

---

关于苏州骏创汽车科技股份有限公司  
向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复  
众环专字（2024）3300125号

---

## 目录

问题 3.业绩大幅增长的真实性 .....	2
-----------------------	---



## 关于苏州骏创汽车科技股份有限公司 向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复

众环专字(2024)3300125号

北京证券交易所:

中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“本所”或“我们”)作为苏州骏创汽车科技股份有限公司(以下简称“骏创科技公司”或“公司”或“发行人”)2022及2023年度财务报表的审计机构,分别于2023年4月24日、2024年3月19日出具了众环审字(2023)3300134号、众环审字(2024)3300010号的无保留意见审计报告。

2023年11月9日,贵所出具了《关于苏州骏创汽车科技股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函》(以下简称“问询函”),我们以对骏创科技公司2022及2023年度财务报表执行的审计工作为依据,对问询函中需要本所回复的相关问题履行了核查程序,现将核查情况说明如下:

除另有说明外,本回复所用简称或名词的释义与《苏州骏创汽车科技股份有限公司向特定对象发行股票申请文件》中的含义相同。

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

本回复中2024年财务数据未经审计。

### 问题 3. 业绩大幅增长的真实性

根据申请文件，（1）报告期各期，公司营业收入分别为 34,540.49 万元、58,556.27 万元、31,704.62 万元，2022 年度较上年增加 24,015.78 万元，增长 69.53%，其中外销金额同比增长 108.49%；2023 年 1-6 月较 2022 年 1-6 月增加 8,568.85 万元，增长 37.04%。（2）报告期内公司毛利率持续增长，各期分别为 22.57%、25.89%、27.23%，公司归属于上市公司股东的净利润分别为 2,806.17 万元、6,077.07 万元、4,500.79 万元，2022 年度较上年增加 3,270.89 万元，增长 116.56%，2023 年 1-6 月较 2022 年 1-6 月增加 2,066.36 万元，增长 84.88%，披露系收入增长及汇兑收益增加所致。

请发行人：（1）说明报告期内各类产品收入大幅增长的合理性，是否符合可比公司及下游行业增长变化趋势；结合主要客户的销售额及销售变动情况、销售回款情况、双方的合作历史、订单增长的原因、主要客户终端销售增长情况，说明公司业绩大幅度增长的合理性。

（2）说明采购端及销售端定价及价格调整机制，是否存在年降条款及对应主要客户、销量、平均单价、销售占比，是否与报告期内毛利率波动匹配；说明定价条款中是否包含原材料价格波动的调整机制，是否存在可变对价，说明会计处理是否准确，结合相应议价能力说明发行人对报告期内及报告期前毛利率大幅波动情形的应对机制。（3）说明报告期内内外销销售结构变化的原因及合理性，列示外币结算的销售额增减变化情况，进一步分析剔除汇率影响后毛利率及净利润大幅增长的合理性。（4）说明期后收入、毛利率、净利润的变化情况，结合在手订单说明业绩增长的可持续性。

请保荐机构、申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明针对发行人报告期及期后内、外销真实性采取的具体核查程序、核查比例及核查结论，量化分析各期外销回款、物流运输记录、运费、发货验收单据、出口报关单证、货运提单、签收单验收单、中国出口信用保险公司数据、外汇管理局数据、出口免抵退税金额等与发行人境外销售收入的匹配性。

#### 【发行人回复】

一、说明报告期内各类产品收入大幅增长的合理性，是否符合可比公司及下游行业增长变化趋势；结合主要客户的销售额及销售变动情况、销售回款情况、双方的合作历史、订单增长的原因、主要客户终端销售增长情况，说明公司业绩大幅度增长的合理性。

（一）说明报告期内各类产品收入大幅增长的合理性，是否符合可比公司及下游行业增长变化趋势

1、说明报告期内各类产品收入大幅增长的合理性

报告期内，公司各类产品收入情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	增长率	2022 年度	增长率
汽车塑料零部件	65,262.72	28.28%	50,876.70	74.18%
其中：新能源汽车功能部件系列	50,158.52	28.92%	38,907.58	117.61%
其中：汽车天窗控制面板系列	7,285.43	59.26%	4,574.61	8.13%
其中：汽车悬挂轴承系列	5,889.38	-8.28%	6,421.33	3.37%
其中：其他汽车塑料零部件系列	1,929.39	98.26%	973.18	9.69%
非汽车零部件	-	-100.00%	9.11	9.89%
模具	4,193.17	19.77%	3,500.88	-3.30%
汽车金属零部件	-	-100.00%	3,332.54	165.84%
贸易件	189.97	100.00%	-	-
主营业务收入合计	69,645.86	20.66%	57,719.23	69.31%

报告期内，公司新能源汽车功能部件系列零部件的销售金额分别为38,907.58万元和50,158.52万元，增幅较大，主要原因系近两年经济恢复后国际新能源汽车市场爆发带动T公司汽车销量的大幅增长，据Trend Force集邦咨询统计，2023年全球新能源车销售量约1,420.00万辆，年增33.33%，公司新能源汽车零部件需求同步大幅增长。2023年度，公司汽车天窗控制面板部件销售收入增幅较大主要原因系该部件配套福特车型的占比较高，销售收入随着配套车型如福特猛禽的销量增长而增长。2023年度，公司悬架轴承零件系列销售收入变化趋势与斯凯孚主要整车厂通用、日产销量下滑的趋势保持一致。

## 2、是否符合可比公司及下游行业增长变化趋势

### (1) 可比公司增长变化趋势

在全球更多地区经济恢复以及全球汽车行业复苏的背景下，汽车零部件市场的需求进一步扩大，同行业可比公司营业收入均有不同程度的增长，具体情况如下表：

单位：万元

公司名称	证券代码	2023 年营业总收入	增长率	2022 年营业总收入	增长率
新泉股份	603179	1,057,188.36	52.19%	694,669.50	50.60%
岱美股份	603730	未披露	-	514,579.71	22.27%
纽泰格	301229	90,306.43	30.46%	69,219.58	26.15%
肇民科技	301000	59,120.92	10.59%	53,459.05	-8.52%
唯科科技	301196	134,107.43	39.97%	95,809.77	-17.34%
行业平均	-	335,180.79	33.30%	285,547.52	14.63%

公司名称	证券代码	2023年营业总收入	增长率	2022年营业总收入	增长率
骏创科技	833533	69,857.11	19.30%	58,556.27	69.53%

注：上述同行业公司数据来源于其定期报告或招股说明书。截至本问询回复出具日，可比公司岱美股份2023年度数据尚未披露。

根据上述同行业公司的公开披露信息，其收入变化原因（唯科科技未披露收入变化原因）如下：

1) 新泉股份：2022年、2023年，销售增长率分别为50.60%、52.19%，为可比公司中增幅较大的公司，销售增加主要受益于新能源汽车销量提升的影响，具体为：公司实现配套了更多的新能源汽车项目，诸如吉利汽车、广汽新能源、比亚迪、蔚来汽车、理想汽车、国际知名品牌电动车企业等品牌下的部分新能源汽车车型项目的配套。

2) 岱美股份：公司新项目订单量增加，相应带动了收入的增加。

3) 纽泰格：公司营业收入规模保持稳定增长，主要系公司在保持原有产品的基础上持续新增项目定点，随着定点项目产品的量产，销售收入持续增长。

4) 肇民科技：2022年度，公司受到了国内外环境变化、汽车行业芯片荒、商用车市场大幅下滑等诸多外部不利因素的影响，这些因素对公司原有产品的收入、产品成本、产能，以及公司的客户和供应商都带来了一定的负面影响。2023年度，公司经营情况有所好转。

报告期内，中国燃油车和新能源车的产销量情况如下：

单位：万辆

时间区间	指标	燃油车	同比增幅	新能源车	同比增幅
2022年全年	产量	1,996.30	-11.42%	705.80	96.90%
	销量	1,997.70	-12.20%	688.70	93.40%
2023年全年	产量	2,057.40	3.06%	958.70	35.83%
	销量	2,059.90	3.11%	949.50	37.87%

数据来源：中国汽车工业协会

由上表数据可知，报告期内，公司营业收入大幅增长主要原因系新能源汽车市场爆发带动T公司汽车销量的大幅增长。同行业可比公司中，公司营业收入增幅与受益于新能源汽车项目增多而收入提升的新泉股份相近，而岱美股份、纽泰格、肇民科技、唯科科技新能源汽车零部件销售收入占比较低，未形成较大的营业收入增长。

此外，公司于2022年在北交所上市并成功募资用于“汽车零部件扩建技术改造项目”的建设，报告期内处于产能扩张阶段的成长期，在营业收入规模小于可比公司的情形下扩张速度较快。

