部件有限公司采购总额前五大的产品进行分析，具体情况如下：

单位：元/个

零件号	丹阳新盛斐汽车零部件有限公司价格	同期其他供应商价格
WB31524852	25.55	25.55
WB31524851	25.55	25.55
WB31524843	19.06	19.26
WB31524844	19.06	19.26
WB30628234	114.99	114.99

由上表可知，丹阳新盛斐汽车零部件有限公司的价格与同期其他供应商价格不存在明显差异。

D.对江苏和盛缘电镀有限公司的采购情况

报告期内，公司向江苏和盛缘电镀有限公司采购的主要产品为外协电镀件，安江主体向江苏和盛缘电镀有限公司采购少量的格栅装饰件，总额较小。

E.对江苏博凯汽车零部件有限公司的采购情况

报告期内，公司与安江主体向江苏博凯汽车零部件有限公司采购的主要重合产品为金属支架，具体采购价格情况如下：

单位：元/个

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
江苏永成采购单价	4.16	3.92	-	-
安江主体采购单价	2.18	2.21	-	-

报告期内，安江主体的采购单价较为稳定，公司整体采购单价较高，主要系公司采购的大灯支架和前保中部支架单价较高所致。剔除上述产品，公司 2022 年度和 2023 年 1-6 月的采购单价分别为 2.77 元和 2.17 元，与安江主体采购单价不存在明显差异。

4) 模具重合供应商

报告期内，公司与安江主体重合的模具供应商为台州市黄岩佳腾模具有限公司和浙江凯华模具有限公司，公司与安江主体向台州市黄岩佳腾模具有限公司、浙江凯华模具有限公司采购的产品主要为定制化模具，模具产品具有定制化程度高、产品规格差异大等特征，价格不具有可比性。双方均根据自身产品开发需要向台州市黄岩佳腾模具有限公司、浙江凯华模具有限公司定制化采购模具，不存在共同报价、产品混同的情形。

5) 环保试剂重合供应商

报告期内，公司与安江主体重合的环保试剂类供应商为昆山凯美科环保科技有限公司，公司向昆山凯美科环保科技有限公司采购的物资主要为水处理剂，整体采购金额较小。公司与安江主体向昆山凯美科环保科技有限公司采购的相似产品的采购单价情况如下：

单位：元/kg

公司名称	类别	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
江苏永成	A 剂	5.52	5.70	5.70	5.74
	B 剂	4.72	4.90	4.90	4.92
安江主体	A 剂	5.38	5.38	5.38	5.45
	B 剂	5.13	5.13	5.13	5.16

报告期各期，公司与安江主体向昆山凯美科环保科技有限公司采购的相似产品的单价不存在明显差异。

6) 包装物类重合供应商

A.对江苏博轩物流科技有限公司的采购情况

报告期内，公司向江苏博轩物流科技有限公司采购的主要产品为定制化仪表板围板箱，安江主体向江苏博轩物流科技有限公司采购的主要产品为定制化扰流

板围板箱。公司向江苏博轩物流科技有限公司采购的围板箱尺寸相对较大，故价格相对安江主体较高，具体如下：

单位：元/个

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
江苏永成采购单价	-	821.38	-	-
安江主体采购单价	594.82	743.36	646.57	-

B.对江阴奇林贸易有限公司的采购情况

报告期内，公司向江阴奇林贸易有限公司采购的产品主要为牛津袋、杜邦袋等包装物，安江主体向江阴奇林贸易有限公司采购的产品主要为周转布袋及羊毛球，双方采购的产品无相似产品重合。

C.对无锡市百事恒包装材料有限公司采购情况

报告期内，公司向无锡市百事恒包装材料有限公司采购的产品主要为气泡料/PE膜等包装物，安江向无锡市百事恒包装材料有限公司采购的产品主要为气泡膜、打包带等包装物，规格型号、计价方式均有较大差异，价格不具有可比性。

公司向无锡市百事恒包装材料有限公司采购的主要产品 PE 膜/袋与 PE 膜/袋的整体采购单价无显著差异，对比情况如下：

单位：元/个

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
向无锡市百事恒包装材料有限公司采购 PE 膜/袋单价	0.31	0.37	0.31	0.29
采购 PE 膜/袋整体单价	0.34	0.36	0.30	0.30

综上，安江主体中常州安江、江苏安江、定州安江和安江科技从事汽车零部件制造业务，涉及的主要产品包括保险杠、导流板、仪表板、护板等，发行人主要从事汽车内外饰件的设计、研发、生产和销售业务，主要产品包括保险杠总成、仪表板总成、门护板总成、外侧包围等，安江主体部分企业在主营业务和主要产品与发行人存在一定的相同性或相似性，安江主体部分主要客户和供应商与发行人存在重合、相同；但安江主体与发行人系独立经营的主体，安江主体在历史沿革、资产、人员、核心技术、实际生产经营地、财务系统、专利技术和商标商号等方面均与发行人保持独立，不存在关联关系，亦不存在共用或混用的情形。

（二）报告期内安江主体与发行人及其主要关联方的资金业务往来情况

报告期内，安江主体与江苏永成及其子公司、董事、监事、高级管理人员资金往来与业务往来关系如下：

主体	与发行人关系	与安江主体是否存在资金、业务往来
江苏永成	发行人	否
海南鑫永成	发行人子公司	否
河南俱成		否
株洲新瑞		否
武汉鹏成		否
蒋春平	董事长	否
蒋世超	董事、总经理	否
常红霞	董事、副总经理、财务总监、董事会秘书	否
陈小华	董事	否
邱岳冬	董事	否
姚胜	监事会主席	否
马绍勇	监事	否
吴刚	职工代表监事	否
贾爱琴	副总经理	否
潘剑锋	副总经理	否

（三）分析说明发行人与安江主体之间是否存在业务竞争关系，是否构成重大不利影响的同业竞争，应对措施是否有效

1、发行人与安江主体之间存在业务竞争关系，但不构成重大不利影响的同业竞争

安江主体中常州安江、江苏安江、定州安江和安江科技从事汽车零部件制造业务，经对比，安江主体部分企业与发行人从事相同或相似业务，存在业务竞争关系，但不属于《法律适用意见第 17 号》应当认定为构成同业竞争的情形，具体分析如下：

（1）蒋晓平及其家族系《法律适用意见第 17 号》规定的“其他亲属”

根据《法律适用意见第 17 号》的规定，如果发行人控股股东、实际控制人是自然人的，其配偶及夫妻双方的父母、子女控制的企业与发行人存在竞争关系的，应当认定为构成同业竞争；发行人的控股股东和实际控制人均系自然人，故应当认定构成同业竞争的主体为控股股东、实际控制人、其配偶及夫妻双方的父母、子女控制的企业。

发行人控股股东、实际控制人之一蒋春平的兄弟蒋晓平及其家族属于《法律适用意见第 17 号》规定的“其他亲属”，其控制的企业虽然与发行人从事相同或相似业务，存在着业务竞争关系，但不属于上述应当认定为构成同业竞争的情形。

（2）安江主体与发行人之间的业务竞争不构成重大不利影响

发行人主要从事汽车内外饰件的设计、研发、生产和销售，主要产品包括保险杠总成、仪表板总成、门护板总成、外侧包围等，安江主体主要从事内外装饰件，主要产品包括保险杠、导流板、仪表板等，虽然发行人与安江主体从事的业务范围和产品信息存在重叠，但对于汽车内外饰行业而言，产品种类繁多、分布分散且具有多品种、定制化的生产特点，产品参数不同时车型产品不能通用，故产品存在相似但不相同，产品之间不具有完全替代性；同时，发行人与安江主体作为独立经营的实体企业，双方独立进行产品销售或提供服务，由于进入客户供应商体系需要经过复杂的认证且汽车零部件行业“一品一点”的采购模式，双方在长期的经营过程中形成了独立的客户群体，不存在相互或者单方让渡商业机会情形。2021 年长城汽车泰州基地因建设初期产能不足寻求发行人合作，因此报告期内发行人与安江主体仅在 2021 年存在一家重叠客户，即长城汽车之子公司泰州诺博，该客户收入占当期发行人及安江主体营业收入的比例均不超过 5%，占比较低。

发行人及其控股股东及实际控制人、蒋晓平及其安江主体均已出具承诺文件，承诺会继续独立经营且不存在利益输送的情形，故不会对发行人未来发展产生重大不利影响。

综上，发行人和安江主体间虽存在着业务竞争关系，但发行人与安江主体在产品或服务的定位、客户群体等方面存在差异，不存在非公平竞争的情形，不存

在相互或者单方让渡商业机会的情形，亦不存在利益输送的情形，不会对发行人构成重大不利影响。

（3）安江主体与发行人就历史沿革、资产等方面均保持独立

根据《法律适用意见第 17 号》的规定，发行人控股股东、实际控制人的其他亲属及其控制的企业与发行人存在竞争关系的，应当充分披露前述相关企业在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面对发行人独立性的影响，报告期内交易或者资金往来，销售渠道、主要客户及供应商重叠等情况，以及发行人未来有无收购安排。

安江主体在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面均与发行人相互保持独立，报告期内不存在交易或资金往来，虽存在部分主要客户及供应商重叠的情形，但客户及供应商均系其自行开拓，不存在共用销售渠道、采购渠道的情形；发行人已按照《法律适用意见第 17 号》的要求进行了充分披露，详见本题之“一、结合安江主体企业的基本情况，包括但不限于主营业务、主要财务数据、主要产品和核心技术、主要客户和供应商、历史沿革、资产、人员、实际生产经营地、财务系统、商标商号等方面与发行人之间的关联关系和异同情况，报告期各期重合客户供应商及收入、毛利占比情况”的相关回复；同时，发行人未来无收购安排。

2、应对同业竞争的措施

为保持安江主体与发行人之间业务等各方面的独立性，避免同业竞争情形，相关主体出具了承诺函，具体内容如下：

（1）发行人出具承诺

发行人出具《关于公司与特定企业不存在利益安排的承诺函》，承诺：“1、常州安江、江苏安江、常州安信、定州安江、安江凯姆和安江科技的资产、业务、技术、客户及供应商资源均不来源于本公司，本公司从未对以上企业提供资产、技术、人员、财务和业务等任何方面的资助或协助。公司自行开发客户及供应商，不存在与以上企业共用客户渠道的情形。存在部分供应商重叠，相关采购均基于真实交易，不存在共用供应商渠道的情形，不存在利用供应商进行利益输送情形；2、本公司与常州安江、江苏安江、常州安信、定州安江、安江凯姆和安江科技及其股

东不存在任何形式的股权、期权、债权、资金、收益权等利益安排或输送；本公司日后亦不会与以上企业及其股东发生或进行任何形式的利益安排或输送；3、本公司与常州安江、江苏安江、常州安信、定州安江、安江凯姆和安江科技没有任何资金往来，不存在业务、技术、资产混同的情形；本公司不以任何形式对蒋晓平及其配偶、子女、子女的配偶从事的任何企业（以下简称“特定企业”）进行投资、提供资助、担保或发生其他经济业务往来；不以任何形式参与特定企业的经营；本公司与特定企业保持资产、人员、财务、机构、业务、技术等方面的相互独立，不与特定企业发生任何形式的捆绑采购或联合议价，不与特定企业发生任何形式的利益输送。”

(2) 发行人控股股东、实际控制人出具承诺

发行人控股股东、实际控制人蒋春平、贾爱琴、蒋世超出具《关于保障公司与特定企业相互独立的措施之承诺函》，承诺：“1、本人及直系亲属拥有江苏永成控制权或持有江苏永成 5%以上股权期间，不以任何形式对蒋晓平、李祥妹、蒋慧雅及蒋志渊从事的任何企业（以下简称“特定企业”）进行投资、提供资助、担保或发生其他经济业务往来；不以任何形式参与特定企业的经营；江苏永成与特定企业保持资产、人员、财务、机构、业务、技术等方面的相互独立，不与特定企业发生任何形式的捆绑采购或联合议价，不与特定企业发生任何形式的利益输送；2、本人及直系亲属担任江苏永成董事或高级管理人员期间，将尽一切可能之努力保持江苏永成与特定企业之间在资产、技术、人员、财务和业务等各方面完全独立，不发生任何资金往来；3、自江苏永成首次公开发行股票并上市之日起，在本人及直系亲属拥有江苏永成控制权或持有江苏永成 5%以上股权的情况下，将通过行使股东权利保证江苏永成不以任何方式投资、收购特定企业，且承诺长期有效。上述本声明、承诺与保证将持续有效，直至本人及直系亲属不再对公司有重大影响为止。”

发行人控股股东、实际控制人蒋春平、贾爱琴、蒋世超出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：“1、截至本承诺函签署之日，本人及本人直接或间接控制的下属企业目前及将来不会在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与江苏永成及其下属企业相竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事。2、

自本承诺函签署之日起，本人及本人直接或间接控制的下属企业承诺将不会在中国境内或境外：（1）单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与江苏永成及其下属企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；（2）直接或间接投资、收购竞争企业，拥有从事与江苏永成及其下属企业可能产生同业竞争企业的任何股份、股权，或在任何竞争企业有任何权益；（3）以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。3、自本承诺函签署之日起，凡本人及本人直接或间接控制的下属企业有任何商业机会可发展、经营或协助经营、参与、从事可能会与江苏永成及其下属企业目前及未来的主营业务构成同业竞争的业务，本人及本人直接或间接控制的下属企业会将该等商业机会让予江苏永成。4、如违反以上承诺，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给江苏永成造成的所有直接或间接损失。5、本承诺函在本人作为江苏永成的控股股东及实际控制人期间内持续有效且不可变更或撤销。6、‘下属企业’就本承诺函的任何一方而言，指由其（1）持有或控制 50%或以上已发行的股本或享有 50%或以上的投票权（如适用），或（2）有权享有 50%或以上的税后利润，或（3）有权控制董事会之组成或以其他形式控制的任何其他企业或实体（无论是否具有法人资格），以及该其他企业或实体的下属企业。”

（3）蒋晓平出具承诺

蒋晓平出具《关于与特定企业不存在利益安排的承诺函》，承诺：“1、相关主体的资产、业务、技术、客户及供应商资源均不来源于江苏永成，相关主体从未对江苏永成提供资产、技术、人员、财务和业务等任何方面的资助或协助。相关主体自行开发客户，不存在与江苏永成共用客户渠道的情形。因本地产业聚集，存在部分供应商重叠，相关采购均基于真实交易，不存在共用供应商渠道的情形、不存在利用供应商进行利益输送情形；2、相关主体与江苏永成及其股东不存在任何形式的股权、期权、债权、资金、收益权等利益安排或输送；相关主体日后亦不会与江苏永成及其股东发生或进行任何形式的利益安排或输送；3、相关主体与江苏永成没有任何资金往来，不存在业务、技术、资产混同的情形；相关主体不以任何形式对蒋春平及其配偶、子女、子女的配偶从事的任何企业（以下简称‘特定企业’）进行投资、提供资助、担保或发生其他经济业务往来；不以任何形式参与特定企业的经营；相关主体与特定企业保持资产、人员、财务、

机构、业务、技术等方面的相互独立，不与特定企业发生任何形式的捆绑采购或联合议价，不与特定企业发生任何形式的利益输送。”

(4) 安江主体部分企业出具承诺

安江主体中存在实际经营业务的常州安江、江苏安江、定州安江、安江科技出具《关于与江苏永成汽车零部件股份有限公司相互独立、不存在利益输送的承诺》，承诺：“1、我公司的资产、业务、技术、客户及供应商资源均不来源于江苏永成汽车零部件股份有限公司，我公司从未对江苏永成汽车零部件股份有限公司提供资产、技术、人员、财务和业务等任何方面的资助或协助。我公司自行开发客户，不存在与江苏永成汽车零部件股份有限公司共用客户渠道的情形。因本地产业聚集，存在部分供应商重叠，相关采购均基于真实交易，不存在共用供应商渠道的情形、不存在利用供应商进行利益输送情形；2、我公司与江苏永成汽车零部件股份有限公司及其股东不存在任何形式的股权、期权、债权、资金、收益权等利益安排或输送；我公司日后亦不会与江苏永成汽车零部件股份有限公司及其股东发生或进行任何形式的利益安排或输送；3、我公司与江苏永成汽车零部件股份有限公司没有任何资金往来，不存在业务、技术、资产混同的情形；我公司不以任何形式对蒋春平及其配偶、子女、子女的配偶从事的任何企业（以下简称‘特定企业’）进行投资、提供资助、担保或发生其他经济业务往来；不以任何形式参与特定企业的经营；我公司与特定企业保持资产、人员、财务、机构、业务、技术等方面的相互独立，不与特定企业发生任何形式的捆绑采购或联合议价，不与特定企业发生任何形式的利益输送。”

综上，发行人与安江主体部分企业之间虽存在业务竞争关系，但不属于《法律适用意见第 17 号》应当认定同业竞争的情形且依据充分；发行人、控股股东和实际控制人、蒋晓平和安江主体部分企业已出具承诺采取有效措施避免同业竞争，上述承诺函对其构成合法和有效的约束，可有效避免其与发行人产生同业竞争，相关应对措施合法有效。

二、结合常州永成的基本情况，包括但不限于最近 3 年主要财务数据、主营业务演变情况、房屋和厂房租赁的具体内容、资产和人员情况等，说明 2018 年常州永成退出发行人的背景原因，报告期内常州永成对外担保和资金拆借情况，以及与发行人及其主要关联方、客户供应商的交易和资金往来的具体内容、原因及合理性，是否存在未披露的资金业务往来或利益输送的情形

（一）结合常州永成的基本情况，包括但不限于最近 3 年主要财务数据、主营业务演变情况、房屋和厂房租赁的具体内容、资产和人员情况等，说明 2018 年常州永成退出发行人的背景原因

1、常州永成的基本情况

（1）基本情况

名称	常州市永成车配厂
统一社会信用代码	91320411628219913P
成立日期	1997 年 7 月 6 日
注册资本	50 万元
企业类型	个人独资企业
经营范围	一般项目：助动车制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务演变情况	常州永成自设立起至永成有限 2017 年 6 月收购其经营性资产前，主要从事汽车零部件制造业务；2017 年 6 月收购完成后，常州永成不再从事生产经营活动，除 2020 年上半年从事熔喷布制造之外，仅有自有房产出租业务，与发行人不存在同业竞争关系
注册地址	常州市新北区小河镇滕村
主要生产经营地	常州市新北区孟河镇富平路 66 号
股东构成及控制情况	蒋春平持股 100%

（2）主营业务演变情况

常州永成自设立起至 2017 年 6 月，主要从事汽车零部件制造业务。2017 年 6 月，永成有限进行同一控制下业务重组，收购常州永成汽车零部件相关经营性资产和业务。业务重组完成后，常州永成不再从事生产经营活动，但仍保留相关债权债务，报告期内，除 2020 年上半年从事熔喷布业务之外，常州永成仅有自有房产出租业务，与发行人不存在同业竞争关系。

(3) 主要财务数据

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
总资产	1,606.82	1,700.10	1,950.10	2,454.55
净资产	-640.53	-712.63	-879.07	-1,008.54
营业收入	291.48	544.65	575.97	543.99
净利润	72.11	166.44	129.47	40.53

注：上述数据未经审计，常州永成净资产为负主要系2018年以总额1元将持有的江苏永成65%股权转让予蒋春平，以总额1元将持有的江苏永成5%股权转让予蒋世超。

(4) 资产情况

截至本回复出具日，常州永成主要资产为房产和土地，具体情况如下：

序号	所有权人	产权证编号	房屋坐落	建筑面积(m ²)	宗地面积(m ²)	使用期限至
1	常州永成	苏(2017)常州市不动产权第0090557号	孟河镇富平路66号	19,133.16	8,752.00	2065.10.29

(5) 房产和厂房租赁

截至本回复出具日，常州永成正在履行的房产和厂房租赁情况如下：

序号	出租方	承租方	租赁区域	面积(m ²)	租赁期限	租金	用途
1	常州永成	何焯平	一楼、二楼和三楼部分区域	6,700.00	2021.3.5-2031.3.4	150万元/年(前5年), 160万元/年(后5年)	经营超市
2	常州永成	戴晓栋	三楼	1,600.00	2021.1.30-2029.1.30	26万元/年(前3年), 28万元/年(后5年)	经营酒店
3	常州永成	常州伟俊亚金酒店管理有限责任公司	六楼和七楼	5,000.00	2021.5.30-2031.5.30	56万元/年(第1-3年), 58万元/年(第4-6年), 60万元/年(第7-10年)	经营酒店
4	常州永成	李文宽	四楼	2,800.00	2019.5.1-2028.4.30	18万元/年(第1和2年), 26万元/年(第3-5年), 28万元/年(第6-9年)	经营健身房
5	常州永成	谭桂香	一楼共用部分和五楼	3,000.00	2023.6.1-2031.5.31	32万元/年(第1年), 33万元/年(第2-3年)	经营洗浴室

						年)，35万元/年（后5年）	
6	常州永成	奚向阳	部分厂房	600.00	2019.8.1-2025.7.30	6.00万元/年	仓库
7	常州永成	陈开中	部分厂房	1,400.00	2019.6.15-2025.6.14	17.00万元/年	吹塑加工
8	常州永成	陈正青	部分厂房	1,080.00	2020.1.1-2028.12.31	18.36万元/年（第4-6年上涨5%，第7-9年再上涨5%）	注塑加工

（6）人员情况

常州永成报告期各期末员工人数如下：

单位：人

项目	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
员工人数	2	2	2	2

2、2018年常州永成退出发行人的背景原因

常州永成系蒋春平投资的个人独资企业，2018年常州永成退出发行人的背景原因系发行人当时筹划上市并准备股改，故而进行股权调整，决定将常州永成持有的全部发行人股权分别转让给蒋春平本人及其儿子蒋世超。

（二）报告期内常州永成对外担保和资金拆借情况

1、报告期内常州永成对外担保情况

报告期内，常州永成除对江苏永成提供担保外，不存在其他对外担保，向江苏永成提供的担保情况具体如下：

单位：万元

序号	担保方	被担保方	担保方式	担保金额	主债务发生期间	担保期限	是否履行完毕
1	常州永成、蒋春平、蒋世超、贾爱琴	江苏永成	抵押+保证	2,956.00	2017.12.08-2022.12.07	保证期限为主债务履行期满起两年	是
2	常州永成、海南鑫永成、开封永成、蒋春平、蒋世超、贾爱琴	江苏永成	保证	4,031.00	2018.06.05-2020.06.01	保证期限为主债务履行期满起两年	是
3	常州永成、海南鑫永成、开封永成、蒋春平、蒋世超、贾爱琴	江苏永成	保证	5,228.00	2019.06.10-2021.05.29	保证期限为主债务履行期满起两年	是

4	常州永成、蒋春平、蒋世超、贾爱琴	江苏永成	抵押+保证	460.00	2020.08.06-2025.08.05	保证期限为主债务履行期满起两年	否
5	常州永成、海南鑫永成、株洲新瑞、蒋春平、蒋世超、贾爱琴	江苏永成	保证	5,228.00	2020.11.18-2022.11.18	保证期限为主债务履行期满起两年	是
6	常州永成、蒋春平、蒋世超、贾爱琴	江苏永成	抵押+保证	3,506.00	2023.1.10-2028.1.10	保证期限为主债务履行期满起三年	否

2、报告期内常州永成资金拆借情况

常州永成系蒋春平设立的个人独资企业，故视同常州永成与蒋春平、贾爱琴、蒋世超之间的资金往来为蒋春平家庭账户之间的互转，不视为资金拆借。报告期内，常州永成除与蒋春平家庭成员之间的资金往来，与其他主体资金拆借的情况具体如下：

单位：万元

资金拆借方	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
蒋其平	-	-	-	-	210.00	210.00	-	-
迅吉精工	-	-	-	-	-	-	133.47	20.00

2019年、2020年常州永成向常州市迅吉精工机械有限公司（以下简称“迅吉精工”）分别借出120万元、20万元，2020年对迅吉精工部分债务减免后收回133.47万元。

2021年，常州永成更正所得税申报时，向蒋其平借款210.00万元，该笔款项在常州永成收到税收返还后偿还。

（三）常州永成与发行人及其主要关联方、客户供应商的交易和资金往来的具体内容、原因及合理性

常州永成系蒋春平设立的个人独资企业，报告期内，除与蒋春平家庭资金往来外，与发行人及其他主要关联方、客户供应商的资金往来情况具体如下：

单位：万元

交易及资金往来对方	与发行人关系	收入				支出				交易情况
		2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	

江苏永成	发行人	-	-	-	406.73	-	-	-	142.61	2020年，向江苏永成支付采购熔喷布设备及配套原材料款项，并向江苏永成收取期初应收款项
蒋其平	发行人关联方	-	-	210.00	-	-	-	210.00	-	2021年常州永成向蒋其平借款用于缴税
迅吉精工	发行人关联方	-	-	-	133.47	-	-	-	20.00	2019年、2020年常州永成向迅吉精工分别借出120万元、20万元，2020年部分债务减免后收回
江苏云昊电子科技有限公司	发行人关联方	-	-	153.13	16.50	-	-	-	-	2020年，常州永成向江苏云昊电子科技有限公司销售169.63万元熔喷布原材料
常州亚明钢结构工程有限公司	发行人供应商	-	-	-	-	-	-	-	30.00	常州永成支付厂房装修用钢结构款项
台州市黄岩翔鸽模具厂	发行人供应商	-	-	-	-	-	6.00	10.00	-	常州永成历史货款
唐山市丰润区安华底片袋厂	发行人供应商	-	-	-	-	-	-	-	4.77	常州永成历史货款
常州俊银车辆配件有限公司	发行人供应商	-	-	-	-	-	10.00	10.00	42.76	常州永成历史货款
新北区孟河军乐五金厂	发行人供应商	-	-	-	-	-	-	3.13	-	常州永成历史货款
常州晟宇包装材料有限公司	发行人供应商	-	-	-	-	-	-	-	1.85	常州永成历史货款
常州润辉包装材料有限公司	发行人供应商	-	-	-	-	-	-	-	1.67	常州永成历史货款
江苏海天机械销售有限公司	发行人供应商	-	-	-	-	-	-	-	1.47	常州永成历史货款

注：因常州永成系实际控制人蒋春平个人独资企业，视常州永成与实际控制人家庭之间的往来系家庭内部往来，上述金额中不包含该部分。

常州永成与发行人及其主要关联方、供应商的交易和资金往来主要为熔喷布业务货款、期初应收款、借款、历史货款及工程款，系其自身业务所需发生的资金往来，具有合理性。

（四）是否存在未披露的资金业务往来或利益输送的情形

常州永成报告期内除 2020 年上半年从事熔喷布制造之外，未从事其他生产经营活动，仅有自有房产出租业务，与发行人不存在同业竞争。除上述已披露的资金业务往来外，常州永成与发行人及其主要关联方、客户供应商之间不存在其他资金业务往来。报告期内，常州永成与发行人及其主要关联方、客户供应商的交易和资金往来主要为熔喷布业务货款、期初应收款、借款、历史货款及工程款，系其自身业务所需发生的资金往来，不存在利益输送情形。

三、结合常红霞及其关系密切亲属投资和控制的企业情况，关联企业注销或转让前的主营业务和资产经营情况等，说明常州斯克思汽车用品有限公司和常州斯克思精工机械有限公司的字号相同但实际控制人不同的原因及合理性，常红霞投资和控制的企业是否与发行人存在同业竞争或利益输送情形；部分关联企业对外转让或注销的背景原因和主要内容，转让或注销前后与发行人及其客户供应商的资金业务往来情况

（一）结合常红霞及其关系密切亲属投资和控制的企业情况，常州斯克思汽车用品有限公司和常州斯克思精工机械有限公司的字号相同但实际控制人不同的原因及合理性，常红霞投资和控制的企业是否与发行人存在同业竞争或利益输送情形

1、常红霞及其关系密切亲属投资和控制的企业情况及是否与发行人存在同业竞争或利益输送情形

截至本回复出具日，常红霞及其关系密切亲属投资和控制的企业情况如下：

序号	关联方名称	关联关系	经营范围	主营业务	是否存在同业竞争	是否存在利益输送
1	常州斯克思汽车用品有限公司	常红霞担任执行董事、总经理并持股 60%，	电子元器件、冲压件的研发，设计，制造，加工及销售。（依法须经	未从事生产活动，仅进行自有	否	否

		常红霞的子女张常喆持股40%的企业	批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)一般项目：助动车制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	房产、厂房出租		
2	永成志同	常红霞持股20.8333%且担任执行事务合伙人的企业	以自有资金从事实业投资、创业投资（不得从事金融、类金融业务，依法需取得许可和备案的除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	员工持股平台	否	否
3	南通市远邦石油有限公司	常红霞配偶张桂祥间接投资的企业	柴油、煤油零售（限张黄港柴油零售点经营）；长江中下游及支流省际油船运输；国内沿海油船运输；从事船舶油料（燃料油）供应的港口经营；在港区内从事货物装卸、驳运、仓储、围油栏供应服务；化工产品销售[燃料油（水上油、循环油、原料油、重质油、凝析油、3#喷气燃料）、液蜡、沥青、粗白油销售]；进出口贸易（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；燃料油（闪点>61度）、液蜡、沥青调和、存储（限四号港分公司经营）；金属材料、木材、建筑材料销售；水处理设备制造、销售。（以上化工产品不含危险化学品）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：成品油批发（限危险化学品）；原油批发（依	油料（燃料油）销售	否	否

			法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)			
4	江苏云昊电子科技有限公司	常红霞妹妹常伟霞持股 60%，常伟霞配偶殷英明持股 40% 并担任执行董事的企业	电子元器件、汽车内外饰件、模具、冲压件的研发，设计，制造，加工及销售；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：产业用纺织制成品销售；面料纺织加工；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；医用口罩零售；医用口罩批发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；汽车零部件及配件制造；汽车零配件零售；汽车零配件批发；照明器具制造；照明器具销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	汽车改装装饰件	否	否
5	常州宏昇电子科技有限公司	常红霞妹妹常伟霞配偶殷英明持股 40% 的企业	嵌入式软件开发和销售；电子自动控制器的研发、生产、销售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	中央空调控制器、中央空调集中控制系统、工业自动控制器等相关业务	否	否

上述企业中，除江苏云昊电子科技有限公司（以下简称“云昊电子”）存在与发行人经营范围重合的情形之外，常红霞及其关系密切亲属投资和控制的其他

企业所从事业务内容均不涉及汽车零部件相关业务范围，不存在与发行人同业竞争情形，亦不存在为发行人垫付成本、费用、体外循环等利益输送的情形。

(1) 云昊电子基本情况

云昊电子系常伟霞及其配偶殷英明 100%持股的企业，常伟霞系常红霞的妹妹。云昊电子基本情况如下：

公司名称	江苏云昊电子科技有限公司
成立日期	2016年4月1日（成立前常伟霞经营的主体为常州市云昊冲件厂，成立于2003年9月，于2017年6月注销）
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
注册地	常州市新北区孟河镇通江工业园青河路
股东构成及控制情况	常伟霞持股 60%，常伟霞配偶殷英明持股 40%
主营业务及主要产品	主要从事汽车改装装饰件业务，主要产品为用于汽车改装用的皮卡手动平盖、电动平盖、铁杠、中网、龙门架、脚踏板、行李架
主要工艺	冲压、注塑

2016年3月29日，常伟霞与殷英明签署了《江苏云昊电子科技有限公司章程》，约定云昊电子注册资本为1,000.00万元。其中常伟霞以货币出资600.00万元，殷英明以货币出资400.00万元。

2016年4月1日，常州国家高新技术产业开发区（新北区）市场监督管理局向云昊电子核发了统一社会信用代码为91320411MA1MH74L8C的《营业执照》。

云昊电子设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	常伟霞	6,00.00	60.00%
2	殷英明	400.00	40.00%
合计		1,000.00	100.00%

设立后，云昊电子股权未发生变更。

(2) 云昊电子经营情况

云昊电子主要财务数据及经营情况具体如下：

	项目	2022年12月31日 /2022年度	2023年6月30日/2023 年1-6月
最近一年及一期主要财务数据	总资产（万元）	4,650.17	4,688.38
	净资产（万元）	4,036.29	4,261.65
	营业收入（万元）	4,254.10	2,026.31
	净利润（万元）	594.96	225.36
主要客户	常州宏昇电子科技有限公司、江苏伟袖汽车科技有限公司、常州皓伟汽车部件有限公司、合肥大中进出口有限公司、宁波市华钿越野汽车用品有限公司		
产品应用车型	福特 F150, 福特 F250, 福特猛禽, 福特 RANGER, 道奇公羊 RAM1500, 道奇公羊 2500, 道奇霸王龙, 雪佛兰 SILVERADO, 雪佛兰 COLCRADO, 通用 GMC, 丰田坦途, 丰田海拉克斯, 丰田塔库玛, JEEP, BRONCO 等美系皮卡		
主要供应商	常州市诚盛物资贸易有限公司、常州市瑞诺塑业有限公司、江苏钧骋车业有限公司、江阴市鑫飞铝业有限公司、常州市康庄物资有限公司		

注：以上数据未经审计。

云昊电子主要从事汽车改装装饰件业务，主要产品为用于皮卡汽车改装用的手动平盖、电动平盖、铁杠、中网、龙门架、脚踏板、行李架，主要应用于福特、道奇、雪佛兰、通用、丰田等皮卡车型，与发行人产品种类及应用领域均不同。

云昊电子与发行人业务独立，双方具有不同的客户群体及采购渠道，主要客户、供应商均不重合，与发行人不存在同业竞争的情形。

综上，云昊电子与发行人不存在同业竞争的情形，亦不存在为发行人垫付成本、费用、体外循环等利益输送的情形。

2、常州斯克思汽车用品有限公司和常州斯克思精工机械有限公司的字号相同但实际控制人不同的原因及合理性

常州斯克思精工机械有限公司（以下简称“斯克思精工”）成立于2015年4月22日，成立时股东为秦浩（持股51%）和蒋世超（持股49%），为秦浩实际控制的企业，2018年9月蒋世超受让秦浩持有的51%股权后将斯克思精工更名为“常州市迅吉精工机械有限公司”，2020年8月，蒋世超将迅吉精工对外转让。转让前，斯克思精工未实际经营，主要资产为土地及部分建筑。

斯克思精工名称变更过程如下：

日期	名称	股权结构	变更原因
2015年4月	常州斯克思精工机械有限公司	秦浩持股 51%，蒋世超持股 49%	秦浩根据英文“success”音译而来
2018年10月	常州市迅吉精工机械有限公司	蒋世超持股 100%	蒋春平和贾爱琴认为“斯克思”字号中文谐音寓意不好
2021年1月	常州斯克思精工机械有限公司	陈荷英持股 100%	补办建设工程规划许可证公司名称需与项目备案时公司名称一致

常州斯克思汽车用品有限公司（以下简称“斯克思汽车”）成立于 2015 年 9 月 14 日，股东为常红霞（持股 60%）和张常喆（持股 40%）母子。斯克思精工系新北区政府招商引资项目，故在项目备案等环节的审批流程受到当地政府支持，设立时的字号“斯克思”为秦浩根据英文“success”音译而来。此时，常红霞获悉斯克思精工相邻空地可以出让，因自身看好孟河地区的发展前景，拟获取该土地作为家庭投资。常红霞在取得当地政府同意后注册公司与当地政府签订意向协议，常红霞认为使用“斯克思”字号注册公司可能会在项目申报等审批环节能够得到便利，故使用“斯克思”字号注册公司。常红霞使用“斯克思”字号注册公司系个人便利考虑，与斯克思精工无利益关系。因此，斯克思汽车和斯克思精工的字号相同但实际控制人不同，具有合理性。

（二）部分关联企业对外转让或注销的背景原因和主要内容，转让或注销前后与发行人及其客户供应商的资金业务往来情况

报告期初至本回复出具日，注销或转让的关联企业（独立董事转让其控制的企业除外）包括斯克思精工、开封永成、海南浩展贸易有限公司（以下简称“海南浩展”）和上海宝明燃料油有限公司（以下简称“上海宝明”），上述企业注销或转让前的主营业务和资产经营情况如下：

项目	斯克思精工	开封永成	海南浩展	上海宝明
曾经存在的关联关系	发行人董事、总经理蒋世超执行董事、总经理并持股 100% 的企业，2020 年 8 月对外转让且不再任职	发行人全资子公司，2020 年 9 月对外转让	发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书常红霞之子张常喆持股 100% 股权的公司，2023 年 7 月注销	发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书常红霞配偶张桂祥担任执行董事、总经理并持股 90% 的企业，2022 年 10 月注销
成立时间	2015 年 4 月 22 日	2007 年 8 月 8 日	2020 年 7 月 30 日	2009 年 9 月 28 日
注册资本	6,000 万元	300 万元	500 万元	50 万元

转让前主营业务	未实际经营	转让前已停止经营	未实际经营	未实际经营
资产经营情况	有土地和部分建筑物	有房产和土地	无经营性资产	无经营性资产

上述企业对外转让或注销的背景原因和主要内容、转让或注销前后与发行人及发行人客户供应商的资金业务往来情况具体如下：

1、转让开封永成

2020年8月2日，江苏永成与郑州市鼎迅电器有限公司就开封永成股权转让事宜签订了《股权转让协议书》。本次股权转让后，郑州市鼎迅电器有限公司持有开封永成100%股权。

(1) 转让背景

发行人为向上海汽车股份有限公司郑州分公司等客户就近提供产品和服务，于2017年8月在郑州设立了子公司河南俱成，逐步替代开封永成成为发行人在河南区域的生产基地，为提升管理效率，优化管理结构，发行人将开封永成整体转出。

(2) 主要内容

① 转让过程及价格公允性

2020年8月2日，江苏永成与郑州市鼎迅电器有限公司就开封永成股权转让事宜签订了《股权转让协议书》。

2020年10月9日，发行人召开2019年度股东大会，审议通过《关于同意将开封永成车辆部件有限公司100%股权转让予郑州市鼎迅电器有限公司的议案》，就将发行人持有的开封永成100%股权以人民币1,580万元价格转让给郑州市鼎迅电器有限公司事项进行追认。

因转让开封永成时，开封永成仅有房产和土地，双方根据开封永成土地、房产市场价格情况协商确定。2020年10月19日，厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司就江苏永成转让开封永成股权事项出具《资产评估报告》（大学评估评报字[2020]960047号），评估基准日为2020年8月31日，其中房产评估净值为692.18万元，土地使用权评估价值为869.50万元，房产与土地使用权

合计为 1,561.68 万元。开封永成股权转让价格与评估值差距较小，因此价格公允。

②受让方基本情况

郑州市鼎迅电器有限公司基本情况如下：

公司名称	郑州市鼎迅电器有限公司
注册资本	100 万元
法定代表人	朱孔贵
成立日期	2012 年 9 月 25 日
公司住所	郑州高新技术产业开发区黄杨街南、红楠路东、电子电器产业园
经营范围	技术研发、销售：五金电器、空调配件、塑料制品、汽车零部件、钢材；技术研发、销售、生产：压缩机钣金；道路普通货物运输
主营业务	空调压缩机等家电配件的生产
股权结构	朱孔贵持股 60%，贾文忠持股 20%，叶斌斌持股 20%

郑州市鼎迅电器有限公司及其股东、董事、监事、高级管理人员均与发行人及发行人关联方不存在关联关系。

③转让前的违法违规及相关资产、人员、债务处置

开封永成自 2020 年 1 月 1 日至转让完成期间内不存在违法违规行为。开封永成对外转让前，除不动产之外的主要经营资产均转移至河南俱成。根据员工意愿，部分开封永成员工劳动关系转移至河南俱成，部分员工与开封永成签订遣散协议，解除劳动关系。开封永成本次股权转让变更登记完成前，债务已清理完毕。因此，相关资产、人员、债务处置合法合规。

(3) 转让后与发行人及发行人客户供应商的资金业务往来情况

转让完成后，郑州市鼎迅电器有限公司使用开封永成的土地和房产从事家电配套业务。2021 年和 2022 年江苏永成分别收到开封永成退还的税收返还款 10 万元和 4.43 万元，因该税收返还事项于转让前已确定但金额未确定，故由开封永成根据实际收到的金额返还给江苏永成。除此之外，转让后开封永成与发行人及其客户供应商不存在资金业务往来。

2、转让斯吉思精工

2020 年 8 月 25 日，蒋世超与张奔签署《股权转让协议》，约定将蒋世超持

有的斯克思精工 100%股权转让给张奔。本次股权转让完成后，张奔持有斯克思精工 100%股权。

(1) 转让背景

发行人当时筹划上市事宜，为避免同业竞争问题，故决定清理斯克思精工等关联方，且 2020 年国内的经济景气度水平一般，蒋世超决定将斯克思精工对外转让。

(2) 主要内容

①转让过程

2020 年 8 月 25 日，斯克思精工作出股东决定，同意蒋世超将其持有的斯克思精工全部股权转让给张奔。

同日，蒋世超与张奔就斯克思精工股权转让事宜签订了《股权转让协议书》，约定蒋世超将其持有的斯克思精工 100%股权（对应注册资本为 6,000 万元）以 804 万元的价格转让给张奔；转让价格系双方根据初始投入成本和市场价格协商确定，价格公允。上述股权转让款项已支付完毕。

②受让方基本情况

张奔父母主要从事房地产开发、汽修、贸易、商超等业务，张奔 2020 年毕业回国后，其父母为让张奔留在本地工作生活，故出资购买斯克思精工股权用于支持其创业。

张奔，2022 年 11 月至今，任常州市恒奔汽车配件有限公司董事、经理；2022 年 12 月至今担任浙江凡胜科技有限公司董事；2023 年 3 月至今担任杭州东桥科技有限公司董事、总经理。

张红方，系张奔父亲，1983 年 4 月至今任常州俊波车镜制造有限公司执行董事兼总经理，2018 年 12 月至今持有常州市长宽杲服装有限公司 100%股权并担任执行董事，2003 年 5 月至今投资常州市江迈汽车修理厂，2003 年 8 月至今任常州市江迈电器有限公司执行董事兼总经理，2019 年 5 月至今投资新北区孟河振浩日用品商店，2020 年 9 月至 2020 年 12 月担任常州光大置业发展有限公司执行董事兼总经理。

受让方张奔与发行人及发行人关联方不存在关联关系。

③转让前的违法违规行为及相关资产、人员、债务处置

斯克思精工转让前不存在违法违规行为。本次斯克思精工转让股权不涉及资产、人员、债务处置，相关资产、人员和债务仍由斯克思精工享有或承担。

(3) 转让后与发行人及发行人客户供应商的资金业务往来情况

截至本回复出具日，斯克思精工尚处于建设中，其中车间一和车间三已竣工用于对外出租，车间二正在建设。转让完成后，斯克思精工与发行人及发行人客户、供应商之间不存在资金往来的情形。

3、注销海南浩展

(1) 注销背景

海南浩展系发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书常红霞的儿子张常喆持有 100%股权的有限责任公司。2020 年，张常喆基于海南自贸区的税收优惠政策设立了海南浩展，拟从事贸易活动。海南浩展自设立后未实际经营，因贸易行业前景变差，且注册地海口距离股东实际居住地常州较远，2023 年 7 月，张常喆决定注销海南浩展。

(2) 主要内容

①注销过程

2023 年 7 月 7 日，国家税务总局海口市秀英区税务局永兴税务分局出具《清税证明》（海口秀英税永兴局税企清[2023]427 号），海南浩展所有税务事项均已结清。

2023 年 7 月 27 日，海南浩展完成工商注销。

②注销前的违法违规行为及相关资产、人员、债务处置

海南浩展自 2020 年 7 月 30 日至注销完成期间内不存在违法违规行为。海南浩展采用简易注销程序，根据张常喆出具的《全体投资人承诺书》，海南浩展清算工作已全面完结。因此，相关资产、人员、债务处置合法合规。

(3) 注销前与发行人及发行人客户供应商的资金业务往来情况

报告期初至注销前，海南浩展未实际开展生产经营活动，与发行人及发行人客户、供应商之间不存在资金往来的情形。

4、注销上海宝明

(1) 注销背景

2022 年上海宝明股东潘勇军所任职高校进行干部任职资格审查，需清理其投资和任职企业，且上海宝明自设立起未实际开展经营，故上海宝明全体股东同意注销上海宝明。

(2) 主要内容

①注销过程

2022 年 8 月 23 日，国家税务总局上海市宝山区税务局第一税务所出具《税务事项通知书》（沪税宝一税通[2022]31912），同意税务注销。

2022 年 10 月 18 日，上海宝明完成工商注销。

②注销前的违法违规行为及相关资产、人员、债务处置

上海宝明自 2020 年 1 月 1 日至注销完成期间内不存在违法违规行为。根据《注销清算报告》，上海宝明资产已处置完毕，债务已全部清偿，无人员需安置。因此，相关资产、人员、债务处置合法合规。

(3) 注销前与发行人及发行人客户供应商的资金业务往来情况

报告期初至注销前，上海宝明未实际开展生产经营活动，与发行人及发行人客户、供应商之间不存在资金往来的情形。

四、说明海南鑫永成的基本情况，包括历史沿革、主要财务数据、资产、人员、核心技术、生产经营情况，业务演变情况及在发行人业务体系中发挥的作用，报告期内与发行人及其实际控制人、关联企业之间的资金业务往来情况；海南鑫永成的成立时间早于发行人的原因，发行人董事陈小华在海南鑫永成的任职时间早于其成立时间的原因，相关信息披露是否准确

（一）说明海南鑫永成的基本情况，包括历史沿革、主要财务数据、资产、人员、核心技术、生产经营情况，业务演变情况及在发行人业务体系中发挥的作用，报告期内与发行人及其实际控制人、关联企业之间的资金业务往来情况

1、说明海南鑫永成的基本情况，包括历史沿革、主要财务数据、资产、人员、核心技术、生产经营情况，业务演变情况及在发行人业务体系中发挥的作用

（1）基本情况

名称	海南鑫永成塑胶有限公司
统一社会信用代码	91460000665143559B
成立日期	2007年12月6日
注册资本	200万元
业务演变及生产经营情况	2017年及之前主要从事汽车零部件的生产和加工，2017年后主要从事汽车内外饰件的配送
在发行人业务体系中发挥的作用	系发行人在海南区域的配送中心
核心技术	无
主要生产经营地	海南省海口市高新区海马工业园（二期）内
股东构成及控制情况	发行人持股100%

（2）历史沿革

①2007年12月，海南鑫永成成立

海南鑫永成系由自然人股东蒋春平、蒋世超和贾爱琴于2007年12月出资200万元设立的有限责任公司，设立时名称为“海南鑫永成塑胶有限公司”，设立过程如下：

2007年12月5日，海南鑫永成股东共同签署《海南鑫永成塑胶有限公司章程》。

2007年12月6日，海南省工商行政管理局向海南鑫永成颁发《企业法人营业执照》（注册号为：460000000056013）。

2008年5月7日，海南佳颐会计师事务所出具《验资报告》（佳颐验字[2008]第042号），经审验：截至2008年5月6日止，海南鑫永成已收到全体股东缴纳的注册资本，合计人民币200万元，各股东均以货币出资。

海南鑫永成设立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	蒋春平	120.00	60.00
2	蒋世超	40.00	20.00
3	贾爱琴	40.00	20.00
合计		200.00	100.00

②2017年8月，海南鑫永成第一次股权转让

2017年7月21日，海南鑫永成召开股东会，审议通过如下事项：同意蒋春平将其持有的公司60.00%的股权（对应注册资本120万元）以120万元的对价转让给永成有限，同意蒋世超将其持有的公司20.00%的股权（对应注册资本为40万元）以40万元的对价转让给永成有限，同意贾爱琴将其持有的公司20.00%的股权（对应注册资本为40万元）以40万元的对价转让给永成有限。

同日，蒋春平、蒋世超和贾爱琴分别就上述股权转让事项与永成有限签署《股权转让协议》。

2017年8月3日，海南省工商行政管理局向海南鑫永成换发《营业执照》（9146000665143559B）。

本次股权转让后，海南鑫永成的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	永成有限	200.00	100.00
合计		200.00	100.00

(3) 最近一年及一期主要财务数据和生产经营情况

单位：万元

项目	总资产	净资产	主营业务收入	净利润
2022年12月31日 /2022年度	1,507.47	-2,440.06	1,574.60	118.86
2023年6月30日 /2023年1-6月	2,081.80	-2,366.43	905.61	73.63

注：以上数据已经容诚会计师审计。

海南鑫永成在 2017 年之后不再从事具体的生产活动，目前系发行人在海南区域的配送中心，主要从事汽车内外饰件的配送业务。

(4) 资产

截至本回复出具日，海南鑫永成主要资产为房屋建筑物和土地使用权，具体情况如下：

①房屋建筑物

序号	所有权人	产权证编号	房屋坐落	建筑面积 (m ²)	用途	他项权利
1	海南鑫永成	琼(2017)海口市不动产权第0087012号	海口市龙华区海马二期海马二路3号(2号厂房)	1,410.49	工业	抵押
2	海南鑫永成	琼(2017)海口市不动产权第0087018号	海口市龙华区海马二期海马二路3号(1号厂房)等3处	5,345.97	工业	抵押、出租

除上述已取得产权证书的房产外，海南鑫永成还有未取得产权证书的房产，具体情况如下：

序号	公司名称	房屋坐落	建筑面积 (m ²)	用途
1	海南鑫永成	海口市龙华区海马二期海马二路3号	约 2,329.87	临时搭建的辅助用房

海南鑫永成上述房产目前未用于生产经营，不属于海南鑫永成的重要生产经营场所；2023年4月12日，海口国家高新技术产业开发区管理委员会出具证明，海南鑫永成“2020年1月1日至本回复出具之日期间，没有违反海口市城市管理方面（含城市规划）法律法规的记录，也未曾受过我委综合行政执法局的行政处罚。”2023年8月18日，海口国家高新技术产业开发区管理委员会出具证明，海南鑫永成“2023年1月1日至本回复出具之日期间，没有违反海口市城市管理方面（含城市规划）法律法规的记录，也未曾受过我委综合行政执法局的行政

处罚。”

②土地使用权

序号	使用权人	权证编号	坐落	权利性质	终止日期	用途	面积 (m ²)	他项权利
1	海南鑫永成	琼(2017)海口市不动产权第0087018号 琼(2017)海口市不动产权第0087012号	海口市龙华区海马二期海马二路3号	出让	2055.08.25	工业用地	18,156.29	抵押

(5) 人员情况

经核查，截至本回复出具日，海南鑫永成主要人员如下：

序号	姓名	职务
1	蒋春平	执行董事兼总经理
2	贾爱琴	监事
3	蒋世超	监事

海南鑫永成报告期各期末员工人数如下：

单位：人

项目	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
员工人数	8	7	7	6

2、报告期内与发行人及其实际控制人、关联企业之间的资金业务往来情况

报告期内，海南鑫永成与发行人及其他子公司株洲新瑞、河南俱成、开封永成存在资金业务往来，与实际控制人、其他关联企业不存在资金业务往来，具体情况如下：

单位：万元

交易对象	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度		事由	
	流入	流出	流入	流出	流入	流出	流入	流出	流入	流出
江苏永成	-	13.39	-	34.48	104.04	429.00	110.94	425.12	借款	货款
河南俱成	-	365.00	-	862.06	-	264.68	200.00	49.21	设备款	货款

株洲新瑞	-	120.91	-	381.89	40.06	109.64	43.86	40.06	贷款	贷款
开封永成	-	-	-	-	-	-	6.80	-	贷款	-

报告期内，海南鑫永成与发行人及其他子公司之间的资金往来系借款、贷款、设备款，系合并范围内交易产生的资金往来，具有合理性。

（二）海南鑫永成的成立时间早于发行人的原因，发行人董事陈小华在海南鑫永成的任职时间早于其成立时间的原因，相关信息披露是否准确

海南鑫永成系发行人控股股东和实际控制人蒋春平、贾爱琴和蒋世超于2007年12月6日成立的公司，系蒋春平等人在经营常州永成时在海南所进行的产业布局，主要为海马汽车股份有限公司就近提供产品和服务。

常州永成受限于个人独资企业的性质，为了扩大生产经营，决定于2014年6月9日出资新设永成有限，并于2017年将汽车零部件相关业务及经营性资产转移至永成有限。因此，海南鑫永成的成立时间早于发行人，具有合理性。

发行人董事陈小华于2004年9月开始负责海马汽车股份有限公司售后服务业务，在海南提供现场服务，故陈小华将其在海南鑫永成任职起始时间误填为2004年9月，发行人已在招股说明书修改该处内容为“4、陈小华.....2007年12月至2018年6月，任海南鑫永成副总经理.....”，相关信息已更正。

五、列表汇总发行人主要关联企业情况，包括具体关联关系、主营业务和最近一期主要财务数据；结合发行人实际控制人蒋春平其他兄弟姐妹对外投资、产业经营情况，说明是否存在关联企业为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形

（一）列表汇总发行人主要关联企业情况，包括具体关联关系、主营业务和最近一期主要财务数据

发行人主要关联企业为公司的控股股东、实际控制人控制及报告期内曾经控制的其他关联企业，公司实际控制人近亲属控制或任职的关联企业以及报告期内与公司存在关联交易的关联企业。

发行人主要关联企业名称、关联关系、主营业务、最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

序号	关联方名称	关联关系	主营业务	2023年1-6月		2022年度	
				营业收入	净利润	营业收入	净利润
1	常州永成	实际控制人蒋春平控制的企业	自有房产出租	291.48	72.11	544.65	166.44
2	斯吉思精工	发行人董事、总经理蒋世超曾持股100%并担任执行董事、总经理的企业（蒋世超于2020年8月28日转让全部股权并辞任）	2020年未经营				
3	常州安江	蒋春平兄弟蒋晓平控制的企业	车辆配件的设计、研发、制造、加工	3,309.64	77.07	23,745.45	532.40
4	江苏安江	蒋春平兄弟蒋晓平担任执行董事并持股66.39%，蒋晓平的配偶李祥妹持股10.08%，蒋晓平的子女蒋慧雅持股11.76%，蒋晓平女婿蒋志渊持股11.76%的企业	车辆配件、模具的设计、研发、制造、加工	18,398.96	827.79	7,327.56	164.17
5	定州安江	蒋春平兄弟蒋晓平的配偶李祥妹持股60%，蒋晓平子女蒋慧雅持股20%，蒋晓平女婿蒋志渊持股20%并担任执行董事的企业	汽车配件的加工、制造、销售	3,446.15	76.64	6,263.55	89.19
6	常州安信	蒋春平兄弟蒋晓平持股20%，蒋晓平配偶李祥妹持股20%，蒋晓平子女蒋慧雅持股40%，蒋晓平女婿蒋志渊担任执行董事、总经理并持股20%的企业	2022年1月1日-2023年6月30日未经营				
7	常州市福莱星科技有限公司	蒋春平兄弟蒋其平担任执行董事、总经理并持股40%，蒋其平子女蒋丽娟持股60%的企业	2022年1月1日-2023年6月30日未经营				
8	常州市福祺电	蒋春平兄弟蒋其平持股60%，蒋其平配偶吴	家电电子	1,171.70	9.15	2,056.44	19.65

	子技术有限公司	秀凤担任执行董事、总经理并持股 40% 的企业					
9	新北区孟河福祺商务酒店	蒋春平兄弟蒋其平的配偶吴秀凤控制的企业	酒店服务	152.29	7.61	288.94	14.45
10	常州新北区小河福星纸箱包装厂	蒋春平兄弟蒋其平的配偶吴秀凤控制的企业（2013 年 9 月 20 日被吊销）	2022 年 1 月 1 日-2023 年 6 月 30 日未经营				

（二）结合发行人实际控制人蒋春平其他兄弟姐妹对外投资、产业经营情况，说明是否存在关联企业为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形

上述关联企业不存在为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形，具体情形如下：

1、常州永成

常州永成不存在为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形，详见本回复“3/二、结合常州永成的基本情况，包括但不限于最近 3 年主要财务数据、主营业务演变情况、房屋和厂房租赁的具体内容、资产和人员情况等，说明 2018 年常州永成退出发行人的背景原因，报告期内常州永成对外担保和资金拆借情况，以及与发行人及其主要关联方、客户供应商的交易和资金往来的具体内容、原因及合理性，是否存在未披露的资金业务往来或利益输送的情形”。

2、安江主体

安江主体不存在为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形，详见本回复“3/一、结合安江主体企业的基本情况，包括但不限于主营业务、主要财务数据、主要产品和核心技术、主要客户和供应商、历史沿革、资产、人员、实际生产经营地、财务系统、商标商号等方面与发行人之间的关联关系和异同情况，报告期各期重合客户供应商及收入、毛利占比情况，报告期内与发行人及其主要关联方的资金业务往来情况等，分析说明发行人与安江主体企业之间是否存在业务竞争关系，是否构成重大不利影响的同业竞争，应对措施是否有效”。

3、蒋春平其他兄弟蒋其平相关的企业

发行人实际控制人蒋春平其他兄弟蒋其平对外投资的企业主要包括常州市福莱星科技有限公司、常州市福祺电子技术有限公司、新北区孟河福祺商务酒店、常州新北区小河福星纸箱包装厂 4 家企业。

常州市福莱星科技有限公司和常州市福祺电子技术有限公司均主要从事家电电子，具体产品为白色家电内部导线，均不存在经营汽车配件相关的制造、加工业务，亦不存在与发行人相同业务或重叠的情形，其中常州市福莱星科技有限公司于 2007 年之后已不再从事生产经营活动；新北区孟河福祺商务酒店主要从事酒店服务；常州新北区小河福星纸箱包装厂主要从事纸箱制造和加工业务，与发行人业务亦不存在任何相同或重叠的情形。

报告期内，上述 4 家关联企业中除新北区孟河福祺商务酒店与发行人存在关联交易外，其他企业与发行人不存在交易往来，具体关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新北区孟河福祺商务酒店	采购酒店服务	9.01	20.88	12.52	12.14
合计	-	9.01	20.88	12.52	12.14

报告期内，公司向新北区孟河福祺商务酒店采购服务，主要系公司发生的住宿招待费用，系公司正常经营所需，金额较小，采购价格均按照市场价格进行定价。上述关联交易系发行人正常经营所需，金额较小且定价公允，发行人已按照《公司章程》的规定履行了关联交易决策程序，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情形，对公司正常的生产经营活动未产生重大影响，且未对公司的财务状况及经营成果产生不利影响。

同时，发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制的关联企业已出具情况说明，说明不存在为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送情形。

综上，蒋春平其他兄弟蒋其平相关的企业不存在关联企业为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形。

4、其他比照关联方披露的企业

鉴于常红霞之子张常喆及儿媳张妮在报告期内曾于常州浩展汽车用品有限

公司（以下简称“常州浩展”）任职，张常喆、张妮均与黄旻系同学关系，为便于投资者理解，发行人在招股说明书“第八节/七、关联方及关联交易情况”章节将常州浩展比照关联方进行补充披露，并充分披露发行人与常州浩展之间的交易情况。

（1）常州浩展基本情况

①常州浩展基本信息

公司名称	常州浩展汽车用品有限公司
法定代表人	黄旻
成立日期	2021年10月19日
注册资本	200万元
注册地	常州市新北区孟河镇青河路10号
主要生产经营地	常州市新北区孟河镇孟河大道1-30号
主要人员	执行董事：黄旻 监事：张科 主要管理人员：黄亚平（黄旻父亲）
股权结构	黄旻持股100%
经营范围	一般项目：汽车装饰用品制造；汽车装饰用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

②常州浩展经营者的背景情况

黄旻及其父母居住于常州市新北区孟河镇，该镇产业特色鲜明，是中国汽车、摩托车配件重点生产基地，现有注册工业企业4000余家，80%以上企业从事汽车、摩托车配件生产。黄旻父亲从2003年开始从事汽车零部件贸易相关业务，并有摩托车座垫（含包覆相关工艺）生产加工经验，2010年购入注塑机开始从事汽车零部件加工相关业务，其主要从事汽车饰件售后市场，主要客户为汽车修理厂，主要生产产品为五菱、宝骏等品牌的保险杠，同时从事其他品牌的保险杠等注塑产品的代加工业务。

③常州浩展经营情况

常州浩展主要从事汽车内外包覆加工业务，2021年、2022年及2023年1-6月，常州浩展主要财务数据如下：

单位：万元

主要财务指标	2023年6月30日/ 2023年1-6月	2022年度/ 2022年12月31日	2021年度/ 2021年12月31日
营业收入	1,029.07	2,327.71	-
营业成本	893.74	2,048.38	-
毛利率	13.05%	12.00%	-
净利润	49.30	167.18	-1.59
净利率	4.79%	7.18%	-
资产总额	854.08	1,233.57	36.45
负债总额	439.20	1,037.98	8.04
所有者权益	414.89	195.59	28.41

注：上述金额来源于常州浩展提供的纳税申报表，常州浩展以开票金额进行纳税申报，2021年常州浩展收入尚未开票，故其申报收入金额为0。

（2）发行人与常州浩展的交易情况

①交易背景

发行人向常州浩展采购的主要是外协包覆件及外协包覆服务，2021年、2022年和2023年1-6月，向常州浩展采购的包覆件及包覆服务合计分别为101.20万元、1,779.29万元和736.96万元，占向常州浩展采购总额的比例分别为46.84%、81.00%和82.75%，占发行人同类商品采购比例分别为5.04%、39.59%和36.21%。

手工包覆内饰产品（如仪表板、门护板等）能够显著提升汽车整体品质感和舒适性，随着消费者对汽车舒适性要求的提高，主机厂对包覆类内饰产品的需求快速提升。报告期各期，发行人内饰产品主营业务收入分别为6,271.75万元、13,797.66万元、29,639.71万元和14,772.16万元，最近三年复合增长率为117.39%，从而带动发行人对包覆件产品的采购需求快速上升。手工包覆属于劳动密集型行业，较为依赖工人数量及个人的熟练程度，此外，包覆件具有体积大重量轻的特点，在运输过程中需要避免挤压变形和磕碰导致的质量问题，长距离运输成本相对较高，因此行业内一般会采取就近选择外协供应商配套的采购策略。

包覆加工具有劳动密集型的行业属性，在生产旺季时较难增加产能，故原以外饰件为主要产品的发行人未成为原主要包覆件供应商的核心客户，以致增加的产能需求难以得到保障。随着发行人内饰件业务快速增长，对外协包覆件的采购

需求快速提升。在经过发行人供应商考评并经主机厂分供方审核通过后，发行人将常州浩展确定为合格供应商，经过 2021 年初步合作，常州浩展作为孟河镇当地包覆件供应商，其供应稳定、运输便捷等优势得到充分体现，且常州浩展高度重视与发行人的合作，能够快速响应发行人的生产需求。基于其产能的稳定性、供货的及时性，发行人逐步将原有包覆件供应商配套的部分车型切换至由常州浩展供货，并且随着常州浩展配套包覆外协件的小鹏 G9 和捷途大圣车型在 2022 年实现量产，发行人与其交易金额快速提升。

发行人向常州浩展采购具有必要性和合理性。

②交易价格公允性

1) 发行人具备完善的采购管理制度及供应商管理程序，且得到了较好的执行

发行人具备完善的采购管理制度及供应商管理程序，且得到了较好的执行，对外协件的采购及定价流程具体如下：

研发中心下设项目管理部综合考虑产品开发周期、交付便捷性、配套经验等因素选取至少 2-3 家合格供应商将外协件产品技术要求发放给供应商并要求供应商按照发行人项目管理部下发的统一的技术标准进行报价。采购部根据报价情况对外协件供应商进行初步筛选，在向主机厂进行报价的同时将筛选后的供应商名单报送主机厂审核。主机厂对发行人提交的供应商名单认可后，项目负责人发起供应商定点流程，由研发总监、采购部长审核后，最终由分管采购副总经理审批定点供应商。

采购部根据定点的供应商名单进行采购谈判，以供应商报价为基础，结合外协产品的原材料构成、当期原材料价格、工艺复杂度进行价格协商并拟定采购合同，报分管采购副总经理审批后签订正式采购合同。

使用部门根据采购预算、生产计划等考虑因素发起采购申请单，分管部门领导、采购部长、分管采购副总经理对采购申请单进行审批。采购部根据经审批的采购申请单生成采购订单，采购订单由分管采购副总经理审批后发给各供应商确认。

供应商交付商品后，质量管理部根据发行人有关验收规定对采购的商品进行验收，对于在验收中发现的问题及时报告质量管理部和采购部相关负责人。

2) 交易价格公允

报告期内，发行人向常州浩展采购价格与其他供应商价格或报价、公司内部核算价格不存在明显差异，交易价格公允，不存在利益输送。发行人向常州浩展采购的主要零部件价格对比情况如下：

A、有同型号产品其他供应商供应或报价作为参考的零部件价格对比

年份	应用车型	应用领域	采购内容		单价 (元/个)	采购金额 (万元)	占常州 浩展采 购总额 的比例	相同产品其他供应商 情况	
			零件号	零件名称				单价 (元/个)	比价 类型
2023年1-6月	捷途 X70系列	门护板	WB31524181	右前门中饰板酒红皮+酒红线	49.18	120.62	13.54%	52.2	报价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524177	左前门中饰板酒红皮+酒红线	49.18	120.00	13.47%	52.2	报价
	小鹏 G9	仪表板	10307072	副仪表板上骨架	79	51.49	5.78%	74.58	报价(注1)
	捷途 X70PLUS系列	门护板	10410045	左前门内开总成	19.76	32.07	3.60%	19.76	协议价
	捷途 X70PLUS系列	门护板	10410047	右前门内开总成	19.76	29.49	3.31%	19.76	协议价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524176	左前门中饰板(黑皮+灰线)	49.18	15.73	1.77%	52.20	报价
	小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B7-00	副仪表板左侧装饰条本体-黑色	30.85	15.55	1.75%	30.85	协议价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524180	右前门中饰板(黑皮+灰线)	49.18	15.43	1.73%	52.20	报价
	捷途大圣	门护板	WB31524256	左前门中饰板(红色双缝线+黑色PVC皮革)	34.50	15.40	1.73%	34.50	协议价
	捷途大圣	门护板	WB31524257	右前门中饰板(红色双缝线+黑色PVC皮革)	34.50	15.35	1.72%	34.50	协议价
	捷途大圣	门护板	WB31524148	左前门后扶手(红色压边单缝线+黑灰色PVC皮革)	22.45	15.01	1.69%	25.24	报价
	小鹏 G3	仪表板	WB30922044	组合仪表罩帽檐上骨架(出口版)	47.24	14.72	1.65%	47.24	协议价
	小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B7-00	副仪表板右侧装饰条本体-黑色	30.85	14.55	1.63%	30.85	协议价

	捷途大圣	门护板	WB31524140	右前门后扶手 (红色压边单缝线+黑灰色 PVC皮革)	22.45	13.56	1.52%	25.24	报价
	小鹏 P5	仪表板	WB30923024	扶手盖总成-黑色	52.30	13.30	1.49%	52.30	协议价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524189	右前门扶手	32.19	13.25	1.49%	32.19	协议价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524186	左前门扶手	32.19	12.88	1.45%	32.19	协议价
	北京 EU5/PLUS	门护板	10311002	前外三角板饰条-右	5.39	12.49	1.40%	5.39	协议价
	北京 EU5/PLUS	门护板	10311001	前外三角板饰条-左	5.39	12.37	1.39%	5.39	协议价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524323	右前门中饰板	49.18	11.79	1.32%	52.20	报价
	捷途大圣	仪表板	WB31523038	扶手包覆总成 (黑色)	36.65	11.51	1.29%	36.95	报价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524322	左前门中饰板	49.18	11.44	1.28%	52.20	报价
	合计					588.00	66.02%	-	-
2022 年度	捷途 X70PLUS系列	门护板	10410047	右前门内开总成	19.76	107.39	4.89%	19.76	协议价
	捷途 X70PLUS系列	门护板	10410045	左前门内开总成	19.76	105.70	4.81%	19.76	协议价
	小鹏 G9	仪表板	10307072	副仪表板上骨架	79.00	81.70	3.72%	74.58	报价(注1)
	小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B7-00	副仪表板右侧装饰条本体-黑色	30.85	79.51	3.62%	30.85	协议价
	小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B7-00	副仪表板左侧装饰条本体-黑色	30.85	77.63	3.53%	30.85	协议价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524181	右前门中饰板酒红皮+酒红线	49.18	74.81	3.41%	52.20	报价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524177	左前门中饰板酒红皮+酒红线	49.18	73.84	3.36%	52.20	报价
	捷途大圣	仪表板	WB31523038	扶手包覆总成 (黑色)	36.65	61.41	2.80%	36.95	报价
	小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B8-00	副仪表板右侧装饰条本体-棕色	30.85	45.45	2.07%	30.85	协议价
	小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B8-00	副仪表板左侧装	30.85	44.57	2.03%	30.85	协议价

				饰条本体-棕色							
	捷途大圣	门护板	WB31524140	右前门后扶手 (红色压边单缝线+黑灰色 PVC 皮革)	22.45	39.23	1.79%	25.24	报价		
	捷途大圣	门护板	WB31524148	左前门后扶手 (红色压边单缝线+黑灰色 PVC 皮革)	22.45	38.44	1.75%	25.24	报价		
	北京魔方	仪表板	WB30222099	仪表板下饰板总成-右	46.58	34.43	1.57%	49.90	协议价		
	小鹏 G3	仪表板	WB30922044	组合仪表罩帽檐上骨架(出口版)	47.24	30.86	1.40%	47.24	协议价		
	创维 EV6	仪表板	31923010	换挡面板装饰条总成-左	36.70	30.38	1.38%	36.70	协议价		
	创维 EV6	仪表板	31923015	换挡面板装饰条总成-右	36.70	30.14	1.37%	36.70	协议价		
	小鹏 G9	仪表板	WB30923170	前部胶垫-logo 包覆	22.05	28.53	1.30%	25.99	报价		
	捷途大圣	仪表板	WB31523041	扶手包覆总成(PVC 灰白皮)	35.90	24.21	1.10%	36.95	报价		
	极狐阿尔法	立柱	WB30628234	B 柱左上护板本体-深灰色麂皮	114.99	23.02	1.05%	114.99	协议价		
	极狐阿尔法	立柱	WB30628235	B 柱右上护板本体-深灰色麂皮	114.99	22.20	1.01%	114.99	协议价		
	小鹏 G3	仪表板	WB30922129	仪表板右装饰板-黑色	35.65	22.17	1.01%	35.65	协议价		
	小鹏 G9	仪表板	WB30922275	手套箱包覆外板-流水纹 1+2 表皮	35.00	20.33	0.93%	35.58	报价		
	合计						1,095.96	49.89%	-	-	
2021 年度	捷途 X70PLUS 系列	门护板	10410047	右前门内开总成	19.76	46.22	21.39%	19.76	协议价		
	捷途 X70PLUS 系列	门护板	10410045	左前门内开总成	19.76	43.66	20.21%	19.76	协议价		
	小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B7-00	副仪表板左侧装饰条本体-黑色	30.85	11.33	5.24%	30.85	协议价		
	小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B7-00	副仪表板右侧装饰条本体-黑色	30.85	10.31	4.77%	30.85	协议价		
	小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B8-00	副仪表板右侧装饰条本体-棕色	30.85	8.43	3.90%	30.85	协议价		

小鹏 P5	仪表板	6110510DF 1-B8-00	副仪表板左侧装饰条本体-棕色	30.85	8.38	3.88%	30.85	协议价
极狐阿尔法	立柱	WB306282 35	B 柱右上护板本体-深灰色麂皮	114.99	6.38	2.95%	114.99	协议价
极狐阿尔法	立柱	WB306282 34	B 柱左上护板本体-深灰色麂皮	114.99	6.24	2.89%	114.99	协议价
小鹏 P5	仪表板	WB309230 65	副仪表板右侧装饰条本体-黑色	30.85	4.94	2.29%	30.85	协议价
小鹏 P5	仪表板	WB309230 61	副仪表板左侧装饰条本体-黑色	30.85	4.89	2.26%	30.85	协议价
小鹏 P5	仪表板	WB309230 66	副仪表板右侧装饰条本体-棕色	30.85	4.60	2.13%	30.85	协议价
合计					155.37	71.91%	-	-

注 1：小鹏 G9 车型副仪表板上骨架其他供应商报价中不含模具费；

注 2：上表中 2 家供应商同时承接的项目以签订的协议价进行比价，仅 1 家供应商承接的项目以询价阶段的报价进行比价。

由上表可知，常州浩展同型号产品与其他供应商协议价或报价不存在重大差异，发行人向其采购外协件产品价格公允。

B、无其他供应商供应或报价作为参考的零部件价格对比

年份	应用车型	应用领域	采购内容		单价 (元/ 个)	采购 金额 (万元)	占常州浩 展采购总 额的比例	公司内部核算价及核算过程 (元/个)				
			零件号	零件名称				材料 费及 骨架	加工 费	其他 费用	合理 利润	合计
2023 年 1-6 月	捷途大圣	门护板	WB3152 4149	右前门中饰板（红色双缝线+黑灰红色双缝线+黑灰色仿麂	57.00	20.29	2.28%	38.08	6.40	8.42	4.20	57.10
	捷途大圣	门护板	WB3152 4124	左前门中饰板（红色双缝线+黑灰红色双缝线+黑灰色仿麂	57.00	20.12	2.26%	38.08	6.40	8.42	4.20	57.10
	合计					40.41	4.54%	-	-	-	-	-
2022 年 度	捷途大圣	门护板	WB3152 4149	右前门中饰板（红色双缝线+黑灰红色双缝线+黑灰色仿麂	57.00	93.74	4.27%	38.08	6.40	8.42	4.20	57.10

捷途大圣	门护板	WB3152 4124	左前门中饰板（红色双缝线+黑灰红色双缝线+黑灰色仿麂	57.00	92.02	4.19%	38.08	6.40	8.42	4.20	57.10
小鹏 G9	仪表板	WB3092 3161	副仪表板左护板（PVC包覆件）	43.00	54.00	2.46%	24.70	9.60	7.06	3.30	44.66
小鹏 G9	仪表板	WB3092 3162	副仪表板右护板（PVC包覆件）	43.00	53.25	2.42%	24.70	9.60	7.06	3.30	44.66
捷途大圣	门护板	WB3152 4130	屹右骏翱前门中饰板（灰白色 PVC 皮革）	31.50	34.31	1.56%	18.28	6.40	5.78	2.40	32.86
捷途大圣	门护板	WB3152 4107	左前门中饰板（灰白色 PVC 皮革）	31.50	33.32	1.52%	18.28	6.40	5.78	2.40	32.86
合计				360.64	16.42%	-	-	-	-	-	-

发行人对包覆件核价原则：材料费参照公司原材料采购价，根据产品的标准用量计算；骨架费参照发行人自产成本，人工费参照产品的工艺特征计算所需人工工时，根据当地包覆工人小时工资计算；其他费用包含材料损耗（3%损耗率）、期间费用（10%费用率）、包装运输费（根据产品大小、包装材料不同具体估算）等。成本核定后，发行人按照 8%的利润率水平给予供应商一定的利润空间。

③交易内容真实性

2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，发行人向常州浩展采购的主要物料的入库数据与对应产品的产销量匹配关系如下：

单位：个

零件号	应用车型	最终客户	2023 年 1-6 月				2022 年度				2021 年度			
			采购量	自产及向其他供应商外购数量	耗用量	对应产品销量	采购量	自产及向其他供应商外购数量	耗用量	对应产品销量	采购量	自产及向其他供应商外购数量	耗用量	对应产品销量
WB31524 181	捷途 X70 系列	奇 瑞 汽车	24,527	-	24,447	25,222	15,211	1	13,996	12,795	-	-	-	-
WB31524 177	捷途 X70 系列	奇 瑞 汽车	24,400	-	24,398	25,208	15,015	-	14,045	12,773	-	-	-	-

