

关于对上海埃维汽车技术股份有限公司的 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：

2024年8月14日，上海埃维汽车技术股份有限公司（以下简称“公司”或“埃维股份”）收到贵司出具的《关于对上海埃维汽车技术股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第383号）（以下简称“《问询函》”），公司对此予以高度重视，积极组织相关人员对《问询函》中有关事项进行了认真分析及核查，现回复如下，请予以审核：

一、关于经营情况

你公司本期营业收入为354,074,725.35元，较上年同期增长26.78%，毛利率为31.23%，较上年同期下降2.93个百分点。其中，新能源车设计营业收入为300,951,232.31元，较上年同期增长39.98%，毛利率为33.36%，较上年同期下降2.33个百分点。燃油汽车设计业务营业收入为53,123,493.04元，较上年同期减少17.12%，毛利率为19.18%，较上年同期下降9.92个百分点。你公司本期归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为42,260,882.22元，较上年同期增长11.20%。你公司解释系新能源车设计服务收入增长导致营业收入增长，人工成本当期上涨、燃油汽车设计业务部分订单价格较低导致毛利率下降。

你公司本期经营活动产生的现金流量净额为-11,590,327.18元，上期金额为39,244,319.24元。

请你公司：

（1）结合客户结构、行业情况、业务拓展过程和在手订单情况，说明收入规模的可持续性，是否能够持续获取新产品订单，燃油汽车设计业务收入下降对业绩的影响；

回复：

（一）客户情况

2023年我国汽车销量按集团口径分析排名前十名的汽车生产企业占汽车总销量



的市场份额情况如下：

序号	企业名称	市场份额
1	上汽集团	16.68%
2	一汽集团	11.43%
3	比亚迪	10.05%
4	吉利汽车	9.30%
5	长安汽车	8.48%
6	广汽集团	8.32%
7	东风集团	8.05%
8	奇瑞汽车	6.25%
9	北汽集团	5.68%
10	长城汽车	4.09%
	合计	88.33%

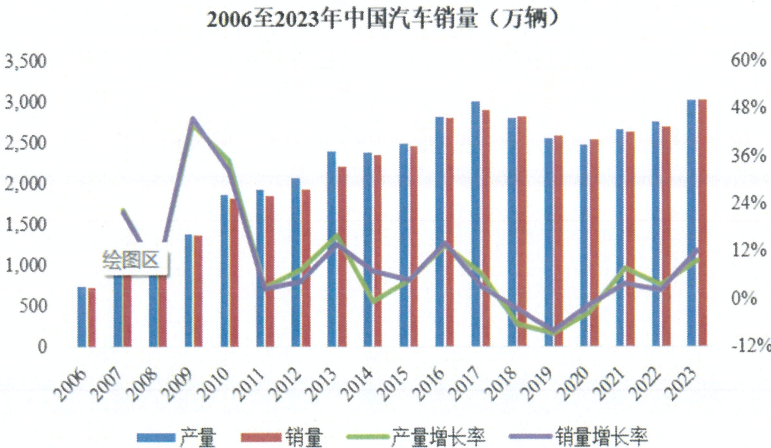
数据来源：中国汽车工业协会

2023 年公司前五大客户中客户一、客户三、客户二均为我国汽车销量按集团口径分析排名前十名的汽车生产企业，公司客户整体较为优异。

（二）行业情况

根据中国汽车工业协会统计数据显示，我国汽车产量从 2009 年的 1,379.10 万辆增长至 2022 年的 2,702.10 万辆，年复合增长率为 5.31%；同期，我国汽车销量从 1,364.48 万辆增长至 2,686.40 万辆，年复合增长率为 5.35%。2023 年我国汽车产量为 3,011.32 万辆，同比增长 11.62%；同期，我国汽车销量为 3,009.40 万辆，同比增长 12.04%。