综上所述，报告期内，公司与同行业可比公司平均值比较，均呈现收入增长趋势。公司

销售增长率高于可比公司平均值，主要因为公司产品结构中新能源汽车功能部件产品占比较高，同时，该产品受到下游市场需求增加及公司产能扩张等因素的综合有利影响。

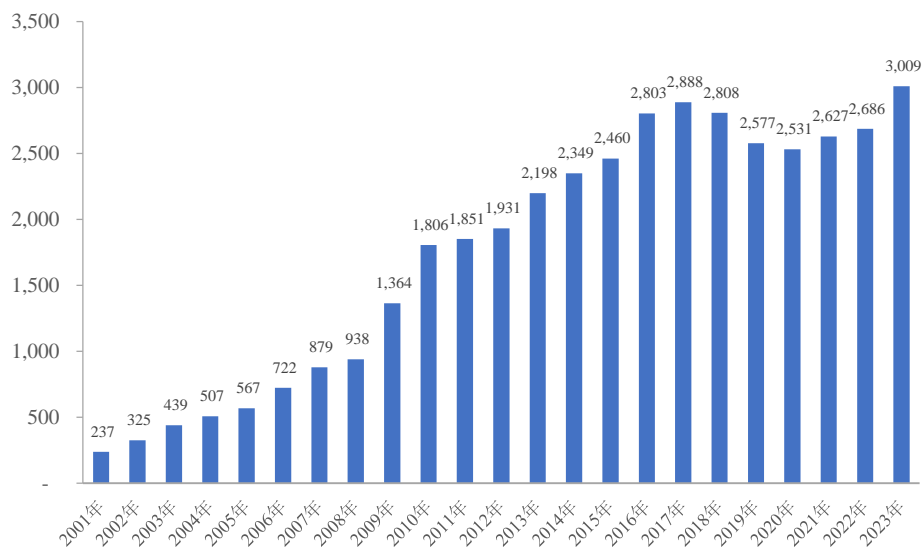
## （2）下游行业增长变化趋势

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司属于“C36 汽车制造业”下的“C3670 汽车零部件及配件制造”，下游行业为汽车行业。近年来，随着疫情后全球更多地区经济的恢复，将推动全球汽车行业复苏，汽车零部件市场的需求将进一步扩大。

2021 年度，我国汽车产、销量分别为 2,608.2 万辆、2,627.5 万辆，结束了自 2018 年以来连续三年的下滑态势。2022 年全年，我国汽车产销分别为 2702.1 万辆和 2686.4 万辆，同比增长 3.4% 和 2.1%。**2023 年，我国汽车产销量双双突破 3,000 万辆。**

### 2001-2023 年我国汽车销量

单位：万辆



数据来源：中国汽车工业协会

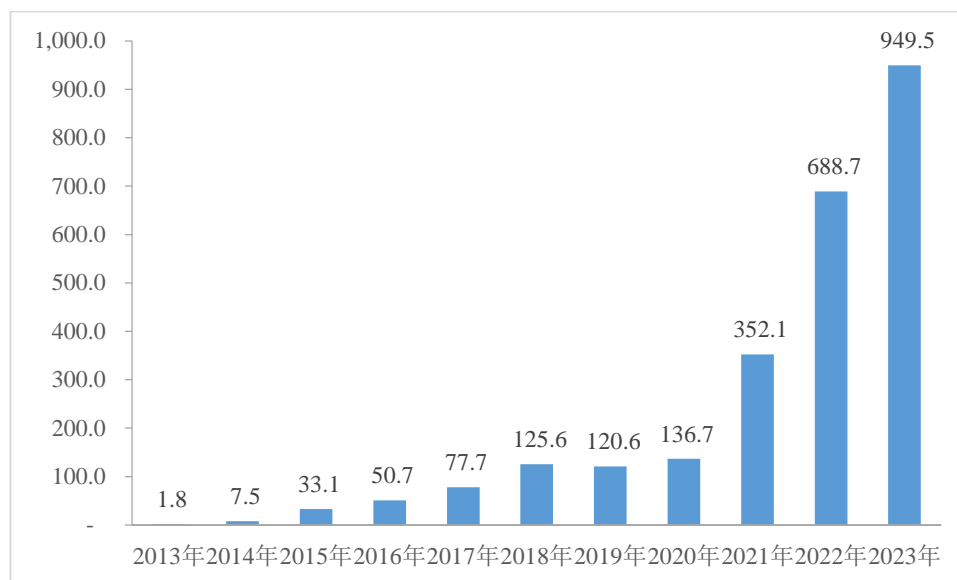
另外，随着我国销量高峰年份乘用车即将迎来批量淘汰，未来五年乘用车市场预计将进入存量乘用车市场更新替换周期。据中信证券研究部预测，到2025年左右，预计将有约1,350万辆报废车辆，出现存量市场更新换购的巨大需求，届时我国整体乘用车市场规模将达到2,872万辆。可见，在我国政策推动和汽车市场内生增长的驱动下，汽车市场需求空间巨大，从而带动汽车零部件需求增长。

同时，在新能源汽车市场前景广阔背景下，公司近年来在新能源汽车领域收入逐渐扩大。据中国汽车工业协会统计显示，2022年我国新能源汽车持续爆发式增长，产销分别完成705.8万辆和688.7万辆，同比分别增长96.9%和93.4%，连续8年保持全球第一，中国新能源

汽车销量增长势头强劲。2023年国内新能源汽车产销进一步增长至958.7万辆和949.5万辆，同比分别增长35.8%和37.9%，市场占有率达到31.6%。与此同时，据Ev-volumes数据，2023年全球新能源车销售量约1,420万辆，年增35%。

2013-2023年我国新能源汽车销量

单位：万辆



数据来源：中国汽车工业协会

报告期内，国内和全球新能源汽车销量与公司主营业务收入对比情况如下：

单位：万辆、万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	数据	增幅	数据	增幅
国内新能源汽车销量	949.50	37.87%	688.70	93.40%
全球新能源汽车销量	1,420.00	33.33%	1,065.00	63.85%
主营业务收入	69,645.86	20.66%	57,719.23	69.31%

注：国内新能源汽车销量数据来源于中国汽车工业协会；全球新能源汽车销量数据来源于Ev-volumes、TrendForce集邦咨询。

综上所述，公司收入增长趋势与下游行业增长变化趋势保持一致。

(二) 结合主要客户的销售额及销售变动情况、销售回款情况、双方的合作历史、订单增长的原因、主要客户终端销售增长情况，说明公司业绩大幅度增长的合理性

### 1、主要客户的销售额及销售变动情况、销售回款情况

报告期各期，公司和前五大客户的销售额及销售变动情况、销售回款情况如下：



单位：万件、万元

单位名称	2023 年度				
	销售数量	销售金额	销售占比	截至 2024 年 2 月 29 日回款金额	回款占销售额比例
T 公司	2,051.51	28,749.62	41.15%	25,052.93	87.14%
广达集团	1,037.24	11,021.49	15.78%	10,827.39	98.24%
安通林	2,607.76	6,812.25	9.75%	5,714.98	83.89%
和硕联合	457.45	5,702.52	8.16%	4,656.90	81.66%
斯凯孚	2,705.36	6,000.55	8.59%	4,492.78	74.87%
合计	8,859.32	58,286.43	83.44%	50,744.98	87.06%

(续上表)

单位名称	2022 年度				
	销售数量	销售金额	销售占比	截至 2024 年 2 月 29 日回款金额	回款占销售额比例
T 公司	1,409.52	19,087.73	32.59%	19,087.73	100.00%
广达集团	847.03	9,204.36	15.72%	9,204.36	100.00%
斯凯孚	2,896.47	7,041.75	12.03%	7,041.75	100.00%
和硕联合	475.13	6,897.44	11.78%	6,897.44	100.00%
安通林	1,545.08	4,449.45	7.60%	4,449.45	100.00%
合计	7,173.23	46,680.73	79.72%	46,680.73	100.00%

报告期内，公司前五大客户未有新增或减少的情况，仅存在排序上的变化，体现在公司向 T 公司、广达集团、和硕联合销售额和销售量增长较快以及向主要客户斯凯孚的销售金额有所下降，主要原因系：（1）受益于新能源汽车发展趋势，公司向 T 公司、广达集团、和硕联合销售收入随着终端客户 T 公司的车型产销量增长而提高；（2）由于配套车型的销量下滑，以及部分零件替换国产塑料粒子，公司向斯凯孚销售金额有所下降。

回款情况方面，公司主要客户均为行业知名企业，客户实力较为雄厚，经营稳定且信誉情况较好，回款情况良好。

## 2、双方的合作历史

序号	客户名称	合作历史	成立时间	订单获取方式	合同签订方式	发行人的供应商层级	进入供应商名录或通过供应商认证的时间	对应主要汽车品牌以及车型
1	T 公司	2018 年开始合作	2003 年	商业谈判	书面合同	一级供应商/二级供应商	2018 年	T 公司品牌车型
2	和硕联合	2019 年开始合作	2007 年	商业谈判	书面合同	二级供应商	2018 年	T 公司品牌车型
3	广达集团	2018 年开始合作	2000 年	商业谈判	书面合同	二级供应商	2017 年	T 公司品牌车型