10410047	捷途 X70PLUS 系列	奇瑞汽车	14,938	-	15,081	14,179	54,704	-	55,231	57,338	25,726	33,709	60,090	56,128
10410045	捷途 X70PLUS 系列	奇瑞汽车	16,348	-	16,086	14,218	53,849	-	55,048	57,146	26,857	32,898	59,662	56,228
WB31524149	捷途大圣	奇瑞汽车	3,560	2,467	6,831	6,201	16,446	1,665	16,245	15,601	-	-	-	-
WB31524124	捷途大圣	奇瑞汽车	3,530	2,425	6,805	6,184	16,144	1,809	16,243	15,583	-	-	-	-
6110510DF1-B7-00	小鹏 P5	小鹏汽车	5,800	868	7,173	7,027	25,167	-	25,154	25,166	3,947	3,098	6,094	6,068
6110520DF1-B7-00	小鹏 P5	小鹏汽车	5,809	857	7,589	7,024	25,774	-	25,323	25,344	3,594	3,047	5,959	5,930
10307072	小鹏 G9	小鹏汽车	4,004	-	4,159	5,803	12,856	-	12,773	10,649	-	200	135	-
WB31523038	捷途大圣	奇瑞汽车	3,015	1,645	6,513	6,182	16,757	2,978	16,628	15,563	-	-	-	-

由上表可知，发行人向常州浩展采购的主要物料的采购数量与生产领用数量及最终产品的销量存在匹配关系，交易背景真实，不存在利益输送。

发行人召开了第二届董事会第八次会议和 2023 年第三次临时股东大会审议了《关于补充确认公司与比照关联方常州浩展汽车用品有限公司关联交易的议案》，履行了关联交易决策程序，同时独立董事发表了独立意见，认为：2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间公司与比照关联方常州浩展汽车用品有限公司发生的重大关联交易事项均基于公司正常经营活动而发生，属于正常的商业交易行为，关联交易定价依据公允、合理，遵循市场公平交易的原则，且均已履行了法律法规、公司章程中规定的批准程序，不存在损害公司及股东利益的情况，不会对公司的独立性产生影响，公司亦不会因该等关联交易而对关联方产生严重依赖。

综上，常州浩展与发行人之间交易具有必要性和合理性，交易价格公允、交易内容真实，不存在为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形。

六、请保荐人和申报会计师、发行人律师发表明确意见，并就发行人关联方是否披露完整、核查方式是否足以支撑核查结论发表明确意见

（一）请保荐人和申报会计师、发行人律师发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师和发行人律师执行了以下核查程序：

(1) 获取安江主体的工商档案、营业执照和公司章程、财务报表，安江主体出具的《情况说明》，查询国家知识产权局专利业务办理系统 (<http://cponline.cnipa.gov.cn>)、国家知识产权局商标局 (<http://sbj.cnipa.gov.cn>)，访谈蒋晓平，了解安江主体的基本情况；

获取发行人销售明细表及采购明细表，安江主体出具的《说明函》、安江主体重叠客户、供应商交易明细，对比发行人与安江主体之间重叠客户、供应商的交易情况，走访发行人主要客户、供应商，了解是否存在安江主体与发行人之间存在利益输送的情形；

获取发行人及子公司银行流水、关键自然人银行流水，核查安江主体与上述主体是否存在资金往来；

获取发行人及其控股股东、实际控制人和蒋晓平及其安江主体部分企业出具的承诺文件，查询《法律适用意见第 17 号》相关规定，分析发行人与安江主体之间是否存在业务竞争关系及应对措施是否有效；

(2) 查阅常州永成的工商档案、营业执照和公司章程、最近三年及一期财务报表、不动产权证书、房产和厂房租赁合同、《社会保险费应缴核定单》等相关资料，了解常州永成基本信息；

获取常州永成银行征信报告、银行流水，发行人借款及抵押合同等文件，核查常州永成对外担保、资金拆借情况，访谈实际控制人，了解资金拆借背景；获取常州永成序时账及相关附件，了解常州永成与发行人及客户供应商的资金往来背景；

(3) 查阅常红霞填写的《调查表》，查阅斯克斯汽车最近一年及一期财务报表，查询国家企业信用信息公示系统 (<https://www.gsxt.gov.cn>)、企查查 (<https://www.qcc.com>) 等第三方网站，了解常红霞及其关系亲密家属投资和控制企业的基本情况，了解常红霞控制的企业是否与发行人存在同业竞争关系，结合常红霞控制的企业银行流水检查是否存在为发行人垫付成本、费用、体外循环等利益输送的情形；访谈常红霞、蒋世超，了解斯克斯汽车与斯克斯精工字号相同的原因；访谈常红霞妹夫殷英明，了解云昊电子和常州宏昇电子科技有限公司主营业务，查阅云昊电子提供的财务报表、主要客户、供应商清单，核查与发

行人是否存在竞争关系；

查阅开封永成、斯克思精工转让前的工商档案，海南浩展和上海宝明的注销资料，访谈其控股股东、关联方转让的受让方，查阅国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn>）、百度（<https://www.baidu.com>）、企查查（<https://www.qcc.com>）等第三方网站，了解斯克思精工、开封永成、海南浩展和上海宝明转让或注销前的经营情况及转让或注销过程；查阅斯克思精工、开封永成、上海宝明和海南浩展报告期初至转让或注销完成前银行流水或关于银行流水的说明，检查是否与发行人及客户供应商之间存在资金往来；

（4）查阅海南鑫永成的工商档案、营业执照和公司章程、财务报表、不动产权证书、员工花名册、海南鑫永成与发行人及其子公司间的资金往来明细、主管部门出具的证明文件等相关资料，了解海南鑫永成基本情况；获取陈小华调查表并访谈，了解其简历情况，核实招股书披露信息的准确性；

（5）将关联方清单与销售明细表及采购明细表对比检查是否存在关联交易，获取主要关联企业最近一年及一期财务报表及出具的说明文件，网络检索国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn>）、国家知识产权局专利业务办理系统（<http://cponline.cnipa.gov.cn>）、国家知识产权局商标局（<http://sbj.cnipa.gov.cn>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）和企查查（www.qcc.com）等相关网站，结合关联交易价格公允性及交易背景真实性分析，了解主要关联企业经营情况及是否存在为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形。

2、核查结论

经核查，保荐人、申报会计师、发行人律师认为：

（1）发行人与安江主体部分企业之间存在业务竞争关系，但不属于《法律适用意见第 17 号》应当认定为构成同业竞争的情形；发行人应对措施有效；

（2）常州永成系蒋春平投资的个人独资企业，2018 年常州永成退出发行人的背景原因系发行人当时筹划上市并准备股改，故而进行股权调整，将常州永成持有的全部发行人股权分别转让给蒋春平本人及其儿子蒋世超；常州永成报告期内未从事生产经营活动，仅有自有房产出租业务，与发行人不存在同业竞争关系；报告期内，常州永成与发行人及其主要关联方、客户供应商的交易和资金往来系

其自身业务所发生的资金往来，具有合理性，不存在其他未披露的资金业务往来或利益输送的情形；

(3) 常红霞使用“斯克思”字号注册公司系个人便利考虑，与斯克思精工无利益关系，斯克思汽车和斯克思精工的字号相同具有合理性；常红霞投资和控股的企业所从事业务内容不涉及汽车零部件相关业务范围，不存在与发行人同业竞争情形，亦不存在利益输送情形；除报告期内曾经的子公司开封永成与发行人及其客户供应商存在的业务往来外，关联企业对外转让或注销前后与发行人及其客户供应商不存在资金业务往来；

(4) 报告期内，海南鑫永成除与发行人及发行人其他子公司株洲新瑞、河南俱成、开封永成存在资金业务往来外，与实际控制人、其他关联企业不存在资金业务往来；

发行人 2017 年对实际控制人控制的企业进行业务合并收购海南鑫永成，故成立时间晚于海南鑫永成，具有合理性；陈小华在海南鑫永成的任职时间为 2007 年 12 月至 2018 年 6 月，发行人已在招股说明书中对相关内容进行修改，相关信息已补充披露准确；

(5) 不存在关联企业为发行人承担成本费用或相互承担成本费用等利益输送的情形。

(二) 发行人关联方是否披露完整、核查方式是否足以支撑核查结论

1、关联方披露

《公司法》第二百一十六条第（四）款、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《创业板股票上市规则》第 7.2 节对关联方、关联关系及关联交易的认定标准和披露作出了相关规定。发行人已经依据前述规定对实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管的亲属及其投资、控制企业情况进行披露，对关联方披露的情况详见招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联交易情况”之“（一）关联方和关联关系”，具体如下表所示：

关联方披露类型	对应规则条款	招股说明书披露情况
发行人控股股东、实际控制人	《公司法》第二百一十六条第（四）项、《创	“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联交易情况”之

	业板股票上市规则》第 7.2.3 条第（一）项	“（一）关联方和关联关系”之 “（一）控股股东及实际控制人”
直接或间接持有发行人 5%以上股份的股东、发行人董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员	《创业板股票上市规则》第 7.2.3 条第（四）项、第 7.2.5 条第（一）项、第（二）项、第（三）项	“第八节 公司治理与独立性”之 “七、关联方及关联交易情况”之 “（一）关联方和关联关系”之 “（三）其他持有发行人 5%以上股份的关联方”； “第八节 公司治理与独立性”之 “七、关联方及关联交易情况”之 “（一）关联方和关联关系”之 “（四）发行人其他董事、监事、高级管理人员”； “第八节 公司治理与独立性”之 “七、关联方及关联交易情况”之 “（一）关联方和关联关系”之 “（五）与上述关联自然人关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母）”
发行人的子公司	《企业会计准则第 36 号——关联方披露》	“第四节 发行人基本情况”之 “五、发行人控股子公司、参股子公司及分公司”
发行人控股股东、实际控制人、直接或间接控制的除发行人以外的企业	《上市规则》第 7.2.3 条第（二）项	“第八节 公司治理与独立性”之 “七、关联方及关联交易情况”之 “（一）关联方和关联关系”之 “（二）控股股东及实际控制人控制的其他企业”
发行人控股股东、实际控制人的董事、监事和高级管理人员	《上市规则》第 7.2.5 条第（三）项	不适用
发行人关联自然人直接或间接控制的、或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，除发行人及其子公司以外的企业	《上市规则》第 7.2.3 条第（三）项	“第八节 公司治理与独立性”之 “七、关联方及关联交易情况”之 “（一）关联方和关联关系”之 “（七）其他关联法人”
根据实质重于形式的原则认定的其他与发行人有特殊关系，可能造成发行人对其利益倾斜的自然人或法人	《上市规则》第 7.2.3 条第（五）项、第 7.2.5 条第（五）项	不适用

除已经在招股说明书中披露之关联方外，鉴于常红霞之子张常喆及儿媳张妮曾于发行人供应商常州浩展任职，张常喆、张妮均与黄旻系同学关系，且张常喆在常州浩展承接发行人业务方面发挥了沟通便利的作用，为便于投资者理解，发

行人在招股说明书“第八节/七、关联方及关联交易情况”章节将常州浩展比照关联方进行披露如下：

“

序号	关联方名称	关联关系
.....		
(九) 比照关联方披露的企业		
1	常州浩展汽车用品有限公司	常红霞之子张常喆及儿媳张妮曾于2022年7月开始在常州浩展任职，已分别于2023年1月、4月离职

”

综上，发行人已严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会的有关规定完整披露关联方的相关信息。

2、核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师和发行人律师执行了以下程序：

- (1) 查阅发行人及其子公司的工商登记资料；
- (2) 查阅发行人现有股东和董事、监事及高级管理人员填写的《调查表》；
- (3) 查询国家企业信用信息公示系统 (<https://www.gsxt.gov.cn>) 和企查查 (<https://www.qcc.com>) 等第三方网站；
- (4) 查阅发行人主要关联方的工商登记资料、营业执照和章程；
- (5) 查阅发行人董事、监事、高级管理人员在电子营业执照微信小程序中查询的《投资任职情况查询报告》；
- (6) 查阅发行人出具的《关联方及关联交易确认函》。

3、核查结论

经核查，保荐人、申报会计师和发行人律师认为：

发行人关联方披露完整，核查方式及获取的证据足以支撑核查结论。

4. 关于历史沿革

申请文件显示：

(1) 2019年9月，黄埔斐君将其持有的公司3.75%股份转让给发行人高级管理人员常红霞，黄埔斐君退出发行人；其中，常红霞受让股份的近90%出资来源于借款。

(2) 报告期内，发行人退出股东较多，包括2020年8月，宁波永丙将其持有的公司4.05%的股份转让给陆磊青，宁波永丙退出发行人；清源知本将其持有的公司1.62%的股份转让给森隆投资，清源知本退出发行人。2021年5月，双泽银盛将其持有公司4.20%股份转让给陆磊青，双泽银盛退出发行人。

(3) 永成志同为发行人员工持股平台，常红霞持有永成志同20.83%份额，且担任其执行事务合伙人。报告期内，发行人员工张星磊、陆惠新、刘亚洁退出员工持股平台永成志同，并将相关股份转让给实控人。

(4) 2019年1月，发行人及其股东蒋春平、贾爱琴、蒋世超与中鼎天盛、宁波永丙、黄埔斐君、清源知本、双泽银盛签订了对赌协议。

请发行人：

(1) 结合常红霞的工作背景、家庭资金实力、家族企业情况，以及资金流水核查等，说明常红霞直接或间接受让发行人股权的出资来源及是否合法合规，出资款主要为借款的原因及合理性，目前还款情况；结合上述情况，说明常红霞持有的发行人股权是否存在代持或其他利益安排。

(2) 结合报告期内股东退出的背景原因及合伙人情况，陆磊青、中鼎天盛、森隆投资等外部股东投资或控制的企业情况，森隆投资的合伙人背景情况等，说明发行人股东（含历史股东）是否均具备法律法规规定的股东资格，受让股权的资金来源和凭证是否清晰合法，上述主体是否与发行人客户供应商或其主要关联方存在关联关系或资金业务往来，是否存在股权代持或利益输送。

(3) 列表汇总发行人历次股权变动的背景原因、增资或转让价格、作价依据，是否涉及股份支付等；结合上述情况，说明历次股权变动价格是否公允，资金来源是否合法合规，款项是否实际支付，是否存在应缴纳未缴税款，是否存在股权代持或潜在纠纷等情况。

(4) 结合股权激励的主要内容、永成志同的合伙份额变动情况、合伙人在发行人任职情况等，说明发行人股权激励方案是否存在利益输送或损害相关方

利益的情形，永成志同是否由实际控制人蒋春平实际控制，其股份锁定等承诺是否符合监管规定；发行人是否涉及股份支付，如涉及说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

(5) 结合对赌协议主要内容及终止情况，说明发行人对赌协议解除是否符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第4号》问题3的要求。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。请申报会计师对问题(3)(4)发表明确意见。

【回复】

一、结合常红霞的工作背景、家庭资金实力、家族企业情况，以及资金流水核查等，说明常红霞直接或间接受让发行人股权的出资来源及是否合法合规，出资款主要为借款的原因及合理性，目前还款情况；结合上述情况，说明常红霞持有的发行人股权是否存在代持或其他利益安排

(一) 常红霞的工作背景、家庭资金实力、家族企业情况

1、常红霞的工作背景、家庭资金实力

(1) 常红霞家庭薪资收入情况

姓名	关联关系	工作背景	近三年平均年收入情况(税后)
常红霞	本人	1998年8月至2001年11月，任镇江市润州区政府科员；2002年1月至2014年5月，任常州永成财务科长；2014年6月至2018年12月，任永成有限副总经理、财务负责人；2018年12月至今，任发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书	32万元
张桂祥	配偶	1996年参加工作，历任南通市远邦石油有限公司业务助理、业务经理、董事、分公司负责人、副总经理和工会主席等职务。截至本回复出具日，常红霞配偶张桂祥在南通市远邦石油有限公司担任董事、副总经理和工会主席，同时在舟山浩海石油化工有限公司担任监事	150万元

(2) 常红霞家庭投资情况

常红霞家庭收入主要投资于斯克思汽车土地及厂房建设，斯克思汽车持有的土地及房产情况如下：

产权证编号	坐落	宗地面积 (m ²)	使用期限至	用途	厂房面积 (m ²)	投资规模
苏(2019)常州市不动产权第0005392号	明阳路以南、 解放路以西	16,659.00	2067.07.04	工业 用地	约 18,000	约 1,330 万元

截至本回复出具日，斯克思汽车未从事生产经营活动，主要从事房产厂房出租，年租金收入约 310 万元（不含水电费），斯克思汽车所有的房产对外出租情况具体如下：

序号	出租方	承租方	租赁地址	面积 (m ²)	租赁期限	租金 (万元/年)
1	斯克思汽车	江苏云昊电子科技有限公司	孟河镇通江 工业园区	10,000.00	2022.10.1-2025.9.30	200.00
2	斯克思汽车	常州富星达车辆配件有限公司	孟河镇通江 工业园区	1,850.00	2022.9.1-2025.8.30	37.50
3	斯克思汽车	商建锋	孟河镇通江 工业园区	1,650.00	2022.11.10-2025.11.9	35.00
4	斯克思汽车	张仙平	孟河镇通江 工业园区	1,850.00	2022.12.11-2025.12.10	37.50

2、常红霞家族企业情况

常红霞父亲常云生，1994 年开始从事冲压件加工生意，担任常州市袁家庄铝加工厂负责人。

常红霞妹妹常伟霞，2003 年开始从事冲压件业务，目前系云昊电子控股股东，云昊电子基本情况如下：

公司名称	江苏云昊电子科技有限公司
成立日期	2016 年 4 月 1 日（成立前常伟霞经营的主体为常州市云昊冲件厂，成立于 2003 年 9 月，于 2017 年 6 月注销）
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地	常州市新北区孟河镇通江工业园青河路
股东构成及控制情况	常伟霞持股 60%，常伟霞配偶殷英明持股 40%
主营业务	汽车改装装饰件

最近一年及一期，云昊电子主要财务数据如下：

单位：万元

时间	总资产	净资产	营业收入	净利润
----	-----	-----	------	-----

2022年12月31日/2022年度	4,650.17	4,036.29	4,254.10	594.96
2023年6月30日/2023年1-6月	4,688.38	4,261.65	2,026.31	225.36

注：以上数据未经审计。

（二）常红霞直接或间接受让发行人股权的出资来源及是否合法合规，出资款主要为借款的原因及合理性，目前还款情况

1、常红霞出资来源及出资款主要为借款的原因及合理性

常红霞受让黄埔斐君股权的股权转让款共计 3,130.50 万元，其中 1,330.50 万元为自有资金，占本次股权转让款 42.50%。常红霞本次受让股权，从外部借款 1,800.00 万元，其中来自于云昊电子的借款为 1,290.00 万元，来自于其控制的永成志同借款 340.00 万元，来自于朋友借款 170.00 万元。常红霞家庭资产主要为厂房及土地等不动产，在短期内存在资金缺口，故通过亲友借款的金额较大。常红霞出资来源及借款出资部分的还款情况具体如下：

单位：万元

持股类型	出资金额	出资来源	资金流入方	金额	偿还情况
直接持股	3,130.50	借款	云昊电子	1,290.00	详见正文回复
			永成志同	340.00	已偿还
			严红琴	170.00	已偿还
			合计	1,800.00	-
		自有资金	家庭储蓄	231.10	不适用
			朋友还款	100.00	
			云昊电子租金	660.00	
			其他租户租金	31.40	
			母亲赠予	308.00	
			合计	1,330.50	
间接持股	370.00	借款	蒋春平	370.00	已偿还

注：上述云昊电子统计金额含云昊电子及云昊电子股东常伟霞、殷英明（下同）。

2、目前的还款情况

除向云昊电子的借款之外，常红霞其他用于出资的借款均已偿还完毕。

云昊电子自 2016 年 8 月 10 日起租用斯克思汽车房产，租赁面积 10,000 平

方米，租金为 200 万元/年，2017 年至 2019 年水电费约 20 万元/年，2020 年至 2023 年 6 月水电费约 50 万元/年，截至 2019 年 9 月前，除 2019 年 1 月向常红霞支付 100 万元外，其余部分未支付，当时常红霞家庭无大额资金支出需要，故未要求云昊电子按时支付租金/水电费。

2019 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日期间，常红霞与云昊电子往来情况如下：

单位：万元

日期	金额	往来背景
2019 年 1 月	100.00	A 从 B 处取得借款/预收房租、水电费用于支付斯凯思汽车土建款、收购黄埔斐君股权
2019 年 9 月	660.00	
2019 年 9 月	1,160.00	
2019 年 10 月	130.00	
2019 年小计	2,050.00	
2020 年 4 月	10.00	A 从 B 处取得借款/预收房租、水电费 276 万元
2020 年 9 月	46.00	
2020 年 11 月	100.00	
2020 年 12 月	120.00	
2020 年小计	276.00	
2022 年 6 月	240.00	A 从 B 处取得借款//预收房租、水电费 258.77 万元
2022 年 10 月	18.77	
2022 年小计	258.77	

注：因报告期各期末常红霞均为应付云昊电子款项，故未严格区分是向云昊电子借款或向其收取的水电费。

2019 年 1 月，常红霞收取云昊电子 100 万元租金用于支付土建款，2019 年 9 月及 10 月，常红霞受让黄埔斐君股权时，向云昊电子收回截至 2019 年 9 月未收取的租金 560 万元，并提前收取半年租金 100 万元，同时向云昊电子借款 1,290 万元；2020 年常红霞向云昊电子借款 276 万元，资金流入后主要用于支付电费、还朋友借款、偿还永成志同借款；2022 年，常红霞向云昊电子借款 258.77 万元，主要用于偿还蒋春平借款及支付电费。

常红霞与云昊电子之间的资金往来偿还情况如下：

单位：万元

日期/截至日期	资金流入	资金流出	累计应收租金 水电费	累计未偿还 金额	是否已还清
2019年/2019.12.31	2,050.00	90.00	710.00	1,250.00	否
2020年/2020.12.31	276.00	536.50	960.00	739.50	否
2021年/2021.12.31	-	172.10	1,210.00	317.40	否
2022年/2022.12.31	258.77	-	1,460.00	326.17	否
2023年1-6月/2023.6.30	-	-	1,585.00	201.17	否

注：上述往来资金余额均按照双方累计金额计算。

根据常红霞与云昊电子及常伟霞、殷英明签订的借款协议，上述债务主要通过未来的房租抵减，预计2024年6月前还清。

3、常红霞直接或间接接受让发行人股权的出资来源合法合规

综上，常红霞出资来源为自有或自筹资金，自有资金来自于常红霞及其配偶的家庭积蓄、常红霞控制的企业斯克思汽车厂房对外出租租金收入、母亲的赠予及朋友的还款，自筹资金来自于亲友借款、向永成志同借款、蒋春平借款，出资来源合法合规。

(三) 说明常红霞持有的发行人股权是否存在代持或其他利益安排

常红霞出资来源为家庭自有资金及向亲友、永成志同及蒋春平借款，其中家庭自有资金为常红霞及其配偶的家庭积蓄、常红霞控制的企业斯克思汽车厂房对外出租租金收入、母亲的赠予及朋友的还款；借款部分除向云昊电子借款部分尚未偿还完毕，其余借款已通过后续的家庭收入偿还，常红霞借款出资部分均签订有《借款协议》，明确资金用途为借款，不存在代持股份或其他利益安排的情形。

常红霞出具《关于出资真实、不存在代持及股份无质押的承诺函》承诺：

“1、本人所持有的公司的股份不存在任何被冻结、查封、保全或者设定质押、其他形式的权利限制或第三人他项权利的情况。

2、本人目前持有的公司上述之股份均是本人以自有资金真实出资并持有，不存在代持、不存在他人委托、信托持有股份的情形；本人持有的公司上述之股份未被质押或冻结，不存在任何其他第三方权益。

3、本人目前不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁、刑事起诉及行

政处罚案件。”

综上，常红霞持有的发行人股权不存在代持或其他利益安排。

二、结合报告期内股东退出的背景原因及合伙人情况，陆磊青、中鼎天盛、森隆投资等外部股东投资或控制的企业情况，森隆投资的合伙人背景情况等，说明发行人股东（含历史股东）是否均具备法律法规规定的股东资格，受让股权的资金来源和凭证是否清晰合法，上述主体是否与发行人客户供应商或其主要关联方存在关联关系或资金业务往来，是否存在股权代持或利益输送

（一）结合报告期内股东退出的背景原因及合伙人情况，陆磊青、中鼎天盛、森隆投资等外部股东投资或控制的企业情况，森隆投资的合伙人背景情况等，说明发行人股东（含历史股东）是否均具备法律法规规定的股东资格，受让股权的资金来源和凭证是否清晰合法

截至本回复出具日，发行人外部股东（含历史外部股东）主要为自然人、私募基金及未办理私募基金备案的有限合伙企业，具体如下：

股东名称/姓名	现有/历史股东	法律性质	基金备案	私募基金管理人/执行事务合伙人
陆磊青	现有股东	自然人	-	-
中鼎天盛	现有股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SED199）	常州清源东方投资管理合伙企业（有限合伙）（登记编号：P1034237）
森隆投资	现有股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SN8349）	上海森耀投资管理有限公司（登记编号：P1032809）
黄埔斐君	历史股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SGD066）	上海斐君投资管理中心（有限合伙）（登记编号：P1010879）
宁波永丙	历史股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SER778）	上海涌平私募基金管理合伙企业（有限合伙）（登记编号：P1065344）
清源知本	历史股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SR3517）	常州清源创新投资管理合伙企业（有限合伙）（登记编号：P1060625）
双泽银盛	历史股东	有限合伙企业	-	陆磊青

发行人外部股东（含历史外部股东）除双泽银盛及陆磊青之外，均为在基金业协会备案的私募基金，双泽银盛系自然人股东陆磊青及其配偶李志伟持有 100% 份额的有限合伙企业，其中，陆磊青担任执行事务合伙人，截至本回复出具日，

双泽银盛合伙人情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
1	陆磊青	1,800.00	60.00%
2	李志伟	1,200.00	40.00%
合计		3,000.00	100.00%

1、报告期内股东退出的背景原因及合伙人情况

报告期内，宁波永丙、清源知本、双泽银盛退出发行人，其退出背景原因及合伙人情况如下：

（1）宁波永丙退出发行人的背景原因及合伙人情况

宁波永丙系基于自身投资规划考虑，转让其所持有的发行人全部股权，退出发行人。

截至本回复出具日，宁波永丙的合伙人情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
1	淮安淮上开元创业投资中心（有限合伙）	1,000.00	29.95%
2	姜莉	500.00	14.97%
3	卢珊	320.00	9.58%
4	丰月琦	300.00	8.98%
5	张国兴	250.00	7.49%
6	陈雯	200.00	5.99%
7	沈小蕙	149.00	4.46%
8	陈向军	120.00	3.59%
9	张淑美	100.00	2.99%
10	华更生	100.00	2.99%
11	张红	100.00	2.99%
12	马卫	100.00	2.99%
13	上海涌平私募基金管理合伙企业（有限合伙）	100.00	2.99%
合计		3,339.00	100.00%

(2) 清源知本退出发行人的背景原因及合伙人情况

清源知本系基于自身投资规划考虑，转让其所持有的发行人全部股权，退出发行人。

截至本回复出具日，清源知本合伙人情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
1	陈惠芬	4,495.00	44.95%
2	赵燕	4,495.00	44.95%
3	王竹	1,000.00	10.00%
4	常州清源创新投资管理合伙企业 （有限合伙）	10.00	0.10%
合计		10,000.00	100.00%

(3) 双泽银盛退出发行人的背景原因及合伙人情况

双泽银盛系出于简化持股结构考虑，转让其所持有的发行人全部股权给执行事务合伙人陆磊青，退出发行人。

截至本回复出具日，双泽银盛合伙人情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
1	陆磊青	1,800.00	60.00%
2	李志伟	1,200.00	40.00%
合计		3,000.00	100.00%

注：李志伟系陆磊青配偶。

2、陆磊青、中鼎天盛、森隆投资等外部股东投资或控制的企业情况

(1) 陆磊青投资或控制的企业情况

①陆磊青简历情况

陆磊青，女，1969年2月生，中国国籍，大专学历；1988年9月至1992年1月，任常州常泰装潢公司财务部会计，1992年2月至2009年任新北区长贸中心福盛建材经营部总经理，2001年3月至今任江苏漫步园林有限公司监事，2008年6月至今任常州波尔曼旅游投资发展有限公司监事，2013年10月至今任江苏御锦天酒店管理有限公司监事，2016年12月至今任常州双泽银盛投资合伙企业

（有限合伙）执行事务合伙人，2017年9月至今任苏州御橡酒店管理有限公司董事，2020年6月至今任锦天置业（常州）有限公司执行董事，2022年1月至今任常州金坛雅盛房地产开发有限公司执行董事兼总经理。

②陆磊青投资或控制的企业情况

截至本回复出具日，陆磊青投资或控制的企业（发行人除外）情况如下：

序号	企业名称	经营范围	关联关系
1	锦天置业（常州）有限公司	许可项目：房地产开发经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：非居住房地产租赁；物业管理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	持股 99%并担任执行董事
2	常州金坛雅盛房地产开发有限公司	房地产开发、经营；物业管理服务。（涉及国家特别管理措施的除外；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	锦天置业（常州）有限公司全资子公司且担任执行董事、总经理
3	江苏御锦天酒店管理有限公司	酒店管理；酒店管理咨询服务；会议服务；餐饮服务 and 食品销售（凭《食品经营许可证》核定内容经营）；水果的销售；农副产品的批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	持股 40%
4	常州波尔曼旅游投资发展有限公司	住宿；餐饮服务、食品销售（凭食品经营许可证所有经营项目）；旅游投资；为营业性演出提供场所。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	持股 33.33%
5	苏州御橡酒店管理有限公司	酒店管理；会议服务；餐饮服务；销售：食品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏御锦天酒店管理有限公司全资子公司且担任董事
6	南京御锦天酒店管理有限公司	酒店管理；住宿服务；餐饮服务；健身服务；游泳；会议及展览服务；停车场管理服务；洗浴服务；电子商务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏御锦天酒店管理有限公司全资子公司
7	上海御水酒店管理有限公司	食用农产品，餐饮服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏御锦天酒店管理有限公司全资子公司
8	上海御钻酒店管理有限公司	酒店管理,会务服务,餐饮服务,食品销售,食用农产品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏御锦天酒店管理有限公司全资子公司

9	北京御城餐饮服务有限公司	餐饮服务；销售食品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品、餐饮服务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	江苏御锦天酒店管理有限公司全资子公司
10	常州双泽银盛投资合伙企业（有限合伙）	投资管理、创业投资、实业投资、股权投资、创业投资咨询（除证券、期货类）、从事投资管理相关咨询业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	持有 60%份额并担任执行事务合伙人
11	内蒙古美番了生物科技有限公司	许可项目：食品生产；食品互联网销售；饮料生产；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食品进出口；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；发酵过程优化技术研发；日用百货销售；初级农产品收购；农副产品销售；谷物销售；饲料原料销售；地产中草药（不含中药饮片）购销；食用农产品批发；食用农产品零售；新鲜水果批发；新鲜水果零售；保健食品（预包装）销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	持股 7.2746%
12	江苏恩福赛柔性电子有限公司	电子领域内的技术开发、技术服务、技术转让；电子元器件、纸电池的研发、制造、销售；可印刷电子产品的研发、销售；化妆品的销售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务，但国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：第二类医疗器械生产（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；物联网应用服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	持股 1.7544%
13	上海嘉吉电子商务中心（有限合伙）	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；科技中介服务；企业管理；数据处理和存储支持服务；商务代理代办服务；市场调查（不含涉外调查）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；信息技术咨询服务；网络技术服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	持有 4.114%份额
14	江苏齐晖医药科技股份	化学原料药及医药中间体、化工产品、用于动物的中成药、化学药品、抗生素、生化药品、外用	持股 0.4798%

有限公司	杀虫剂、消毒剂的研发和相关技术咨询、技术转让、技术服务；化工原料及产品（除危险品）、化工机械、制药设备、实验室仪器的销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务，国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
------	---

(2) 中鼎天盛投资或控制的企业情况

①中鼎天盛的合伙人情况

截至本回复出具日，中鼎天盛合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名/名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	常州清源东方投资管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	210.00	1.05
2	常州中利达创业投资有限公司	有限合伙人	6,000.00	29.99
3	陶红胜	有限合伙人	4,000.00	19.99
4	常州武南汇智创业投资有限公司	有限合伙人	3,800.00	18.99
5	何宇	有限合伙人	3,000.00	14.99
6	薛嵩韬	有限合伙人	2,000.00	10.00
7	陈惠芬	有限合伙人	1,000.00	5.00
合计		-	20,010.00	100.00

中鼎天盛合伙人背景情况如下：

1) 常州清源东方投资管理合伙企业（有限合伙）

企业名称	常州清源东方投资管理合伙企业（有限合伙）
私募投资基金管理人登记编号	P1034237
成立时间	2016年6月12日
注册资本	200万元
注册地址	江苏省常州市武进区东方东路168号6064室
经营范围	创业投资管理及创业投资咨询；股权投资业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构（企业不得从事金融、类金融业务，依法需取得许可和备案的除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

股权结构	序号	合伙人名称	认缴出资份额(万元)	出资比例(%)
	1	常州清源时代投资管理有限公司	102.00	51.00
	2	常州恒鑫投资合伙企业(有限合伙)	98.00	49.00
	合计		200.00	100.00

A、常州清源时代投资管理有限公司

企业名称	常州清源时代投资管理有限公司			
私募投资基金管理人登记编号	P1061807			
成立时间	2016年12月21日			
注册资本	1,000万元			
注册地址	江苏省常州市武进区常武南路588号天安数码城A栋902室			
经营范围	受托管理私募股权投资基金,从事投资管理及相关咨询服务行业。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)			
股权结构	序号	股东名称	认缴出资份额(万元)	出资比例(%)
	1	深圳清源时代投资管理控股有限公司	1,000.00	100.00
	合计		1,000.00	100.00

深圳清源时代投资管理控股有限公司基本情况如下:

企业名称	深圳清源时代投资管理控股有限公司			
私募投资基金管理人登记编号	P1016622			
成立时间	2015年5月11日			
注册资本	10,000万元			
注册地址	广东省深圳市南山区高新技术产业园南区清华大学研究院B313			
经营范围	一般经营项目是:受托资产管理、投资管理(以上不含信托、证券资产管理、金融资产管理等业务);股权投资、投资咨询、企业管理咨询(以上均不含限制项目)			
股权结构	序号	股东名称	认缴出资份额(万元)	出资比例(%)
	1	深圳清源投资管理股份有限公司	5,745.15	57.45
	2	汪宏	4,254.85	42.55
	合计		10,000.00	100.00

深圳清源投资管理股份有限公司基本情况如下：

企业名称	深圳清源投资管理股份有限公司
股票代码	835075（新三板挂牌公司）
成立时间	2011年11月25日
注册资本	2,000万元
注册地址	深圳市南山区高新南区清华大学研究院B区311室
经营范围	一般经营项目是：投资管理；投资咨询；对未上市企业进行股权投资；企业管理策划。（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）

汪宏，男，1968年5月生，中国国籍，研究生学历；2003年8月至今任苏州森联城建投资有限公司董事长，2012年2月至今任苏州贯石发展集团股份有限公司董事长兼总经理。

B、常州恒鑫投资合伙企业（有限合伙）

企业名称	常州恒鑫投资合伙企业（有限合伙）			
成立时间	2020年3月18日			
注册资本	3,000万元			
注册地址	常州西太湖科技产业园兰香路8号1号楼			
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
股权结构	序号	合伙人名称	认缴出资份额（万元）	出资比例（%）
	1	潘海峰	2,000.00	66.67
	2	钱文俊	1,000.00	33.33
	合计		3,000.00	100.00

潘海峰，男，1974年8月生，中国国籍，研究生学历；2010年5月至今任深圳清源投资管理股份有限公司总经理。

钱文俊，男，1974年10月生，中国国籍，本科学历；2011年5月至2015年3月任常州滨湖建设发展集团有限公司董事长兼总经理，2015年7月至2019年5月任江苏常州东方投资控股有限公司董事长兼总经理，2019年7月至2022年8月任常州清源时代投资管理有限公司高级投资经理。

2) 常州中利达创业投资有限公司

企业名称	常州中利达创业投资有限公司			
成立时间	2013年5月24日			
注册资本	5,000万元			
注册地址	常州市武进区常武中路801号常州科教城创研港1#楼(科技金融中心110)			
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）			
股权结构	序号	股东名称	认缴出资份额（万元）	出资比例（%）
	1	潘伟	3,000.00	60.00
	2	曹飞	2,000.00	40.00
	合计		5,000.00	100.00

潘伟，女，1974年11月生，中国国籍，本科学历；2013年5月至今任常州中利达创业投资有限公司执行董事。

曹飞，女，1977年9月生，中国国籍，初中学历；2009年12月至今任常州荣和炉料有限公司总经理，2013年5月至今任常州中利达创业投资有限公司监事。

3) 陶红胜，男，1968年3月生，中国国籍，本科学历；2011年5月至今任江苏竣翔建设发展有限公司总经理。

4) 常州武南汇智创业投资有限公司

企业名称	常州武南汇智创业投资有限公司			
成立时间	2017年3月21日			
注册资本	10,000万元			
注册地址	武进国家高新技术产业开发区海湖路特1-3号			
经营范围	创业投资业务；代理其它创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供服务业务；参与设立创业投资与创业管理顾问机构。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
股权结构	序号	股东名称	认缴出资份额（万元）	出资比例（%）
	1	江苏武进高新投资控股有限公司	10,000	100.00

	合计	10,000	100.00
--	----	--------	--------

江苏武进高新投资控股有限公司基本情况如下：

企业名称	江苏武进高新投资控股有限公司			
成立时间	2011年5月20日			
注册资本	300,000万元			
注册地址	武进高新技术产业开发区海湖路特1-3号			
经营范围	项目投资开发；资产经营；土地前期开发及基础设施开发与建设；自有房屋租赁；工程建设项目管理服务；苗木销售；建材销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
股权结构	序号	股东名称	认缴出资份额（万元）	出资比例（%）
	1	武进国家高新技术产业开发区规费征收中心	270,000.00	90.00
	2	常州市武进区国有（集体）资产管理办公室	30,000.00	10.00
	合计		300,000.00	100.00

5) 何宇，男，1971年8月生，中国国籍，大专学历；2000年1月至2017年6月任江苏新有建设集团有限公司项目经理，2017年7月至今任常州瑞佳光伏有限公司董事长，2017年7月至今任常州瑞之宇光伏有限公司董事长，2018年12月至今任常州瑞建投资发展有限公司董事长。

6) 薛嵩韬，男，1998年11月生，中国国籍，研究生学历；2019年至今系常州嵩韬企业管理咨询服务中心（个人独资企业）投资人。

7) 陈惠芬，女，1973年7月生，中国国籍，本科学历；2008年9月至今任江苏广亚建设集团有限公司副总经理。

②中鼎天盛投资或控制的企业情况

截至本回复出具日，中鼎天盛投资或控制的企业（发行人除外）情况如下：

序号	企业名称	经营范围	关联关系
1	江苏华盛锂电材料股份有限公司	一般项目：电池零配件生产；电池零配件销售；专用化学产品制造（不含危险化学品）；货物进出口；技术进出口；化工产品生产（不含许可类化工产品）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；专用化学产品销售（不	持股 2.75%

		含危险化学品)；固体废物治理；涂料制造(不含危险化学品)；化工产品销售(不含许可类化工产品)(除依法须经批准的项目外。凭营业执照依法自主开展经营活动)	
2	江苏东星智慧医疗科技股份有限公司	一、二、三类医疗器械的研发、生产、销售(限《医疗器械生产许可证》《医疗器械经营许可证》核定范围)；医疗器械维修及技术服务；医疗健康软件开发与应用；医疗器械的租赁与项目合作；消毒用品、洗涤用品、卫生用品的销售。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)一般项目:非居住房地产租赁(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)	持股 2.20%
3	常州澳弘电子股份有限公司	印制线路板的制造;销售自产产品;自营和代理各类商品及技术的进出口业务,但国家限定企业经营或禁止进出口和技术除外。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	持股 0.45%
4	常州启赋安泰复合材料科技有限公司	许可项目:民用航空器零部件制造;货物进出口;进出口代理;技术进出口(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准)一般项目:高性能纤维及复合材料制造;高性能纤维及复合材料销售;合成材料销售;汽车零部件研发;汽车零部件及配件制造;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;工业设计服务;机械设备租赁;机械设备销售;模具制造;模具销售;金属结构制造;金属结构销售;民用航空材料销售;工程和技术研究和试验发展;非居住房地产租赁(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)	持 股 0.7421%
5	江苏天钧精密技术有限公司	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;模具制造;模具销售;电池零配件生产;电池零配件销售;金属基复合材料和陶瓷基复合材料销售;高性能纤维及复合材料销售;新材料技术研发;汽车零部件研发;汽车零部件及配件制造;技术进出口;货物进出口;进出口代理(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)	持 股 8.4224%
6	江苏嘉轩智能工业科技股份有限公司	永磁电机、电机、电机驱动器、机电产品、电子产品、煤矿安全仪器、防爆电气、机械零部件、通用机械设备及零部件、专用机械设备及零部件、塑料制品的研发、制造、加工、销售,以及相关产品的技术咨询服务;化工产品(除危险品及易制毒化学品)销售;能源监测分析服务,合同能源管理服务,自营和代理各类商品及技术的进出口业务(国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)许可项目:施工专业作业(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准)一般项目:软件开发;软件销售;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;信息系统集成服务;电子元器件批发;通信设备制造;通讯设备销售;照相机及器材制造;照相机及器材销售;安防	持 股 5.9683%

		设备制造；安防设备销售；计算机软硬件及外围设备制造；计算机软硬件及辅助设备批发；工业控制计算机及系统制造；工业控制计算机及系统销售；环境保护专用设备制造；环境保护专用设备销售；环境监测专用仪器仪表制造；环境监测专用仪器仪表销售；专用设备修理；金属结构制造；金属结构销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	
7	常州微亿智造科技有限公司	自动化装备、光学电子配件、检测仪器、五金配件、机械电子设备、机电产品的研发、技术咨询、生产及销售；智能设备租赁；工业互联网技术、通讯系统、检测软件、智能检测系统的研发、技术咨询；企业管理服务；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）	持 股 1.3614%
8	丹阳慧创医疗设备有限公司	医疗器械（按许可证核定的范围）生产、销售及售后综合技术服务；计算机软件、硬件、教学仪器设备、机电设备、机械设备、电子仪器设备的研发、生产；计算机软件、硬件、教学仪器设备、机电设备、机械设备、电子产品的销售、维修；医疗器械、计算机软件、硬件、教学仪器设备、机电设备、机械设备、电子产品的技术咨询、技术开发、技术推广、技术转让、技术培训，自营和代理各类商品及技术的进出口业务；医疗器械、机械设备、机电设备、教学仪器设备、电子仪器设备的租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：第二类医疗器械生产；第三类医疗器械生产；第三类医疗器械经营；第三类医疗器械租赁；医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第二类医疗器械租赁；第一类医疗器械租赁；健康咨询服务（不含诊疗服务）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	持 股 3.1386%

（3）森隆投资投资或控制的企业情况

①森隆投资的合伙人情况

截至本回复出具日，森隆投资合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名/名称	合伙人性质	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	上海森耀投资管理有限公司	普通合伙人	100.00	0.97
2	闵茂群	有限合伙人	3,650.00	35.58
3	王瑛瑜	有限合伙人	3,000.00	29.24

4	蒋美芳	有限合伙人	2,250.00	21.93
5	乔晨	有限合伙人	400.00	3.90
6	谢冬敏	有限合伙人	400.00	3.90
7	王蕙	有限合伙人	160.00	1.56
8	扈艳	有限合伙人	100.00	0.97
9	杨鹤龄	有限合伙人	100.00	0.97
10	黄爱玲	有限合伙人	100.00	0.97
合计		-	10,260.00	100.00

森隆投资的合伙人背景情况如下：

1) 上海森耀投资管理有限公司

企业名称	上海森耀投资管理有限公司			
私募投资基金管理人登记编号	P1032809			
成立时间	2014年10月8日			
注册资本	200万元			
注册地址	上海市普陀区真北路2691号2幢2层201-628室			
经营范围	投资管理，投资咨询（除金融、证券），资产管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
股权结构	序号	合伙人名称	认缴出资份额（万元）	出资比例（%）
	1	胡天智	150.00	75.00
	2	陈霞	50.00	25.00
	合计		200.00	100.00

胡天智，女，1964年12月生，中国国籍，高中学历；2012年至2021年任上海尚兆投资管理有限公司职员；2021年至今，任上海森耀投资管理有限公司职员。

陈霞，女，1981年8月生，中国国籍，本科学历；2012年至今，任上海森铎投资管理有限公司职员。

2) 闵茂群，男，1952年8月生，中国国籍；2005年至今，任上海森铎投资管理有限公司总经理。

3) 王瑛瑜，女，1979年3月生，中国国籍，本科学历；2006年至2021年，安玖丰（常州）环境科技有限公司财务部任职；2011年至2015年，江苏铭辉投资管理有限公司财务部任职；2020年至今，江苏星啤士精酿啤酒有限公司任执行董事、总经理。

4) 蒋美芳，女，1973年2月生，中国国籍，本科学历；2009年11月至2014年1月，任江苏天目湖旅游股份有限公司总裁助理；2014年3月至今，任江苏嘉仁禾科技有限公司总经理。

5) 乔晨，男，1992年4月生，中国国籍，本科学历；2016年至今任上海佚威汽车服务有限公司总经理。

6) 谢冬敏，男，1966年6月生，中国国籍，初中学历；2012年1月至2018年12月，任上海绿地建设（集团）有限公司项目经理；2019年1月至今，任上海井然企业管理咨询有限公司总经理。

7) 王蕙，女，1968年4月生，中国国籍，大专学历；1988年7月至2018年4月，任中国电信股份有限公司上海分公司数据维护技术人员；2018年5月至今，退休。

8) 扈艳，女，1983年3月生，中国国籍，研究生学历；2008年至今，任上海森钵投资管理有限公司研究员。

9) 杨鹤龄，男，1956年4月生，中国国籍，高中学历；2013年至今处于退休状态。

10) 黄爱玲，女，1976年10月生，中国国籍，大专学历；2013年1月至今任江苏永年激光成形技术有限公司副总经理。

②森隆投资投资或控制的企业情况

截至本回复出具日，森隆投资投资或控制的企业（发行人除外）情况如下：

序号	企业名称	经营范围	关联关系
1	浙江联翔智能家居股份有限公司	一般项目：智能家庭消费设备制造；轻质建筑材料制造；轻质建筑材料销售；建筑装饰材料销售；新型建筑材料制造（不含危险化学品）；家用纺织制成品制造；专业设计服务；绣花加工；面料印染加工；面料纺织加工；针织或钩针编织物及其制	持股 2.5647%

	品制造；针纺织品销售；针纺织品及原料销售；家具安装和维修服务；软木制品制造；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；服饰制造；服饰研发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；新材料技术推广服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家居用品销售；日用品销售；日用品批发；日用百货销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：第三类医疗器械经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）	
--	---	--

3、发行人股东（含历史股东）均具备法律法规规定的股东资格

截至本回复出具日，发行人股东（含历史股东）具体情况如下：

股东名称/姓名	现有/历史股东	法律性质	基金备案
蒋春平	现有股东	自然人	-
贾爱琴	现有股东	自然人	-
蒋世超	现有股东	自然人	-
陆磊青	现有股东	自然人	-
中鼎天盛	现有股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SED199）
永成志同	现有股东	有限合伙企业	-
常红霞	现有股东	自然人	-
吕敏	现有股东	自然人	-
森隆投资	现有股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SN8349）
常州永成	历史股东	个人独资企业	-
黄埔斐君	历史股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SGD066）
宁波永丙	历史股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SER778）
清源知本	历史股东	有限合伙企业	私募基金（基金编号：SR3517）
双泽银盛	历史股东	有限合伙企业	-

发行人股东（含历史股东）为自然人、合伙企业或个人独资企业。自然人股东不存在以下不得或者限制担任股东的情形：（1）公务员；（2）党政机关干部和职工；（3）县以上党和国家机关退（离）休干部（含县以上工会、妇联、共

青团、文联以及各种协会、学会等群众组织的退休干部)；(4)现役军人；(5)领导干部配偶、子女；(6)国有企业领导及其配偶、子女、其他特定关系人；(7)国有企业职工；(8)银行职工；(9)其他法律法规不得对外投资的情形。

非自然人股东中，常州永成为依法设立的个人独资企业；中鼎天盛、森隆投资、黄埔斐君、宁波永丙和清源知本为已办理私募投资基金备案的私募投资基金；永成志同为发行人员工持股平台；双泽银盛为陆磊青及其配偶李志伟持有 100% 份额的合伙企业。上述非自然人股东均不存在不得担任股东的情形。

综上，发行人股东（含历史股东）均具备法律法规规定的股东资格。

4、受让股权的资金来源和凭证清晰合法

发行人历次股权转让股东受让股权的资金来源均为自有或自筹资金，资金来源和凭证清晰合法。

(二) 上述主体是否与发行人客户供应商或其主要关联方存在关联关系或资金业务往来，是否存在股权代持或利益输送

发行人现有股东与发行人主要客户供应商之间不存在关联关系和资金业务往来，除招股说明书已披露的关联关系和关联交易外，现有股东与发行人主要关联方之间不存在其他关联关系和资金业务往来，亦不存在股权代持或利益输送。

三、列表汇总发行人历次股权变动的背景原因、增资或转让价格、作价依据，是否涉及股份支付等；结合上述情况，说明历次股权变动价格是否公允，资金来源是否合法合规，款项是否实际支付，是否存在应缴纳未缴税款，是否存在股权代持或潜在纠纷等情况

(一) 列表汇总发行人历次股权变动的背景原因、增资或转让价格、作价依据，是否涉及股份支付等

自发行人前身永成有限成立以来历次股权变动的背景原因、增资或转让价格、作价依据，是否涉及股份支付等具体情况如下：

序号	股本变动事项	背景和原因	入股形式	增资或转让价格(元/注册资本)	作价依据	价格是否公允	资金来源	资金来源是否合法合规	款项是否实际支付	是否缴纳税款	是否存在股权代持或潜在纠纷	是否涉及股份支付
1	2014年6月,永成有限设立,注册资本9,600万元	-	公司设立	1.00	永成有限设立,股东按照注册资本原值出资	公允	自有资金	是	是	不适用	否	否
2	2018年8月,原股东常州永成将所持永成有限6,240万元出资额(对应永成有限65%股权)以1元对价转让给蒋春平;常州永成将所持永成有限480万元出资额(对应永成有限5%股权)以1元对价转让给蒋世超;贾爱琴将所持永成有限960万元出资额(对应永成有限10%股权)以1元对价转让给蒋世超	实际控制人家庭成员内部股权结构调整,其中常州永成系蒋春平个人独资企业	股权转让	总额1元	实际控制人家庭成员之间转让	公允	自有资金	是	是	是[注1]	否	否
3	2018年8月,股东蒋春平将所持永成有限480万元出资额(对应永成有限5%股权)以480万元对价转让给新股东永成志同	设立员工持股平台	股权转让	1.00	永成志同当时的股东为控股股东蒋春平及其家庭成员,故平价转让	公允	自有资金	是	是	不适用	否	否
4	2018年12月,整体变更,以净资产折股	永成有限整体变更为股份公司	-	-	-	-	-	-	-	不适用[注2]	否	否

5	2019年3月,原股东宁波永丙、黄埔斐君、清源知本、双泽银盛和股东中鼎天盛分别出资3,240万元、3,000万元、1,300万元、3,360万元、3,840万元,对江苏永成各增资476.4706万元、441.1765万元、191.1765万元、494.1177万元、564.7059万元,合计增资2,167.6472万元	宁波永丙、黄埔斐君、清源知本、双泽银盛、中鼎天盛看好江苏永成发展前景	增资	6.80	根据公司经营水平、未来经营情况并参考同行业可比公司价格经双方协商确定	公允	自有资金	是	是	不适用	否	否
6	2019年9月,原股东黄埔斐君将其持有的江苏永成441.1765万股股份以3,130.50万元对价转让给新股东常红霞	黄埔斐君基于自身投资规划,退出持股;常红霞看好江苏永成发展前景	股权转让	7.10	参考黄埔斐君入股价格并经双方协商确定	公允	自有资金	是	是	发行人不存在代扣代缴义务[注3]	否	否
7	2020年8月,原股东宁波永丙将其持有的江苏永成476.4706万股股份以3,511.0682万元对价转让给股东陆磊青;清源知本将其持有的江苏永成191.1765万股股份以1,414.9027万元对价转让给新股东森隆投资	宁波永丙、清源知本基于自身投资规划,退出持股;陆磊青、森隆投资看好江苏永成发展前景	股权转让	7.40	根据公司经营水平、未来经营情况并参考宁波永丙和清源知本入股价格经双方协商确定	公允	自有资金	是	是	发行人不存在代扣代缴义务[注3]	否	否
8	2021年5月,原股东双泽银	陆磊青及其	股权转让	6.80	以双泽银盛	公允	自有资金	是	是	不适用	否	否

	盛将其持有的江苏永成494.1177 万股股份以 3,360 万元对价转让给股东陆磊青	配偶合计持有双泽银盛100.00% 份额且陆磊青系执行事务合伙人，简化持股结构			入股价格为依据平价转让							
9	2022 年 8 月，股东蒋世超将其持有的江苏永成 360.00 万股股份转让给吕敏	蒋世超与吕敏系夫妻关系，为调整家庭内部财产分配转让股份	股权转让	总额 0 元	实际控制人家庭成员之间转让，未实际支付	公允	-	-	-	不适用 [注 1]	否	否

注 1：常州永成系蒋春平个人独资企业，根据《国务院关于个人独资企业和合伙企业征收所得税问题的通知》的规定，常州永成作为个人独资企业，无需缴纳企业所得税，对投资人蒋春平的生产经营所得征收个人所得税。蒋春平已按照相关规定履行了纳税义务；

贾爱琴与蒋世超系母子关系，蒋世超与吕敏系夫妻关系，根据国家税务总局公告 2014 年第 67 号发布《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》规定，上述股权转让收入偏低视为有正当理由，无需核定征收；

注 2：2018 年 12 月，永成有限以整体变更方式发起设立股份有限公司，发行人整体变更前后的注册资本未发生变动，均为 9,600 万元，不存在以盈余公积、未分配利润转增股本等情形，各股东的持股比例、持股数量未发生变化，因此，不涉及发行人股东需纳税的情形；

注 3：根据《关于合伙企业合伙人所得税问题的通知》（财税[2008]第 159 号）规定，合伙企业生产经营所得和其他所得采取“先分后税”的原则，每一个合伙人为纳税义务人，合伙企业本身无需缴纳所得税，发行人对合伙人也无代扣代缴义务。

(二) 结合上述情况，说明历次股权变动价格是否公允，资金来源是否合法合规，款项是否实际支付，是否存在应缴纳未缴税款，是否存在股权代持或潜在纠纷等情况

根据上述历次股权变动情况表，发行人历次股权变动价格系按照注册资本价格、前后轮次投资估值、市场估值水平等作为定价依据，价格公允，历次股权变动资金来源合法合规，款项已实际支付，不存在股权代持或潜在纠纷。上述历次股权变动情况表中第 6 和第 7 项股权转让，转让方的合伙人为纳税义务人且发行人不存在代扣代缴义务，除此之外，不存在应缴纳未缴纳税款情形。

四、结合股权激励的主要内容、永成志同的合伙份额变动情况、合伙人在发行人任职情况等，说明发行人股权激励方案是否存在利益输送或损害相关方利益的情形，永成志同是否由实际控制人蒋春平实际控制，其股份锁定等承诺是否符合监管规定；发行人是否涉及股份支付，如涉及说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

(一) 结合股权激励的主要内容、永成志同的合伙份额变动情况、合伙人在发行人任职情况等，说明发行人股权激励方案是否存在利益输送或损害相关方利益的情形

1、发行人股权激励的主要内容

发行人共设立一个员工持股平台，即永成志同，永成志同除持有发行人 4.08% 股份外，不存在其他对外投资，合伙人均为发行人或其子公司员工，不存在外部人员持有永成志同份额的情形。员工持股平台的主要内容如下：

(1) 股权激励的主要条款

项目	内容
合伙人的选定依据	发行人及其子公司高级管理人员、核心技术人员和技术骨干、中层管理人员和业务骨干、其他有突出贡献的员工或合作伙伴和公司董事会认可人员并结合自愿原则选定
最低服务期限或隐含服务期	根据永成志同《合伙协议》，该协议未约定最低服务期限。 根据永成志同《合伙协议》第四十七条约定：“发生如下任意情形时，普通合伙人有权按照如下约定要求有限合伙人将所持财产份额转让给普通合伙人指定第三方或者以退伙方式退出合伙企业：（一）在公司首次公开发行股票（即 IPO）并上市（以下称‘公司成功上市’）前，如有限合伙人

	<p>从公司离职（包括在劳动合同履行期间主动辞职、劳动合同到期未续签或者其他不在公司任职的情形，下同），应当将其持有的全部财产份额按原价转让给普通合伙人或普通合伙人指定的第三方。在公司上市前，有限合伙人不得通过任何方式处置（包括但不限于转让财产份额、将财产份额委托他人管理等）其持有的持股平台财产份额，不得将其持有的持股平台财产份额进行质押或者设定其他权利负担，亦不得擅自从持股平台退伙……。”</p> <p>永成志同《合伙协议》未明确约定最低服务期限，但根据《合伙协议》第四十七条约定，存在隐含服务期。</p>
股权激励人员离职后的股份处理	<p>根据永成志同《合伙协议》第四十七条约定：“发生如下任意情形时，普通合伙人有权按照如下约定要求有限合伙人将所持财产份额转让给普通合伙人指定第三方或者以退伙方式退出合伙企业：（一）在公司首次公开发行股票（即 IPO）并上市（以下称‘公司成功上市’）前，如有限合伙人从公司离职（包括在劳动合同履行期间主动辞职、劳动合同到期未续签或者其他不在公司任职的情形，下同），应当将其持有的全部财产份额按原价转让给普通合伙人或普通合伙人指定的第三方。在公司上市前，有限合伙人不得通过任何方式处置（包括但不限于转让财产份额、将财产份额委托他人管理等）其持有的持股平台财产份额，不得将其持有的持股平台财产份额进行质押或者设定其他权利负担，亦不得擅自从持股平台退伙……”</p>

（2）激励对象受让股份的定价依据，取得股份的价款支付情况及资金来源

2019年10月29日，常红霞等16名激励对象对永成志同增资751.8249万元出资份额，从而间接持有发行人股份，增资对应的发行人价格为3.7元/股，定价依据系参考2019年3月中鼎天盛、双泽银盛、宁波永丙、黄埔斐君和清源知本等外部股东投资发行人时的入股价格给予员工一定的价格折让。

常红霞等16名激励对象的价款支付情况及资金来源情况如下：

姓名	出资金额（万元）	资金来源	是否已支付
常红霞	370.00	均来自蒋春平借款，已偿还	是
邱岳冬	74.00	14万来自蒋春平借款，已偿还	是
陈小华	55.50	15万来自蒋春平借款，已偿还	是
张青松	37.00	自有资金	是
潘剑锋	37.00	自有资金	是
张星磊	29.60	自有资金	是
吴刚	22.20	自有资金	是
姚胜	22.20	均来自蒋春平借款，已偿还	是

马绍勇	22.20	自有资金	是
张菲	18.50	自有资金	是
陆惠新	18.50	自有资金	是
宋江华	14.80	自有资金	是
潘海鹰	12.95	自有资金	是
刘亚洁	9.25	自有资金	是
王龙宇	9.25	自有资金	是
郑坤	9.25	自有资金	是

除常红霞、陈小华、邱岳冬、姚胜 4 人存在向蒋春平借款增资永成志同外，其余 12 名自然人均以自有资金出资。常红霞、陈小华、邱岳冬、姚胜均与蒋春平签署相关借款协议，截至本回复出具日，上述借款均已清偿。

永成志同全体合伙人确认其所持有的永成志同份额均系其本人直接持有，不存在委托持股或其他利益安排。

(3) 份额转让机制和管理决策机制合法合规

① 份额转让机制

除上述“（1）股权激励的主要条款”部分已披露的相关永成志同合伙份额转让机制外，永成志同《合伙协议》还对份额转让作了约定，具体如下：

份额转让	具体规定
合伙人之间转让	第四十四条：合伙人之间转让其在合伙企业中的全部或者部分财产份额时，按照实缴的出资比例表决，并经三分之二以上表决权通过
合伙人向合伙人以外的人转让份额	第四十五条：有限合伙人向合伙人以外的人转让其在合伙企业中的全部或者部分财产份额时，需事先取得执行事务合伙人的同意，按照实缴的出资比例表决，并经三分之二以上表决权通过，且在此情形下其他合伙人对此明示放弃其对该转让财产份额享有的优先购买权。其中，如有有限合伙人向合伙人以外的人转让其在合伙企业中的财产份额，应当提前三十日通知其他合伙人；普通合伙人向合伙人以外的人转让其在合伙企业中的全部或者部分财产份额时，需事先取得执行事务合伙人的同意，按照实缴的出资比例表决，并经三分之二以上表决权通过，且在此情形下其他合伙人对此明示放弃其对该转让财产份额享有的优先购买权；受让方应当满足本协议第三十八条的规定
上市后转让	第四十八条：在公司成功上市后，有限合伙人应当向公司证券事务部提出申请，证券事务部经核查符合条件的，应及时通知持股平台普通合伙人出售有限合伙申请出售的其所间接持有的上市主体股份。本合伙企业将根据有限

	合伙人的意愿及普通合伙人的统一安排出售公司股权（原则上一年不超过三次），并将收益按照本合伙协议相关约定分配给有限合伙人。有限合伙人所获得的款项原则上按照其减持的财产份额所对应公司市值（以转让当日公司股票的证券市场交易价格确定）扣减应当支付的各项税费确定
--	--

②管理决策机制

根据《合伙协议》约定，永成志同的具体管理决策机制如下：

决策事项	具体规定
合伙事务执行	第二十三条：有限合伙人不执行合伙事务，对外不具有代表权。有限合伙企业由普通合伙人执行合伙事务。即本合伙企业由普通合伙人担任本企业的执行事务合伙人并执行合伙事务。执行合伙事务合伙人对外代表合伙企业
有限合伙人有监督权	第二十四条：不执行合伙事务的合伙人有权监督执行事务合伙人执行合伙事务的情况。合伙人分别执行合伙事务的，执行事务合伙人可以对其他合伙人执行的事务提出异议。提出异议时，应当暂停该项事务的执行
执行事务合伙人的报告义务	第二十五条：执行事务合伙人应当定期向其他合伙人报告事务执行情况以及合伙企业的经营和财务状况，其执行合伙事务所产生的收益归合伙企业，所产生的费用和亏损由合伙企业承担
其他合伙人的撤销委托权	第二十六条：受委托执行合伙事务的合伙人不按照合伙协议或者全体合伙人的决定执行事务的，其他合伙人可以决定撤销该委托，给合伙企业造成损失的应负有赔偿责任。被撤销委托的执行合伙事务的合伙人应当自撤销之日起停止执行合伙事务，经其他合伙人一致同意重新委托执行合伙事务的合伙人
合伙人会议职权	第二十七条：合伙人会议由全体合伙人组成，是本合伙企业的最高权力机构，合伙人会议行使的职权包括：（一）改变合伙企业的名称；（二）改变合伙企业的经营范围、主要经营场所的地点；（三）处分合伙企业的不动产；（四）转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利；（五）以合伙企业名义为他人提供担保；（六）聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员。上述事项按照实缴的出资比例表决，并经三分之二以上表决权通过
其他事项决策	第二十八条：除本协议另有约定外，本合伙企业的其他事项，由执行事务合伙人决定及执行

综上，永成志同的份额转让机制和管理决策机制符合《中华人民共和国合伙企业法》等法律法规的规定。

2、永成志同的合伙份额变动情况

（1）2018年8月永成志同设立

永成志同系由蒋春平和蒋世超出资 1,000 万元设立的有限合伙企业，设立时名称为“常州永成志同投资企业（有限合伙）”，设立过程如下：

2018年8月29日，蒋春平和蒋世超签署了《常州永成志同投资企业（有限合伙）合伙协议》。

2018年8月30日，常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局向永成志同核发了《营业执照》（统一社会信用代码：91320411MA1X4A8P3C）。

永成志同设立时合伙人份额情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资份额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	蒋春平	999.90	99.99	普通合伙人
2	蒋世超	0.10	0.01	有限合伙人
合计		1,000.00	100.00	-

（2）2019年10月永成志同第一次增资

2019年10月23日，永成志同全体合伙人作出《变更决定书》，同意出资额增加至1,751.82万元，其中，同意常红霞入伙，出资额为364.96万元；同意邱岳冬入伙，出资额为72.99万元；同意陈小华入伙，出资额为54.74万元；同意张青松入伙，出资额为36.50万元；同意潘剑锋入伙，出资额为36.50万元；同意张星磊入伙，出资额为29.20万元；同意吴刚入伙，出资额为21.90万元；同意马绍勇入伙，出资额为21.90万元；同意姚胜入伙，出资额为21.90万元；同意张菲入伙，出资额为18.25万元；同意陆惠新入伙，出资额为18.25万元；同意宋江华入伙，出资额为14.60万元；同意潘海鹰入伙，出资额为12.77万元；同意王龙宇入伙，出资额为9.12万元；同意郑坤入伙，出资额为9.12万元；同意刘亚洁入伙，出资额为9.12万元。

2019年10月29日，常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局向永成志同换发了《营业执照》（统一社会信用代码：91320411MA1X4A8P3C）。

永成志同本次增资后合伙人份额情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资份额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	常红霞	364.96	20.83	普通合伙人
2	蒋春平	999.90	57.08	有限合伙人
3	邱岳冬	72.99	4.17	有限合伙人
4	陈小华	54.74	3.13	有限合伙人

5	张青松	36.50	2.08	有限合伙人
6	潘剑锋	36.50	2.08	有限合伙人
7	张星磊	29.20	1.67	有限合伙人
8	吴刚	21.90	1.25	有限合伙人
9	马绍勇	21.90	1.25	有限合伙人
10	姚胜	21.90	1.25	有限合伙人
11	张菲	18.25	1.04	有限合伙人
12	陆惠新	18.25	1.04	有限合伙人
13	宋江华	14.60	0.83	有限合伙人
14	潘海鹰	12.77	0.73	有限合伙人
15	王龙宇	9.12	0.52	有限合伙人
16	郑坤	9.12	0.52	有限合伙人
17	刘亚洁	9.12	0.52	有限合伙人
18	蒋世超	0.10	0.01	有限合伙人
合计		1,751.82	100.00	-

(3) 2020年9月，张星磊转让全部份额并退伙

张星磊曾任发行人涂装车间主任，后离职并转让所持有的永成志同全部份额。

2020年5月26日，全体合伙人作出《变更决定书》，同意张星磊将其持有的永成志同全部份额转让给蒋春平。

2020年5月20日，张星磊与蒋春平签订了《出资财产份额转让协议》。

2020年9月2日，常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局向永成志同换发了《营业执照》（统一社会信用代码：91320411MA1X4A8P3C）。

本次转让具体情况如下：

转让方	受让方	转让原因	转让价格	定价依据	款项是否支付
张星磊	蒋春平	从公司离职	29.60万元	平价转让	是

(4) 2021年7月，刘亚洁转让全部份额并退伙

刘亚洁曾任发行人财务经理，后离职并转让所持有的永成志同全部份额。

2021年6月25日，全体合伙人作出《变更决定书》，同意刘亚洁将其持有的永成志同全部份额转让给蒋春平。

2021年4月30日，刘亚洁与蒋春平签订了《出资财产份额转让协议》。

2021年7月7日，常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局向永成志同换发了《营业执照》（统一社会信用代码：91320411MA1X4A8P3C）。

本次转让具体情况如下：

转让方	受让方	转让原因	转让价格	定价依据	款项是否支付
刘亚洁	蒋春平	从公司离职	9.25 万元	平价转让	是

（5）2022年5月，陆惠新转让全部份额并退伙

陆惠新曾任发行人涂装线制造总监，后离职并转让所持有的永成志同全部份额。

2021年7月10日，陆惠新与蒋春平签订了《出资财产份额转让协议》。

2022年4月29日，全体合伙人作出《变更决定书》，同意陆惠新将其持有的永成志同全部份额转让给蒋春平。

2022年5月5日，常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局向永成志同换发了《营业执照》（统一社会信用代码：91320411MA1X4A8P3C）。

本次转让具体情况如下：

转让方	受让方	转让原因	转让价格	定价依据	款项是否支付
陆惠新	蒋春平	从公司离职	18.50 万元	平价转让	是

截至本回复出具日，永成志同份额未再发生变化。

3、合伙人在发行人任职情况

截至本回复出具日，永成志同合伙人在发行人任职情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	在发行人任职情况
1	常红霞	普通合伙人	364.96	20.83	董事、副总经理、财务总监、董事会秘书
2	蒋春平	有限合伙人	1,056.47	60.31	董事长

3	邱岳冬	有限合伙人	72.99	4.17	董事
4	陈小华	有限合伙人	54.74	3.13	董事
5	张青松	有限合伙人	36.50	2.08	制造中心副总监
6	潘剑锋	有限合伙人	36.50	2.08	副总经理
7	姚胜	有限合伙人	21.90	1.25	监事会主席
8	马绍勇	有限合伙人	21.90	1.25	监事
9	吴刚	有限合伙人	21.90	1.25	职工代表监事
10	张菲	有限合伙人	18.25	1.04	财务经理
11	宋江华	有限合伙人	14.60	0.83	海南鑫永成财务经理
12	潘海鹰	有限合伙人	12.77	0.73	物流科科长
13	郑坤	有限合伙人	9.12	0.52	质量管理部部长
14	王龙宇	有限合伙人	9.12	0.52	设计部部长
15	蒋世超	有限合伙人	0.10	0.01	董事、总经理
合计			1,751.82	100.00	-

4、永成志同与合伙人之间的资金往来情况

报告期内，永成志同与执行事务合伙人常红霞之间存在资金往来情况，系常红霞向永成志同的借款，具体如下：

单位：万元

借款情况		借款后用途			偿还情况
日期	金额	日期	金额	用途	
2020年1月	280.00	2020年1月	280.00	用于偿还借款	是
2021年1月	280.00	2021年2月	100.00	用于购买存单，目前未到期	否
		2021年2月	170.00	用于购买信托产品	是
		2021年1月	10.00	用于购买货币基金	是

(1) 2020年资金往来情况

2020年1月，常红霞向永成志同借款280万元，借款后款项用于偿还云昊电子280万元借款，该笔款项于2020年12月还清。

根据常红霞与永成志同签订的补充协议，该笔借款参考借款当年贷款市场报价利率（一年期LPR）4.15%支付借款利息，截至本回复出具日，借款利息已偿

还。

(2) 2021 年资金往来情况

2021 年常红霞向永成志同借款 280 万元，借款后款项用于购买存单及信托等理财产品。根据永成志同全体合伙人决议，上述理财产品到期并赎回后所获得的全部收益归永成志同所有。

截至本回复出具日，上述借款用于购买信托的部分及购买货币基金的部分已按照实际收益归还永成志同，用于购买定期存单的部分尚未到期。

同时，永成志同通过全体合伙人决议，同意本次借款及理财产品收益全部归还后，永成志同的资金未经全体合伙人同意不得对外出借，如需购买理财产品仅可以永成志同名义进行购买，不得以他人名义购买。

5、发行人股权激励方案不存在利益输送或损害相关方利益的情形

发行人股权激励对象均为公司员工且自愿入伙及退伙，不存在以摊派、强行分配等方式强制实施的情形，参与股权激励的员工与其他投资者权益平等，盈亏自负，风险自担；常红霞与永成志同的往来款均支付合理的利息或约定合理的收益处理方式。因此，股权激励方案不存在利益输送或损害相关方利益的情形。

6、股份支付情况

永成志同历次增资、转让形成的股份支付情况具体如下：

时间	增资/股权转让	增资方/受让方	费用归属	折合江苏永成股份数（万股）	价格（元/股）	市场价格（元/股）	市场价格依据	股份支付金额（万元）
2019 年 10 月	增资	常红霞	管理费用	100.00	3.70	6.80	2019 年 3 月公司外部股东增资价格	590.55 [注 1]
		吴刚	管理费用	6.00				
		邱岳冬	研发支出	20.00				
		陈小华	营业成本	15.00				
		张青松	营业成本	10.00				
		潘剑锋	销售费用	10.00				
		张星磊	营业成本	8.00				
		马绍勇	管理费用	6.00				

		姚胜	管理费用	6.00				
		张菲	管理费用	5.00				
		宋江华	管理费用	4.00				
		潘海鹰	营业成本	3.50				
		王龙宇	研发支出	2.50				
		郑坤	管理费用	2.50				
		刘亚洁	管理费用	2.50				
		陆惠新	营业成本	5.00				
2020年 9月	转让	蒋春平	管理费用	8.00	3.7	7.37	2020年8月发行人股权转让价格	29.35 [注2]
2021年 7月	转让	蒋春平	管理费用	7.50	3.7	7.37	2020年8月发行人股权转让价格	27.52 [注3]

注1: 张星磊、刘亚洁、陆惠新离职, 故剔除三名员工后股份支付总金额=(6.8-3.7)*(206-15.5);

注2: 张星磊将持有的份额平价转让给蒋春平, 故发生股份支付金额=(7.37-3.7)*8;

注3: 刘亚洁、陆惠新将持有的份额平价转让给蒋春平, 故发生的股份支付金额=(7.37-3.7)*(2.50+5.00)。

上述股份支付金额在股份授予日至预计上市时间 2024 年 6 月之间的等待期内按月平均摊销, 按照员工部门归属计入相关损益科目。报告期各期股份支付金额具体如下:

单位: 万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
管理费用	51.64	103.29	97.78	87.98
销售费用	3.32	6.64	6.64	6.64
研发费用	7.47	14.95	14.95	14.95
营业成本	9.47	18.93	18.93	18.93
合计	71.90	143.81	138.30	128.50

（二）永成志同是否由实际控制人蒋春平实际控制，其股份锁定等承诺是否符合监管规定

1、永成志同并非由实际控制人蒋春平实际控制

永成志同普通合伙人、执行事务合伙人为常红霞，蒋春平为有限合伙人。永成志同《合伙协议》第二十三条约定：“有限合伙人不执行合伙事务，对外不具有代表权。有限合伙企业由普通合伙人执行合伙事务。即本合伙企业由普通合伙人担任本企业的执行事务合伙人并执行合伙事务。执行合伙事务合伙人对外代表合伙企业。”蒋春平系永成志同有限合伙人，不对外代表合伙企业且不能执行合伙事务。根据《合伙协议》，永成志同经营事项、财产份额转让给合伙人以外的人、有限合伙人退出等重要事项由普通合伙人即执行事务合伙人决定。

永成志同自设立至今，普通合伙人本着为合伙企业利益行事以及服从发行人股权激励目的的原则，按照相关法律法规及《合伙协议》的规定独立执行合伙企业事务，实际控制人蒋春平未曾干预合伙企业事务的执行；永成志同独立在发行人股东大会上行使股东权利，不存在与实际控制人、控股股东相互征求决策意见或其他可能导致一致行动的情形，不存在任何书面的一致行动协议、合同或其他安排。

