

桑尼泰克精密工业股份有限公司

关于 2023 年年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

桑尼泰克精密工业股份有限公司（以下简称“桑尼泰克”或“公司”）于 2024 年 7 月 10 日收到贵司挂牌公司管理一部下发的《关于对桑尼泰克精密工业股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 138 号），现回复如下：

1、关于经营业绩

你公司主要从事汽车零部件的研发、生产与销售，近三年经营业绩持续增长，营业收入分别为 549,656,428.74 元、771,043,352.22 元和 883,625,912.82 元，年均复合增长率为 26.62%，其中国外销售占比分别为 8.90%、7.44%、9.01%，国外毛利率分别为 24.55%、28.48%和 25.88%。2023 年年报披露，你公司顺应汽车轻量化、新能源汽车发展等趋势，不断开发相关汽车零部件产品，近年来陆续与特斯拉、蔚来、小鹏、理想、吉利银河、极氪、零跑等新能源汽车厂商或其一级供应商建立合作关系。此外，公司所处汽车零部件行业普遍存在“年降”惯例，即客户会采用前高后低的定价策略，约定产品的年降价率。请你公司：（1）分别按通用件/专用件列示近三年销售变动情况，并对专用件按新能源/非新能源列示主要产品对应的终端车型及销量变动、公司相关零部件销量及金额变动情况等；结合行业发展趋势、终端销售变动、新能源业务开拓情况及竞争优势、同行业可比公司业绩变动情况等，说明营业收入持续增长的原因，增幅是否高于行业增幅及其合理性，与下游客户销售变动是否匹配；（2）结合行业发展趋势、在主要客户的采购占比及竞争优势、新能源零部件的技术差异及相关产品开发、市场开拓情况、零部件及主要终端车型外销情况及国际形势影响、新产品销售金额及年降价率等，说明营业收入是否面临持续增长压力，公司拟采取的应对措施。

回复：

一、分别按通用件/专用件列示近三年销售变动情况，并对专用件按新能源/非新能源列示主要产品对应的终端车型及销量变动、公司相关零部件销量及金额变动情况等；结合行业发展趋势、终端销售变动、新能源业务开拓情况及竞争优势、同行业可比公司业绩变动情况等，说明营业收入持续增长的原因，增幅是否高于行业增幅及其合理性，与下游客户销售变动是否匹配

(一) 分别按通用件/专用件列示近三年销售变动情况，专用件按新能源/非新能源列示主要产品对应的终端车型及销量变动、公司相关零部件销量及金额变动情况

公司所处的汽车精密零部件细分领域属于定制化开发行业，行业内企业根据下游客户对产品的实际需求从事来图加工或参与同步开发，量产产品均为客户定制件。因此，公司产品不适用专用件及通用件的区分。

公司销售客户既包括整车厂，也包括汽车零部件供应商，销售的汽车零部件产品因功能、型号、规格、用途及客户要求等各不相同，种类较多，无法全部精确匹配到终端车型，公司根据合同、订单等现有资料，结合销售经理调研、相关网络公开销量数据，将主要产品的部分销售收入与终端车型或车型品牌进行匹配。

2021年至2023年，公司主营业务收入来源于新能源车型及非新能源车型销售收入分类统计如下：

单位：万元

类别	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
新能源汽车	26,693.23	33.12%	21,102.56	29.53%	5,910.63	11.63%
非新能源	53,893.84	66.88%	50,351.53	70.47%	44,927.30	88.37%
合计	80,587.08	100.00%	71,454.09	100.00%	50,837.93	100.00%

公司销售的汽车零部件产品所对应的主要终端车型涉及新能源汽车销量情况如下：

单位：辆

主要品牌	主要车型	2023 年度	2022 年度	2021 年度
极氪汽车	极氪 001	76,246	71,941	5,808
特斯拉	Model3/ModelY	603,664	710,865	473,103
比亚迪	汉、宋、元、唐等	2,706,075	1,804,624	723,697
吉利几何	几何 E/GSE	62,616	120,772	29,101
吉利银河	银河 L7	84,804	—	—