序号	客户名称	合作历史	成立时间	订单获取方式	合同签订方式	发行人的供应商层级	进入供应商名录或通过供应商认证的时间	对应主要汽车品牌以及车型
4	安通林	2012年开始合作	2005年	商业谈判	书面合同	二级供应商	2012年	福特, 捷豹路虎、吉利
5	斯凯孚	2013年开始合作	2005年	商业谈判	书面合同	二级供应商	2012年	通用, 大众, 日产、丰田

#### (1) T 公司

2017 年度, 公司结合多年汽车塑料零部件研发、生产工艺经验及下游客户的方案诉求, 为 T 公司的一级供应商解决了产品品质异常问题, 获得该一级供应商认可进而被推荐到 T 公司, 并经过 T 公司团队进一步对公司技术、工艺、体系、价格等方面的评审, 最终批准公司成为 T 公司直接合格供应商。

2019 年开始, 因为公司综合竞争优势, 迅速累积定点项目, 扩大与 T 公司的合作。在与 T 公司的具体合作模式中, 公司与 T 公司签署了框架协议, 采购订单由 T 公司根据其预期需求向公司下达, 通过商务谈判的方式进行合同定价。

#### (2) 和硕联合和广达集团

和硕联合和广达集团主要业务中涉及汽车电路板生产制造, 为 T 公司全球配套的合格一级供应商, 其向 T 公司供应汽车电子件模组 (即 PCBA 电路板模组), 由于电路板集成组装过程对外界环境要求较高, 需要将发行人生产的电路板保护盖零件先行售予和硕联合和广达集团, 由其集成组装后再整体销售给 T 公司。在上述背景下, 和硕联合和广达集团自公司采购相关零部件用于其电路板产品的生产, 该等电路板产品作为汽车零部件最终被用于 T 公司的汽车生产。

#### (3) 安通林和斯凯孚

安通林集团是世界上最大的汽车零部件制造商之一, 也是汽车内饰创新技术和解决方案的领先供应商; 斯凯孚为全球最大的滚动轴承制造公司之一, 其业务遍及世界 130 个国家, 每年生产五亿多个轴承, 销售网遍布全球。安通林与斯凯孚均于 2012 年将公司纳入合格供应商名录, 分别于 2012 年、2013 年与公司开始合作, 安通林主要向公司采购汽车天窗控制面板系列, 配套福特、捷豹路虎等车型。斯凯孚主要向公司采购汽车悬架轴承系列, 配套通用、大众、日产、丰田等车型。

### 3、订单增长的原因、主要客户终端销售增长情况

报告期内, 发行人主要的销售数量来自于汽车塑料零部件, 其中新能源汽车功能部件系列主要配套于 T 公司, 悬架轴承零件系列通过斯凯孚主要间接配套于通用、大众、日产等品牌, 天窗控制面板零件系列通过安通林主要间接配套于福特、捷豹路虎等品牌, 公司订单增长的原因主要系主要客户终端销售增长, 具体情况如下:

(1) T 公司销量增长，新能源汽车结构零件系列销量增长

1) T 公司汽车销量增长

单位：万辆、万元

汽车品牌	2023 年度		2022 年度	
	数量	增长率	数量	增长率
T 公司产量	184.60	34.78%	136.96	47.20%
T 公司销量	180.86	37.65%	131.39	40.34%

注：上述 T 公司销售数据来源于 T 公司的官网。

由上表可知，报告期内，T 公司汽车销售持续增多，2022 年度和 2023 年度，T 公司汽车销量同比增长幅度达 40.34% 和 37.65%，随着 T 公司自身销量的提升，发行人对其销售金额持续增长。

2) 发行人新能源汽车功能部件系列销量增长

单位：万件

项目	2023 年度		2022 年度	
	销量	变动	销量	变动
新能源汽车功能零件系列	5,676.01	46.33%	3,878.93	84.93%

由上表可知，报告期内，发行人在新能源汽车功能零件系列销售数量相应增幅较大，与该类产品的终端客户 T 公司汽车销售增长趋势保持一致。

(2) 通用、大众、日产的销量波动，悬架轴承零件系列的销量变动

公司悬架轴承零件系列供给汽车轴承供应商斯凯孚上海工厂，再由其进行装配总成为完整的悬架轴承，广泛应用于通用、大众、日产等品牌车型的国内生产制造，具体分析如下：

单位：万辆、万件

项目	2023 年度		2022 年度	
	中国销量	增长率	中国销量	增长率
通用	210.00	-8.70%	230.00	-20.69%
大众	323.39	1.69%	318.00	-3.64%
日产	79.38	-13.87%	92.16	-16.74%
公司悬架轴承零件系列销量	2,703.51	-6.59%	2,894.15	4.71%

注 1：通用、大众、日产的汽车销量数据来源于通用、大众和日产公开发布的年报。

由上表可知，报告期内，斯凯孚的主要整车厂客户通用和日产汽车销量均有所下滑，公司 2022 年悬架轴承零件系列销量小幅增长与斯凯孚主要客户整车销量下降不一致的主要原因是公司于该年度获得较多悬架轴承零件系列配套的部分车型新零件的订单，2023 年悬架轴承零件系列销量变化与斯凯孚主要整车厂销量变化保持一致。

综上所述，公司对斯凯孚汽车塑料零部件销量的变动情况与斯凯孚下游客户汽车销量的变动趋势具备合理性，符合行业实际情况。

(3) 福特、捷豹路虎的销量波动，汽车天窗控制面板零件系列的销量波动

目前，公司汽车天窗控制面板部件产品主要供货给安通林，由其组装后销售给整车厂商，主要应用于福特、捷豹路虎品牌的各类车型，具体分析如下：

单位：万辆、万件

项目	2023 年度		2022 年度	
	销量	增长率	销量	增长率
捷豹路虎	42.01	27.10%	33.08	-1.14%
福特 (2023 年度)	441.30	8.61%	423.00	7.33%
其中：猛禽系列	75.00	14.80%	65.00	-9.92%
公司汽车天窗控制面板部件销量 (2023 年度)	2,908.34	52.57%	1,906.24	4.70%

由上表可知，报告期内，公司对安通林汽车塑料零部件的销量呈现上涨趋势。2022 年度，安通林客户捷豹路虎的汽车销量虽有小幅下降，但主要客户福特的汽车销量呈现上升趋势，公司汽车天窗控制面板部件配套福特车型的占比较高，销量相应小幅上升；**2023 年度**，配套车型**捷豹路虎和福特猛禽系列**销量有明显增长，公司产品销量相应呈上升趋势。

综上所述，公司对安通林汽车塑料零部件销量的变动情况与安通林下游客户汽车销量的变动趋势具备合理性，符合行业实际情况。

4、公司业绩大幅增长的合理性

综上所述，公司向主要客户的销售额及销售保持增长态势，销售回款情况良好，公司和主要客户的合作稳定持续，订单量与主要客户终端销售变动趋势基本一致，其中新能源汽车销量大幅增长，公司订单量随之增加，公司业绩大幅增长具备合理性。

二、说明采购端及销售端定价及价格调整机制，是否存在年降条款及对应主要客户、销量、平均单价、销售占比，是否与报告期内毛利率波动匹配；说明定价条款中是否包含原材料价格波动的调整机制，是否存在可变对价，说明会计处理是否准确，结合相应议价能力说明发行人对报告期内及报告期前毛利率大幅波动情形的应对机制。

(一)说明采购端及销售端定价及价格调整机制，是否存在年降条款及对应主要客户、销量、平均单价、销售占比，是否与报告期内毛利率波动匹配

1、说明采购端及销售端定价及价格调整机制

(1) 采购端定价及价格调整机制

一般情况下，公司会向多家供应商发出市场调查询价，向多方供应商比质、比价后，以最优价确定供应商。交易价格均通过报价、比价程序确定，交易定价过程市场化，定价公允。由于公司原材料主要为工程塑料粒子为主，其技术难度高，具有一定的定制性，多为国际大品牌化工厂产品，一般由上游供应商确定原材料定价，在基础化工产品价格波动或者供应链供需情况的影响下，材料价格可能随之变动。

### （2）销售端定价

发行人按照具体业务流程，依照客户提供的产品信息（2D图纸、3D数据、测试要求、外观要求、特殊特性要求等），首先会提供初步的技术方案与客户意向交流一致后，公司报价人员以材料费、人工费、机台费、包装费、运输费为基础，结合产品结构难易度、品质要求、过往的承接历史、客户预期目标等因素，加上合理的管理费和利润，制作报价单经审核后对客户提供报价。

### （3）销售端价格调整机制

由于制造型企业的成本主要为原材料，发行人根据材料费、机台费、人工费等成本加上合理利润向客户报价，报价单中原材料价格作为必备内容提报给客户，发行人通常会在报价单中写明原材料波动时应重新核价的文字描述，在原材料价格出现波动时进行协商谈判调整价格。