常红霞已出具不存在股权代持的承诺，具体如下：

“1、本人所拥有的永成志同的出资权益不存在任何被冻结、查封、保全或者设定质押、其他形式的权利限制或第三人他项权利的情况。

2、本人所拥有的永成志同之出资权益系以自有资金真实出资并持有，不存在任何代持权益的情形，也不存在与任何第三方有委托持有权益、委托投资或其他协议安排。”

综上，永成志同并非由实际控制人蒋春平实际控制。

2、永成志同股份锁定等承诺符合监管规定

永成志同关于所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺具体如下：

“自公司首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内，本企业不转

让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

本企业直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

本企业将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023 年修订）》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律法规的相关规定。”

对于通过永成志同间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员邱岳冬、陈小华、姚胜、马绍勇、吴刚、潘剑锋，其关于所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺具体如下：

“自公司首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人通过常州永成志同创业投资合伙企业（有限合伙）间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

本人直接或间接所持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月，且不因其职务变更、离职等原因，而放弃履行承诺。如果公司上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人在前述锁定期满后每年转让的股份不超过本人直接或间接所持有的公司股份总数的 25%；本人在担任公司董事、高级管理人员期届满后离职的，离职后六个月内不转让本人直接或间接所持有的公司股份；本人在任职期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任

期届满后六个月内，每年转让的股份不超过本人直接或间接所持有的公司股份总数的 25%，且离职后六个月内不转让本人直接或间接所持有的公司股份。

本人将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023 年修订）》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律法规的相关规定。”

永成志同所持发行人股份自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起锁定 36 个月内，符合《公司法》《上市规则》《监管规则适用指引——发行类第 4 号》等相关规定。

综上，永成志同相关股份锁定等承诺符合监管规定。

（三）发行人是否涉及股份支付，如涉及说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

因员工持股平台内增资、份额转让涉及股份支付，发行人已按照增资、转让时点最近的市场价格确认股份支付金额，具体内容详见本题“四/（一）/6、股份支付情况”，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

五、结合对赌协议主要内容及终止情况，说明发行人对赌协议解除是否符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 4 号》问题 3 的要求

（一）结合对赌协议主要内容及终止情况

2019 年 1 月 30 日，发行人及其股东蒋春平、贾爱琴、蒋世超与中鼎天盛、宁波永丙、黄埔斐君、清源知本、双泽银盛签订了《江苏永成汽车零部件股份有限公司增资协议之补充协议》，涉及业绩承诺、股份回购、股权限制、回购权的终止等对赌条款。

1、对赌协议的主要内容

条款类别	条款内容
业绩承诺	“公司 2018 年度经审计的净利润不低于人民币 6500 万元。”
股份回购	“甲方承诺其将促使丙方于 2021 年 12 月 31 日前在中国境内证券交易所上市，包括但不限于主板、中小企业板、创业板或科创板；若丙方在 2021 年 12 月 31 日前无法完成上述承诺，则甲方或丙方或甲方指定的第三方应回购乙方持有的全部或部分公司股份。回购价格的计算公式为：回购价格=投资者增资款+投资者增资款*8%*成交日到支付回购款当日的天数/365。”

	（“成交日”是指公司收到投资者增资款的当日。）该回购不迟于 2022 年 3 月 31 日前完成。”
股权限制	“甲方承诺，自乙方与丙方签署《增资协议》之日起至证监会受理公司上市申请文件日期间内，若丙方接受任何其他外部投资者对公司增资，其增资价格（投前估值）不得低于本次新增股份认购价格（投后估值），且乙方（包括乙方一指定的第三方）在同等条件下享有优先增资权。甲方承诺，自《增资协议》签订日起至证监会受理公司上市申请文件日期间内，甲方及其一致行动人若采取任何行动（包括出售、抵押、质押、股权设置负担等形式）使得甲方及其一致行动人将其所持丙方公司股权（股份）的全部或部分出让给第三方，其转让价格不得低于本次新增股份认购价格，且乙方（包括乙方一指定的第三方）享有随售权及同等条件下的优先出售权。”
回购权的终止	“自公司首次向中国证监会递交首次公开发行并上市的申请并获受理之日起，投资者根据本协议所享有的第二条第二项的回购权终止。若发生下列情形之一，根据前款规定终止的投资者享有的第二条第二项的回购权立即自动恢复效力，并且视同上述所约定的权利从未失效或被放弃：（1）中国证监会驳回公司的上市申请或公司主动撤回公开发行股票申请；（2）公司未能通过中国证监会发行审核委员会审核。”

2、对赌协议的终止情况

现有/ 历史 股东	股东名称	对赌协议 解除时间	对赌协议解除具体情况
历史 股东	宁波永丙	2020 年 8 月 20 日	宁波永丙与陆磊青签订《股权转让协议书》，将其持有的江苏永成全部股份转让给陆磊青。 2020 年 8 月 24 日，宁波永丙出具《说明函》，说明：“本企业出于自身投资规划考虑，决定通过转让方式退出对江苏永成的投资；前述退出行为完全基于自愿决策和公平谈判，不存在股权代持情形，不存在纠纷、潜在纠纷或其他未决事项。” 宁波永丙已将其持有发行人的股份全部转让，与发行人及其股东之间的对赌协议自动终止
历史 股东	黄埔斐君	2019 年 9 月 27 日	黄埔斐君与常红霞签订《股权转让协议书》，将其持有的江苏永成全部股份转让给常红霞。 2019 年 9 月 29 日，黄埔斐君出具《说明函》，说明：“本企业出于自身投资规划考虑，决定通过转让方式退出对江苏永成的投资；前述退出行为完全基于自愿决策和公平谈判，不存在股权代持情形，不存在纠纷、潜在纠纷或其他未决事项。” 黄埔斐君已将其持有的发行人股份全部转让，与发行人及其股东之间的对赌协议自动终止
历史 股东	清源知本	2020 年 8 月 20 日	清源知本与森隆投资签订《股权转让协议书》，将其持有的江苏永成全部股份转让给森隆投资。 2020 年 8 月 24 日，清源知本出具《说明函》，说明：“本企业出于自身投资规划考虑，决定通过转让方式退出对江

			<p>苏永成的投资；前述退出行为完全基于自愿决策和公平谈判，不存在股权代持情形，不存在纠纷、潜在纠纷或其他未决事项。”</p> <p>清源知本已将其持有的发行人股份全部转让，与发行人及其股东之间的对赌协议自动终止</p>
历史 股东	双泽银盛	2021年5 月15日	<p>双泽银盛与陆磊青签订《股权转让协议书》，将其持有的江苏永成全部股份转让给陆磊青。</p> <p>2021年6月30日，双泽银盛出具《说明函》，说明：“本企业出于简化持股结构考虑，决定通过转让方式退出对江苏永成的投资；前述退出行为完全基于自愿决策和公平谈判，不存在股权代持情形，不存在纠纷、潜在纠纷或其他未决事项。”</p> <p>双泽银盛已将其持有的发行人股份全部转让，与发行人及其股东之间的对赌协议自动终止</p>
现有 股东	中鼎天盛	2021年12 月31日	<p>发行人及其股东蒋春平、贾爱琴、蒋世超与中鼎天盛签订了《关于江苏永成汽车零部件股份有限公司增资协议之补充协议（二）》，终止了业绩承诺、回购价格、股权限制、回购权的终止等特殊条款，并约定上述条款自始无效，且不再恢复。</p> <p>2021年12月31日，中鼎天盛出具《说明》：“截至本说明出具日，相关对赌条款均未触发执行条件而被执行，且已通过签订补充协议的方式终止全部对赌条款或特殊权利条款的效力，自始无效，且不再恢复。本企业与江苏永成及其股东等其他相关方之间不存在其他对赌协议、特殊协议或安排，且不存在恢复条款等协议或安排，如若存在相关协议或安排的，本企业承诺该等协议或安排将均予以自动解除。”</p>

（二）说明发行人对赌协议解除是否符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第4号》问题3的要求

《监管规则适用指引——发行类第4号》问题3规定：“投资机构在投资发行人时约定对赌协议等类似安排的，保荐机构及发行人律师、申报会计师应当重点就以下事项核查并发表明确核查意见：一是发行人是否为对赌协议当事人；二是对赌协议是否存在可能导致公司控制权变化的约定；三是对赌协议是否与市值挂钩；四是对赌协议是否存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。存在上述情形的，保荐机构、发行人律师、申报会计师应当审慎论证是否符合股权清晰稳定、会计处理规范等方面的要求，不符合相关要求的对赌协议原则上应在申报前清理。”

宁波永丙、黄埔斐君、清源知本和双泽银盛已对外转让发行人全部股份，不

再是发行人股东，其与发行人及其股东之间对赌协议自动终止，且该 4 名机构股东已签署《说明函》确认不存在纠纷、潜在纠纷或其他未决事项。

发行人及相关股东已与中鼎天盛在 2021 年 12 月 31 日签署补充协议，不可撤销的解除了对赌协议，对赌协议自始无效，解除协议不存在附随义务，且不存在效力恢复条款。

因此，发行人与股东签订的对赌协议已在申报基准日前解除，且不存在任何附随义务及恢复条款，发行人对赌协议的解除符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 4 号》问题 3 的要求。

六、请保荐人、发行人律师发表明确意见。请申报会计师对问题（3）（4）发表明确意见

（一）核查程序

1、针对问题（1）、问题（2）、问题（5），保荐人和发行人律师执行了以下核查程序：

（1）访谈常红霞及主要家庭成员，获取常红霞及其配偶单位出具的收入证明，获取云昊电子最近一年及一期财务报表，了解常红霞家庭背景，家庭收入来源方式、家庭理财方式，家庭资金实力，家族企业经营情况；查阅斯克思汽车持有的不动产权证书、签订的《租赁合同》，了解斯克思汽车房产出租收入情况；

查阅出资前常红霞及其控制的斯克思汽车的资金流水，访谈大额资金往来当事人，了解大额资金往来背景，并获取相关协议等大额资金往来支撑资料；获取常红霞出具的《关于出资真实、不存在代持及股份无质押的承诺函》；

（2）查阅历史股东宁波永丙、黄埔斐君、清源知本和双泽银盛出具的《说明函》，了解报告期内股东退出的背景原因；查阅陆磊青身份证、中鼎天盛、森隆投资的工商档案、合伙协议、营业执照及填写的《调查表》，查询国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）网站，了解陆磊青、中鼎天盛、森隆投资投资或控制的企业情况；查阅中鼎天盛和森隆投资穿透至自然人填写的《调查表》，了解中鼎天盛和森隆投资的合伙人背景情况；

访谈发行人现有股东，查阅发行人历次增资协议、股权转让协议、银行转账凭证等资料，查询不得担任股东的法律法规，查询中国证券投资基金业协会网站（www.amac.org.cn），了解发行人股东（含历史股东）是否均具备法律法规规定的股东资格，受让股权的资金来源和凭证是否清晰合法；

访谈发行人现有股东，访谈发行人主要客户和供应商，取得出具的《无关联关系承诺》，查询企查查（<https://www.qcc.com>）网站，了解发行人现有股东与发行人主要客户供应商之间是否存在关联关系和资金业务往来；

（3）查阅发行人及其股东蒋春平、贾爱琴、蒋世超与中鼎天盛、宁波永丙、黄埔斐君、清源知本、双泽银盛签订了《江苏永成汽车零部件股份有限公司增资协议》《江苏永成汽车零部件股份有限公司增资协议之补充协议》、发行人及其股东蒋春平、贾爱琴、蒋世超与中鼎天盛签订的《关于江苏永成汽车零部件股份有限公司增资协议之补充协议（二）》、中鼎天盛出具的《说明函》、历史股东宁波永丙、黄埔斐君、清源知本和双泽银盛出具的《说明函》、访谈发行人现有股东，了解赌协议主要内容及终止情况；查阅《监管规则适用指引——发行类第4号》问题3的要求，核查发行人对赌协议解除是否符合其要求。

2、针对问题（3）、问题（4），保荐人、申报会计师、发行人律师执行了以下核查程序：

（1）查阅发行人工商档案、设立时的《发起人协议》《审计报告》《评估报告》《验资报告》、出资凭证、银行转账凭证、缴税凭证、发行人股东出具的《关于出资真实、不存在代持及股份无质押的承诺函》，访谈发行人现有股东，查阅历史股东宁波永丙、黄埔斐君、清源知本和双泽银盛出具的《说明函》，了解发行人历次股权变动价格是否公允，资金来源是否合法合规，款项是否实际支付，是否存在应缴纳未缴税款，是否存在股权代持或潜在纠纷；

查阅永成志同工商档案、营业执照、合伙协议、出资凭证、份额转让协议及支付凭证，访谈永成志同全体合伙人（含已退伙的合伙人），了解永成志同历史沿革情况，对比最近市场价格重新测算股份支付金额是否准确；

（2）查阅永成志同工商档案、营业执照、合伙协议、出资凭证、借款协议、份额转让协议及支付凭证、发行人员工花名册、访谈永成志同全体合伙人（含已

退伙的合伙人），了解股权激励的主要内容、永成志同的合伙份额变动情况、合伙人在发行人任职情况，是否存在利益输送或损害相关方利益；

查阅永成志同合伙协议、访谈常红霞、查阅常红霞出具的不存在股权代持的承诺、永成志同及间接持股的董事、监事、高级管理人员出具的关于所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺等相关资料，了解永成志同是否由实际控制人蒋春平实际控制，其股份锁定等承诺是否符合监管规定。

（二）核查结论

1、针对问题（1）、问题（2）、问题（5），经核查，保荐人和发行人律师认为：

（1）常红霞出资来源为自有或自筹资金，出资来源合法合规，常红霞出资款主要为借款的原因系家庭资产主要为厂房及土地等不动产，在短期内存在资金缺口，具有合理性；借款部分除向云昊电子借款部分尚未偿还完毕，其余借款均已偿还；常红霞持有的发行人股权均系其本人持有，不存在代持股份或其他利益安排的情形；

（2）发行人股东（含历史股东）均具备法律法规规定的股东资格，受让股权的资金来源和凭证清晰合法，发行人现有股东承诺其与发行人前五大客户供应商之间不存在关联关系和资金业务往来，除《招股说明书》已披露的关联关系和关联交易外，现有股东与发行人主要关联方之间不存在其他关联关系和资金业务往来，亦不存在股权代持或利益输送；

（3）发行人与股东签订的对赌协议已在申报基准日前解除，且不存在任何附随义务及恢复条款，发行人对赌协议的解除符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第4号》问题3的要求。

2、针对问题（3）、问题（4），经核查，保荐人、申报会计师、发行人律师认为：

（1）发行人历次股权变动价格公允，资金来源合法合规，款项已实际支付，不存在应缴纳未缴税款，不存在股权代持或潜在纠纷等情况；

（2）发行人股权激励方案不存在利益输送或损害相关方利益的情形，永成

志同并非由实际控制人蒋春平实际控制，其股份锁定等承诺符合监管规定；发行人涉及股份支付，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

5. 关于合规经营

申请文件显示：

(1) 报告期内，蒋春平及其控制的常州永成存在频繁、多笔大额资金取现、现金支票支取。

(2) 报告期内，发行人存在 1 起环保行政处罚。根据保荐工作报告，发行人客户曾经因疑似喷涂业务线环保问题停产整顿。

(3) 发行人及其子公司存在部分房屋建筑物未办理权属证书的情形，部分房产为租赁。发行人存在部分员工未缴纳社会保险及住房公积金的情形。

(4) 江苏永成报告期内出售了开封永成 100% 股权，开封永成转让前存在违法违规行为。

请发行人：

(1) 说明发行人及其实际控制人控制的关联企业频繁大额取现的原因及合理性，相关资金流向及是否合法合规，是否与发行人客户、供应商及其关联方存在资金往来或替发行人承担成本费用的情形；按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的问题 8、10、11 等要求，进一步说明发行人是否存在其他应当披露而未披露的财务内控不规范情况。

(2) 说明发行人被行政处罚是否构成重大违法行为；发行人客户因环保问题被停产整顿是否与发行人直接相关及对发行人生产经营和业绩的影响，是否存在类似因发行人原因导致客户供应商被处罚或停业整顿的情形或风险。

(3) 结合存在法律瑕疵的房产情况及相关收入、毛利占比情况，说明部分房屋建筑物未办理权属证书是否存在被处罚风险、整改进展情况，上述情况是否对发行人生产经营构成重大不利影响；结合租赁房产的具体内容，说明租赁程序是否完备、租赁是否持续以及对发行人的影响。

(4) 按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》问题 14 和 16 的要求，说明发行人环保问题及社保、公积金缴纳情况的信息披露是否完整。

请保荐人发表明确意见，申报会计师对问题（1）发表明确意见，发行人律师对问题（2）（3）（4）发表明确意见。

请保荐人、申报会计师按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》问题15的要求提交资金流水专项核查报告，并就发行人内控制度是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形发表明确核查意见。

【回复】

一、说明发行人及其实际控制人控制的关联企业频繁大额取现的原因及合理性，相关资金流向及是否合法合规，是否与发行人客户、供应商及其关联方存在资金往来或替发行人承担成本费用的情形；按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》的问题8、10、11等要求，进一步说明发行人是否存在其他应当披露而未披露的财务内控不规范情况

（一）发行人及其实际控制人控制的关联企业频繁大额取现的原因及合理性，相关资金流向及是否合法合规，是否与发行人客户、供应商及其关联方存在资金往来或替发行人承担成本费用的情形

报告期内，实际控制人家庭（含蒋春平家庭及蒋世超家庭）及其控制的常州永成取现金额及现金支出情况如下：

单位：万元

项目		2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	
取现	常州永成	-	30.15	187.50	200.24	
	蒋春平	-	-	58.00	5.00	
	贾爱琴	-	-	-	-	
	蒋世超	0.26	2.90	4.00	-	
	吕敏	-	3.80	-	-	
	小计	0.26	36.85	249.50	205.24	
	常州永成开具现金支票	-	-	50.00	52.00	
现金用途	存现	常州永成	-	-	4.38	328.00
		蒋春平	-	-	10.00	40.00

	贾爱琴	-	96.00	37.00	5.00
	蒋世超	5.74	6.20	2.50	14.90
	吕敏	81.45	46.63	62.33	73.68
	小计	87.19	148.83	116.21	461.58
	常州永成历史货款或往来	-	10.00	3.13	44.23
	常州永成装修/修缮	-	-	70.00	82.00
	熔喷布设备采购	-	-	-	58.78
	常州永成日常经营	-	0.59	0.49	1.82

注 1：上述口径为全部的现金收支情况，不区分重要性水平；

注 2：实际控制人家庭另每年存在少量现金支出用于人情往来、日常消费。

实际控制人家庭取现后，主要用于支付历史货款、装修/修缮费用、购买熔喷布设备、日常消费及开支，具体如下：

1、常州永成历史货款或往来款

常州永成 2017 年将经营性资产转入永成有限，债权债务关系未发生转移，对于留存的历史货款，常州永成根据供应商付款要求，通过取现方式向其付款。

常州永成支付的上述历史货款部分对象与发行人供应商存在重叠，具体情况如下：

单位：万元

支付对象	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
江苏海天机械销售有限公司	-	-	-	1.47
新北区孟河军乐五金厂	-	-	3.13	-
常州俊银车辆配件有限公司	-	10.00	-	42.76

上述现金支付对象均为常州永成自身业务产生的历史货款，不涉及代发行人垫付费用情形。

2、常州永成装修/修缮

常州永成曾于 2017 年发生火灾，房屋损毁较严重，因资金紧缺，2019 年开始装修、修缮，其中使用的现金明细如下：

单位：万元

项目	交易对手	交易方式	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	备注
防水、排水工程	陈国荣	现金	-	-	20.00	-	防水工程实际结算价为68万元；排水工程实际计算价为54万元；以现金方式付款系施工方要求，以上款项均已结清
		现金支票	-	-	50.00	52.00	
钢结构工程	常州亚明钢结构工程有限公司	现金	-	-	-	30.00	以现金方式付款系施工方要求，工程款30万元已结清

3、熔喷布设备采购

2020年，实际控制人家庭从事熔喷布相关业务，基于当时的市场环境及设备供应商要求，对该部分设备使用现金支付58.78万元，并通过销售熔喷布获取现金收入319.40万元。

4、日常消费及开支

实际控制人家庭另每年存在少量现金支出用于人情往来、日常消费，且实际控制人蒋春平有3个孙子，年龄分别为12岁、9岁和6岁，节日期间存在亲友给予现金红包的情形，收取后由吕敏存入银行卡。实际控制人家庭日常消费及开支中使用的现金金额较小，符合正常开支水平，具有合理性。

综上，实际控制人及其控制的企业大额取现相关资金流向合法合规，部分历史贷款对象与发行人供应商存在重叠，但均为常州永成自身业务产生，资金往来背景具备合理性，不涉及体外资金循环或替发行人承担成本费用的情形。

(二) 按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》的问题8、10、11等要求，进一步说明发行人是否存在其他应当披露而未披露的财务内控不规范情况

1、财务内控不规范情况

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-8 财务内控不规范情形”的规定，报告期内发行人不存在其他应当披露而未披露的财务内控不规范情况，具体情况如下：

序号	财务内控不规范的情形	是否存在相关情形及披露情况

1	无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道	否
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现获取银行融资	否
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	否
4	频繁通过关联方或第三方收付款项，金额较大且缺乏商业合理性	否
5	利用个人账户对外收付款项	否
6	出借公司账户为他人收付款项	否
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金	否
8	被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金	否
9	存在账外账	否
10	在销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中存在内控重大缺陷	否

2、现金交易核查

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-10 现金交易核查”的规定，报告期内发行人存在现金交易，不存在大额现金交易，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
现金期初金额	4.26	0.96	4.46	23.83
现金增加：				
①提现	5.00	2.74	3.50	16.50
②现金销售	4.42	16.07	15.75	12.12
③收租客电费	-	9.18	12.09	11.06
④其他收款	2.39	4.56	3.29	9.96
现金增加合计	11.80	32.55	34.62	49.64
现金支出：				
①存现	-	12.06	11.70	19.90
②发放年终奖等	-	0.14	3.51	6.90
③员工报销及预支款	10.03	13.98	17.73	22.99
④现金采购	-	0.01	1.47	8.33
⑤其他付款	0.09	3.06	3.71	10.89

现金支出合计	10.12	29.26	38.12	69.02
现金期末余额	5.94	4.26	0.96	4.46
营业收入	45,993.19	72,672.33	54,979.20	38,892.51
现金收款占营业收入比例	0.03%	0.04%	0.06%	0.13%
其中：现金销售占营业收入比例	0.01%	0.02%	0.03%	0.03%
营业成本	36,910.85	58,507.27	41,679.55	31,343.13
现金支出占营业成本比例	0.03%	0.05%	0.09%	0.22%
其中：现金采购占营业成本比例	0.00%	0.00%	0.00%	0.03%

报告期各期，发行人现金收款占营业收入比例为 0.13%、0.06%、0.04%和 0.03%，现金支出占营业成本比例为 0.22%、0.09%、0.05%和 0.03%，现金交易比例较小，处于合理范围，不存在现金交易占比达到重要性水平的情形。

报告期内，发行人现金交易主要为支付员工报销款及备用金，收取废品销售款及租客电费，发生现金交易的主要原因系上述交易的对象为自然人，现金收付具有操作便利性，符合发行人业务情况和行业惯例。

报告期内，发行人现金交易的客户或供应商不涉及发行人关联方。发行人现金收入确认及成本核算符合《企业会计准则》的规定，不存在体外循环和虚构业务的情形。

报告期内，发行人现金管理制度与发行人业务模式、内部管理制度匹配，与现金交易、现金支付相关的内部控制制度完备、合理并执行有效；容诚会计师事务所（特殊普通合伙）所于 2023 年 4 月 26 日出具的《内部控制鉴证报告》（容诚专字[2023]210Z0052 号）认为：“江苏永成公司于 2022 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

报告期内，发行人现金交易流水的发生与相关业务发生真实一致，不存在异常分布。发行人不存在大额现金支付对象，发行人实际控制人控制的常州永成与发行人少部分供应商存在资金往来，均为其自身业务产生，资金往来背景具备合理性，具体详见本回复“3/二/（三）常州永成与发行人及其主要关联方、客户供

应商的交易和资金往来的具体内容、原因及合理性”。

3、第三方回款核查

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-11 第三方回款核查”的规定，报告期内，发行人不存在第三方回款的情形。

二、说明发行人被行政处罚是否构成重大违法行为；发行人客户因环保问题被停产整顿是否与发行人直接相关及对发行人生产经营和业绩的影响，是否存在类似因发行人原因导致客户供应商被处罚或停业整顿的情形或风险

（一）报告期内发行人行政处罚不构成重大违法行为

报告期内发行人子公司存在1项行政处罚，具体情况如下：

2020年3月24日，郑州市生态环境局向河南俱成作出《行政处罚决定书》（郑环罚决字[2020]21号），因河南俱成在红色管控期间年加工40万套保险杆和20万套内饰配件项目违反管控措施，露天喷漆、切割、电焊未配备烟气回收装置的行为，未执行红色预警管控期间的管控措施，对河南俱成作出5万元罚款。

河南俱成已于2020年9月10日根据行政处罚决定书的要求及时缴纳罚款，并进行了相应的整改，整改后符合有关规定；根据《郑州市大气污染防治条例》第五十七条规定及《行政处罚决定书》（郑环罚决字[2020]21号）所述“违法行为属于一般违法行为”。

因此，发行人子公司上述环境保护行政处罚行为不构成重大违法行为。

（二）发行人客户因环保问题被停产整顿是否与发行人直接相关及对发行人生产经营和业绩的影响，是否存在类似因发行人原因导致客户供应商被处罚或停业整顿的情形或风险

发行人供货的喷涂件产品均为发行人自行喷涂后运送至客户处，因此发行人客户因环保问题被停产整顿与发行人无关，也不存在类似因发行人原因导致客户供应商被处罚或停业整顿的情形或风险。

截至本回复出具日，尚未有主管部门对该客户工厂环保问题进行处罚或证实污染的结论，此后该客户的相关工厂已恢复生产，因此该事件对发行人生产经营和业绩无显著影响。

综上，发行人客户因环保问题被停产整顿与发行人不直接相关，对发行人生产经营和业绩无显著影响，不存在类似因发行人原因导致客户供应商被处罚或停业整顿的情形或风险。

三、结合存在法律瑕疵的房产情况及相关收入、毛利占比情况，说明部分房屋建筑物未办理权属证书是否存在被处罚风险、整改进展情况，上述情况是否对发行人生产经营构成重大不利影响；结合租赁房产的具体内容，说明租赁程序是否完备、租赁是否持续以及对发行人的影响

（一）结合存在法律瑕疵的房产情况及相关收入、毛利占比情况，说明部分房屋建筑物未办理权属证书是否存在被处罚风险、整改进展情况，上述情况是否对发行人生产经营构成重大不利影响

1、法律瑕疵的房产情况及相关收入、毛利占比情况

报告期内，发行人及子公司存在部分房产未办理产权证书等瑕疵。截至本回复出具日，法律瑕疵房产情况如下：

序号	公司名称	房屋坐落	建筑面积 (m ²)	用途
1	江苏永成	常州市新北区明阳路 10 号江苏永成厂区内	约 1,328.70	门卫室、临时搭建的辅助用房及雨棚
2	海南鑫永成	海口市龙华区海马二期海马二路 3 号	约 2,329.87	临时搭建的辅助用房，未用于生产经营
3	河南俱成	郑州经济技术开发区第二十一大街与经南十六路交叉口西南角河南俱成厂区内	约 23,137.93	厂房及办公楼

江苏永成和海南鑫永成未办理权属证书房产为门卫室、临时搭建的辅助用房及雨棚，不产生收入和利润。河南俱成未办理权属证书房产为厂房及办公楼，报告期各期，河南俱成营业收入和毛利占发行人合并报表的比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	营业收入	毛利	营业收入	毛利	营业收入	毛利	营业收入	毛利
河南俱成	15,740.68	984.69	11,241.41	843.52	9,084.99	761.03	6,499.23	727.43
合并报表	45,993.19	9,082.34	72,672.33	14,165.06	54,979.20	13,299.65	38,892.51	7,549.38
占比	34.22%	10.84%	15.47%	5.95%	16.52%	5.72%	16.71%	9.64%

2、部分房屋建筑物未办理权属证书是否存在被处罚风险、整改进展情况

(1) 江苏永成未办理权属证书的房产

江苏永成未办理权属证书房产面积约 1,328.70 m²，为门卫室、临时搭建的辅助用房及雨棚。常州市国家高新区（新北区）区政府于 2021 年 9 月召开的区政府第 11 次常务会议提到原则同意区住建局委托各镇（街道）行使城市管理行政处罚权。常州市新北区孟河镇人民政府出具《确认函》，确认江苏永成使用上述无证房产不构成重大违法违规，可继续使用，在企业确保安全生产各项措施前提下，不会对上述房产进行拆除或对企业进行行政处罚。截至本回复出具日，江苏永成未办理权属证书的房产未被相关政府部门处以行政处罚或要求拆除。因此，江苏永成可以继续使用上述房产，被处罚风险较小。

江苏永成历史上建造该部分门卫室、临时搭建的辅助用房及雨棚时未履行规划及施工许可等前置审批手续，已无法补办相关前置审批手续，因此，该部分建筑物未办理权属证书，且预计无法取得相关权属证书。

(2) 海南鑫永成未办理权属证书的房产

海南鑫永成未办理权属证书房产面积约 2,329.87 m²，为临时搭建的辅助用房。根据海口市自然资源和规划局出具的《海口市自然资源和规划局关于核查违法违规情况的复函》，确认海南鑫永成报告期内在该主管部门管辖范围内未核查到已认定的违法违规情况。根据海口国家高新技术产业开发区管理委员会出具的《海口国家高新区管委会关于海南鑫永成塑胶有限公司申请出具无违法违规证明的复函》，确认海南鑫永成报告期内没有违反海口市城市管理方面（含城市规划）法律法规的记录，也未曾受过该管理委员会综合行政执法局的行政处罚。截至本回复出具日，海南鑫永成未办理权属证书的房产未被相关政府部门处以行政处罚或要求拆除，因此海南鑫永成被处罚风险较小。

海南鑫永成历史上建造该部分临时搭建的辅助用房未履行规划及施工许可等前置审批手续，已无法补办相关前置审批手续，因此，该部分建筑物未办理权属证书，且预计无法取得相关权属证书。

(3) 河南俱成未办理权属证书的房产

河南俱成位于郑州经济技术开发区第二十一大街与经南十六路交叉口西南

角房产未办理权属证书且存在未批先建情形，但河南俱成前述先行建设行为未违反相关政策要求。

根据郑州经济技术开发区管理委员会《关于上汽供应商园区项目建设推进问题的会议纪要》（郑经会纪[2017]58号），会议同意河南俱成：“在土地、规划、建设、消防、安监、环保等手续完备前先行建设，并免于行政处罚。”

根据郑州经济技术开发区管理委员会《关于广州风神汽车有限公司郑州分公司等企业项目建设手续遗留问题的会议纪要》（郑经会纪[2023]15号），同意广州风神汽车有限公司郑州分公司因“未批先建手续补办事宜”、“建筑物消防验收事宜”、“施工图审查事宜”和“原施工单位农民工保证金和工伤保险事宜”等建设手续遗留问题进行办理事宜，并同意对“未批先建、未验先用”事宜免于行政处罚，对河南俱成等12家企业项目存在的上述类同历史遗留问题在办理相关手续时参照执行。因此，河南俱成未办理权属证书的房产不存在被行政处罚风险。

河南俱成正积极推进不动产权证书办理，已取得《建设用地规划许可证》（郑规地字第41010020182956号）和《建设工程规划许可证》（郑规建[建筑]字第410100202029112号），但因建设手续遗留问题至今未能办理产权证书；目前河南俱成正在根据郑州经济技术开发区管理委员会《关于广州风神汽车有限公司郑州分公司等企业项目建设手续遗留问题的会议纪要》（郑经会纪[2023]15号）办理相关手续

3、上述情况对发行人生产经营不构成重大不利影响

江苏永成部分未取得权属证书的房产为门卫室、临时搭建的辅助用房及雨棚，不属于重要生产经营场所，且根据常州市新北区孟河镇人民政府出具《确认函》，江苏永成可以继续使用该部分房产，不会进行行政处罚；海南鑫永成部分未取得权属证书的房产为临时搭建的经营辅助用房，未用于生产经营；河南俱成房产存在未批先建情形，但河南俱成该先行建设行为未违反相关政策要求，发行人正积极推进产权证书办理，预计取得产权证书不存在障碍。

发行人控股股东、实际控制人出具书面承诺：如公司因使用上述无权属证明的建筑物/构筑物被主管机关给予行政处罚或要求搬迁、责令强制拆除，将由本

人承担全部行政罚款、搬迁费用及拆除费用，并补偿发行人因此遭受的全部经济损失。

因此，上述情况对发行人生产经营不构成重大不利影响。

综上，株洲新瑞房产已取得权属证书，不存在被处罚风险，江苏永成和海南鑫永成部分房屋建筑物未办理权属证书被处罚风险较小，河南俱成未办理权属证书房产未违反相关政策要求，不存在被处罚风险；河南俱成正积极推进不动产权证书办理并已取得《建设用地规划许可证》和《建设工程规划许可证》，预计取得产权证书不存在障碍，江苏永成和海南鑫永成预计无法取得相关权属证书；发行人及其子公司法律瑕疵的房产对发行人生产经营不构成重大不利影响。

（二）结合租赁房产的具体内容，说明租赁程序是否完备、租赁是否持续以及对发行人的影响

截至本回复出具日，发行人正在履行的主要租赁房产情况如下：

序号	出租方	租赁地址	面积(m ²)	租赁期限	租金	用途	租赁备案
1	延锋彼欧汽车外饰系统有限公司	上海市浦东新区泥城镇飞渡路 55 号一号厂房	300.00	2023.1.1-2023.12.31	14.04 万元/年	外库	否
2	长沙市比亚迪汽车有限公司	长沙市雨花区环保东路 88 号比亚迪汽车产业园 14# 厂房	995.00 [注]	2021.7.1-2024.6.30	28 元/m ² /月	外库	否

注：发行人与长沙市比亚迪汽车有限公司签订的《场地租赁协议》约定面积为 995 m²，每月根据实际使用面积结算租赁费用。

上述房屋租赁中，出租方已与发行人签订租赁合同，租赁合同合法、有效，租赁具有持续性。

上述房屋租赁合同未办理备案手续，但根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力”的规定，因此上述承租房产未办理租赁备案，不影响该等租赁房产的使用，也不影响租赁合同的效力；上述房产为发行人便于配送而租赁，具有可替代性，且发行人控股股东、实际控制人已出具书面承诺：如公司所承租的租赁房屋/厂房因存在未能办理租赁备案登记而发生该等租赁房屋/厂房被认定无效等导致公司无法继续使用该等租赁房屋/厂房的情形，并给公司造成经济损失，

本人将无条件、全额承担公司因此产生的全部经济损失，且放弃向公司追偿的任何权利。因此，租赁程序瑕疵对发行人生产经营不构成重大不利影响。

综上，发行人租赁房产具有持续性，虽未办理租赁备案，但不影响租赁合同的效力，相关房产系为发行人便于配送而租赁，具有可替代性，且发行人控股股东、实际控制人已出具承诺替发行人承担未办理租赁备案登记造成的损失，因此，租赁程序瑕疵对发行人生产经营不构成重大不利影响。

四、按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 4 号》问题 14 和 16 的要求，说明发行人环保问题及社保、公积金缴纳情况的信息披露是否完整

（一）环保问题信息披露符合《监管规则适用指引——发行类第 4 号》

根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》问题 14：

“发行人应当在招股说明书中充分做好相关信息披露，包括：生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力；报告期内，发行人环保投资和相关费用成本支出情况，环保设施实际运行情况，报告期内环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额等；公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求，发行人若发生环保事故或受到行政处罚的，应披露原因、经过等具体情况，发行人是否构成重大违法行为，整改措施及整改后是否符合环保法律法规的有关规定。

保荐机构和发行人律师应对发行人的环保情况进行核查，包括：是否符合国家和地方环保要求，已建项目和已经开工的在建项目是否履行环评手续，公司排污达标检测情况和环保部门现场检查情况，公司是否发生环保事故或重大群体性的环保事件，有关公司环保的媒体报道。

在对发行人全面系统核查基础上，保荐机构和发行人律师应对发行人生产经营总体是否符合国家和地方环保法规和要求发表明确意见，发行人曾发生环保事故或因环保问题受到处罚的，保荐机构和发行人律师应对是否构成重大违法行为发表明确意见。”

1、招股说明书中对环保相关信息的披露

发行人已在《招股说明书》“第五节/八/（一）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及预期效果”中补充披露或调整表述如下：

“

公司属于汽车零部件制造行业，根据《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国环境影响评价法》和《环境保护综合名录》等法律、法规和规范性文件的规定，发行人主营业务不属于高危险、重污染行业，日常生产经营过程中，不存在重大污染源。公司生产经营符合国家和地方环保要求。

公司所处行业不属于重污染行业，生产经营过程中产生的污染较少。报告期内，公司生产经营涉及的环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力具体如下：

污染种类	污染物名称	实际排放量	具体环节	环保设施/处理方法	环保设施处理能力
废气	VOCs	1.53t/a	注塑、喷涂、补漆、发泡等	经 RTO 热力焚烧炉燃烧后排放；“水喷淋+UV 光氧化+活性炭”吸附装置处理后通过排气筒排放等	达标排放
	氮氧化物	3.25t/a			
	甲醛	0.03t/a			
	二氧化硫	0.26t/a			
	颗粒物	3.10t/a			
固体废弃物	清洗废液、漆渣等危险固废	249.83t/a	喷涂、补漆等	由有处理资质的第三方处理机构处理	有效处理
	一般固废（废包装物、生产废品废料等）	-	生产各个环节	全部收集后出售或由物资回收部门回收	有效处理
	生活垃圾	-	员工日常生活	由环卫部门定期清理	有效处理
废水	生活污水	-	员工日常生活	接管后交由污水处理厂处理	在污水排放量限额内
噪声	生产车间设备噪声	日间 < 65dB (A)； 夜间 < 55dB (A)	机械设备作业过程中	选用低噪声、低振动的生产设备，并利用厂房隔声	达标排放

公司的环保设施均处于正常运行状态，污染物处理与生产经营同步开展。

”

发行人已在《招股说明书》“第五节/八/（二）报告期内环保投入情况”中补充披露如下：

“报告期内，公司环保设施投入和环保费用与生产经营产生的污染相匹配，能够确保各项污染物达标排放。公司环保咨询及处置费用支出主要包括排污费、废弃物处置费、保洁费、环保咨询服务等，报告期内金额分别为 314.79 万元、439.17 万元、402.95 万元和 148.18 万元，2022 年因子公司河南俱成排污费费率下降，全年金额较 2021 年有所下降。

.....”

发行人在已在《招股说明书》“第十二节/六/（一）/5、环境保护情况”中补充披露如下：

“（5）环境保护所需要投入的资金情况

本项目的废气主要为 VOCs，其处理设备焚烧炉集成在自动喷涂线中，自动喷涂线的总价为 6,500.00 万元，其中焚烧炉相关设备支出约为 200 万元，其他污染物的处理设备或者处理设施约 70 万元，通过募集资金购买。

（6）环境影响分析结论

本项目在施工、生产期间的机械设备均采用低能耗、高效能的节能环保型设备，因此本项目属于节能环保绿色项目，对环境造成的污染较少。本项目产生的各种环境污染已采取科学有力的措施，符合国家和地方环保要求。”

发行人在已在《招股说明书》“第十二节/六/（二）/5、环境保护情况”中补充披露如下：

“

（5）环境保护所需要投入的资金情况

本项目不涉及生产环节，研发过程中形成的污染物可以通过已有的设备或者设施处理，无需额外投入资金购置。

（6）环境影响分析结论

本项目中没有生产环节，所以不存在工业环境污染问题，同时，本项目产生的各种环境污染已采取科学有力的措施，所有污染指标均在国家允许范围内，符合国家和地方环保要求。”

2、公司生产经营符合国家和地方环保要求，已建项目和已经开工的在建项目均已履行环评手续，公司排污达标检测情况符合国家污染物排放标准，除河南俱成受到当地环保部门的一般行政处罚外，不存在其他被环保部门现场检查过程中发现的环境保护相关违法违规情况，公司未发生环保事故或重大群体性的环保事件，不存在有关环境污染事故、重大群体性环保事件以及其他环保问题的媒体报道

(1) 公司及其子公司的已建项目和已经开工的在建项目均已履行环评手续

序号	项目名称	所属主体	环评批复文号/情况说明	环评验收情况
1	汽车零部件开发设计、试制和检测新建项目	江苏永成	常新行审环表（2023）81号	尚未完工，暂未验收
2	江苏永成汽车内外饰件等产品项目		常新行审环书（2019）3号	已验收
3	江苏永成武汉基地建设项目		武环经开审（2023）75号	尚未完工，暂未验收
4	永成年产 10 万套汽车零部件技术改造项目		常新行审环表（2023）37号	已验收
5	年产 30 万台套汽车仪表板及保险杠建设项目	株洲新瑞	株天生环评书（2020）2号	已部分验收
6	年产 20 万台套仪表板及保险杠新建项目		株天环评（2015）2号	已验收
7	海口十五万台（套）汽车保险杠及内饰件项目	海南鑫永成	琼土环资函（2013）864号	已验收
8	40 万套保险杠及 20 万套内饰件项目	河南俱成	郑环审（2019）42号	已验收

(2) 公司排污达标检测情况

①排污许可证情况

公司及其子公司取得的排污许可证及固定污染源排污登记回执情况如下：

序号	证书名称	持有人	证书编号	有效期
1	排污许可证	江苏永成	913204113020497827001W	2024.01.06
2	固定污染源排污登记回执	株洲新瑞	91430211MA4L3LR762002Z	2027.07.21

3	排污许可证	河南俱成	91410100MA449WJ80C001U	2027.06.25
---	-------	------	------------------------	------------

②公司排污检测情况符合国家污染物排放标准

1) 废气、废水和噪音处理

报告期内，江苏永成委托江苏久诚检验检测有限公司，株洲新瑞委托湖南泰华科技检测有限公司，河南俱成委托河南正捷检测技术有限公司、中铝长城检测技术有限公司出具了《检验检测报告》/《检测报告》，同时公司出具了相关说明，报告期内，公司生产建设项目废气、废水和噪音中各项污染排放均符合国家污染物排放标准。

2) 危险废弃物处理

公司在生产过程中会产生少量危险废弃物。就前述危险废弃物处置事宜，公司已经与相关公司签署了《危险废弃物处置协议》，协议约定公司生产过程中产生的少量危险废弃物均由其进行处理。相关公司具有《危险废弃物经营许可证》，可依法经营危险废弃物处置业务。

(3) 环保部门现场检查情况

报告期内，公司的子公司河南俱成因环境保护问题受到当地环保部门的一般行政处罚，具体如下：

2020年3月24日，郑州市生态环境局向河南俱成作出《行政处罚决定书》（郑环罚决字[2020]21号），因河南俱成在红色管控期间违反管控措施，未执行红色预警管控期间的管控措施，对河南俱成作出5万元罚款。河南俱成已于2020年9月10日根据行政处罚决定书的要求及时缴纳罚款，并进行了相应的整改，整改后符合有关规定。根据《郑州市大气污染防治条例》第五十七条规定及《行政处罚决定书》（郑环罚决字[2020]21号）所述“违法行为属于一般违法行为”，上述处罚不属于重大行政处罚。

报告期内，环保主管部门对发行人及子公司进行现场检查，除河南俱成受到当地环保部门的一般行政处罚外，发行人及其子公司不存在其他环保违法违规行为。

(4) 公司未发生环保事故或重大群体性的环保事件

报告期内，公司及其子公司不存在有关环境污染事故、重大群体性环保事件以及其他环保问题的新闻报道。

(5) 公司生产经营符合国家和地方环保要求

根据国家统计局制定的《国民经济行业分类》（GB/T4754—2017），公司属于“C36 汽车制造业”之“C3670 汽车零部件及配件制造”类别，不属于重污染行业范围。

根据以上分析，报告期内，除公司的子公司河南俱成因环境保护问题受到当地环保部门的一般行政处罚外，公司的生产经营符合国家和地方环保要求。

3、在对发行人全面系统核查基础上，保荐机构和发行人律师应对发行人生产经营总体是否符合国家和地方环保法规和要求发表明确意见，发行人曾发生环保事故或因环保问题受到处罚的，保荐机构和发行人律师应对是否构成重大违法行为发表明确意见

保荐人、发行人律师认为，报告期内，除公司的子公司河南俱成因环境保护问题受到当地环保部门的一般行政处罚外，公司的生产经营符合国家和地方环保要求，该行政处罚不属于重大行政处罚。

(二) 社保、公积金缴纳情况的信息披露完整

根据中国证监会《监管规则适用指引——发行类第4号》问题16的要求：“发行人报告期内存在应缴未缴社会保险和住房公积金情形的，应当在招股说明书中披露应缴未缴的具体情况及其形成原因，如补缴对发行人的持续经营可能造成的影响，揭示相关风险，并披露应对方案。保荐机构、发行人律师应对前述事项进行核查，并对是否属于重大违法行为出具明确意见。”

1、发行人报告期内社会保险、公积金缴纳情况

(1) 社会保险缴纳情况

报告期内，公司及其子公司社会保险缴纳人数情况如下：

单位：人

项目	2023年 6月30日	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日

员工人数	934	743	634	566
实缴人数	807	655	516	468
其中：缴纳新农保/新农合	118	125	56	22
未缴纳人数	127	88	118	98
其中：退休返聘	45	40	28	24
当月入职	69	6	14	12
在其他单位缴纳	4	5	-	-
应缴未缴人数	9	37	76	62
缴纳比例（1-应缴未缴人数/员工人数）	99.04%	95.02%	88.01%	89.05%

报告期内，发行人存在未为部分员工缴纳社会保险的情形，主要原因为①退休返聘；②当月入职；③在其他单位缴纳；④部分员工认为缴纳社会保险将降低个人可支配收入，因此公司尊重员工的真实意愿和实际利益，没有为该部分员工缴纳。

（2）住房公积金缴纳情况

报告期内，公司及其子公司住房公积金缴纳人数情况如下：

单位：人

项目	2023年 6月30日	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日
员工人数	934	743	634	566
实缴人数	744	608	481	446
未缴纳人数	190	135	153	120
其中：退休返聘	45	40	28	24
当月入职	59	7	14	12
应缴未缴人数	86	88	111	84
缴纳比例（1-应缴未缴人数/员工人数）	90.79%	88.16%	82.49%	85.16%

报告期内，发行人存在未为部分员工缴纳住房公积金的情形，主要原因为①退休返聘；②当月入职；③公司员工多为外地户籍，部分员工认为缴纳住房公积金对其未来在户籍所在地或其他工作地改变住房条件不能起到实质性作用，因此

公司为尊重员工的真实意愿和实际利益，没有为该部分员工缴存住房公积金。

2、应缴未缴金额占公司同期利润总额的比例较小，不会对发行人的持续经营造成重大影响

报告期各期，公司应缴未缴社保公积金金额对经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
社会保险补缴金额	8.66	69.25	92.23	12.03
住房公积金补缴金额	11.76	24.08	13.45	10.18
合计	20.43	93.33	105.69	22.21
利润总额	4,563.03	7,534.77	5,733.45	2,595.14
占同期利润总额比例	0.45%	1.24%	1.84%	0.86%

报告期各期，公司应缴未缴社保公积金金额占公司利润总额比例为 0.86%、1.84%、1.24%和 0.45%，占比较小，不会对公司持续经营产生重大影响。

就社保和公积金补缴风险，发行人已在招股说明书“第三节/一/（五）公司员工社会保险和住房公积金补缴的风险”章节披露如下：

“报告期内，公司存在部分员工未缴纳社会保险及住房公积金的情形。公司所在地的社会保险管理部门、住房公积金管理部门已出具合规证明，但公司未来仍存在因未足额缴纳社会保险及住房公积金被有关主管部门要求补缴的风险。”

3、公司应对方案

公司已在招股说明书“第四节/十五/（三）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”章节补充披露如下：

“

4、其他应对方案

发行人已为有住宿需求的员工提供宿舍并为在外租房的员工提供租房补贴。此外，报告期内发行人持续加强对新入职及在职员工的宣传及引导，尽可能鼓励员工缴纳社会保险和住房公积金。

”

4、发行人报告期内存在的应缴未缴社会保险和住房公积金的情形不属于重大违法行为

根据《中华人民共和国社会保险法》第八十六条规定：“用人单位未按时足额缴纳社会保险费的，由社会保险费征收机构责令限期缴纳或者补足，并自欠缴之日起，按日加收万分之五的滞纳金；逾期仍不缴纳的，由有关行政部门处欠缴数额一倍以上三倍以下的罚款。”

根据《住房公积金管理条例》第三十八条规定：“违反本条例的规定，单位逾期不缴或者少缴住房公积金的，由住房公积金管理中心责令限期缴存；逾期仍不缴存的，可以申请人民法院强制执行。”

根据上述罚则部分的规定：（1）对于社会保险，仅用人单位在被社会保险费征收机构责令限期缴纳或者补足后逾期仍不缴纳的，才会被处以罚款的行政处罚；（2）对于住房公积金，如存在逾期不缴或者少缴的，住房公积金中心应先行责令单位限期缴存，逾期仍不缴存的将申请人民法院强制执行，该等法律后果不涉及罚款以上行政处罚。

截至本回复出具日，发行人未收到社会保险、住房公积金主管部门要求限期缴纳或者补足社会保险费用、住房公积金费用并加收滞纳金的通知。

发行人所属地主管社会保障机关和住房公积金管理中心已出具有关证明文件，确认报告期内发行人不存在被主管社会保障机关和住房公积金管理中心行政处罚的情形。

综上，发行人报告期内存在应缴未缴社会保险和住房公积金情形，发行人已在招股说明书中披露应缴未缴的具体情况及其形成原因、补缴社会保险和住房公积金对发行人持续经营的影响、提示了相关风险，并对应对方案进行了补充披露，报告期内存在的应缴未缴社会保险和住房公积金的情形不属于重大违法行为，发行人社保、公积金缴纳情况的信息披露完整，符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第4号》问题16的规定。

五、请保荐人发表明确意见，申报会计师对问题（1）发表明确意见，发行人律师对问题（2）（3）（4）发表明确意见

（一）核查程序

1、针对问题（1），保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

（1）查阅报告期内发行人、蒋春平、贾爱琴、蒋世超、吕敏及蒋春平控制的关联企业常州永成的银行流水，常州永成的现金日记账、科目余额表、序时账、及对应的记账凭证与原始凭证；访谈蒋春平、贾爱琴、蒋世超、吕敏及重要的交易对手，了解现金收支的业务性质，并取得了相关凭证；

（2）取得发行人应付票据明细表、应收票据明细表、银行流水，核查发行人是否存在为获得银行融资向关联方或供应商开具无真实交易背景票据的情况；

（3）获取报告期内发行人的现金交易明细表，对报告期内现金交易金额进行分类统计汇总，核查现金交易比例及其变动情况是否处于合理范围；访谈发行人财务总监，了解发行人现金交易的原因、背景，是否符合发行人业务情况，现金交易的必要性及合理性，以及发行人为减少现金交易采取的措施；查阅同行业可比上市公司招股说明书或定期报告，了解现金交易或大额现金支付是否符合行业惯例；获取发行人实际控制人及董监高的关联方调查表，并与现金交易的相关客户或供应商名单进行对比，核查是否涉及发行人关联方；获取发行人制定的内控手册等内控制度文件，了解发行人资金相关的内部控制流程，主要内容包含银行存款管理、现金管理、费用报销管理、收款管理制度等，识别关键控制节点，并对内部控制的设计合理性进行评价，同时通过执行穿行测试和控制测试，确认发行人资金管理相关的内部控制制度设计及执行有效性；核查发行人现金日记账，对现金交易进行细节测试，核查会计凭证及相关单据；抽取大额现金收款凭证进行检查，包括相关销售清单、现金收据，现金存款凭证等单据；抽取大额现金支出凭证进行检查，包括现金支出审批单、现金领取借支单等；

（4）对发行人银行流水记录进行核查，前往发行人的各开户银行，获取发行人及其子公司报告期内银行开户清单、银行流水、电子票据背书记录，对客户与发行人的资金往来款项进行逐笔核查，确认报告期内客户的回款金额、回款方与账面记录是否一致；通过走访、函证等程序，确认发行人销售收入的真实性和

完整性，进而核查是否存在第三方回款。

2、针对问题（2）、问题（3）、问题（4），保荐人和发行人律师执行了以下核查程序：

（1）查阅行政处罚决定书及罚款缴纳凭证、发行人报告期内营业外支出明细、河南俱成出具的《关于郑州市生态环境局行政处罚事项整改的情况说明》，查询《郑州市大气污染防治条例》，了解发行人环境保护行政处罚行为是否构成重大违法行为；

访谈发行人的高管，网络检索百度（<https://www.baidu.com>）、新浪微博（<https://weibo.com>）、长沙市生态环境局官网（<http://hbj.changsha.gov.cn>）、湖南省生态环境厅官网（<http://sthjt.hunan.gov.cn>）网站，了解发行人客户因环保问题被停产整顿是否与发行人直接相关及对发行人生产经营和业绩的影响，是否存在类似因发行人原因导致客户供应商被处罚或停业整顿的情形或风险；

（2）查阅发行人《不动产权证书》并实地勘查发行人房产、发行人主管部门出具的证明文件、常州国家高新区（新北区）《区政府第 11 次常务会议纪要》、郑州经济技术开发区管理委员会《关于上汽供应商园区项目建设推进问题的会议纪要》《关于广州风神汽车有限公司郑州分公司等企业项目建设手续遗留问题的会议纪要》、子公司主要财务数据，了解法律瑕疵的房产情况及相关收入、毛利占比情况，是否存在被处罚风险、整改进展情况、是否对发行人生产经营构成重大不利影响；

查阅发行人正在履行的主要租赁房产、控股股东、实际控制人出具的替发行人承担未办理租赁备案登记造成的损失的书面的承诺，访谈发行人房产负责人，了解租赁房产具体内容、租赁程序是否完备、租赁是否持续以及对发行人的影响；

（3）查阅募集资金投资项目的可行性研究报告，取得了发行人的排污许可证、固定污染源排污登记回执、环境影响报告书（表）、《检验检测报告》/《检测报告》，了解发行人环保问题信息披露是否完整；查阅发行人及其子公司已建项目和已经开工的在建项目的环评批复文件、环评验收文件，了解其是否已经履行环评手续；查阅发行人及子公司与相关公司签署的危险废物处置协议以及相关公司的《危险废物经营许可证》；通过百度（<https://www.baidu.com>）、搜狗

(<https://www.sogou.com>)、必应(<https://cn.bing.com>)等主要网站、搜索引擎,查询发行人及其子公司是否存在有关环境污染事故、重大群体性,环保事件以及其他环保问题的新闻报道;

查阅发行人报告期内社会保险和住房公积金缴纳明细及凭证、发行人报告期内花名册和工资单、发行人出具的《关于社保和公积金缴纳情况的确认函》、访谈发行人人事行政部门负责人,发行人控股股东、实际控制人关于应缴未缴事项的承诺、发行人所属地主管社会保障机关和住房公积金管理中心出具的有关证明文件,了解社保、公积金缴纳情况的信息披露是否完整;

(二) 核查结论

1、针对问题(1),经核查,保荐人和申报会计师认为:

(1)发行人及其实际控制人控制的关联企业频繁大额取现的原因合理;相关资金流向合法合规,发行人及其实际控制人控制的关联企业与发行人客户、供应商之间的资金往来系正常商业往来,不存在替发行人承担成本费用的情形;

(2)按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》的问题8、10、11等要求,发行人不存在其他应当披露而未披露的财务内控不规范情况。

2、针对问题(2)、问题(3)、问题(4),经核查,保荐人和发行人律师认为:

(1)发行人被行政处罚不构成重大违法行为;发行人客户因环保问题被停产整顿与发行人不直接相关,对发行人生产经营和业绩无显著影响,不存在类似因发行人原因导致客户供应商被处罚或停业整顿的情形或风险;

(2)株洲新瑞房产已取得权属证书,不存在被处罚风险,江苏永成和海南鑫永成部分房屋建筑物未办理权属证书被处罚风险较小,河南俱成未办理权属证书房产未违反相关政策要求,不存在被处罚风险;河南俱成正积极推进不动产权证书办理并已取得《建设用地规划许可证》和《建设工程规划许可证》,预计取得产权证书不存在障碍,江苏永成和海南鑫永成预计无法取得相关权属证书;发行人及其子公司法律瑕疵的房产对发行人生产经营不构成重大不利影响;发行人租赁房产具有持续性,虽未办理租赁备案,但不影响租赁合同的效力,相关房产系为发行人便于配送而租赁,具有可替代性,且发行人已出具承诺替发行人承担

未办理租赁备案登记造成的损失，租赁程序瑕疵对发行人生产经营不构成重大不利影响；

(3) 发行人已在招股说明书中补充披露了生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力，募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额等环保事项，环保信息披露符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 4 号》问题 14 的规定；发行人生产经营符合国家和地方环保要求，已建项目和已经开工的在建项目均已履行环评手续，发行人排污达标检测情况符合国家污染物排放标准，除河南俱成受到当地环保部门的一般行政处罚外，不存在其他被环保部门现场检查过程中发现的环境保护相关违法违规情况，发行人未发生环保事故或重大群体性的环保事件，不存在有关环境污染事故、重大群体性环保事件以及其他环保问题的媒体报道；

发行人报告期内存在应缴未缴社会保险和住房公积金情形，发行人已在招股说明书中披露应缴未缴的具体情况及其形成原因、补缴社会保险和住房公积金对发行人持续经营的影响、提示了相关风险，并对应对方案进行了补充披露，报告期内存在的应缴未缴社会保险和住房公积金的情形不属于重大违法行为，发行人社保、公积金缴纳情况的信息披露完整，符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 4 号》问题 16 的规定。

六、请保荐人、申报会计师按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》问题 15 的要求提交资金流水专项核查报告，并就发行人内控制度是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形发表明确核查意见

保荐人、申报会计师已按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》问题 15 的要求提交资金流水专项核查报告，发行人内控制度健全有效、不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

6. 关于收入增长及客户

申请文件显示：

(1) 发行人客户集中度较高，报告期前五大客户主营业务收入占比分别为 86.21%、89.98%和 93.17%，主要客户为奇瑞汽车、小鹏汽车、北汽集团、比亚

迪汽车、上汽集团、海马汽车等。发行人产品覆盖新能源汽车及燃油车，但未说明具体情况。

(2) 发行人主要产品为外饰件、内饰件和模具，外饰件是发行人优势产品。报告期内发行人收入增长较快。2022 年外饰件中的保险杠总成收入较 2021 年下降，发行人未详细说明 2022 年细分产品收入下降原因。

(3) 报告期内，发行人各类内外饰件产品价格存在波动，发行人未说明模具单价情况及年降情况。

(4) 发行人下半年收入金额占比较高，但 2021 年第三季度收入占比为 16.56%、第四季度收入占比为 36.40%，发行人未详细说明波动原因。

(5) 发行人内外饰件产品分为领用确认和签收确认，发行人未说明各产品不同收入确认方法具体金额及影响。

(6) 发行人其他业务收入主要由材料及废品废料销售收入、房屋租赁收入等构成，其中材料销售系向外协供应商销售、2022 年下降较多，废品、废料销售金额相对较小。

请发行人：

(1) 结合与主要客户合作具体过程、进入供应商名录时间、发行人供应主要产品及该产品核心竞争力、与同行业可比公司相比发行人竞争优势具体体现等说明发行人客户拓展能力及合理性；结合与主要客户合作车型（燃油车、新能源车）定点及量产时间、新产品定点情况及预计量产时间等，说明发行人与主要客户合作稳定性、可持续性，客户集中度较高是否符合行业惯例、对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响。

(2) 结合发行人各类内外饰件产品应用客户车型及销量、发行人对应产品销量、该车型市场占有率及生命周期等，说明报告期内发行人收入增长具体原因、与下游客户车型销量是否匹配，未来收入是否具有成长性。

(3) 结合客户及车型变动等说明 2022 年保险杠总成收入下降具体原因，未来是否会持续下滑及依据。

(4) 结合新产品开发情况及销售占比、年降政策等，说明年降对发行人产

品价格及销售收入影响情况。

(5) 说明 2021 年第三季度收入占比较低、第四季度占比较高的具体原因，发行人收入确认时点是否准确。

(6) 说明报告期各期不同收入确认方法的各类产品（含模具）销售金额及占比。结合不同产品典型合同签订情况、控制权转移时点和确认依据、同行业可比公司情况等，说明发行人各类产品（含模具）收入确认准确性。

(7) 说明报告期内向外协供应商销售材料具体原因、是否为发行人产品对应使用材料、收入确认方法及准确性，2022 年销售材料金额下降原因、未来变动趋势。

(8) 结合生产环节废料产生情况、废料销售价格及数量、同行业可比公司情况等，说明发行人废料收入是否完整。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合与主要客户合作具体过程、进入供应商名录时间、发行人供应主要产品及该产品核心竞争力、与同行业可比公司相比发行人竞争优势具体体现等说明发行人客户拓展能力及合理性；结合与主要客户合作车型（燃油车、新能源车）定点及量产时间、新产品定点情况及预计量产时间等，说明发行人与主要客户合作稳定性、可持续性，客户集中度较高是否符合行业惯例、对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响

（一）结合与主要客户合作具体过程、进入供应商名录时间、发行人供应主要产品及该产品核心竞争力、与同行业可比公司相比发行人竞争优势具体体现等说明发行人客户拓展能力及合理性；

1、公司与主要客户的合作具体过程、进入供应商名录时间、发行人供应主要产品

公司主要客户包括比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团等国内知名汽车主机厂，公司与上述客户均已合作 5 年以上，具体情况如下：

主要客户	合作具体过程	进入供应商名录时间	合作的主要车型	供应产品
比亚迪汽车	2016年,比亚迪汽车主动接触公司洽谈合作,达成合作意向;2017年,公司参与并通过了比亚迪外饰体系评审,进入其供应商体系;2018年,公司正式通过比亚迪项目投标,开始为比亚迪设计并提供产品;2023年,公司通过比亚迪内饰体系评审,双方进一步加深合作	2017年	海洋系列、王朝系列、e网系列、腾势N7、仰望U8、方程豹	保险杠总成、外侧包围
奇瑞汽车	公司自2018年与奇瑞商用车品牌合作,成为奇瑞汽车的一级供应商;2019年通过奇瑞汽车项目招标,并为公司设计并提供产品;2020年进入奇瑞新能源及奇瑞股份供应商体系,至此完成奇瑞全系列品牌合作	2018年	捷途大圣、捷途X70、捷途X90、T-X系列等	保险杠总成、外侧包围、门护板总成和仪表板总成
小鹏汽车	2015年,小鹏汽车主动接触公司洽谈合作,公司通过小鹏汽车多方评审后双方建立合作关系;2016年,公司正式通过小鹏汽车项目招标,开始为其设计并提供产品,并于2017年开始实现收入;2023年公司小鹏汽车签订战略合作协议成为小鹏汽车战略合作供应商	2015年	P5、P7i、G3、G3i、G9、G6	仪表板总成、保险杠总成
上汽集团	公司自2015年与上汽乘用车公司接洽,并通过上汽乘用车的供应商体系评审,成为上汽乘用车的一级供应商;2016年开始,公司正式通过上汽乘通用车项目招标,开始为其设计并提供产品;2022年,公司通过上汽大众外饰件体系初步审核,获得新项目竞标权;2023年,公司通过上汽乘用车内饰件体系评审,双方进一步加深合作	2015年	荣威RX3、荣威RX5、荣威RX9;MG3、MG6、MG7;飞凡R7、飞凡F7、智己L7等	保险杠总成、外侧包围、
北汽集团	公司自2014年成立起通过北汽集团评审进入了其供应商体系,之后公司同步参与开发设计北京品牌和北京新能源多个项目;2020年,公司开始与北汽集团旗下品牌ARCFOX极狐合作	2014年	EU5、魔方、绅宝、极狐阿尔法等	保险杠总成、外侧包围、门护板总成和仪表板总成

2、公司产品的核心竞争力

公司主要产品包括保险杠总成、外侧包围、仪表板总成和门护板总成等,公司产品的核心竞争力主要体现在:产品种类齐全、质量控制体系健全、产品集成度高和交付及时、加快新产品研发、售后服务完善等方面,具体情况如下:

(1) 产品种类齐全、内外饰同步发展

公司产品种类齐全，主要产品涵盖了汽车内饰件及外饰件两大领域，且囊括了单车价值量较高的四大产品，在产品构成方面具有差异化竞争优势。同时，发行人内外饰件业务呈同步发展趋势。2022 年，发行人产品收入中内饰件和外饰件占比分别为 45.26%和 54.74%。公司同时拥有内外饰产品业务，能够实现多种工艺的技术要求，满足客户不同车型的需求，为客户提供更为全面的服务，为公司在核心产品的竞争中提供有效保障。

可比公司主要产品虽然与发行人主要产品有所重合，但均未完全覆盖内外饰件中单车价值量较高的产品，且内外饰业务发展不平衡。公司与同行业可比公司产品比较情况如下：

公司名称	基本情况	产品类型
新泉股份	新泉股份成立于 2001 年，主营业务为汽车内外饰件，主要产品包括仪表板总成、顶置文件柜总成、门护板总成、立柱护板总成、流水槽盖板总成和保险杠总成等	内饰为主，少量外饰
模塑科技	模塑科技成立 1988 年，主营业务为汽车外饰件，主要产品为汽车保险杠等	外饰
一彬科技	一彬科技成立于 2006 年，主营业务为汽车内饰件，主要产品包括立柱护板、座椅件塑料件、机舱塑料件、出风口等	内饰，单位价值相对较低
福赛科技	福赛科技成立于 2006 年，主营业务为汽车内饰件，主要产品包括汽车空调出风口、烟灰缸、杯托、拉手等	内饰，主要为单元件产品
金钟股份	金钟股份成立于 2004 年，主营业务为汽车内外饰件，主要产品包括汽车轮毂装饰件、汽车标识装饰件等	外饰，单位价值相对较低
发行人	公司成立于 2015 年，主营业务为汽车内外饰件，主要产品包括保险杠总成、外侧包围、仪表板总成和门护板总成等	外饰+内饰

资料来源：公司年报、招股说明书。

(2) 质量控制体系健全，产品能够满足主机厂技术标准

公司高度重视产品品质，通过了 IATF16949:2016 质量管理体系认证、ISO14001:2015 环境管理体系标准认证、ISO45001:2008 职业健康安全管理体系认证，满足了国际汽车质量体系的要求。为了保证产品的可靠性和安全性，公司在设计、原材料采购、生产工艺控制、交付各个阶段，建立了详细的操作标准、完善的质量控制体系，严控质量标准。公司质量控制体系健全，质量控制措施有效。各类产品均符合国家和行业颁布的有关产品技术标准，能够满足各主机厂的产品质量要求，能够覆盖高端车型，达到主机厂技术标准。

（3）产品集成度高，公司能够及时交付，快速响应客户需求

公司主要向主机厂供应总成产品，总成产品系将多个零部件分别实现的功能集成在一个模块组件中，产品较为繁琐且结构复杂，多个零部件相互叠加较为考验公司的技术实力和生产工艺，要求公司在设计和制造过程中具备专业的技术能力和丰富的经验，以确保零部件之间的精准配合和高效运作，同时要求公司具有较强的供应链管理和质量控制能力。

由于下游客户车型众多，不同种类的产品在产品设计和零部件构成等方面差别较大，公司根据客户不同需求定制研发设计和制造非标产品，为满足客户生产需要，公司持续推进生产设备和工序的改进、优化，建立高效的生产流程和质量管理体系，在保证产品质量可靠的基础上，能够实现及时交付，快速响应客户需求，获得了客户的高度认可。

（4）跟进新能源发展趋势，加快新产品研发

新能源汽车由于其零排放、能源消耗低的优点，已经成为汽车产业的未来趋势。近年来，我国新能源汽车市场发展迅速，2022年，我国新能源汽车销售达到688.7万辆，市场渗透率达到27.6%。

相对传统燃油车，新能源汽车在轻量化、智能化及舒适化方面需求更高，发行人基于下游行业的发展趋势及客户需求进行针对性的技术储备与技术研发，储备了微发泡、3D网布包覆成型技术、汽车内饰软质表面装饰成型技术等多种产品开发技术，并已开发了多款具有轻量化、智能化、舒适化特征的内外饰总成产品，能较好地满足新能源车的生产需求。具体详见本回复“1/三/（三）发行人新能源汽车业务收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势、应对措施”。

发行人在新能源领域布局较早，根据下游行业发展趋势，积极开发新能源领域产品，具有一定的先进性。

（5）售后服务完善

公司坚持以客户为中心，建立了完善的售后服务体系，为客户提供售后技术支持和维修服务，获得良好的口碑。公司的售后服务团队专业素质高、技术能力强，能够为客户提供产品技术支持和维修等售后服务，及时响应客户在产品使用中发现的问题。必要时，公司安排经验丰富的工程师提供驻场服务，为客户应用

公司产品提供充分的保障。公司持续加强售后服务团队的技术培训，不断提升售后服务人员的技术水平。此外，公司还通过售后服务了解客户需求及公司产品质量，为公司产品的持续改进提供依据。

3、与同行业可比公司相比发行人竞争优势

公司自成立以来，一直专注于乘用车汽车内外饰领域的设计、研发、生产和销售。通过多年的发展和积累，依托内外饰同步发展、布局重点企业、紧抓新能源发展机遇、重视技术研发、投入先进设备等竞争优势在汽车零部件细分行业逐渐与客户建立合作，并通过提供较高质量的产品、服务以及快速响应客户需求等积累了较好的市场口碑，取得了客户的高度认可。公司与同行业可比公司相比竞争优势如下：

（1）内饰与外饰综合服务能力优势，产品系列齐全

公司同时具备汽车外饰及内饰的同步开发及生产制造能力，能够同时实现高档内饰及外饰产品的工艺技术要求，从而为公司在核心技术、核心产品的竞争领域提供有效保障。公司内饰及外饰的同步开发及生产制造能力，在与同行业竞争中能够提供更为全面的服务，使得公司在与客户的合作过程中建立更为稳定的合作关系，从而在未来的市场竞争中占据优势地位。

公司与同行业的产品比较情况具体详见本题“一/（一）/2、公司产品的核心竞争力”之回复。

（2）客户资源优势，客户粘性较高

公司深耕乘用车领域，凭借优秀的产品设计能力、模具开发及试验验证能力、稳定的质量控制能力、及时的供应保障及完善的售后服务能力，取得了客户的高度认可，与国内知名主机厂建立了长期稳定的合作关系。在行业竞争中，公司与同行业可比公司均与业内知名主机厂建立了合作关系，且各自有重点布局的客户群体并取得了一定的市场竞争优势。优质的客户群体是公司核心竞争力的重要组成部分。通过与知名主机厂及新能源造车新势力企业保持紧密良好的业务互动，公司一方面提升了自身品牌声誉，另一方面，客户严格的准入标准和持续的质量审核，进一步促进了公司各项能力的提升，帮助公司建立了更严格的质量管控体系，增强了公司的核心竞争力。

从合作范围上来看，发行人不断拓展与主机厂及其旗下公司的合作，以更加广泛地参与到主机厂配套体系中。从合作内容上来看，随着客户新车型的不断推出，发行人与客户合作的产品种类不断增加，进一步巩固了合作关系，提高了与核心客户的合作粘性。

（3）重点布局新能源汽车优势企业，拓展新能源汽车领域业务

发行人依靠自身多年的研发投入及技术整合能力，积极融入“新四化”的发展趋势，积极向新能源汽车领域拓展业务，重点布局新能源汽车优势企业，充分发挥公司同步开发的综合能力，已成为比亚迪汽车、小鹏汽车、奇瑞新能源、飞凡汽车、智己汽车、ARCFOX 极狐、北汽新能源、腾势、仰望、创维汽车、合众汽车等新能源品牌客户的一级供应商，随着新能源汽车和自主品牌汽车的占有率逐渐提高，新能源客户成为公司获取客户订单的有力保障。报告期各期，发行人产品应用新能源车型收入占比分别为 43.37%、47.90%、51.16%和 51.63%，呈逐年上升趋势。

公司与同行业上市公司 2022 年新能源销售占比情况对比如下：

单位：万元

公司名称	最近一年营业收入	新能源销售占比	最近三年营业收入复合增长率
新泉股份	694,669.50	未披露	37.38%
模塑科技	766,356.66	22.19%	12.07%
一彬科技	186,159.23	未披露	18.76%
福赛科技	69,331.57	28.38%	22.22%
金钟股份	72,920.99	未披露	35.62%
发行人	72,672.33	51.16%	36.69%

注：表中同行业可比公司信息来源于定期报告、问询意见回复、审阅报告等公开披露资料。

（4）技术研发优势

公司自成立以来一直重视研发投入，具有完整的研发体系和较强的汽车内外饰件的研发实力。截至本回复出具日，公司及子公司共获得国家专利 53 项，其中 10 项为发明专利，公司还获得江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局联合颁发的高新技术企业证书，江苏省 2022 年专精特新中小企业，拥有常州市工业和信息化局认定的常州市企业技术中心证书，并获得上汽

集团认定的供应商材料实验能力 II 级评定证书。

公司拥有设备先进、功能完善的汽车内外饰实验室，拥有大型高低温环境箱、气囊点爆实验设备、冷凝水实验机、蒸汽喷射实验机、桔皮仪、色差仪、热变形维卡软化点温度测定仪等设备，为新产品、新工艺的研发、检测提供了保障，提高了公司的创新能力。

(5) 先进的生产工艺及生产设备

公司一贯注重先进工艺在产品中的应用，以实现主机厂精致制造的目标，提升汽车整体感知质量。公司自主掌握柔性注塑生产线技术、柔性喷涂生产线技术、自动化搪塑生产线技术、自动化传输技术、表面成型技术、精密制造技术及高精试验技术等先进生产技术，工艺覆盖成型、喷涂、包覆、装配、裁切、弱化、焊接等主要生产环节。公司通过引进先进生产设备提升制造水平，先后引进业纳激光弱化系统、艾森曼油漆线、克劳斯玛菲注塑机和发泡设备、必能信振动摩擦焊接设备、库卡机器人、ABB 防爆喷涂机器人等一系列先进的生产设备。先进生产工艺的掌握以及先进生产设备的应用，为公司进入大客户的供应体系提供了有力保障。

4、发行人客户拓展能力及合理性

(1) 发行人凭借多年的积累和技术实力先后通过多家主机厂供应商体系评审，并与主机厂建立稳定、持续的合作，具有较强的客户拓展能力

公司实际控制人在汽车内外饰件领域拥有二十余年的经验，最初系以常州永成为主体，供应工艺单一、集成度较低的内外饰产品，面向的主要客户为海马汽车、东南（福建）汽车工业股份有限公司、北汽集团等，产品竞争力较弱，市场份额较小。2014 年，永成有限设立并承接了常州永成的业务，建立了全自动喷涂生产线及软内饰生产车间，引进了先进的生产设备，并逐渐掌握了全自动喷涂工艺等外饰工艺和搪塑、发泡、冷刀弱化、红外焊接、激光弱化等内饰生产工艺，产品逐渐延伸至集成度较高的大件类产品，产品竞争力进一步增强。通过多年来持续的技术研发、工艺改进、设备升级等，发行人具备了相应的技术积累和产品优势，并拥有先进的生产工艺、机器设备及完整的研发体系，为客户拓展提供了有力的支撑。