注：数据来源于车主之家、乘联会或年报数据

吉利集团旗下极氪品牌于 2021 年 4 月发布首款车型极氪 001。车主之家公开数据显示：2021 年，极氪品牌在终端市场实际仅销售极氪 001 一款车型，且仅销售 2 个月（2021 年 11 月、12 月），故当年极氪品牌全系销量仅为 5,808 辆；2022 年，极氪 001 销量增长平稳，全年累计销售 71,941 辆；2023 年，极氪 001 全年累计销售 76,246 辆，加之同年极氪品牌极氪 009、极氪 X、极氪 007 等新车型陆续进入终端市场，进一步带动极氪品牌全年全系销量攀升至 118,685 辆。

2021 年至 2023 年，公司来源于新能源汽车销售收入增幅较大，与公司销售的汽车零部件所涉及的终端车型如极氪汽车、特斯拉、比亚迪等新能源车型推出或销量增长较快具有相关性。

公司销售的汽车零部件产品所对应的主要终端车型涉及非新能源汽车销量情况如下：

单位：辆

主要品牌	主要车型/系列	2023 年度	2022 年度	2021 年度
通用汽车	昂科威、凯迪拉克	273,105	289,668	379,593
丰田系列	亚洲龙、RAV4	277,312	293,130	321,221
奔驰系列	C 系、E 系、GLC 等	770,600	751,714	758,863
长城汽车	哈弗、坦克	877,727	740,431	854,596
本田	雅阁、思域等	277,312	293,130	321,221

注：数据来源于车主之家、乘联会或年报数据，终端销售为上述主要车型销量统计

2021 年至 2023 年，公司来源于传统汽车销售收入有所增长，与通用汽车、丰田汽车、奔驰、长城汽车、本田等传统热销车销量较大具有相关性。

公司汽车零部件产品的销量、金额变化情况如下：

类别	项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
汽车零部件	销售收入（万元）	76,048.81	68,901.16	47,885.33
	销售数量（万件）	21,629.29	20,534.30	17,317.12

2021 年至 2023 年，公司汽车零部件销售收入金额分别为 47,885.33 万元、68,901.16 和 76,048.81 万元，销售收入呈现增长趋势，销量亦呈现增长趋势，具有合理性。

公司销售收入增长与下游客户终端需求增长，特别是新能源汽车销售增长有关，具有合理性。

（二）结合行业发展趋势、终端销售变动、新能源业务开拓情况及竞争优势、同行业可比公司业绩变动情况等，说明营业收入持续增长的原因，增幅是否高于行业增幅及其合理性，与下游客户销售变动是否匹配

1、行业发展趋势

下游汽车整车产业的恢复。随着国内汽车消费市场恢复，2021 年我国汽车产销量呈现触底反弹，根据中国汽车工业协会公布的数据，2021 年我国汽车产销量同比分别增长 3.4%和 3.8%，结束了连续 3 年的下降趋势；2022 年我国汽车产销量分别同比增长 3.4%和 2.1%；2023 年，我国汽车产销量分别达 3,016.1 万辆和 3,009.4 万辆，同比分别增长 11.6%和 12%，年产销量双双创历史新高。

新能源汽车的快速发展。2021 年，我国新能源汽车销售完成 352.1 万辆，同比增长 160%；2022 年新能源汽车产销分别完成 705.8 万辆和 688.7 万辆，同比分别增长 96.9%和 93.4%；2023 年，我国新能源汽车产销量分别达 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 31.6%。

2、终端销售变动

公司销售主要终端车型包括吉利集团、奇瑞汽车、通用汽车、特斯拉、比亚迪等热销车型，其中公司来源于吉利集团的营业收入增幅较大；公司对应的其他主要终端车型销售情况见上文。