具体而言，公司对主要客户的价格调整机制如下：

主要客户	价格调整机制
T公司	原材料涨价后，发行人向客户提出申请，客户接到发行人申请后，首先积极协助发行人与供应商的谈判工作，其次和发行人通过技术评估确认替代措施，最终将无法谈判也无法替代的材料涨价，予以传导
和硕联合	原材料涨价后，发行人向客户提出申请，客户接到发行人申请后，首先积极协助发行人与供应商的谈判工作，其次和发行人通过技术评估确认替代措施，最终将无法谈判也无法替代的材料涨价，予以传导
广达集团	原材料涨价后，发行人向客户提出申请，客户接到发行人申请后，首先积极协助发行人与供应商的谈判工作，其次和发行人通过技术评估确认替代措施，最终将无法谈判也无法替代的材料涨价，予以传导
安通林	明确原材料价格波动 3%时视为异常波动，出现异常波动情况，发行人会向下游客户申请销售价格调整，客户核实信息无误后，经过客户内部批准流程，给予价格调整或成本补偿
斯凯孚	明确原材料价格波动 3%时视为异常波动，出现异常波动情况，发行人会向下游客户申请销售价格调整，客户核实信息无误后，经过客户内部批准流程，给予价格调整

T公司、和硕联合、广达集团价格调整机制类似，此处以公司销售占比最大的客户T公司举例说明，主要采购的原料价格于2021年发生上涨，客户接到发行人申请后，首先积极协助发行人与供应商的谈判工作，其次和发行人通过技术评估确认替代措施，最终将无法谈判也无法替代的材料涨价，予以传导，由于审批周期，传导机制存在一定的滞后性，单价传导周期约为6个月，举例如下：以发行人销售产品型号607321201、607320601为例，发行人于

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

安通林的价格调整机制为在出现材料成本异常波动的情况后，公司及时提报给客户，经过双方协商，客户进行价格调整或成本补偿。报告期内，存在一笔成本补偿情况，具体为2021年发生一款PPS工程塑胶粒子采购价格上涨幅度较大的情况，经过公司申请及与客户协商，2023年客户给与了成本补偿，补偿金额17.63万元。

斯凯孚的价格调整机制为在材料成本异常波动之后，接受订单价格调整，以报告期内公司主要原材料中的改性塑料粒子PA66+30GF、PA66+50GF举例说明，上述原材料主要用于生产斯凯孚产品。报告期内，上述两种PA66材料共有10次采购价格调整变更，发行人在与客户斯凯孚充分沟通后，给予斯凯孚相应产品报价在报告期内相应变更，且上述销售价格变更在1-3个月内完成，传导机制顺畅。公司对斯凯孚销售主要产品的单价传导情况，举例如下：

单位：万元

序号	产品型号	当年度销售金额	采购单价波动日期	销售单价传导日期	传导周期
1	605****101	974.10	2021/1/10	2021/3/1	2个月
2	605****101	890.39	2021/1/10	2021/3/1	2个月
3	605****101	661.21	2021/1/10	2021/3/1	2个月
4	606****401	467.23	2021/1/10	2021/3/1	2个月
5	605****201	453.65	2021/1/10	2021/3/1	2个月
6	605****101	1,118.70	2022/7/5	2022/8/1	1个月
7	605****101	651.79	2022/7/5	2022/8/1	1个月
8	605****101	578.39	2022/7/5	2022/8/1	1个月
9	605****201	461.40	2022/7/5	2022/8/1	1个月
10	606****401	431.63	2022/7/5	2022/8/1	1个月

注：上表以2021年度、2022年度，当年前5大零件的当年第1次采购单价波动为例做说明。

综上所述，上游采购价格变化与产品销售价格变化之间的传导机制顺畅，部分客户的传导周期有一定的滞后性，符合行业惯例，具有合理性

## 2、是否存在年降条款及对应主要客户、销量、平均单价、销售占比，是否与报告期内毛利率波动匹配

公司及下游汽车行业普遍存在价格年降的惯例，下游客户通过对已经规模化、批量化采购的产品向供应商提出单价下调以实现成本优化，通常通过两种方式实现价格调整：一是协

议年降，即公司与客户在报价和签订合同时即约定未来年降的幅度和周期，按照协议约定执行年降；二是协商降价，即公司与客户并不约定具体产品年降的幅度、频率及调整周期，双方不定期对产品范围、降价幅度等进行协商，并根据协商结果执行，上述两种方式均属于行业内所称的价格“年降”。

发行人汽车塑料零部件产品高度定制化，新项目新产品种类和数量较多，与主要客户的降价机制如下：

主要客户	框架协议是否约定年降条款	报告期内实际是否实施降价	具体说明
T 公司	未约定	未实施	-
广达集团	未约定	未实施	-
和硕联合	未约定	未实施	-
斯凯孚	未约定	未实施	在报价单中会约定新项目量产前三年逐年降价约 3%，持续 3 年即终止，报告期内未触发
安通林	未约定	有实施	以协商降价方式，约 1-3%

报告期内，公司与安通林存在前述的“协商降价”的年降方式，公司对其的销量、平均单价、销售占比情况如下：

单位：万件、万元、元/件

单位名称	2023 年度				2022 年度			
	销售数量	销售金额	单价	年度销售占比	销售数量	销售金额	单价	年度销售占比
安通林	2,607.76	6,812.25	2.61	9.75%	1,576.08	4,449.45	2.82	7.60%

报告期内，公司“协商年降”的主要客户安通林销售占比分别为7.60%和9.75%，销售占比较低，且降价幅度较小。

报告期内，公司毛利率波动情况如下：

项目	2023 年度	2022 年度
综合毛利率	27.52%	25.89%

报告期内，公司综合毛利率稳步上升，2023 年度较 2022 年度上升 1.63%，上升的主要原因系公司为配套于 T 公司新能源汽车功能部件系列营业收入及占比大幅度增长，该类零部件产品附加值较高，单位毛利提升，同时收入规模较上年同期大幅增加，进一步摊薄固定成本，另外原材料价格有所下降导致单位成本有所下降，综合所致。

---

综上所述，报告期内公司毛利率呈现上升趋势，受到年降条款的影响较小，主要原因系与存在“协商年降”情形的主要客户较少且对应主要客户的销售占比较低，公司毛利率波动与年降条款不存在匹配情形。

## **（二）说明定价条款中是否包含原材料价格波动的调整机制，是否存在可变对价，说明会计处理是否准确**

### **1、说明定价条款中是否包含原材料价格波动的调整机制**

发行人所处的汽车零部件行业，下游主要客户均有严谨的采购流程，新项目开发时，同时向多家同类供应商展开询价、比价、议价作业，结合供应商的技术实力、品质水准、生产规模等因素，确定供应商。发行人与主要客户的定价模式如下：

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

公司与客户签署的框架协议并未直接约定定价条款和原材料价格波动的调价机制，而是针对每笔采购订单，以成本加成的报价基础，通过商务谈判的方式进行合同定价，根据行业惯例，在材料价格出现大幅波动的情况下，公司及时向客户申请价格调整，如客户同意价格调整，一般情况下新订单将按照调整后价格执行。

### **2、是否存在可变对价，说明会计处理是否准确**

根据《企业会计准则第14号—收入（2017修订）》第十六条规定，合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。每一资产负债表日，企业应当重新估计应计入交易价格的可变对价金额。可变对价金额发生变动的，按照本准则第二十四条和第二十五条规定进行会计处理。

报告期内，当原材料价格发生较大波动时，销售业务人员会根据原材料价格变动情况与客户以邮件形式进行商业谈判，在商业谈判后确定公司销售价格。因此公司在签订销售订单时已充分考虑当期原材料市场价格的变动、依据市场价格对产品进行定价，且销售订单不包含原材料价格上涨或下降的调价条款，因此客户会按照销售订单执行直至履行完毕。在实际执行中，存在客户以成本补偿的方式进行价格调整的情况，即2023年公司收到一笔安通林对2021年一款PPS工程塑胶粒子采购价格上涨的成本补偿，公司在收到成本补偿的当期确认收入，该成本补偿能否取得需要与客户进行商务谈判，在公司申请价格调整时，不能可靠确定价格调整的方式和金额，因此不符合可变对价的确认条件。



综上，公司定价条款中未明确原材料价格波动的调整机制，在材料价格异常波动情况下，公司及时与客户协商确定新订单价格，不存在可变对价，会计处理准确。

### （三）结合相应议价能力说明发行人对报告期内及报告期前毛利率大幅波动情形的应对机制

#### 1、报告期内毛利率大幅波动情形

报告期内，公司综合毛利率情况如下：

项目	2023 年度	2022 年度
综合毛利率	27.52%	25.89%

2022年度和2023年度公司综合毛利率分别为25.89%和**27.52%**，**呈现上升趋势**，2023年度毛利率上升主要原因为公司配套于T公司新能源汽车功能部件系列营业收入及占比大幅度增长，该类零部件产品附加值较高，单位毛利提升，同时收入规模较上年同期大幅增加，进一步摊薄固定成本，另外原材料价格有所下降导致单位成本有所下降。