在汽车零部件行业，主机厂对零部件供应商的选择较为严格，供应商需要经过复杂的认证才能进入主机厂的供应商配套体系。发行人凭借优秀的产品设计能力、稳定的质量控制能力、及时的供应保障及完善的售后服务能力，先后通过了北汽集团、小鹏汽车、上汽集团、比亚迪汽车、奇瑞汽车等国内知名主机厂的供应商评审，并与延锋彼欧、模塑科技、一汽富维、新泉股份等公司规模较大、实力较强的对手展开竞争，依托内外饰同步发展、布局重点企业、紧抓新能源发展机遇、重视技术研发、投入先进设备等竞争优势逐渐在下游客户中取得突破并建立合作，从供应货值较低的小订单逐渐到单车配套价值较高的总成产品，产品品类及订单量不断增加，客户结构和产品结构不断优化。同时发行人在下游客户同类产品的采购比重整体呈上升趋势，在下游客户的车型覆盖率逐渐上升，发行人与核心客户的合作黏性不断增强，说明发行人具有较强的市场拓展能力。

发行人深耕乘用车领域，经过多年的发展，与国内知名主机厂建立了长期稳定的合作关系，并在新能源汽车迅速发展的市场环境中，积极开拓新能源汽车市场。发行人通过提供较高质量的产品、服务以及快速响应客户需求等积累了较好的市场口碑，并成为小鹏汽车战略合作供应商，先后获得客户颁发的多项奖项，获得了客户的高度认可，与合作客户的黏性增强，合作具有稳定性和可持续性。

综上，发行人经过多年的发展和技术积累，能够开拓北汽集团、小鹏汽车、上汽集团、比亚迪汽车、奇瑞汽车等国内优质主机厂，客户结构和产品结构不断优化，发行人与客户之间的合作关系具有稳定性和可持续性，说明具有较强的客户拓展能力。

（2）发行人坚持聚焦核心客户战略，不断拓展与现有客户的品牌合作范围

报告期内，发行人聚焦核心客户，来自发行人主要客户的收入均超过当期收入的 90%，是发行人收入的主要来源，与客户保持稳定、持续的合作是发行人收入的有力保障。发行人通过不断扩展与现有客户的合作范围，产品品类及订单量不断增加，最近三年营业收入复合增长率达 36.69%，发行人聚焦核心客户战略，业绩具有较好的增长性。目前发行人内外饰件产品在五大核心客户同类产品的覆盖率仍不足 20%，未来依然存在未满足的市场需求和潜在的客户机会。

报告期内，发行人持续加深与现有客户的品牌合作范围，目前已与比亚迪汽

车旗下比亚迪、仰望、腾势、方程豹品牌，小鹏汽车全系车型，北汽集团旗下北汽新能源、ARCFOX 极狐品牌，上汽集团旗下智己汽车、飞凡汽车，奇瑞汽车旗下奇瑞新能源，创维汽车等新能源汽车品牌建立合作关系。2023 年上半年，发行人通过比亚迪汽车内饰体系评审、上汽乘用车内饰体系评审，进一步扩展了未来与现有客户的合作范围。

（3）发行人开拓新客户不存在实质性障碍

发行人深耕汽车内外饰件领域多年，具备相应的技术积累和产品优势，拥有先进的生产工艺和机器设备，形成了一整套核心技术及专利，具有完整的研发体系和丰富的产品配套经验，为开拓新客户提供了有力保障，发行人开拓新客户不存在实质性障碍。

公司自成立至今，凭借突出的研发能力、稳定的产品质量和优秀的服务能力，与比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等知名主机厂建立了长期稳定的合作关系，获得了客户的高度认可。发行人配套经验丰富，在行业中已形成良好的品牌效应，也为发行人拓展新客户起到良好的示范作用。

发行人除持续扩展与现有客户的合作范围外，还持续拓展新客户，2022 年通过了上汽大众外饰体系初步审核，获得新项目竞标权，2023 年上半年通过了合众汽车的外饰体系评审成为其一级供应商。未来随着发行人资金实力的增强，在维护现有客户的基础上，将会加大新客户及新领域产品的开拓力度，市场开拓的措施详见本回复“1/一/（三）发行人开拓和保持客户合作稳定性的主要措施及核心竞争力”。

综上，发行人经过多年的发展和技术积累，在技术、设备、产品质量等方面持续投入，不断优化客户结构和产品结构，先后通过多家主机厂供应商体系评审并与其建立稳定、持续的合作关系，说明发行人具有较强的客户拓展能力。发行人坚持聚焦核心客户战略，不断拓展客户的合作范围，加大现有客户的合作力度，符合公司发展阶段特点，发行人开拓新客户不存在实质性障碍。

(二) 结合与主要客户合作车型（燃油车、新能源车）定点及量产时间、新产品定点情况及预计量产时间等，说明发行人与主要客户合作稳定性、可持续性，客户集中度较高是否符合行业惯例、对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响

1、结合与主要客户合作车型（燃油车、新能源车）定点及量产时间、新产品定点情况及预计量产时间等，说明发行人与主要客户合作稳定性、可持续性

(1) 公司与主要客户合作的车型情况

报告期内，公司与主要客户合作的车型情况如下：

客户名称	主要车型	内部车型	产品	燃油车/新能源车	定点时间	量产时间
比亚迪汽车	e网系列	EL	保险杠	新能源	2018年3月	2019年3月
		ELEAD	保险杠	新能源	2022年1月	2022年12月
		ELEC	保险杠	新能源	2018年11月	2019年6月
	元 PLUS	SC2E	外侧包围	新能源	2020年11月	2022年1月
	D1	DAEA	保险杠	新能源	2019年6月	2020年12月
			外侧包围	新能源	2019年11月	2020年12月
	海豹	EKEA	外侧包围	新能源	2021年3月	2022年9月
	海豚	EM2E	保险杠	新能源	2020年8月	2022年6月
护卫舰 07	SK2F	保险杠	新能源	2021年6月	2022年12月	
小鹏汽车	G3	D22	保险杠	新能源	2016年8月	2020年9月
			仪表板	新能源	2016年8月	2020年9月
	P5	D55	仪表板	新能源	2020年4月	2021年10月
	G9	E38	仪表板	新能源	2021年4月	2022年9月
	G6	F30	保险杠	新能源	2022年2月	2023年5月
			仪表板	新能源	2021年12月	2023年5月
奇瑞汽车	捷途 X70	CX62	门护板	燃油车	2018年12月	2019年7月
			外侧包围	燃油车	2018年12月	2019年7月
		CX62D	门护板	燃油车	2020年3月	2022年9月
			外侧包围	燃油车	2020年3月	2022年9月

		CX62B	门护板	燃油车	2020年3月	2020年10月	
			外侧包围	燃油车	2020年3月	2020年10月	
			CX62C	门护板	燃油车	2020年3月	2021年12月
	捷途大圣	JX65	保险杠	燃油车	2021年9月	2022年8月	
			门护板	燃油车	2021年9月	2022年8月	
			仪表板	燃油车	2021年9月	2022年8月	
	捷途 X90	KX63A	保险杠	燃油车	2019年3月	2020年9月	
			保险杠	燃油车	2020年11月	2021年12月	
		KX63FLB	保险杠	燃油车	2020年7月	2021年12月	
			门护板	燃油车	2020年11月	2021年12月	
上汽集团	名爵 MG6	IP32	保险杠	燃油车	2016年6月	2017年11月	
		IP32MCE-PRO	保险杠	燃油车	2016年6月	2021年8月	
		IP32P	保险杠	燃油车	2016年6月	2018年4月	
	名爵 MG3	ZP11-MCE	外侧包围	燃油车	2018年11月	2019年6月	
		ZP11-MCE3	保险杠	燃油车	2016年4月	2017年10月	
	名爵 MG7	IP42	保险杠	燃油车	2022年1月	2023年2月	
			外侧包围	燃油车	2022年2月	2023年2月	
	荣威 RX5	AS22-M2	外侧包围	燃油车	2020年6月	2020年6月	
	荣威 RX3	ZS12-M0	保险杠	燃油车	2016年4月	2017年10月	
		ZS12-M1	保险杠	燃油车	2020年6月	2021年3月	
D60	SV51-03	保险杠	燃油车	2019年8月	2020年3月		
北汽集团	EU5	C40D	保险杠	新能源	2017年5月	2017年10月	
		C40DB	保险杠	新能源	2017年10月	2018年3月	
			外侧包围	新能源	2017年11月	2018年3月	
		C40DB-C01	保险杠	新能源	2020年10月	2021年5月	
		C40DB-F01	仪表板	新能源	2020年2月	2021年6月	
		C40DB-M01	保险杠	新能源	2019年6月	2020年6月	
		C40D-F09	仪表板	新能源	2021年1月	2021年8月	
	北汽魔方	C52X	仪表板	燃油车	2020年10月	2022年5月	

			外侧包围	燃油车	2020年11月	2022年5月
		C52X-E02	仪表板	燃油车	2020年12月	2022年9月
极狐阿尔法S		N61AB	外侧包围	新能源	2019年3月	2021年5月
		N61AB-C01	外侧包围	新能源	2020年12月	2021年12月
北汽绅宝X25		C32B	外侧包围	燃油车	2020年11月	2021年4月
极狐阿尔法T		N60AB	外侧包围	新能源	2018年12月	2020年7月

报告期内，公司合作的主要客户包括比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团，合作的主要车型包括比亚迪汽车 e 网系列、元 PLUS 车型，奇瑞捷途系列车型，北汽魔方、EU5 车型，小鹏汽车 G3、P5、G9 车型，上汽集团名爵系列等。由于主机厂为保证供货质量和及时性，一般采取“一品一点”的采购策略，且车型具有一定的生命周期，生命周期内不会轻易更换供应商。

(2) 公司与主要客户合作的新产品情况

截至 2023 年 9 月 30 日，公司已定点但尚未在报告期内量产的项目有 46 个，合作的品牌包括奇瑞汽车旅行者，上汽集团智己汽车、名爵、荣威，北汽集团 ARCFOX 极狐，比亚迪汽车仰望、海豚，小鹏汽车等，公司新定点项目客户包括比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团等，与报告期内主要客户保持一致。

公司与报告期内主要客户的合作较为稳定，且围绕这些客户获取了大批尚未开始量产的新定点项目，与主要客户的合作具有稳定性和可持续性。

2、客户集中度较高符合行业惯例

报告期内，发行人前五大客户集中在比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团等国内知名汽车主机厂，公司前五大客户的收入合计占主营业务收入比例分别为 86.21%、89.98%、93.17%和 95.02%，客户集中度较高。

(1) 发行人客户集中度较高的主要是由于下游主机厂集中度较高

根据中国汽车工业协会的数据，2020 年-2022 年我国汽车销售总量分别为 2,531.1 万辆、2,627.5 万辆和 2,686.4 万辆，前十大整车厂分别为上汽、东风、一汽、北汽、广汽、长安、吉利、长城、华晨（2021 年退出前十大）、奇瑞及比

比亚迪（2021 年新增前十大），前十大整车厂汽车销量占我国汽车总销量的比例分别为 89.5%、86.1%和 86.2%，汽车行业集中情况较为明显。发行人作为整车厂的一级配套供应商，客户集中度较高的特点与汽车行业整体保持一致。

（2）发行人客户集中度情况与同行业可比公司不存在显著差异

基于上述原因，客户集中度较高属于行业惯例，同行业可比公司客户集中度也普遍较高。报告期各期，同行业可比公司前五大客户销售占比如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	76.95%	71.87%	68.93%
模塑科技	62.86%	58.56%	60.86%
一彬科技	57.77%	58.50%	55.57%
福赛科技	87.18%	87.93%	86.85%
金钟股份	71.02%	77.75%	86.08%
发行人	93.17%	89.98%	86.21%

注：由于同行业上市公司 2023 年半年报未披露前五名客户收入占比，因此未对 2023 年 1-6 月客户集中度进行比较。

如上表所示，同行业可比上市公司前五大客户集中度均在 50%以上，集中度较高。其中模塑科技、新泉股份规模较大，客户集中度相对较低；福赛科技、金钟股份尚处于业务、产品以及客户进一步拓展阶段，前五大客户收入占比与公司较为接近。

公司作为一级供应商，提供汽车内外饰件总成产品，主要客户为国内主机厂，受资金所限，公司主要聚焦核心客户，因此客户集中度相对较高。未来随着公司规模不断扩大，资金实力增强，公司将合理配置资源，大力开拓新客户资源，客户集中度将有所降低。

3、发行人未来持续经营不存在重大不确定性

（1）发行人所属汽车内外饰行业市场空间广阔，业务具有良好的发展空间

汽车内外饰行业是中国汽车工业的重要组成部分，涉及的产品众多，从行业体量上看，内外饰的整体行业规模巨大。具体而言，按照内饰件单车配套价值 5,000 元，外饰件单车配套价值 2,000 元计算，2022 年国内乘用车内外饰市场规模为 1650 亿元，全球乘用车内外饰市场规模超 4,000 亿元，经测算我国 2023 年

内外饰件市场规模约为 1,749.20 亿元，具体测算过程详见本回复“2/一/(一)/2、公司主要产品的市场空间和市场容量巨大，未来仍具有持续的成长性”，发行人所属行业市场空间广阔，业务具有良好的发展空间。

(2) 发行人与主要客户合作稳定，发行人聚焦核心客户，业绩具有较好的成长性

根据汽车行业惯例，整车厂商为保证生产的稳定和连续，通过认证确定合格供应商后，合作关系通常会在较长时间内保持稳定。发行人与主要客户合作均已超过 5 年，关系良好、稳定，不存在重大不确定性。

报告期内，发行人主要客户的收入贡献均超过当期收入的 90%，是发行人收入的主要来源。发行人坚持聚焦核心客户战略，不断提升客户黏性，加大对现有客户的订单挖掘力度，现有客户的收入金额逐年增加，最近三年发行人营业收入复合增长率达 36.69%，发行人聚焦核心客户战略，业绩具有良好的成长性。

(3) 发行人的主要客户经营状况良好，不存在重大不确定性

发行人的主要客户比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团均为国内知名主机厂，拥有良好的经营情况、较高的市场占有率和优秀的品牌影响力。发行人的主要客户经营状况良好，不存在重大不确定性。

根据乘用车市场信息联席会信息，2023 年上半年公司主要客户车型销量较上年同期呈增长趋势，下游客户车型销量的增长为公司的业绩增长提供有力保障。伴随着自主品牌车企市场份额及新能源汽车市场渗透率的持续提升，发行人客户迎来快速发展机遇，公司未来业绩增长具有较大的潜力。

(4) 针对现有客户发行人产品覆盖率仍有提升空间

发行人经过多年的发展和技术积累，坚持聚焦核心客户战略，不断拓展与合作客户的合作范围，在下游客户车型覆盖率不断提升。截至报告期末，发行人内外饰产品在下游客户同类产品的车型覆盖率仍不足 20%，针对现有客户发行人产品覆盖率仍有较大的提升空间。

(5) 发行人具有较强的客户开拓能力

发行人重视研发及产品质量，经过多年在技术、设备、产品质量等方面的持

续投入，客户结构和产品结构不断优化，先后通过多家主机厂供应商体系评审并与其建立稳定、持续的合作关系，具有较强的客户拓展能力。

发行人深耕汽车内外饰件领域多年，具备相应的技术积累和产品优势，拥有先进的生产工艺和机器设备，形成了一整套核心技术及专利，具有完整的研发体系，为开拓新客户提供了有力保障，发行人开拓新客户不存在实质性障碍。报告期内，发行人新拓展了仰望、腾势、方程豹、智己汽车、飞凡汽车、合众汽车等品牌客户。未来随着发行人资金实力的增强，在维护现有客户的基础上，将会加大新客户及新领域产品的开拓力度，市场开拓的措施详见本回复“1/一/（三）发行人开拓和保持客户合作稳定性的主要措施及核心竞争力”。

综上，报告期内公司客户集中度较高符合行业惯例，具有合理性。公司所属行业市场前景广阔，公司与现有客户合作稳定并具有较强的增长潜力，同时公司具备较强的客户开拓能力，因此现阶段公司客户集中度较高不会导致未来持续经营存在重大不确定性。

关于客户集中的风险，公司已在招股说明书“第二节/一/（二）/2、客户集中的风险”提示。

二、结合发行人各类内外饰件产品应用客户车型及销量、发行人对应产品销量、该车型市场占有率及生命周期等，说明报告期内发行人收入增长具体原因、与下游客户车型销量是否匹配，未来收入是否具有成长性

（一）发行人各类内外饰件产品与下游客户车型销量基本匹配

报告期各期，公司主要产品配套主要车型的销售金额、产品销量、车型销量、车型市场占有率、生命周期情况如下：

单位：万元、万辆

主要产品	主要车型	年份	销售金额	产品销量	装车量	车型销量	市场占有率	生命周期
保险杠总成	e网系列	2020年度	3,412.17	5.1	2.6	2.4	0.12%	5年
		2021年度	3,848.84	7.8	3.9	3.8	0.18%	
		2022年度	2,593.36	5.5	2.7	3.3	0.14%	
		2023年1-6月	1,830.36	3.8	1.9	0.9	0.08%	
	北京EU5	2020年度	1,510.52	3.6	1.8	1.9	0.09%	3-6年

		2021 年度	1,916.74	4.4	2.2	1.5	0.07%	
		2022 年度	2,941.54	6.5	3.3	3.5	0.15%	
		2023 年 1-6 月	1,998.85	4.4	2.7	2.7	0.24%	
	MG 系列	2020 年度	4,767.57	15.3	7.6	7.8	0.39%	5 年
		2021 年度	4,040.61	13.4	6.7	6.9	0.32%	
		2022 年度	2,657.15	9.6	4.8	4.3	0.18%	
		2023 年 1-6 月	1,692.94	5.3	2.7	1.3	0.12%	
	捷途大圣	2020 年度	-	-	-	-	-	5 年
		2021 年度	-	-	-	-	-	
		2022 年度	2,355.89	2.4	2.4	1.5	0.07%	
		2023 年 1-6 月	2,092.97	2.2	2.2	1.6	0.14%	
	哈弗初恋	2020 年度	-	-	-	-	-	5 年
		2021 年度	2,031.59	8.1	4.1	3.1	0.14%	
		2022 年度	-	-	-	-	-	
		2023 年 1-6 月	-	-	-	-	-	
	小鹏 G3	2020 年度	1,200.44	2.4	1.2	1.2	0.06%	5 年
2021 年度		1,275.31	2.6	1.3	2.9	0.14%		
2022 年度		-	-	-	-	-		
2023 年 1-6 月		-	-	-	-	-		
合计	2020 年度	10,890.70	26.4	13.2	13.2	0.66%	-	
	2021 年度	13,113.09	36.4	18.3	18.3	0.85%		
	2022 年度	10,547.94	24.0	13.3	12.6	0.53%		
	2023 年 1-6 月	7,615.12	15.7	9.5	6.5	0.57%		
外 侧 包 围	元 PLUS	2020 年度	-	-	-	-	5 年	
		2021 年度	23.48	0.0	0.0	-		
		2022 年度	4,549.43	20.2	20.2	20.2		0.86%
		2023 年 1-6 月	4,187.00	19.7	19.7	14.1		1.25%
	海豹	2020 年度	-	-	-	-	-	5 年
		2021 年度	-	-	-	-	-	

		2022 年度	2,030.43	4.8	4.8	5.1	0.22%	
		2023 年 1-6 月	1,087.66	2.6	2.6	4.1	0.36%	
	护卫舰 07	2020 年度	-	-	-	-	-	5 年
		2021 年度	-	-	-	-	-	
		2022 年度	-	-	-	-	-	
		2023 年 1-6 月	1,494.02	4.2	4.2	4.4	0.39%	
	捷途 X70	2020 年度	2,205.71	5.4	5.4	8.6	0.43%	5 年
		2021 年度	3,265.82	8.5	8.5	12.5	0.58%	
		2022 年度	3,369.68	9.5	9.5	13.7	0.58%	
		2023 年 1-6 月	1,360.38	4.7	4.7	4.1	0.36%	
	荣威 RX5	2020 年度	1,529.63	7.0	7.0	12.5	0.62%	5 年
		2021 年度	1,833.43	7.2	7.2	8	0.37%	
		2022 年度	1,063.53	4.6	4.6	8.1	0.34%	
		2023 年 1-6 月	222.19	1.0	1.0	2.3	0.20%	
	合计	2020 年度	3,735.34	12.5	12.5	21.1	1.04%	-
		2021 年度	5,122.73	15.7	15.7	20.5	0.95%	
2022 年度		11,013.07	39.1	39.1	47.1	2.00%		
2023 年 1-6 月		8,351.25	32.2	32.2	28.9	2.57%		
仪表板 总成	小鹏 P5	2020 年度	-	-	-	-	5 年	
		2021 年度	1,812.96	2.0	1.0	0.8		0.04%
		2022 年度	6,684.18	8.0	4.0	3.8		0.16%
		2023 年 1-6 月	1,651.28	1.9	1.0	1.1		0.09%
	小鹏 G9	2020 年度	-	-	-	-	-	5 年
		2021 年度	-	-	-	-	-	
		2022 年度	3,306.69	2.1	1.1	0.6	0.03%	
		2023 年 1-6 月	1,724.42	1.2	0.6	0.7	0.06%	
	小鹏 G3	2020 年度	1,126.17	1.2	1.2	1.2	0.06%	5 年
		2021 年度	2,754.04	3.0	3.0	2.9	0.14%	
		2022 年度	1,632.32	1.8	1.8	1.7	0.07%	

		2023年1-6月	223.80	0.2	0.2	0.3	0.03%	
	捷途大圣	2020年度	-	-	-	-	-	5年
		2021年度	-	-	-	-	-	
		2022年度	1,645.35	2.4	2.4	1.5	0.07%	
		2023年1-6月	729.26	0.9	0.9	1.6	0.14%	
	北汽魔方	2020年度	-	-	-	-	-	6年
		2021年度	33.49	0.0	0.0	-	-	
		2022年度	1,803.22	2.2	1.1	0.8	0.04%	
		2023年1-6月	918.69	1.0	0.5	0.3	0.03%	
	合计	2020年度	1,126.17	1.2	1.2	1.2	0.06%	-
		2021年度	4,600.49	5.1	4.1	3.7	0.17%	
		2022年度	15,071.76	16.5	10.4	8.6	0.36%	
		2023年1-6月	5,247.45	5.2	3.2	4.0	0.35%	
门护板总成	捷途 X70	2020年度	3,466.18	15.0	5.2	8.6	0.43%	5年
		2021年度	4,707.28	20.3	8.1	12.5	0.58%	
		2022年度	4,674.30	18.7	8.5	13.7	0.58%	
		2023年1-6月	2,906.89	8.9	4.4	4.1	0.36%	
	捷途大圣	2020年度	-	-	-	-	-	5年
		2021年度	-	-	-	-	-	
		2022年度	2,222.06	4.9	2.4	1.5	0.07%	
		2023年1-6月	2,024.94	4.5	2.2	1.6	0.14%	
	合计	2020年度	3,466.18	15.0	5.2	8.6	0.43%	-
		2021年度	4,707.28	20.3	8.1	12.5	0.58%	
		2022年度	6,896.36	23.5	10.9	15.2	0.65%	
		2023年1-6月	4,931.83	13.4	6.6	5.6	0.50%	

注 1：车型销量数据来源于车主之家、太平洋汽车等公开数据整理；

注 2：车型市场占有率=车型销量/全国乘用车市场车型销量；

注 3：生命周期为定点时整车厂预计的理论生命周期，来源于定点通知书、议价函等资料。

报告期内，发行人主要产品包括保险杠总成、外侧包围、仪表板总成、门护板总成，因单个车型可能配套前后保险杠 2 个产品、主副仪表板 2 个产品或 4 个门护板产品等，产品销量与车型市场销量口径存在不一致的情形，故根据产品与

车型的配套关系将产品销量换算为装车量并与市场销量进行对比。

通常情况下，发行人为车型配套的产品装车量与下游客户的车型销量基本匹配。公司主要车型产品装车量与车型销量存在不一致的情况，主要原因是：（1）整车厂车型实际销量小于车型产量，形成一定的库存，导致公司产品装车量大于车型销量；（2）由于整车厂要求新车型上市前提前备货配套产品，导致公司产品装车量大于车型销量，如捷途大圣、小鹏 P5、小鹏 G9、北汽魔方等当期新上市车型；（3）由于市场车型有多种改款车型，公司仅为其中的一款或几款车供应内外饰产品，导致公司产品装车量小于车型销量，如捷途 X70、荣威 RX5；（4）部分改款车型公司不再继续合作，导致公司产品装车量小于车型销量，如小鹏 G3i 保险杠产品。

报告期内，发行人主要产品的装车数量与配套车型的市场销量基本匹配，与收入的增长呈现一致趋势。

（二）报告期内发行人收入增长具体原因

报告期各期，公司汽车内外饰件产品收入分别为 28,352.98 万元、43,330.42 万元、65,482.59 万元和 39,004.04 万元，呈逐年增长趋势，主要原因如下：

1、公司较早布局新能源车型，新能源汽车市场迅速发展带动公司新能源车型收入快速增长

近年来，我国新能源汽车市场发展迅速，2022 年我国新能源汽车销售达到 688.7 万辆，市场渗透率达到 27.6%⁵。公司较早布局了新能源汽车市场，积累了比亚迪汽车等优质的能源汽车客户。报告期内，公司新能源汽车类产品收入占比均在 40%以上，受益于国内新能源汽车市场的快速发展，公司收入快速增长。

报告期各期，公司新能源汽车客户主要包括小鹏汽车、比亚迪汽车以及北汽集团，公司应用于新能源车型的产品收入分别为 16,466.51 万元、25,935.60 万元、36,832.71 万元和 23,580.32 万元，最近三年复合增长率达 49.56%，主要系公司新能源车客户以及配套的新能源车型持续增加所致。由于公司较早布局新能源车型，随着原有新能源车型项目的积累以及新车型比亚迪元 PLUS、比亚迪海豹、小鹏 P5、小鹏 G9 车型的量产，带动了公司新能源车型收入的增长。

⁵数据来源：中国汽车工业协会，乘用车市场信息联席会

2、自主品牌车企市场份额的持续提升，为公司业务增长提供了有力支撑

近年来，我国自主品牌主机厂在制造和品牌力等方面与外资品牌差距逐步缩小，市场占有率逐年提高，2022年我国乘用车市场自主品牌市场占有率较2020年提高11.5个百分点，达到47.2%⁶。公司深耕乘用车市场，主要客户为比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等国内自主品牌主机厂。伴随着乘用车市场国内自主品牌的崛起，报告期内公司配套的主要车型销量整体呈上升趋势，带动公司收入逐年提高。

报告期各期，发行人总成产品在主要客户对应车型的覆盖情况如下：

主要客户	装车量（万件）				下游客户所有车型销量（万辆）				占下游客户同类产品采购的比重（%）			
	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
奇瑞汽车	8.9	18.1	11.1	7.5	74.1	123.3	96.2	73.0	12.00	14.68	11.54	10.27
比亚迪汽车	28.6	28.4	5.1	2.7	125.6	180.2	72.4	41.7	22.78	15.76	7.04	6.47
小鹏汽车	2.0	6.8	4.0	1.2	4.1	12.1	9.8	2.7	48.31	56.20	40.82	44.44
上汽集团	5.5	12.9	15.8	16.4	53.5	105.3	103.4	85.0	10.29	12.25	15.28	19.29
北汽集团	3.9	6.8	3.7	2.5	8.1	8.2	7.5	8.2	48.15	83.93	49.33	30.49
合计	48.9	73.0	39.7	30.3	265.4	429.1	289.3	210.6	18.42	17.01	13.72	14.39

注1：市场销量数据来源：年度报告、官方网站、官方公众号；

注2：主要产品包括保险杠总成、仪表板总成、门护板总成、外侧包围四类总成产品，不包含其他产品如立柱总成、支架总成等小件总成产品或其他非总成供货的产品；

注3：装车量根据发行人配套产品折算，如同一车型配套不同产品，则以其中一种产品计算装车量；

注4：上述主机厂市场销量系根据发行人参与的主机厂旗下不同体系进行统计，其中上汽集团销量统计为上汽乘用车、上汽大通合计市场销量，北汽集团销量统计为北京品牌及极狐品牌合计市场销量。

由上表可以看出，伴随着自主品牌在国内乘用车市场的崛起，公司主要客户汽车市场销量逐年上升，公司产品装车量也呈上升趋势，为发行人主营业务提供了有力支撑。同时公司聚焦核心客户，不断拓展与合作客户的合作范围，公司在下游客户的车型覆盖率整体呈上升趋势，公司与客户合作的稳定性、持续性增强，为公司不断优化产品结构及单车配套价值的提升奠定了良好的基础。

⁶数据来源：乘用车市场信息联席会

3、内饰和外饰同步发展的策略，为公司创造了较大的市场空间

公司坚持内饰和外饰同步发展的策略，同时拥有内饰和外饰的同步开发、生产制造能力，能够为主机厂提供更为全面的服务。公司与客户的合作黏性增强，与客户的合作更具有稳定性和持续性，也为自身创造了较大的市场空间。报告期各期，汽车内外饰件产品收入金额分别为 28,352.98 万元、43,330.42 万元、65,482.59 万元和 39,004.04 万元，最近三年复合增长率为 51.97%，具有较好的成长性。

报告期各期，公司外饰件产品收入金额分别为 22,081.23 万元、29,532.76 万元、35,842.88 万元和 24,231.88 万元，呈逐年上升趋势，主要原因为：（1）公司外饰件主要客户为比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等，经过多年的发展，公司逐渐积累了一定的客户和项目资源，由于产品具有一定的迭代周期，随着已量产项目的积累，已量产项目如比亚迪汽车 e 网系列、奇瑞捷途 X70 系列为外饰件产品收入提供了一定的保障；（2）随着元 PLUS、海豹、捷途大圣等新项目的量产，带动 2022 年外饰件产品收入增加 9,027.55 万元，为外饰件产品收入提供增长的动力。

报告期内，公司内饰件产品收入增长幅度较快，金额分别为 6,271.75 万元、13,797.66 万元、29,639.71 万元和 14,772.16 万元，最近三年复合增长率为 117.39%，主要原因是公司坚持内饰和外饰同步发展的策略，加强了内饰件业务的市场开拓。截至 2022 年末，公司内饰件主要客户已涵盖小鹏汽车、北汽集团、奇瑞汽车等，并于 2023 年通过了比亚迪汽车内饰、上汽乘用车内饰体系评审，公司在内饰件产品业务逐渐稳固。报告期内，公司在原有项目量产的基础上，取得了小鹏 P5、小鹏 G9、北汽魔方、奇瑞捷途大圣等新项目的定点，随着上述新车型的量产，带动了 2022 年度内饰件产品收入增长 14,154.44 万元。

（三）发行人未来收入具有成长性

1、我国汽车行业长期向好，带动汽车内外饰件行业未来发展前景广阔

我国是全球最大的汽车消费市场，随着汽车产业的供给侧改革不断深化，特别是近年来国家新能源和智能网联汽车政策的引领下，汽车产业新技术不断突破，消费者对新能源和智能网联汽车的接受度不断提高，新能源汽车市场化快速发展，

共同推动了汽车市场的发展，我国汽车市场仍有较大增长空间。

汽车内外饰行业是中国汽车工业的重要组成部分，涉及的产品众多，从行业体量上看，内外饰的整体行业规模巨大。具体而言，按照内饰件单车配套价值 5000 元，外饰件单车配套价值 2000 元计算，2022 年国内乘用车内外饰市场规模为 1650 亿元，全球乘用车内外饰市场规模超 4000 亿元，经测算我国 2023 年内饰件市场规模约为 1749.20 亿元，具体测算过程详见本回复“2/一/（一）/2、公司主要产品的市场空间和市场容量巨大，未来仍具有持续的成长性”，发行人所属行业市场空间广阔，业务具有良好的发展空间。

2、发行人下游客户系国内知名主机厂及新能源优势企业，迎来快速发展机遇

近年来，我国新能源汽车市场发展迅速，2022 年我国新能源汽车销售达到 688.7 万辆，市场渗透率达到 27.6%，新能源汽车逐步进入全面市场拓展期，迎来新的发展和增长阶段。我国自主品牌主机厂紧抓新能源、智能网联转型机遇，推动汽车电动化、智能化升级和产品结构优化，也迎来了快速发展的市场机遇。2022 年，我国自主品牌乘用车共销售 970.2 万辆，市场份额达到 47.2%。

发行人深耕自主品牌乘用车客户，在新能源汽车迅速发展的背景下，重点布局新能源汽车优势企业，积累了比亚迪汽车、小鹏汽车等一批优质的新能源汽车客户，并与奇瑞汽车、上汽集团、北汽集团等国内知名主机厂建立了长期稳定的合作关系。随着自主品牌车企的市场份额持续提升，及新能源车市场渗透率提升，公司下游客户迎来快速发展机遇。

根据乘用车市场信息联席会信息，2023 年上半年公司主要客户车型销量较上年同期均呈增长趋势，公司下游客户车型销量的增长，为公司的业绩增长提供有力保障。伴随着自主品牌车企市场份额及新能源汽车市场渗透率的提升，发行人客户迎来快速发展机遇，公司未来业绩增长仍有较大的潜力。

3、发行人与客户合作不断加强，产品在客户对应车型的覆盖率逐年上升

公司聚焦比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团等客户，不断拓展与上述客户的合作范围，报告期各期，公司主要产品在客户车型的覆盖率分别为 14.39%、13.72%、17.01%和 18.42%，总体呈上升趋势，具体详见本题

“二/（二）/2、自主品牌车企市场份额的持续提升，为公司业务增长提供了有力支撑”，为公司未来收入增长提供了有力保障。

4、公司与客户的现有业务合作稳定

通常情况下，公司与主要客户的产品供应采用“一品一点”的配套模式，即针对某一特定的零部件，主机厂只定点一家配套商进行生产，一般不会轻易更换供应商。由于已量产项目具有一定的迭代周期，在相关车型的生命周期内，公司汽车零部件销售具有较高的可持续性，因此，已量产项目为公司业务的持续开展提供有力保障。

报告期各期，公司已量产项目实现收入分别为 25,985.91 万元、37,609.56 万元、45,322.44 万元和 34,749.12 万元，占产品收入的比重均在 50%以上，为公司收入奠定良好的基础。2020 年至 2022 年，公司已量产项目收入复合增长率为 32.06%，呈现较好的成长性，为公司未来业绩提供重要保障。

5、公司拓展新项目并逐步实现量产，公司未来收入具有成长性

公司在保障已定点项目推进的同时，还会持续获得新的定点项目。报告期各期，公司新增定点转量产的项目实现收入分别为 2,367.07 万元、5,720.86 万元、20,160.15 万元和 4,254.92 万元，新定点项目为公司未来经营业绩提供了增长动力。

截至 2023 年 9 月 30 日，公司已定点尚未在报告期内量产的项目有 46 个，合作的品牌包括奇瑞汽车旅行者，上汽集团飞凡汽车、智己汽车、名爵、荣威，北汽集团新车型，比亚迪汽车仰望、腾势、海豚，小鹏汽车等，公司根据主机厂量纲及定点单价对 2023 年、2024 年的销售收入进行了预测，公司已获得的定点产品项目（包含已定点且正在生产的项目和已定点未量产的项目）2023 年、2024 年预计贡献的销售收入（不含模具）分别为 10.6 亿元、15.8 亿元，金额较高且稳定持续，公司未来业绩具有良好的成长性。

综上，发行人报告期内收入增长具有合理性，发行人产品装车量与下游客户车型的市场销量相匹配，公司未来收入具有成长性。

三、结合客户及车型变动等说明 2022 年保险杠总成收入下降具体原因，未来是否会持续下滑及依据

报告期各期，公司保险杠总成收入金额分别为 12,933.05 万元、16,968.14 万元、14,681.34 万元和 10,628.43 万元，其中 2022 年保险杠总成收入有所下降，为业务的正常波动，主要系公司与长城汽车合作项目终止及新项目尚未形成规模所致。具体情况为：

(1) 2021 年，长城汽车泰州基地因建设初期产能不足寻求公司合作，2022 年其基地已完工改为自产，发行人不再为其提供保险杠总成产品，导致 2022 年来自长城汽车的保险杠总成产品收入减少 2,031.59 万元。报告期内公司来自长城汽车的销售收入占比较低，公司不再与其合作对公司的影响较小。

(2) 报告期内，公司与客户合作的部分车型销量有所下降如比亚迪汽车 e 网系列、上汽集团 MG 系列等，而新车型或改款车型尚未形成量产收入。公司保险杠新项目如上汽集团 MG7、比亚迪汽车 e 网系列改款、小鹏汽车 G6、奇瑞汽车旅行者已在 2023 年量产并形成规模收入，2023 年 1-6 月，保险杠业务收入为 10,628.43 万元，较上年同期增长 85.87%，保险杠业务收入呈现良好的成长性。

截至 2023 年 9 月 30 日，公司已定点尚未在报告期内量产的保险杠总成项目有 6 个，量产/预计量产时间为 2023 年和 2024 年，项目定点数量充足，保险杠业务收入持续下滑的风险较小。

四、结合新产品开发情况及销售占比、年降政策等，说明年降对发行人产品价格及销售收入影响情况

(一) 新产品开发情况及销售占比

报告期各期，公司产品收入分新开发项目和已量产项目情况列示如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
新开发项目	4,254.92	10.91%	20,160.15	30.79%	5,720.86	13.20%	2,367.07	8.35%
已量产项目	34,749.12	89.09%	45,322.44	69.21%	37,609.56	86.80%	25,985.91	91.65%
合计	39,004.04	100.00%	65,482.59	100.00%	43,330.42	100.00%	28,352.98	100.00%

注：新开发项目收入是指在当期实现量产的新项目在当期产生的收入；已量产项目收入是指前期量产的项目在当期产生的收入。

报告期内,由于公司配套的车型有一定的迭代周期,随着已量产项目的积累,已量产项目收入逐年增长。公司产品收入主要以已量产项目为主,已量产项目收入及占比较高。

(二) 发行人年降政策及年降对发行人产品价格及销售收入影响情况

1、年降政策

通常情况下,主机厂供应新车型和改款车型的上市初期,汽车售价相对较高,随着销售规模扩大和竞争车型的推出及更新换代,原有车型通常存在降价的情况,主机厂为了保证其利润水平,一般每年会与包括公司在内的供应商进行销售价格谈判,要求供应商降价,即存在产品年降的情况,主机厂执行年降政策是汽车制造行业的惯例。

对公司而言,公司结合当年原材料价格变动、新产品投产、品种材质型号变化、全年产销量及市场竞争情况等因素,就年降涉及的产品及幅度与客户进行谈判协商,经过多次谈判协商,达到双方均接受的程度,以此来调整年度的产品销售价格,并签订新的价格协议。报告期内,公司产品年降幅度不一,且并非所有的车型及产品均有年降,最终以双方谈判结果确定,年降幅度通常为1%-5%。

2、年降对发行人产品价格及销售收入影响

年降主要系对已量产项目产品价格的调整,报告期各期,年降对产品价格及销售收入的影响情况如下:

单位:万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
年降产品销售收入①	10,399.30	32,072.19	25,715.56	17,011.88
已量产项目产品收入②	34,749.12	45,322.44	37,609.56	25,985.91
年降产品收入占已量产项目收入比重③=①/②	29.93%	70.76%	68.38%	65.47%
主营业务收入④	45,670.68	71,989.31	54,142.32	37,969.56
年降产品收入占主营业务收入的比重⑤=①/④	22.77%	44.55%	47.50%	44.80%
年降金额⑥	403.64	1,656.39	1,360.53	825.46
年降金额占已量产项目收入的比重⑦=⑥/②	1.16%	3.65%	3.62%	3.18%

年降金额占主营业务收入的比重⑧=⑥/④	0.88%	2.30%	2.51%	2.17%
---------------------	-------	-------	-------	-------

报告期各期公司年降产品收入占已量产项目销售收入的比重分别为 65.47%、68.38%、70.76%和 29.93%，占主营业务收入的比重为 44.80%、47.50%、44.55%和 22.77%，年降金额占已量产项目收入的比例分别为 3.18%、3.62%、3.65%和 1.16%，占主营业务收入的比重分别为 2.17%、2.51%、2.30%和 0.88%，年降对发行人产品价格及销售收入影响较小。

同行业可比公司福赛科技 2020 年至 2022 年年降产品销售收入占营业收入的比重为 44.39%-53.24%，年降金额占营业收入的比例为 0.97%-1.53%，金钟股份 2018 年至 2020 年年降产品销售收入占营业收入的比重为 74.81%-85.68%，年降金额占营业收入的比例为 0.91%-1.06%，年降政策对公司的经营业绩影响较小。

综上，公司产品存在年降的情况，符合行业惯例，年降政策对公司的经营业绩影响较小，与同行业可比公司基本无差异。

五、说明 2021 年第三季度收入占比较低、第四季度占比较高的具体原因，发行人收入确认时点是否准确

（一）2021 年第三季度收入占比较低、第四季度占比较高的具体原因

报告期各期，公司分季度的主营业务收入情况如下：

单位：万元

季度	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	17,245.45	37.76%	10,987.18	15.26%	10,989.92	20.30%	5,444.51	14.34%
第二季度	28,425.23	62.24%	18,209.98	25.30%	14,480.91	26.75%	8,097.57	21.33%
第三季度	-	-	18,805.86	26.12%	8,963.36	16.56%	10,051.68	26.47%
第四季度	-	-	23,986.29	33.32%	19,708.14	36.40%	14,375.80	37.86%
合计	45,670.68	100.00%	71,989.31	100.00%	54,142.32	100.00%	37,969.56	100.00%

2021 年第三季度收入占比较低，主要受主机厂排产计划的影响，由于汽车行业芯片短缺等因素的影响，主机厂需求减少导致公司销量减少、收入下降。从销量来看，2021 年下半年公司配套的捷途系列、小鹏 G3、小鹏 P5、比亚迪海豚等车型在三季度的销量明显低于四季度的销量，其中比亚迪海豚、小鹏 P5 在 2021

年第三季度末上市，公司为其配套的产品在第四季度实现收入大幅度增长，导致第四季度占比较高。

（二）发行人收入确认时点准确

报告期内公司各销售模式收入确认时点如下：

产品类型	确认方法	收入确认时点
内外饰件	签收确认	公司将产品运至客户指定地点，将产品交付给客户且取得客户的签收单据。公司根据签收单日期确认收入
	领用确认	公司将产品运至客户指定地点，客户领用后，公司根据客户公布的领用日期确认收入
模具	全部销售	模具验收合格后，公司根据验收单确认收入
	部分销售、部分摊销	模具验收合格后，公司根据验收单按约定比例确认模具销售收入，同时随着使用模具生产的相关产品确认收入时确认摊销部分收入
	全部摊销	随着使用模具生产的相关产品确认收入时确认摊销部分收入

公司各类产品销售收入的确认时点均在客户取得相关商品的控制权之后，符合《企业会计准则第 14 号-收入》的相关规定，收入确认时点准确。

六、说明报告期各期不同收入确认方法的各类产品（含模具）销售金额及占比。结合不同产品典型合同签订情况、控制权转移时点和确认依据、同行业可比公司情况等，说明发行人各类产品（含模具）收入确认准确性

（一）不同收入确认方法的各类产品（含模具）销售金额及占比

1、不同收入确认方法的内外饰产品的销售金额及占比

公司内外饰件产品的收入确认方法分为领用确认和签收确认两种，报告期各期的销售收入和占比如下：

单位：万元

收入确认方法	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
领用确认	25,206.15	64.62%	37,018.19	56.53%	23,521.29	54.28%	17,057.75	60.16%
签收确认	13,797.89	35.38%	28,464.40	43.47%	19,809.13	45.72%	11,295.23	39.84%
合计	39,004.04	100.00%	65,482.59	100.00%	43,330.42	100.00%	28,352.98	100.00%

2、不同收入确认方法的模具的销售金额及占比

公司模具收入确认方法分为全部销售和部分销售、部分摊销两种，报告期各期的销售收入和占比如下：

单位：万元

收入确认方法	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
全部销售	3,910.10	58.65%	2,107.24	32.39%	7,919.67	73.25%	8,996.28	93.55%
部分销售、部分摊销	2,756.54	41.35%	4,399.48	67.61%	2,892.23	26.75%	620.31	6.45%
合计	6,666.65	100.00%	6,506.72	100.00%	10,811.90	100.00%	9,616.58	100.00%

(二) 结合不同产品典型合同签订情况、控制权转移时点和确认依据、同行业可比公司情况等，说明发行人各类产品（含模具）收入确认准确性

1、不同产品典型合同签订情况、控制权转移时点和确认依据

发行人不同产品典型合同签订情况、控制权转移时点和确认依据情况如下：

产品类型	确认方法（模式）	控制权转移时点	收入确认依据	典型合同条款
内外饰件	签收确认	公司将产品运至客户指定地点，将产品交付给客户且取得客户的签收单据，确认产品控制权转移	签收单	针对非寄售模式交付的产品，双方最终的交易数量以需方实际验收入库的数量为准
	领用确认	公司将产品运至客户指定地点，客户领用后，确认产品控制权转移	通过客户的供应链（商）系统或邮件等方式与客户对账记录	针对采取寄售模式交付的产品，双方最终的交易数量以需方实际投入生产的产品数量为准，对于已通过需方验收入库但未由需方实际投入生产的产品，需方不承担购买的责任
模具	全部销售	将模具验收合格时点作为控制权转移时点	验收报告	双方签订合同后30天内，需方向供方支付合同总金额100%的模具款
	部分销售、部分摊销	将模具验收合格时点作为销售部分控制权转移时点，将内外饰件控制权转移时点同时作为摊销部分控制权转移时点	验收报告、签收单、通过客户的供应链（商）系统或邮件等方式与客户对账记录	“第一部分”费用，分三期支付，“第二部分费用”，在甲方E38项目正式量产之后，3年期限内按10万台整车平均摊销；若摊销不完，剩余尾款，甲方则在3年到期后90个工作日内一次性支付。若3年内提

				前达到 10 万台，则 10 万台之后，分摊金额为零
	全部摊销	将内外饰件控制权转移时点作为摊销部分控制权转移时点	签收单、通过客户的供应链（商）系统或邮件等方式与客户对账记录	工装模具摊销费用不含税总价为 44.97 万元，含税总价为 50.81 万元，摊销基准 10 万辆

2、同行业可比公司收入确认方法

同行业可比公司收入确认方法对比情况如下：

公司名称	产品类型	收入确认方法
新泉股份	汽车零部件	在客户领用和安装下线后并收取价款或取得收款的权利时确认销售收入
	模具	<p>(1) 全部销售：公司按照客户要求完成模具开发，公司将模具直接销售给客户，客户拥有该生产模具的所有权，公司依照约定使用该模具生产产品销售给客户，将来产品价格中不含模具费用。这种模式下，该类模具销售确认为单项履约义务，当模具开发结束并进入 PPAP 阶段，即开发的模具验收合格，公司此时确认模具开发收入</p> <p>(2) 部分摊销、部分销售：公司按照客户要求完成模具开发，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司付款，剩余价款在以后的产品价格中体现，本公司将该类型模具销售认定为非单项履约义务，在本公司已经收取了合同对价或已经取得了无条件收取合同对价权利时确认为合同负债，并随着商品销售的同时确认收入</p>
模塑科技	汽车零部件	领用确认收入：在客户领用和安装下线后并收取价款或取得收款的权利时确认销售收入
	模具	未单独披露
一彬科技	汽车零部件	<p>(1) 对账确认收入：公司与客户通过供应链（商）系统、邮件等方式对账确认领用量或者收货量后确认收入</p> <p>(2) 签收确认收入：公司根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，公司根据客户签收单据确认收入</p>
	模具	<p>(1) 全部销售：公司在模具完工通过验收并确定结算价格、付款方式等信息后，确认收入</p> <p>(2) 全部摊销：以摊销的形式与客户进行模具款项的结算，在销售价格中体现（丰田、本田）</p>
福赛科技	汽车零部件	<p>(1) 签收确认收入：公司根据双方约定，将产品发送至客户（或指定方），以客户签收作为收入确认时点</p> <p>(2) 领用确认收入：公司将产品交付至客户中转仓库或其指定仓库，客户根据自身生产需要从仓库中领用产品，公司取得经客户确认的结算单并经核对无误后确认收入</p>

	模具	全部销售：模具对应产品量产后，客户一次性全额支付模具费用；模具合同签署后，客户预付 20%-30%的模具费用，其余费用在模具量产后进行支付
金钟股份	汽车零部件	(1) 签收确认收入：于产品运送至客户指定地点，公司在收到客户对品种、规格、数量签收反馈信息后确认收入 (2) 领用确认收入：于产品运送至客户指定地点，公司在收到客户对品种、规格、数量领用反馈信息后确认收入
	模具	全部销售：公司在模具经客户确认或客户验收合格达到批量生产条件后，确认收入
发行人	汽车零部件	(1) 领用确认收入：公司将产品运至客户指定地点，客户领用后，确认产品控制权转移。公司在产品价格确认、并通过客户的供应链（商）系统或邮件等方式与客户对账完毕后确认收入 (2) 签收确认收入：公司将产品运至客户指定地点，将产品交付给客户且取得客户的签收单据，确认产品控制权转移。公司在产品价格确认、并通过客户供应链（商）系统或邮件等方式与客户对账完毕后确认收入
	模具	(1) 全部销售：公司按照客户要求完成模具开发，于模具经验收合格后确认模具销售收入 (2) 部分销售、部分摊销：公司按照客户要求完成模具开发，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司支付模具销售款，公司在模具经验收合格后，按约定比例确认模具收入，同时按照模具开发成本的相应比例结转模具销售成本。其余开发成本（长期待摊费用）随着使用模具生产的相关产品的销售数量摊销，摊销额计入产品销售成本 (3) 全额摊销：公司按照客户要求完成模具开发，开发成本全部由公司承担，开始量产后公司将相应的模具开发成本（长期待摊费用）随着使用模具生产相关产品的销售数量摊销，摊销额计入产品销售成本，不单独确认模具销售收入及成本

同时，汽车零部件行业上市公司中，博俊科技（300926.SZ）与发行人收入确认方法一致，具体如下：

公司名称	产品类型	收入确认方法
博俊科技	汽车零部件	根据收到的客户生产计划，完成相关产品生产，产品送货后经客户验收合格，已经取得与客户的对账材料；产品已定价从而销售收入金额已确定，销货款项已收讫或预计可收回；销售产品的单位成本能够合理计算
	模具	(1) 全部销售：公司按照客户要求完成模具开发，公司将生产模具直接销售给客户，客户拥有该生产模具的所有权，公司依照约定使用该模具生产产品销售给客户，产品价格中不含模具费用。这种模式下，公司于模具经验收合格达到批量生产条件，确认收入的同时将模具全额结转营业成本 (2) 部分摊销、部分销售：公司按照客户要求完成模具开发，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司付款，公司在模具

		<p>经验收合格达到批量生产条件、确认收入的同时按照开发成本的相应比例确认营业成本，其余部分成本随着相关产品的销售按销量摊销</p> <p>(3) 全额摊销：公司按照客户要求完成模具开发，开发成本全部由公司承担，开始量产后公司将相应的模具开发成本随着相关量产产品的销售按销量摊销，逐步计入营业成本</p>
--	--	--

综上，通过结合不同产品典型合同签订情况、控制权转移时点和确认依据、对比同行业可比公司情况等，确认发行人各类产品（含模具）收入准确。

七、说明报告期内向外协供应商销售材料具体原因、是否为发行人产品对应使用材料、收入确认方法及准确性，2022 年销售材料金额下降原因、未来变动趋势

（一）报告期内向外协供应商销售材料具体原因

公司对外协供应商销售的材料主要为塑料粒子，由于公司对原材料的整体采购量较大，可获得较为优惠的采购价格，而公司的部分供应商因自身采购规模较小而难以获得稳定的材料供应和优惠的采购价格，故存在从公司购买部分原材料的情形。上述供应商均与公司签订了原材料采购合同，公司统一采购后以采购价为参考销售给外协供应商。

（二）是否为发行人产品对应使用材料，发行人材料销售相关的收入确认方法及准确性

公司销售给外协供应商的材料具有一定的通用性，不属于发行人产品对应使用的材料。

公司与外协供应商分别签订独立的购销业务合同（原材料销售合同、外协件采购合同），双方之间权利义务责任明确，销售业务与采购业务可独立区分。具体分析如下：

1、外协供应商对所购原材料进行后续管理和核算，公司没有保留原材料的继续管理权和控制权。

2、外协供应商可自由选择通过公司或其自有外部采购渠道获得原材料，完成外协件的生产制造，物料的形态和功能方面发生较大变化，且公司并未约定供应商所购原材料只能用于公司外协件的生产。

3、公司向供应商销售原料的价格由双方协商确定，与市场价格基本一致，且与公司外协件采购价格独立，供应商自行承担原材料采购后的积压、价格波动和毁损灭失的风险。

4、外协件采购时，公司与外协供应商签订独立的采购合同，采购价格涵盖原材料、加工费和利润空间等。

因此，公司向外协供应商销售原材料和购买外协件的购销业务相互独立，公司将原材料获得外协供应商签收作为控制权转移时点，确认材料销售收入，计入其他业务收入，相关会计处理符合会计准则要求。同行业可比上市公司新泉股份、模塑科技、一彬科技、福赛科技均存在类似业务和会计处理，符合行业惯例。

同行业可比公司关于原材料销售的会计处理：

项目	原材料销售会计处理
新泉股份	材料销售收入在其他业务收入归集
模塑科技	材料销售收入在其他业务收入归集
一彬科技	材料销售收入在其他业务收入归集
福赛科技	材料销售收入在其他业务收入归集

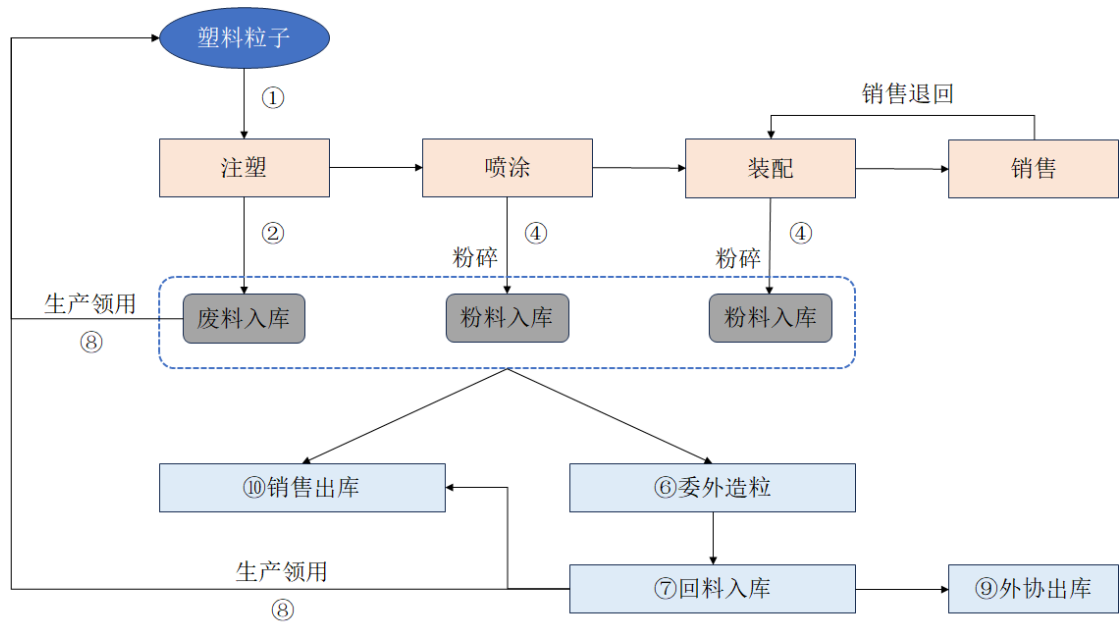
（三）2022 年销售材料金额下降原因、未来变动趋势

公司为提高原材料采购计划的准确性，降低采购的管理成本，自 2022 年起公司积极引导外协供应商自行建立稳定的采购渠道，减少了向部分外协供应商销售材料的规模，因此公司材料销售收入有所下降，未来该部分业务收入占比将保持较低水平。

八、结合生产环节废料产生情况、废料销售价格及数量、同行业可比公司情况等，说明发行人废料收入是否完整

（一）公司生产环节产生的废料及处理方式

发行人主要从事汽车内外饰件的研发、生产、销售，主要产品包括保险杠总成、仪表板总成、门护板总成、外侧包围等。发行人的生产工序主要有注塑、喷涂、装配环节，生产过程中会产生一定的报废品及损耗废料。发行人生产环节废料产生情况、处理方式如下图所示：



注：上图序号与下文表格序号相对应，具体释义如下：

序号①：注塑车间投入的塑料粒子数量；

序号②、序号④：发行人注塑、喷涂、装配环节及销售退回产生的废品粉碎后的入库数量；

序号⑥：发行人粉碎后的废料委托造粒厂进行造粒；

序号⑦：发行人委托造粒厂造粒后，根据生产需要将造粒后的废料拉回；

序号⑧：发行人将注塑车间产生的浇口料或造粒后的废料投入生产；

序号⑨：子公司株洲新瑞将造粒后的废料以委托加工物资的形式发往外协供应商；

序号⑩：发行人将粉碎后的废料或造粒后的废料对外销售。

（二）发行人生产环节废料产生数量、销售价格及销售数量情况

报告期各期，发行人生产环节废料产生数量、销售价格及销售数量情况如下：

序号	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
①	塑料粒子投入数量（吨）	5,532.37	7,937.07	6,185.98	4,176.54
②	注塑废料（吨）	212.73	413.34	311.44	278.19
③=②/①	损耗率	0.04	0.05	0.05	0.07
④	粉碎废料（吨）	267.36	340.53	274.89	383.90
⑤=②+④	废料入库（吨）	480.09	753.87	586.33	662.09
⑥	委外出库（吨）	327.16	421.76	310.14	188.59
⑦	回料入库（吨）	421.60	371.20	301.86	141.55
⑧	生产领用（吨）	203.28	306.54	219.52	457.63
⑨	外协出库（吨）	69.01	126.30	2.02	3.53
⑩	销售出库（吨）	139.63	360.70	245.28	260.65

销售出库金额（万元）	72.99	160.42	100.40	115.80
单价（万元/吨）	0.52	0.44	0.41	0.44

注：上述废料产销量未包含采购环节产生的废包装物、废金属架、废料机，报告期各期合计金额分别为 7.73 万元、10.34 万元、15.42 万元和 92.35 万元。

公司生产环节的废料主要来源于注塑环节及喷涂、装配环节。报告期各期，公司注塑环节塑料粒子损耗率分别为 0.07、0.05、0.05 和 0.04，随着公司工艺的不断优化如增加线边破碎机使得注塑环节产生的胶口料减少，并且随着产量的不断在注塑机进行产品切换环节产生的挤出料逐渐减少，从而使得注塑环节的损耗率逐步降低；喷涂及装配环节粉料入库数量分别为 383.90 吨、274.89 吨、340.53 吨和 267.36 吨，2020 年粉料入库数量较高主要系期初有待粉碎废料 122.17 吨，剔除期初待粉碎废料后，报告期各期公司喷涂及装配环节粉料产生数量分别为 261.73 吨、274.89 吨、340.53 吨和 267.36 吨，与收入规模趋势一致。

报告期各期，公司废料销售单价分别为 0.44 万元/吨、0.41 万元/吨、0.44 万元/吨和 0.52 万元/吨，其中 2023 年上半年单价较高，主要系当期单价较高的无漆粉碎料占比上升所致。

公司建立了完善的废料处置相关的内部控制流程：申请报废部门负责组织对报废物品的整理及清点，填写《物品报废单》，注明报废原因，联系质量部和制造工程部签署意见，并提报领导签字批准，形成有效单据后，在 U8 系统其他出库单做报废处理，生成出库单号，并将此出库单号填写至《物品报废单》；质量中心负责在《物品报废单》填写对报废物品的品质鉴定，并签字确认；制造中心负责对报废单进行审核；仓库根据有效的《物品报废单》内容，清点报废物品并签收确认。经总经理审批后对已报废物品执行处理，并办好相关处理手续。报告期内，发行人的废料处置的内控措施执行有效。

（三）同行业可比公司废料销售情况

报告期内，公司同行业可比公司中新泉股份、模塑科技、一彬科技未公开披露废料收入金额，金钟股份提及“公司其他业务收入主要为废料收入”，福赛科技单独披露了废料收入金额，具体对比如下：

单位：万元

项目	废料类型	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
福赛科技	废铜块、废屑、废旧设备拆解	-	-	39.55	0.06%	41.88	0.07%	44.04	0.10%
金钟股份	-	271.85	0.67%	494.24	0.68%	516.76	0.94%	277.77	0.70%
发行人	主要为废PP料	165.35	0.36%	175.83	0.24%	110.75	0.20%	123.53	0.32%

注1：金钟股份金额为其他业务收入金额，包含废料收入和受托研发收入等；

注2：福赛科技半年报数据未披露废料收入金额。

报告期内，由于同行业可比公司的原材料、生产工艺、废料处理方式和产品类型不尽相同，故废料收入存在一定差异，但总体上金额和占比均较小。根据业务特性，发行人存在少量废料销售收入，符合行业惯例。

综上，发行人报告期各期废料收入具有合理性，与同行业可比公司不存在较大差异，发行人建立了完善的废料处置相关的内部控制流程，废料收入完整。

九、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人及申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人总经理，了解发行人与主要客户合作的具体过程、供应的主要产品、产品的核心竞争力和发行人的竞争优势；查阅汽车内外饰行业报告、同行业可比公司公开资料，分析发行人与同行业可比公司在产品竞争力和竞争优势的具体体现；访谈发行人总经理，了解发行人客户开拓的发展历程、目前新开拓的客户以及未来新客户、新项目的开拓计划，并获取主要车型的定点文件以及开发进度表，核查项目的定点日期、量产/预计量产日期以及生命周期情况，分析发行人与客户合作的稳定性和可持续性；对发行人总经理进行访谈，了解客户集中度较高的原因，并通过查阅公开信息及同行业上市公司客户集中度情况，核查客户集中度较高是否符合行业惯例；查阅汽车行业运行情况、下游客户及同行业可比公司公开资料，分析客户集中度较高是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响；

2、获取发行人收入成本明细表，根据各车型项目产品销量折算配套整车数量，并通过车主之家、太平洋汽车等公开信息查询市场车型销量，将装车量与市场销量进行匹配；针对产品销量与车型销量不一致的情况，核查对应项目量产时间、配套内部车型，并访谈发行人总经理、财务总监，了解变动趋势不一致的原因及合理性；查询中国汽车工业协会官方网站、乘用车市场信息联席会官方网站，获取全国乘用车销量数据，结合发行人配套市场车型销量，统计车型市场占有率；查阅并取得发行人期后业绩和项目定点情况，了解发行人业绩预测的具体测算依据及过程，分析发行人未来收入的成长性；

3、结合收入成本明细表，分析影响保险杠总成产品的收入变动的具体车型；访谈发行人财务总监，了解保险杠总成收入下降的原因；获取新项目统计表，核查保险杠总成项目的定点情况，分析保险杠业务的未来成长性；

4、获得发行人收入成本明细表，计算新产品开发和已量产项目的收入情况及占比；访谈发行人财务总监，了解关于年降政策的具体情况，分析其对发行人收入、价格的影响；核查报告期各期量产项目的报价单、年降项目清单，结合收入成本明细表，测算各期年降金额；查询同行业可比公司的招股说明书、问询回复等公开文件，确认同行业可比公司的年降政策、年降幅度以及对经营情况的影响；

5、查阅同行业可比公司招股说明书、年报等公开资料，分析分季度收入占比、收入确认方法与发行人的异同情况；结合销售明细表，分析发行人收入季节性波动的具体原因；

6、了解、测试并评价发行人与收入确认相关的内部控制设计及其执行的有效性；检查销售合同，结合合同签订情况确认收入确认方法、控制权转移时点和收入确认依据；对发行人销售收入执行实质性程序：包括函证程序、走访程序、截止性测试、细节测试以及实质性分析程序；

7、访谈发行人财务总监，了解发行人向外协供应商销售材料的原因及 2022 年收入下滑的原因、未来变动趋势；获取发行人与主要外协供应商签订的销售合同及外协件采购合同，检查相关材料销售是否为发行人产品对应材料，分析合同条款并查询同行业可比公司公开资料关于材料销售的情况，分析发行人材料销售

的收入确认方法及准确性；

8、获取发行人废料管理制度并访谈发行人高级管理人员，了解发行人废料处理流程、审批程序及账务处理；执行废料产生及处置相关穿行测试，了解废料处置相关内控制度执行有效性；获取发行人废料台账并统计发行人废料产生量及废料销售价格，并查询同行业可比公司招股说明书、年报等公开资料对比废料收入占比，分析发行人废料收入完整性。

（二）核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人经过多年的发展和技术积累，不断优化客户结构和产品结构，先后通过多家主机厂供应商体系评审并与其建立稳定、持续的合作关系，发行人具有较强的客户拓展能力；发行人坚持聚焦核心客户战略，不断拓展客户的合作范围，发行人与主要客户合作具有稳定性和可持续性；发行人集中度较高符合行业惯例，不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响；

2、随着新能源汽车市场发展迅速，并伴随着国内品牌乘用车的崛起，发行人坚持内外饰产品同步发展策略，带动了报告期内发行人收入逐年提高，发行人收入增长具有合理性；发行人产品装车量与下游客户车型的市场销量相匹配，发行人所在行业未来发展前景广阔，已定点但尚未在报告期内量产的项目数量充足，发行人未来收入具有成长性；

3、发行人 2022 年保险杠总成收入下降，主要受长城汽车合作项目终止及新项目尚未形成规模影响所致，属于暂时性的下降，发行人保险杠总成项目定点数量充足，保险杠业务收入持续下滑的风险较小；

4、发行人年降政策属于行业惯例，发行人年降金额占已量产项目收入、主营业务收入的比重均较低，对发行人产品价格和收入的影响较小；

5、2021 年第三季度收入占比较低、第四季度占比较高主要受发行人主力配套车型上市时间和市场需求的影响，收入确认时点准确；

6、发行人收入确认依据充分、收入确认时点恰当，收入确认符合《企业会计准则》的相关规定，与同行业可比公司收入确认方法相比不存在较大差异，发

行人各类产品（含模具）收入确认准确；

7、报告期内向外协供应商销售材料非发行人产品对应使用材料，收入确认方法准确，符合《企业会计准则》的相关规定；2022 年销售材料金额下降系出于对原材料采购的管理便利性及采购计划的准确性考虑，未来该部分业务收入占比将保持较低水平；

8、发行人存在少量废料销售收入，符合行业惯例，废料收入完整。

7. 关于模具

申请文件显示：

（1）模具开发是汽车零部件生产的重要前端工序。在模具制作方面，发行人全部委托模具制造厂来定制化完成。发行人前五大模具供应商较为集中，亦向比亚迪汽车采购模具。发行人未说明模具采购具体情况。

（2）报告期内，发行人模具产品的毛利率分别为 40.07%、44.18%和 51.19%，毛利率水平相对较高，主要系模具开发较为复杂、发行人深度参与主机厂新产品开发环节所致。

（3）发行人模具收入确认政策分为全部销售模式、部分销售、部分摊销模式和全额摊销模式。2022 年发行人模具收入较 2021 年下降较多。

（4）发行人部分摊销、部分销售和全部摊销的模具成本计入长期待摊费用，随着相关产品按销售数量摊销。报告期各期末，发行人长期待摊费用-模具金额为 4,913.99 万元、4,667.90 万元、8,943.36 万元，金额较高且 2022 年末增加较多。发行人对预计难以收回产品中摊销的模具款项计提了减值准备。

（5）报告期各期末，发行人存货中模具存货金额为 3,829.87 万元、54.82 万元和 1,389.74 万元，各期末金额波动较大，发行人未对模具计提跌价准备。

请发行人：

（1）结合模具在产品中作用及设计、加工难度、发行人是否具备开模能力及未自行开模的原因、同行业可比公司模具生产及采购情况等，说明发行人模具全部外采是否符合行业惯例、发行人对模具生产厂商是否存在依赖、在模具方面是否具有竞争力、能否持续满足下游客户新产品开模需求及具体依据。

(2) 说明向比亚迪汽车采购模具原因及对应车型、是否所有向比亚迪的销售均依赖其供应的模具，未来向比亚迪销售是否具备成长性。

(3) 结合同行业可比公司模具开发情况、外采情况、毛利率水平，发行人深度参与主机厂新产品开发环节具体过程、在模具方面竞争优势具体表现等，说明模具毛利率水平较高且报告期内逐渐增加的原因及合理性。

(4) 结合报告期内模具销售数量、单价、对应客户、车型及量产时间、收入确认方法，说明模具收入与内外饰件产品收入是否匹配；说明 2022 年模具收入下滑具体原因，结合模具开发特点、开发周期、销售周期和对应零部件销售关系、报告期内模具开发情况及是否存在延期情形等，说明模具收入未来是否具有成长性。

(5) 说明不同结转成本方式的“长期待摊费用-模具”的金额、数量、单位成本、预计摊销期限，“按销售数量摊销”的销售数量确定方式、合理性；结合同行业可比公司模具摊销方法、摊销期限等说明发行人模具摊销会计处理是否符合《企业会计准则规定》。

(6) 说明客户预计采购产品数量小于合同约定数量时模具减值准备的测算依据、报告期内计提减值情况、模具实物转移和处理方式，长期待摊费用-模具减值准备计提是否充分。

(7) 说明各期末模具存货类型、金额、数量、期后销售情况，结合主机厂开发需求、项目开发周期、模具支付方式等说明报告期各期末模具存货金额波动较大的具体原因，是否存在主机厂变更或推迟模具开发的情形，相关模具可变现净值测算方式及跌价准备计提充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明模具监盘情况。

【回复】

一、结合模具在产品中作用及设计、加工难度、发行人是否具备开模能力及未自行开模的原因、同行业可比公司模具生产及采购情况等，说明发行人模具全部外采是否符合行业惯例、发行人对模具生产厂商是否存在依赖、在模具方面是否具有竞争力、能否持续满足下游客户新产品开模需求及具体依据

(一) 模具在产品中的作用及设计、加工难度、发行人是否具备开模能力及未自行开模的原因

1、模具在产品中的作用

发行人生产和使用的模具主要为注塑模具，用于各类塑料件的注塑成型，是发行人生产内外饰产品的基础装备，发行人主要产品为汽车保险杠总成、仪表板总成、门护板总成、外侧包围等汽车内外饰塑料件，在与下游主机厂合作时，根据不同客户不同产品的需求设计开发产品并外购配套的模具用于产品生产。发行人所有模具均用于为主机厂生产相关的内外饰产品，不存在单独对外销售模具的情况。

2、模具设计、加工难度，发行人是否具备开模能力及未自行开模的原因

模具开模过程主要分为模具设计和模具制造两个环节，其中，模具设计包括模具数据设计、设计数据下发、工艺编制三个环节；模具制造包括加工阶段、组装阶段和调试阶段。模具开模活动与发行人生产活动情况对比如下：

项目	模具开模活动		发行人生产活动
模具设计	模具数据设计及工艺编制	模具厂根据客户制定的产品数据设计模具结构； 模具厂根据客户制定的模具技术要求，制定模具的制造方案并编制相关生产工艺	发行人根据主机厂开发要求利用计算机数字化技术设计壁厚、轮廓及内部结构等产品数据； 发行人制定模具型腔及型芯的钢材、标准件、流道形式及点数、模具顶出方式、冷却系统、表面处理等具体参数及方案； 发行人从生产可行性、产品质量要求方面评审模具设计结构及生产工艺，并最终签批模具设计方案
加工、组装阶段	原材料	模具钢、热流道、铝材	塑料粒子、油漆、表皮
	主要生产工艺	数控加工	注塑、喷涂、搪塑、表面成型、焊接等
	主要机器设备	数控机床、电火花、合模机	注塑机、喷涂生产线、搪塑生产线、包覆设备等

调试阶段	试模、模具优化、验收	模具厂按照与正式生产相类似的参数和工序进行试生产	发行人主导试模过程,识别试模问题点,并主导产品及模具的修改方案,最终签批模具改善方案;发行人对模具的标识、定位、热流道系统、导向系统、顶块、工程匹配等进行检测评估,验收合格后最终确认模具完成
------	------------	--------------------------	---

在模具设计环节,发行人根据主机厂开发要求利用计算机数字化技术设计壁厚、轮廓及内部结构等产品数据,产品数据下发给模具生产厂商后,模具生产厂商根据发行人制定的产品数据设计模具结构,并依据发行人制定的模具型腔及型芯的钢材、标准件、流道形式及点数、模具顶出方式、冷却系统、表面处理等具体参数及方案,制定模具的制造方案并编制相关生产工艺;模具制造方案拟定后,发行人从生产可行性、产品质量要求方面评审模具设计结构及生产工艺,并最终签批模具制造方案。

在模具制造环节,发行人生产活动与模具制造活动相比,在原材料、生产工艺及设备投入方面均不同,如公司自行开模生产,将增加公司的人力成本、管理成本、机器设备投入等,相较委托专业模具生产厂商制造不具有成本优势,故公司将模具制造工作通过委托专业模具生产厂商进行而未自行开模。

在模具调试阶段,由发行人主导试模过程,识别试模问题点,并主导产品及模具的修改方案,最终签批模具改善方案;发行人对模具的标识、定位、热流道系统、导向系统、顶块、零件外观质量等进行检测评估,验收合格后最终确认模具完成。

(二) 同行业可比公司模具生产及采购情况,发行人模具全部外采是否符合行业惯例

公司专注于汽车内外饰件的设计、研发、生产和销售,基于自身发展阶段,将专业领域不同的模具制造工作全部委托专业模具厂商进行生产具有合理性,发行人同行业可比公司均披露了外购模具的相关情况,汽车零部件上市公司中亦存在模具主要通过外购的情形,具体详见本回复“1/五/(一)/3、发行人模具定制化采购情况符合行业惯例,且在模具方面拥有一定的技术先进性”。公司模具全部外采符合行业惯例。

(三) 发行人对模具生产厂商是否存在依赖、在模具方面是否具有竞争力、能否持续满足下游客户新产品开模需求及具体依据

1、模具设计定制化程度高，具有较高的技术含量

发行人模具需要根据不同产品的形状、规格尺寸、精度、表面质量要求、成型工艺、使用寿命要求等进行定制，模具设计需随着前述要素变化而变化，是发行人产品开发的重要内容。因此，由发行人主导的模具设计具有较高技术含量。

2、发行人主导模具开发过程，具有竞争力

发行人具有完整的内外饰项目开发和管理能力，在模具开发阶段，虽然尚不具备大型内外饰模具制造能力，但公司深入参与模具设计、调试和工程匹配过程。在模具开发环节，发行人应用计算机数字化技术对产品的造型可行性、布置可行性、工艺可行性、人机工程可行性、间隙面差等多方面进行模拟运算与检查，最终确定内外饰产品数据。产品数据确定后下发模具生产厂商进行模具结构设计，同时发行人制定模具型腔及型芯的钢材、标准件、流道形式及点数、模具顶出方式、冷却系统、表面处理等具体参数及方案，并从生产可行性、产品质量要求评审模具设计结构及生产工艺，并最终签批模具设计方案。在模具调试阶段，由发行人主导试模过程，识别试模问题点，并主导产品及模具的改善方案；最终，由发行人对模具进行工程匹配等验收合格后，用于发行人内外饰产品的生产。发行人主导模具开发过程并对模具开发环节进行全流程管控，有效保障了产品质量。