2021 年至 2023 年，公司来源于向吉利集团的销售收入波动情况与吉利集团终端销量的匹配情况如下：

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
针对吉利营业收入（万元）	17,958.42	16,091.84	8,542.96
吉利集团终端销量（万辆）	169	143	133
吉利集团营业收入（亿元）	1,792.04	1,479.65	1,016.11

根据吉利集团披露的公开数据，2021 年至 2023 年其终端销量和收入亦呈现逐年递增的态势，反映出公司收入波动与吉利集团对应车型车辆终端产销量基本相匹配。

公司来自吉利集团销售收入增长较快主要原因系极氪系列、吉利银河、领克等新能源汽车销量增长较快，与终端市场销售情况基本一致。此外，公司销售收入来自终端车型长城汽车、比亚迪、奇瑞、理想、宝马、特斯拉等众多终端热销车型销售收入均在千万级别以上，公司来源于奥迪、小米、小鹏等车型销售收入在百万级以上。

3、新能源业务开拓情况及竞争优势

近年来，新能源汽车市场渗透率不断提高、汽车轻量化发展趋势凸显，公司为顺应行业发展，不断进行创新，陆续开发新能源汽车防撞梁总成、新能源电池包壳体等产品，有效满足下游客户的新需求；公司不断开发客户，陆续与特斯拉、蔚来汽车、理想汽车、小米汽车、极氪汽车、零跑汽车、小鹏汽车等新能源汽车厂商或其一级供应商建立合作关系。

2021年、2022年和2023年，公司汽车零部件产品新能源车型销售收入分别为5,910.63万元、21,102.56万元和26,693.23万元，占公司主营业务收入比例分别为11.63%、29.53%和33.12%，新能源车型销售收入呈现增长趋势。

经过多年在汽车精密零部件行业发展积累，公司形成了较好的技术及工艺优势、产品质量优势、客户资源优势、区位优势及快速响应优势等竞争优势，具体见下文。

4、同行业可比公司业绩变动情况

2021年至2023年度，同行业可比公司与桑尼泰克营业收入对比情况如下：

单位：万元

证券代码	证券名称	2023年度	2022年度	2021年度
300926.SZ	博俊科技	260,048.56	139,090.93	80,550.58
603006.SH	黎明股份	113,748.96	123,116.52	121,961.81
301072.SZ	中捷精工	72,388.90	69,260.12	62,253.11
	平均值	148,728.81	110,489.19	88,255.17
832554.NQ	桑尼泰克	88,362.59	77,104.34	54,965.64

2021年至2023年，同行业可比公司营业收入平均值分别为88,255.17万元、110,489.19万元和148,728.81万元，其中2022年和2023年收入增幅25.19%和34.61%。

5、营业收入持续增长的原因，增幅是否高于行业增幅及其合理性，与下游客户销售变动是否匹配

一方面，随着近年来汽车行业特别是新能源汽车的持续增长，另一方面，公司顺应市场的发展，不断加大产品包括新能源汽车零部件产品的开发及投入。2021年度至2023年度，公司营业收入金额分别为54,965.64万元、77,104.34万元和88,362.59万元，三年复合增长率26.79%，与同行业可比公司平均值增幅基本一致，具有合理性。

如上文所述，公司主营业务收入的持续增长与下游市场的增长具有相关性，与下游主要客户销售变动匹配。

二、结合行业发展趋势、在主要客户的采购占比及竞争优势、新能源零部件的技术差异及相关产品开发、市场开拓情况、零部件及主要终端车型外销情况及国际形势影响、新产品销售金额及年降价率等，说明营业收入是否面临持续增长压力，公司拟采取的应对措施。

（一）行业发展趋势、在主要客户的采购占比及竞争优势、新能源零部件的技术差异及相关产品开发、市场开拓情况、零部件及主要终端车型外销情况及国际形势影响、新产品销售金额及年降价率