#### 2、结合相应议价能力说明发行人毛利率大幅波动情形的应对机制

1) 提升议价能力，缩短客户价格调整机制的时长，将原材料价格波动在短期内有效传导至客户

由前述分析可知，公司具备在原材料价格上涨情形下与主要客户协商谈判价格调整的机制和能力，公司上游采购价格变化与产品销售价格变化之间的传导机制顺畅，但部分客户的传导周期有一定的滞后性，特别是新能源汽车客户，由于各方沟通效率和客户价格变更审批程序周期的影响，新能源汽车客户相较传统汽车客户传导周期稍长，会存在一定的滞后性，后续发行人将进一步提升议价能力，持续完善与主要客户的沟通机制，例如在报价单中写明原材料波动到一定比例时应重新核价的文字描述，细化明确的原材料价格波动的处理方案，与客户协商更加灵活的定价策略，进一步缩短客户价格调整机制的时长，将原材料价格波动在短期内有效传导至客户。

2) 随着公司外销占比不断增长，公司正通过外汇远期等方式应对汇率波动风险

2022年初以来，受到美联储加息的影响，美元汇率不断攀升，公司为管控外汇汇率波动风险，**截至2023年12月31日**前共计购买了九笔远期锁汇的银行金融产品，合计未交割金额为**1,290.00万美元**。上述举措系公司在美元汇率变动的情形下进行的远期锁汇的操作，有效控制美元汇率波动对毛利率的影响。

3) 逐步实现部分型号塑胶例子的国产替代，降低原材料的单位成本

自2022年第4季度开始，公司与斯凯孚协同部分零件做国产材料替换，陆续购买了国产

材料PA6塑料粒子，使材料单价大幅降低。后续公司将与客户协商更多的国产材料替换的机会以进一步降低原材料单位成本。

三、说明报告期内内外销销售结构变化的原因及合理性，列示外币结算的销售额增减变化情况，进一步分析剔除汇率影响后毛利率及净利润大幅增长的合理性。

(一) 说明报告期内内外销销售结构变化的原因及合理性

报告期内，内外销结构变化情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
外销收入金额	40,771.28	30,126.33
外销收入占比	58.36%	51.45%
内销收入金额	29,085.84	28,429.94
内销收入占比	41.64%	48.55%

报告期内，外销收入占比分别为 51.45% 及 **58.36%**，内销占比分别为 48.55% 和 **40.67%**，整体体现为外销占比不断升高，内销占比逐渐下降的结构变化，主要原因系：

(1) 公司向 T 公司、广达集团、和硕联合的销售以外销为主，三家主要客户的销售额提升导致外销占比升高

报告期内，T 公司、广达集团、和硕联合内外销占比情况如下：

单位：万元

客户名称	2023 年度			2022 年度		
	销售金额	内销占比	外销占比	销售金额	内销占比	外销占比
T 公司	28,749.62	33.56%	66.44%	19,087.73	50.64%	49.36%
广达集团	11,021.49	-	100.00%	9,204.36	-	100.00%
和硕联合	5,702.52	-	100.00%	6,897.44	-	100.00%
合计	45,473.63	21.22%	78.78%	35,189.53	27.47%	72.53%

报告期内，T 公司、广达集团、和硕联合外销占比分别为 72.53% 和 **78.78%**，逐年升高。公司外销收入主要来源于配套新能源汽车的产品，主要客户为 T 公司海外工厂、广达集团、和硕联合，受益于新能源汽车发展趋势，公司配套新能源汽车的产品销售收入随着终端客户 T 公司的车型产销量增长而提高；T 公司的车型销量情况如下：

单位：万辆

T 公司	2023 年		2022 年	
	销量	增速（年化）	销量	增速
全国销量	60.37	37.30%	43.90	-9.32%

T 公司	2023 年		2022 年	
	销量	增速（年化）	销量	增速
全球销量	180.86	37.65%	131.39	40.34%

报告期内，T 公司全球销量分别为 131.39 万辆和 180.86 万辆，保持较高的增速，公司配套新能源汽车的产品的销售额随着 T 公司销售量的提升而增加，外销收入相应增加。

(2) 公司向斯凯孚的销售以内销为主，报告期内公司向斯凯孚销售金额有所下降

公司向斯凯孚销售的悬架轴承系列产品，再由其进行装配总成为完整的悬架轴承，在通用、大众、日产等传统燃油汽车品牌车型中广泛应用，受到新能源汽车的市场竞争，通用、日产等品牌业绩呈现下降态势，公司向斯凯孚销售金额相应有所下降；

此外，公司生产斯凯孚销售的悬架轴承系列产品主要使用 PA66 外资品牌原料。自 2022 年第 4 季度开始，公司与斯凯孚协同部分零件做国产材料替换，陆续购买了国产材料 PA66 塑料粒子，材料单价大幅降低，公司对斯凯孚的销售单价采用成本加成的定价方式，相应的有一定程度的下降，使得公司向斯凯孚销售金额相应有所下降。

综上所述，报告期内公司内外销销售结构变化主要原因系在市场环境的影响下公司向以外销为主的客户 T 公司、广达集团、和硕联合的销售额提升，向内销为主的斯凯孚的销售金额有所下降，结构变动具备合理性。

## (二) 列示外币结算的销售额增减变化情况

报告期内，外币结算的销售额增减变化情况如下：

单位：万元

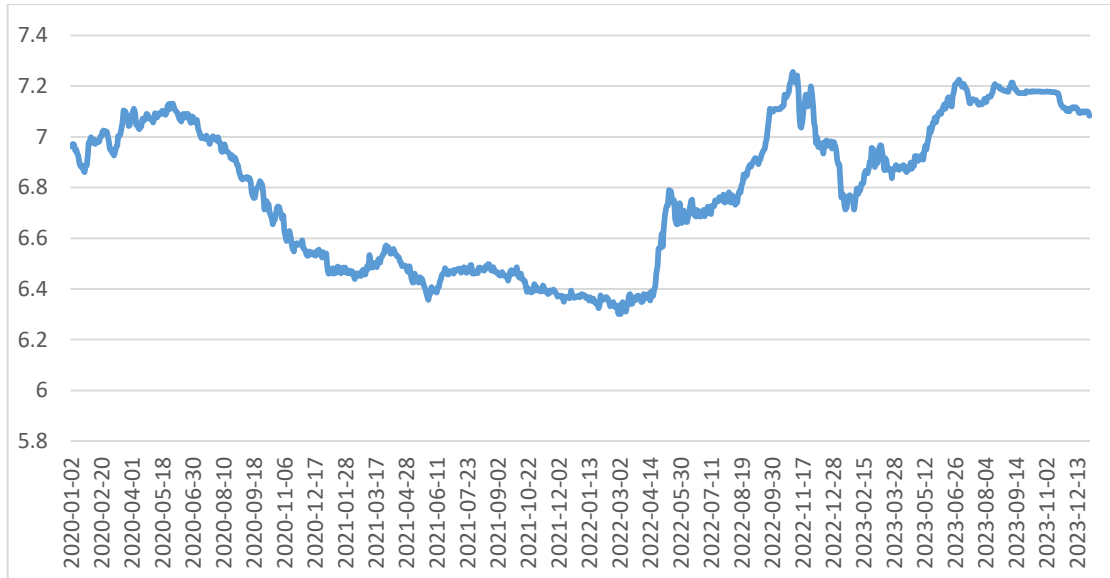
销售额	2023 年		2022 年	
	金额	同比增幅	金额	同比增幅
美元结算销售额	41,913.59	26.72%	33,076.26	94.48%
欧元销售额	0.05	100.00%	-	-100.00%
合计	41,913.64	26.72%	33,076.26	94.27%
外销收入金额	40,771.28	35.33%	30,126.33	108.50%

注：外币结算销售额与外销收入差异，系小部分外销收入以人民币结算及小部分内销收入以外币结算。

报告期内，公司以外币结算的销售额增幅分别为 94.27% 和 26.72%，与外销收入变化趋势一致。

## (三) 进一步分析剔除汇率影响后毛利率及净利润大幅增长的合理性

2020 年 1 月至今，美元汇率波动情况如下图所示：



数据来源：国家外汇管理局

报告期内，公司外币销售额主要以美元结算。2020年1月1日至2022年4月，美元汇率呈现下降趋势并于2021年末降至最低点后自2022年4月开始波动上升。此处以2020年平均汇率为基准，以2021年剔除汇率影响后数据为参照，便于更好分析报告期内剔除汇率影响后毛利率及净利润情况如下：

单位：万元

项目	2023年			2022年			2021年		
	剔除前	剔除后	差异	剔除前	剔除后	差异	剔除前	剔除后	差异
毛利率	27.52%	26.61%	0.91%	25.89%	26.68%	-0.79%	22.57%	24.96%	-2.39%
净利润	8,690.84	7,958.27	732.57	6,134.75	6,670.25	-535.50	2,621.09	3,554.44	-933.35