2006 至 2023 年中国汽车销量及增长率情况如下图所示：



数据来源：国家统计局、中国汽车工业年鉴

近年来，国家对新能源汽车行业发展高度重视，从制度、法规、政策等多个层面促进我国新能源汽车行业的发展，消费者也对新能源汽车接受度越来越高，近年来我国新能源汽车市场高速增长，新能源汽车渗透率不断提高。

随着汽车行业市场竞争加剧，各汽车厂商为了争夺市场份额，均需在汽车设计方面加大研发投入，持续推出新车型、升级车型技术。外部独立的汽车设计公司专业技术储备更雄厚，能够有效缩短车型开发周期，将获得更多机会。根据华经产业研究院的报告，中国独立汽车设计行业的市场规模为 124.3 亿元人民币，预计到 2025 年增长至 317.2 亿元人民币，复合增长率 36.7%。

综上，从行业情况来看，公司所处行业未来几年市场规模将继续增长。

（三）业务拓展情况

1、境外新客户开拓现状

2023 年，公司快速建立国际业务团队拓展境外客户业务，并以欧洲市场及东南亚市场为主要开拓导向。针对欧洲市场，公司借助与其传统汽车品牌在我国国内主体的合作经验，积极与欧洲公司进行接洽，做为切入法国、德国等传统汽车强国市场的突破口。此外，东南亚市场当地新能源汽车供应链系统较为薄弱，当地汽车设计企业的研发能力有待发展，公司竞争优势明显，并依托相应优势主动进行切入。

除整车制造企业外，公司亦与外资零部件厂商进行接洽，以期能够建立稳定的供应链合作关系。

2、境内新业务拓展情况

基于近年来新能源汽车的快速发展，市场对于汽车的智能化、网联化，以及以减排节能为目标的轻量化需求越发显著。公司相应针对汽车电子电气架构设计、一体式压铸铝合金结构设计、多学科多模型优化、智能驾舱设计等版块进行进一步研发及拓展，加强公司在此方面的竞争力，并拓展现有业务版块。

截至本回复出具日，公司已取得部分境外业务订单。

（四）在手订单情况

截至 2024 年 7 月 31 日，公司不含税在手订单总额 48,335.28 万元，其中前十大在手订单客户情况如下：

序号	客户名称	2023 年收入金额 (万元)	订单金额 (万元)	占在手订单总 额比例
1	客户一	19,278.15	26,396.27	54.61%
2	客户二	1,414.42	3,931.89	8.13%
3	客户三	1,847.98	2,414.47	5.00%
4	客户四	139.79	2,224.27	4.60%
5	客户五	-	1,901.89	3.93%
6	客户六	1,251.71	1,433.47	2.97%
7	客户七	-	1,047.17	2.17%
8	客户八	-	1,026.18	2.12%
9	客户九	345.39	866.89	1.79%
10	客户十	218.72	837.99	1.73%
合计		24,496.16	42,080.50	87.06%

由上表可见，公司与原有客户客户一、客户二、客户三、客户六的订单保持稳定，与客户四、客户九、客户十等整车厂商业务增加，公司新开拓了国际整车客户客户五、飞行器制造商客户客户八。公司在手订单充足，公司能够持续获取新订单、收入规模具有可持续性。

（五）燃油汽车设计业务收入下降对业绩的影响

2021-2023 年公司主营业务收入按下游车型类别划分构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
新能源汽车设计业务	30,095.12	85.00%	21,500.35	77.03%	14,312.71	78.68%
燃油汽车设计业务	5,312.35	15.00%	6,409.95	22.97%	3,879.00	21.32%
合计	35,407.47	100.00%	27,910.30	100.00%	18,191.71	100.00%

公司主营业务收入以新能源汽车设计业务为主，2021-2023 年占比均在 75%以上，并呈上升趋势。

近年来国家从制度、法规、政策等多个层面促进我国新能源汽车行业的发展，带动了整车厂商在研发的投入，为公司带来了更多市场机会。同时，公司自身不断提升核心技术水平，招聘与培养优秀人才，在业内的知名度和影响力均有所提升，与下游优质客户建立了稳定的合作关系。随着公司逐步扩大经营规模，公司在业务开拓和订