1、行业发展趋势

下游汽车整车产业2021年至2023年连续三年增长，其中新能源汽车快速发展。2021年，我国新能源汽车销售完成352.1万辆，同比增长160%；2022年新能源汽车产销分别完成705.8万辆和688.7万辆，同比分别增长96.9%和93.4%；2023年，我国新能源汽车产销量分别达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31.6%。

2、在主要客户的采购占比

公司主要客户包括：吉利集团、奇瑞汽车等知名整车厂；住友理工、博戈橡胶、威巴克、天纳克、采埃孚等著名跨国汽车一级零部件供应商。前述客户为大型知名整车厂或一级供应商，基于客户保密等要求，公司未能获取前述主要客户

相关零部件产品的采购数据；公司的上述主要客户年销售额基本在百亿级别甚至千亿级水平，公司在主要客户的采购占比较小。

以公司第一大客户吉利集团为例，2021年至2023年，公司向吉利集团的销售收入分别为8,542.96万元、16,091.84万元和17,958.42万元，根据同行业类似公司披露情况推测，公司在吉利集团同类产品采购中所占份额较小。

3、竞争优势

（1）技术及工艺优势

公司是国家高新技术企业，持续进行研发投入和技术创新，组建了一支专业化、经验丰富的技术开发团队，先后被认定为安徽省专精特新冠军企业、安徽省认定企业技术中心、安徽省创新型中小企业、安徽省智能工厂。公司历经多年的汽车精密零部件生产、研发积累，形成了高精度高效率激光焊接技术、铝合金焊接技术、铝合金热挤压成型工艺以及应用于汽车零部件轻量化方向的铝合金压铸工艺等多项核心技术；近年来顺应新能源汽车、汽车轻量化等发展趋势，不断进行创新，开发高强度轻量化防撞梁设计与制造技术、新能源电池包一体成型技术等一批核心技术。公司经过技术积累，不断形成自主知识产权，截至2023年12月31日，公司拥有专利权共108项，其中发明专利11项、实用新型专利97项。

汽车精密零部件行业涉及多种零部件，需要多种生产技术工艺，经过多年发展和积累，公司目前形成了贴合行业及自身发展状况的较为全面的工艺，包括冲压、焊接、挤出、压铸、机加工以及模具开发生产等技术工艺，产品涵盖了零件、组件、总成件等，能够满足客户多种产品类型需求。

（2）产品质量优势

在整车制造业中，基于高度精细化分工以及对汽车零部件安全质量的严格要求，公司及客户均极为重视产品质量。公司通过了IATF 16949:2016质量管理体系认证，符合相应国际汽车标准的要求；公司拥有ISO9001:2015质量管理体系、ISO14001:2015环境管理体系、ISO45001:2018职业健康安全管理体系等各项管理体系认证，公司检测中心获得了中国合格评定国家认可委员会实验室认证；公

司建立了一套完善的质量管理体系，从原材料采购、生产现场管理、库存管理到产品交付、客户信息反馈等全过程进行精益化管理，确保公司产品品质。

（3）客户资源优势

凭借优良的技术研发能力、产品品质、售后服务和响应能力，公司与主要客户长期稳定合作，与核心客户逐步确立同步开发的战略合作关系。经过多年发展，公司客户既包括全球汽车零部件供应商百强或细分行业龙头，也包括国内知名汽车整车厂、上市车企等。公司在与下游优质客户长期合作中，不断在新项目、新产品上协同，不断提升产品品质、技术工艺水平和经营管理能力，积累了较为丰富的汽车精密零部件行业经验，提升综合竞争力，为公司未来市场开拓和进一步提升品牌影响力提供了良好的基础。