3、模具制造可替代性较强，发行人不存在对单一模具生产厂商的重大依赖

报告期各期，发行人向模具类的前五大供应商采购金额情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占模具采购总额比重
2023年 1-6月	1	浙江凯华模具有限公司	2,167.95	36.20%
	2	浙江三雷模塑有限公司	863.72	14.42%
	3	常州华威模具有限公司	745.66	12.45%
	4	浙江祥安模塑有限公司	722.23	12.06%
	5	爱卓智能科技(上海)有限公司	250.00	4.17%
合计			4,749.56	79.30%

2022 年	1	浙江凯华模具有限公司	3,331.50	28.88%
	2	常州华威模具有限公司	2,048.14	17.75%
	3	浙江三雷模塑有限公司	1,769.70	15.34%
	4	浙江祥安模塑有限公司	899.65	7.80%
	5	江苏昊东模塑有限公司	461.86	4.00%
合计			8,510.85	73.77%
2021 年	1	浙江三雷模塑有限公司	628.76	19.75%
	2	浙江凯华模具有限公司	626.64	19.69%
	3	浙江祥安模塑有限公司	269.47	8.47%
	4	常州华威模具有限公司	225.66	7.09%
	5	江苏昊东模塑有限公司	222.21	6.98%
合计			1,972.74	61.97%
2020 年	1	浙江凯华模具有限公司	1,603.64	19.03%
	2	浙江三雷模塑有限公司	1,408.62	16.72%
	3	常州华威模具有限公司	1,088.50	12.92%
	4	比亚迪汽车工业有限公司	856.40	10.16%
	5	浙江祥安模塑有限公司	845.22	10.03%
合计			5,802.38	68.86%

发行人研发部门根据各主机厂产品的设计特点、质量和寿命要求等，制定模具型腔及型芯的钢材、标准件、流道形式及点数、模具顶出方式、冷却系统、表面处理等具体参数及方案，模具生产厂商按照公司提供的参数要求及方案进行模具制造，市场上存在数量较多的同质化的模具生产厂商，能够满足发行人模具制造的相关要求。报告期各期，发行人单一模具供应商采购金额占模具采购总额的比例不超过 50%，模具制造的供应商可替代性较强。

综上所述，发行人能够根据主机厂对产品性能的要求制定对应的模具开发计划，并可通过委托不同模具生产厂商加工制造来实现模具的开发，发行人在模具开发方面具有竞争力，能够持续满足下游客户新产品的开模需求。

二、说明向比亚迪汽车采购模具原因及对应车型、是否所有向比亚迪的销售均依赖其供应的模具，未来向比亚迪销售是否具备成长性

（一）向比亚迪汽车采购模具原因及对应车型

公司于 2018 年正式通过比亚迪汽车项目投标，开始为比亚迪汽车设计并提供产品，报告期内与比亚迪汽车 e 网系列、海洋系列、王朝系列，及旗下腾势、仰望、方程豹品牌全面合作开发外饰产品，主要产品为保险杠和外侧包围。合作初期，比亚迪汽车项目的模具供应商由公司自行选择，比亚迪汽车不参与相关流程；2019 年 5 月之后，比亚迪汽车项目的模具供应商均由比亚迪汽车组织线上招标确定；2023 年 7 月之后，比亚迪汽车不再组织新车型模具供应商招标，由公司自行选择。

2019 年 10 月，浙江凯华模具有限公司、浙江三雷模塑有限公司等多家模具生产厂商与比亚迪汽车下属公司比亚迪汽车工业有限公司共同参与竞标比亚迪 D1 保险杠项目的模具制造业务，最终比亚迪汽车工业有限公司中标该项目，公司便向其采购比亚迪 D1 保险杠项目的模具。报告期内，除该项目外，公司未向比亚迪汽车采购其他模具。

比亚迪汽车工业有限公司获得比亚迪 D1 保险杠项目的模具制造业务系众多模具生产厂商根据主机厂模具竞标流程竞标后的结果，并非由比亚迪汽车指定，公司向其采购模具具有合理性。

（二）是否所有向比亚迪的销售均依赖其供应的模具

报告期内，公司比亚迪汽车项目的模具采购情况如下：

单位：万元

供应商	对应车型	对应产品	采购金额	占比
比亚迪汽车工业有限公司	比亚迪 D1	保险杠	856.40	24.55%
浙江三雷模塑有限公司	比亚迪海豹、护卫舰 07、比亚迪 D1、e 网系列	保险杠、外侧包围	847.75	24.30%
浙江祥安模塑有限公司	元 PLUS、比亚迪海豚、腾势 N7、比亚迪海豹、比亚迪 D1	保险杠、外侧包围	784.62	22.49%
浙江凯华模具有限公司	比亚迪海豚	保险杠	663.72	19.03%

宁波建林模具有限公司	比亚迪 D1	外侧包围	123.50	3.54%
江苏昊东模塑有限公司	比亚迪海豚、腾势 N7、 比亚迪海豹、e 网系列、 护卫舰 07、比亚迪 D1	保险杠、外侧包 围	113.98	3.27%
其他	比亚迪 D1、e 网系列、元 PLUS、仰望 U8、腾势 N7、护卫舰 07、比亚迪 海豚	保险杠、外侧包 围	98.36	2.82%
合计	-	-	3,488.33	100.00%

报告期内，公司用于比亚迪汽车相关产品生产的模具的合计采购金额为 3,488.33 万元，对应车型包括比亚迪 D1、比亚迪海豹和比亚迪海豚等，主要供应商包括比亚迪汽车工业有限公司、浙江三雷模塑有限公司、浙江祥安模塑有限公司和浙江凯华模具有限公司等，其中，公司仅向比亚迪汽车工业有限公司采购比亚迪 D1 保险杠项目的部分模具，采购金额为 856.40 万元，占比亚迪汽车相关车型模具合计采购金额的比例为 24.55%，占比较低。

剔除模具收入影响，报告期各期公司对比亚迪汽车实现的主营业务收入分别为 4,521.95 万元、7,062.21 万元、12,271.36 万元和 9,831.42 万元，其中比亚迪 D1 保险杠项目实现的主营业务收入分别为 285.13 万元、1,204.44 万元、219.88 万元和 67.26 万元，占比分别为 6.31%、17.05%、1.79%和 0.68%，占比较低。

综上，公司向比亚迪汽车的销售并非全部依赖其供应的模具。

（三）未来向比亚迪销售是否具备成长性

报告期各期，比亚迪汽车的市场销量分别为 41.72 万台、72.37 万台、180.25 万台和 125.56 万台，最近三年复合增长率达 107.86%，公司对比亚迪汽车实现的主营业务收入分别为 4,622.39 万元、7,925.41 万元、12,271.36 万元和 9,831.42 万元，最近三年复合增长率达 62.93%。截至 2023 年 6 月，公司已经量产的比亚迪汽车相关车型包括 e 网系列、元 PLUS、比亚迪海豹等。

截至 2023 年 9 月，公司已获定点但报告期内尚未量产的比亚迪汽车车型数量为 14 个，品牌包括比亚迪、腾势、方程豹等，配套产品为保险杠总成和外侧包围等。同时，公司 2023 年已通过比亚迪内饰体系评审，将逐步与比亚迪汽车开展内饰产品的合作。随着公司与比亚迪汽车外饰领域合作的进一步深入以及内

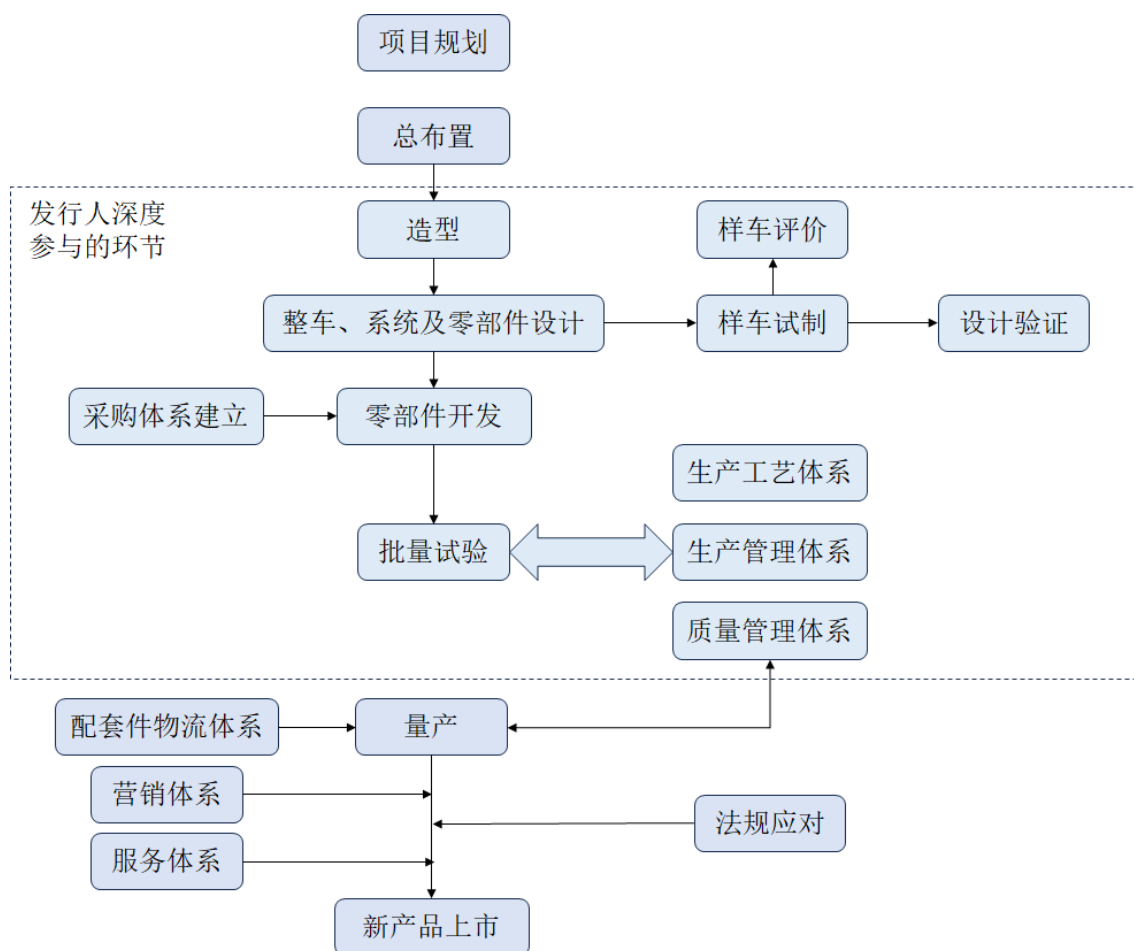
饰领域合作的开展，公司未来向比亚迪汽车的销售将具有良好的成长性。

三、结合同行业可比公司模具开发情况、外采情况、毛利率水平，发行人深度参与主机厂新产品开发环节具体过程、在模具方面竞争优势具体表现等，说明模具毛利率水平较高且报告期内逐渐增加的原因及合理性

(一) 发行人深度参与主机厂新产品开发环节具体过程、在模具方面竞争优势具体表现

1、发行人深度参与主机厂新产品开发环节具体过程

主机厂新产品开发流程及发行人深度参与开发的环节具体如下：

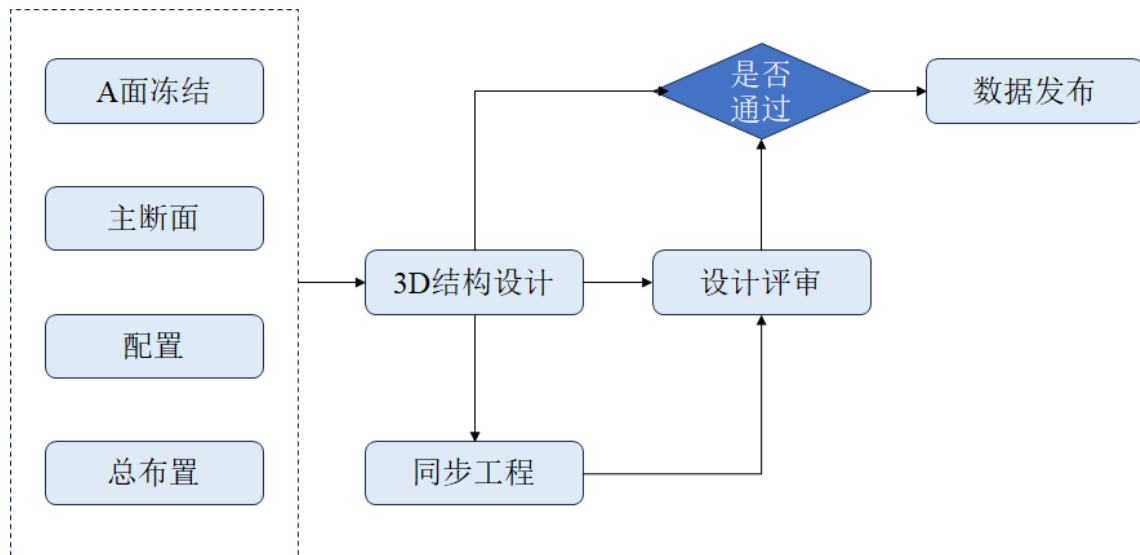


(1) 造型阶段

发行人参与主机厂造型的评审，从造型设计、工艺可实现性及成本控制方面对主机厂提出改进方案，协助主机厂更高效的完成从概念图到A面锁定的工作。

(2) 零部件设计阶段

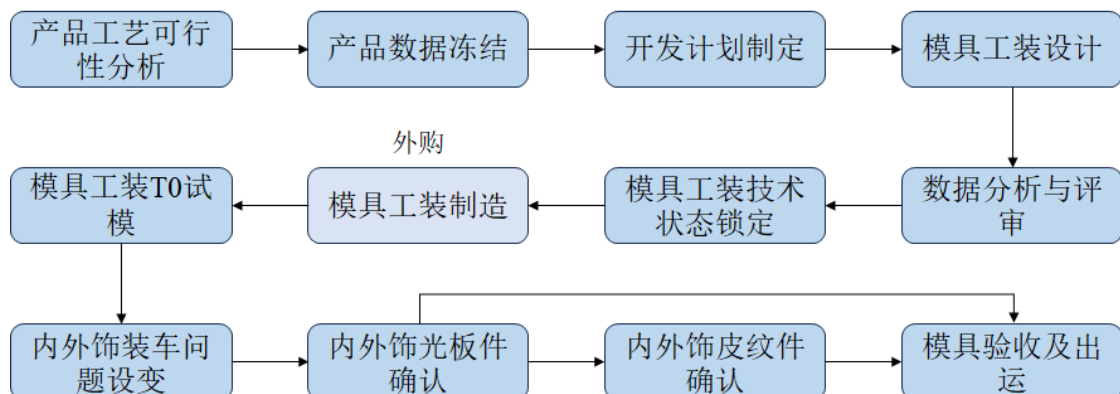
项目定点之后，根据主机厂对产品模态、刚度、是否具有量产可行性等方面的要求，由公司主导对总成零部件进行结构设计，并按主机厂要求时间节点进行CAS面的评审分析，交付TG0、TG1、TG2数据，同步进行CAE分析、产品数据可行性分析、DFMEA等。结合3D打印与快速成型等技术，与主机厂、模具生产厂商评审并设计B面数据，最终完成数据冻结以具备开发量产模具的条件，获得主机厂的认可。



(3) 零部件开发阶段

公司对模具、检具、工装设计方案评审及管控，根据主机厂要求和自身质量要求，对产品尺寸、外观、性能等方面进行工、模、检的方案锁定及批准，保证产品符合主机厂要求，满足内部可量产性。

公司对模具生产厂商进行分阶段管控，指导其完成工、模、检的制造开发工作，具体流程如下：



主机厂对公司的产品进行装车试验，公司根据装车试验过程中出现的问题进

行正向反馈并提出改进方案，协助主机厂完成零部件的整车验证。

(4) 批量试验阶段

试生产阶段，公司与主机厂同步验证，从批量生产能力、生产过程控制、交付能力等方面对产品的可交付性、可量产性进行评估，完善 PFMEA 过程潜在失效的风险控制文件，协助主机厂完成量产批准程序（PPAP）。

(5) 量产阶段

公司对主机厂的批量生产进行持续跟踪，并对主机厂提出的造型、功能等问题进行设计变更。同时，对车型投放市场后的满意度进行调查，收集客户反馈信息，与主机厂共同策划产品升级方案，从而提升产品的持续竞争力。

2、在模具方面竞争优势具体表现

发行人具备模具开发的全流程管控能力，在模具开发方面具有竞争优势，主要体现在：

（1）在模具设计阶段，发行人具备丰富的产品设计经验，能够较快的完成产品数据冻结，从而较快的锁定模具设计方案。

（2）在模具制造阶段，发行人根据丰富的模具开发经验，能够较快的制定模具制造相关的关键参数如模具型腔及型芯的钢材、标准件、流道形式及点数、模具顶出方式、冷却系统、表面处理等具体参数及方案。公司按照主机厂项目装车节点，顺排或倒排模具开发计划，制定具体可操作性的时间节点，后期以时间节点进行管控。

（3）在模具调试阶段，由发行人主导试模过程，识别试模问题点，并主导产品及模具的修改方案，最终签批模具改善方案。

（4）在模具验收环节，由发行人对模具的标识、定位、热流道系统、导向系统、顶块、零件外观质量等进行检测评估，验收合格后最终确认模具完成。

(二) 同行业可比公司模具开发情况、外采情况、毛利率水平，模具毛利率水平较高且报告期内逐渐增加的原因及合理性

1、模具毛利率水平较高的原因及合理性

同行业可比公司模具开发情况、外采情况详见本回复之“7/一/(二) 同行业可比公司模具生产及采购情况，发行人模具全部外采是否符合行业惯例”。

报告期各期，公司模具产品的毛利率分别为 40.07%、44.18%、51.19%和 34.32%，毛利率水平相对较高，主要原因系：（1）公司作为汽车内外饰一级供应商，具有较强的产品开发能力，深度参与主机厂新产品开发环节，能够为主机厂提供较高的附加价值，具备较强的议价能力；（2）模具的好坏决定了注塑件产品的质量和生产效率，公司生产的汽车内外饰件总成产品工艺复杂度高，产品集成度高，相应的模具开发较为复杂，且公司主要客户均为国内知名主机厂，对相关模具的开发要求及制造要求较高；（3）由于模具开发处于项目前期阶段，需要公司预先投入较多资源，但新项目量产后销售是否可达预期存在较大的不确定性，为降低模具开发风险，通常模具价格和毛利率相对较高；（4）公司模具为生产性模具，即向客户销售的模具在开发完成后用于客户对应内外饰产品的生产，公司承担后期模具保管和维护成本。

因此，公司在模具产品报价时，综合考虑设计加工复杂程度、开发难度、市场竞争情况、后期保管和维护成本等与客户协商确定销售价格，模具定价及毛利率相对较高。

同行业可比公司中，新泉股份、模塑科技未单独披露模具收入情况，鉴于同行业可比公司单独披露模具收入情况较少，且众捷汽车、纽泰格等同为汽车零部件行业公司主要或全部通过外购生产模具，故增加其进行毛利率对比如下：

公司名称	产品类型	模具外采情况	外购模具对应产品占比	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
一彬科技	副仪表板、门护板、立柱、空气循环系统等中小型内饰件	自制与外购基本等量	未披露	35.08%	49.97%	44.29%	45.05%
福赛科技	空调出风口、杯托、储物盒等小型内饰件	自制与外购基本等量	未披露	未披露	50.47%	39.71%	40.81%
金钟股份	轮毂装饰件、汽车标牌、	主要为自制	未披露	未披露	5.06%	42.52%	42.09%

	字标等小型外饰件						
众捷汽车	空调热交换器及管路系统等汽车零部件	大型模具均为外购	未披露	59.81%	54.91%	53.88%	61.67%
纽泰格	悬架减震支架、悬挂系统塑料件；汽车车身、格栅、座椅饰板等内外饰塑料件	内外饰塑料件模具均为外购	约 10%	未披露	45.25%	18.47%	17.05%
发行人	汽车保险杠、仪表板等大型内外饰件	均为外购	100.00%	34.32%	51.19%	44.18%	40.07%

公司与同行业可比公司及汽车零部件行业中主要或全部外采模具的公司相比，模具毛利率处于合理区间。

2、报告期内模具毛利率逐渐增加的原因及合理性

公司取得客户产品定点通知后，根据客户要求设计、开发模具，待模具开发完成后向客户收取模具开发费用，模具定价系双方商务谈判的结果。报告期各期公司产生模具收入的项目在客户品牌、工艺复杂度、设计难度、模具使用次数等方面存在不同，造成年度间毛利率产生一定的差异。

报告期各期，公司模具毛利率分别为 40.07%、44.18%、51.19%和 34.32%，其中 2021 年度和 2022 年度毛利率较高，主要系公司深度参与部分客户新产品设计环节，附加值较高从而使得其产品对应的模具毛利率较高，随着该类客户模具收入占比的提升，公司模具毛利率逐渐增加。

2023 年上半年，公司模具毛利率有所下降，主要系公司当年为小鹏汽车开发的小鹏 G6 的模具占比 36.09%，占比较高且毛利率较低。公司对该车型的市场销量预期良好，故模具开发投入金额较高，导致该车型模具毛利率为 21.25%，从而使得整体模具毛利率有所下降。

综上，报告期内，公司模具毛利率与同行业可比公司不存在显著差异，模具毛利率水平较高且存在波动性，具有合理性。

四、结合报告期内模具销售数量、单价、对应客户、车型及量产时间、收入确认方法，说明模具收入与内外饰件产品收入是否匹配；说明 2022 年模具收入下滑具体原因，结合模具开发特点、开发周期、销售周期和对应零部件销售关系、报告期内模具开发情况及是否存在延期情形等，说明模具收入未来是否具有成长性

(一) 结合报告期内模具销售数量、单价、对应客户、车型及量产时间、收入确认方法，说明模具收入与内外饰件产品收入是否匹配

1、报告期内模具销售数量、单价、对应客户、车型及量产时间

(1) 模具销售数量、单价

报告期各期，发行人模具销售数量及单价情况如下：

年份	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
数量（套）	16	18	27	27
单价（万元/套）	416.67	361.48	400.44	356.17
金额（万元）	6,666.65	6,506.72	10,811.90	9,616.58

注：发行人产品集成度高，单套总成产品包含的模具数量在数十至上百不等，为便于分析理解，以模具涉及的项目数量作为销售数量统计口径（下同）。

因模具对应的内外饰产品大小、集成度不同以及模具材质、摊销比例不同，模具单价存在一定的波动。

(2) 模具收入对应的客户情况

报告期各期，发行人模具收入对应的客户如下：

单位：万元

客户集团	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	模具收入	产品收入	模具收入	产品收入	模具收入	产品收入	模具收入	产品收入
北汽集团	2,489.81	6,171.06	2,650.71	9,986.58	3,552.94	5,972.00	2,787.09	3,751.54
上汽集团	1,639.63	3,997.04	1,613.01	6,790.52	1,693.81	8,291.57	2,446.75	7,851.55
小鹏汽车	2,450.48	4,433.79	1,971.06	12,117.66	1,415.46	6,558.84	471.45	2,588.21
奇瑞汽车	-	12,384.30	216.00	19,453.91	2,399.09	10,907.00	-	7,294.51
比亚迪汽车	-	9,831.42	-	12,271.36	863.20	7,062.21	100.44	4,521.95
海马集团	-	1,285.91	27.63	1,570.73	-	1,173.34	3,063.71	916.22

其他	86.72	490.47	28.32	1,830.41	887.40	536.83	747.14	383.98
合计	6,666.65	38,593.99	6,506.72	64,021.16	10,811.90	40,501.78	9,616.58	27,307.97

发行人模具收入对应的客户均为内外饰件产品客户，受与主机厂模具结算方式不同及模具对应车型的市场销量影响，同一客户模具收入与内外饰件产品收入不具有直接匹配关系。

(3) 模具收入对应的主要车型及量产时间

报告期各期，发行人模具收入对应的主要车型及量产时间具体如下：

单位：万元

年份	对应车型	客户集团	金额	占比	量产时间
2023年1-6月	小鹏 G6	小鹏汽车	2,405.98	36.09%	2023年5月
	北汽魔方	北汽集团	1,448.51	21.73%	2022年5月
	名爵 MG7	上汽集团	1,210.87	18.16%	2023年2月
	极狐考拉	北汽集团	1,035.30	15.53%	2023年9月
	飞凡 R7	上汽集团	335.84	5.04%	2022年10月
	合计	-	6,436.51	96.55%	-
2022年度	北汽魔方	北汽集团	2,553.71	39.25%	2022年5月
	小鹏 G9	小鹏汽车	1,963.46	30.18%	2022年8月
	荣威 RX9	上汽集团	1,597.35	24.55%	2023年3月
	捷途大圣	奇瑞汽车	216.00	3.32%	2022年7月
	极狐阿尔法 S	北汽集团	97.00	1.49%	2022年7月
	合计	-	6,427.51	98.78%	-
2021年度	北京 EU5/PLUS	北汽集团	2,236.11	20.68%	2021年8月
	捷途 X70	奇瑞汽车	1,440.00	13.32%	2020年9月
	小鹏 P5	小鹏汽车	1,295.36	11.98%	2021年8月
	荣威 RX3	上汽集团	1,211.50	11.21%	2021年3月
	天美 ET5	创维汽车	887.40	8.21%	2020年10月
	合计	-	7,070.37	65.39%	-
2020年度	海马 5S	海马汽车	1,465.00	15.23%	2017年2月
	海马 8S	海马汽车	1,076.51	11.19%	2019年7月

	名爵 MG6	上汽集团	1,061.95	11.04%	2020年6月
	极狐阿尔法 T	北汽集团	951.74	9.90%	2020年10月
	北京 EX3	北汽集团	930.48	9.68%	2019年4月
	合计	-	5,485.67	57.04%	-

模具收入确认时间与对应车型量产时间的差异主要与主机厂验收流程、车型上市安排、模具设计变更、车型生命周期有关。①部分模具因涉及零部件较多，主机厂验收流程较慢，或部分主机厂需产品质量稳定一定期限后发起验收流程，导致部分模具验收时间晚于产品量产时间；②部分车型预计无法在生命周期内通过摊销方式对模具投入进行补偿，故对发行人模具投入未分摊部分进行一次性补偿，导致模具收入确认时间晚于产品量产时间；③部分车型具备量产条件后，主机厂综合考虑市场环境推迟该车型上市时间，导致模具验收时间早于产品量产时间。

2、模具收入确认方法

主机厂根据自身项目预算、车型市场规划及模具开发成本综合考虑，与汽车零部件供应商采用不同的模具结算商务政策。

报告期内，公司与主机厂模具结算方式及相应的收入确认方法如下：

（1）全部销售模式：公司按照客户要求完成模具开发，于模具验收合格后确认模具销售收入，同时将模具开发成本全额结转至模具销售成本；

（2）部分销售、部分摊销模式：公司按照客户要求完成模具开发，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司支付模具销售款，公司在模具经验收合格后，按约定比例确认模具收入，同时按照模具开发成本的相应比例结转模具销售成本，其余开发成本（长期待摊费用）随着使用模具生产的相关产品的销售数量摊销，摊销额计入产品销售成本；

（3）全额摊销模式：公司按照客户要求完成模具开发，开发成本全部由公司承担，开始量产后公司将相应的模具开发成本（长期待摊费用）随着使用模具生产相关产品的销售数量摊销，摊销额计入产品销售成本，不单独确认模具销售收入及成本。

3、模具收入与内外饰件产品收入的匹配性

报告期各期，发行人内外饰件产品收入分别为 28,352.98 万元、43,330.42 万元、65,482.59 万元和 39,004.04 万元，内外饰产品收入逐年增长，模具收入分别为 9,616.58 万元、10,811.90 万元、6,506.72 万元和 6,666.65 万元，模具收入呈现先上升后下降趋势，模具收入与内外饰件产品收入不具有直接匹配关系。主要原因为：（1）模具费主要是为补偿公司前期模具开发的成本，通常在项目定点时确定金额，模具费的高低与模具开发复杂度有关，与项目量产后的终端销量无关，而内外饰产品收入则受终端市场销售影响而呈现波动；（2）模具收入与结算方式有关，主机厂根据自身项目预算、车型市场规划及模具开发成本综合考虑，与汽车零部件供应商采用不同的模具结算政策，对于摊销方式结算的模具部分，主机厂不单独向发行人支付模具费用，故发行人不会单独确认模具收入。

以比亚迪汽车为例，报告期各期，发行人向比亚迪汽车销售的内外饰产品收入分别为 4,521.95 万元、7,062.21 万元、12,271.36 万元和 9,831.42 万元，占内外饰产品收入的比例分别为 15.95%、16.30%、18.74%和 25.21%，模具收入分别为 100.44 万元、863.20 万元、0 万元和 0 万元，占模具收入的比例分别为 1.04%、7.98%、0%和 0%，具体原因如下：

（1）报告期各期，发行人向比亚迪汽车销售的保险杠总成产品占比分别为 81.76%、72.90%、22.93%和 21.76%，向比亚迪汽车销售的外侧包围产品占比分别为 1.12%、5.36%、55.74%和 72.73%，因保险杠总成相较外侧包围产品集成度高，模具开发投入较高，模具单价也相应较高，随着发行人向比亚迪汽车销售产品的结构变化，2022 年和 2023 年 1-6 月在向比亚迪汽车实现内外饰产品收入大幅增长的情况下，模具收入减少。

（2）2022 年和 2023 年上半年，发行人向比亚迪汽车配套的主要新车型为比亚迪元 PLUS、比亚迪海豹和比亚迪护卫舰 07，上述车型的模具款项均是通过摊销方式进行结算，因此未形成模具收入。

（二）2022 年模具收入下滑具体原因

报告期各期，公司模具收入分别为 9,616.58 万元、10,811.90 万元、6,506.72 万元和 6,666.65 万元，2022 年模具收入相较 2021 年减少 4,305.18 万元，主要是

由于部分车型因主机厂设计变更导致开发进度有所延迟，以及全部（部分）销售方式结算的模具收入有所减少。具体如下：

根据模具结算方式的不同，可分为模具销售和模具摊销两类，2022 年发行人模具收入下滑主要系当年开发完成的模具结算方式多数为模具摊销，如将两类模具合并统计，2022 年经客户确认的模具投入为 10,220.99 万元，相较 2021 年增长 38.99%。具体如下：

单位：万元

分类	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售(含部分销售)的模具	模具收入金额	6,666.65	6,506.72	10,811.90	9,616.58
	模具收入对应的成本结转金额 (A)	4,378.70	3,175.90	6,035.07	5,763.30
摊销(含部分摊销)的模具	长期待摊增加额 (B)	3,369.65	7,045.09	1,318.56	2,728.55
	本期摊销金额	1,713.98	2,769.63	1,001.82	1,031.99
经客户确认的模具投入 (C=A+B)		7,748.35	10,220.99	7,353.63	8,491.85

另外，上汽集团 MG7 车型原定 2022 年 10 月量产，相关模具已于当年开发完成，因客户推迟量产时间至 2023 年 3 月，因此将模具验收时间也顺延至 2023 年，该车型对应的销售模具收入 1,210.87 万元未能在 2022 年确认。

（三）结合模具开发特点、开发周期、销售周期和对应零部件销售关系、报告期内模具开发情况及是否存在延期情形等，说明模具收入未来是否具有成长性

1、模具开发特点、开发周期、销售周期和对应零部件销售关系

报告期内，公司所有模具均系为客户生产汽车内外饰产品而定制化开发的模具，模具开发完成后存放于公司并用于后续汽车内外饰件的生产，即“生产模具”。从业务模式上，在模具开发完成后，公司继续使用模具进行后续零部件的生产加工和销售；从实物流转上，开发完成后存放在公司，由公司代为保管并用于后续零部件的生产；从工序及性能要求上，客户主要关注模具对应生产的内外饰件是否满足项目排期及生产质量要求。公司开发的汽车内外饰件总成产品工艺复杂度高，产品集成度高，相应的模具开发较为复杂，且公司主要客户均为国内知名主机厂，对相关模具的开发要求及制造要求较高，故模具具有单套价值较高的特点。

模具的开发过程主要分为三个阶段，数据冻结阶段、模具制作阶段、匹配验

证阶段，整体开发周期为 6 至 20 个月。在数据冻结阶段，主要由发行人主导对总成零部件进行结构设计，与主机厂、模具厂评审并设计 B 面数据，最终完成数据冻结以具备开发量产模具的条件，该阶段根据主机厂对产品的设计要求而定，一般在 3 至 9 个月不等；模具制作阶段，公司对供应商进行分阶段管控，指导其完成模具的制造开发工作，该阶段一般为 3 至 4 个月，根据产品的集成度、模具大小不同而有所差异；模具制作完成后，进行样件匹配阶段，样件匹配合格后产品达到可量产状态（PPAP），该阶段根据主机厂对样件匹配的要求在 1 至 6 个月区间不等。样件匹配合格后，由公司主导与主机厂共同对模具进行预验收，预验收通过后移模至发行人生产基地，用于公司相关内外饰产品的生产。主机厂根据车型上市的计划安排车型量产（SOP）时间，SOP 后发起模具验收流程，部分主机厂根据内部验收流程不同验收周期有所差异。

模具费主要是为补偿公司前期模具开发的成本，通常在项目定点时确定金额，模具费的高低与模具开发复杂度有关，与项目量产后的终端销量无关，而内外饰产品收入则受终端市场销售影响而呈现波动；模具收入与结算方式有关，主机厂根据自身项目预算、车型市场规划及模具开发成本综合考虑，与汽车零部件供应商采用不同的模具结算政策，对于摊销方式结算的模具部分，主机厂不单独向发行人支付模具费用，故发行人不会单独确认模具收入。因此模具收入与对应零部件销售无直接相关关系。

2、报告期内模具开发情况及是否存在延期情形

报告期各期，公司模具开发情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
当期开发入库金额	6,709.42	11,555.92	3,015.75	8,794.00
当期结转金额（A=B+C）	7,748.35	10,220.99	6,790.81	5,675.51
其中：				
转入主营业务成本（B）	4,378.70	3,175.90	5,472.24	2,946.95
转入长期待摊费用（C）	3,369.65	7,045.09	1,318.56	2,728.55
模具存货余额	350.81	1,389.74	54.82	3,829.87

报告期各期，公司模具开发入库金额分别为 8,794.00 万元、3,015.75 万元、

11,555.92 万元和 6,709.42 万元，模具开发规模呈现先下降后上升趋势。2021 年，发行人模具开发规模较小，主要系随着 2021 年国内乘用车市场行情的好转及公司参与主要客户如上汽集团荣威 RX3 保险杠、比亚迪汽车 D1 车型保险杠、奇瑞汽车捷途 X70 门板等模具开发的项目上市，公司当年消化的存量模具较多，定点新项目尚未开发完成。2022 年和 2023 年上半年，随着公司与客户小鹏汽车、上汽集团、比亚迪汽车和北汽集团等合作的新车型模具开发需求上升，当年新增模具金额回升。

主机厂在向公司发出报价请求（SOR）时，会初步规划开模时间及车型量产时间，但模具开发周期较长，期间因主机厂设计变更、车型上市安排等因素，存在开发完成时间与初步规划时间形成差异的情形，从而导致模具开发延期的情形。报告期内，发行人模具开发进度均可满足主机厂量产需求，不存在因发行人原因导致的模具延期情况。

3、模具收入与结算方式有关，模具开发的整体规模将保持增长

模具收入与结算方式有关，主机厂根据自身项目预算、车型市场规划及模具开发成本综合考虑，与发行人采用不同的模式进行模具结算，因此以销售模式结算的模具收入规模具有一定的波动性，未来，随着发行人定点项目的增多，模具开发的整体规模将保持增长，通过销售模式及摊销模式合计获得的回报将保持增长。

五、说明不同结转成本方式的“长期待摊费用-模具”的金额、数量、单位成本、预计摊销期限，“按销售数量摊销”的销售数量确定方式、合理性；结合同行业可比公司模具摊销方法、摊销期限等说明发行人模具摊销会计处理是否符合《企业会计准则规定》

（一）不同结转成本方式的“长期待摊费用-模具”的金额、数量、单位成本、预计摊销期限

报告期各期，不同成本结转方式下转入长期待摊费用核算的模具的金额、数量、单价成本和预计摊销期限列示如下：

单位：万元

2023年1-6月				
摊销类型	金额	数量(套)	单位成本	预计摊销期限 (摊销总量)
全部摊销	7,088.57	49	144.66	1.2万台-40万台
部分摊销	11,002.23	39	282.11	1万台-50万台
合计	18,090.79	88	205.58	-
2022年度				
摊销类型	金额	数量(套)	单位成本	预计摊销期限 (摊销总量)
全部摊销	7,136.09	42	169.91	1万台-40万台
部分摊销	8,238.93	35	235.40	1万台-50万台
合计	15,375.01	77	199.68	-
2021年度				
摊销类型	金额	数量	单位成本	预计摊销期限 (摊销总量)
全部摊销	2,570.04	16	160.63	1万台-20万台
部分摊销	6,123.40	28	218.69	1万台-20万台
合计	8,693.44	44	197.58	-
2020年度				
摊销类型	金额	数量	单位成本	预计摊销期限 (摊销总量)
全部摊销	4,608.59	24	192.02	0.49万台-15万台
部分摊销	7,470.26	27	276.68	1万台-15万台
合计	12,078.85	51	236.84	-

(二) 按“销售数量摊销”的销售数量确定方式、合理性

根据公司与主机厂签订的模具开发合同和产品价格协议，双方约定模具对应的内外饰件产品量产之后，将全部或一定比例的模具款分摊在约定数量的产品销售单价中回收。公司每月根据客户确认的产品签收数量或领用数量确定产品销售数量，根据当月销售数量占约定分摊总量的比例摊销模具成本。

公司以确认产品销售收入的销售数量作为模具成本摊销的基础，收入确认与成本结转在时间和数量上均保持匹配，具有合理性。

(三) 结合同行业可比公司模具摊销方法、摊销期限等说明发行人模具摊销会计处理是否符合《企业会计准则规定》

同行业可比公司模具摊销方法、摊销期限/摊销基础列示如下：

公司名称	摊销方法	摊销期限/摊销基础
新泉股份	公司按照客户要求完成模具开发，全部或部分开发成本计入存货-周转材料，并随着相关产品的销售进行摊销，逐步计入产品成本	按主机厂合同约定分摊数量进行分摊。若无合同约定，左置车型按5万次分摊。右置车型按1万次分摊
模塑科技	模具成本计入固定资产核算，按年限平均法计提折旧，计入产品成本	5至8年
一彬科技	模具成本计入长期待摊费用核算，长期待摊费用在受益期内平均摊销。长期待摊费用中模具的受益期间系根据相关零部件产品的预计生产期限确定	3年和相关零部件预计生产期限孰短
福赛科技	对自行承担费用的模具在固定资产核算，按照平均年限法进行折旧，计入制造费用	3年
金钟股份	将价值为5万元以上但未单独销售的模具成本计入长期待摊费用，按直线法摊销	2年

公司与同行业可比公司均系将模具成本按照一定的受益年限或分摊基础逐步计入产品成本，摊销方法并无实质差异。其中新泉股份系按照合同约定分摊数量并随着产品的销售进行摊销，与公司的摊销方法最为接近。

公司使用内外饰件产品的销售数量作为模具成本的摊销基础，在产品确认销售收入时同步将模具摊销成本计入产品销售成本中，会计分录如下：

借：营业成本-产品

贷：长期待摊费用-模具

上述模具摊销的会计处理能够有效保证收入与成本的匹配性以及营业成本的完整性，符合《企业会计准则》的相关规定。

同属汽车零部件行业的其他上市公司，模具的摊销方法、摊销期限与公司完全一致，具体如下：

公司名称	摊销方法	摊销期限/摊销基础
博俊科技	公司用产出法确定履约进度，即根据已转移给客户的商品对于客户的价值确定履约进度。模具的使用价值系生产出零部件产	按销售数量摊销

	品，其使用价值在生产过程中逐步转移给客户，因此履约进度为实现销售的零部件数量占合同约定数量的比例	
铭科精技	公司按照客户要求完成模具开发，开发成本全部由公司承担，开始量产后公司将相应的模具开发成本随着相关量产产品的销售按销量摊销，逐步计入营业成本，不单独确认营业收入	按销售数量摊销

综上，公司与同行业可比公司模具摊销方法、摊销期限等不存在重大差异；发行人模具摊销会计处理符合《企业会计准则》的规定。

六、说明客户预计采购产品数量小于合同约定数量时模具减值准备的测算依据、报告期内计提减值情况、模具实物转移和处理方式，长期待摊费用-模具减值准备计提是否充分

（一）客户预计采购产品数量小于合同约定数量时模具减值准备的测算依据

根据公司与主机厂签订的模具开发合同及产品价格协议，双方约定模具对应的内外饰件产品量产之后，摊销部分的模具款在约定数量的产品销售单价中回收。部分合同除约定模具款分摊数量外，还约定若经过一定年限（通常为3至5年），产品销量仍未达到约定的分摊数量，主机厂需一次性支付尚未摊销完毕的模具价款。

公司分别按数量口径（累计销售数量/约定分摊数量）和时间口径（累计量产期限（月）/约定摊销期限（月），约定摊销期限有合同约定的按合同约定，合同未明确约定的按3年）测算模具的摊销进度，具体如下：

A：按数量口径计算的应摊销金额=（截止报表日累计内外饰件销售数量/协议约定的总摊销数量）*长期待摊费用（初始入账成本）

B：按时间口径测算的应摊销金额=（截止报表日累计量产月数/协议约定的摊销总月数）*长期待摊费用（初始入账成本）

若 $A-B < 0$ ，则公司判断该模具存在减值迹象，并综合考虑主机厂生产经营状况、模具对应产品所属车型上市时间、车型最新销售预测等因素后确定模具是否存在较大的减值风险。若存在较大减值风险需要计提减值准备的，应计提的减值准备金额为 $B-A$ 。

（二）报告期内计提减值情况、模具实物转移和处理方式，长期待摊费用-模具减值准备计提是否充分

1、报告期内计提减值情况

报告期各期末，公司长期待摊费用-模具的减值准备余额及各期新增的模具减值损失列示如下：

单位：万元

项目	2023年6月30日/2023年1-6月	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
模具减值准备	486.34	486.34	368.26	275.28
模具减值损失	-	118.08	92.98	63.28

2、模具实物转移和处理方式

根据公司与主机厂签订的模具开发合同，相关模具开发完成经主机厂验收合格后，所有权归属主机厂。主机厂不会转移模具实物而是将其交给公司保管，用于为主机厂配套生产相应的内外饰件产品。根据汽车零部件行业的惯例，零部件所属车型停产后的一段时间内，相关模具仍会继续留存在供应商处保管，以备不定期的备件或售后零部件的生产需求。报告期内，公司未发生将模具实物转移至主机厂生产经营场所的情况。

3、模具减值准备计提的充分性

报告期各期末，公司对长期待摊费用-模具计提的减值准备金额分别为275.28万元、368.26万元、486.34万元和486.34万元，主要系由于客户江苏金坛汽车工业有限公司、江西大乘汽车有限公司金坛分公司资金周转困难及奇瑞捷途X90、北汽BJ30车型销量不及预期，预计难以收回产品中摊销的模具款项，基于谨慎性原则，公司对长期待摊费用模具识别减值，计提了减值准备。

公司制订了规范的模具管理流程和制度，积极推动模具的开发和客户验收，定期统计和分析模具成本的摊销情况并对模具实物进行盘点和跟踪。公司于每个资产负债表日测试长期待摊费用中模具项目的减值情况，对于存在较大减值风险的模具及时计提减值准备。公司模具减值准备的计提方法符合《企业会计准则》规定和公司所属行业特点，减值准备计提充分。

七、说明各期末模具存货类型、金额、数量、期后销售情况，结合主机厂开发需求、项目开发周期、模具支付方式等说明报告期各期末模具存货金额波动较大的具体原因，是否存在主机厂变更或推迟模具开发的情形，相关模具可变现净值测算方式及跌价准备计提充分性

(一) 各期末模具存货类型、金额、数量、期后销售情况

1、各期末模具存货类型

公司在模具设计环节，根据各主机厂产品的设计特点、质量和工艺要求等，制定模具型腔、材料、流道等具体参数及方案。公司将确定之后的参数和方案交由模具供应商按照相关要求进行模具的制造工作。模具制造完成后，公司对供应商交付的模具进行验收。模具经验收合格后，公司将合同约定主机厂直接付款的模具计入存货科目核算。报告期各期末，公司存货余额中的模具类型均为已经公司验收合格入库、尚未经过主机厂验收的库存商品。

2、各期末模具存货金额、数量、期后销售情况

单位：万元

时间	金额	数量（套）	期后销售情况 （截至 2023 年 9 月 30 日）	
			金额	比例
2023 年 6 月 30 日	350.81	3	-	-
2022 年 12 月 31 日	1,389.74	8	1,303.55	93.80%
2021 年 12 月 31 日	54.82	-	54.82	100.00%
2020 年 12 月 31 日	3,829.87	20	3,829.87	100.00%

注：2021 年末模具存货为少量模具子件，本体尚完工入库，不构成一套完整的模具，故数量为零。

(二) 结合主机厂开发需求、项目开发周期、模具支付方式等说明报告期各期末模具存货金额波动较大的具体原因

公司存货模具系直接销售或部分销售的模具，存货模具余额与模具的开发数量、模具所处的开发阶段及模具款的结算方式相关。

公司的模具存货数量与取得的主机厂定点数量直接相关。当公司取得主机厂定点项目较多时，存货结存金额也相应较大。报告期各期，公司取得主机厂定点的车型项目如下：

单位：个

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
仪表板、保险杠、门板定点数量	4	8	11	12
裙板、门槛等定点数量	7	20	16	8
合计定点数量	11	28	27	20
其中：仪表板、保险杠4季度定点数量	-	4	4	4

因不同内外饰产品大小、集成度、工艺及材料等要求不同，模具的开发成本也不同，通常情况下仪表板、保险杠的模具开发成本约为裙板、门槛等侧围小件模具的5至7倍。报告期各期，公司取得仪表板、保险杠相应车型定点数量为12个、11个、8个和4个，2020年定点数量多于2021年和2022年；此外，2020年公司参与开发的上汽集团荣威RX3保险杠、比亚迪汽车D1车型保险杠、奇瑞汽车捷途X70门板模具在2020年末验收入库，但受宏观经济波动及主机厂自身规划影响，主机厂当年未完成对公司相关模具的验收，导致公司2020年存货模具结存金额相对较大。

随着2020年结存的存货模具于2021年陆续通过主机厂的验收，相应模具成本结转计入营业成本。2021年取得定点车型的数量为11个，其中2021年4季度定点项目为4个，4季度定点项目尚未产生模具开发成本；4个项目为全部摊销，不形成存货模具，不单独支付模具款，剩余3个定点项目为小鹏汽车G9车型、上汽集团荣威RX9车型和奇瑞汽车捷途大圣车型，截至2021年末开发的模具本体尚未完工入库，导致2021年存货模具结存金额较小。

截至2022年末，公司存货模具结存余额主要为小鹏汽车G6车型和上汽集团名爵MG7车型项目，两个项目全部系2021年12月取得主机厂模具开发定点通知，所开发模具部分于2022年末前陆续收到并完成验收，经公司检验合格后计入存货模具，待全套模具到货、检验合格后，再申请主机厂验收。

随着小鹏汽车G6车型和上汽集团名爵MG7车型项目于2023年上半年陆续通过主机厂的验收，相应模具成本结转计入营业成本。公司剩余存货模具主要为奇瑞欧萌达和瑞虎9车型的小件模具，导致2023年6月30日存货模具结存金额较小。

（三）是否存在主机厂变更或推迟模具开发的情形

公司模具开发主要为配合主机厂的车型开发进度。公司根据主机厂要求，对模具开发进行全流程管控，按计划完成模具开发，配合主机厂车型按计划推向市场，期间因主机厂设计变更、车型上市安排等因素，存在开发完成时间与初步规划时间形成差异的情形。报告期内，公司模具开发进度均可满足主机厂量产需求，不存在因公司原因导致的模具延期情况。

（四）相关模具可变现净值测算方式及跌价准备计提充分性

公司在资产负债表日对存货中的模具采用成本与可变现净值孰低计量，按照模具成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。模具的可变现净值以模具开发合同约定的售价减去估计的销售费用和相关税费后确定。

通常情况下，公司在完成对供应商交付模具的验收后，即向主机厂申请启动零部件量产批准程序和模具的验收工作。模具验收完成后，公司确认模具销售收入，同时将存货中的模具成本结转计入模具销售成本。主机厂需配合零部件量产和对应车型上市时间完成模具的验收，一般情况下不会发生主机厂长时间未对已完工的模具进行验收导致存货长期挂账的情况，公司生产的模具均有对应的销售合同，因此以合同售价为基础计算的可变现净值均大于账面成本。

综上，报告期各期末存货中的模具发生减值的风险较低，公司未对模具计提跌价准备。

八、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明模具监盘情况

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人制造总监和研发总监，了解模具在产品中的作用、模具开发的过程，发行人在模具开发中的竞争力以及发行人通过外采模具的原因；查询同行业可比公司公开资料，了解同行业可比公司模具开发模式，并进行对比；获取发行人模具采购台账，结合发行人在模具开发中的竞争力，分析发行人对模具供应商是否存在依赖；

2、访谈发行人研发总监，了解发行人与比亚迪汽车合作模具的竞标流程，

并获取联合采购开标会议纪要，了解向比亚迪汽车采购模具的过程；获取发行人向比亚迪汽车采购模具的合同，检查对应的车型情况，获取模具采购台账，检查发行人配套比亚迪汽车产品其他模具的采购情况；通过公开信息查询比亚迪汽车的市场销量情况并获取比亚迪汽车的定点通知单，分析发行人未来向比亚迪销售的成长性；

3、访谈发行人研发总监，了解主机厂产品开发流程及发行人深度参与主机厂产品开发的具体过程，分析发行人在模具开发方面的优势；访谈发行人总经理，了解模具的定价原则、影响因素，通过公开信息查询同行业可比公司模具毛利率情况，分析发行人模具毛利率较高的原因及合理性，结合发行人模具收入明细表，分析发行人模具毛利率增加的原因及合理性；

4、获取发行人模具销售台账，检查模具销售合同、验收报告，分析模具收入波动的原因；访谈发行人总经理、研发总监，了解模具开发流程、开发周期及是否存在模具延期的情况；走访主要客户，了解发行人与主要客户的合作过程中是否存在模具纠纷；获取发行人项目定点情况，分析发行人未来模具收入波动的趋势；

5、获取模具摊销台账，结合模具开发合同或协议，检查模具摊销方式、金额、数量和单位成本的准确性及预计摊销总量与合同约定的一致性；查阅同行业上市公司招股说明书、定期报告等，分析同行业上市公司的模具摊销方法、摊销期限；

6、获取长期待摊费用减值测试明细表，分析减值测试方法的合理性，结合客户的经营状况、车型销量等，检查减值准备计提的充分性；

7、获取存货模具台账，结合模具开发合同或协议，核实存货模具的期后销售情况；访谈发行人总经理和研发总监，了解主要存货模具项目的开发计划和开发周期，分析报告期各期末存货模具余额波动的原因；结合模具开发协议及采购合同等，检查存货模具可变现净值的准确性，相应减值准备计提的充分性；

8、对发行人 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日和 2023 年 6 月 30 日的主要模具进行监盘，实地观察主要模具，核对模具实物数量与模具台帐以及模具明细账的数量是否一致，具体如下：

单位：万元

项目	2023年 6月30日	2022年 12月31日	2021年 12月31日
监盘范围	库存商品（模具）、 长期待摊费用（模具）	库存商品（模具）、 长期待摊费用（模具）	库存商品（模具）、 长期待摊费用（模具）
库存商品（模具）账面金额	350.81	1,389.74	54.82
库存商品（模具）监盘金额	320.18	1,258.43	46.62
监盘比例	91.27%	90.55%	85.05%
长期待摊费用（模具）账面金额	9,392.80	8,943.36	4,667.90
长期待摊费用（模具）监盘金额	8,531.59	8,088.30	4,156.98
监盘比例	90.83%	90.44%	89.05%

对 2020 年 12 月 31 日的模具，保荐人和申报会计师执行了以下替代测试程序：

（1）了解发行人与模具管理、模具盘点相关的内控制度，并测试相关内控执行的有效性；

（2）获取发行人 2020 年的盘点表，并与账面信息核对，核查盘点差异是否已经入账；

（3）获取报告期内发行人的模具明细表，抽样检查报告期内大额模具资产对应的合同、验收单、发票、付款回单等单据，核实了各期末资产的真实性，追溯核查验证 2020 年末模具余额的准确性。

（二）核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、在模具制造环节，发行人生产活动与模具制造活动相比，在原材料、生产工艺及设备投入方面均不同，如发行人自行开模生产，将增加发行人的人力成本、管理成本、机器设备投入等，相较委托专业模具厂商制造不具有成本优势，故发行人将模具制造工作通过委托专业模具厂商进行而未自行开模，具有合理性；发行人模具全部外采符合行业惯例；外购模具对发行人产品具有重要性，但核心的设计环节由发行人主导，发行人对模具生产厂商不存在依赖，且在模具方面具有竞争力，能够持续满足下游客户新产品开模需求；

2、发行人向比亚迪汽车集团内公司比亚迪汽车工业有限公司采购比亚迪 D1 保险杠项目的相关模具，系通过招标程序确定，向比亚迪工业采购模具对应的比亚迪汽车销售占比较低，发行人向比亚迪汽车的销售不依赖其供应的模具；发行人未来向比亚迪销售具有成长性；

3、发行人深度参与主机厂新产品开发环节，在模具方面具有竞争优势；综合考虑设计加工复杂程度、开发难度、市场竞争情况、后期保管和维护成本等与客户协商确定销售价格，模具定价及毛利率相对较高，且发行人模具毛利率与同行业可比公司不存在明显差异，模具毛利率较高具有合理性；报告期内模具毛利率逐渐增加系受发行人参与深度较高的项目模具收入增加所致，具有合理性；

4、模具收入受开发成本及结算方式影响，与内外饰产品不具备直接匹配关系；2022 年模具收入下滑是由于部分车型因主机厂设计变更导致开发进度有所延迟，以及全部（部分）销售方式实现的模具收入有所减少，具有合理性；报告期内，发行人模具开发进度均可满足主机厂量产需求，不存在因发行人原因导致的模具延期情况，模具收入与结算方式有关，模具开发的整体规模保持增长趋势；

5、发行人根据与主机厂签订的模具开发合同和产品价格协议，按月根据销售数量占约定分摊总量的比例摊销模具成本，具备合理性；发行人与同行业可比公司模具摊销方法、摊销期限等不存在重大差异；发行人模具摊销会计处理能够有效保证收入与成本的匹配性以及营业成本的完整性，符合《企业会计准则》的规定；

6、发行人分别按数量口径（累计销售数量/约定分摊数量）和时间口径（累计量产期限（月）/约定摊销期限（月）），约定摊销期限有合同约定的按合同约定，合同未明确约定的按 3 年）测算模具的摊销进度，长期待摊费用-模具减值准备计提充分；

7、发行人存货模具系直接销售或部分销售的模具，存货模具余额受模具的开发数量、模具所处的开发阶段及模具款的结算方式相关；发行人根据主机厂要求，对模具开发进行全流程管控，按计划完成模具开发，配合主机厂车型按计划推向市场，期间因主机厂设计变更、车型上市安排等因素，存在开发完成时间与初步规划时间形成差异的情形，报告期内，发行人模具开发进度均可满

足主机厂量产需求，不存在因发行人原因导致的模具延期情况；报告期各期末结存的模具均有对应的销售合同，以合同售价为基础计算的可变现净值均大于账面成本，无需计提存货模具跌价准备；

8、报告期各期末，发行人主要模具状况良好，账实相符，不存在盘点差异。

8. 关于成本、采购及供应商

申请文件显示：

(1) 发行人所需的原材料主要为塑料粒子、油漆、面料、定制外协件及其他低值易耗品及辅材。报告期内外协件采购占比增加，塑料粒子、油漆采购占比降低，发行人未说明具体类型原材料采购金额变动原因。

(2) 发行人专注生产核心饰件产品，对于产品总成所需的单元件产品采取定制化采购或委托外单位加工的方式进行生产。发行人外协采购金额较大但未说明具体采购情况。公开信息显示，发行人外协件第一大供应商常州浩展在 2021 年年报中预留的电子邮箱与发行人董秘常红霞控制的常州斯克思 2019 年至 2022 年年报预留的电子邮箱相同。

(3) 发行人各类原材料报告期内采购价格存在变动，不同产品因规格差异采购价格差异较大。发行人对原材料、定制外协件的采购价格公允性分析较为简单。

(4) 报告期内发行人材料类供应商集中度有所下降，部分供应商成立时间较短，如主要外协供应商常州浩展汽车用品有限公司、江苏得尔的汽车系统有限公司 2021 年成立，喷漆件供应商丹阳市瑞麟汽车部件有限公司 2021 年成立。发行人与部分供应商存在返利约定。

(5) 发行人生产所需能源主要是电力、天然气等，报告期内天然气价格上涨较多，2022 年天然气占营业成本比重下降。

(6) 报告期各期，发行人运输装卸费为 2,236.52 万元、3,065.95 万元和 4,804.96 万元，2022 年占成本比重有所上升。发行人未说明运输采购情况。

请发行人：

(1) 说明外协件采购具体内容、金额及占比。结合各类产品原辅材料、外协件单耗情况，各类材料采购及耗用情况等，说明报告期内外协件采购占比提升、塑料粒子及油漆采购占比降低的具体原因，发行人各类原辅材料、外协件单耗是否稳定、合理。

(2) 说明“核心饰件产品”和“单元件产品”的具体含义，发行人与外协厂商或定制采购厂商合作模式，发行人技术实力和产品竞争力在其中如何体现。结合外协产品类型、在发行人产品中应用情况及占比、发行人是否具有自产能力等说明发行人对外协厂商是否存在依赖。结合外协产品定价依据，同一型号产品不同供应商采购价格比较情况等，说明外协定制件采购价格公允性。

(3) 结合各类原材料市场价格或公开价格（如有），同一原材料不同供应商采购价格比较情况等，说明报告期内发行人各类原材料采购价格公允性。

(4) 结合原材料、外协、模具主要供应商情况，包括成立时间、注册资本、实际控制人、经营规模、开始合作时间、发行人采购金额及占其销售比重等，说明发行人与各类供应商合作情况、合作稳定性，与部分成立时间较短的供应商开展合作的原因及合理性，如存在采购金额变化较大的，进一步分析原因；说明是否存在贸易类供应商及发行人采购情况。

(5) 说明常州浩展与常州斯克思年报预留邮箱相同的原因，常州浩展与发行人及发行人关联方之间是否存在关联关系、业务往来、资金拆借。

(6) 结合生产环节能源耗用情况、耗用特点，说明报告期内电力、天然气耗用与产量匹配关系，2022年天然气占成本比重降低的合理性。

(7) 说明报告期各期运输费用采购金额，主要供应商情况（成立时间、注册资本、实际控制人、经营规模、开始合作时间、发行人采购金额及占其销售比重等），结合客户、供应商所在区域及变动，单位运费水平变动情况等，说明运输装卸费水平合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人原材料、外协加工、模具采购等供应商及发行人采购的核查情况、核查依据和核查结论。

【回复】

一、说明外协件采购具体内容、金额及占比。结合各类产品原辅材料、外协件单耗情况，各类材料采购及耗用情况等，说明报告期内外协件采购占比提升、塑料粒子及油漆采购占比降低的具体原因，发行人各类原辅材料、外协件单耗是否稳定、合理

(一) 说明外协件采购具体内容、金额及占比

1、外协件采购具体内容、金额及占比情况

报告期各期，公司外协件采购具体内容、金额及占比情况如下：

单位：万元

类型	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
包覆件	1,704.80	13.35%	4,208.17	22.72%	1,320.30	10.63%	543.99	9.26%
电镀件	3,917.43	30.68%	3,620.50	19.54%	4,898.24	39.43%	1,912.69	32.55%
喷漆件	3,701.36	28.99%	4,027.88	21.74%	1,891.31	15.23%	1,193.20	20.30%
注塑件	731.04	5.72%	567.02	3.06%	322.94	2.60%	169.87	2.89%
委托加工件	795.71	6.23%	1,549.71	8.37%	1,996.38	16.07%	1,120.36	19.06%
其他	1,919.53	15.03%	4,552.60	24.57%	1,992.56	16.04%	936.59	15.94%
合计	12,769.87	100.00%	18,525.87	100.00%	12,421.73	100.00%	5,876.70	100.00%

注：其他外协件种类较多，金额较为分散，包括拉手、出风口、扶手、风道等。

报告期各期，公司外协件采购金额分别为 5,876.70 万元、12,421.73 万元、18,525.87 万元和 12,769.87 万元，呈现逐年上升的态势，与公司业务规模相匹配。公司采购的外协件主要包括包覆件、电镀件、喷漆件、注塑件和委托加工件等，其中委托加工件系公司将部分非核心工序委托外协厂商进行加工生产的产品，其余外协件系公司直接向外协厂商采购的产品。

2、外协件采购变动情况

报告期内，公司各类外协件采购的主要变化情况及原因如下：

(1) 包覆件变动情况

2022 年，公司包覆件和其他的采购金额及占比较高，上述外协件主要用于内饰件产品。报告期各期，公司内饰产品主营业务收入分别为 6,271.75 万元、

13,797.66 万元、29,639.71 万元和 14,772.16 万元,最近三年复合增长率为 117.39%,从而带动公司对包覆件产品的采购需求快速上升。

(2) 电镀件变动情况

2021 年和 2023 年 1-6 月,公司电镀件的采购金额及占比较高,主要系向宁波华昊汽车饰件有限公司和江阴市羽项汽车饰件有限公司采购的电镀件产品单价较高所致:

2021 年公司向宁波华昊汽车饰件有限公司采购电镀件的金额为 3,039.05 万元,占比为 62.04%,单价为 167.50 元,电镀件整体单价为 32.49 元。

2023 年 1-6 月公司向江阴市羽项汽车饰件有限公司采购电镀件的金额为 2,401.82 万元,占比为 61.31%,单价为 173.73 元,电镀件整体单价为 31.25 元。

上述产品系主机厂指定的三方件,采购价格由主机厂和供应商直接决定,公司不参与相关产品的定价。

(3) 喷漆件变动情况

2022 年和 2023 年 1-6 月,公司喷漆件采购金额及占比较高,主要系基于生产需要,公司将更多产品委托外协厂商生产所致。

(4) 委托加工件变动情况

报告期内,公司委托加工件的采购占比呈现下降趋势,主要系公司更多采用直接向外协厂商采购的模式所致。

(二) 结合各类产品原辅材料、外协件单耗情况,各类材料采购及耗用情况等,说明报告期内外协件采购占比提升、塑料粒子及油漆采购占比降低的具体原因,发行人各类原辅材料、外协件单耗是否稳定、合理

1、各类产品原辅材料、外协件单耗情况

公司各类总成产品的主要生产工序包括注塑、喷涂和装配,生产领用的塑料粒子主要用于注塑环节,油漆主要用于喷涂环节,外协件主要用于装配环节,总成产品系经过三道工序后形成的最终产品。

报告期内,塑料粒子、油漆和外协件的单耗情况如下:

(1) 塑料粒子

塑料粒子主要在注塑环节使用，生产所形成的半成品为注塑件。由于注塑环节半成品种类、规格型号较多，为保证生产耗用量与半成品产量的可比性，将注塑工序加工形成的半成品按照标准生产耗用量折算成塑料粒子约当生产耗用量进行分析，具体情况如下：

单位：吨

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
塑料粒子实际生产耗用量	5,532.37	7,937.07	6,185.98	4,176.54
塑料粒子约当生产耗用量	5,296.66	7,542.84	5,925.15	3,906.22
塑料粒子单位生产耗用量	1.04	1.05	1.04	1.07

报告期各期，注塑工序每千克产成品塑料粒子的生产耗用量分别为 1.07kg、1.04kg、1.05kg 和 1.04kg，整体保持稳定。

(2) 油漆

油漆主要在喷涂环节使用，注塑件经过喷涂工序后形成喷漆件。报告期内，喷涂环节形成的半成品主要为保险杠类产品和外侧包围类外饰件产品，油漆耗用量占比分别为 99.92%、99.04%、98.84%和 99.74%。

报告期各期，公司油漆的单耗情况具体如下：

单位：吨、千件、吨/千件

半成品类型	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
保险杠类	油漆实际生产耗用量	76.51	156.75	254.72	190.15
	喷漆件产量	386.56	658.30	1,094.18	845.03
	油漆单位生产耗用量	0.20	0.24	0.23	0.23
外侧包围类	油漆实际生产耗用量	126.58	200.57	78.82	69.07
	喷漆件产量	999.30	1,575.60	643.71	507.75
	油漆单位生产耗用量	0.13	0.13	0.12	0.14

注：1、此处油漆耗用量仅包含面漆、底漆和清漆；

2、油漆结算方式包括按油漆重量、按产品数量两种方式，此处油漆耗用量未包含按产品数量结算的部分。

报告期各期，喷涂工序保险杠类产品油漆的单耗分别为 0.23kg、0.23kg、0.24kg 和 0.20kg，2023 年 1-6 月单耗较低，主要系当期上汽集团新车型单耗较低

的小件产品占比较高所致，外侧包围类产品油漆的单耗分别为 0.14kg、0.12kg、0.13kg 和 0.13kg，整体保持稳定。

(3) 外协件

外协件主要在装配环节使用，经装配后形成产成品。报告期各期，公司外协件的单耗情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
外协件实际生产耗用量（千件）	6,766.54	12,166.56	6,156.49	3,958.66
产成品产量（千件）	918.02	1,400.10	1,036.24	694.65
外协件单位生产耗用量（件）	7.37	8.69	5.94	5.70

报告期各期，产成品装配环节外协件的单耗分别为 5.70 件、5.94 件、8.69 件和 7.37 件，总体呈现上升的态势，主要原因为：

①2021 年量产的新车型小鹏 P5 以及 2022 年量产的新车型捷途大圣、小鹏 G9 和北京魔方主要为内饰件产品，由于内饰件产品装配所需的散件较多，因此外协件单耗相对较高，随着上述车型产品销量的提升，带动外协件整体单耗上升。

②2022 年，公司将更多北京 EU5/PLUS 车型的相关产品委托外协厂商生产，导致该车型外协件单耗上升，带动外协件整体单耗上升。

剔除上述车型的影响，产成品装配环节外协件的单耗分别为 5.69 件、5.60 件、5.72 件和 5.06 件，整体保持稳定。

综上所述，公司塑料粒子和油漆单耗稳定，外协件的单耗波动具备合理性。

2、各类材料采购及耗用情况

报告期各期，公司塑料粒子、油漆和外协件采购及耗用情况如下：

单位：吨、千件

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购量	耗用量	采购量	耗用量	采购量	耗用量	采购量	耗用量
塑料粒子	6,412.11	6,401.65	9,737.33	9,859.73	7,303.76	7,499.31	5,127.26	4,606.78
油漆	311.20	337.56	970.15	936.07	875.47	894.81	657.02	699.02
外协件	9,569.76	9,768.22	16,918.20	16,371.27	8,394.79	8,331.45	4,780.91	4,994.70

注：油漆结算方式包括按油漆重量、按产品数量两种方式，此处油漆采购量及耗用量未包含

按产品数量结算的部分。

报告期内，公司塑料粒子、油漆和外协件的采购量与耗用量基本一致，存在少量差异主要系公司按照生产计划进行原材料备货等原因所致，具有合理性。

3、报告期内外协件采购占比提升、塑料粒子及油漆采购占比降低的具体原因

报告期各期，公司塑料粒子、油漆和外协件的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料粒子	6,939.77	32.71%	11,246.69	33.38%	8,414.60	34.94%	5,779.23	40.39%
油漆	1,506.12	7.10%	3,925.05	11.65%	3,248.88	13.49%	2,652.56	18.54%
外协件	12,769.87	60.19%	18,525.87	54.98%	12,421.73	51.57%	5,876.70	41.07%
其中：喷漆件	3,965.55	18.69%	4,475.23	13.28%	2,889.08	12.00%	1,838.44	12.85%
合计	21,215.76	100.00%	33,697.62	100.00%	24,085.22	100.00%	14,308.50	100.00%

注：上述喷漆件包括委托加工件中的喷涂加工件。

报告期内，公司塑料粒子、油漆和外协件的采购量与耗用量基本一致，塑料粒子和油漆的单耗保持稳定，部分新车型产品的外协件单耗较高带动整体单耗提升，导致外协件的采购占比提升，具体详见本回复之“8/一/（二）/1、各类产品原辅材料、外协件单耗情况”。

报告期内，公司塑料粒子、油漆和外协件的采购金额均呈现逐年上升的态势，与公司的业务规模相匹配，采购占比变化主要系产品结构改变导致外协件单耗上升所致，具体如下：

报告期各期，公司外协件采购金额分别为 5,876.70 万元、12,421.73 万元、18,525.87 万元和 12,769.87 万元，占塑料粒子、油漆和外协件采购总额的比例分别为 41.07%、51.57%、54.98%和 60.19%，采购金额和占比均逐年提升，从而导致公司自产减少，所需塑料粒子减少，采购占比降低。

公司的油漆主要用于外饰产品，报告期各期，公司主营业务收入中外饰件的占比分别为 58.16%、54.44%、49.79%和 53.06%，产品结构的变动带来油漆采购占比的波动。其次，报告期各期，公司喷漆件采购金额分别为 1,838.44 万元、

2,889.08 万元、4,475.23 万元和 3,965.55 万元，占塑料粒子、油漆和外协件采购总额的比例分别为 12.85%、12.00%、13.28%和 18.69%，整体呈上升趋势，从而导致公司油漆采购占比降低。

4、发行人各类原辅材料、外协件单耗是否稳定、合理

公司各类原辅材料、外协件单耗稳定、合理，具体分析详见本题回复之“一 / (二) / 1、各类产品原辅材料、外协件单耗情况”。

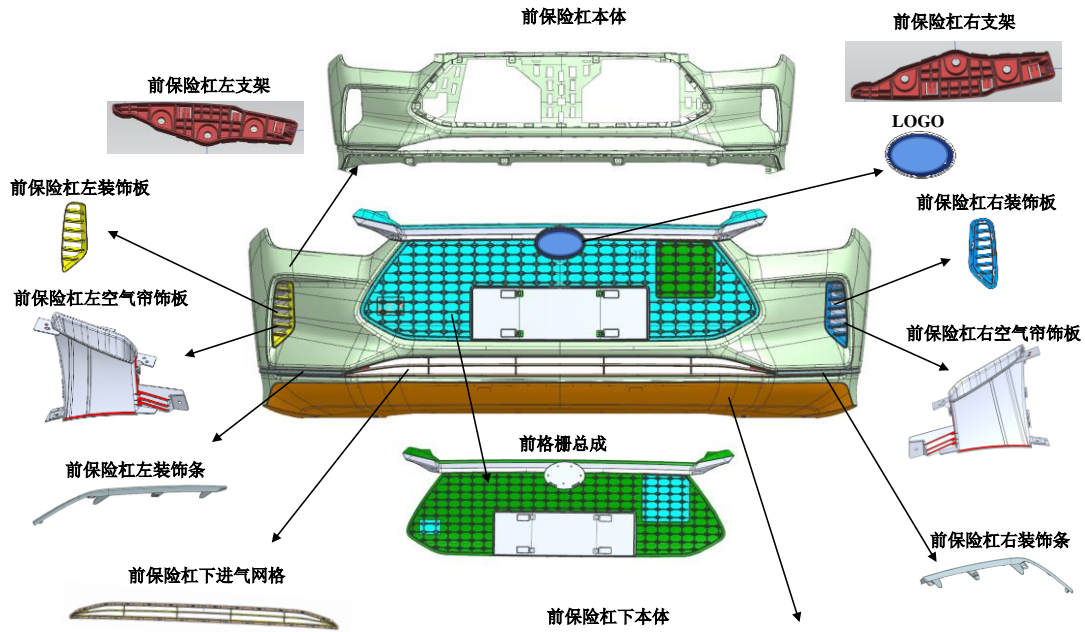
二、说明“核心饰件产品”和“单元件产品”的具体含义，发行人与外协厂商或定制采购厂商合作模式，发行人技术实力和产品竞争力在其中如何体现。结合外协产品类型、在发行人产品中应用情况及占比、发行人是否具有自产能力等说明发行人对外协厂商是否存在依赖。结合外协产品定价依据，同一型号产品不同供应商采购价格比较情况等，说明外协定制件采购价格公允性

(一) 说明“核心饰件产品”和“单元件产品”的具体含义，发行人与外协厂商或定制采购厂商合作模式，发行人技术实力和产品竞争力在其中如何体现

1、“核心饰件产品”和“单元件产品”的具体含义

饰件产品根据其复杂程度及功能特性可分为核心产品和非核心产品，“核心饰件产品”指单位价值较高、工艺较复杂的总成产品本体等核心产品，“单元件产品”指总成组装所需的除“核心饰件产品”外的其他非核心产品。

以前保险杠总成为例，具体情况如下：



如上图所示，前保险杠总成中，“核心饰件产品”指前保险杠本体和前保险杠下本体，“单元件产品”主要包括支架、装饰板、空气帘饰板、装饰条、下进气网格、LOGO 和格栅等。

2、发行人与外协厂商或定制采购厂商合作模式

报告期内，公司与外协厂商或定制采购厂商的合作模式包括直接采购模式和委托加工模式。直接采购模式下，原材料采购及产品生产均由外协厂商负责，公司直接向其采购外协件，主要包括包覆件、电镀件、喷漆件和注塑件等；委托加工模式下，公司提供相应的半成品或原材料，由外协厂商完成包覆、喷漆、注塑等工序的加工服务并收取加工费。

外协加工模式系汽车零部件生产厂商的行业惯例，通过专业化的分工，公司自身主要负责单位价值较高、工艺较复杂的核心饰件产品的生产及总成组装，而将部分非核心的单元件产品外包，从而达到提产增效的目的。

3、发行人技术实力和产品竞争力在其中如何体现

公司将部分非核心的单元件产品外包，自身主要负责单位价值较高、工艺较复杂的核心饰件产品的生产及总成组装，相关外协产品不涉及公司的关键工序或者核心技术。公司根据总成产品需求制定外协件标准，包括尺寸公差、气味等级、粘接性能等，外协厂商根据公司提供的标准进行定制化生产，公司对外协件的质

量进行整体把控，保证总成产品组装的顺利完成。

(二) 结合外协产品类型、在发行人产品中应用情况及占比、发行人是否具有自产能力等说明发行人对外协厂商是否存在依赖

1、外协产品类型、在发行人产品中应用情况及占比

公司外协产品类型主要为包覆件、电镀件、喷漆件和注塑件，各类外协产品在公司产品中的应用情况及占主营业务成本的比例情况如下：

外协件类型	是否具有自产能力	对应产品类型	具体应用	采购金额占主营业务成本的比例			
				2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
包覆件	是	仪表板总成	主要包括仪表板下饰板、副仪表板装饰条等	4.63%	7.24%	3.21%	1.77%
		门护板总成	主要包括门中饰板、门扶手等				
电镀件	否	保险杠总成	主要包括格栅亮条、保险杠LOGO等	10.64%	6.23%	11.91%	6.21%
		仪表板总成	主要为饰条、亮条类产品				
		门护板总成	主要为门板扣手				
		外侧包围	主要为饰条、亮条类产品				
喷漆件	是	保险杠总成	主要包括格栅亮条、保险杠LOGO等	10.06%	6.93%	4.60%	3.88%
		仪表板总成	主要为饰条、亮条类产品				
		门护板总成	主要为门板扣手				
		外侧包围	主要为饰条、亮条类产品				
注塑件	是	保险杠总成	主要为饰条、亮条、支架类产品	1.99%	0.98%	0.79%	0.55%
		仪表板总成	主要包括除霜风道、仪表板下本体等				
		门护板总成	主要包括门护板上装骨架、内挡水条安装板等				
		外侧包围	主要包括裙板分饰板、装饰板等				