注：1、数据以2020年度外汇管理局美元平均汇率6.8976、欧元平均汇率7.8755为基准测算。

由上表可知，剔除汇率影响后，报告期各期毛利率分别为26.68%、**26.61%**，与剔除前变化趋势基本一致，报告期各期净利润分别为6,670.25万元、**7,958.27万元**，公司剔除汇率影响后净利润呈现增长趋势主要原因系受益于新能源汽车发展趋势，公司配套新能源汽车的产品销售收入随着终端客户T公司的车型产销量增长而大幅提高。

综上所述，公司剔除汇率影响后毛利率**小幅下降**系受到原材料价格波动和销售结构的影响，净利润大幅增长系受到销售收入提升的影响，具备合理性。

四、说明期后收入、毛利率、净利润的变化情况，结合在手订单说明业绩增长的可持续性。

#### （一）说明期后收入、毛利率、净利润的变化情况

公司期后收入、毛利率、净利润的变化情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-3月	同比变化(2023年1-3月)	2023年1-3月
营业收入	21,196.89	32.14%	16,041.07
毛利率	27.11%	-2.87%	27.91%
净利润	2,553.22	29.61%	1,969.90

注：上表数据未经审计或审阅。

公司2024年1-3月营业收入及净利润同比增幅分别为32.14%及29.61%，同比增长的主要原因系在汽车行业复苏的背景下公司业务规模保持不断稳定扩张。

公司2024年1-3月毛利率同比略有下降，主要原因系：2024年1-3月份，骏创北美自制量产件处于爬坡阶段，产能不饱和。

综上所述，公司期后收入利润同比增加较多，主要原因系在汽车行业复苏的背景下公司业务规模保持不断稳定扩张，公司期后毛利率略有下降主要系骏创北美自制量产件处于爬坡阶段，产能不饱和。

## （二）结合在手订单说明业绩增长的可持续性

### 1、公司在手订单情况

公司通过多年行业积累，与产业链上下游的企业建立了多维度的合作关系。报告期内，发行人每年新签署的订单金额持续增长，表现出良好的发展趋势。截至**2024年3月末**，公司对主要客户未来12个月的在手订单总金额约为**4.96**亿元（部分客户采用可统计区间年化后的计算方法，仅考虑国内工厂需求，未考虑模具产品需求），在手订单充足，为业绩持续增长提供了充分的保障。

### 2、业绩增长可持续性

由前述分析可知，发行人的主营业务市场是一个需求较高且持续快速增长的市场，发行人在市场、技术、供应链管理方面有自己的竞争优势，有较强的业务开拓能力和充足的在手订单，因此发行人未来业绩增长具有可持续性。

#### 1）发行人聚焦于自身的行业战略和客户战略，盈利能力较强

发行人发展战略清晰，通过聚焦于自身的行业战略和客户战略，多年来，发行人形成了自身的盈利模式，积累和沉淀了一批稳定的核心客户。报告期内，发行人客户较为集中，盈利能力较强。未来发行人在稳步推进传统汽车领域业务的同时，积极开拓新能源汽车领域的业务，扩大业务规模，提升收入和利润水平，同时不断开发新客户，为上述领域持续充实客户基础。

#### 2）下游市场需求量持续快速增长

由前述分析可知，汽车零部件市场的需求将进一步扩大，主要产品配套车型预期未来产销量将持续增长。

### 3) 开发新产品的合作空间

随着全球更多地区经济的恢复，全球汽车行业迎来复苏，汽车零部件市场的需求未来将进一步扩大。2022 年度和 **2023 年度**，T 公司的汽车销量增幅较大，公司新零件开发数量相应增长较多，配套 T 公司零件数也有大幅增长。

单位：个

项目	2023 年度	2022 年度
公司配套 T 公司零件数(含广达集团、和硕联合)	658	468
公司配套安通林零件数	324	340
公司配套斯凯孚零件数	43	39

注 1：统计口径为各期销售配套销售的零件数；

注 2：2023 年度由于安通林配套客户的老款车型逐渐减少需求，销售零件数较 2022 年全年有所减少。

公司本次募投项目为产能扩建项目，后续通过募投项目的实施，有助于大幅度提升产能，为公司未来新产品的开发奠定基础，为公司收入进一步增长带来空间。

### 4) 持续开发知名客户的能力较强

近年来，发行人积极开拓市场，随着技术的成熟及市场口碑的积累，发行人的业务规模快速上升。报告期内，贡献主营业务收入客户的数量（年度销售金额在50万元以上）分别为 22家及27家，实现了增长，报告期新增立讯精密(002475.SZ)、美股上市公司捷普集团(JBL)、电子专业制造商富士康、美国汽车制造厂商爱杰姆等优质客户。发行人具备持续开拓其他新客户的技术实力，并正积极与新能源行业优质企业开展商务接洽或技术交流，未来，发行人将进一步优化新能源汽车零部件和能源产品零部件性能以成功导入更多客户的供应链体系，进一步完善业务布局，巩固自身客户基础。

综上所述，公司在手订单充足，业绩增长具备可持续性。

## 【申报会计师回复】

### (一) 核查过程

针对上述事项，申报会计师履行的主要核查程序如下：

1、访谈发行人销售总监、财务总监，获取并查阅发行人收入明细表、可比公司资料与汽车行业研究报告，了解发行人可比公司及下游行业增长变化趋势，分析报告期内产品收入大幅增长的原因及合理性；

---

2、访谈发行人销售总监及财务总监，查阅主要客户公开资料，了解主要客户的销售额及销售变动情况、销售回款情况、双方的合作历史、订单增长的原因、主要客户终端销售增长情况，分析公司业绩大幅度增长的原因及合理性；

3、访谈发行人采购主管和销售总监，了解发行人采购端及销售端定价方式及价格调整机制；查阅并获取发行人与主要客户的框架合同、销售订单及销售报价单，了解是否存在年降条款及对应主要客户、销量、平均单价、销售占比，分析是否与报告期内毛利率波动匹配；

4、查阅发行人与主要客户签订的定价条款，分析其中是否包含原材料价格波动的调整机制；查阅发行人收入确认依据及凭证，分析是否存在可变对价，相关会计处理是否符合会计准则的要求；

5、访谈发行人财务总监，了解发行人对报告期内及报告期前毛利率大幅波动情形的应对机制，分析是否有效；

6、访谈发行人销售总监、财务总监，获取并查阅发行人收入明细表，分析报告期内内外销销售结构变化的原因及合理性，统计外币结算的销售额增减变化情况，分析剔除汇率影响后毛利率及净利润大幅增长的合理性；

7、查阅发行人**2024年1-3月**财务报表，获取期后收入、毛利率、净利润数据并分析变化情况；查阅并获取发行人截至**2024年3月31日**在手订单明细表，并分析判断发行人业绩增长的可持续性。

## （二）核查结论

基于以上所述的审计及核查程序，我们认为：

1、报告期收入大幅增长主要来源于终端客户市场需求爆发带来的新能源汽车零部件收入的大幅增长，符合可比公司及下游行业增长变化趋势；

2、公司向主要客户的销售额及销售保持增长态势、销售回款情况良好、公司和主要客户的合作稳定持续、订单量在主要客户终端销售增长情况下保持增长，公司业绩大幅增长具备合理性；

3、公司采购端定价机制为供应商询比价方式，客户端定价机制主要为成本加成方式，上游采购价格变化与产品销售价格变化之间的传导机制顺畅，部分客户的传导周期有一定的滞后性，符合行业惯例，具有合理性；公司与主要客户安通林存在“协商年降”情形，报告期内对应的销售占比较低，且实际年降执行情况按照当年度综合因素变化后协商确定，该情形对发行人毛利率影响较小；

4、通过商务谈判的方式进行合同定价，该种成本加成方式的商务谈判定价模式包含了原材料价格波动的调整机制，公司能够更好的管控原材料涨价的风险；

5、发行人针对毛利率波动采取了缩短客户价格调整机制的时长、采取外汇套期保值操作、实现部分原材料的进口替代等方式，上述措施切实有效；

6、报告期内公司内外销销售结构变化主要原因系在市场环境的影响下公司向以外销为主的客户T公司、广达集团、和硕联合的销售额提升，向内销为主的斯凯孚的销售金额有所下降，结构变动具备合理性；公司以外币结算的销售额增幅与外销收入变化趋势保持一致，剔除汇率影响后毛利率小幅下降系受到原材料价格波动和销售结构的影响，净利润大幅增长系受到销售收入提升的影响，具备合理性；

7、公司期后收入、毛利率、净利润的变化情况具备合理性；公司在手订单情况良好，业绩增长具备可持续性。

### （三）说明针对发行人报告期及期后内、外销真实性采取的具体核查程序、核查比例及核查结论

#### 1、核查程序

申报会计师结合函证、访谈、收入确认检查、物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证、外汇管理局数据、出口退税金额、截止性测试、期后回款检查、退换货检查、分析性程序、客户背景核查等对发行人内、外销收入进行核查，具体情况如下：