（4）区位优势及快速响应优势

公司总部生产基地位于安徽省宣城市，同时在江苏省昆山市、浙江省余姚市分别设有生产基地，前述区域位于六大汽车产业集群之一的长三角产业集群内，以江苏、浙江、上海、安徽为代表的该产业集群是我国汽车零部件产值最大的区域。公司位于前述产业优势区域，能够实现与客户的近距离对接，可及时了解客户最新需求并积极快速地响应客户需求，为客户提供高效、优质的配套服务。公司良好的区位布局和快速响应的优势，将进一步增强公司产品的市场竞争力。

4、新能源零部件的技术差异及相关产品开发

（1）技术差异

当前，新能源汽车渗透率不断加大，汽车轻量化发展趋势明显，轻量化对传统汽车、新能源汽车均具有重要的作用，既可提升燃油车油耗表现，也可增加新能源汽车续航里程，有效缓解其续航里程的瓶颈问题。根据中国汽车工程学会发布的《节能与新能源汽车技术路线图 2.0》，至 2035 年，我国燃油乘用车轻量化系数将降低 25%，纯电乘用车轻量化系数将降低 35%。对于公司所处细分领域而言，汽车零部件轻量化的解决方案主要分为轻量化材料替代与结构设计优化，减轻汽车重量的同时也降低了动力和传动系统的负荷，使得汽车在同样的牵引负荷状态下表现出更优越的动力性能。在近年“节能减排”的政策驱动下，汽车零

部件轻量化已成为行业重要的发展趋势，根据美国铝业协会数据显示，汽油乘用车减重 10%可以减少 3.3%的油耗；纯电车减重 10%则可以效能提升 6.3%。此外，汽车轻量化可有效增加操作稳定性，缩短制动距离；减重 10%，制动距离可减少 5%，转向力减少 6%。

相对于传统汽车，新能源汽车对零部件集成化程度要求更高，影响汽车零部件企业需要具有相对更加齐备的工艺和生产能力。新能源汽车制造商多采用市场化采购模式，不具备相关零部件自主生产能力，汽车零部件企业需要建立更加独立完善的技术团队及研发机制，持续进行技术开发投入和创新，保持快速响应和同步开发能力，以适应新能源汽车车型迭代加快、技术更新频繁和消费终端日益多元化的市场趋势。技术实力的提升不仅要求企业不断地技术投入，还需要人才的积累、研发的沉淀和企业创新机制的培育，其均需要较长的过程，因此对行业致力于进入新能源汽车供应链的汽车零部件企业提出了更高的要求。

(2) 公司新能源汽车零部件相关产品开发情况

公司近年来顺应汽车行业特别是新能源汽车发展趋势，不断进行创新，陆续开发新能源汽车防撞梁总成产品、新能源电池包壳体产品等。2021 年至 2023 年，公司新能源汽车零部件相关产品销售收入分别为 5,910.63 万元、21,102.56 万元和 26,693.23 万元，其收入及占比均呈现增长。

5、市场开拓情况

经过多年在汽车精密零部件行业发展积累，公司凭借优良的制造技术水平、产品品质、及时的响应能力，陆续通过国内外知名汽车整车厂及跨国一级零部件供应商客户的认证，公司既是吉利汽车、极氪汽车、沃尔沃汽车、奇瑞汽车、蔚来汽车等知名汽车整车厂商的一级供应商，又为住友理工、博戈橡胶、威巴克、采埃孚、天纳克、拓普集团、蒂森克虏伯、均胜电子、哈金森等全球著名跨国一级汽车零部件供应商提供产品。公司拥有前述大批优质客户的同时，与主要客户逐步形成了长期稳定的合作关系及同步开发能力。同时，公司顺应新能源汽车轻量化变革趋势，不断开发相关汽车零部件产品，近年来，公司陆续与特斯拉、蔚来汽车、理想汽车、小米汽车、极氪汽车、零跑汽车、小鹏汽车等新能源汽车厂商或其一级供应商建立合作关系。公司在行业内树立了较好的品牌形象，获得客