单获取方面也更加具有竞争力，促进了公司业务的可持续性发展。燃油汽车设计业务收入本身占公司收入比例不高，其占比下降主要是由于新能源车设计收入增加所致，新能源车设计收入 2022 年、2023 年分别较上年增长 50.22%、39.98%，新能源车设计收入的增长带动公司整体业务规模的增长，燃油汽车设计业务占比下降对公司业绩无较大影响。

综上所述，基于对行业情况、公司客户情况、公司业务开拓情况、在手订单情况等因素的分析，公司未来业务具有可持续性，燃油汽车设计业务占比下降对公司业绩不会构成影响。

（2）结合产品价格、销量变动情况及趋势、成本等情况，量化分析新能源车设计和燃油汽车设计业务毛利率下降的原因；

回复：

公司业务为汽车设计服务，汽车设计服务具备定制化特点，不同项目的定价均不相同，故不能按照产品价格、销量变动情况来分析。

公司业务具体定价逻辑为：1）技术委托服务合同的定价逻辑为发行人结合行业一般标准以及交付成果的具体内容，与客户市场化协商后确定合同总金额；2）技术支持服务合同的定价逻辑为发行人结合行业一般标准以及项目对于技术服务人员的专业、工作年限等的具体需求，与客户市场化协商后确定基于人/月、人/日、人/小时工作价格。

2022 至 2023 年公司的综合毛利率分别为 34.16%、31.23%，处于 31%-35%之间，较为稳定。2022 至 2023 年，按照产品类型的毛利率分别如下表：

项目	2023年度	2022年度
新能源汽车设计业务	33.36	35.69
燃油汽车设计业务	19.18	29.10

2023 年度，公司新能源汽车设计业务的毛利率较 2022 年度下降 2.33 个百分点，主要系：各新能源车企在汽车设计研发领域愈发成熟，汽车设计公司之间的竞争更加激烈，导致公司新能源车的毛利率有所下降。

2023 年度，公司燃油汽车设计业务的毛利率较 2022 年度下降 9.92 个百分点，主要系公司燃油汽车设计业务的主要客户以客户三、客户二、客户六等传统整车厂商为主，新能源车的快速崛起导致各大整车厂商在燃油汽车设计业务方面的投入相对

较少，公司获得部分订单的价格相对较低，因此毛利率水平有所下降。

同行业公司中，阿尔特 2023 年新能源车设计业务毛利率下降 0.01%，燃油车设计业务毛利率下降 1.62%；龙创设计由于海外业务占比大，2023 年新能源车设计业务毛利率是上升的，燃油车设计毛利率下降。

综上所述，新能源车设计和燃油汽车设计业务毛利率的下降与阿尔特趋势一致，整体毛利率的变动属于合理范围。

（3）说明经营活动产生的现金流量净额由正转负且与净利润存在差异的原因，是否与销售政策、采购政策、信用政策相匹配。

回复：

2023 年公司经营活动现金流量净额为-1,159.03 万元，净利润 4,397.06 万元，净现差异-5,556.09 万元，采用间接法计算的经营活动产生的现金流量净额如下：

单位：万元

项目	2023 年度
净利润	4,397.06
加：信用减值（转回）/损失	343.95
固定资产折旧	373.32
使用权资产折旧	115.47
无形资产摊销	39.91
长期待摊费用摊销	56.24
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“一”号填列）	-2.65
固定资产报废损失（收益以“一”号填列）	-
公允价值变动损失（收益以“一”号填列）	-36.17
财务费用（收益以“一”号填列）	125.32
投资损失（收益以“一”号填列）	-1.88
递延所得税资产减少（增加以“一”号填列）	239.03
递延所得税负债增加（减少以“一”号填列）	28.64
存货的减少（增加以“一”号填列）	576.85
经营性应收项目的减少（增加以“一”号填列）	-6,670.78
经营性应付项目的增加（减少以“一”号填列）	-743.35
经营活动产生的现金流量净额	-1,159.03