公司采购的包覆件主要应用于仪表板总成和门护板总成，电镀件、喷漆件和注塑件在四类主要产品中均有应用，包括保险杠 LOGO、除霜风道和饰条、亮条类产品等。

2、发行人对外协厂商不存在依赖

(1) 发行人的自产能力

公司具有包覆件、喷漆件和注塑件的自产能力，但基于产能、生产效率、经济效益等方面的考虑，会向外协厂商采购部分非核心的单元件产品。

公司不具备电镀相关工艺和生产设备，无法自行生产电镀件，因此向外协厂商进行采购。

上述外协件不涉及公司的关键工序或者核心技术，市场产能充足，公司可选择的供应商较多。报告期各期，公司前五大外协件供应商的占比分别为 48.62%、51.49%、37.76%和 52.53%，单一外协件供应商占比均不超过 30%。

(2) 各类外协件采购占比均较低

报告期内，公司包覆件和注塑件的采购金额占主营业务成本的比例均未超过 10%，占比较小；电镀件的采购金额占主营业务成本的比例分别为 6.21%、11.91%、6.23%和 10.64%，2021 年和 2023 年 1-6 月占比较高，主要系向宁波华昊汽车饰件有限公司和江阴市羽项汽车饰件有限公司采购的电镀件产品单价较高所致，上述产品系主机厂指定的三方件；喷漆件的采购金额占主营业务成本的比例分别为 3.88%、4.60%、6.93%和 10.06%，呈现上升趋势，主要系基于生产需要，公司将更多产品委托外协厂商生产所致。

综上，报告期内公司向外协厂商采购部分非核心的单元件产品，不涉及发行人的关键工序或者核心技术，公司外协件采购的市场产能充足，对外协厂商不存在重大依赖。

(三) 结合外协产品定价依据，同一型号产品不同供应商采购价格比较情况等，说明外协定制件采购价格公允性

1、外协产品定价依据

公司外协产品采购分为主机厂指定供应商和公司自行确定供应商两种模式：主机厂指定模式下，公司与主机厂指定的外协供应商协商确定价格，或直接由主机厂与指定的外协供应商协商确定价格，并将相关外协件的价格直接反映在主机厂对公司的采购价格中；公司自行确定供应商模式下，公司会通过合格供应商报

价进行比价,在各方报价的基础上,综合考虑产品质量、售后服务、送货及时性、合作稳定性等因素,与供应商进一步谈价,确定最终供应商及采购价格。

2、同一型号外协产品不同供应商采购价格比较情况

报告期内,公司存在多家供应商且型号相同的主要外协产品采购价格比较情况如下:

单位:元/个

产品编码	外协件名称	供应商名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	差异原因
30202048/30201109/30202100/30201176	保险杠上蒙皮	北京北汽模塑科技有限公司株洲分公司	-	160.00	160.00	171.27	北京北汽模塑科技有限公司株洲分公司因产能原因,于2022年8月终止与公司的合作关系,为保证相关产品的供应,公司选择与新供应商长沙广汽东阳汽车零部件有限公司合作,因运费差异等因素影响,长沙广汽东阳汽车零部件有限公司价格相对较高
		长沙广汽东阳汽车零部件有限公司	179.99	180.12	-	-	
30204016	扰流板本体	株洲市德科材料科技有限公司	66.80	68.55	73.83	72.07	公司与株洲市德科材料科技有限公司的合作模式于2022年7月由直接采购转变为委托加工,采购价格有所下降
		湖南钰宏新材料科技有限公司	-	71.83	71.83	-	
10410047/10410045	前门内开总成	常州浩展汽车用品有限公司	19.68	19.63	17.09	-	常州浩展汽车用品有限公司于合作初期系在公司提供的内开基座半成品上进行加工,因此公司向其支付的价款中不包含内开基座的相应价格,导致采购价格相对较低
		余姚市瑞德汽配有限公司	-	-	19.87	19.75	
WB31524037/ WB31524071/ WB31524035/ WB31524069	前门扶手	常州浩展汽车用品有限公司	32.19	-	-	-	公司与常州市华奥泡塑新材料有限公司和丹阳新盛斐汽车零部件有限公司在合作初期采取委托加工的合作模式,公司支付加工费和附加材料费,价格相对较低,后续未继续合作
		江苏得尔的汽车系统有限公司	32.19	31.39	25.80	-	
		武汉每时工业发展有限公司	-	-	25.84	31.28	
		常州市华奥泡塑新材料有限公司	-	-	-	26.50	
		无锡瑞嘉智诚汽车配件有限公司	-	32.14	-	-	

		丹阳新盛斐汽车零部件有限公司	-	-	-	26.59	
WB31524018/ WB31524052	前门中 饰板	常州市华奥泡塑新材料有限公司	-	-	-	26.00	公司与郑州跃洋实业有限公司采用委托加工的合作模式，单价较低
		江苏得尔的汽车系统有限公司	28.95	28.51	22.86	-	
		武汉每时工业发展有限公司	-	-	21.94	26.08	
		郑州跃洋实业有限公司	20.22	20.22	-	-	

注：公司采购的外协产品种类较多，上述主要外协产品系报告期内采购总额大于 200 万且存在多家供应商的外协产品，占外协产品采购总额的比例为 10.57%，占存在多家供应商的外协产品采购总额的比例为 29.08%。

如上表所示，报告期内公司主要外协件在不同供应商之间的采购价格存在一定差异，差异原因具有合理性，外协定制件采购价格公允。

三、结合各类原材料市场价格或公开价格（如有），同一原材料不同供应商采购价格比较情况等，说明报告期内发行人各类原材料采购价格公允性

（一）塑料粒子采购价格公允性分析

报告期各期，公司采购塑料粒子的具体情况如下：

单位：元/kg

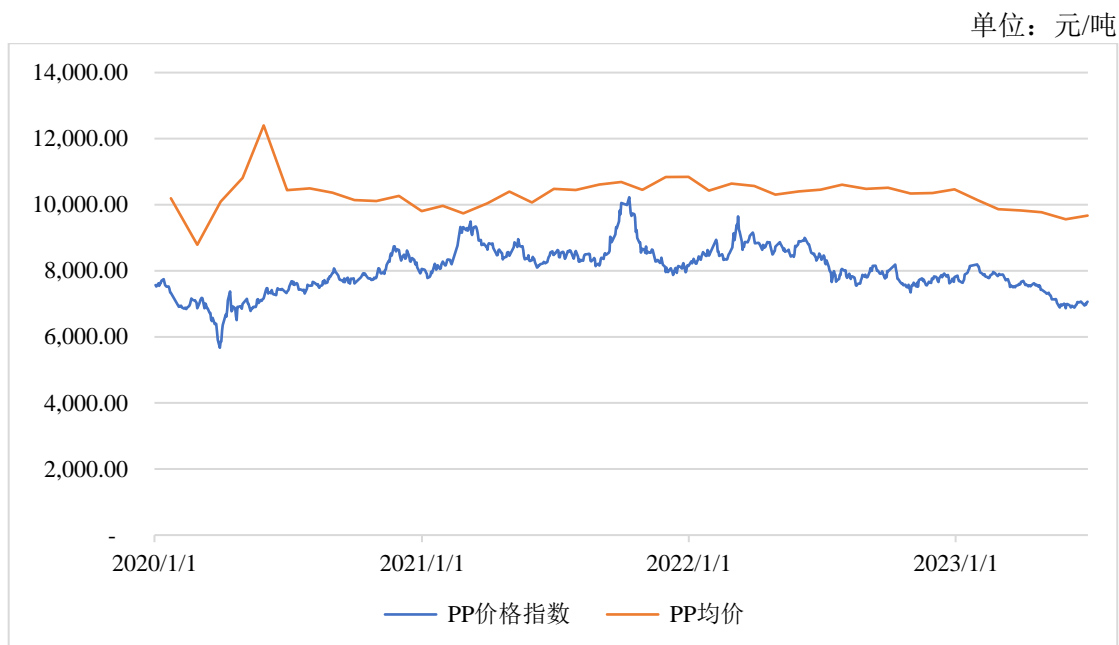
类型	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单价	金额占比	单价	金额占比	单价	金额占比	单价	金额占比
PP	9.72	80.08%	10.21	76.86%	10.06	75.56%	10.30	80.17%
ABS	16.70	8.57%	17.46	12.06%	18.44	11.95%	16.50	11.19%
POM	18.79	2.45%	21.40	2.64%	19.84	3.55%	16.94	3.31%
PVC	26.23	3.73%	27.37	3.82%	26.94	4.67%	27.31	1.75%
TPU/TPE/TPV/TPO	28.05	1.75%	31.05	2.69%	31.82	2.08%	31.71	0.49%
其他	21.97	3.41%	21.08	1.95%	20.67	2.18%	23.03	3.10%
合计	10.82	100.00%	11.55	100.00%	11.52	100.00%	11.27	100.00%

报告期内，公司采购塑料粒子的主要类型为 PP 和 ABS，合计采购金额占比分别为 91.36%、87.51%、88.92%和 88.65%。发行人 PP 和 ABS 的各期采购价格与市场价格情况具体如下：

1、PP

(1) 与市场价格趋势对比情况

报告期内，公司 PP 的采购价格与 PP 价格指数变动趋势对比情况如下：



注：1、PP 价格指数为 PP 期货收盘价，数据来源于 wind；

2、上述 PP 均价未考虑价格折扣。

如上图所示，报告期内 PP 的采购价格与 PP 价格指数变动趋势基本一致。

(2) 主要供应商价格对比情况

报告期内，公司向主要供应商采购 PP 的价格存在一定差异，主要原因为：

(1) 向不同供应商采购的 PP 型号及规格存在差异，导致价格有所差异；(2) 上海金发科技发展有限公司和中广核俊尔（上海）新材料有限公司系国内领先的塑料粒子供应商，产品质量相对较高，议价能力较强，PP 采购价格相对较高。

具体情况如下：

单位：万元、元/kg

供应商名称	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比
上海金发科技发展有限公司	2,567.24	10.08	46.19%	4,436.12	10.63	51.32%	2,864.51	10.54	45.05%	2,594.56	11.00	56.00%
苏州禾昌聚合材料股份有限公司	1,234.86	9.21	22.22%	2,002.00	9.17	23.16%	1,860.13	9.56	29.26%	1,067.74	9.22	23.04%

中广核俊尔 (上海)新材料有限公司	936.74	9.28	16.86%	734.09	10.88	8.49%	299.02	10.32	4.70%	141.92	10.50	3.06%
江苏兆鋈新材料股份有限公司	213.42	9.93	3.84%	379.78	9.57	4.39%	459.39	8.98	7.22%	383.41	8.39	8.27%
上海普利特复合材料股份有限公司	84.41	12.01	1.52%	181.16	12.79	2.10%	384.30	10.02	6.04%	4.88	10.00	0.11%

报告期内，苏州禾昌聚合材料股份有限公司的采购价格呈现先上升后下降的态势，与市场价格变动趋势保持一致；上海金发科技发展有限公司的采购价格与市场价格变动趋势存在一定差异，主要系上海金发科技发展有限公司与公司签订协议，根据每年的采购量或整体采购情况给予一定的价格折扣所致，剔除价格折扣影响，上海金发科技发展有限公司的采购价格分别为 11.18 元/kg、11.37 元/kg、10.88 元/kg 和 10.19 元/kg，与市场价格变动趋势保持一致；中广核俊尔（上海）新材料有限公司、江苏兆鋈新材料股份有限公司和上海普利特复合材料股份有限公司的采购价格与市场价格变动趋势存在一定差异，主要系产品型号及规格不同所致，相关采购业务均履行了规定的比价程序，采购价格公允。

综上，报告期内，公司 PP 采购价格波动以及不同供应商之间的采购价格差异具备合理性，价格公允。

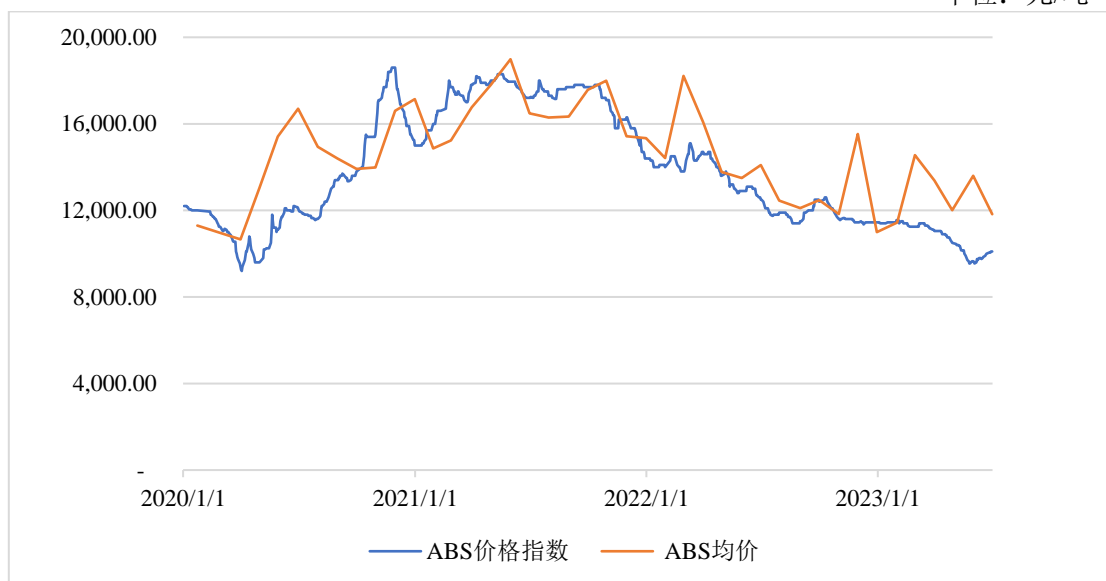
2、ABS

(1) ABS

①与市场价格趋势对比情况

报告期内，公司 ABS 的采购价格与 ABS 价格指数变动趋势对比如下：

单位：元/吨



注：1、ABS 价格指数为 ABS 现货价，数据来源于 wind；
2、上述 ABS 均价未考虑价格折扣。

如上图所示，报告期内，公司 ABS 的采购价格与 ABS 价格指数变动趋势基本一致。

②主要供应商价格对比情况

报告期各期，公司 ABS 主要供应商的采购价格及采购金额占比情况如下：

单位：万元、元/kg

供应商名称	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比
常州市荣江物资有限公司	97.85	10.41	57.90%	254.19	11.71	69.35%	299.18	15.83	64.26%	211.55	14.01	59.24%
上海金山锦湖日丽塑料有限公司	49.01	17.18	29.00%	49.33	18.08	13.46%	132.34	17.64	28.42%	131.90	16.61	36.93%

报告期内，常州市荣江物资有限公司的采购价格呈现先上升后下降的态势，与市场价格变动趋势保持一致；上海金山锦湖日丽塑料有限公司的采购价格与市场价格变动趋势存在一定差异，主要系产品型号及规格不同所致，相关采购业务均履行了规定的比价程序，采购价格公允。

公司相同型号的 ABS 产品仅存在一家供应商，不同型号的 ABS 产品由于机械性能、热性能和加工条件等差异导致采购价格有所不同，因此不同供应商的采购价格存在一定差异。

(2) PC+ABS

PC+ABS 属于复合材料，不存在公开市场价格。报告期各期，公司 PC+ABS 主要供应商的采购价格及采购金额占比情况如下：

单位：万元、元/kg

供应商名称	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比
上海金发科技发展有限公司	173.32	21.93	40.71%	409.49	22.10	41.39%	167.96	22.33	31.12%	52.19	22.57	18.04%
苏州禾昌聚合材料股份有限公司	144.33	16.00	33.90%	325.03	16.47	32.85%	135.82	18.10	25.16%	78.14	16.72	27.01%
中广核俊尔(上海)新材料有限公司	25.76	20.15	6.05%	172.41	22.16	17.43%	166.62	21.01	30.87%	53.75	18.98	18.58%

报告期内，同一供应商 PC+ABS 的采购价格基本稳定，不同供应商之间 PC+ABS 的采购价格存在一定差异，主要原因为：公司相同型号的 PC+ABS 产品仅存在一家供应商，不同型号的 PC+ABS 产品由于规格型号如其中 PC 的占比等差异，因此不同供应商的采购价格存在一定差异。

综上，报告期内公司 ABS 采购价格波动以及不同供应商之间的采购价格差异具备合理性，价格公允。

（二）油漆采购价格公允性分析

1、油漆分产品采购价格情况

报告期各期，公司采购油漆的具体情况如下：

单位：元/kg

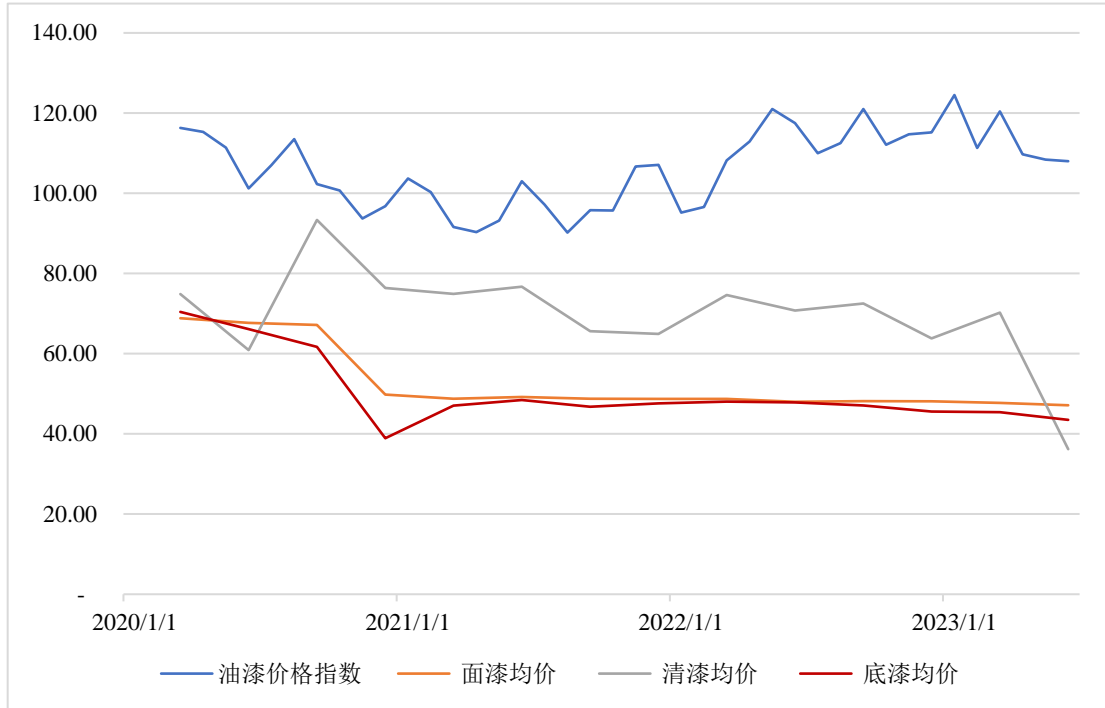
类型	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单价	金额占比	单价	金额占比	单价	金额占比	单价	金额占比
面漆	59.10	35.36%	70.10	47.81%	70.87	45.79%	78.14	46.68%
清漆	47.42	23.52%	48.20	15.58%	48.88	17.11%	60.93	18.06%
底漆	44.44	12.63%	46.95	12.77%	47.55	12.37%	56.36	11.48%
固化剂	64.86	10.65%	69.17	10.28%	69.23	9.99%	73.04	9.49%
溶剂	15.40	8.07%	15.42	9.66%	14.20	9.80%	14.50	10.71%
其他	13.79	9.78%	9.29	3.90%	8.19	4.95%	6.99	3.57%
合计	36.02	100%	40.46	100.00%	37.11	100.00%	40.37	100.00%

注：油漆结算方式包括按油漆重量、按产品数量两种方式，此处未包含按产品数量结算的部

分，下同。

报告期内，公司采购油漆的主要类型为面漆、清漆和底漆，合计采购金额占比分别为 76.22%、75.27%和 76.16%和 71.50%，各期采购价格与市场价格对比情况具体如下：

单位：元/kg



注：油漆价格指数为颜料、油漆、清漆及有关物料进口价格指数，数据来源于 wind。

如上图所示，报告期内，公司面漆、清漆和底漆的采购价格与油漆价格指数变动趋势存在一定差异，具体情况如下：

(1) 面漆

报告期各期，公司面漆的采购价格分别为 78.14 元、70.87 元、70.10 元和 59.10 元，与油漆价格指数变动趋势存在一定差异，主要原因为：公司基于喷涂的需要，每年会采购部分单价较低的面漆（自喷漆），对面漆的整体价格存在一定影响。剔除上述因素，公司面漆的采购价格分别为 78.70 元、71.82 元、74.58 元和 69.90 元，与油漆价格指数变动趋势基本一致。

(2) 清漆和底漆

报告期各期，公司清漆的采购价格分别为 60.93 元、48.88 元、48.20 元和 47.42 元，底漆的采购价格分别为 56.36 元、47.55 元、46.95 元和 44.44 元，与油漆价格指数变动趋势存在一定差异。公司采购清漆和底漆的型号较为集中，因此选择

主要的清漆和底漆产品进行分析，具体采购价格情况如下：

单位：元/kg

类型	产品编码	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
清漆	10203007	48.02	48.02	48.02	-
	10203800	-	56.65	54.95	59.51
底漆	10201001	47.72	47.72	47.72	47.72
	10201805	-	-	55.00	56.84
	6S0144352400	42.00	42.00	42.00	-
	10201810	42.00	42.00	-	-
	10201022	-	53.30	53.30	53.30

由上表可知，报告期内主要的清漆和底漆产品采购价格均保持稳定或与油漆价格指数变动趋势基本一致，整体采购价格与油漆价格指数变动趋势的差异主要系采购产品的结构性差异所致。

2、油漆分供应商采购价格情况

公司采购的油漆产品均需进行定制化调制，因此同一型号的油漆产品一般只存在一家供应商：根据主机厂的要求，公司通知合格供应商进行油漆调制，供应商根据自身情况决定是否参与调制；调制完成后，将油漆产品在公司的喷涂线中进行试生产，结合生产效果及供应商报价，确定最终供应商。

报告期各期，公司向面漆、清漆和底漆主要供应商的采购价格及采购金额占比情况如下：

单位：万元、元/kg

油漆类型	供应商名称	2023年1-6月			2022年度			2022年度			2020年度		
		金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比
面漆	庞贝捷涂料(芜湖)有限公司	108.18	71.15	27.29%	1,384.49	77.64	73.78%	1,044.25	74.34	70.19%	1,175.67	79.66	94.95%
	立邦涂料(中国)有限公司	220.20	69.32	55.55%	323.91	61.10	17.26%	211.98	56.14	14.25%	8.90	55.53	0.72%
清漆	庞贝捷涂料(芜湖)有限公司	125.69	48.79	47.67%	526.83	48.67	86.14%	451.41	52.14	81.22%	466.29	60.99	97.35%

	立邦涂料 (中国) 有限公司	137.97	46.23	52.33%	81.90	45.10	13.39%	27.39	45.00	4.93%	-	-	-
底漆	庞贝捷涂 料(芜湖) 有限公司	34.80	54.08	24.58%	347.29	48.09	69.30%	240.38	50.77	59.83%	267.11	57.17	87.69%
	立邦涂 料(中国) 有限公司	106.78	42.00	75.42%	111.33	42.00	22.22%	19.96	42.00	4.97%	-	-	-

上述供应商均为国际知名油漆供应商，公司向其采购价格在不同年度之间存在一定波动，主要系采购产品的结构性差异所致，各供应商同型号产品采购价格在不同年度之间保持稳定。

报告期内，庞贝捷涂料（芜湖）有限公司和立邦涂料（中国）有限公司不存在向公司供应同一型号油漆产品的情形，公司向双方采购的油漆产品因性能差异导致单价有所不同。

综上，报告期内，公司油漆采购价格波动以及不同供应商之间的采购价格差异具备合理性，价格公允。

（三）面料采购价格公允性分析

面料不属于大宗商品，不存在市场价格。报告期内，公司采购的主要面料产品包括普通包覆表皮、阴模表皮、麂皮和立柱麂皮，主要供应商采购价格及采购金额占比情况如下：

1、普通包覆表皮

单位：万元、元/PCS

供应商名称	2023年1-6月			2022年度			2021年度			2020年度		
	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比
永方业纤维制品 (常熟)有限公司	16.50	48.54	7.54%	241.40	56.93	35.18%	73.10	59.49	32.31%	54.35	46.66	62.39%
顶项新材料科技 (上海)有限公司	46.64	86.84	21.31%	171.48	83.53	24.99%	8.64	73.58	3.82%	-	-	-
广东天安新材料 股份有限公司	26.53	49.97	12.12%	57.59	45.70	8.39%	41.02	34.35	18.13%	-	-	-
东莞市天跃新材 料有限公司	83.93	156.18	38.35%	21.07	138.18	3.07%	-	-	-	-	-	-
南通盛丰新材料	10.04	43.47	4.59%	50.11	44.06	7.30%	25.32	40.37	11.19%	-	-	-

科技有限公司												
--------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

报告期内,公司采购的普通包覆表皮按照材质可分类为PU表皮、硅胶表皮、纺织物表皮和PVC表皮等。公司向顶项新材料科技(上海)有限公司采购的主要为PU表皮,向东莞市天跃新材料有限公司采购的主要为硅胶表皮,价格相对较高,向广东天安新材料股份有限公司和南通盛丰新材料科技有限公司采购的主要为PVC表皮,价格相对较低。

2、阴模表皮

单位:万元、元/PCS

供应商名称	2023年1-6月			2022年度			2022年度			2020年度		
	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比
顶项新材料科技(上海)有限公司	302.27	57.25	100.00%	458.56	57.97	100.00%	287.00	62.00	100.00%	229.27	68.43	99.11%
科达斯特恩(常州)汽车塑件系统有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.05	68.25	0.89%

报告期内,公司向顶项新材料科技(上海)有限公司的采购价格波动主要系采购产品结构性差异所致。2020年,公司向顶项新材料科技(上海)有限公司和科达斯特恩(常州)汽车塑件系统有限公司采购阴模表皮价格不存在明显差异。

3、麂皮

单位:万元、元/PCS

供应商名称	2023年1-6月			2022年度			2021年度			2020年度		
	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比
浙江华光汽车内饰股份有限公司	-	-	-	39.91	309.38	81.66%	141.77	307.72	98.98%	-	-	-
明新旭腾新材料股份有限公司	-	-	-	8.96	266.00	18.34%	1.46	266.00	1.02%	-	-	-

报告期内,公司分别向浙江华光汽车内饰股份有限公司和明新旭腾新材料股份有限公司采购麂皮,两者的采购价格存在一定的差异,主要系采购产品型号及规格不同所致,同一供应商不同年度之间的采购价格保持稳定。

4、立柱麂皮

单位：万元、元/PCS

供应商名称	2023年1-6月			2022年度			2021年度			2020年度		
	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比	金额	单价	占比
浙江华光汽车内饰股份有限公司	1.45	72.69	100.00%	428.04	73.97	100.00%	3.91	74.38	100.00%	-	-	-

报告期内，公司仅向浙江华光汽车内饰股份有限公司采购立柱麂皮，采购价格保持稳定。

综上，报告期内，公司面料采购种类较多且无公开市场价格，公司与面料供应商均根据供应商报价并通过协商确定最终采购价格，不同供应商之间采购价格差异具备合理性，采购价格公允。

（四）其他低值易耗品及辅材采购价格公允性分析

报告期内，公司采购的低值易耗品及辅材种类较多，包括包装物、车灯、卡扣、五金件等，型号较多，价格差异较大，且不存在公开市场价格，不同供应商之间的整体采购价格可比性较小。

报告期内，选取同一型号存在多家供应商的其他低值易耗品及辅材进行分析，具体采购价格情况如下：

单位：元/个

产品编码	其他低值易耗品及辅材名称	供应商名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	差异原因
10405052	防水卡扣	常州市华跃普瑞新车辆部件有限公司	0.16	0.16	0.16	0.18	(1)芜湖翊辰汽车零部件有限公司和上海泛希紧固件有限公司均为上海依工塑料五金有限公司的代理商，上海依工塑料五金有限公司系纽交所上市公司ITW集团的下属子公司，产品质量相对较高，议价能力较强，采购价格相对较高；(2)常州市华跃普瑞新车辆部件有限公司系公司当地供应商，运费较低，采购价格相对较低
		芜湖翊辰汽车零部件有限公司	-	-	0.21	0.21	
10405050	板类用卡扣	常州市华跃普瑞新车辆部件有限公司	0.16	0.16	0.16	-	
		河南森瓦实业有限公司	0.22	-	-	-	
		上海泛希紧固件有限公司	0.24	0.24	-	-	
		芜湖翊辰汽车零部件有限公司	0.24	0.23	-	-	

10511260	前部 USB	河北初光汽车部件有限公司	63.41	64.39	-	-	均为主机厂指定的三方件供应商，采购价格由主机厂和供应商直接决定
		深圳市宝凌电子股份有限公司	—	76.89	-	-	
10511026	格栅充电口锁体	杰必机电配件（上海）有限公司	26.00	-	26.00	26.00	不存在明显差异
		杰必机电（中国）有限公司	-	26.00	-	-	
		北京北汽模塑科技有限公司株洲分公司	-	26.00	-	-	
10410042	充电口盖执行器	杰必机电配件（上海）有限公司	-	-	19.50	19.50	盈佳科技（长春）有限公司系相关项目初期选择的供应商，采购金额较小，采购价格相对较低，后续不再合作
		杰必机电（中国）有限公司	19.50	19.50	-	-	
		盈佳科技（长春）有限公司	-	-	-	14.66	
10302012	十字槽大扁头自攻钉	广东锦泰五金科技有限公司	0.04	0.04	0.04	0.04	不存在明显差异
		东莞裕标五金制品有限公司	0.04	0.04	-	-	
		河南森瓦实业有限公司	0.04	0.04	-	-	
		东莞市锦铭五金有限公司	-	-	-	0.04	
10405049	板类用卡扣	阿雷蒙汽车紧固件（镇江）有限公司	0.25	0.25	0.25	0.25	基于降低成本的目的，公司于2022年开发了相关产品的的新供应商常州市华跃普瑞新车辆部件有限公司，采购价格相对较低
		苏州华鑫睿捷汽车部件有限公司	0.25	-	-	-	
		常州市华跃普瑞新车辆部件有限公司	0.14	0.15	-	-	
		宁波卡斯特模塑科技发展有限公司	0.21	0.21	0.20	-	
50109013	棉纸/棉纸袋	常州江林包装材料厂	11.95	12.39	11.57	11.50	由于产品质量原因，公司于2020年12月更换新供应商常州江林包装材料厂，采购价格相对较高
		江苏远真包装制品有限公司	-	-	-	10.37	
10511017	车灯	江苏彤明高科汽车电器有限公司	-	-	21.50	21.50	不存在明显差异
		江苏煜盛汽车电子科技有限公司	21.50	21.59	21.37	-	
10304050	簧片螺母	江苏博凯汽车零部件有限公司	0.19	0.18	-	-	基于降低成本的目的，公司于2023年开发了新供应商东莞

	常州字佳车辆配件有限公司	-	0.20	0.20	0.21	裕标五金制品有限公司，采购价格相对较低
	东莞裕标五金制品有限公司	0.15	-	-	-	

如上表所示，报告期内公司低值易耗品及辅材在不同供应商之间的采购价格总体差异较小，相关差异具备合理性，价格公允。

四、结合原材料、外协、模具主要供应商情况，包括成立时间、注册资本、实际控制人、经营规模、开始合作时间、发行人采购金额及占其销售比重等，说明发行人与各类供应商合作情况、合作稳定性，与部分成立时间较短的供应商开展合作的原因及合理性，如存在采购金额变化较大的，进一步分析原因；说明是否存在贸易类供应商及发行人采购情况

(一) 结合原材料、外协、模具主要供应商情况，包括成立时间、注册资本、实际控制人、经营规模、开始合作时间、发行人采购金额及占其销售比重等，说明发行人与各类供应商合作情况、合作稳定性

1、原材料主要供应商基本情况

报告期内，公司原材料主要供应商的基本情况如下：

单位：万元

供应商名称	成立时间	注册资本	实际控制人	经营规模	采购规模				最近一年采购额占供应商经营规模的比重	开始合作时间
					2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度		
上海金发科技发展有限公司	2001-10-11	37,000 万元	袁志敏	年销售额约 30 亿元	2,831.31	4,884.48	3,053.93	2,659.84	约 1.63%	2015 年
庞贝捷涂料（芜湖）有限公司	2006-12-21	500 万美元	PPG 涂料（香港）有限公司	年销售额 7-9 亿元	756.69	2,857.50	2,161.96	2,327.66	约 3.57%	2014 年
苏州禾昌聚合材料股份有限公司	1999-06-09	10,762 万元	赵东明	年销售额约 10 亿元	1,415.13	2,381.55	2,032.00	1,159.61	约 2.38%	2014 年
江苏兆鋈新材料股份有限公司	2009-03-10	5,814 万元	鲁平才	年销售额约 4 亿元	213.42	379.78	459.39	383.40	约 0.95%	2014 年

司										
中广核俊尔（上海）新材料有限公司	2009-09-23	2,843 万元人民币	国务院国有资产监督管理委员会	年销售额约 2.1 亿元	998.47	1,004.23	543.39	227.33	约 4.78%	2015 年
中广核俊尔（浙江）新材料有限公司	2018-12-10	41,527.99 万元	国务院国有资产监督管理委员会	年销售额约 26 亿元	-	-	-	147.65	-	2019 年
顶项新材料科技（上海）有限公司	2014-07-09	500 万元	王欢	年销售额约 3,500 万元	348.91	668.56	313.07	245.29	约 19.10%	2019 年
立邦涂料（中国）有限公司	1992-12-13	1900 万美元	日本涂料控股有限公司	年销售额约 35 亿元	620.85	625.26	298.55	9.83	约 0.00%	2014 年

注：最近一年采购额占供应商经营规模的比重=最近一年采购规模/供应商经营规模，下同。

报告期内，公司原材料主要供应商均具备一定的经营规模，其中上海金发科技发展有限公司、庞贝捷涂料（芜湖）有限公司、中广核俊尔（上海）新材料有限公司、中广核俊尔（浙江）新材料有限公司和立邦涂料（中国）有限公司具有较强的市场地位，公司与大部分原材料主要供应商的合作时间达五年以上，建立了长期的合作关系。

报告期内，公司最近一年向原材料主要供应商的采购额均不超过供应商自身经营规模的 20%。

综上，公司与上述原材料主要供应商建立了良好的合作关系，合作稳定性较强。

2、外协主要供应商基本情况

报告期内，公司外协件主要供应商的基本情况如下：

单位：万元

供应商名称	成立时间	注册资本	实际控制人	经营规模	采购规模				最近一年采购额占供应商经营规模的比重	开始合作时间
					2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度		
江苏和盛缘电镀有限公司	1986-01-26	600 万元	田新华	年销售额约 8,000 万元	1,061.14	1,546.62	1,091.13	869.85	约 19.33%	2017 年
丹阳市瑞麟汽车部件有限公司	2021-01-20	800 万元	郑光军	年销售额约 2,000 万元	102.37	150.89	-	-	约 7.54%	2022 年
武汉每时工业发展有限公司	2006-04-06	200 万元	张秦川	年销售额约 5,000 万元	154.79	408.04	638.81	564.56	约 8.16%	2017 年
丹阳市水木然车辆部件有限公司	2017-04-05	100 万元	陈斌殊	年销售额约 3,000 万元	506.93	1,058.69	919.69	543.85	约 35.29%	2014 年
宁波华昊汽车饰件有限公司	2010-04-26	3,420 万元	冷建华	年销售额约 1.89 亿元	3.68	947.84	3,060.33	511.94	约 5.02%	2018 年
南通帝诚华信实业有限公司	2004-02-23	2,160 万元	周涤成	年销售额约 1.20 亿元	130.30	551.27	479.26	366.84	约 4.59%	2016 年
北京北汽模塑科技有限公司株洲分公司	2014-07-17	-	北京市人民政府国有资产监督管理委员会	-	-	392.78	685.90	252.57	-	2018 年
常州浩展汽车用品有限公司	2021-10-19	200 万元	黄旻	年销售额约 2,300 万元	827.25	2,153.79	216.03	-	100%	2021 年
长沙广汽东阳汽车零部件有限公司	2011-03-28	3,500 万美元	广州市人民政府	年销售额约 2 亿元	1,421.34	1,068.70	-	-	约 5.34%	2022 年

江苏得尔的汽车系统有限公司	2021-04-06	8,000 万元	张晓彤	年销售额约 2,000 万元	318.48	1,016.30	606.57	-	约 50.82%	2021 年
江阴市羽项汽车饰件有限公司	2016-09-14	5,000 万元	陈海清	年销售额约 2.5 亿元	2,553.47	43.07	-	-	约 20.43%	2022 年
广东维杰汽车部件制造有限公司	2016-12-26	12,900 万元人民币	马永涛	年销售额约 4 亿元	742.61	5.05	-	-	约 3.71%	2022 年

注：北京北汽模塑科技有限公司株洲分公司未提供经营规模数据。

报告期内，公司外协主要供应商均具备一定的经营规模，其中长沙广汽东阳汽车零部件有限公司和北京北汽模塑科技有限公司株洲分公司具有较强的市场地位，公司与各供应商建立了良好的合作关系。

报告期内，公司最近一年向除丹阳市水木然车辆部件有限公司、常州浩展汽车用品有限公司和江苏得尔的汽车系统有限公司外的其他外协主要供应商的采购额均不超过其自身经营规模的 30%。

丹阳市水木然车辆部件有限公司主要向公司销售喷漆件，与公司合作时间较长，相关采购业务均履行了规定的比价程序，采购价格公允。关于公司与常州浩展汽车用品有限公司和江苏得尔的汽车系统有限公司的合作情况，详见本题回复之“四、（二）与部分成立时间较短的供应商开展合作的原因及合理性，如存在采购金额变化较大的，进一步分析原因”相关内容。

综上，公司与上述外协主要供应商建立了良好的合作关系，合作稳定性较强。

3、模具主要供应商基本情况

报告期内，公司模具主要供应商的基本情况如下：

单位：万元

供应商名称	成立时间	注册资本	实际控制人	经营规模	采购规模				最近一年采购额占供应商经营规模的比重	开始合作时间
					2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度		
浙江凯华模具有限	2000-12-11	1,091.77 万元	梁正华	年销售额约 11.78 亿	2,167.95	3,331.50	626.64	1,603.64	约 2.83%	2014 年

公司				元							
浙江三雷模塑有限公司	1997-12-01	2,280 万元	郑桂花	年销售额约 1.2 亿元	863.72	1,769.70	628.76	1,408.62	约 14.75%	2014 年	
常州华威模具有限公司	2005-04-04	4,588 万美元	严全良	年销售额约 17 亿元	745.66	2,048.14	225.66	1,088.50	约 1.20%	2016 年	
比亚迪汽车工业有限公司	2006-08-03	37,5765.45 万美元	王传福	-	-	-	-	856.40	-	2019 年	
浙江祥安模塑有限公司	2003-04-09	1,056 万元	牟锡荣	年销售额约 1.1 亿元	722.23	899.65	269.47	845.22	约 8.18%	2014 年	
江苏昊东模塑有限公司	2014-03-31	500 万元	陆蓓华	年销售额约 2,000 万元	182.26	461.86	222.21	142.43	约 23.09%	2016 年	
爱卓智能科技（上海）有限公司	2005-12-05	1,089.33 万元	李毅	年销售额约 2-3 亿元	250.00	-	-	-	约 1.00%	2022 年	

注：比亚迪汽车工业有限公司未提供经营规模数据。

报告期内，公司模具主要供应商均具备一定的经营规模，公司与大部分模具主要供应商的合作时间达五年以上，建立了长期的合作关系。

报告期内，公司最近一年向模具主要供应商的采购额均不超过其自身经营规模的 30%。

综上，公司与上述模具主要供应商建立了良好的合作关系，合作稳定性较强。

（二）与部分成立时间较短的供应商开展合作的原因及合理性，如存在采购金额变化较大的，进一步分析原因

报告期内，公司与成立时间较短的主要供应商（成立时间为 2020 年及以后）的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
常州浩展汽车用品有限公司	827.46	6.48%	2,153.79	11.63%	216.03	1.74%	-	-

江苏得尔的汽车系统有限公司	318.48	2.49%	1,016.30	5.49%	606.57	4.88%	-	-
丹阳市瑞麟汽车部件有限公司	102.37	0.80%	150.89	0.81%	-	-	-	-
合计	1,248.31	9.78%	3,320.97	17.93%	822.60	6.62%	-	-

注：上述采购金额及占比为该供应商销售的主要产品（外协件）的采购金额及占比。

报告期内，成立时间较短的主要供应商均为外协供应商，包括常州浩展汽车用品有限公司、江苏得尔的汽车系统有限公司和丹阳市瑞麟汽车部件有限公司，合计采购金额分别为 0 万元、822.60 万元、3,320.97 万元和 1,248.31 万元，占比分别为 0%、6.62%、17.93%和 9.78%。公司与上述供应商合作的背景及原因如下：

1、与江苏得尔的汽车系统有限公司和常州浩展汽车用品有限公司合作的背景及原因

自 2021 年起，公司内饰件业务大幅增长，导致对包覆件需求上升。包覆件具有体积大、重量轻的特点，在运输过程中需要避免挤压变形和磕碰导致的质量问题，长距离运输成本相对较高，因此行业内一般会采取就近选择外协供应商配套的采购策略。

江苏得尔的汽车系统有限公司实控人与武汉每时工业发展有限公司实控人系父女关系，公司与武汉每时工业发展有限公司于 2017 年开始合作，江苏得尔的汽车系统有限公司于 2021 年 4 月在南通成立，作为武汉每时工业发展有限公司在江苏的生产基地。基于以往的合作关系，公司于 2021 年与江苏得尔的汽车系统有限公司开始业务合作。

公司与常州浩展汽车用品有限公司合作的背景及原因详见本题之“五/（二）常州浩展与发行人及发行人关联方之间是否存在关联关系、业务往来、资金拆借”。

2、与丹阳市瑞麟汽车部件有限公司合作的背景及原因

丹阳市瑞麟汽车部件有限公司原系江苏和盛缘电镀有限公司的控股子公司，公司与江苏和盛缘电镀有限公司于 2017 年开始合作。江苏和盛缘电镀有限公司主要开展电镀件的生产和销售业务，基于拓展经营范围的目的，于 2021 年 6 月购买丹阳市瑞麟汽车部件有限公司 75%的股权，主要开展喷漆件的生产和销售业务，于 2022 年与公司开始业务合作。2023 年 7 月，江苏和盛缘电镀有限公司基于业务发展的考虑，以退股的方式退出丹阳市瑞麟汽车部件有限公司，此次转让

对公司与丹阳市瑞麟汽车部件有限公司的合作不存在重大影响。

综上，公司与上述供应商的合作具有合理性。

（三）说明是否存在贸易类供应商及发行人采购情况

报告期内，公司存在贸易类供应商，具体采购情况如下：

单位：万元

供应商类型	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
贸易商	620.06	2.27%	1,620.14	3.80%	1,343.45	4.73%	1,021.73	6.12%
生产商	26,711.41	97.73%	41,051.70	96.20%	27,061.95	95.27%	15,659.94	93.88%
合计	27,331.48	100.00%	42,671.85	100.00%	28,405.39	100.00%	16,681.67	100.00%

注：上述采购金额不含模具采购。

公司向贸易商采购的原材料包括塑料粒子、油漆、表皮和各类辅材，报告期各期，公司向贸易商的采购金额分别为 1,021.73 万元、1,343.45 万元、1,620.14 万元和 620.06 万元，占采购总额的比例分别为 6.12%、4.73%、3.80%和 2.27%，整体采购规模较小。

公司向贸易商采购上述原材料主要原因为：（1）由于上述原材料品类较多，市场竞争激烈，公司需求较小，遂通过贸易商进行采购；（2）公司在实际生产经营过程中，根据生产计划、原材料库存波动等情况，结合自身需求向贸易商进行采购作为补充。

五、说明常州浩展与常州斯克思年报预留邮箱相同的原因，常州浩展与发行人及发行人关联方之间是否存在关联关系、业务往来、资金拆借

（一）常州浩展与常州斯克思年报预留邮箱相同的原因

常州浩展股东黄旻与常红霞之子张常喆系小学同学关系，与张常喆配偶张妮系大学同学关系，且黄旻系张常喆与张妮的介绍人。黄旻于 2021 年 8 月至 2022 年 9 月担任张妮独资设立的常州叁樾传媒有限责任公司的监事。2021 年 8 月，黄旻筹备成立常州浩展时，考虑到张妮具有办理公司设立登记等相关业务的经验，便委托张妮办理常州浩展设立的具体事项。此时，张常喆与张妮为恋爱关系，张常喆便介绍其熟悉的当地政府企业服务站工作人员代为办理相关事宜。

因斯克斯汽车未从事生产经营活动,仅对外出租房产、厂房,故未招聘人员,年报填列事项委托当地政府企业服务站工作人员代为办理,工商年报填列邮箱为当地政府企业服务站工作人员个人邮箱;因常州浩展 2021 年尚未注册公司邮箱,当地政府企业服务站工作人员在年报填列时预留其个人邮箱。因此常州浩展与斯克斯汽车年报预留邮箱相同。

(二) 常州浩展与发行人及发行人关联方之间是否存在关联关系、业务往来、资金拆借

1、常州浩展与发行人及发行人关联方之间的关系

常州浩展设立后,因暂未招聘到合适人员,黄旻继续委托张妮帮忙处理常州浩展的部分行政事务。2022 年 7 月,张妮独资设立的常州叁樾传媒有限责任公司停止经营并于 2022 年 9 月注销,黄旻邀请张妮全职加入常州浩展负责行政管理工作。张常喆与黄旻系同学关系,因此黄旻邀请张常喆于 2022 年 7 月加入常州浩展负责项目沟通协调工作。

张常喆与张妮在常州浩展任职期间未担任董事、高级管理人员岗位。张常喆与张妮于 2022 年 12 月登记结婚,并分别于 2023 年 1 月和 4 月先后从常州浩展离职。除常红霞之子张常喆及其儿媳张妮曾于常州浩展任职及常州浩展与发行人之间正常的业务购销关系外,常州浩展与发行人及发行人关联方之间不存在其他关联关系、业务往来、资金拆借。

2、补充披露情况

报告期内,发行人制定了完善的采购管理制度及供应商管理程序,且得到了较好的执行,在经过供应商考评并经主机厂分供方审核通过后,发行人将常州浩展确定为合格供应商,发行人向常州浩展采购价格公允,交易内容真实,不存在利益输送或利益倾斜的情形。鉴于常红霞之子张常喆及儿媳张妮曾于常州浩展任职,张常喆、张妮均与黄旻系同学关系,为便于投资者理解,发行人在招股说明书“第八节/七、关联方及关联交易情况”章节将常州浩展比照关联方进行补充披露,并充分披露发行人与常州浩展之间的交易情况。

发行人在招股说明书“第八节/七/(一) 关联方和关联关系”章节补充披露如下:

“

序号	关联方名称	关联关系
.....		
(九) 比照关联方披露的企业		
1	常州浩展汽车用品有限公司	常红霞之子张常喆及儿媳张妮曾于2022年7月开始在常州浩展任职,已分别于2023年1月、4月离职

”

发行人在招股说明书“第八节/七/(二)关联交易”章节补充披露如下:

“

报告期内,公司发生的关联交易简要汇总表如下:

单位:万元

交易类型	交易内容	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
重大关联交易	关联担保	详见本节“七/(二)/1、重大关联交易”			
一般经常性关联交易	采购酒店服务	9.01	20.88	12.52	12.14
	关键管理人员薪酬	141.46	290.54	292.53	241.60
一般偶发性关联交易	关联担保 出售设备及配套材料	详见本节“七/(二)/2、一般关联交易/(2)一般偶发性关联交易”			
比照关联交易披露的其他交易	采购外协件及外协服务等及销售塑料粒子	详见本节“七/(二)/3、比照关联交易披露的其他交易”			

...

3、比照关联交易披露的其他交易

单位:万元

公司名称	交易内容	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
常州浩展	采购外协件及外协服务等	890.64	2,196.64	216.05	-
	营业成本	36,910.85	58,507.27	41,679.55	31,343.13
	占营业成本比例	2.41%	3.75%	0.52%	-
	销售塑料粒子等	61.32	16.00	64.83	-
	营业收入	45,993.19	72,672.33	54,979.20	38,892.51

	占营业收入比例	0.13%	0.02%	0.12%	-
--	---------	-------	-------	-------	---

(1) 比照关联交易披露的采购情况

①交易的合理性及必要性

公司向常州浩展采购的主要是外协包覆件及外协包覆服务，2021年、2022年和2023年1-6月，向常州浩展采购的包覆件及包覆服务合计分别为101.20万元、1,779.29万元和736.96万元，占向常州浩展采购总额的比例分别为46.84%、81.00%和82.75%，占公司同类商品采购比例分别为5.04%、39.59%和36.21%。

手工包覆内饰产品（如仪表板、门护板等）能够显著提升汽车整体品质感和舒适性，随着消费者对汽车舒适性要求的提高，主机厂对包覆类内饰产品的需求快速提升。报告期内，公司内饰产品主营业务收入分别为6,271.75万元、13,797.66万元、29,639.71万元和14,772.16万元，最近三年复合增长率为117.39%，从而带动公司对包覆件产品的采购需求快速上升。手工包覆属于劳动密集型行业，较为依赖工人数量及个人的熟练程度，此外，包覆件具有体积大重量轻的特点，在运输过程中需要避免挤压变形和磕碰导致的质量问题，长距离运输成本相对较高，因此行业内一般会采取就近选择外协供应商配套的采购策略。

包覆加工具有劳动密集型的行业属性，在生产旺季时较难增加产能，故原以外饰件为主要产品的公司未成为原主要包覆件供应商的核心客户，以致增加的产能需求难以得到保障。随着公司内饰件业务快速增长，对外协包覆件的采购需求快速提升。在经过公司供应商考评并经主机厂分供方审核通过后，公司将常州浩展确定为合格供应商，经过2021年初步合作，常州浩展作为孟河镇当地包覆件供应商，其供应稳定、运输便捷等优势得到充分体现，且常州浩展高度重视与公司的合作，能够快速响应公司的生产需求。基于其产能的稳定性、供货的及时性，公司逐步将原有包覆件供应商配套的部分车型切换至由常州浩展供货，并且随着常州浩展配套包覆外协件的小鹏G9和捷途大圣车型在2022年实现量产，公司与其交易金额快速提升。

公司向常州浩展采购具有必要性和合理性。

②交易价格公允性

公司制定了完善的采购管理制度及供应商管理程序，且得到了较好的执行，向常州浩展采购价格与其他供应商价格或报价、公司内部核算价格不存在明显差异，交易价格公允，不存在利益输送，公司向常州浩展采购的主要零部件价格对比情况如下：

1) 有同型号产品其他供应商供应或报价作为参考的零部件价格对比

年份	应用车型	应用领域	采购内容		单价(元/个)	采购金额(万元)	占常州浩展采购总额的比例	相同产品其他供应商情况	
			零件号	零件名称				单价(元/个)	比价类型
2023年 1-6月	捷途 X70系列	门护板	WB31524181	右前门中饰板酒红皮+酒红线	49.18	120.62	13.54%	52.2	报价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524177	左前门中饰板酒红皮+酒红线	49.18	120.00	13.47%	52.2	报价
	小鹏 G9	仪表板	10307072	副仪表板上骨架	79	51.49	5.78%	74.58	报价(注1)
	捷途 X70PLUS系列	门护板	10410045	左前门内开总成	19.76	32.07	3.60%	19.76	协议价
	捷途 X70PLUS系列	门护板	10410047	右前门内开总成	19.76	29.49	3.31%	19.76	协议价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524176	左前门中饰板(黑皮+灰线)	49.18	15.73	1.77%	52.20	报价
	小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B7-00	副仪表板左侧装饰条本体-黑色	30.85	15.55	1.75%	30.85	协议价
	捷途 X70系列	门护板	WB31524180	右前门中饰板(黑皮+灰线)	49.18	15.43	1.73%	52.20	报价
	捷途大圣	门护板	WB31524256	左前门中饰板(红色双缝线+黑色PVC皮革)	34.50	15.40	1.73%	34.50	协议价

	捷途大圣	门护板	WB31524257	右前门中饰板(红色双缝线+黑色 PVC 皮革)	34.50	15.35	1.72%	34.50	协议价	
	捷途大圣	门护板	WB31524148	左前门后扶手(红色压边单缝线+黑灰色 PVC 皮革)	22.45	15.01	1.69%	25.24	报价	
	小鹏 G3	仪表板	WB30922044	组合仪表罩帽檐上骨架(出口版)	47.24	14.72	1.65%	47.24	协议价	
	小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B7-00	副仪表板右侧装饰条本体-黑色	30.85	14.55	1.63%	30.85	协议价	
	捷途大圣	门护板	WB31524140	右前门后扶手(红色压边单缝线+黑灰色 PVC 皮革)	22.45	13.56	1.52%	25.24	报价	
	小鹏 P5	仪表板	WB30923024	扶手盖总成-黑色	52.30	13.30	1.49%	52.30	协议价	
	捷途 X70 系列	门护板	WB31524189	右前门扶手	32.19	13.25	1.49%	32.19	协议价	
	捷途 X70 系列	门护板	WB31524186	左前门扶手	32.19	12.88	1.45%	32.19	协议价	
	北京 EU5/PLUS	门护板	10311002	前外三角板饰条-右	5.39	12.49	1.40%	5.39	协议价	
	北京 EU5/PLUS	门护板	10311001	前外三角板饰条-左	5.39	12.37	1.39%	5.39	协议价	
	捷途 X70 系列	门护板	WB31524323	右前门中饰板	49.18	11.79	1.32%	52.20	报价	
	捷途大圣	仪表板	WB31523038	扶手包覆总成(黑色)	36.65	11.51	1.29%	36.95	报价	
	捷途 X70 系列	门护板	WB31524322	左前门中饰板	49.18	11.44	1.28%	52.20	报价	
	合计						588.00	66.02%		
2022 年度	捷途 X70PLUS	门护板	10410047	右前门内开总成	19.76	107.39	4.89%	19.76	协议价	

系列									
捷途 X70PLUS 系列	门护板	10410045	左前门内开总成	19.76	105.70	4.81%	19.76	协议价	
小鹏 G9	仪表板	10307072	副仪表板上骨架	79.00	81.70	3.72%	74.58	报价(注1)	
小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B7-00	副仪表板右侧装饰条本体-黑色	30.85	79.51	3.62%	30.85	协议价	
小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B7-00	副仪表板左侧装饰条本体-黑色	30.85	77.63	3.53%	30.85	协议价	
捷途 X70 系列	门护板	WB31524181	右前门中饰板酒红皮+酒红线	49.18	74.81	3.41%	52.20	报价	
捷途 X70 系列	门护板	WB31524177	左前门中饰板酒红皮+酒红线	49.18	73.84	3.36%	52.20	报价	
捷途大圣	仪表板	WB31523038	扶手包覆总成(黑色)	36.65	61.41	2.80%	36.95	报价	
小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B8-00	副仪表板右侧装饰条本体-棕色	30.85	45.45	2.07%	30.85	协议价	
小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B8-00	副仪表板左侧装饰条本体-棕色	30.85	44.57	2.03%	30.85	协议价	
捷途大圣	门护板	WB31524140	右前门后扶手(红色压边单缝线+黑灰色PVC皮革)	22.45	39.23	1.79%	25.24	报价	
捷途大圣	门护板	WB31524148	左前门后扶手(红色压边单缝线+黑灰色PVC皮革)	22.45	38.44	1.75%	25.24	报价	
北京魔方	仪表板	WB30222099	仪表板下饰板总成-	46.58	34.43	1.57%	49.90	协议价	

				右					
	小鹏 G3	仪表板	WB30922044	组合仪表罩帽檐上骨架(出口版)	47.24	30.86	1.40%	47.24	协议价
	创维 EV6	仪表板	31923010	换挡面板装饰条总成-左	36.70	30.38	1.38%	36.70	协议价
	创维 EV6	仪表板	31923015	换挡面板装饰条总成-右	36.70	30.14	1.37%	36.70	协议价
	小鹏 G9	仪表板	WB30923170	前部胶垫-logo 包覆	22.05	28.53	1.30%	25.99	报价
	捷途大圣	仪表板	WB31523041	扶手包覆总成 (PVC 灰白皮)	35.90	24.21	1.10%	36.95	报价
	极狐阿尔法	立柱	WB30628234	B 柱左上护板本体-深灰色麂皮	114.99	23.02	1.05%	114.99	协议价
	极狐阿尔法	立柱	WB30628235	B 柱右上护板本体-深灰色麂皮	114.99	22.20	1.01%	114.99	协议价
	小鹏 G3	仪表板	WB30922129	仪表板右装饰板-黑色	35.65	22.17	1.01%	35.65	协议价
	小鹏 G9	仪表板	WB30922275	手套箱包覆外板-流水纹 1+2 表皮	35.00	20.33	0.93%	35.58	报价
	合计					1,095.96	49.89%	-	-
2021 年度	捷途 X70PLUS 系列	门护板	10410047	右前门内开总成	19.76	46.22	21.39%	19.76	协议价
	捷途 X70PLUS 系列	门护板	10410045	左前门内开总成	19.76	43.66	20.21%	19.76	协议价
	小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B7-00	副仪表板左侧装饰条本体-黑色	30.85	11.33	5.24%	30.85	协议价
	小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B7-00	副仪表板右侧装饰条本体-黑	30.85	10.31	4.77%	30.85	协议价

				色						
小鹏 P5	仪表板	6110520DF1-B8-00	副仪表板右侧装饰条本体-棕色		30.85	8.43	3.90%	30.85	协议价	
小鹏 P5	仪表板	6110510DF1-B8-00	副仪表板左侧装饰条本体-棕色		30.85	8.38	3.88%	30.85	协议价	
极狐阿尔法	立柱	WB30628235	B柱右上护板本体-深灰色麂皮		114.99	6.38	2.95%	114.99	协议价	
极狐阿尔法	立柱	WB30628234	B柱左上护板本体-深灰色麂皮		114.99	6.24	2.89%	114.99	协议价	
小鹏 P5	仪表板	WB30923065	副仪表板右侧装饰条本体-黑色		30.85	4.94	2.29%	30.85	协议价	
小鹏 P5	仪表板	WB30923061	副仪表板左侧装饰条本体-黑色		30.85	4.89	2.26%	30.85	协议价	
小鹏 P5	仪表板	WB30923066	副仪表板右侧装饰条本体-棕色		30.85	4.60	2.13%	30.85	协议价	
合计						155.37	71.91%	-		-

注 1：小鹏 G9 车型副仪表板上骨架其他供应商报价中不含模具费；

注 2：上表中 2 家供应商同时承接的项目以签订的协议价进行比价，仅 1 家供应商承接的项目以询价阶段的报价进行比价。

由上表可知，常州浩展同型号产品与其他供应商协议价或报价不存在重大差异，公司向其采购外协件产品价格公允。

2) 无其他供应商供应或报价作为参考的零部件价格对比

年份	应用车型	应用领域	采购内容		单价 (元/个)	采购金额 (万元)	占常州浩展采购总额的比例	公司内部核算价及核算过程 (元/个)				
			零件号	零件名称				材料费及骨架	加工费	其他费用	合理利润	合计
2023 年 1-6 月	捷途 大圣	门护板	WB31524149	右前门中饰板(红色双缝	57.00	20.29	2.28%	38.08	6.40	8.42	4.20	57.10

				线+黑灰红色双缝线+黑灰色仿麂									
	捷途大圣	门护板	WB31524124	左前门中饰板(红色双缝线+黑灰红色双缝线+黑灰色仿麂	57.00	20.12	2.26%	38.08	6.40	8.42	4.20	57.10	
	合计					40.41	4.54%	-	-	-	-	-	
2022 年 度	捷途大圣	门护板	WB31524149	右前门中饰板(红色双缝线+黑灰红色双缝线+黑灰色仿麂	57.00	93.74	4.27%	38.08	6.40	8.42	4.20	57.10	
	捷途大圣	门护板	WB31524124	左前门中饰板(红色双缝线+黑灰红色双缝线+黑灰色仿麂	57.00	92.02	4.19%	38.08	6.40	8.42	4.20	57.10	
	小鹏G9	仪表板	WB30923161	副仪表板左护板(PVC包覆件)	43.00	54.00	2.46%	24.70	9.60	7.06	3.30	44.66	
	小鹏G9	仪表板	WB30923162	副仪表板右护板(PVC包覆件)	43.00	53.25	2.42%	24.70	9.60	7.06	3.30	44.66	
	捷途大圣	门护板	WB31524130	屹右骏翱前门中饰板(灰白色PVC皮革)	31.50	34.31	1.56%	18.28	6.40	5.78	2.40	32.86	
	捷途大圣	门护板	WB31524107	左前门中饰板(灰白色PVC皮革)	31.50	33.32	1.52%	18.28	6.40	5.78	2.40	32.86	
	合计					360.64	16.42%	-	-	-	-	-	-

公司对包覆件核价原则：材料费参照公司原材料采购价，根据产品的标准用量计算；骨架费参照公司自产成本，人工费参照产品的工艺特征计算所需人工工时，根据当地包覆工人小时工资计算；其他费用包含材料损耗(3%损耗率)、期间费用(10%费用率)、包装运输费(根据产品大小、包装材料不同具体估算)等。成本核定后，公司按照8%的利润率水平给予供应商一定的利润空间。

由上表可知，公司向常州浩展采购价格与内部核算价格无明显差异，采购

价格公允。

③交易内容真实性

2021年、2022年和2023年1-6月，公司向常州浩展采购的主要物料的入库数据与对应产品的产销量匹配关系如下：

单位：个

零件号	应用车型	最终客户	2023年1-6月				2022年度				2021年度			
			采购量	自产及向其他供应商外购数量	耗用量	对应产品销量	采购量	自产及向其他供应商外购数量	耗用量	对应产品销量	采购量	自产及向其他供应商外购数量	耗用量	对应产品销量
WB31524181	捷途 X70系列	奇瑞汽车	24,527	-	24,447	25,222	15,211	1	13,996	12,795	-	-	-	-
WB31524177	捷途 X70系列	奇瑞汽车	24,400	-	24,398	25,208	15,015	-	14,045	12,773	-	-	-	-
10410047	捷途 X70PLUS系列	奇瑞汽车	14,938	-	15,081	14,179	54,704	-	55,231	57,338	25,726	33,709	60,090	56,128
10410045	捷途 X70PLUS系列	奇瑞汽车	16,348	-	16,086	14,218	53,849	-	55,048	57,146	26,857	32,898	59,662	56,228
WB31524149	捷途大圣	奇瑞汽车	3,560	2,467	6,831	6,201	16,446	1,665	16,245	15,601	-	-	-	-
WB31524124	捷途大圣	奇瑞汽车	3,530	2,425	6,805	6,184	16,144	1,809	16,243	15,583	-	-	-	-
6110510DF1-B7-00	小鹏 P5	小鹏汽车	5,800	868	7,173	7,027	25,167	-	25,154	25,166	3,947	3,098	6,094	6,068
6110520DF1-B7-00	小鹏 P5	小鹏汽车	5,809	857	7,589	7,024	25,774	-	25,323	25,344	3,594	3,047	5,959	5,930
10307072	小鹏 G9	小鹏汽车	4,004	-	4,159	5,803	12,856	-	12,773	10,649	-	200	135	-
WB31523038	捷途大圣	奇瑞汽车	3,015	1,645	6,513	6,182	16,757	2,978	16,628	15,563	-	-	-	-

由上表可知，公司向常州浩展采购的主要物料的采购数量与生产领用数量及最终产品的销量存在匹配关系，交易背景真实，不存在利益输送或利益倾斜。

(2) 比照关联交易披露的销售情况

公司向常州浩展销售的主要为塑料粒子等材料，交易金额较小，主要系常州浩展因自身采购规模较小而难以获得稳定的、优惠的采购价格，故存在从公司购买部分原材料的情形。报告期内，公司向常州浩展销售材料的价格系以采购价为参考，价格公允。

”

发行人在招股说明书“第八节/七/（三）关联方应收应付款项余额”章节补充披露如下：

“

报告期各期末，公司与关联方及比照关联方披露的企业的往来款项余额情况具体如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2023年6月 30日	2022年12月 31日	2021年12月 31日	2020年12月 31日
应付账款	新北区孟河福祺商务酒店	0.79	0.99	1.31	0.52
	常州浩展	80.73	338.19	51.29	-
应付票据	常州浩展	994.28	392.22	-	-
其他应付款	蒋世超	-	-	6.57	2.49
	马绍勇	-	-	0.14	0.02
	潘剑锋	-	-	0.87	0.31
	吴刚	-	-	0.35	-
	常红霞	-	-	0.20	0.05
	陈小华	-	-	0.03	0.08
	姚胜	3.79	2.55	6.56	7.86

”。

发行人在招股说明书“第八节/七/（五）/2、发行人关联交易决策程序规定履行情况及独立董事意见”章节补充披露如下：

“

发行人召开了第二届董事会第八次会议和2023年第三次临时股东大会审议了《关于补充确认公司与比照关联方常州浩展汽车用品有限公司关联交易的议案》，履行了关联交易决策程序，同时独立董事发表了独立意见，认为：2021年1月1日至2022年12月31日期间公司与比照关联方常州浩展汽车用品有限公司发生的重大关联交易事项均基于公司正常经营活动而发生，属于正常的商业交易行为，

关联交易定价依据公允、合理，遵循市场公平交易的原则，且均已履行了法律法规、公司章程中规定的批准程序，不存在损害公司及股东利益的情况，不会对公司的独立性产生影响，公司亦不会因该等关联交易而对关联方产生严重依赖。

”

六、结合生产环节能源耗用情况、耗用特点，说明报告期内电力、天然气耗用与产量匹配关系，2022年天然气占成本比重降低的合理性

公司生产所需能源主要是电力、天然气，以电力为主。报告期内，公司主要能源采购情况如下：

单位：万元、万千瓦时、万 m³

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重
电力	1,035.19	2.80%	1,781.05	3.03%	1,489.19	3.58%	1,227.22	3.92%
天然气	330.51	0.90%	544.06	0.93%	492.81	1.18%	384.16	1.24%

（一）电力耗用与产量匹配关系

报告期内，公司耗用的主要能源为电力，根据主要生产工序涉及的产品类别对耗电量与产品产量之间的匹配关系分析如下：

工序	主要涉及产品	期间	自产产量（万件）	耗电量（万度）	单位耗电量（度/件）
注塑	保险杠总成、外侧包围、仪表板总成、门护板总成	2023年1-6月	83.36	607.61	7.29
		2022年度	130.88	1,197.18	9.15
		2021年度	98.72	979.64	9.92
		2020年度	66.75	796.74	11.94
喷涂	保险杠总成、外侧包围	2023年1-6月	57.25	435.65	7.61
		2022年度	80.51	761.27	9.46
		2021年度	67.35	891.49	13.24
		2020年度	48.39	781.57	16.15
装配	保险杠总成、外侧包围、仪表板总	2023年1-6月	83.36	260.41	3.12
		2022年度	130.88	513.08	3.92

成、门护板总成	2021 年度	98.72	419.85	4.25
	2020 年度	66.75	341.46	5.12

注：产品产量取保险杠总成、外侧包围、仪表板总成、门护板总成的总成件产品产量，不包含其他产品如立柱总成、支架总成等小件总成产品或其他非总成供货的产品产量，下同。

公司生产工序主要包括注塑、喷涂和装配等环节，随着产量的增加，公司电力耗用相应增加，公司产品产量与总用电量变动趋势一致。

报告期内，单位产品耗电量整体呈下降趋势，主要与公司设备运行效率提升及产品结构变化有关。主要情况为：

(1) 产量增加、产能利用率的提升有助于降低单位产品能耗。2020 年，公司整体业务规模偏低，机器设备产能利用率相对较低，单位产品耗电量相对较高；随着公司产量增长，机器设备产能利用率有较大提升，公司主要环节单位产品耗电量均有较大幅度下降。

(2) 2022 年和 2023 年 1-6 月公司生产环节单位产品耗电量较 2021 年有所下降，主要是由于产品结构的影响。外侧包围相对于保险杠体积较小，因此在注塑环节材料耗用及电力耗用均较低，在喷涂环节喷涂线可同时搭载的外侧包围数量高于保险杠数量，因此注塑环节、喷涂环节电力耗用也相对较低。此外，外侧包围结构相对简单，因此在装配环节电力耗用较低。2022 年和 2023 年 1-6 月公司外侧包围产品产量大幅上涨，占自产产量的比例较 2021 年分别增加了 17.53 个百分点和 27.04 个百分点，占外饰件产品的比例增加了 32.43 个百分点和 39.13 个百分点，故拉低了单位产品整体的耗电量。

整体来看，公司所耗用的电量与产品产量的变动趋势相一致，公司电力能源耗用量与当期产品产量相匹配，各期单位耗电量与公司自身产品结构、生产经营特点相符。

(二) 天然气耗用与产量匹配关系

公司天然气主要应用于生产过程中的喷涂环节和搪塑环节，涉及产品为保险杠总成、外侧包围和搪塑仪表板总成。报告期各期，公司喷涂环节和搪塑环节天然气耗用量、产品产量和天然气单耗情况如下：

工艺	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
喷涂	天然气耗用量（万立方米）	64.12	111.03	133.65	120.17
	外饰件产品自产产量（万件）	57.25	80.51	67.35	48.39
	单位耗用量（立方米/件）	1.12	1.38	1.98	2.48
搪塑	天然气耗用量（万立方米）	9.37	22.15	14.88	7.24
	搪塑仪表板产品产量（万件）	2.62	15.05	6.72	1.40
	单位耗用量（立方米/件）	3.57	1.47	2.22	5.18

1、喷涂环节天然气耗用情况

喷涂环节使用的天然气主要用于外饰件产品表面的油漆加热烘干以及喷涂车间油漆释放的可燃性气体充分燃烧以达到标准排放，为保持该生产环节对温度的要求，开工时加热设备将会一直保持开启状态，因此天然气单耗受喷涂产品生产效率影响较大。

报告期各期，公司喷涂环节天然气单耗分别为 2.48 立方米/件、1.98 立方米/件、1.38 立方米/件和 1.12 立方米/件，变动的主要原因是：

（1）2020 年公司整体业务规模偏低，天然气单耗较高，随着产量上升，2021 年天然气单耗有所下降。

（2）2022 年受保险杠产量下降影响，单耗较低的外侧包围产品占外饰件产量比例从 2021 年的 36.11% 上升到 68.54%，导致天然气单耗下降幅度较大。

（3）2023 年 1-6 月，外侧包围产品占外饰件产品自产产量的比例进一步增加到 75.24%，天然气单耗较 2022 年度有所下降。

2、搪塑环节天然气耗用情况

搪塑环节使用的天然气主要用于涉及搪塑工艺的仪表板在搪塑环节对模具进行加热，促进搪塑粉末凝胶成型，由于加热设备始终保持开启状态，搪塑环节的天然气单耗受生产效率影响较大。报告期各期，公司搪塑环节天然气单耗分别为 5.18 立方米/件、2.22 立方米/件、1.47 立方米/件和 3.57 立方米/件，受 2020 年和 2023 年上半年公司搪塑仪表板产量较低的影响，搪塑环节天然气单耗相对较高。

（三）2022 年天然气占成本比重降低的合理性

公司天然气主要用于生产过程外饰件的喷涂环节、搪塑工艺仪表板的搪塑环节等，其中喷涂环节占主要部分。

报告期各期，公司天然气采购金额分别为 384.16 万元、492.81 万元、544.06 万元和 330.51 万元，占营业成本的比重分别为 1.24%、1.18%、0.93%和 0.90%，采购金额及占比均较低，其中 2022 年和 2023 年上半年受保险杠自产产量下降及天然气单耗较低的外侧包围占比增加的影响，导致当期天然气采购金额占公司营业成本的比重有所降低，具有合理性。

七、说明报告期各期运输费用采购金额，主要供应商情况（成立时间、注册资本、实际控制人、经营规模、开始合作时间、发行人采购金额及占其销售比重等），结合客户、供应商所在区域及变动，单位运费水平变动情况等，说明运输装卸费水平合理性

（一）说明报告期各期运输费用采购金额，主要供应商情况（成立时间、注册资本、实际控制人、经营规模、开始合作时间、发行人采购金额及占其销售比重等）

1、报告期各期运输费用采购金额

报告期各期，公司向供应商采购的运输服务金额情况如下：

单位：万元

供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
怀远县恒顺物流运输有限公司	1,108.22	67.78%	2,333.02	73.45%	1,466.84	71.16%	983.29	73.27%
丹阳市佳鼎物流有限公司	272.04	16.64%	421.04	13.26%	302.46	14.67%	214.58	15.99%
其他	254.77	15.58%	422.17	13.29%	292.15	14.17%	144.10	10.74%
合计	1,635.03	100.00%	3,176.24	100.00%	2,061.45	100.00%	1,341.97	100.00%

报告期各期，公司运输费采购金额分别为 1,341.97 万元、2,061.45 万元、3,176.24 万元和 1,635.03 万元，其中向怀远县恒顺物流运输有限公司（以下简称“恒顺物流”）、丹阳市佳鼎物流有限公司（以下简称“佳鼎物流”）采购的运输费金额占比超过 80%，恒顺物流、佳鼎物流是公司的主要物流供应商。

2、主要供应商情况

通常情况下，公司选用物流供应商时，会考虑物流供应商能否满足车辆及时调度、提供不同车长的车辆和符合产品装运的工装料架等因素，同时要求物流供应商的现场服务人员对相关流程有一定的熟悉度，不会导致产品划损。公司与主要物流供应商均建立了长期稳定的合作关系，报告期内，公司合作的主要物流供应商基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	实际控制人	经营规模	开始合作时间	采购金额及占其销售比重
恒顺物流	2008-10-21	1000 万元	葛传利	5,000 万元左右	2015 年	50%左右
佳鼎物流	2013-01-15	800 万元	唐家顶	3,000 万元左右	2015 年	10%左右

(1) 恒顺物流

公司自 2015 年开始与恒顺物流合作，系通过行业内公司介绍，为公司提供汽车内外饰产品物流运输服务，其同时也是同行业可比公司模塑科技的物流供应商，公司采购占其销售的比重约 50%。

公司与恒顺物流建立了较为稳定的合作关系，其对公司物流业务流程较为熟悉，且随着双方业务合作的加强，恒顺物流能够优先保障对公司物流车辆调度的需求，因此公司一般不轻易更换新的物流供应商。