户及社会的广泛认可，先后获得吉利汽车“最佳价值贡献奖”、极氪汽车“优秀合作伙伴”、博戈橡胶“优秀供应商”“全球优秀合作伙伴”、东海橡塑“综合优秀奖”、采埃孚“优秀合作伙伴”“质量贡献奖”、天纳克“优秀供应商”等。

6、零部件及主要终端车型外销情况及国际形势影响

根据中国汽车流通协会汽车市场研究分会数据，2023 年全年中国汽车出口 522 万辆，增速为 57%，超越日本，成为全球汽车第一出口大国，2023 年全年中国汽车出口额 1,016 亿美元（约合 7,278 亿元人民币）。根据中国汽车消费网统计，全国乘用车车企出口量排行前十情况如下：

序号	车企	总销量（万辆）
1	奇瑞汽车	92.39
2	上汽乘用车	68.50
3	特斯拉中国	34.41
4	吉利汽车	27.41
5	长城汽车	26.78
6	比亚迪汽车	24.28
7	长安汽车	19.86
8	上汽通用五菱	18.49
9	上汽通用	10.00
10	悦达起亚	8.69

2021 年、2022 年和 2023 年，公司汽车零部件相关产品直接销往境外收入分别为 4,894.59 万元、5,737.28 万元、7,963.88 万元，销售占比分别为 8.90%、7.44%、9.01%，境外销售收入占比较小。公司境内销售包括吉利汽车、奇瑞汽车等整车厂，也包括住友理工、博戈橡胶、威巴克、采埃孚、天纳克等全球著名跨国一级汽车零部件供应商，所涉及终端车型众多，部分终端车型销往境外。

2024 年 5 月 14 日，美国政府宣布将对中国电动汽车等产品加征关税；2024 年 7 月 4 日，欧盟委员会发布公告称，将从 5 日起对从中国进口的电动汽车征收临时反补贴税，欧美对我国汽车加征关税，会对我国汽车出口产生一定影响。

7、新产品销售金额

公司汽车零部件新产品销售情况统计如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
新产品销售金额	14,451.94	11,067.58	4,046.58

注：按照量产 12 个月内作为新产品统计。

2021 年度、2022 年度和 2023 年度，公司新产品销售金额分别为 4,046.58 万元、11,067.58 万元和 14,451.94 万元，新产品销售金额逐年增长。

8、年降价率

汽车零部件行业普遍存在价格年度调整惯例，在新产品量产后，随着订单的增加、生产工艺改善，规模效应逐渐显现，生产效率会有所提高，生产成本相应降低。因此在项目量产后，通常会存在一定年限和幅度的价格年降，具体是否执行年降以及年降的产品和幅度等由公司与客户协商确定。

公司主要年降、返利情况：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
年降、返利金额	903.01	852.25	228.11
主营业务收入	80,587.08	71,454.09	50,837.93
年降金额占主营业务收入的比例	1.12%	1.19%	0.45%

2021 年至 2023 年，公司年降、返利金额分别为 228.11 万元、852.25 万元、903.01 万元，占营业收入比例分别为 0.45%、1.19%和 1.12%，占比较小。

公司综合考虑产品周期、原材料价格变动等因素，与客户协商确定实际执行的年降政策。年降对公司业绩的影响整体可控。

（二）说明营业收入是否面临持续增长压力，公司拟采取的应对措施

下游汽车整车产业 2021 年至 2023 年连续三年增长，其中新能源汽车快速发展；2024 年 1-6 月，我国汽车产销量分别达 1,389.1 万辆和 1,404.7 万辆，同比分别增长 4.9%和 6.1%；同时，新能源汽车的产销量分别达到了 492.9 万辆和 494.4 万辆，同比分别增长 30.1%和 32%，市场占有率达到了 35.2%。公司主要客户为知名整车厂及大型跨国零部件供应商，公司在主要客户的采购中占比较小。经过多年在汽车零部件行业发展积累，公司形成了较好的技术及工艺优势、产品质量优势、客户资源优势、区位优势及快速响应优势等竞争优势。公司顺应新能源汽