##### （1）函证

报告期内，内销收入函证情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
境内收入金额	29,085.84	28,429.94
发函金额	27,016.09	23,483.29
发函比例	92.88%	82.60%
回函确认金额	24,750.01	18,253.98
替代测试金额	2,266.08	2,624.99
回函确认比例①	85.09%	64.21%
替代测试比例②	7.79%	9.23%
合计比例③=①+②	92.88%	73.44%

报告期内，公司内销收入发函的覆盖范围为82.60%和**92.88%**，回函确认及替代测试合计比例分别为73.44%和**92.88%**。

报告期内，外销收入函证情况具体如下：

单位：万元



项目	2023 年度	2022 年度
境外收入金额	40,771.28	30,126.33
发函金额	32,388.57	29,479.72
发函比例	79.44%	97.85%
回函确认金额	18,074.36	7,894.85
替代测试金额	13,338.67	17,629.19
回函确认比例①	44.33%	26.21%
替代测试比例②	32.72%	58.52%
合计比例③=①+②	77.05%	84.72%

报告期内，公司境外收入发函的覆盖范围为 97.85% 和 79.44%，回函确认及替代测试合计比例分别为 84.72% 和 77.05%；

回函比例较低的原因系 T 公司、广达集团拥有较完善的供应链系统，可供其供应商查询交易明细及未付款明细，故不对发行人进行回函。针对未回函执行以下替代程序：1) 针对 T 公司登录客户供应链管理系统，导出相关交易数据进行核对；2) 针对广达集团抽查收入确认的相关原始单据，包括：销售订单、对账单、销售出库单、签收单、验收单、报关单、提单及提货单等；3) 检查期后回款情况。

## (2) 访谈

客户访谈流程具体程序如下：

### 1) 实地访谈

对于境内重要客户采用实地访谈的形式，具体流程如下：

#### ①获取营业执照

对于取得的客户营业执照，进一步通过网络查询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，确认客户的真实存续，评估交易的商业合理性，并核查与公司是否存在关联关系。

#### ②生产经营场所的观察

结合实地访谈，确认客户实际经营场所与工商登记资料登记住址的一致性，并通过对生产经营情况的观察和对受访人员受访情况的观察，评估客户的真实存续和经营情况，确认是否存在需要进一步关注的事项，评估其与公司交易的商业合理性。

#### ③对客户关键经办人员进行访谈和确认

在访谈过程中，为确保核查要求与核查问题的完整覆盖，访谈程序以访谈问卷为基础展

开，结合核查具体要求和公司经营特点设计重点关注问题，逐题与受访人员完成问答之后，请受访人员签字确认记录内容的准确性与完整性。

## 2) 视频访谈

对于主要客户 T 公司，由于客户不接受现场访谈的原因，故采用视频访谈的形式。

### ①访谈进行前，独立沟通访谈时间和方式

访谈进行前，与被访谈人预约访谈的具体时间、方式等，并将访谈问题提前发给被访谈人。

### ②访谈过程中，确认身份并全程录像

访谈开始后，首先由被访谈人进行自我介绍，并展示其身份证件及工牌，随后双方对访谈问卷问题以问答形式逐项进行，全程录制视频。

### ③访谈结束后，独立获取签字文件确认访谈内容

访谈结束后，将访谈问卷问答记录通过邮件形式发送给被访谈人，被访谈人确认无误后签字，并将扫描件用前期沟通的邮箱以电子邮件形式直接发送至相关人员公司邮箱。

报告期内，针对内销收入的客户访谈情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
实地走访家数（家）	2	2
实地及视频走访客户的销售收入金额	<b>8,239.89</b>	8,131.14
境内销售收入总额	<b>29,085.84</b>	28,429.94
境内客户访谈占比	<b>28.33%</b>	28.60%

2022 年度和 **2023 年度**，公司对内销收入客户走访占比为 28.60%和 **28.33%**，覆盖比例较低，主要系 T 公司上海工厂、斯凯孚因内部规定未接受访谈。

报告期内，针对外销收入的客户访谈情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
实地走访家数（家）	2	2
视频访谈家数（家）	1	1
实地及视频走访客户的销售收入金额	<b>35,823.88</b>	24,526.63
境外销售收入总额	<b>40,771.28</b>	30,126.33
境外客户访谈占比	<b>87.87%</b>	81.41%

注 1：由于主要客户海外工厂管理较严格，不接受实地走访，项目组实地走访了客户国内工厂。

2022 年度和 **2023 年度**，公司对外销收入客户走访占比为 81.41%和 **87.87%**，覆盖比例较高。

(3) 收入确认时点的核查

1) 了解内部控制循环及账务处理过程

对于境外销售，发行人主要采用 DAP、DDP、FCA、FOB、EXW 等贸易方式。对境内销售，发行人主要采用送货上门的服务形式。

2) 了解收入确认政策

访谈公司销售部门负责人、财务部负责人，了解收入确认政策，结合合同具体条款及业务实质，评价发行人收入确认政策是否符合《企业会计准则》的规定；

3) 样本选取及核对过程

申报会计师对发行人销售凭证进行随机抽样检查，追查该凭证对应的销售订单、出库单、送货单、报关单、提单、提货单、发票、银行回单等单据，检查内容包括：①销售订单与出库单的订单号或商品型号数量是否一致；②出库单与送货单及发票的产品信息的规格型号是否一致；③发票与报关单金额是否一致，核实外汇管理局出口数据与发票、报关单是否相对应；④凭证金额是否与发票金额一致；⑤银行回单金额及对方单位名称是否与账面一致。

对内销收入抽凭核查情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
内销收入	<b>29,085.84</b>	28,429.94
核查金额	<b>25,505.97</b>	22,752.05
核查比例	<b>87.69%</b>	80.03%

报告期内，申报会计师对内销收入的抽凭检查比例分别为 80.03%和 **87.69%**，证实收入确认的真实性，抽凭检查程序有效。

对外销收入抽凭核查情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
外销收入	<b>40,771.28</b>	30,126.33
核查金额	<b>32,968.13</b>	23,783.12
核查比例	<b>80.86%</b>	78.94%

报告期内，申报会计师对外销收入的抽凭检查比例分别为 78.94%和 **80.86%**，证实收入确认的真实性，抽凭检查程序有效。

#### (4) 匹配物流运输等数据

报告期内，内销收入与物流运输等数据的匹配情况如下：

##### 1) 运费与发行人内销收入的匹配性

报告期内，发行人内销的运输方式为发行人将货物运输至客户指定地点进行交货，主要记录凭证为货物承运收据，报告期内，公司的内销收入金额与运输费用的匹配关系具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
内销收入 (a)	29,085.84	28,429.94
物流运费 (b)	158.33	114.37
比例 (c=b/a)	0.54%	0.40%

报告期各期，发行人物流运费占内销收入比例分别为 0.40%、0.54%，2023 年占比略有上升，主要原因系当年度深圳、长沙等远距离客户收入有所增加，公司运费成本相应增加。

##### 2) 物流运输记录与内销数量的匹配性

报告期内，公司的物流运输数量与内销数量的匹配关系具体情况如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度
物流运输数量	7,873.82	11,315.23
内销数量	7,873.82	11,315.23
差异	-	-

报告期内，公司内销收入的物流运输数量与内销数量一致。

##### 3) 发货验收单据、签收单验收单与内销数量匹配性

报告期内，公司的发货验收数量与内销数量的匹配关系具体情况如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度
发货验收数量	7,873.82	11,315.23
内销数量	7,873.82	11,315.23
差异	-	-

报告期内，公司的发货验收数量与内销数量一致。

#### 4) 内销回款与发行人内销收入匹配情况

报告期内，发行人内销回款与内销收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
人民币回款	29,674.85	24,844.71
美元回款	42.71	229.71
内销回款	29,717.56	25,074.42
内销收入	29,085.84	28,429.94
内销回款比例	102.17%	88.20%

报告期各期，发行人内销回款比例分别为 88.20%、102.17%，差异主要系内销收入确认时点和回款时点的时间性差异，差异具有合理性。

对物流运输记录、外销回款、发货验收单据、外汇管理局出口数据、出口退税金额等与发行人外销收入进行匹配核查，核查结果详见本问询回复“问题 3.业绩大幅增长的真实性”之“五、保荐机构、申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明针对发行人报告期及期后内、外销真实性采取的具体核查程序、核查比例及核查结论，量化分析各期外销回款、物流运输记录、运费、发货验收单据、出口报关单证、货运提单、签收单验收单、中国出口信用保险公司数据、外汇管理局数据、出口免抵退税金额等与发行人境外销售收入的匹配性”之“（四）量化分析各期外销回款、物流运输记录、运费、发货验收单据、出口报关单证、货运提单、签收单验收单、中国出口信用保险公司数据、外汇管理局数据、出口免抵退税金额等与发行人境外销售收入的匹配性”。