除恒顺物流外，公司也与其他本地物流供应商建立了合作关系，如常州市有国物流有限公司和常州市粤海运输有限公司等，主要向其采购短途运输服务，金额及占比较小。

(2) 佳鼎物流

公司自 2015 年开始与佳鼎物流开始合作，主要为公司在常州至郑州、株洲之间提供运输服务。公司采购占其销售的比重约 10%，占比较低。

上述物流供应商与发行人及关联方均不存在关联关系。

(二) 结合客户、供应商所在区域及变动，单位运费水平变动情况等，说明运输装卸费水平合理性

报告期各期，公司运输费金额分别为 1,341.97 万元、2,061.45 万元、3,176.24

万元和 1,635.03 万元，占主营业务收入的比重分别为 3.53%、3.81%、4.41%和 3.58%，运输费金额随公司业务规模的增长而逐年增加，具体分析如下：

1、客户所在区域情况

整车厂业务区域布局具有较强的集群化特点，出于降低运输成本、缩短供货周期、提高协同能力的目的，汽车零部件企业一般选择在整车厂附近区域设立生产基地。

报告期内，公司的业务和客户生产区域主要集中于华东、华中、华南地区，公司根据客户的地域分布，实施就近配套生产。受资金限制，公司仅在常州、株洲、郑州、武汉（尚未投产）设立了四个生产基地以及海南配送基地。华东和华中区域客户主要由公司现有生产基地覆盖，华南区域的客户主要由常州、株洲基地运往华南地区，由于运输路线距离较远，因此运费较高。报告期各期，公司来源于华南区域的收入分别为 476.63 万元、5,899.50 万元、14,370.11 万元和 6,549.19 万元，占比分别为 1.26%、10.90%、19.96%和 14.34%，其中 2020 年和 2021 年来源于华南区域的客户收入占比增加，运费及占收入的比重也有所上升。

未来随着募集资金的到位，公司将在现有基础上完善生产基地布局，有效降低产品运输成本，进一步加强公司的市场竞争力，以满足未来现有客户新增车型及潜在客户的汽车饰件配套需求。

2、供应商所在区域情况

公司主要物流供应商包括恒顺物流、佳鼎物流，其中恒顺物流注册地为安徽省怀远县，主要承接全国物流，为了能够保障对公司物流车辆调度的需求，恒顺物流在公司所在地及附近均可提供车辆，以满足公司长途和短途的运输需求。佳鼎物流注册地为江苏省丹阳市，主要承接全国物流，报告期内主要为发行人提供从常州到郑州、株洲等地的运输服务。

3、单位运费水平变动情况

通常情况下，公司与物流供应商结算运费主要系以车辆车长、运距定价，也有部分物流供应商根据运输货物的体积、重量及运距定价。同时由于公司产品类型较多、大小不一，每车装载的数量不同，不同物流供应商计价依据有别，因此单位产品数量与运费不具有可比性。

以主要物流供应商恒顺物流、佳鼎物流为例，剔除以立方米或吨计价的运费数据，按长途、短途分析运费金额及单价波动如下：

单位：万元、车次、元/车次

项目	2023年1-6月			2022年度		
	金额	车次	单价	金额	车次	单价
短途	530.70	2,259	2,349.27	979.87	5,189	1,888.37
长途	753.38	643	11,716.57	1,535.93	1,150	13,355.87
合计	1,284.08	2,902	4,424.79	2,515.80	6,339	3,968.76
项目	2021年度			2020年度		
	金额	车次	单价	金额	车次	单价
短途	720.25	3,480	2,069.69	514.38	2,449	2,100.37
长途	856.50	635	13,488.21	441.55	350	12,615.70
合计	1,576.75	4,115	3,831.71	955.93	2,799	3,415.26

报告期各期，公司短途和长途车次逐年上升，与公司业务规模趋势一致。短途运费单价分别为2,100.37元/车次、2,069.69元/车次、1,888.37元/车次和2,349.27元/车次，长途运费单价分别为12,615.70元/车次、13,488.21元/车次、13,355.87元/车次和11,716.57元/车次，短途和长途单价每年具有一定的波动，主要系受车长及运距的影响所致。具体情况为：

（1）2022年短途单价有所下降，主要系比亚迪汽车新项目元PLUS在常州基地量产，随着公司配套的元PLUS车型产品收入增加较多，公司自常州发出产品至比亚迪汽车常州基地距离较短导致平均运输单价较低；2023年上半年短途单价有所上升，主要系当期公司运往奇瑞汽车芜湖生产基地的车次中长车型比例增加，平均单价上升所致。

（2）2020年-2022年，长途单价呈现上升趋势，主要系2021年小鹏汽车P5车型、2022年小鹏汽车G9车型相继实现量产，上述车型位于小鹏汽车广州和肇庆生产基地，受公司生产基地所限，公司配套的仪表板产品系由常州运往小鹏汽车广州、肇庆基地，由于该路线距离较远，随着公司配套的上述车型收入增加较多，导致长途平均运输单价较高；2023年上半年长途单价有所下降，主要系公司运往比亚迪汽车抚州生产基地的车次占比增加所致。

4、发行人运输装卸费水平合理性

报告期各期，公司运输装卸费等具体明细如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
运输费	1,635.03	61.42%	3,176.24	66.10%	2,061.45	67.24%	1,341.97	60.00%
装卸排序费等	795.30	29.88%	1,369.15	28.50%	840.17	27.40%	695.28	31.09%
仓储费	231.62	8.70%	259.57	5.40%	164.33	5.36%	199.27	8.91%
合计	2,661.95	100.00%	4,804.96	100.00%	3,065.95	100.00%	2,236.52	100.00%

报告期各期，公司运输装卸费等包括运输费、装卸费、排序费和仓储费等，金额分别为 2,236.52 万元、3,065.95 万元、4,804.96 万元和 2,661.95 万元，整体与营业收入变动趋势一致。

(1) 运输费

报告期各期，公司运输费金额分别为 1,341.97 万元、2,061.45 万元、3,176.24 万元和 1,635.03 万元，金额逐年上升主要系公司业务规模增加所致。其中运输费占主营业务收入的比重分别为 3.53%、3.81%、4.41%和 3.58%，其中 2021 年度和 2022 年度运输费占比增加主要系来源于小鹏汽车收入的占比增加，受公司生产基地所限，公司产品系由常州运往小鹏汽车广州、肇庆基地，由于该路线距离较远，运费增加较多导致运费占主营业务收入的比重有所上升。具体详见上述关于运输费用的分析。

(2) 装卸排序费

装卸排序费等主要系公司产品运输到客户现场或第三方外库后，现场发生的装卸、分拣、拆包、排序、器具回收等费用。报告期各期，公司装卸排序费等金额分别为 695.28 万元、840.17 万元、1,369.15 万元和 795.30 万元，金额呈现逐年上升的趋势，与公司业务规模变动一致。

(3) 仓储费

报告期各期，公司仓储费金额分别为 199.27 万元、164.33 万元、259.57 万元和 231.62 万元，呈现先下降后上升的趋势，主要原因是：（1）因北汽新能源

青岛基地及东南汽车车型销量较低，2021 年公司不再租赁当地的仓库，发生的仓储费减少；（2）2022 年、2023 年随着业务规模的增加，公司新增了比亚迪汽车常州、合肥、济南基地及新增或扩展了小鹏汽车、奇瑞汽车第三方仓库的场地租赁，仓储费增加较多。

综上，公司运输装卸费逐年增加，具有合理性。

八、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人原材料、外协加工、模具采购等供应商及发行人采购的核查情况、核查依据和核查结论

（一）请保荐人、申报会计师发表明确意见

1、核查程序

保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取发行人采购明细表，统计报告期内外协件采购的类别、金额及占比，分析其变动情况及原因；获取发行人成本计算表，统计报告期内塑料粒子、油漆和外协件的耗用情况以及各车间的产品入库数量，比较各年度各车间产品对应原材料的单耗情况；获取发行人收发存明细表，统计报告期内塑料粒子、油漆和外协件的耗用情况，分析报告期内塑料粒子、油漆和外协件采购量与耗用量的匹配情况；

（2）访谈采购部负责人，了解发行人与外协厂商的合作模式、外协产品的定价依据及相关外协件在发行人各类产品中的具体应用，分析发行人技术实力和产品竞争力，对外协厂商是否存在依赖；获取发行人采购明细表，比较主要外协件在不同供应商之间的采购价格；

（3）查阅公开市场中塑料粒子和油漆的价格情况，分析发行人塑料粒子和油漆采购价格与市场价格的变动趋势是否一致；获取发行人采购明细表，统计并分析报告期内各类原材料采购的类别、金额、单价及占比，比较各类原材料在不同供应商之间的采购价格；

（4）通过全国企业信用信息公示系统、企查查、供应商官网等公开渠道对报告期内主要供应商进行公司背景调查，确认供应商背景、经营范围、股权结构、营业规模等，并核实是否与发行人存在关联关系；获取发行人采购明细表，统计

并分析报告期内向贸易类供应商的采购情况；访谈采购部负责人，了解发行人与贸易商及部分成立时间较短的供应商的合作情况；

（5）访谈张常喆、张妮，了解其工作经历及在常州浩展的任职背景、工作内容及离职情况；访谈孟河镇经济和科技发展局企业服务站，了解其代为办理工商年报填报情况，并核验邮箱归属；获取常红霞及张常喆、张妮个人银行流水，查看银行流水是否与黄旻及常州浩展存在资金往来，统计张常喆和张妮从常州浩展领取薪酬情况；获取张常喆和张妮出具的承诺函；获取常州浩展公司银行流水，查看常州浩展是否与发行人及发行人关联方之间是否存在异常业务往来及资金拆借；访谈发行人实际控制人蒋春平、财务总监常红霞，了解发行人包覆业务需求增加的背景，以及常州浩展短时间成为发行人第一大外协供应商的原因；获取发行人采购管理制度，了解发行人采购部门设置情况及职能，采购审批流程、定价原则；获取经小鹏汽车、奇瑞商用车、捷途汽车审批通过的分供方清单，检查上述客户对常州浩展作为分供方的审批同意情况；获取发行人与常州浩展签订的价格协议，针对主要采购外协件，获取向其他公司采购价格或报价情况，对于无其他供应商价格或报价的零部件，查阅发行人内部核价文件，检查采购价格与内部核验价格是否存在明显差异；获取常州浩展纳税申报表，检查其毛利率水平；对比发行人向常州浩展采购数量与生产领用数量及终端产品销量的匹配关系，检查向常州浩展采购的真实性；查阅发行人第二届董事会第八次会议和 2023 年第三次临时股东大会会议决议；

（6）访谈发行人财务总监和车间管理人员，了解电力、天然气的应用环节和耗用特点，以及各期能源耗用的变动情况和变动原因；获取发行人能源采购明细表、产量明细表，统计分析主要能源耗用数量与主要产品产量的匹配关系；

（7）访谈发行人财务总监，了解主要物流供应商的合作情况，运输装卸费等费用的定价依据，以及各期费用明细的变动原因；访谈发行人合作的主要物流供应商，了解主要物流供应商的基本情况、与发行人的合作历史、所在区域情况等，取得与发行人无关联关系的声明函；结合收入成本明细表，分析客户所在区域及各区域收入变动情况；获取发行人报告期各期的运输装卸费等明细表及合同，分析并复核运输装卸费等变动原因。

2、核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人采购的外协件主要包括包覆件、电镀件、喷漆件、注塑件和委托加工件等；发行人塑料粒子、油漆和外协件采购金额呈现逐年上升的态势，与业务规模相匹配；发行人塑料粒子和油漆的单耗保持稳定，外协件的单耗波动具有合理性；报告期内，发行人塑料粒子、油漆和外协件的采购量与耗用量基本一致，塑料粒子和油漆的单耗保持稳定，塑料粒子、外协件和油漆的采购占比变化主要系产品结构改变导致外协件单耗上升所致；

（2）“核心饰件产品”指单位价值较高、工艺较复杂的总成产品本体等核心产品，“单元件产品”指总成组装所需的除“核心饰件产品”外的其他非核心产品；发行人与外协厂商或定制采购厂商的合作模式包括委托加工模式和直接采购模式，将不涉及关键工序或者核心技术的单元件产品外包，更具成本优势，以确保发行人更加专注于核心饰件产品的生产及饰件产品的模块化集成；发行人采购的外协件在其各类产品中均有应用，占主营业务成本的比例较低，发行人具有包覆件、喷漆件和注塑件的自产能力，且相关外协件的市场产能充足，可选择的替代供应商较多，发行人对外协厂商不存在依赖；发行人外协产品采购分为主机厂指定供应商和发行人自行确定供应商两种模式，针对同一型号产品，报告期内不同供应商之间的采购价格差异具有合理性，外协定制件采购价格公允；

（3）报告期内，发行人塑料粒子的采购价格与市场价格变动趋势基本一致，油漆的采购价格与市场价格变动趋势之间的差异具有合理性，塑料粒子、油漆、面料和其他低值易耗品及辅材在不同供应商之间的采购价格差异具有合理性，各类原材料采购价格公允；

（4）发行人已在本回复中披露报告期内主要供应商的基本情况、对贸易商的采购情况；发行人与主要供应商建立了良好的合作关系，合作稳定性较强；发行人与部分成立时间较短的供应商开展合作的原因具有合理性；

（5）常州浩展与常州斯克思年报预留邮箱相同系委托孟河镇企业服务站同一工作人员代为办理年报填报，预留该工作人员个人邮箱；除常红霞之子张常喆及儿媳张妮曾于常州浩展任职及常州浩展与发行人之间的购销关系外，常州浩展

与发行人及发行人关联方之间不存在其他关联关系、业务往来、资金拆借；鉴于常红霞之子张常喆及儿媳张妮曾于常州浩展任职，张常喆、张妮均与黄旻系同学关系，且张常喆在常州浩展承接发行人业务方面发挥了沟通便利的作用，为便于投资者理解，发行人在招股说明书中将常州浩展比照关联方进行了补充披露，并充分披露了发行人与常州浩展之间的交易情况；

（6）发行人生产各个环节均需用电，电力耗用与产品产量相匹配；天然气主要应用于生产过程中的喷涂环节和搪塑环节，天然气耗用与产品产量相匹配。2022 年受保险杠产量下降的影响，导致天然气耗用量下降，当期天然气采购金额占发行人营业成本的比重有所降低，具有合理性；

（7）报告期各期，受不同客户区域收入的变动影响，发行人单位运费具有一定的波动，符合发行人实际情况；运输装卸费水平与收入变动趋势一致，具有合理性。

（二）说明对发行人原材料、外协加工、模具采购等供应商及发行人采购的核查情况、核查依据和核查结论

1、核查程序

（1）通过全国企业信用信息公示系统、企查查、供应商官网等公开渠道对报告期内主要供应商进行公司背景调查，确认供应商背景、经营范围、股权结构、营业规模等，并核实是否与发行人存在关联关系；

（2）访谈发行人采购负责人，了解发行人供应商的选择标准及流程、定价原则、采购流程等；

（3）执行采购与付款流程穿行测试、控制测试，了解发行人采购与付款流程控制制度设计有效性及执行有效性，核查实际执行是否与制度规定一致；

（4）执行采购细节测试，通过抽查发行人与供应商的采购合同、审批单据、签收单、入库单、购货发票、银行回单等方式，核查发行人与供应商交易的真实性、采购确认时点的准确性等；

（5）获取发行人采购明细表，统计并分析报告期内各类原材料及外协件采购的类别、金额、数量、单价、占比及其变动情况，比较各类原材料及外协件在

不同供应商之间的采购价格；

(6) 针对供应商执行走访程序：

①走访样本选取标准及实施途径

根据发行人采购明细表，综合考虑供应商类型、采购规模、合作情况等因素，覆盖报告期 70%以上交易额，对其业务开展实质及采购真实性进行确认。

供应商走访均以实地走访方式进行。

②走访问卷的主要内容

主要包括查阅供应商营业执照，核对记载的注册资本、地址、成立时间、经营范围、法定代表人等信息，确认供应商真实存续；实地查看供应商的经营场所与仓库，确认供应商均处于正常经营状态；对供应商实际控制人或业务负责人进行访谈，了解双方的合作背景及商业合理性，对采购产品类型、信用政策、送货方式、结算方式、付款方式以及是否存在关联关系等信息进行了确认，针对外协供应商进一步确认具体的合作模式。

③走访结果

供应商走访的结果统计如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
走访金额	25,931.63	43,542.74	25,705.01	20,300.59
采购总额	33,321.00	54,209.32	31,588.65	25,108.22
核查比例	77.82%	80.32%	81.37%	80.85%

报告期各期，走访供应商覆盖的采购金额占采购总额的比例分别为 80.85%、81.37%、80.32%和 77.82%，覆盖比例较高。

(7) 针对供应商执行函证程序

保荐人对发行人报告期内的采购情况执行函证程序，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
采购总额	33,321.00	54,209.32	31,588.65	25,108.22

回函可确认金额	28,796.12	49,729.24	26,850.83	21,382.26
回函可确认金额占采购总额的比例	86.42%	91.74%	85.00%	85.16%

报告期各期，回函可确认金额占采购总额的比例分别为 85.16%、85.00%、91.74%和 86.42%，占比较高。

2、核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为，发行人报告期内向供应商采购交易具备真实性、采购价格具有公允性。

9. 关于毛利率

申请文件显示：

(1) 报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 18.93%、24.05%和 19.24%。发行人剔除运输装卸费等影响后的各产品毛利率变动趋势存在差异，其中保险杠总成毛利率持续上升、外侧包围毛利率 2022 年为 10.61%、较 2021 年下降较多，其他外饰件毛利率相对较高、报告期各期均超过 30%。

(2) 发行人主营业务毛利率低于同行业可比公司均值，发行人对各类产品毛利率变动原因、与同行业可比公司毛利率比较分析较为简单。

请发行人：

(1) 结合内外饰件及细分产品主要车型、市场竞争情况、销量变动、模具摊销方式等，详细说明报告期内各细分产品毛利率变动原因及合理性，未来是否存在进一步下滑的风险。

(2) 结合其他外饰件具体内容、产品特点等，说明其他外饰件毛利率水平较高的原因及合理性。

(3) 说明发行人各细分产品毛利率与同行业公司同类产品比较情况；结合发行人与可比公司在产品竞争力、客户资源、生产特点和机器设备投入、技术优势等方面比较情况，说明发行人毛利率与同行业可比公司存在差异的具体原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合内外饰件及细分产品主要车型、市场竞争情况、销量变动、模具摊销方式等，详细说明报告期内各细分产品毛利率变动原因及合理性，未来是否存在进一步下滑的风险

(一) 结合内外饰件及细分产品主要车型、市场竞争情况、销量变动、模具摊销方式等，详细说明报告期内各细分产品毛利率变动原因及合理性

报告期各期，公司剔除运输装卸费等履约成本后的汽车内外饰产品毛利率情况如下：

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度		
	毛利率	毛利率贡献	毛利率	毛利率贡献	毛利率	毛利率贡献	毛利率	毛利率贡献	
外饰件	保险杠总成	26.44%	7.20%	27.24%	6.11%	24.30%	9.52%	19.87%	9.06%
	外侧包围	18.19%	4.87%	10.61%	2.25%	22.97%	3.56%	10.46%	1.74%
	其他	37.40%	3.03%	31.20%	3.48%	38.26%	5.16%	32.06%	5.03%
	小计	24.31%	15.10%	21.61%	11.83%	26.76%	18.24%	20.32%	15.83%
内饰件	仪表板总成	20.71%	4.01%	26.21%	7.07%	25.23%	3.64%	20.82%	1.43%
	门护板总成	23.90%	3.59%	24.59%	3.34%	17.42%	2.30%	13.52%	1.65%
	其他	27.79%	0.98%	24.80%	1.16%	45.92%	1.93%	24.52%	0.74%
	小计	22.63%	8.57%	25.58%	11.58%	24.71%	7.87%	17.29%	3.82%
合计	23.67%	23.67%	23.41%	23.41%	26.11%	26.11%	19.65%	19.65%	

注：毛利率贡献=毛利率×产品收入占汽车内外饰件收入的比重。

公司主要为乘用车主机厂提供汽车内外饰件产品，由于各主机厂不同车型对产品配置、工艺要求、设计等需求不同，产品价格一般系在考虑成本加合理利润的基础上，双方商务谈判而最终确定。由于公司产品细分种类及适配车型较多，具有多品种、定制化的特点，受市场竞争情况、产品销量情况、模具摊销方式不同、新项目迭代及产品配置不同等因素的影响，不同项目之间产品毛利率存在一定的差异。

报告期各期，剔除运输装卸费等履约成本后的汽车内外饰件产品毛利率分别为19.65%、26.11%、23.41%和23.67%，公司主要产品包括保险杠总成、外侧包

围、仪表板总成和门护板总成等，受公司客户结构、配套车型和产品结构的影响，公司汽车内外饰件的产品毛利率具有一定的波动，公司各细分产品毛利率变动具体分析如下：

1、保险杠总成毛利率分析

报告期各期，剔除履约成本后的公司保险杠总成毛利率分别为 19.87%、24.30%、27.24%和 26.44%，毛利率总体呈上升趋势，主要原因是：（1）2020 年受整体收入规模偏低的影响，单位产品分摊的成本增加，整体产品毛利率较低。得益于下游国内乘用车市场恢复及公司在新能源领域的布局，2021 年度和 2022 年度公司收入大幅增加，规模效应带动毛利率的上升；（2）长城汽车泰州基地 2021 年因建设初期产能不足寻求公司合作，该业务为公司 2021 年保险杠总成毛利率贡献增加了 3.97 个百分点，2022 年其基地已完工改为自产，公司不再为其提供保险杠总成产品，当期毛利率贡献较上期减少了 3.97 个百分点；（3）捷途大圣系于 2022 年 9 月上市的新车型，由于产品结构复杂，生产和装配难度较大，因此单车配套价值和毛利率较高，随着捷途大圣保险杠总成收入的增加，带动 2022 年和 2023 年 1-6 月毛利率贡献分别增加了 7.82 个百分点和 9.27 个百分点。

报告期各期，保险杠总成产品占汽车内外饰件产品收入的比重为 45.61%、39.16%、22.42%和 27.25%，剔除履约成本后的保险杠总成毛利率分别为 19.87%、24.30%、27.24%和 26.44%，毛利率贡献分别为 9.06%、9.52%、6.11%和 7.20%。其中，2022 年受保险杠总成收入占比下降的影响，当期保险杠总成产品毛利率贡献较 2021 年度下降了 3.41 个百分点，2023 年 1-6 月随着保险杠收入占比的增加，毛利率贡献有所回升。

2、外侧包围毛利率分析

报告期各期，剔除履约成本后的公司外侧包围毛利率分别为 10.46%、22.97%、10.61%和 18.19%，毛利率波动较大，主要系受新车型上市影响所致，具体情况为：（1）元 PLUS 和海豹系公司获取的比亚迪常州基地的前两个项目，由于市场销量预期较好，公司在获取项目时基于战略考虑，对元 PLUS 车型产品价格和利润做出让步，因此元 PLUS 的产品毛利率较低；（2）元 PLUS 系于 2022 年 2 月上市的新车型，该车型一经推出即受到市场的欢迎，2022 年和 2023 年 1-6 月

的市场销量分别达到 20.2 万辆和 14.1 万辆，但由于前期利润空间较小，且该产品前期生产磨合成本较高导致毛利率较低，随着公司配套该车型的外侧包围产品收入占比上升，2022 年整体外侧包围毛利率有所下降；（3）2023 年上半年，公司通过不断改进生产工艺和制具设备，元 PLUS 车型的毛利率略有上升，带动当期毛利率贡献较 2022 年度提升了 7.52 个百分点。

报告期各期，外侧包围产品占汽车内外饰件产品收入的比重分别为 16.59%、15.51%、21.19%和 26.79%，剔除履约成本后的外侧包围毛利率分别为 10.46%、22.97%、10.61%和 18.19%，毛利率贡献分别为 1.74%、3.56%、2.25%和 4.87%。其中，2022 年受外侧包围产品毛利率下降的影响，当期外侧包围产品毛利率贡献较 2021 年度下降了 1.31 个百分点，2023 年 1-6 月毛利率贡献有所回升。

3、仪表板总成毛利率分析

报告期各期，剔除履约成本后的公司仪表板总成毛利率分别为 20.82%、25.23%、26.21%和 20.71%，毛利率呈先上升后下降的趋势，主要系受新车型上市、年降及配置波动因素所致，具体情况为：（1）公司是小鹏汽车的战略供应商，随着公司与小鹏汽车合作的深入，公司为其配套的小鹏 P5、小鹏 G9 车型分别于 2021 年 9 月、2022 年 9 月上市，由于单车配套价值的提升，报告期内公司配套的上述车型仪表板总成产品收入大幅增长，带动了毛利率贡献的上升；（2）小鹏汽车 G9 车型配套的仪表板产品应用了激光弱化设备和 3Dmesh 等行业内较为先进的工艺，因此毛利率相对较高，为 2022 年仪表板总成毛利率贡献增加了 7.08 个百分点；（3）受年降及配置波动因素的影响，2023 年 1-6 月，小鹏汽车 G3、P5、G9 车型产品毛利率较 2022 年下降了 6.43 个百分点，同时受上述车型销量下降且新车型小鹏 G6 尚未形成规模化收入的影响，带动 2023 年 1-6 月毛利率贡献下降 8.29 个百分点。

报告期各期，仪表板总成产品占汽车内外饰件产品收入的比重为 6.85%、14.43%、26.99%和 19.34%，剔除履约成本后的仪表板总成毛利率分别为 20.82%、25.23%、26.21%和 20.71%，毛利率贡献分别为 1.43%、3.64%、7.07%和 4.01%。其中，2020 年-2022 年受仪表板总成收入占比逐年上升的影响，毛利率贡献逐年增加。2023 年 1-6 月仪表板总成毛利率有所下降及新项目尚未形成规模化收入，毛利率贡献有所下降。

4、门护板总成毛利率分析

报告期各期，剔除履约成本后的公司门护板总成毛利率分别为 13.52%、17.42%、24.59%和 23.90%，呈逐年上升的趋势，主要系新车型上市贡献所致。报告期内，公司门护板总成的客户主要为奇瑞汽车，合作的车型主要包括捷途 X70、捷途大圣，其中捷途大圣系 2022 年 9 月上市的新车型，由于产品结构复杂，生产和装配难度较大，因此单车配套价值和毛利率较高，随着该车型配套的门护板收入占比的增加，带动 2022 年度和 2023 年 1-6 月毛利率贡献分别增加了 9.84 个百分点和 13.76 个百分点。

报告期各期，门护板总成产品占汽车内外饰件产品收入的比重分别为 12.24%、13.22%、13.57%和 15.00%，剔除履约成本后的门护板总成毛利率分别为 13.52%、17.42%、24.59%和 23.90%，毛利率贡献分别为 1.65%、2.30%、3.34%和 3.59%，毛利率贡献整体变动不大。

综上，公司产品细分种类及适配车型较多，具有多品种、定制化的特点，不同项目产品毛利率存在一定的差异，受公司客户结构、配套车型和产品结构的影响，2022 年毛利率相对较高的保险杠总成收入占比下降，公司当期汽车内外饰件毛利率有所下降，符合公司的实际情况，具有合理性。

（二）未来是否存在进一步下滑的风险

2022 年公司汽车内外饰件产品毛利率下降的主要原因是当期毛利率相对较高的保险杠总成业务收入占比下降所致。2023 年 1-6 月，公司保险杠业务呈上升态势，当期汽车内外饰件产品毛利率较 2022 年度略有上升，因保险杠业务收入占比下降导致 2022 年毛利率下降的因素已经消除。

截至 2023 年 9 月 30 日，公司已定点尚未在报告期内量产的保险杠项目有 6 个，项目定点数量充足，保险杠业务收入持续下滑的风险较小。由于公司经营模式、产品和业务结构未发生重大不利变化，公司所处汽车零部件行业仍将维持较高的行业景气度，公司的主要客户质地优良，公司与主要客户合作稳定，公司未来毛利率进一步下滑的风险较小。

受公司客户结构、配套车型和产品结构的影响，公司产品毛利率存在一定的波动。为充分揭示风险，发行人已在招股说明书“第三节/一/（三）财务风险”

章节补充披露了“毛利率波动风险”，具体如下：

“4、毛利率波动的风险

由于公司产品细分种类及适配车型较多，具有多品种、定制化的特点，项目毛利率具有一定的差异。报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 18.93%、24.05%、19.24%和 19.40%，受客户结构、配套车型和产品结构的影响，主营业务毛利率存在一定的波动，未来上述因素的变动仍将导致公司主营业务毛利率存在波动的风险。”

二、结合其他外饰件具体内容、产品特点等，说明其他外饰件毛利率水平较高的原因及合理性

报告期内，公司其他外饰件主要系根据客户需求供应的非总成级的外饰散件，主要包括扰流板、支架、通风饰板、机舱后部护板、前保险杠下部网板等饰件产品，种类较多，单位价值约几元到数百元不等，配套的主要车型为比亚迪海豚、e 网系列、北京 EU5/PLUS、北汽绅宝 X25 和名爵 MG 系列等。

报告期各期，公司其他外饰件的毛利率分别为 32.06%、38.26%、31.20%和 37.40%，非总成供货的散件毛利率整体高于总成供货件，主要原因是：报告期内，该类产品的平均单位价值为 18.34 元/件-26.28 元/件，相对于公司主要供应的总成件产品而言单位价值较低，客户对价格的敏感性相对较弱，毛利率相对总成供货件较高。同行业可比公司福赛科技面板类产品属于单元件产品，2020 年-2022 年毛利率为 28.49%-35.39%，与公司非总成供货的外饰散件相似，毛利率水平也基本相当。

综上，公司其他外饰件毛利率较高具有合理性。

三、说明发行人各细分产品毛利率与同行业公司同类产品比较情况；结合发行人与可比公司在产品竞争力、客户资源、生产特点和机器设备投入、技术优势等方面比较情况，说明发行人毛利率与同行业可比公司存在差异的具体原因

报告期各期，公司与同行业可比公司主营业务毛利率的对比情况如下：

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	20.18%	20.19%	22.21%	24.28%

模塑科技	18.48%	17.94%	18.35%	18.84%
一彬科技	20.53%	20.99%	23.20%	23.24%
福赛科技	27.39%	29.33%	32.16%	33.13%
金钟股份	24.27%	19.02%	27.34%	36.92%
平均	22.17%	21.49%	24.65%	27.28%
发行人	19.40%	19.24%	24.05%	18.93%

注 1：模塑科技主营产品包含塑化汽车装饰件、专用设备定制、资产出租、医疗服务收入、机床铸件和材料及其他商品，此处毛利率仅为塑化汽车装饰件的毛利率；

注 2：新泉股份 2020 年度和 2021 年度运输、仓储和包装费列示在销售费用，2022 年度将运输费调整至营业成本；金钟股份 2022 年度将原销售费用中的报关费调整至营业成本。

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 18.93%、24.05%、19.24%和 19.40%，呈现先上升后下降的趋势，具体分析详见本题一之回复。同行业可比公司主营业务毛利率呈下降趋势，主要原因是：（1）根据金钟股份年报披露，毛利率下降主要系受原材料价格、产品结构变化和新基地扩建产能未释放等因素影响所致；（2）2022 年，新泉股份、金钟股份分别将原销售费用中的运输费、报关费调整至营业成本，毛利率有所下降。公司与同行业可比上市公司毛利率水平及变动趋势不存在显著差异。

（一）发行人各细分产品毛利率与同行业公司同类产品比较情况

公司主要产品包括保险杠总成、外侧包围、仪表板总成和门护板总成。汽车内外饰行业领域众多，公司与可比公司细分产品类别有一定的差异，此处仅列示与公司相同或相似的细分产品毛利率，具体细分产品毛利率情况对比如下：

1、保险杠总成

公司名称	产品名称	毛利率（剔除履约成本后）			毛利率（未剔除履约成本）		
		2022 年度	2021 年度	2020 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	保险杠总成	未披露	18.44%	17.62%	20.72%	15.88%	14.98%
模塑科技	塑化汽车装饰件	未披露	未披露	未披露	17.94%	18.35%	18.84%
发行人	保险杠总成	27.24%	24.30%	19.87%	20.57%	18.64%	13.98%

注 1：同行业可比公司 2023 年半年报未披露细分产品毛利率，因此未对 2023 年 1-6 月毛利率进行比较，下同；

注 2：模塑科技主要产品系以保险杠为主的外饰件，年报仅披露塑化汽车装饰件的毛利率；

注 3：由于同行业公司各年度毛利率是否包含履约成本口径不一，为更好的比较毛利率差异，因此区分别除履约成本和未剔除履约成本的毛利率进行列示，上述口径的毛利率系根据同行

业可比公司年报、招股说明书披露或计算而来，部分年度因未披露履约成本而无法计算的标注为未披露，下同。

发行人2020年-2022年剔除履约成本后的保险杠总成毛利率分别为19.87%、24.30%和27.24%，其中2020年受公司业务规模整体较低的影响，单位产品分摊的成本相对较高，产品毛利率较低。新泉股份主要以内饰总成件为主，保险杠总成等外饰件业务规模较小，剔除履约成本后的整体保险杠毛利率低于发行人，由于新泉股份为已上市公司，生产基地数量远大于发行人，其履约成本尤其是运输费用占主营业务收入的比重低于发行人，因此未剔除履约成本后的保险杠总成毛利率差异减少，其中2022年保险杠总成毛利率与发行人基本相当。

模塑科技塑化汽车装饰件产品主要包含保险杠、防擦条、门槛、轮眉等，与发行人保险杠总成产品不同，毛利率具有一定的差异，但总体差别不大，其中2021年保险杠总成毛利率（未剔除履约成本）与发行人基本相当。

2、外侧包围

模塑科技产品中包含门槛、轮眉等外侧包围产品，但未披露细分产品毛利率，同行业可比公司细分产品无外侧包围的毛利率。

3、仪表板总成

公司名称	产品名称	毛利率（剔除履约成本后）			毛利率（未剔除履约成本）		
		2022年度	2021年度	2020年度	2022年度	2021年度	2020年度
新泉股份	仪表板总成	未披露	23.80%	27.43%	21.52%	21.24%	24.79%
一彬科技	副仪表板总成	未披露	6.16%	8.05%	未披露	4.37%	6.42%
福赛科技	主仪表板内饰面板	29.14%	34.63%	28.67%	24.91%	30.08%	24.67%
	副仪表板内饰面板	28.49%	28.77%	31.91%	24.26%	24.22%	27.91%
发行人	仪表板总成	26.21%	25.23%	20.82%	19.54%	19.57%	14.93%

2020年-2022年，发行人与新泉股份仪表板总成毛利率（剔除履约成本后）变动区间基本一致，受客户结构变动、配套车型收入结构、项目毛利率不同等因素的影响，仪表板总成毛利率在各年度之间具有一定的差异。由于新泉股份为已上市公司，生产基地数量远大于发行人，其履约成本占主营业务的收入比重低于发行人，因此未剔除履约成本后的仪表板总成毛利率总体高于发行人。

一彬科技仪表板产品仅有副仪表板总成，且占主营业务收入的比例较低，毛

利率整体较低。

福赛科技主、副仪表板内饰面板系仪表板总成的单元件产品，主要供应给一级供应商嵌套集成至仪表板总成产品中，单位价值较低，根据福赛科技问询回复披露，2019年至2022年1-6月，主、副仪表板内饰面板平均单价为11.13元/件-51.25元/件。发行人仪表板总成产品除生产主要零部件外，还需要将其他多个零部件分别实现的功能集成在一个模块组件中，产品较为繁琐且结构复杂，集成度较高，报告期内发行人仪表板总成产品平均单价约为675.54元/件-848.64元/件，单位价值较高，因此福赛科技与发行人的仪表板产品和集成度均有一定的差异。此外，福赛科技主要向一级供应商供应单元件产品，主要客户为马瑞利、延锋汽饰、北汽韩一等一级供应商，发行人系向主机厂直接供应总成产品，主要客户为国内知名主机厂，因此福赛科技与发行人客户类型亦存在差异，二者之间的仪表板总成毛利率有所不同具有合理性。

4、门护板总成

公司名称	产品名称	毛利率（剔除履约成本后）			毛利率（未剔除履约成本）		
		2022年度	2021年度	2020年度	2022年度	2021年度	2020年度
新泉股份	门板总成	未披露	14.70%	12.04%	14.66%	12.14%	9.40%
一彬科技	门内饰板总成	未披露	17.59%	5.88%	未披露	15.80%	4.25%
福赛科技	车门内饰面板	29.99%	33.28%	35.39%	25.76%	28.73%	31.39%
发行人	门护板总成	24.59%	17.42%	13.52%	17.92%	11.76%	7.63%

2020年-2022年，发行人剔除履约成本后的门护板总成毛利率分别为13.52%、17.42%和24.59%，其中2022年度毛利率上升主要系捷途大圣收入占比及毛利率较高所致。2020年度和2021年度发行人门护板总成毛利率与新泉股份差异不大。

福赛科技车门内饰面板系门护板总成的单元件产品，主要供应给一级供应商嵌套集成到门护板总成产品中，单位价值较低，且工艺要求、集成度、客户类型均有一定的差异，因此毛利率有所不同。

综上，同行业可比公司不同产品之间、同一产品各年度之间的产品毛利率均存在一定的差异，考虑履约成本因素的影响，发行人细分产品毛利率与同行业可比公司有一定的差异，但总体处于同行业可比公司相似产品毛利率波动区间。

(二) 结合发行人与可比公司在产品竞争力、客户资源、生产特点和机器设备投入、技术优势等方面比较情况，说明发行人毛利率与同行业可比公司存在差异的具体原因

发行人与同行业可比公司在产品竞争力、客户资源、生产特点和机器设备投入、技术优势等方面比较情况如下：

1、产品竞争力

公司主要产品包括保险杠总成、外侧包围、仪表板总成和门护板总成，主要产品涵盖了汽车内饰件及外饰件两大领域，产品种类齐全，且囊括了单车价值量较高的四大产品，集成度较高。汽车内外饰行业领域众多，可比公司主要产品虽然与发行人主要产品有所相似，但产品结构及应用场景具有一定的差异，具体情况如下：

公司名称	主要产品类别	主要产品收入占比	产品结构	主要应用场景	产品竞争力
新泉股份	仪表板总成	65.64%	仪表板总成、顶置文件柜总成、门内护板总成、立柱护板总成、流水槽盖板总成和保险杠总成等	仪表盘系统、门内护板系统等，应用于乘用车和商用车领域	内饰总成件为主，内饰件竞争力较强
	门内护板总成	18.37%			
	保险杠总成	0.62%			
模塑科技	塑化装饰件	82.72%	塑化件包括保险杠、门槛侧裙、轮眉轮罩、门防擦装饰条、背门饰板、电镀件	以保险杠总成为主的外饰件系统，应用于乘用车领域	以保险杠为主的外饰件产品市场占有率较高，是中国领先的汽车外饰件系统服务供应商
一彬科技	塑料件	66.03%	塑料件产品主要涵盖立柱护板、座椅件、机舱件、出风口、车内照明部件、副仪表盘、门板等，金属件产品以小型冲压件为主	副仪表盘系统、空气循环系统、发动机舱内装件系统、立柱护板系统、座椅系统、车内照明系统、门内护板系统等，应用于乘用车领域	以内饰件为主的塑料件和金属件，覆盖了不同档次的热销乘用车及众多主流车型，占有一定的市场份额
	金属件	27.51%			

福赛科技	功能件	63.01%	功能件主要包括空调出风口系统、杯托、储物盒、车门内开把手；装饰件主要包括车门内饰面板、主仪表板内饰面板、副仪表板内饰面板、装饰条及装饰圈	空调出风口系统、汽车主副仪表板、门板系统,应用于乘用车领域	以内饰件为主的功能件和装饰件,公司核心产品空调出风口、杯托和储物盒在行业中具有一定的市场地位
	装饰件	26.49%			
金钟股份	轮毂装饰件	81.88%	轮毂装饰件(轮毂装饰盖、轮毂镶件)、标识装饰件(汽车字标、汽车标牌、方向盘标)和车身装饰件(装饰条、车身装饰件总成、格栅等)	轮毂装饰、标识装饰、车身装饰,应用于乘用车领域	在汽车轮毂装饰件领域拥有领先的行业地位
	标识装饰件	13.19%			
	车身装饰件	3.10%			
发行人	保险杠总成	20.39%	汽车内外饰件,包括保险杠总成、仪表板总成、门护板总成和外侧包围等	保险杠、仪表盘系统、门内护板系统、外侧包围等,应用于乘用车领域	内外饰件同步发展,囊括了单车价值量较高的四大产品,集成度较高,具有较强的行业竞争力
	仪表板总成	24.55%			
	门护板总成	12.35%			
	外侧包围	19.26%			

注：公司与同行业可比公司的主要产品收入占比系 2022 年度营业收入产品结构。

由上表可知，公司与同行业可比公司产品结构及应用场景不同，经过多年的积累和发展，在各自领域形成了一定的产品竞争力，具体情况为：

新泉股份主要以仪表板、门内护板等内饰总成件为主，涉及少量保险杠等外饰件，内饰件竞争力较强，产品应用于商用车和乘用车领域。模塑科技系以保险杠为主的汽车外饰件系统服务供应商，主要产品的市场占有率较高，是中国领先的汽车外饰件系统服务供应商。福赛科技主要产品为内饰功能件和装饰件，一彬科技主要产品是内饰件小件为主的塑料件和金属件，金钟股份主要产品为轮毂装饰件和车身装饰件等小件外饰件。公司主要产品以内饰、外饰件总成件为主，主要产品为保险杠总成、仪表板总成、门护板总成和外侧包围等内外饰件总成件。

汽车内外饰行业领域众多，下游客户车型要求不一，具有多品种、定制化的特点，受市场竞争情况、产品配置不同等多种因素的影响，产品毛利率存在一定的差异。公司专注于乘用车领域，主要产品涵盖了汽车内饰件及外饰件两大领域，

与同行业可比公司在具体产品、产品结构及应用场景存在一定的差异，毛利率有所不同具有合理性。

2、客户资源

公司与同行业可比公司在汽车零部件行业的主要客户对比情况如下：

公司名称	供应链层级	客户资源	主要客户
新泉股份	一级	一汽解放、北汽福田、陕西重汽、中国重汽、东风汽车等国内前五大中、重型卡车企业；吉利汽车、奇瑞汽车、上海汽车、一汽大众、上海大众、广汽集团、比亚迪、理想汽车、蔚来汽车、长安福特、江铃福特、长城汽车、国际知名品牌电动车企业	吉利汽车、特斯拉、奇瑞汽车、上汽集团、比亚迪、一汽集团等
模塑科技	一级	宝马、北京奔驰、特斯拉、上汽通用、上汽大众、奇瑞捷豹路虎、沃尔沃、北京现代、神龙汽车、蔚来、理想汽车、小鹏汽车、高合等	未披露
一彬科技	主要为一级	东风汽车、上汽通用、吉利集团（含沃尔沃品牌）、广汽丰田、东风本田、华晨宝马等国内主要自主品牌整车厂及合资主机厂，以及李尔、华域汽车一级供应商	广汽丰田、东风汽车、东风本田、吉利集团、李尔
福赛科技	主要为二级	马瑞利、延锋汽饰、佛吉亚、河西工业、大协西川等全球知名汽车零部件一级供应商，以及长城汽车、比亚迪等整车制造商	马瑞利、延锋汽饰、北汽韩一、新泉股份、大协西川以及长城汽车、比亚迪等
金钟股份	一级+二级	欧洲 FCA、现代起亚、一汽股份、一汽轿车、一汽-大众、上汽通用、上汽乘用车、长安福特、长安马自达、长城汽车、小鹏汽车、比亚迪、蔚来汽车、理想汽车、特斯拉中国等一级供应商，以及一汽丰田、广汽丰田、广汽本田、东风本田、广汽乘用车、东风日产、东风启辰、广汽菲亚特等二级供应商，并通过 DAG 进入了通用汽车、福特汽车、克莱斯勒、特斯拉、北美丰田、北美本田、LUCID、RIVIAN 和 LMC 的供应链体系	DAG、广州戴得、天津戴得、中信戴卡、现代起亚、一汽集团、T 中国公司等
发行人	一级	比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等国内知名汽车主机厂	比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团、北汽集团等

注：前五大客户来源于公司 2022 年年报、招股说明书、可转换公司债券募集说明书，模塑科技 2022 年报未披露前五大客户的具体名称。

从客户方面来看，发行人下游客户主要为比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团等国内优质自主品牌主机厂，新泉股份客户涵盖商用车（中重型卡车）及自主、合资品牌乘用车主机厂，模塑科技客户主要为合资及外资品牌主机厂，部分为自主品牌主机厂，一彬科技客户主要为自主、合资品牌主机厂及部分一级供应商，福赛科技、金钟股份客户主要为汽车一级供应商，公司与同

行业可比公司客户及配套的车型重合度较低。

由于汽车零部件企业在与不同的客户合作模式、产品开发、产品市场规模等方面存在差异，且下游客户不同车型对产品配置、工艺要求和设计等需求不同，导致不同客户、不同车型的产品毛利率存在一定的差异。

3、生产特点

由于汽车零部件行业具有多品种、定制化供货的生产特点，因此公司与同行业可比公司主要采用以销定产、订单式生产的生产模式，具体情况如下：

公司名称	产品类型	生产模式	生产工艺
新泉股份	内饰为主，少量外饰	订单式生产	注塑、包覆/真空成型/发泡工艺、激光弱化
模塑科技	外饰	订单式生产	未披露
一彬科技	内饰	以销定产+安全库存	塑料件采用注塑工艺，金属件采用冲压工艺
福赛科技	内饰	以销定产+合理库存	基础工艺主要为注塑，注塑成型后根据客户需要，进行涂装、包覆、电镀等一种或多种工艺，或将各部件进行装配形成特定产品总成
金钟股份	外饰	以销定产	基础工艺主要为注塑，注塑成型后根据客户需要，进行电镀、喷涂、喷粉、丝印等一道或多道表面装饰处理工艺
发行人	内饰和外饰	以销定产	外饰件包括注塑、喷涂、装配工艺，内饰件包括注塑、搪塑、吸塑和发泡等，此外针对特定产品还有弱化、切割、火焰处理、包覆、组装、喷漆、抛光、冲切、焊接、植绒和熨烫等工艺环节

公司与同行业可比公司基础工艺多为注塑，由于同行业可比公司不同客户之间产品结构及配套的车型复杂多样，生产采用的工艺路线不一，均需要根据客户的要求进行模具开发、制定工艺路线并组织生产，导致不同车型不同产品之间的毛利率存在一定的差异。

4、机器设备投入

公司与同行业可比公司的机器设备比较情况如下：

单位：万元

公司名称	产品类型	主要机器设备种类	2022 年末机器设备原值	2022 年营业收入
新泉股份	内饰为主,少量外饰	注塑机、搪塑机、激光弱化设备、超声波焊接机、发泡机、真空成形机、机械手、热铆焊接机等	168,556.94	694,669.50
模塑科技	外饰	未披露	193,381.13	766,356.66
一彬科技	内饰	注塑机、压力机、冲床、包覆线、成型机、多工位机械手、门板包覆包边设备、机床、电力设备等	44,915.12	186,159.23
福赛科技	内饰	注塑机、机械手、数控火花机、涂装线、吹塑机、铣床等	14,417.77	69,331.57
金钟股份	外饰	注塑机、喷涂线、镀膜机、干冰清洗线、磁控生产线、盖模喷涂线、塑料注射成型机等	19,197.61	72,920.99
发行人	内饰和外饰	注塑机、自动化喷涂线、发泡机、激光弱化设备、搪塑线、阴模设备、表皮裁床、振动摩擦焊接机、多工位机械手、柔性焊接线、超声波焊接机、包覆包边设备等	20,674.39	72,672.33

通常外饰件主要设备为注塑机、喷涂线等，内饰件主要设备为注塑机、搪塑机、发泡机、激光弱化设备等，公司同时提供外饰和内饰产品，主要机器设备种类涵盖上述内外饰件设备。

公司 2022 年机器设备原值为 20,674.39 万元，机器设备投入高于福赛科技和金钟股份，低于新泉股份、模塑科技和一彬科技。由于一彬科技、福赛科技和金钟股份产品多为小件产品，采用的注塑机设备压力较小，与公司的大注塑机可比性不强。新泉股份和模塑科技主要以仪表板总成、保险杠总成大件为主，与公司产品更具可比性，采用的机器设备更为相似。由于新泉股份、模塑科技规模较大，生产基地多，因此固定资产投资也相对较高，但发行人单位机器设备产值与新泉股份、模塑科技相差不大。

5、技术优势

由于汽车内外饰产品种类较多且生产工艺复杂，各可比公司公开披露的核心技术类别及适用场景存在一定差异，但均可改进生产工艺，提升产品性能，满足客户需求，发行人与可比公司在技术上不存在较大差距，具有较强竞争力，具体对比情况详见本回复“1/五/（二）发行人与竞争对手相比在核心技术、产品特点

及其创新性、应用领域、产品构成、主要参数等方面的优劣势、主要差距和核心竞争力的具体体现”。

综上，发行人细分产品毛利率与同行业可比公司有一定的差异，但总体处于同行业可比公司相似产品毛利率波动区间。同行业可比公司之间产品竞争力、客户资源、生产特点和机器设备投入、技术优势有所不同，毛利率水平存在一定的差异，具有合理性。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取发行人收入成本明细表，计算细分产品的毛利率和毛利率贡献，分析发行人产品毛利率的变动原因，并结合细分产品主要车型进行年度间毛利率分析；访谈发行人总经理、财务总监、研发总监，了解发行人所属行业特点，并结合市场竞争情况、主要产品的生产工艺流程及差异性、产品销售及定价情况、模具摊销方式等，分析项目毛利率的变动原因以及发行人未来毛利率的变动情况；结合发行人保险杠总成项目的定点情况，分析保险杠业务的未来成长性；查阅汽车内外饰行业报告、同行业可比公司公开资料，分析发行人所处内外饰细分行业的前景和发展趋势，了解发行人所处行业是否发生重大不利变化，并获取发行人已定点项目清单，结合发行人经营模式、产品和业务结构、客户是否发生重大不利变化，分析毛利率是否存在进一步下滑的风险；

2、访谈发行人财务总监，了解其他外饰件产品的具体内容、产品特点等，及其他外饰件产品毛利率水平较高的原因；获取发行人收入成本明细表，了解其他外饰件产品的具体内容，分析其他外饰件产品毛利率的变动原因；查阅同行业可比公司的定期报告或招股说明书，分析可比公司相似产品与发行人其他外饰件产品的毛利率是否存在较大差异；

3、访谈发行人总经理、财务总监和研发总监，结合发行人与同行业可比公司在产品竞争力、客户资源、生产特点和机器设备投入、技术优势等方面了解毛利率的差异原因；查阅同行业可比公司的定期报告、招股说明书和问询回复，对比发行人与同行业可比公司相似产品的毛利率差异，并从业务模式、产品结构、

产品应用领域、客户群体、产品用途、技术水平、生产特点和机器设备投入以及主要产品毛利率等方面对发行人毛利率进行对比分析，确认发行人与同行业可比上市公司毛利率差异原因及合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人产品细分种类及适配车型较多，具有多品种、定制化的特点，项目毛利率具有一定的差异。报告期内，发行人受客户结构、配套车型和产品结构的影响，毛利率存在一定的波动，符合发行人的实际情况，具有合理性；由于发行人经营模式、产品和业务结构未发生重大不利变化，发行人所处汽车零部件行业仍将维持较高的行业景气度，发行人的主要客户质地优良，发行人与主要客户合作稳定，未来毛利率进一步下滑的风险较小；

2、发行人其他外饰件主要为非总成级的外饰散件，相对于发行人主要供应的总成件产品而言单位价值较低，客户对价格的敏感性较弱，毛利率整体高于总成供货件具有合理性，与同行业相似细分产品毛利率相差不大；

3、发行人细分产品毛利率与同行业可比公司有一定的差异，但总体处于同行业可比公司相似产品毛利率波动区间。发行人与同行业可比公司在产品竞争力、客户资源、生产特点和机器设备投入、技术优势方面有所不同，因此毛利率水平有一定的差异，具有合理性。

10. 关于期间费用

申请文件显示：

（1）报告期各期，发行人销售费用金额为 320.93 万元、393.33 万元和 477.26 万元，占营业收入比重为 0.83%、0.72%和 0.66%，低于同行业可比公司平均水平。销售费用中存在商品维修费，系在产品转运、装配过程中发生的维修费用。

（2）发行人财务费用中存在银行承兑汇票贴息及保理利息，报告期各期金额为 47.74 万元、189.43 万元和 367.63 万元，逐年增加。

请发行人：

(1) 结合报告期内销售活动开展情况、新定点数量及获取过程、对应费用发生情况、销售人员数量及薪酬水平变化情况等说明发行人销售费用金额与经营活动、收入增长是否匹配；结合销售费用具体科目金额及占比、销售活动开展特点及客户集中度等，说明发行人报告期内销售费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性。

(2) 说明将产品转运、装配过程中发生的维修费用计入销售费用而非营业成本的原因，商品维修费支付对象、发生金额与产品销售匹配关系。

(3) 结合票据贴现及保理情况、贴息和保理利息等，说明报告期内银行承兑汇票贴息及保理利息逐渐增加的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对销售费用完整性核查情况、核查证据及核查结论。

【回复】

一、结合报告期内销售活动开展情况、新定点数量及获取过程、对应费用发生情况、销售人员数量及薪酬水平变化情况等说明发行人销售费用金额与经营活动、收入增长是否匹配；结合销售费用具体科目金额及占比、销售活动开展特点及客户集中度等，说明发行人报告期内销售费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

(一) 结合报告期内销售活动开展情况、新定点数量及获取过程、对应费用发生情况、销售人员数量及薪酬水平变化情况等说明发行人销售费用金额与经营活动、收入增长是否匹配

1、报告期内公司销售活动开展情况

在汽车零部件行业，主机厂通常会对上游供应商进行合格供应商评审，以决定是否纳入合格供应商目录，只有在合格供应商名录的汽车零部件企业才能获取新项目。

针对行业的客户开拓特点，公司销售部开展工作主要分为：（1）对于潜在客户，公司通过拜访交流、市场调研、可行性论证等一系列程序与之建立合作意向，并积极配合客户做好合格供应商认证工作；（2）对于存量客户，公司配备

专业的客户经理进行跟踪维护，及时了解客户需求，并对待开发项目进行可行性评估，积极开拓新项目；（3）对于已获取的项目，做好合同签订、回款跟踪、售后服务等工作。

公司深耕内外饰领域多年，已相继进入了比亚迪汽车、奇瑞汽车、小鹏汽车、上汽集团和北汽集团供应商体系。报告期内，公司主要聚焦上述核心客户，销售开展工作主要以开拓新项目和售后服务为主。

2、新定点数量及获取过程

对于新定点项目，客户向合格供应商发起“询价-报价-审批”流程，当公司报价通过客户审批后，由客户向公司下发项目定点通知书，公司开始进行产品研发，从而获取新定点项目。

报告期各期，公司新定点项目数量及产品收入情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
新定点项目数量（个）	11	28	27	20
产品收入	39,004.04	65,482.59	43,330.42	28,352.98
其中：新开发项目	4,254.92	20,160.15	5,720.86	2,367.07
已量产项目	34,749.12	45,322.44	37,609.56	25,985.91

注：新开发项目收入是指在当期实现量产的新项目在当年产生的收入；已量产项目收入是指前期量产的项目在当期产生的收入。

报告期各期，公司产品收入以已量产项目为主，由于客户车型有一定的迭代周期，随着公司与客户合作项目的增加，已量产项目收入逐年增长，已量产项目的逐步积累为公司实现收入提供了有效保障。

报告期各期，公司获取的新定点项目数量分别为 20 个、27 个、28 个和 11 个，2023 年 1-9 月获取的新定点项目数量为 21 个。由于新项目定点至量产通常有一定的时间周期，新开发项目实现收入具有一定的滞后性，新定点项目数量的逐年增长，为公司未来收入增长提供动力，公司新定点项目数量与公司经营情况、收入增长匹配。

3、对应费用发生情况

报告期内，公司开展销售活动涉及的销售费用主要为职工薪酬、业务招待费、

差旅费等，产生的销售费用较少。

报告期各期，公司职工薪酬金额分别为 82.27 万元、125.88 万元、150.14 万元和 89.06 万元，职工薪酬分析详见本题“4、销售人员数量及薪酬水平变化情况”。

报告期各期，公司销售费用中差旅费金额分别为 19.08 万元、24.62 万元、26.50 万元和 24.71 万元，业务招待费金额分别为 31.82 万元、50.98 万元、79.32 万元和 66.56 万元，金额较小，整体呈增长趋势，与公司收入增长、新定点项目数量增长趋势一致。

公司开展销售活动发生的费用较低，主要原因是：（1）公司进入主机厂供应体系后，新项目定点的获取过程决定了销售费用仅包含职工薪酬、业务招待费、差旅费等，符合行业特点；（2）相较于同行业可比公司而言，公司受自身发展阶段、产能限制等影响，主要服务于五大核心客户，虽然公司客户数量较少但客户质地优良，公司在手项目和订单充足，故对销售部门所需架构和人员需求相对精简，其职工薪酬、业务招待费及差旅费等费用发生相对较少。

4、销售人员数量及薪酬水平变化情况

报告期各期末，公司销售人员数量分别为 11 人、13 人、14 人和 17 人，随着公司业务规模扩大逐年上升。

报告期各期，公司职工薪酬金额分别为 82.27 万元、125.88 万元、150.14 万元和 89.06 万元，销售人员职工薪酬金额呈逐年上升趋势，与公司收入规模变动趋势一致。

报告期各期，公司销售人员人均效能与同行业可比公司比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	人员数量	人均效能	人员数量	人均效能	人员数量	人均效能
模塑科技	68	11,269.95	64	11,546.67	71	8,594.72
新泉股份	122	5,694.01	48	9,609.79	59	6,238.12
金钟股份	19	3,837.95	24	2,289.49	18	2,202.60
福赛科技	17	4,078.32	16	3,745.51	12	3,868.12

一彬科技	63	2,954.91	61	2,338.59	61	2,163.85
平均	58	5,567.03	43	5,906.01	44	4,613.48
发行人	14	5,242.75	13	4,222.91	11	3,513.17

注：人均效能=营业收入/销售人员数量，由于同行业上市公司 2023 年半年度报告未披露销售人员数量，因此未比较 2023 年 1-6 月人均效能数据。

从上表来看，公司销售人员数量与福赛科技接近，销售人员人均效能高于金钟股份、福赛科技、一彬科技，低于模塑科技和新泉股份，整体处于同行业可比公司合理区间。

综上，公司销售费用金额与经营活动、收入增长相匹配。

(二) 结合销售费用具体科目金额及占比、销售活动开展特点及客户集中度等，说明发行人报告期内销售费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

报告期各期，公司销售费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	1.93%	1.91%	4.36%	4.53%
模塑科技	1.88%	1.76%	1.96%	1.75%
一彬科技	1.48%	1.41%	1.47%	1.26%
福赛科技	1.22%	1.51%	1.57%	1.22%
金钟股份	4.01%	3.94%	8.92%	7.63%
平均	2.10%	2.11%	3.66%	3.28%
发行人	0.67%	0.66%	0.72%	0.83%

报告期各期，公司销售费用率分别为 0.83%、0.72%、0.66%和 0.67%，总体低于同行业可比公司，主要原因为：（1）公司自成立以来，一直专注于汽车内外饰件领域的研发和生产，主营业务突出，业务相对比较集中；（2）受资金规模较小和生产基地有限等因素影响，公司目前主要以巩固现有客户为主，深耕核心客户关系，拓展与核心客户的合作范围，因此对销售部门所需架构和人员需求相对精简，其职工薪酬、业务招待费及差旅费等费用发生相对较少；（3）公司自 2020 年起，将与合同履行相关的运输费、装卸费、排序费、仓储费等计入主营业务成本核算，销售费用金额较小，以新泉股份为例，报告期各期剔除运输费、仓储费、包装费的影响，销售费用率分别为 0.61%、0.55%、0.67%和 0.52%，销

售费用率与公司较为接近。

1、发行人与同行业可比公司销售费用具体科目金额及占比情况

报告期各期，剔除运输费、仓储包装费和报关费因素的影响，公司与同行业可比公司销售费用具体科目金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	新泉股份		模塑科技		一彬科技		福赛科技		金钟股份		发行人	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2023年1-6月												
职工薪酬	372.24	0.08%	258.53	0.07%	448.42	0.48%	176.79	0.44%	210.30	0.52%	89.06	0.19%
办公费、差旅费及业务招待费	-	-	2,598.85	0.67%	561.12	0.61%	129.77	0.32%	-	-	91.27	0.20%
折旧与摊销	-	-	2,177.69	0.56%	42.12	0.05%	15.54	0.04%	-	-	0.63	0.00%
商品维修费	1,892.06	0.41%	-	-	294.67	0.32%	59.38	0.15%	32.70	0.08%	92.21	0.20%
服务费	-	-	-	-	-	-	-	-	334.77	0.82%	-	-
其他	135.98	0.03%	1,092.74	0.28%	26.58	0.03%	24.46	0.06%	220.08	0.54%	35.05	0.08%
合计	2,400.28	0.52%	6,127.82	1.58%	1,372.92	1.48%	405.94	1.01%	797.86	1.97%	308.22	0.67%
2022年度												
职工薪酬	768.88	0.11%	1,292.71	0.17%	1,032.49	0.55%	398.51	0.57%	387.49	0.53%	150.14	0.21%
办公费、差旅费及业务招待费	-	-	4,892.23	0.64%	886.24	0.48%	184.40	0.27%	281.17	0.39%	105.82	0.15%
折旧与摊销	-	-	1,677.86	0.22%	76.62	0.04%	23.16	0.03%	-	-	9.69	0.01%
商品维修费	2,708.45	0.39%	-	-	553.51	0.30%	98.84	0.14%	175.22	0.24%	187.20	0.26%
服务费	-	-	-	-	-	-	-	-	605.50	0.83%	-	-
其他	1,156.40	0.17%	3,445.30	0.45%	69.02	0.04%	196.33	0.28%	64.77	0.09%	24.40	0.03%
合计	4,633.73	0.67%	11,308.09	1.48%	2,617.87	1.41%	901.24	1.30%	1,514.14	2.08%	477.26	0.66%
2021年度												
职工薪酬	1,058.94	0.23%	2,097.93	0.28%	850.68	0.60%	322.11	0.54%	231.32	0.42%	125.88	0.23%
办公费、差旅费及业务招待费	-	-	4,630.04	0.63%	745.69	0.52%	252.89	0.42%	236.22	0.43%	75.60	0.14%

折旧与摊销	-	-	2,195.51	0.30%	56.47	0.04%	16.60	0.03%	-	-	15.99	0.03%
商品维修费	1,216.79	0.26%	-	-	377.47	0.26%	139.05	0.23%	76.56	0.14%	149.45	0.27%
服务费	-	-	-	-	-	-	-	-	527.47	0.96%	-	-
其他	263.32	0.06%	3,005.49	0.41%	70.78	0.05%	73.41	0.12%	21.39	0.04%	26.41	0.05%
合计	2,539.05	0.55%	11,928.96	1.61%	2,101.09	1.47%	804.06	1.34%	1,092.97	1.99%	393.33	0.72%
2020 年度												
职工薪酬	1,028.11	0.28%	2,392.72	0.39%	662.69	0.50%	214.48	0.46%	124.69	0.31%	82.27	0.21%
差旅费及业务招待费、办公费	-	-	3,489.28	0.57%	511.16	0.39%	156.37	0.34%	45.67	0.12%	50.90	0.13%
折旧与摊销	-	-	83.52	0.01%	59.90	0.05%	27.05	0.06%	-	-	16.16	0.04%
商品维修费	1,003.21	0.27%	-	-	346.78	0.26%	73.97	0.16%	21.99	0.06%	148.61	0.38%
服务费	-	-	-	-	-	-	-	-	466.91	1.18%	-	-
其他	226.07	0.06%	2,293.43	0.38%	83.18	0.06%	44.08	0.09%	4.93	0.01%	22.99	0.06%
合计	2,257.40	0.61%	8,258.95	1.35%	1,663.71	1.26%	515.95	1.11%	664.18	1.68%	320.93	0.83%

注 1：销售费用系剔除运费、报关费、仓储费等影响后的金额；

注 2：同行业可比公司披露为质保维护费/售后服务/商品维修费/质量处理费/三包费，此处统一为商品维修费。

整体来看，报告期内公司销售费用整体构成与同行业可比公司不存在显著差异，销售费用主要包括职工薪酬、差旅费及业务招待费、商品维修费等。

公司销售费用中职工薪酬、差旅费及业务招待费占营业收入比例整体低于同行业可比公司平均水平，主要系发行人受自身发展阶段、产能限制等影响，主要服务于五大核心客户，虽然公司客户数量较少但客户质地优良，公司在手项目和订单充足，故销售部门所需架构和人员需求相对精简，销售费用支出相对较少，导致销售费用率整体低于同行业可比公司的平均水平。

2、发行人与同行业可比公司销售活动开展特点

公司与模塑科技、新泉股份、一彬科技主要客户以整车厂为主，福赛科技和金钟股份客户还包含汽车零部件企业，但开展销售活动仍主要以拜访客户为主，通过客户的供应商名录审核并与客户建立稳定的合作关系后，除开拓新项目定点外销售活动主要为售后工作等。公司与同行业可比公司销售活动开展方式不存在

显著差异，销售费用构成相似，销售费用率整体处于较低水平。

3、发行人与同行业可比公司的客户集中度情况

报告期各期，公司与同行业可比公司客户集中度对比情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新泉股份	76.95%	71.87%	68.93%
模塑科技	62.86%	58.56%	60.86%
一彬科技	57.77%	58.50%	55.57%
福赛科技	87.18%	87.93%	86.85%
金钟股份	71.02%	77.75%	86.08%
平均	71.16%	70.92%	71.66%
发行人	93.17%	89.98%	86.21%

注：由于同行业上市公司 2023 年半年报未披露前五名客户收入占比，因此未对 2023 年 1-6 月客户集中度进行比较。

报告期各期，公司前五大客户占当期主营业务收入的比例分别为 86.21%、89.98%和 93.17%。相比同行业可比公司，公司客户集中度相对较高，客户结构相对简单，因此销售费用支出相对较少具备合理性。

综上，公司受目前所处的发展阶段、资金实力和规模等影响，主要聚焦核心客户，围绕核心客户开展销售活动，客户集中度相对较高，销售费用支付较少，销售费用率低于同行业可比公司平均水平具备合理性。

二、说明将产品转运、装配过程中发生的维修费用计入销售费用而非营业成本的原因，商品维修费支付对象、发生金额与产品销售匹配关系

（一）将产品转运、装配过程中发生的维修费用计入销售费用而非营业成本的原因

销售费用-商品维修费核算内容为客户使用公司产品进行整车装配或配件销售的过程中发现产品存在轻微碰擦、划伤等情况，需要通过修补来消除外观瑕疵而发生的支出。

公司产品销售存在两种收入确认模式，签收确认和领用确认。

签收确认模式下，公司将产品运至客户指定地点，将产品交付给客户且取得

客户的签收单据后，确认产品控制权转移。商品维修费发生在产品控制权转移至客户之后，不属于合同履行成本，亦不构成单项履约义务，应计入销售费用。

领用确认模式下，公司将产品运至客户指定地点，客户领用后，确认产品控制权转移。商品维修费发生在产品控制权转移至客户之前，属于合同履行成本的一部分，应计入营业成本。

客户告知公司需支付的商品维修费时，告知内容不包含对应的产品信息，而向同一个客户销售不同的产品存在不同的收入确认模式，因此公司无法根据产品准确划分应分别计入销售费用和营业成本的商品维修费金额。考虑到报告期各期商品维修费总额不大，占销售收入的比例较低，公司简化处理将发生的商品维修费全部计入销售费用。

（二）说明商品维修费支付对象、发生金额与产品销售的匹配关系

前述产品修补工作由客户自行完成后向公司开具发票，收取维修费用。因此，报告期内商品维修费的支付对象均为公司客户。报告期各期，按主要支付对象划分的商品维修费发生金额、对应客户的产品销售收入以及商品维修费占销售收入的比例列示如下：

单位：万元

2023年1-6月			
支付对象	商品维修费	对应客户的产品销售收入	商品维修费占收入的比例
奇瑞集团	33.52	12,384.30	0.27%
比亚迪汽车	19.41	9,831.42	0.20%
上汽集团	15.55	3,997.04	0.39%
北汽集团	7.14	6,171.06	0.12%
小鹏汽车	6.63	4,433.79	0.15%
海马集团	5.17	1,285.91	0.40%
合计	87.42	38,103.52	0.23%
占当期商品维修费的比例	94.81%	-	-
占当期产品销售收入的比例	-	97.69%	-

2022 年			
支付对象	商品维修费	对应客户的产品销售收入	商品维修费占收入的比例
上汽集团	47.47	6,790.52	0.70%
北汽集团	38.91	9,986.58	0.39%
比亚迪汽车	38.32	12,271.36	0.31%
奇瑞汽车	29.99	19,453.91	0.15%
小鹏汽车	26.94	12,117.66	0.22%
海马汽车	2.09	1,570.73	0.13%
合计	183.72	62,190.76	0.30%
占当期商品维修费的比例	98.14%	-	-
占当期产品销售收入的比例	-	94.97%	-
2021 年			
支付对象	商品维修费	对应客户的产品销售收入	商品维修费占收入的比例
北汽集团	37.02	5,972.00	0.62%
奇瑞汽车	31.96	10,907.00	0.29%
上汽集团	26.46	8,291.57	0.32%
小鹏汽车	16.90	6,558.84	0.26%
海马汽车	11.72	1,173.34	1.00%
比亚迪汽车	8.00	7,062.21	0.11%
合计	132.06	39,964.95	0.33%
占当期商品维修费的比例	88.36%	-	-
占当期产品销售收入的比例	-	92.23%	-
2020 年			
支付对象	商品维修费	对应客户的产品销售收入	商品维修费占收入的比例
奇瑞汽车	44.63	7,294.51	0.61%
北汽集团	32.57	3,751.54	0.87%
比亚迪汽车	21.53	4,521.95	0.48%
上汽集团	17.90	7,851.55	0.23%

海马汽车	13.48	916.22	1.47%
小鹏汽车	7.82	2,588.21	0.30%
合计	137.94	26,923.98	0.51%
占当期商品维修费的比例	92.82%	-	-
占当期产品销售收入的比例	-	94.96%	-

报告期各期，公司向主要支付对象支付的商品维修费占当期商品维修费总额的比例分别为 92.82%、88.36%、98.14%和 94.81%。公司向商品维修费主要支付对象销售的产品收入占当期产品销售收入总额的比例分别为 94.96%、92.23%、94.97%和 97.69%。商品维修费支付对象与主要客户高度重合，商品维修费与产品销售收入的结构占比较为接近，二者之间具有较强的匹配关系。

三、结合票据贴现及保理情况、贴息和保理利息等，说明报告期内银行承兑汇票贴息及保理利息逐渐增加的原因

（一）票据贴现及保理情况、贴息和保理利息

公司将信用等级一般的银行承兑汇票贴现利息和供应链票据保理利息计入财务费用。报告期各期，信用等级一般的银行承兑汇票贴息及供应链票据保理利息列示如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
信用等级一般的银承贴息	19.09	57.52	59.24	47.74
供应链票据保理利息	266.96	310.11	130.18	-
合计	286.05	367.63	189.42	47.74

（二）报告期内银行承兑汇票贴息及保理利息逐渐增加的原因

报告期各期，信用等级一般的银行承兑汇票的贴息金额分别为 47.74 万元、59.24 万元、57.52 万元和 19.09 万元，波动较小。供应链票据保理利息分别为 0 万元、130.18 万元、310.11 万元和 266.96 万元，呈逐年上升趋势。财务费用中的银行承兑汇票贴息及保理利息逐年上升主要系受到供应链票据保理利息增加的影响。

1、供应链票据及保理规模变动原因

报告期内，公司取得的供应链票据为由主要客户奇瑞汽车和比亚迪汽车支付的应收账款电子债权凭证，转让后不附追索权。2020年，公司未发生供应链票据保理业务；从2021年起，随着奇瑞汽车和比亚迪汽车所属的供应链金融平台票据业务的发展壮大以及公司对上述两客户销售收入的持续上升，供应链票据在业务结算中的使用份额不断扩大，结算金额逐年上升。

报告期各期，公司收到的供应链票据金额分别为73.76万元、7,578.01万元、23,526.04万元和16,473.64万元。因供应链票据相关业务的便利程度与传统商业票据相比仍有差距，公司供应商对供应链票据的接受程度有限，公司将收到的大部分供应链票据向供应链金融平台及第三方公司办理了保理。

2、供应链票据保理金额、保理利息和平均费率

报告期各期，供应链票据保理金额、保理利息和平均费率列示如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
票据保理金额	16,388.89	17,956.31	4,531.93	-
保理利息	266.96	310.11	130.18	-
平均费率	1.63%	1.73%	2.87%	-

报告期各期，公司的供应链票据保理金额分别为0万元、4,531.03万元、17,956.31万元和16,388.89万元，保理金额的大幅上升是保理利息增加的主要原因。

3、供应链票据的资金风险情况

报告期内，公司未出现上述供应链票据到期无法兑付的情形，以及因供应链票据违约遭受坏账损失的情形，且奇瑞汽车及比亚迪汽车均为国内知名汽车主机厂，根据公开信息查询，其经营状况良好，未出现汽车销量下滑或重大经营风险等事项，因此公司认为其资金风险较低。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对销售费用完整性核查情况、核查证据及核查结论

（一）请保荐人、申报会计师发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人总经理，了解发行人销售活动的开展情况、新定点项目的获取过程及拓展情况；结合收入成本明细表，计算新产品开发和已量产项目的收入情况及占比，分析新项目定点数量与发行人收入增长是否匹配；获取发行人各期销售费用明细表，访谈发行人财务总监，了解并分析销售费用中各明细项目变动的原因及销售活动发生费用较低的原因；获取发行人花名册，了解销售部门的岗位内容及薪酬的变动情况；查询同行业可比公司招股说明书、问询回复和年度报告，对比分析发行人与同行业可比公司销售部门的人均效能是否存在较大差异，并结合同行业可比公司销售费用的明细构成、销售活动开展特点及客户集中度等，分析发行人销售费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性；

（2）访谈发行人财务总监，了解报告期内商品维修费的具体核算情况；获取发行人报告期内商品维修费明细账，抽样核查商品维修费的入账依据，复核支出内容，入账时间和金额的准确性，统计各期向主要支付对象支付的商品维修费，并与对应客户的当期产品销售收入对比，分析商品维修费与产品销售收入的匹配性；

（3）获取发行人报告期内的财务费用明细账，统计分析各期信用等级一般的银行承兑汇票贴现利息和供应链票据保理利息的发生金额和波动情况；获取发行人报告期内的票据台账，统计发行人各期供应链票据保理金额，并与财务账面发生进行核对，统计分析报告期内发行人收到的供应链票据的主要来源及供应链票据的使用情况，对比各期供应链票据保理利息和保理金额，分析保理利息上升的主要原因。

2、核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

(1) 发行人销售费用金额与经营活动、收入增长相匹配；发行人受目前所处的发展阶段、资金实力和规模等影响，主要聚焦核心客户，围绕核心客户开展销售活动，客户集中度相对较高，销售费用较少，销售费用率低于同行业可比公司平均水平具备合理性；

(2) 报告期各期，商品维修费发生额及占收入的比例均较低，因客观原因导致发行人无法有效获取完整的判断处理依据，简化处理全部计入销售费用具有合理性，对财务信息披露亦不构成重要影响；商品维修费支付对象与主要客户高度重合，商品维修费与产品销售收入的结构占比较为接近，存在匹配关系；