车轻量化发展趋势，不断开发相关产品及客户，新产品销售逐年增长。前述因素有利于公司营业收入的持续增长。

公司不断加大对客户的开拓力度、重视对新能源汽车的投入力度，以应对公司营业收入可能面临的增长压力。公司拟采取的主要应对措施如下：

1、加强现有客户产品销售、挖掘现有客户产品需求

凭借优良的技术研发能力、产品品质、售后服务和响应能力，公司与主要客户长期稳定合作，公司与吉利汽车、奇瑞汽车、长城汽车等整车厂商和博戈橡胶、天纳克等全球知名汽车零部件供应商建立了十年以上的稳定合作关系。公司结合对现有客户现有产品的销售，深度挖掘现有客户其他产品需求，提高公司产品的渗透率和覆盖率。

2、加大对新能源汽车零部件的投入、开发力度

公司顺应新能源汽车发展、汽车轻量化等趋势，不断扩展新能源相关产品，诸如新能源电池包零部件、车身类零部件防撞梁总成等产品。公司近年来陆续与特斯拉、蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车等新能源汽车厂商或其一级供应商建立合作关系。

2、关于资金占用

你公司披露，2021年至2023年存在部分废料款被实际控制人拆借，形成资金占用，其中2021年、2022年占用资金分别为860.96万元和158.04万元，2023年以来无新增，相关资金占款本金及利息已于2023年10月全部归还。针对相关问题，你公司披露后续主要规范措施包括主动归还本息并进行会计差错更正、加强内部控制及执行力度、加强对实际控制人及董监高人员培训等，表示关联方资金拆借情况已经董事会确认，独立董事亦发表独立意见，关联方资金拆借不存在损害公司、公司股东特别是中小股东利益的情况。

请你公司：（1）结合废料形成、保管及销售的内部管理流程，主要销售对手方及定价机制、回款安排等，具体说明资金占用的形成原因及主要用途，是

否涉及体外循环，相关内控制度建设及实际执行存在的问题；（2）细化针对性整改措施，说明相关措施是否可行、有效。

回复：

一、结合废料形成、保管及销售的内部管理流程，主要销售对手方及定价机制、回款安排等，具体说明资金占用的形成原因及主要用途，是否涉及体外循环，相关内控制度建设及实际执行存在的问题；

（一）废料形成、保管及销售的内部管理流程

公司主要从事汽车精密零部件的研发、生产与销售。公司在裁剪、冲压等生产环节会产生一定的废料。

1、废料相应的保管内部管理流程如下：

（1）公司所有废旧物资要指定存放地点，按物品性质分类存放，存放地点要做明确标识，并建立废旧物资出售台账。

（2）废旧物资入库，车间产出的废料经过地磅过磅后倒入废料放置区；白班时废料库管理员对废料进行监磅；夜班每日由班长对废料进行监督登记，并填写《废料过磅登记表》，次日由废料库管理员将单据录入到系统。

2、废料的销售的内部管理流程如下：

（1）采购负责联系所有废旧物资收购商并商定出售价格报总经理批准；

（2）集团总经理负责对出售物资的价格进行审批；

（3）废旧物资出售部门在 OA 上发起《废旧物资出售单》，填写出售场地、物资名称及数据登记；

（4）总务、财务和废旧物资出售部门共同对废旧物资过磅过程进行监督并填写和打印《地磅司磅单》，采购根据定点价格在《废旧物资出售单》上填写收购方信息、车辆信息及物资出售单价。门卫在《废旧物资出售单》上填写装车物资名称、进出厂时间、物资的毛重、净重和皮重；