#### （5）截止性测试

对资产负债表日前后确认的销售收入，抽查其送货单、验收单的验收日期、报关单的出口日期、货运提单或提货单等相应的收入确认依据，未发现跨期确认的情况。

#### （6）期后回款检查

报告期内，公司内销收入的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款余额	9,842.31	7,816.65
期后回款金额	4,831.06	7,708.61
回款比例	49.08%	98.62%

注：内销收入的期后回款统计截至 2024 年 2 月 29 日

报告期内，公司外销收入的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023年12月31日	2022年12月31日
应收账款余额	14,086.49	13,615.00
期后回款金额	8,620.07	13,545.25
回款比例	61.19%	99.49%

注：外销收入的期后回款统计截至 2024 年 2 月 29 日

#### (7) 退换货检查

了解发行人退换货政策，取得发行人报告期内退换货明细表，抽查退换货交易记录及相关单据。经检查，报告期内，发行人销售存在少量退货，不存在换货情形，退货原因系质量问题，公司不存在期后大额退换货情况，发行人在退货时冲减当期收入，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

#### (8) 分析性程序

获取报告期各期收入明细表，对收入执行分析性程序，分析公司主营业务收入波动的原因及合理性。

#### (9) 客户背景核查

对发行人主要客户及各期新增客户，通过企查查或客户的官方网站查询、了解其基本信息。

#### (10) 第三方回款检查

了解公司销售与收款相关内部控制的设计和执行情况并进行内控测试，评价其内控制度是否有效；访谈公司财务负责人及销售业务人员，了解公司销售业务的结算模式；检查发行人报告期内内、外销收入回款的入账凭证及原始凭证。

## 2、核查结论

基于以上所述的核查程序，申报会计师认为：

公司的内外销售收入具备真实性、准确性、完整性，收入确认符合企业会计准则规定。

(四) 量化分析各期外销回款、物流运输记录、运费、发货验收单据、出口报关单证、货运提单、签收单验收单、中国出口信用保险公司数据、外汇管理局数据、出口免抵退税金额等与发行人境外销售收入的匹配性

### 1、外销回款与发行人境外销售收入匹配情况

报告期内，发行人外销回款与境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
美元回款	41,378.11	27,648.81
欧元回款	-	21.64
人民币回款	906.41	28,105.90
外销回款	42,284.52	30,126.33
外销收入	40,771.28	27,648.81
外销回款比例	103.71%	93.29%

注：外币回款已折算为人民币金额。

报告期各期，发行人外销回款比例分别为 93.29%、**103.71%**，差异主要系外销收入确认时点和回款时点的时间性差异，差异具有合理性。

## 2、运费与发行人境外销售收入的匹配性

报告期内，发行人境外销售的运输主要包含两种方式，一种是发行人将货物运输至客户指定地点进行交货，主要记录凭证为货物承运收据；另一种是客户上门提货，主要记录凭证为提货单。报告期内，公司的外销收入金额与运输费用的匹配关系情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
外销收入 (a)	40,771.28	30,126.33
物流运费 (b)	505.35	327.81
比例 (c=b/a)	1.24%	1.09%

报告期各期，发行人物流运费占外销收入比例分别为 1.09%、**1.24%**。2022 年度，物流运费占比下降主要系：向 T 公司的销售模式为 FCA（指定提货地点为发行人工厂），向和硕联合的销售模式为 EXW，在 FCA 和 EXW 模式下，公司无需承担物流运费，另外受益于新能源汽车发展趋势，两家客户收入大幅增长，双重因素导致 2022 年度物流运费占比下降。**2023 年**物流运费占比较 2022 年略有上升，主要系 2023 年开始配套于公司海外工厂生产使用的模具增加较多，增加了国际运输费。

综上，发行人的物流运费与境外销售收入相匹配。

## 3、物流运输记录与外销数量的匹配性

报告期内，公司的物流运输数量与外销数量的匹配关系情况具体如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度
外销物流运输数量	4,254.12	2,881.18
外销数量	4,298.93	2,905.59

项目	2023 年度	2022 年度
差异	-44.81	-24.41

报告期内，公司境外收入的物流运输数量与外销数量差异较小，系时间性差异。

#### 4、发货验收单据、签收单验收单与外销数量匹配性

报告期内，公司的发货验收数量与外销数量的匹配关系情况具体如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度
外销发货验收数量	4,298.93	2,905.59
外销数量	4,298.93	2,905.59
差异	-	-

报告期内，公司的发货验收数量与外销数量一致。

#### 5、出口报关单证、货运提单与外销数量匹配性

报告期内，公司的出口报关单证、货运提单数量与外销数量的匹配关系情况具体如下：

单位：万件

项目	2023 年度	2022 年度
合并外销数量①	4,298.93	2,905.59
减：境外子公司数量②	643.93	-
加：内部交易③	191.15	10.00
国内单体外销数量汇总（④=①-②+③）	3,848.00	2,915.59
报关数量⑤	3,825.80	2,889.52
提单数量	3,825.80	2,889.52
差异（④-⑤）	20.35	26.07

报告期内，公司出口单证数量与外销数量差异系时间性差异导致。

#### 6、中国出口信用保险公司数据匹配性

公司未购买出口信用保险，因此无中国出口信用保险公司的数据。

#### 7、海关报关出口记录与发行人境外销售收入匹配情况

报告期内，发行人外汇管理局的海关报关出口记录与境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
合并外销收入（主营+其他）①	40,771.28	30,126.33
减：境外子公司收入②	5,465.22	0.30
加：内部交易③	2,157.75	12.85



项目	2023 年度	2022 年度
国内单体外销收入汇总④= (①-②+③)	37,463.81	30,138.88
海关报关出口记录的外销收入⑤	38,490.09	30,209.09
差异 (④-⑤)	-1,026.28	-70.21

差异主要具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
收入确认时间性差异	-578.99	23.84
报关后单价调整差异	4.03	-156.47
汇兑差异	-	-
客户扣款等冲减收入差异	-217.52	62.42
出口的商品属零退税率的不能申报退税视同内销缴税差异	-	-
净额法确认收入差异	-233.80	-
合计	-1,026.28	-70.21

由上表可知，报告期各期，发行人外汇管理局的海关报关出口记录与境外销售收入的差异分别为-70.21 万元以及-1,026.28 万元，主要系收入确认时间性差异和客户扣款导致。2022 年度报关后单价调整差异较大，主要系 2022 年度业务量猛增，业务人员更换等原因，导致短时间内内部沟通机制不顺畅，未及时调整报关价格。2023 年收入时间性差异较大，主要原因系：(1) 2022 年末受疫情影响，客户已上门提货但未及时报关进而延期至 2023 年报关的订单较多；(2) 2023 年度，骏创北美工厂投产运行。因境外生产需求，公司在与客户协商后将其存放在境内母公司配套生产注塑件用的部分模具移至骏创北美工厂，该部分模具已在前期视同内销确认收入，本期刊报出口。

#### 8、海关申报退税记录与发行人境外销售收入匹配情况

报告期内，发行人海关申报退税记录与境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
合并外销收入（主营+其他）①	40,771.28	30,126.33
减：境外子公司收入②	5,465.22	0.30
加：内部交易③	2,157.75	12.85
国内单体外销收入汇总 (④=①-②+③)	37,463.81	30,138.88
海关申报退税记录的外销收入⑤	32,632.66	31,673.82
差异 (④-⑤)	4,831.15	-1,534.94

差异明细如下：

单位：万元


项目	2023 年度	2022 年度
申报退税时间性差异 (③=①-②)	4,649.37	-1,879.88
其中：下期申报退税销售额在当期确认收入①	5,951.52	1,302.15
当期申报退税销售额在前期确认收入②	1,302.15	3,182.03
汇兑差异	-	-
免税处理差异④	415.58	344.94
视同内销差异		
净额法确认收入差异⑤	-233.80	
合计差异 (③+④+⑤)	4,831.15	-1,534.94


由上表可知，差异主要系申报退税时间影响、骏创贸易出口业务采用净额法确认收入对收入的影响以及部分产品以进料深加工结转方式免税处理，无需申报退税的影响。申报退税的时间性差异中下期申报退税的部分，除子公司骏创贸易的 2,852.33 万元销售额需等客户回款后退税外，截至本回复出具日公司已于期后完成申报退税 2,239.84 万元，剩余部分将继续完成申报退税。公司的海关申报退税记录与发行人境外销售收入相匹配。


综上，公司的境外收入与外销回款、物流运输记录、运费、发货验收单据、出口报关单证、货运提单、签收单验收单、中国出口信用保险公司数据、外汇管理局数据、出口免抵退税金额等具有匹配性，差异部分主要系时间性因素等原因导致，具有合理性。


本页无正文，为中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)出具的众环专字(2024)3300125号《关于苏州骏创汽车科技股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复》之签章页。



中国注册会计师:   
吴抱军



中国注册会计师:   
毛雪



中国·武汉

2024年4月24日