2022 至 2023 年公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的匹配情况如

下:

单位: 万元

项目	2023年度	2022年度
销售商品、提供劳务收到的现金	31,118.20	31,347.59
营业收入	35,407.47	27,927.48
占比	87.89%	112.25%

其中: 占比=销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入

2022 至 2023 年公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为 112.25%和 87.89%, 处于合理区间范围内, 存在一定波动主要系公司与部分客户约定的信用期较长、技术委托项目阶段性收款时点与确认收入时点有所差异等原因所导致。2023 年度, 公司经营活动产生的现金流量净额由正转负且销售现金比率下降较多, 主要系公司与客户一的合作进一步深入, 对客户一的销售占公司总销售额的比例上升, 公司与客户一签订的技术服务合同中对于结算方式的约定以“3 个月迪链”为主变为以“6 个月迪链”为主, 迪链的兑付期限变长导致经营性应收项目增加所致。公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入变化基本匹配。

2022 至 2023 年公司购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金与营业成本、期间费用的匹配情况如下:

单位: 万元

项目	2023年度	2022年度
购买商品、接受劳务支付的现金	11,265.24	13,143.97
支付给职工以及为职工支付的现金	18,109.73	12,940.38
营业成本	24,349.61	18,387.04
销售费用-职工薪酬	541.32	433.45
管理费用-职工薪酬	1,903.83	1,090.77
研发费用-职工薪酬	2,303.60	2,419.61
占比	100.95%	116.81%

其中: 占比=(购买商品、接受劳务支付的现金+支付给职工以及为职工支付的现金) / (营业成本+销售费用中职工薪酬+管理费用中职工薪酬+研发费用中职工薪酬)

2022 至 2023 年公司购买商品、接受劳务支付的现金与支付给职工以及为职工支付的现金之和占营业成本与期间费用中职工薪酬费用之和的比例分别为 116.81%和 100.95%, 处于合理区间范围内。公司购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金与营业成本、期间费用中职工薪酬费用的变化基本匹配。

综上所述，销售商品、提供劳务收到的现金与销售政策、信用政策匹配，发行人购买商品、接受劳务支付的现金与各期采购政策、信用政策相匹配；经营活动产生的现金流量净额与销售政策、采购政策、信用政策相匹配。

二、关于客户

你公司本期向前五大客户销售收入合计267,880,873.44元，占年度销售总额的75.66%。其中，你公司向第一大客户比亚迪销售收入为192,781,521.84元，占年度销售总额的54.45%。

请你公司：

（1）结合行业特点、销售模式、前五大客户历史变动情况等，说明客户集中度高原因及合理性，是否存在大客户依赖；

回复：

（一）行业特点

公司下游行业具有集中度高的特点，2023 年我国汽车销量按集团口径分析排名前十名的汽车生产企业占汽车总销量的市场份额如下：

企业名称	市场份额
上汽集团	16.68%
一汽集团	11.43%
比亚迪	10.05%
吉利汽车	9.30%
长安汽车	8.48%
广汽集团	8.32%
东风集团	8.05%
奇瑞汽车	6.25%
北汽集团	5.68%
长城汽车	4.09%
合计	88.33%

数据来源：中国汽车工业协会

由上表可见，我国前十大汽车企业所占我国汽车销量市场份额高于 85.00%，其中，前五大汽车企业市场份额占比高于 55.00%，市场集中度较高。

（二）销售模式

公司主要通过竞争性磋商、公开招投标方式获取商业机会，确定服务对象。公司的各类服务均采用“直销”模式，不存在销售代理机构。基于对前沿市场信息、客户产品特性及竞争力的了解，由市场部负责客户开拓工作，按照地区划分市场区域，安排专门的人员负责所辖区域内的客户开拓、服务、维护等工作，实现公司与客户的长期合作。