(5) 财务监磅员负责核算废旧物资的价值，出纳员根据出售物资价值进行收款并在《废旧物资出售单》上签字确认，财务总监签字知会；

(6) 废旧物资出售部门的数据登记员在废旧物资出售 OA 流程结束后建立废旧物资出售台账、依据每笔《废旧物资出售单》出售金额与财务进行每月对账；

(7) 废旧物资出售流程完结后，由仓库管理员在金蝶系统中进行下账。

(二) 主要销售对手方及定价机制、回款安排

2021 年度至 2023 年度，公司废料主要销售对象为：

2023 年度	2022 年度	2021 年度
安徽佳晟金属科技有限公司	宁国市再生资源有限公司	胡应忠
安徽晟垣物资回收有限公司	苏州润盈达废金属回收有限公司	苏州润盈达废金属回收有限公司
宁国市再生资源有限公司	安徽晟垣物资回收有限公司	宁国双赢再生资源有限公司
苏州润盈达废金属回收有限公司	余姚市河姆渡亚珍废品回收店	芜湖敬业再生资源有限公司
安徽立兴铝业科技有限公司	芜湖昊雄再生资源回收有限公司	余姚市顺迪废品回收站

公司销售废料定价均参照废旧金属回收平台定期公开的价格等当地市场价格结算，定价具有公允性。公司销售回款安排主要为现结模式，部分废料收购方需要向公司缴纳废料保证金。

(三) 资金占用的形成原因及主要用途

公司资金占用形成的主要原因：为了付款方便，废料收购方往往将款项转入个人账户，废旧品回收行业利用个人账户进行结算较为普遍。2021 年度、2022 年度，公司实际控制人因通过个人账户代收部分废料款形成资金占用余额分别为 860.96 万元和 158.04 万元。实际控制人前述资金占款及利息已于 2023 年 10 月全部归还至公司。资金占用的主要用途为个人家庭消费形成资金拆借。

(四) 是否涉及体外循环，相关内控制度建设及实际执行存在的问题

针对实际执行中存在的实控人占用资金的问题，实控人已将上述资金占款及利息全部归还至公司，公司已经在年报中进行会计差错更正，通过该银行账户结算的业务如实反映在公司财务报表中，相关收入、成本和费用已反映在公司财务

报表中；公司缴纳相关税收，保证会计基础工作规范，不涉及体外循环。公司建立并完善资金管理、废旧物资管理等相关内部控制制度，并加强前述内控制度的执行力度，截至 2023 年末，相关内控制度运行有效。

二、细化针对性整改措施，说明相关措施是否可行、有效。

针对资金占用问题，公司积极整改，主要内容如下：

1、2023 年 10 月末，公司实际控制人已主动归还上述资金占用的本金及利息，相关利息按照银行同期贷款利率计算，资金占用已清理完毕；

2、自 2023 年以来，公司未再新增上述资金占用的情形；

3、公司对资金占用涉及公司业务的所有事项进行会计差错更正，已通过该银行账户结算的业务如实反映在公司财务报表中，相关收入、成本和费用已反映在公司财务报表中；公司缴纳相关税费，保证会计基础工作规范；

4、公司建立完善关联交易管理制度及相关内控制度，在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》中明确规定有关交易所需履行的程序；公司不断完善废旧物资管理制度、资金管理制度等内控制度，加强内部控制及执行力度，杜绝关联方占用公司资金、资产及其他资源的情形；公司加强对实际控制人、董监高人员培训，完善公司治理机制，确保关联方资金占用事项不再发生；

5、公司关联方资金拆借情况由股东大会、董事会确认，独立董事已发表独立意见，关联方资金拆借未损害公司及中小股东利益；

6、公司实际控制人针对资金占用事项作出相关承诺。

综上，公司已建立并完善公司治理和内部控制制度，上述不规范行为已得到整改；自上述整改后，公司严格按照相关制度要求履行内部控制制度，保证了公司资金管理的有效性与规范性。2023 年度以来，公司未再新增类似资金占用情形，相关内控制度有效运行。

桑尼泰克精密工业股份有限公司



2024年7月23日