(3) 报告期内，财务费用中的银行承兑汇票贴息及保理利息逐年增加，主要原因系随着发行人业务规模的增长，信用等级一般的银行承兑汇票和供应链票据的结算金额逐年上升，特别是供应链票据结算金额大幅增加，而供应商对供应链票据接受程度有限，报告期内发行人将收到的大部分供应链票据向供应链金融平台及第三方公司办理了无追索权保理。

(二) 销售费用完整性核查情况、核查证据及核查结论

1、核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

(1) 查阅发行人相关制度，包括《采购管理制度》《费用报销制度》和《资金管理制度》等，了解发行人各项与费用相关内部控制措施，执行与费用相关的内部控制测试，评价发行人内部控制制度执行的有效性；

(2) 获取并查阅报告期各期销售费用明细表，执行分析性复核程序，了解各项明细费用变动的性质和原因，分析各期销售费用结构、同行业可比期间费用信息、计算分析销售费用占当期营业收入的比例等，判断报告期各期销售费用变动的合理性；

(3) 了解销售部门员工的薪酬构成，平均薪酬，对比同行业可比上市公司销售人员平均薪酬水平，获取报告期各期销售部门员工花名册、工资明细表及工资支付的银行流水，复核薪酬归集的准确性，计提与发放情况与账面记录的一致性，核查报告期各期销售费用中职工薪酬的完整性；

(4) 获取并查阅发行人控股股东、实际控制人及其近亲属，发行人董事（不含独立董事）、监事和高级管理人员报告期内的银行流水，检查上述人员是否存在代发行人支付销售费用的情形；

(5) 获取发行人控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员等发行人关联方出具的不存在替发行人承担成本费用的说明；

(6) 对报告期各期的销售费用执行截止性测试，检查费用是否记录在正确的期间。

2、核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

报告期内，发行人制定了与费用归集确认相关的各项内部控制管理制度，并得到了有效执行，发行人销售费用归集完整，不存在漏记费用或由其他方代发行人承担费用的情形。

11. 关于应收账款和应收票据、应收款项融资

申请文件显示：

(1) 报告期各期末，发行人应收账款净额分别为 14,302.66 万元、23,162.23 万元和 23,798.24 万元，2021 年末账龄为 1-2 年的应收账款金额为 1,145.43 万元、占比有所提升。截至 2023 年 5 月 22 日，2022 年末应收账款回款比例为 77.46%。

(2) 2020 年和 2021 年，发行人对江苏金坛汽车工业有限公司、江西大乘汽车有限公司金坛分公司、国机智骏汽车有限公司等经营困难的客户应收账款单项计提坏账准备，但未说明具体情况。

(3) 2022 年发行人采用票据结算的规模增加，导致 2022 年末票据余额有所上升。2022 年发行人信用等级一般银行承兑汇票及商业票据贴现金额为 26,359.84 万元，较 2021 年大幅增加。

请发行人：

(1) 说明 2021 年末账龄为 1-2 年的应收账款金额上升原因。结合主要客户信用期、应收账款逾期及期后回款情况等，说明发行人应收账款坏账准备计提充分性。

(2) 说明报告期内存在经营困难的客户销售情况及应收账款金额，结合坏账准备计提情况、应收账款回款情况、回款方式等说明相关客户单项坏账准备计提充分性。

(3) 说明报告期内票据收、付、贴现等情况，票据使用策略，2022 年使用票据结算增加和信用等级一般银行承兑汇票及商业票据贴现金额大幅增加的原因，发行人票据使用情况与生产经营是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、说明 2021 年末账龄为 1-2 年的应收账款金额上升原因。结合主要客户信用期、应收账款逾期及期后回款情况等，说明发行人应收账款坏账准备计提充分性

(一) 2021 年末账龄为 1-2 年的应收账款金额上升的原因

报告期各期末，公司按组合计提坏账准备的应收账款中，账龄为 1-2 年的应收账款余额分别为 413.22 万元、1,145.43 万元、13.10 万元和 106.89 万元。

2021 年末，公司账龄为 1-2 年的应收账款余额大幅上升，主要原因系公司客户海马汽车有限公司、长沙世腾汽车配件有限公司和江西昌河汽车有限责任公司出现阶段性的资金周转困难，未能在信用期内足额回款，具体如下：

单位：万元

客户名称	账龄 1-2 年的 应收账款期末 余额	信用期	逾期原因	期后回款 金额
海马汽车有限公司	796.99	对账后 30 天	阶段性资金周 转困难	796.99
长沙世腾汽车配件有限 公司	265.48	到票后 60 天	阶段性资金周 转困难	265.48
江西昌河汽车有限责任 公司	72.47	到票后下月首 日起 60 天	阶段性资金周 转困难	72.47
合计	1,134.94	-	-	1,134.94
占期末 1-2 年应收账款 总额的比例	99.08%	-	-	-

注：期后回款金额仅列示账龄为 1-2 年的应收账款余额对应的回款金额，期后回款统计的截止日期为 2023 年 9 月 30 日。

鉴于客户的基本面未发生实质性变化，资金周转困难是暂时性的，应收账款无法收回的风险不大，且考虑到既往与客户良好的合作关系，经客户与公司协商

后，公司同意放宽回款期限。截至 2022 年 12 月 31 日，上述账龄为 1-2 年的应收账款已全部收回。

（二）结合主要客户信用期、应收账款逾期及期后回款情况等，说明发行人应收账款坏账准备计提充分性

报告期各期末，主要客户信用期、应收账款余额、逾期情况及期后回款情况列示如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日						
客户名称	信用期	应收账款期末余额	账龄	是否逾期	坏账准备计提比例	期后回款金额
奇瑞汽车	对账后 90 天	10,021.50	1 年以内	否	5%	8,288.71
比亚迪汽车	到票后 30 天	5,037.59	1 年以内	否	5%	3,958.41
上汽集团	到票后下个月的 25 号	3,531.82	1 年以内	否	5%	3,194.37
小鹏汽车	到票后 30 天（零部件）、 到票后 90 天（模具）	3,368.40	1 年以内	否	5%	1,190.38
北汽集团	到票后的下月首日起 60 天	1,970.02	1 年以内	否	5%	1,563.43
合计	-	23,929.33	-	-	-	18,195.30
余额占比	-	86.25%	-	-	-	-
期后回款比例	-	76.04%	-	-	-	-
2022 年 12 月 31 日						
客户名称	信用期	应收账款期末余额	账龄	是否逾期	坏账准备计提比例	期后回款金额
奇瑞汽车	对账后 90 天	7,246.73	1 年以内	否	5%	7,246.73
上汽集团	到票后下个月的 25 号	4,728.32	1 年以内	否	5%	4,728.32
比亚迪汽车	到票后 30 天	4,421.37	1 年以内	否	5%	4,421.37
北汽集团	到票后的下月首日起 60 天	3,425.98	1 年以内	否	5%	3,425.98
小鹏汽车	到票后 30 天（零部件）、 到票后 90 天（模具）	2,613.94	1 年以内	否	5%	2,613.94

合计	-	22,436.34	-	-	-	22,436.34
余额占比	-	85.78%	-	-	-	-
期后回款比例	-	100.00%	-	-	-	-
2021年12月31日						
客户名称	信用期	应收账款 期末余额	账龄	是否逾 期	坏账准备 计提比例	期后回款 金额
奇瑞汽车	对账后 90 天	6,139.56	1 年以内	否	5%	6,139.56
北汽集团	到票后的下月 首日起 60 天	4,901.68	1 年以内	否	5%	4,901.68
小鹏汽车	到票后 30 天 (零部件)、 到票后 90 天 (模具)	4,115.42	1 年以内	否	5%	4,115.42
上汽集团	到票后下个月 的 25 号	3,927.44	1 年以内	否	5%	3,927.44
比亚迪汽车	到票后 60 天	2,404.33	1 年以内	否	5%	2,404.33
合计	-	21,488.43	-	-	-	21,488.43
余额占比	-	83.77%	-	-	-	-
期后回款比例	-	100.00%	-	-	-	-
2020年12月31日						
客户名称	信用期	应收账款 期末余额	账龄	是否 逾期	坏账准备 计提比例	期后 回款金额
奇瑞汽车	对账后 90 天	3,963.53	1 年以内	否	5%	3,963.53
海马汽车	到票后 30 天	3,319.48	1 年以内	否	5%	3,319.48
比亚迪汽车	到票后 60 天	1,990.08	1 年以内	否	5%	1,990.08
北汽集团	到票后 60 天	1,356.34	1 年以内	否	5%	1,356.34
上汽集团	到票后下个月 的 25 号	1,269.09	1 年以内	否	5%	1,269.09
合计	-	11,898.52	-	-	-	11,898.52
余额占比	-	75.98%	-	-	-	-
期后回款比例	-	100.00%	-	-	-	-

注：期后回款统计的截止日期为 2023 年 9 月 30 日。

报告期各期末，公司对主要客户应收账款未发生逾期，截至 2023 年 9 月 30 日，除 2023 年 6 月 30 日应收账款因期后统计时间相对较短未全部收回，其余各

期末应收账款期后回款比例均为 100.00%，公司应收账款期后回款良好，应收账款坏账准备计提充分。

二、说明报告期内存在经营困难的客户销售情况及应收账款金额，结合坏账准备计提情况、应收账款回款情况、回款方式等说明相关客户单项坏账准备计提充分性

报告期内，公司存在经营困难的客户包含江苏金坛汽车工业有限公司（以下简称“金坛汽车”）、江西大乘汽车有限公司金坛分公司（以下简称“大乘汽车”）和国机智骏汽车有限公司（以下简称“国机智骏”）。

报告期各期，公司对上述客户的销售情况、各期末应收账款金额、坏账准备计提情况、期后回款情况具体如下：

单位：万元

2023年1-6月/2023年6月30日					
客户名称	当期销售额	期末应收账款余额	坏账准备计提比例	期后回款金额	回款方式
国机智骏	-	693.53	80.00%	-	-
金坛汽车	-	341.44	100.00%	-	-
大乘汽车	-	190.45	100.00%	-	-
2022年度/2022年12月31日					
客户名称	当期销售额	期末应收账款余额	坏账准备计提比例	期后回款金额	回款方式
国机智骏	-	693.53	80.00%	-	-
金坛汽车	-	341.44	100.00%	-	-
大乘汽车	-	190.45	100.00%	-	-
2021年度/2021年12月31日					
客户名称	当期销售额	期末应收账款余额	坏账准备计提比例	期后回款金额	回款方式
国机智骏	76.30	693.53	80.00%	-	-
金坛汽车	-	341.44	100.00%	-	-
大乘汽车	-	190.45	100.00%	-	-
2020年度/2020年12月31日					
客户名称	当期销售额	期末应收账款余额	坏账准备计提比例	期后回款金额	回款方式

国机智骏	1,097.30	923.80	5.00%	316.48	电汇、银行承兑汇票
金坛汽车	-	341.44	100.00%	-	-
大乘汽车	-	190.45	100.00%	-	-

注：期后回款情况统计截至 2023 年 9 月 30 日。

（一）国机智骏

报告期各期，公司对国机智骏的销售金额分别为 1,097.30 万元、76.30 万元、0 万元和 0 万元。

2020 年，公司主要为国机智骏新车型 GX5 和 GC1 配套生产仪表板，当期销售金额 1,097.30 万元，回款金额 589.27 万元，期末应收账款余额 923.80 万元主要系四季度销售形成，与车型上市销售时间吻合，销售及回款情况均未见明显异常，公司对期末应收账款余额依据与账龄相应的预期信用损失率计提了 5% 的坏账准备。

2021 年，国机智骏因车型销量下滑，经营发生困难，应收账款回款发生逾期。公司果断采取措施减少了对国机智骏的供应，并加强了应收账款催收力度。公司当年对国机智骏销售金额 76.30 万元，回款金额 316.48 万元，期末应收账款余额 693.53 万元。2021 年末，公司在评估能够依法留置的模具的变现价值并参考同行业上市公司坏账准备计提情况的基础上，对应收国机智骏的款项按 80% 的比例单项计提了坏账准备。具体测算过程如下：

项目	盘点重量 (kg)	3.31 市场价/kg	盘点价值 (万元)
718/2344 不锈钢废钢	73,942.00	10.53	77.82
其他铸造废钢	312,807.00	2.87	89.84
合计			167.66
应收账款 20%			138.71

注：针对模具残值测算，采用较为谨慎的铸造废钢市场价格进行测算，根据市场价格信息，模具钢市场价格远高于铸造钢。

2022 年，公司与国机智骏协商后签订《债务清偿协议》，双方确认截至协议签署日，国机智骏欠付公司款项为 693.53 万元，约定国机智骏于 2022 年 9 月 20 日前向公司支付 450.00 万元以清偿欠付款项，除此以外，双方互不再向对方主张任何款项或利息、赔偿金、违约金等费用，协议签署后，国机智骏未能实际

履行付款义务。

截至目前，国机智骏的相关模具尚留置在公司，公司对 2022 年末及 2023 年 6 月 30 日的应收账款回收风险进行评估后未调整计提的坏账准备。

（二）金坛汽车

报告期内，公司对金坛汽车未新增销售收入，亦未收回欠付款项。公司在报告期外已获知金坛汽车存在经营困难，无力偿付欠款，判断金坛汽车欠付货款收回的可能性较低。基于谨慎性原则，公司对报告期期初应收账款余额按照 100% 的比例单项计提了坏账准备。

2020 年，公司向常州市金坛区人民法院提起诉讼，要求金坛汽车偿还欠付款项。根据（2020）苏 0414 民初 3718 号《常州市金坛区人民法院民事调解书》，经法院调解，公司与金坛汽车达成调解协议，金坛汽车同意向公司支付货款 407.27 万元。因金坛汽车未能实际履行调解协议偿还欠付款项，公司对 2020 年末和 2021 年末的应收账款回收风险进行评估后未调整计提的坏账准备。

2022 年，公司向常州市金坛区人民法院申请对调解协议相关约定进行强制执行。根据（2022）苏 0413 执 4641 号《常州市金坛区人民法院执行裁定书》，金坛汽车暂无可供执行的财产，公司同意终结执行程序。执行程序终结后，公司仍享有要求被执行人继续履行债务及发现被执行人有可供执行财产依法向人民法院申请恢复执行的权利。公司对 2022 年末及 2023 年 6 月 30 日的应收账款回收风险进行评估后未调整计提的坏账准备。

（三）大乘汽车

报告期内，公司对大乘汽车未新增销售业务，亦未收回欠付款项。公司在报告期外已获知大乘汽车存在经营困难，无力偿付欠款，判断应收大乘汽车款项收回的可能性较低。基于谨慎性原则，公司对报告期期初应收账款余额按照 100% 的比例单项计提了坏账准备。

2020 年，公司向常州市金坛区人民法院提起诉讼，要求大乘汽车偿还欠付款项。根据（2020）苏 0414 民初 3714 号《常州市金坛区人民法院民事调解书》，经法院调解，公司与大乘汽车达成调解协议，大乘汽车同意向公司支付货款 183.83 万元。因大乘汽车未能实际履行调解协议偿还欠付款项，公司对 2020 年

末和 2021 年末的应收账款回收风险进行评估后未调整计提的坏账准备。

2022 年，公司向常州市金坛区人民法院申请对调解协议相关约定强制执行。根据（2022）苏 0413 执 4642 号《常州市金坛区人民法院执行裁定书》，大乘汽车暂无可供执行的财产，公司同意终结执行程序。执行程序终结后，公司仍享有要求被执行人继续履行债务及发现被执行人有可供执行财产依法向人民法院申请恢复执行的权利。公司对 2022 年末及 2023 年 6 月 30 日的应收账款回收风险进行评估后未调整计提的坏账准备。

综上，报告期各期末，公司充分评估了存在经营困难的客户的应收账款回收风险，对上述客户应收账款计提的坏账准备金额充分、合理。

三、说明报告期内票据收、付、贴现等情况，票据使用策略，2022 年使用票据结算增加和信用等级一般银行承兑汇票及商业票据贴现金额大幅增加的原因，发行人票据使用情况与生产经营是否匹配

（一）报告期内票据收、付、贴现等情况

报告期各期，公司票据收、付、贴现等情况具体如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月				
票据类型	取得金额	背书金额	贴现/保理金额	托收金额
信用等级较高的银承	20,743.53	3,440.19	18,283.56	-
信用等级一般的银承	14,050.71	8,539.26	3,049.98	700.00
商业承兑汇票	350.00	100.00	-	150.00
供应链票据	16,473.64	82.83	16,388.89	1.92
合计	51,617.88	12,162.28	37,722.43	851.92
2022 年度				
票据类型	取得金额	背书金额	贴现/保理金额	托收金额
信用等级较高的银承	31,196.72	6,392.45	22,633.16	-
信用等级一般的银承	11,823.25	10,254.05	8,461.05	1,996.86
商业承兑汇票	-	-	-	-
供应链票据	23,526.04	1,295.73	17,956.31	2,498.27
合计	66,546.01	17,942.23	49,050.52	4,495.13

2021 年度				
票据类型	取得金额	背书金额	贴现/保理金额	托收金额
信用等级较高的银承	26,435.30	607.14	28,501.48	3.08
信用等级一般的银承	8,975.60	7,099.55	4,589.11	1,655.00
商业承兑汇票	70.00	70.00	-	-
供应链票据	7,578.01	517.53	4,531.93	1,486.99
合计	43,058.91	8,294.22	37,622.52	3,145.07
2020 年度				
票据类型	取得金额	背书金额	贴现/保理金额	托收金额
信用等级较高的银承	33,428.87	2,263.35	28,494.85	196.72
信用等级一般的银承	6,351.67	9,825.67	3,921.30	1,278.46
商业承兑汇票	-	-	-	-
供应链票据	73.76	73.76	-	-
合计	39,854.30	12,162.78	32,416.15	1,475.18

(二) 票据使用策略

公司制订了《江苏永成汽车零部件股份有限公司票据操作手册》（以下简称《操作手册》），财务部门依据《操作手册》的相关规定执行银行承兑汇票、商业承兑汇票和供应链票据的背书、贴现和到期托收业务，具体如下：

背书：财务部门根据与供应商谈判商定的方式进行支付，使用票据背书支付时，一般考虑信用等级、到期时间等因素选择优先用于背书转让的票据。

贴现：财务部门根据公司的资金需求，考虑库存票据的信用等级和到期时间，向多家金融机构进行询价和比价后，选择贴现成本最优的方案办理贴现业务。

托收：财务部门每月初梳理当月票据到期情况，在票据到期日前 2 日或当日办理票据托收。

(三) 2022 年使用票据结算增加和信用等级一般银行承兑汇票及商业票据贴现金额大幅增加的原因，发行人票据使用情况与生产经营是否匹配

1、2022 年使用票据结算增加的原因，发行人票据使用情况与生产经营是否匹配

报告期各期，公司票据使用情况与生产经营的匹配性如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
票据结算金额	51,617.88	71.16%	66,546.01	54.55%	43,058.91	8.04%	39,854.30
主营业务收入	45,670.68	87.70%	71,989.31	32.96%	54,142.32	42.59%	37,969.56
占比	113.02%	-	92.44%	-	79.53%	-	104.96%

报告期内，公司客户主要为国内知名主机厂，客户采购规模较大，一般会采用票据结算货款，票据结算金额占主营业务收入金额的比例分别为 104.96%、79.53%、92.44%和 113.02%，票据结算比例总体相对较高。

公司 2022 年度使用各类票据结算金额合计 66,546.01 万元，较 2021 年增加 23,487.10 万元，增幅为 54.55%。票据结算金额增加的主要原因系公司 2022 年主营业务收入规模较上年增长 32.96%，其中，主要客户奇瑞汽车、比亚迪汽车、小鹏汽车等收入增长幅度较大的客户均主要使用银行承兑汇票或供应链票据与公司进行结算，票据结算金额明显放大，公司票据使用情况与生产经营相匹配。

2、2022 年信用等级一般银行承兑汇票及商业票据贴现金额大幅增加的原因

2022 年公司主要客户使用信用等级一般的银行承兑汇票和供应链票据结算的合计金额与营业收入的波动对比如下：

单位：万元

客户名称	两类票据结算金额			营业收入		
	2022 年度	2021 年度	变动金额	2022 年度	2021 年度	变动金额
奇瑞汽车	18,169.88	8,288.47	9,881.41	19,669.91	13,306.09	6,363.82
比亚迪汽车	10,645.16	3,223.18	7,421.98	12,271.36	7,925.41	4,345.95
小鹏汽车	3,483.06	-	3,483.06	14,088.71	7,974.30	6,114.41
上汽集团	1,920.00	3,170.51	-1,250.51	8,403.52	9,985.37	-1,581.85

北汽集团	165.91	112.86	53.05	12,637.29	9,524.94	3,112.35
合计	34,384.01	14,795.02	19,588.99	67,070.79	48,716.11	18,354.68
占两类票据结算总额的比例	97.27%	89.38%	-	-	-	-
占主营业务收入的比例	-	-	-	93.17%	89.98%	-

2022 年，公司主要客户使用信用等级一般的银行承兑汇票和供应链票据结算的增长幅度与主要客户收入的增长幅度相匹配。

报告期内，公司基于财务成本考虑，减少了银行借款的规模，主要通过银行承兑汇票贴现和供应链票据无追索权保理补充流动资金。报告期各期末，银行借款余额分别为 5,800.00 万元、3,000.00 万元、1,500.00 万元和 4,200.00 万元，逐年下降。同时，因供应链票据相关业务的便利程度与传统商业票据相比仍有差距，公司供应商对供应链票据的接受程度有限，公司将收到的大部分供应链票据向供应链金融平台及第三方公司办理了保理。

综上，公司信用等级一般的银行承兑汇票和供应链票据结算金额的增加，以及 2022 年公司为减少银行借款将收到的供应链票据进行无追溯权转让，是 2022 年公司信用等级一般的银行承兑汇票及商业票据贴现金额大幅增加的主要原因。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

1、了解、测试并评价发行人与销售收款相关的内部控制的设计及执行的有效性；获取发行人报告期各期末应收账款明细账龄余额表，复核应收账款明细账龄，分析 2021 年末应收账款账龄为 1-2 年的客户明细及相应的坏账准备计提情况；访谈发行人负责相关客户的销售人员，了解 2021 年末账龄为 1-2 年的应收账款的挂账原因及相关客户的信用期；统计分析截至 2023 年 6 月 30 日的各期末应收账款回款情况，复核坏账准备计提的充分性；访谈发行人销售部门相关人员，了解发行人主要客户的结算方式，抽样获取报告期各期主要客户的销售合同，查阅信用期、结算方式等条款并与实际执行情况进行分析比对；

2、访谈发行人财务总监，了解发行人对于存在经营困难的客户的应收账款

报单项计提坏账准备的判断和相关依据，以及在每个资产负债表日对单项计提坏账准备的应收账款回收风险的重新评估和催收情况；

获取并查阅《民事调解书》《执行裁定书》等文件，通过查询中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn>）等公开渠道查询发行人与存在经营困难的客户的诉讼及判决执行情况；

检查报告期内经营困难客户的销售情况，对应客户在报告期内及截至 2023 年 9 月 30 日的销售回款情况；

查阅同行业可比上市公司的招股说明书或定期报告，了解其他公司的坏账准备计提方法和比例，与发行人进行对比分析，复核发行人应收账款坏账准备计提的充分性；

3、获取并复核发行人制订的《票据使用手册》，分析发行人票据使用策略的合理性及报告期内的实际执行情况；

获取发行人报告期内的票据台账，统计包含银行承兑汇票、商业承兑汇票和供应链票据在内的各类票据的各期取得、背书、贴现和托收金额，并与财务账面发生进行核对；

统计 2022 年度各类票据的结算金额，并与 2021 年度进行比较分析，核查票据结算的主要对象，分析复核主要客户票据结算金额增加的原因、合理性以及与发行人经营情况的匹配性；

统计 2022 年度信用等级一般的银行承兑汇票及供应链票据的贴现金额并与 2021 年度进行对比分析，核查供应链票据结算的主要对象，使用供应链票据结算的客户的供应链票据结算比例，分析供应链票据结算金额与收入波动情况的匹配性。

（二）核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、2021 年末账龄为 1-2 年的应收账款金额上升的主要原因系部分客户出现阶段性的资金困难，发行人与客户协商后同意放宽回款期限，该部分应收账款期后已全额回款；报告期各期末，主要客户应收账款期后回款情况较好，发行人计

提的应收账款坏账准备充分、合理；

2、发行人对存在经营困难的客户的应收账款回收风险进行了审慎评估，并参考其他上市公司对同一客户的坏账准备计提比例后，对这部分应收账款按照80%至100%不等的比例单项计提了坏账准备；在报告期内的每个资产负债表日，发行人对这部分应收账款回收风险进行了重新评估，报告期各期末，发行人单项计提的应收账款坏账准备充分、合理；

3、报告期内，发行人的票据结算金额随着营业收入的增长而增长，主要客户销售结算方式未发生明显变化；基于财务成本考虑，发行人主要采用要通过票据贴现方式融资；同时，因使用场景受限，发行人将收到的大部分供应链票据向供应链金融平台和第三方公司办理了无追索权保理业务；报告期内，发行人票据使用情况与其生产经营情况相匹配，具有合理性。

12. 关于存货

申请文件显示：

(1) 报告期各期末，发行人的存货净额分别为 9,584.16 万元、8,205.99 万元和 12,297.33 万元，2021 年有所下降。

(2) 报告期各期末，发行人库存商品和发出商品合计金额分别为 1,259.91 万元、2,516.30 万元和 3,256.73 万元，金额逐渐增加。发行人在产品和发出商品存货跌价准备计提金额较高。

请发行人：

(1) 说明各期末库存商品和发出商品期后结转情况、结转周期，是否存在长期未结转的情况及对应跌价准备计提充分性。

(2) 说明各类存货中 1 年以上库龄的存货金额及占比，结合长库龄存货对应车型及下游市场情况、期后结转情况、跌价准备计提金额等说明各类存货跌价准备计提充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对存货的监盘情况。

一、说明各期末库存商品和发出商品期后结转情况、结转周期，是否存在长期未结转的情况及对应跌价准备计提充分性

(一) 报告期各期末库存商品和发出商品期后结转情况、结转周期

报告期各期末，公司库存商品中包含内外饰产品和销售模式结算的模具，发出商品全部为内外饰产品。

1、库存商品（产品）和发出商品

报告期各期末，公司库存商品（产品）和发出商品期后结转情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日							
项目	期末余额	期后结转情况和结转周期					
		1 年以内金额	1 年以内占比	1 年以上金额	1 年以上占比	结转金额合计	结转占比合计
库存商品（产品）	2,628.88	1,712.55	65.14%	-	-	1,712.55	65.14%

发出商品	2,450.44	792.12	32.33%	-	-	792.12	32.33%
2022年12月31日							
项目	期末余额	期后结转情况和结转周期					
		1年以内金额	1年以内占比	1年以上金额	1年以上占比	结转金额合计	结转占比合计
库存商品（产品）	1,998.63	1,689.50	84.53%	-	-	1,689.50	84.53%
发出商品	1,965.49	1,166.89	59.37%	-	-	1,166.89	59.37%
2021年12月31日							
项目	期末余额	期后结转情况和结转周期					
		1年以内金额	1年以内占比	1年以上金额	1年以上占比	结转金额合计	结转占比合计
库存商品（产品）	1,630.94	1,408.42	86.36%	71.82	4.40%	1,480.24	90.76%
发出商品	1,424.89	1,011.88	71.01%	7.92	0.56%	1,019.80	71.57%
2020年12月31日							
项目	期末余额	期后结转情况和结转周期					
		1年以内金额	1年以内占比	1年以上金额	1年以上占比	结转金额合计	结转占比合计
库存商品（产品）	749.00	554.00	73.97%	65.59	8.76%	619.59	82.72%
发出商品	913.60	651.57	71.32%	78.64	8.61%	730.20	79.93%

注：期后结转情况统计截至2023年9月30日。

（1）库存商品（产品）

报告期各期末，库存商品（产品）结存金额分别为749.00万元、1,630.94万元、1,998.63万元和2,628.88万元，期后结转比例分别为82.72%、90.76%、84.53%和65.14%，其中结转周期为1年以内的比例分别为73.97%、86.36%、84.53%和65.14%，大部分库存商品（产品）已在期后结转，且结转周期主要为1年以内。

（2）发出商品

报告期各期末，发出商品结存金额分别为913.60万元、1,424.89万元、1,965.49万元和2,450.44万元，期后结转比例分别为79.93%、71.57%、59.37%和32.33%，其中结转周期为1年以内的比例分别为71.32%、65.43%、59.37%和32.33%，期后已结转的发出商品的结转周期主要为1年以内。

2、模具

报告期各期末，公司库存商品中模具的期后销售情况详见本回复“7/七/(一)/2、”各期末模具存货金额、数量、期后销售情况”。库存商品（模具）的结转周期均为1年以内，不存在长期未结转的情况。

(二) 是否存在长期未结转的情况及对应跌价准备计提充分性

1、库存商品（产品）和发出商品

(1) 期后未结转情况

报告期各期末，公司库存商品(产品)及发出商品期后未结转金额情况如下：

单位：万元

项目	存货余额	跌价准备	期后未结转金额
2023年6月30日			
库存商品（产品）	2,628.88	245.20	916.33
发出商品	2,450.44	579.23	1,658.32
2022年12月31日			
库存商品（产品）	1,998.63	199.55	309.13
发出商品	1,965.49	507.84	798.60
2021年12月31日			
库存商品（产品）	1,630.94	277.77	150.70
发出商品	1,424.89	261.77	405.09
2020年12月31日			
库存商品（产品）	749.00	316.17	129.41
发出商品	913.60	86.52	183.40

注：期后结转情况统计截至2023年9月30日。

(2) 对应跌价准备计提情况

①库存商品（产品）

截至2023年9月30日，报告期各期末库存商品（产品）尚未结转的金额分别为129.41万元、150.70万元、309.13万元和916.33万元，2023年6月末未结转金额相对较高，主要原因系2023年6月末的期后结转统计期间仅为3个月，

已结转金额相对较低。

公司根据对应车型的市场销量情况判断内外饰产品是否存在滞销的风险。如公司判断内外饰产品存在较高的滞销风险，则参考废料的市场销售价格确定产品的可变现净值，并按照可变现净值与成本孰低计提存货跌价准备。2020年和2021年末库存商品（产品）存货跌价准备余额均大于期后未结转金额，跌价准备计提较为充分。因2022年末和2023年6月末库存商品（产品）的期后结转统计期间较短，期后未结转金额相对较大，与期末存货跌价准备余额比较结果的参考性不强。

②发出商品

报告期各期末发出商品截至2023年9月30日的未结转金额分别为183.40万元、405.09万元、798.60万元和1,658.32万元，2022年末和2023年6月末未结转金额相对较高，主要原因系2022年末和2023年6月末的期后结转统计期间仅为9个月和3个月，已结转金额相对较低。

公司存在期后尚未结转的发出商品主要系受到主机厂生产排期计划、车型销售未达预期等因素的影响，主机厂在收到货物后，尚未领用或装配至整车上，因此尚未与公司结算，从而形成尚未结转的发出商品。

公司认为发出1年以上仍未结算的发出商品存在较大的结算和收回风险，判断其可变现净值为0，根据发出商品账面成本全额计提存货跌价准备。

2、模具

报告期各期末，公司参考模具对应的销售价格确定的可变现净值均大于其账面成本，未对库存商品中核算的模具计提跌价准备。

综上，报告期各期末大部分库存商品和发出商品的结转周期为1年以内，公司已根据企业会计准则的相关规定对长期未结转的库存商品和发出商品计提了充分、合理的存货跌价准备。

二、说明各类存货中 1 年以上库龄的存货金额及占比，结合长库龄存货对应车型及下游市场情况、期后结转情况、跌价准备计提金额等说明各类存货跌价准备计提充分性

(一) 各类存货中 1 年以上库龄的存货金额及占比情况

报告期各期末，发行人各类存货中 1 年以上库龄的存货金额及占比情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日					
项目	账面金额	跌价准备	计提比例	1 年以上金额	1 年以上金额占比
原材料	3,432.53	98.12	2.86%	334.80	9.75%
在产品	3,156.30	185.76	5.89%	129.00	4.09%
库存商品（产品）	2,628.88	245.20	9.33%	183.82	6.99%
库存商品（模具）	350.81	-	-	-	-
发出商品	2,450.44	579.23	23.64%	579.23	23.64%
委托加工物资	742.28	-	-	85.63	11.54%
合计	12,761.24	1,108.31	8.68%	1,312.48	10.28%
2022 年 12 月 31 日					
项目	账面金额	跌价准备	计提比例	1 年以上金额	1 年以上金额占比
原材料	4,374.27	139.82	3.20%	416.38	9.52%
在产品	3,353.13	448.95	13.39%	364.03	10.86%
库存商品（产品）	1,998.63	199.55	9.98%	215.56	10.79%
库存商品（模具）	1,389.74	-	-	-	-
发出商品	1,965.49	507.84	25.84%	507.84	25.84%
委托加工物资	512.22	-	-	64.58	12.61%
合计	13,593.48	1,296.16	9.54%	1,568.39	11.54%
2021 年 12 月 31 日					
项目	账面金额	跌价准备	计提比例	1 年以上金额	1 年以上金额占比
原材料	3,170.81	79.54	2.51%	313.23	9.88%

在产品	2,529.98	482.14	19.06%	397.13	15.70%
库存商品（产品）	1,630.94	277.77	17.03%	195.90	12.01%
库存商品（模具）	54.82	-	-	-	-
发出商品	1,424.89	261.77	18.37%	261.77	18.37%
委托加工物资	495.77	-	-	66.62	13.44%
合计	9,307.21	1,101.21	11.83%	1,234.65	13.27%
2020年12月31日					
项目	账面金额	跌价准备	计提比例	1年以上金额	1年以上金额占比
原材料	2,772.15	59.63	2.15%	358.70	12.94%
在产品	2,337.38	791.40	33.86%	701.27	30.00%
库存商品（产品）	749.00	316.17	42.21%	202.33	27.01%
库存商品（模具）	3,829.87	-	-	-	-
发出商品	913.60	86.52	9.47%	86.52	9.47%
委托加工物资	235.87	-	-	63.41	26.88%
合计	10,837.88	1,253.73	11.57%	1,412.23	13.03%

公司向客户提供的产品主要为定制化产品，公司与客户确定项目合作关系后，客户根据其后续生产安排，在项目生命周期内持续向公司采购对应产品，车型停产后也需要保有一定库存以应对售后维修的需求，故公司存在部分长库龄存货具有合理性，相关存货未来销售也具有可实现性。

报告期各期末，公司存货库龄主要在1年以内，1年以上存货占比分别为13.03%、13.27%、11.54%和10.28%，期后结转比率分别为94.70%、88.83%、83.45%和58.27%，期后结转率较高。除公司已计提存货跌价准备外，其他各类存货不存在明显减值的情况，存货跌价准备计提充分。

（二）公司存货跌价准备计提政策

1、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

2、各类存货可变现净值的具体确认方法

公司各类存货可变现净值的具体确认方法如下：

(1) 原材料

公司主要原材料为塑料粒子、油漆等。粒子的使用范围广且可使用期限较长，由于公司整体处于盈利状态，确认粒子的可变现净值高于粒子成本，故塑料粒子未计提存货跌价准备。油漆的保质期通常为 1 年，确认已过保质期油漆的可变现净值为 0，因此对库龄 1 年以上的油漆全额计提了存货跌价准备。

(2) 在产品 and 产成品

公司结合车型销量进行判断，当在产品 and 产成品对应车型在报告期末前 6 个月的销量低于 1,000 台时，将该产品判定为呆滞件，呆滞件的可变现净值为产品重量折算成销售废料的金额，非呆滞件的可变现净值为该存货的预计售价减去预计的销售费用和相关税费后的金额。

(3) 库存商品（模具）

模具的可变现净值以模具开发合同约定的售价减去预计销售费用和相关税费后的金额。

(4) 发出商品

公司发出商品账龄在 1 年以上尚未结算的，其存在较大的结算和收回风险，确认其可变现净值为 0，全额计提了存货跌价准备；账龄在 1 年以下的可变现净值为该存货的预计售价减去预计的销售费用和相关税费后的金额。

(5) 委托加工物资

对应库存商品估计售价减掉委托加工物资加工至完工时将要发生的成本、销售费用和相关税费后的金额。

(三) 长库龄存货具体情况

1、在产品 and 库存商品（产品）

报告期各期末，公司在在产品 and 库存商品（产品）中长库龄存货对应车型及下游市场情况、跌价准备计提金额如下：

金额：万元，销量：万辆

车型	2023年1-6月			2022年度			2021年度			2020年度		
	库龄1年以上金额	存货跌价准备金额	期后结转金额	库龄1年以上金额	存货跌价准备金额	期后结转金额	库龄1年以上金额	存货跌价准备金额	期后结转金额	库龄1年以上金额	存货跌价准备金额	期后结转金额
北汽威旺系列	132.31	110.40	60.33	201.79	185.11	129.83	213.32	202.65	81.09	278.43	250.21	173.83
北汽昌河系列	44.96	40.04	-	198.05	181.21	153.09	182.72	166.62	137.92	242.74	221.15	213.31
大乘 G60S	6.88	5.99	-	13.79	11.57	6.91	26.13	23.18	19.25	38.35	32.65	31.48
众泰 X7	-	-	-	1.93	1.77	1.91	1.93	1.81	1.91	41.40	37.66	41.40
北京 EX3	0.33	0.31	-	0.34	0.31	0.01	39.60	35.92	39.28	24.64	23.08	24.64
合计	184.48	156.74	60.33	415.90	379.97	291.75	463.71	430.17	279.45	625.55	564.76	484.65
总额	312.82	430.96	-	579.59	648.50	-	593.03	759.91	-	903.60	1,107.57	-
占比	58.97%	36.37%	-	71.76%	58.59%	-	78.19%	56.61%	-	69.23%	50.99%	-

注：上表中期后结转金额系截至 2023 年 9 月 30 日。

报告期各期末，公司在产品和库存商品（产品）中长库龄存货主要为北汽威旺系列、北汽昌河系列、大乘 G60S、众泰 X7 和北京 EX3 车型对应产品，前述车型在报告期内已停售，公司存货主要应对售后市场。公司根据车型及下游市场情况判断，在产品和产成品存货跌价准备计提充分。

2、发出商品

报告期各期末，发出商品中长库龄存货对应车型及下游市场情况、跌价准备计提金额如下：

单位：万元

车型	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	库龄1年以上金额	存货跌价准备金额	库龄1年以上金额	存货跌价准备金额	库龄1年以上金额	存货跌价准备金额	库龄1年以上金额	存货跌价准备金额
奇瑞捷途系列	161.98	161.98	129.04	129.04	33.41	33.41	2.17	2.17
小鹏 G3	134.17	134.17	128.38	128.38	59.06	59.06	49.30	49.30
北京 EU5	97.24	97.24	99.81	99.81	90.53	90.53	23.14	23.14
荣威 RX3	65.94	65.94	57.15	57.15	18.26	18.26	0.15	0.15
名爵 MG3	20.24	20.24	20.20	20.20	4.04	4.04	0.88	0.88
北京 EX3	1.37	1.37	1.37	1.37	23.16	23.16	-	-

合计	480.94	480.94	435.95	435.95	228.47	228.47	75.65	75.65
总额	579.23	579.23	507.84	507.84	261.77	261.77	86.52	86.52
占比	83.03%	83.03%	85.84%	85.84%	87.28%	87.28%	87.44%	87.44%

公司针对发出商品账龄在 1 年以上的已全额计提存货跌价准备，发出商品存货跌价准备计提充分。

3、委托加工物资

报告期各期末，公司长库龄的委托加工物资金额为 63.41 万元、66.62 万元、64.58 万元和 85.63 万元。委托加工物资主要系公司委托外协厂商加工的原材料和素材件，公司会根据订单计划适当增加委托加工发货量，以满足生产可能产生的临时需求，导致部分委托加工物资库龄为 1 年以上，由于可变现净值大于账面金额，因此未计提存货跌价准备。

4、与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司与可比公司的存货期末跌价准备计提比例比较如下：

公司名称	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
新泉股份	0.17%	0.09%	0.08%	0.03%
模塑科技	4.82%	4.49%	4.59%	3.97%
一彬科技	5.39%	5.23%	4.09%	4.90%
福赛科技	5.49%	5.67%	5.66%	5.79%
金钟股份	3.64%	4.03%	2.72%	2.80%
平均	3.90%	3.90%	3.43%	3.50%
发行人	8.68%	9.54%	11.83%	11.57%

由上表可知，报告期各期末，公司存货期末跌价准备计提比例整体高于同行业可比公司，存货跌价准备计提充分。

综上所述，报告期各期末，公司存货跌价准备计提充分。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对存货的监盘情况

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

1、了解与存货相关的内部控制制度设计，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、取得发行人报告期各期末的存货明细表、库龄明细表，了解并分析发行人报告期各期末各类别存货余额情况；

3、访谈仓库人员、采购人员、生产人员及财务总监，了解出现库龄较长存货的原因及发行人对此类存货的管理；

4、查阅发行人报告期各期末的存货库存明细、库龄明细，核查库龄一年以上存货的主要情况及存货跌价计提情况；分析部分存货库龄较长的原因；

5、访谈发行人财务总监，了解发行人存货跌价准备计提政策和存货减值测试过程，复核发行人提供的存货可变现净值计算表是否准确，存货跌价准备计提是否充分；

6、查阅可比公司招股说明书及定期报告，对比报告期各期末发行人与可比公司存货跌价准备计提比例的差异；

7、对发行人 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日和 2023 年 6 月 30 日的原材料、在产品、库存商品进行了监盘，对 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日和 2023 年 6 月 30 日的委托加工物资和发出商品进行了函证，监盘和函证情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
监盘范围	原材料、在产品、库存商品	原材料、在产品、库存商品	原材料、在产品、库存商品
函证范围	发出商品、委托加工物资	发出商品、委托加工物资	发出商品、委托加工物资
存货账面金额	12,761.24	13,593.48	9,307.21
存货监盘金额	7,862.80	9,960.81	7,443.44
存货函证金额	3,030.53	2,375.53	1,324.92
监盘与函证金额合计	10,893.33	12,336.34	8,768.36
监盘与函证比例合计	85.36%	90.75%	94.21%

对 2020 年 12 月 31 日的存货，保荐人和申报会计师实施了以下替代测试程

序：（1）了解发行人与存货管理、存货盘点相关的内控制度，并测试相关内控执行的有效性；（2）获取发行人 2020 年的盘点表，并与账面信息核对，核查盘点差异是否已经入账；（3）获取报告期内发行人的存货收发存明细表，抽样检查报告期内发行人存货出入库单、结算单，根据 2021 年末存货监盘结果倒轧至 2020 年末，追溯核查验证 2020 年末存货余额的准确性；（4）对发出商品，检查出库单据及期后主机厂公布情况。

（二）核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人各期末库存商品和发出商品存在长期未结转的情况，结转周期主要为 1 年以内，对应跌价准备计提充分；

2、报告期各期末，发行人存货库龄主要在 1 年以内，存货跌价准备计提充分；

3、报告期各期末，发行人存货账实相符，未发现毁损、灭失的情况。

13. 关于固定资产

申请文件显示，截至报告期期末，发行人机器设备账面原值为 20,674.39 万元，其中原值金额较大的喷涂线、3300T 注塑机、2800T 注塑机成新率分别为 58.44%、44.03%和 34.17%。报告期内，发行人注塑设备、喷涂设备产能未发生变化，产能利用率逐渐提升。发行人未说明其机器设备产值与同行业可比公司比较情况。

请发行人：

（1）说明注塑、喷涂产能具体计算方式，与主要机器设备情况是否匹配；结合主要机器设备成新率情况、预计可使用年限等说明未来是否存在较大固定资产更新需求。

（2）结合同行业可比公司使用机器设备特点、单位机器设备产值情况等，说明发行人机器设备投入与自身经营规模是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对固定资产的监盘情况。

【回复】

一、说明注塑、喷涂产能具体计算方式，与主要机器设备情况是否匹配；结合主要机器设备成新率情况、预计可使用年限等说明未来是否存在较大固定资产更新需求

(一) 注塑、喷涂产能具体计算方式，与主要机器设备匹配情况

1、注塑产能计算方式，与主要机器设备匹配情况

公司的主要大件产品保险杠总成、仪表板总成、门护板总成由本体和小零部件组成，本体的产能决定总成的产能，上述产品本体的生产均需要大型注塑设备，故根据公司大型注塑设备的工作模次统计产能能够反映公司主要生产设备的产能。

公司产品种类众多，报告期内公司根据生产安排将 2800T 以上的大型注塑机专门用于生产保险杠总成、仪表板总成、门护板总成的本体，其余注塑设备用于生产非上述总成产品本体的其他零部件。截至 2023 年 6 月 30 日，公司的 8 台专用注塑机具体情况如下：

序号	品牌	规格	数量（台）
1	泰瑞	3500T	2
2	海天	3300T	5
3	海天	2800T	1

以上 8 台专用大型注塑机均属于公司的主要机器设备，与招股说明书披露的公司主要机器设备一致。

报告期各期，公司主要注塑设备的产能计算过程如下：

序号	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
A	本体专用大型注塑机台数	8	7	7	7
B	设备每日运行班次	2	2	2	2
C	设备每班次运行时间（小时）	8	8	8	8
D	每一模次需要时间（秒）	75	75	75	75
E=3600/D	每小时可完成的模次数	48	48	48	48

F	本期运行天数 (日)	125	250	250	250
G=A*B*C*E*F	产能(标准注塑 次数)	768,000	1,344,000	1,344,000	1,344,000

注：保险杠本体平均需要 1.5 个模次，仪表板本体平均需要 2 个模次，门护板本体平均需要 1 个模次。

2、喷涂产能计算方式，与主要机器设备匹配情况

公司的外饰主要产品保险杠总成、外侧包围均需经过喷涂环节，故根据主要外饰产品的喷涂产能反映喷涂线的产能。

公司有两条喷涂线，一条位于江苏永成（喷涂线①），一条位于河南俱成（喷涂线②），公司的喷涂线产能测算过程如下：

序号	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		喷涂线①	喷涂线②	喷涂线①	喷涂线②	喷涂线①	喷涂线②	喷涂线①	喷涂线②
A	滑橇数量(个)	113	170	113	170	113	170	113	170
B	单个滑橇运输量(个)	4	2	4	2	4	2	4	2
C	设备每日运行班次	2	2	2	2	2	2	2	2
D	设备每班次运行时间 (小时)	10	10	8	8	8	8	8	8
E	整组滑橇单圈运行时间 (小时)	4	4	4	4	4	4	4	4
F=C*D/E	单日整组滑橇运行圈数	5	5	4	4	4	4	4	4
G	本期运行天数(日)	125	125	250	250	250	250	250	250
H=A*B*F*G	喷涂线产能(喷涂个数)	282,500	212,500	452,000	340,000	452,000	340,000	452,000	340,000
合计产能(喷涂数量)		495,000		792,000		792,000		792,000	

注：喷涂线①是双边线，喷涂线②是单边线，故喷涂线①单个滑橇运输量是喷涂线②的两倍。

上述两条喷涂线在报告期内连续投入使用，均属于公司的主要机器设备，与招股说明书披露的公司主要机器设备情况一致。

(二) 公司未来三年不存在较大的固定资产更新需求

1、注塑机情况

截至 2023 年 6 月 30 日，公司 8 台专用大型注塑机情况如下：

单位：万元

序号	品牌	规格	原值	净值	成新率	预计使用年限
1	泰瑞	3500T	427.51	407.21	95.25%	10年
2			411.50	395.22	96.04%	
3	海天	3300T	495.73	240.63	48.54%	
4			410.26	127.69	31.13%	
5			410.26	169.91	41.42%	
6			406.84	142.73	35.08%	
7			410.26	156.92	38.25%	
8	海天	2800T	341.88	138.89	40.62%	
合计			3,314.23	1,779.21	53.68%	-

截至2023年6月30日，公司8台专用大型注塑机的整体成新率为53.68%，维持在较高水平，且运行良好，未来三年不存在较大的更新需求。

2、喷涂生产线情况

截至2023年6月30日，公司喷涂线情况如下：

单位：万元

名称	原值	净值	成新率	预计使用年限
喷涂线①	2,697.05	1,062.57	39.40%	10年
喷涂线②	3,607.02	2,322.02	64.37%	
合计	6,304.07	3,384.59	53.69%	-

截至2023年6月30日，公司2条喷涂线的整体成新率为53.69%，维持在较高水平，且运行良好，未来三年不存在较大的更新需求。

3、其他主要生产设备情况

截至2023年6月30日，公司其他主要生产设备情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量 (台/套)	原值	净值	成新率	预计使用年限
1	2800T 注塑机	2	703.42	168.60	23.97%	10年
2	1600T 注塑机	4	871.49	604.05	69.31%	10年
3	克劳斯玛菲发泡机	2	730.57	305.16	41.77%	10年

	及孚利模模架系统					
4	激光弱化设备扫描式	1	722.00	641.98	88.92%	10年
5	搪塑设备及清洗系统	2	660.68	210.87	31.92%	10年
6	1700T 注塑机	3	537.86	503.90	93.69%	10年
7	ABB 机器人	5	534.19	52.08	9.75%	10年
8	IMG 成型机	1	379.00	240.98	63.58%	10年
9	3000T 注塑机	1	324.79	129.37	39.83%	10年
10	2100T 注塑机	1	220.65	210.17	95.25%	10年
11	振动摩擦焊接机	3	216.05	95.49	44.20%	10年
12	1850T 注塑机	1	193.16	83.06	43.00%	10年
13	ABB 双机器人铣刀切割机	1	170.94	54.56	31.92%	10年
14	库卡机器人	4	136.40	56.49	41.42%	10年
15	史陶比尔单机器人铣刀弱化设备	1	132.48	42.28	31.92%	10年
16	史陶比尔冷刀弱化设备	1	119.66	38.19	31.92%	10年
17	红外焊接设备	1	110.62	104.49	94.46%	10年
合计			6,763.96	3,541.72	52.36%	10年

截至 2023 年 6 月 30 日，公司其他主要生产设备的整体成新率为 52.36%，维持在较高水平，且运行良好，未来三年不存在较大的更新需求。

二、结合同行业可比公司使用机器设备特点、单位机器设备产值情况等，说明发行人机器设备投入与自身经营规模是否匹配

同行业可比公司与公司的主要机器设备种类如下：

公司名称	主要机器设备种类
新泉股份	注塑机、搪塑机、激光弱化设备、超声波焊接机、发泡机、真空成形机、机械手、热铆焊接机等
模塑科技	未披露
一彬科技	注塑机、压力机、冲床、包覆线、成型机、多工位机械手、门板包覆包边设备、机床、电力设备等
福赛科技	注塑机、机械手、数控火花机、涂装线、吹塑机、铣床等

金钟股份	注塑机、喷涂线、镀膜机、干冰清洗线、磁控生产线、盖模喷涂线、塑料注射成型机等
发行人	注塑机、自动化喷涂线、发泡机、激光弱化设备、搪塑线、阴模设备、表皮裁床、振动摩擦焊接机、多工位机械手、柔性焊接线、超声波焊接机、包覆包边设备等

报告期各期末，公司与同行业可比公司机器设备原值对比如下：

单位：万元

公司名称	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
新泉股份	209,433.57	168,556.94	134,084.93	110,160.21
模塑科技	217,843.49	193,381.13	173,392.58	193,261.18
一彬科技	45,633.27	44,915.12	38,131.69	32,050.52
福赛科技	-	14,417.77	11,808.43	10,527.26
金钟股份	24,321.40	19,197.61	14,910.42	10,190.47
平均	124,307.94	88,093.71	74,465.61	71,237.93
发行人	22,065.54	20,674.39	19,034.86	18,824.64

注：福赛科技未披露2023年6月30日机器设备原值数据。

同行业可比公司与公司机器设备的折旧年限与残值率如下：

项目	新泉股份	模塑科技	一彬科技	福赛科技	金钟股份	公司
折旧年限	10年	10-15年	3-10年	3-10年	5-10年	10年
残值率	5%	5%	5%	5%	5%	5%

同行业可比公司与发行人均使用注塑机、喷涂线等机器设备进行生产，同行业可比公司与发行人的机器设备原值均较大，其经营都体现出重资产特征。

报告期各期，公司生产设备原值与主营业务收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2023年6月末 /2023年1-6月	2022年末/度	2021年末/度	2020年末/度
机器设备原值	22,065.54	20,674.39	19,034.86	18,824.64
主营业务收入	45,670.68	71,989.31	54,142.32	37,969.56
单位机器设备的产值	2.07	3.48	2.84	2.02
主要注塑设备的产能利用率	97.91%	98.69%	92.07%	61.93%
喷涂线的产能利用率	104.95%	92.18%	88.26%	64.77%

报告期内，公司单位机器设备的产值逐渐上升，主要是随着业务规模扩大，公司的产能利用率逐渐提升。

报告期各期，公司单位机器设备的产值与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
新泉股份	1.95	3.71	3.02	2.88
模塑科技	1.75	3.88	4.16	3.10
一彬科技	1.97	4.07	3.69	4.07
福赛科技	-	4.30	4.52	3.95
金钟股份	1.66	3.77	3.65	3.86
平均	1.83	3.95	3.81	3.57
发行人	2.07	3.48	2.84	2.02

注：因福赛科技未披露2023年6月与30日机器设备原值数据，故无法计算单位机器设备的产值。

由此可见，随着发行人的产能利用率逐步提高，单位机器设备的产值与同行业可比公司的平均水平无显著差别。发行人机器设备投入与自身经营规模基本匹配。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对固定资产的监盘情况

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

1、查阅注塑机等生产设备的研报，了解机器设备的用途；访谈发行人的质量中心总监，了解发行人产能的计算方法；取得发行人的主要生产设备明细表，复核发行人产能计算、主要机器设备的成新率等指标的准确性，分析是否存在较大固定资产更新需求；

2、查阅同行业可比公司的相关资料，对比其使用机器设备特点、单位机器设备的产值；对比发行人及可比公司单位机器设备的产值并分析发行人机器设备投入与自身经营规模的匹配性；

3、保荐人与申报会计师对发行人2021年12月31日、2022年12月31日和2023年6月30日的主要固定资产进行监盘，实地观察了主要固定资产的运行

状态，核对了固定资产实物数量与固定资产卡片帐以及固定资产明细账的数量是否一致，具体如下：

单位：万元

项目	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日
盘点人员	发行人及子公司相关负责人员		
监盘人员	保荐人与申报会计师项目组成员		
盘点地点	发行人经营场所		
盘点范围	江苏永成汽车零部件股份有限公司及其子公司拥有的所有固定资产		
固定资产原值	36,634.77	35,107.52	29,347.85
监盘金额	33,093.82	31,207.93	28,020.04
监盘比例	90.33%	88.89%	95.48%

对2020年12月31日的固定资产，保荐人和申报会计师实施了以下替代测试程序：（1）了解并评估固定资产内控和固定资产盘点制度的有效性；（2）检查大额固定资产对应的合同、验收单、发票、付款回单等单据，核实了各期末资产的真实性；（3）获取固定资产的盘点记录、盘点表并执行分析性程序。

（二）核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人注塑、喷涂产能具体计算方式合理，与主要机器设备相匹配；发行人主要机器设备成新率维持在较高水平，且运行良好，未来三年不存在较大的更新需求；

2、发行人的单位机器设备的产值与同行业可比公司的平均水平无显著差别，发行人机器设备投入与自身经营规模相匹配；

3、报告期各期末，发行人主要固定资产运行情况良好，固定资产账实相符，不存在盘点差异。

14. 关于其他事项

申请文件显示：

（1）报告期内，发行人将子公司开封永成100%股权对外转让，转让总价款为1,580.00万元，发行人未说明开封永成经营情况。

(2) 报告期末，发行人交易性金融资产余额为 2000 万元，系购买银行理财产品。

(3) 2021 年末、2022 年末，发行人预付款金额增加较多，2022 年末主要预付款中较多为模具款，但交易方均非发行人报告期内主要模具供应商。2022 年末，发行人其他非流动资产金额较高，主要系新增武汉生产基地的预付设备款及厂房租金款项。

(4) 发行人与奇瑞汽车部分销售形成了合同资产。

请发行人：

(1) 说明开封永成设立目的、转让前经营情况、对发行人最近一年总资产、净资产、营业收入影响情况，转让价款确定依据、公允性，对发行人财务数据影响情况。

(2) 说明报告期内购买银行理财产品具体情况、风险等级、收益率、资金投向、期后回收情况，是否存在信用风险。

(3) 说明报告期各期末预付款、其他非流动资产具体内容、期后结转情况、结转周期、与合同约定是否一致，2022 年末预付款交易方均非发行人主要模具供应商的原因及合理性。

(4) 结合与奇瑞汽车合同约定主要条款，说明报告期内确认合同资产具体内容、确认准确性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明开封永成设立目的、转让前经营情况、对发行人最近一年总资产、净资产、营业收入影响情况，转让价款确定依据、公允性，对发行人财务数据影响情况

（一）开封永成设立目的、转让前经营情况、对发行人最近一年总资产、净资产、营业收入影响情况

1、开封永成设立目的

公司设立开封永成时，将开封永成定位为其在河南区域的生产基地，主要为海马汽车提供配套。

2、开封永成转让前经营情况、对发行人最近一年总资产、净资产、营业收入影响情况

转让前，开封永成已停止生产经营。开封永成的转让于 2020 年 8 月完成，开封永成转让当期（2020 年 1 至 8 月）的主要财务指标及对公司当年的影响如下：

单位：万元

项目	总资产	净资产	营业收入
开封永成转让当期的财务数据	1,042.25	907.82	199.08
江苏永成 2020 年度财务数据	75,359.46	29,343.72	38,892.51
占比情况	1.38%	3.09%	0.51%

注：上述数据经容诚会计师审计。

由上表可知，转让前开封永成的资产规模与业务规模较小，占公司最近一年的总资产、净资产、营业收入比例较低。

（二）转让价款确定依据、公允性

本次股权转让总价款为 1,580.00 万元，系双方根据开封永成土地、房产市场价格情况协商确定，价格公允，具体如下：

1、开封永成转让前资产情况

开封永成转让前，债权债务已经清理完毕，其拥有的资产为房产及土地使用权：

（1）房产情况

开封永成转让前拥有的房产情况如下：

类别	权证编号	建筑物名称	结构	建成年月	建筑面积 (m ²)
房屋建筑物	汴房地产权证第270435号	1#厂房（注塑车间）	钢混结构	2010.08	1,296.00
	汴房地产权证第270437号	2#、4#厂房（涂装车间）			3,650.00
	汴房地产权证第270436号	3#厂房（仓库）			3,463.00
	汴房地产权证第270434号	综合楼			1,383.00
	无证	门卫			60.00
构筑物及其他辅助设施	无证	钢结构大棚	钢结构	2016.12	942.00

（2）土地使用权

开封永成转让前拥有的土地使用权情况如下：

类别	权证编号	宗地名称	土地位置	到期年月
土地使用权	汴房地产权证字第240352号	开封永成地块	开发区魏都路以北，五号路以西	2056年12月
用地性质	土地用途	准用年限	开发程度	面积 (m ²)
出让	工业	50年	五通一平	22,467.67

2、交易价格测算情况

根据中国土地市场网 (<https://www.landchina.com>) 的公示信息，开封永成转让前一个月开封市工业用地土地供应结果的主要信息如下：

序号	合同签订时间	供地方式	面积 (m ²)	成交价格 (万元)	土地单价 (元/m ²)	土地使用年限(年)
1	2020/8/25	挂牌出让	28,679.50	1,141.44	398.00	50
2	2020/8/25	挂牌出让	76,181.70	3,207.25	421.00	50
3	2020/8/25	挂牌出让	37,803.00	1,500.78	397.00	50
合计			142,664.20	5,849.47	410.02	-

开封永成资产的价值测算如下：

序号	项目	金额
A	固定资产账面净值（万元）	528.74

B	当地市场工业用地出让均价（元/m ² ）	410.02
C	开封永成土地面积（m ² ）	22,467.67
D=B*C/10000	无形资产-土地使用权（万元）	921.22
E=A+D	合计（万元）	1,449.96

注：固定资产为账面净值，未考虑增值因素。

开封永成资产的测算价值约 1,449.96 万元，交易作价 1,580.00 万元，二者金额接近，交易价格公允。

3、评估情况

因转让开封永成时，开封永成仅有房产和土地，双方根据开封永成土地、房产市场价格情况协商确定。2020 年 10 月 19 日，厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司就江苏永成转让开封永成股权事项出具《资产评估报告》（大学评估评报字[2020]960047 号），评估基准日为 2020 年 8 月 31 日，其中房产评估净值为 692.18 万元，土地使用权评估价值为 869.50 万元，房产与土地使用权合计为 1,561.68 万元。开封永成股权转让价格与评估值差距较小，因此价格公允。

（三）转让开封永成对发行人财务数据影响情况

2020 年，公司对外转让开封永成实现投资收益 672.18 万元，占当年营业利润的 25.55%，未超过 30%，对公司当年财务数据不构成重大影响。

二、说明报告期内购买银行理财产品具体情况、风险等级、收益率、资金投向、期后回收情况，是否存在信用风险

（一）报告期内购买理财产品具体情况、风险等级、收益率、资金投向

报告期内公司购买银行理财产品的具体情况如下：

理财产品名称	金额（万元）	购买日	收益类型	年化收益率	风险等级	资金投向
江南农商行“聚富 J2211 期 01”	2,000.00	2022.12.31	非保本浮动性	2.70%	中低	公募基金、货币市场工具和其他资产

（二）理财产品其后回收情况，是否存在信用风险

公司于 2023 年 1 月 11 日赎回该理财产品，取得收益 1.48 万元。公司购买理财产品的主要目的系提高阶段性闲置资金的使用效益，信用风险较低，投资期

限较短，且已在期后赎回，信用风险已消除。

三、说明报告期各期末预付款、其他非流动资产具体内容、期后结转情况、结转周期、与合同约定是否一致，2022 年末预付款交易方均非发行人主要模具供应商的原因及合理性

(一) 报告期各期末预付款、其他非流动资产具体内容

1、预付款项

报告期各期末，公司预付款项的具体内容包含模具款、货款、设计费、待摊费用及房租水电费等，具体明细如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
模具款	459.40	466.40	667.48	42.79
货款	111.94	218.69	309.62	58.07
设计费	230.25	200.44	25.56	65.56
待摊费用	35.97	76.20	42.81	76.05
水电费	43.03	13.49	33.54	68.12
房租及其他	35.92	2.45	57.31	88.16
合计	916.52	977.67	1,136.32	398.75

2、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产的具体内容包含设备购置款、武汉项目厂房建设款及上市中介机构费用，具体明细如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
设备购置款	1,952.22	2,179.91	230.01	133.35
厂房建设款	3,180.92	1,391.83	-	-
上市中介机构费用	273.77	175.47	-	-
合计	5,406.90	3,747.21	230.01	133.35

(二) 预付款项、其他非流动资产期后结转情况、结转周期、与合同约定是否一致

1、报告期各期末预付款项和其他非流动资产期后结转情况

报告期各期末，公司预付款项和其他非流动资产期后结转情况如下：

单位：万元

项目	2023年6月30日	期后结转情况 (截至2023年9月30日)	
		金额	比例
预付款项	916.52	529.49	57.77%
其他非流动资产	5,406.90	312.42	5.78%
合计	6,323.42	841.91	13.31%
项目	2022年12月31日	期后结转情况 (截至2023年9月30日)	
		金额	比例
预付款项	977.67	825.73	84.46%
其他非流动资产	3,747.21	541.91	14.46%
合计	4,724.88	1,367.64	28.95%
项目	2021年12月31日	期后结转情况 (截至2023年9月30日)	
		金额	比例
预付款项	1,136.32	1,136.32	100.00%
其他非流动资产	230.01	230.01	100.00%
合计	1,366.33	1,366.33	100.00%
项目	2020年12月31日	期后结转情况 (截至2023年9月30日)	
		金额	比例
预付款项	398.75	398.75	100.00%
其他非流动资产	133.35	133.35	100.00%
合计	532.10	532.10	100.00%

(1) 预付款项期后结转情况

2023年6月30日，公司预付款项结存金额916.52万元，截至2023年9月30日结转529.49万元，结转比例57.77%，主要原因系预付款的模具款316.40

万元尚未完工入库。

(2) 其他非流动资产期后结转情况

2023年6月30日，公司其他非流动资产结存金额5,406.90万元，截至2023年9月30日结转312.42万元，结转比例5.78%，结转比例较低，主要原因如下：

①上市中介机构费用期后结转情况

公司支付的中介机构费用273.77万元待股票发行后结转抵减资本公积-股本溢价。

②厂房建设款期后结转情况

公司预付子公司武汉鹏成租赁小鹏汽车华中（武汉）有限公司（以下简称“武汉小鹏”）的厂房建设款3,180.91万元，期后厂房尚未完工，具体如下：

2022年5月，公司和武汉小鹏签订了“小鹏汽车武汉产业基地树脂车间项目合作建设协议”，由武汉小鹏提供项目厂房建设所需的建设用地，公司负责建设厂房所需的全部资金，建设资金以合作保证金的形式支付给武汉小鹏，该厂房建设厂房预算4,000万元，项目建设完成后由公司与武汉小鹏签订租赁协议，租赁期15年，年租金为厂房建设成本÷15年，厂房建设完成后主要用于目前存续车型及后续新开发的车型生产，租赁结束后，厂房仍归小鹏汽车所有。

截至2023年6月30日，公司已支付3,180.91万元。公司作为预付的租金，在“其他非流动资产”列报，待租赁协议签订后，再转入“使用权资产”，每个资产负债表日，公司计提使用权资产折旧。根据目前预测的与小鹏汽车的交易金额，按照公司平均运费率计算，如不考虑因新厂房投产带来的收入增加影响，预计对公司2024年折旧、运费等成本影响如下：

单位：万元

项目	金额（如影响为负，则以负数表示）
使用权资产折旧	266.67
机器设备折旧（预计投入1.5亿元，10年折旧计算）	1,500.00
运费节省	-2,400.00
合计	-633.33

③设备购置款

截至 2023 年 6 月 30 日，公司预付设备款 1,952.22 万元，期后结转 312.42 万元，剩余未结转 1,639.80 万元，主要系预付的保险杠涂装线 1,638.00 万元尚未结转，占预付设备款未结转金额比例为 99.89%，具体如下：

单位：万元

交易对方	购买内容	合同金额	2023 年 6 月 30 日	合同约定	结转条件	目前进展
艾森曼机械 设备 (上海) 有限公司	保险杠 涂装线	5,460.00	1,638.00	合同生效后 2 周内 支付 30%；首批生 产设备运抵场地 后 2 周内支付 20%；主设备安装 完成支付 50%	涂装设备到货后 结转计入在建工 程；安装完成达 到可使用状态后 从在建工程结转 计入固定资产	已支付 30%款 项，截至 2023 年 9 月 30 日， 设备尚未运抵 场地

2、预付款项、其他非流动资产的结转周期及与合同约定是否一致

公司预付款项、其他非流动资产的结转周期与合同约定一致，具体如下：

项目	结转周期	与合同约定是否一致
预付款项-模具款	12 个月以内	是
预付款项-设计费	12 个月以内	是
预付款项-其他款项	3 个月以内	是
其他非流动资产-设备购置款	3-12 个月	是
其他非流动资产-厂房租赁费	预计 18-24 个月	是
其他非流动资产-中介机构费用	预计 12-24 个月	是

(三) 2022 年末预付款交易方均非发行人主要模具供应商的原因及合理性

公司综合考量模具制造的前期投入、工艺难度、时间要求、供应商的议价能力等因素，与供应商协商确定付款政策，不同项目、不同供应商的付款时间、付款节点、节点对应的付款比例不完全一致。

公司与模具供应商通常约定的付款节点和比例为：合同签约后支付 30%，模具评审合格起运前支付 30%-60%，模具经主机厂验收合格后支付 0-30%，剩余 10%在达到一定量产数据或验收 1 年后支付（以先到为准）。

2022 年度，公司前五大模具供应商分别为常州华威模具有限公司、浙江三雷模塑有限公司、浙江凯华模具有限公司、江苏昊东模塑有限公司和浙江祥安模塑有限公司，前五大供应商的采购金额占模具采购总额的比重为 73.77%。2022

年度采购金额及应付账款余额如下：

单位：万元

2022 年度\2022 年 12 月 31 日					
供应商	采购金额	抵消前应付 账款	抵消前预付 款项	抵消后应付 账款净额	抵消后预付 款项净额
常州华威模 具有限公司	2,048.14	1,217.47	619.47	598.00	-
浙江三雷模 塑有限公司	1,769.70	728.52	326.02	402.50	-
浙江凯华模 具有限公司	3,331.50	754.09	654.20	99.89	-
江苏昊东模 塑有限公司	461.86	218.77	82.09	136.68	-
浙江祥安模 塑有限公司	899.65	225.85	265.57	-	39.73

公司招股说明书中披露的 2022 年末预付款项金额前五名中模具款的交易方并非前述主要模具供应商，主要原因系主要模具供应商均同时承接公司委托的多项模具制造业务，不同项目的付款时间和制造进度存在差异，因此 2022 年末公司对主要模具供应商的不同项目既有预付款项又有应付账款，公司以抵消后的净额披露对同一供应商的往来款。截至 2022 年 12 月 31 日，公司对上述主要模具供应商应付账款均系贷方余额。

因不同供应商给予公司的信用条件存在差异，不同项目制造进度不同影响付款时间差异等因素影响，公司 2022 年末预付款主要交易方非主要模具供应商，具备合理性。

四、结合与奇瑞汽车合同约定主要条款，说明报告期内确认合同资产具体内容、确认准确性

报告期各期末，公司仅 2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末存在合同资产，合同资产余额为 712.00 万元、387.00 万元和 342.00 万元，相应减值准备余额 35.60 万元、77.40 万元和 171.00 万元，合同资产账面价值为 676.40 万元、309.60 万元和 171.00 万元。合同资产系公司开发的模具已经主机厂验收完毕，但按照合同约定，尚未取得无条件收款权的销售模具款。

2021 年，公司陆续与奇瑞汽车河南有限公司签订 4 份模具开发协议，合同约定付款条款如下：

单位：万元

合同编号	项目名称	合同金额	合同约定付款方式
CHN2021-X-CG-01474	X90-20 项目保险杠模块	292.50	项目产量每达 1 万台，支付合同总价的 20%，累计项目产量达到 5 万台，支付合同总价的 100%
CHN2021-X-CG-01200	全新一代 X70 项目门护板模块	650.00	项目产量达 1 万台，支付合同总价的 55%，剩余 45% 在项目产量每达 1 万台，支付合同总价的 5%，累计项目产量达到 10 万台，支付合同总价的 100%
CHN2021-X-CG-01583	CX62B 项目大包围版皮纹一/版二	340.00	项目产量每达 1 万台，支付合同总价的 10%，累计项目产量达到 10 万台，支付合同总价的 100%
CHN2021-X-CG-01582	CX62B 项目大包围版喷漆三/版四	450.00	项目产量每达 1 万台，支付合同总价的 10%，累计项目产量达到 10 万台，支付合同总价的 100%
合计	-	1,732.50	-

上述模具陆续于 2021 年度完成验收，公司确认模具销售收入，同时确认合同资产，在触发约定的产量条件后，公司取得了无条件收款的权利，将对应金额的合同资产转入应收账款核算。

报告期各期，公司合同资产计算过程如下：

单位：万台、万元

项目名称	合同金额	2023 年 6 月 30 日			2022 年 12 月 31 日			2021 年 12 月 31 日		
		累计项目产量	未达到约定付款比例	合同资产余额	累计项目产量	未达到约定付款比例	合同资产余额	累计项目产量	未达到约定付款比例	合同资产余额
X90-20 项目保险杠模块	292.50	3.17	40%	117.00	3.15	40%	117.00	3.06	40%	117.00
全新一代 X70 项目门护板模块	650.00	15.36	-	-	14.14	-	-	8.87	10%	65.00
CX62B 项目大包围版皮纹一/版二	340.00	16.24	-	-	12.01	-	-	5.28	50%	170.00
CX62B 项目大包围版喷漆三/版四	450.00	5.35	50%	225.00	4.65	60%	270.00	2.76	80%	360.00
合计	1,732.50	-	-	342.00	-	-	387.00	-	-	712.00

报告期各期末，公司确认合同资产的会计处理符合《企业会计准则》的相关

规定，计量金额准确。

五、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

1、取得并查阅开封永成转让前的工商档案、营业执照、财务报表等；访谈郑州市鼎迅电器有限公司的总经理以及发行人的董事长，了解转让前开封永成的财务数据、经营情况及转让价格确定依据；查询中国土地市场（<https://www.landchina.com>）的公示信息，了解开封市 2020 年工业用地土地出让情况并进行价格对比；

2、查阅发行人理财产品购买凭证、理财产品说明书，检查理财产品的购买规模、了解理财产品的风险等级、收益率、资金投向等，分析判断理财产品是否存在信用风险；检查理财产品赎回凭证，检查产品的实际收益情况；对期末银行理财产品进行函证；

3、获取相关账簿及凭证，了解报告期各期末预付款及其他非流动资产的具体内容及期后结转情况及结转周期；获取主要供应商合同，检查合同付款约定与实际执行是否一致；访谈发行人财务总监，了解 2022 年末预付模具款供应商与主要模具供应商不一致的原因，分析合理性；

4、获取与奇瑞汽车签订的合同，了解合同的具体内容及主要合同条款约定；复核合同资产相关的计算是否准确。

（二）核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人设立开封永成系将开封永成定位为其在河南区域的生产基地，转让前开封永成已停止经营，对发行人最近一年总资产、净资产、营业收入影响较小；转让价款系根据房产、土地市场价格协商确定，价格公允；转让开封永成对发行人财务数据不构成重大影响；

2、发行人报告期内购买的理财产品属中低风险，且发行人已于 2023 年 1 月 11 日到期赎回理财产品，理财产品未发生信用风险；

3、发行人预付款主要为预付的模具款、货款、设计费、房租、水电费和其他待摊费用等，期后结转与合同约定一致；发行人非流动资产主要为设备购置款、厂房建设款和中介机构费用等，结转周期与合同约定一致；发行人主要模具供应商均同时承接发行人委托的多项模具制造业务，不同项目的付款时间和制造进度存在差异，因此对主要模具供应商的不同项目既有预付款项又有应付账款，发行人以抵消后的净额披露对同一供应商的往来款，导致 2022 年末预付款交易方非发行人主要模具供应商，具有合理性；

4、报告期各期末合同资产为已经完成验收但按照合同收款约定尚未取得无条件收款权利的模具，发行人合同资产确认准确。

（本页无正文，为江苏永成汽车零部件股份有限公司《关于江苏永成汽车零部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函回复》之盖章页）

江苏永成汽车零部件股份有限公司



发行人董事长声明

本人已认真阅读关于江苏永成汽车零部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函回复的全部内容，确认审核问询函回复内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

董事长：


蒋春平

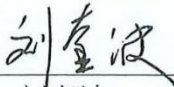
江苏永成汽车零部件股份有限公司

2024年1月9日



(本页无正文，为中信建投证券股份有限公司《关于江苏永成汽车零部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人签名：


刘奎波



吕岩

中信建投证券股份有限公司

2024年1月9日



关于本次问询意见回复报告的声明

本人已认真阅读江苏永成汽车零部件股份有限公司本次问询意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人/董事长签名：



王常青