公司主要通过以下几种方式进行市场推广：公司有关负责人对其负责的客户进行不定期拜访，以获得客户的项目需求信息；根据客户项目需求参与竞争性磋商或公开招投标，以获得订单机会；凭借公司在行业的良好口碑，通过第三方及现有客户的推荐，获取新的客户。

（三）近两年公司前五大客户情况

近两年，公司前五大客户的收入金额及占主营业务收入比例情况如下：

年份	序号	客户名称	收入金额（万元）	占收入比例
2023 年度	1	客户一	19,294.01	54.49%
	2	客户十一	2,853.40	8.06%
	3	客户三	1,832.12	5.17%
	4	客户二	1,414.42	3.99%
	5	一汽富维	1,394.14	3.94%
	合计		26,788.09	75.66%
2022 年度	1	客户一	10,014.34	35.86%
	2	客户十一	4,912.12	17.59%
	3	客户三	2,164.65	7.75%
	4	客户二	1,672.00	5.99%
	5	北汽集团	1,568.33	5.62%
	合计		20,331.44	72.81%

由上表可见，公司 2022 年至 2023 年的前五大客户稳定，其中客户一、客户三、客户二、北汽集团均为我国汽车销量按集团口径分析排名前十名的汽车生产企业。

2022 年至 2023 年公司前五大客户贡献的营业收入占主营业务收入的比例上升主要是由于公司对客户一的销售占比提高所致，2022 年、2023 年客户一贡献的营业收入占主营业务收入的比例分别为 35.86%、54.49%，根据中国汽车工业协会的数据，2022 年至 2023 年，客户一占我国汽车总销量的市场份额由 2022 年的 6.96%提升至

2023 年的 10.05%，公司与客户一合作金额的增加符合下游市场的变化。

（四）同行业公司前五大客户情况

2022 年公司同行业公司龙创设计、阿尔特的前五大客户占收入的比例分别为 43.99%，72.21%；2023 年度龙创设计、阿尔特前五大客户的收入占比分别为 52.06% 和 64.38%。同行业公司前五大客户收入占比也较高，具体如下：

年份	龙创设计			阿尔特		
	客户名称	收入金额 (万元)	占收入比 例	客户名称	收入金额 (万元)	占收入比 例
2023 年度	客户一	24,918.24	30.78%	客户一	23,119.64	26.95%
	客户二	5,225.17	6.45%	客户二	11,024.03	12.85%
	江西龙盛	4,947.90	6.11%	客户三	8,393.43	9.78%
	客户七	3,787.72	4.68%	客户四	6,385.00	7.44%
	客户四	3,272.18	4.04%	客户五	6,316.60	7.36%
	合计	42,151.21	52.06%	合计	55,238.71	64.38%
2022 年度	VinFast	13,339.62	17.52%	客户一	23,919.55	25.25%
	福田戴姆勒	6,695.75	8.79%	客户二	19,048.69	20.11%
	Neuron	4,874.06	6.40%	客户三	11,308.24	11.94%
	江铃汽车	4,661.19	6.12%	上汽集团	7,861.50	8.30%
	比亚迪	3,922.95	5.15%	客户五	6,256.87	6.61%
	合计	33,493.57	43.99%	合计	68,394.85	72.21%

注：可比公司数据来源于定期报告或招股说明书，可比公司客户简称与可比公司定期报告或招股说明书一致。

综上所述，公司业务发展随着下游市场的变化而变化，下游市场的高集中度导致公司的客户集中度也处于较高水平，公司客户集中由于行业特性决定，符合行业特征。

（2）结合公司业务特点、行业竞争格局等情况，说明是否具备开拓新客户的能力与条件，以及是否有降低重要客户依赖程度的解决措施和相关安排。

回复：

（一）公司的业务特点

一款新车的面世需要经过众多流程层层把控，包括产品策划、造型设计、产品工程设计、整车性能开发、展车样车开发等，通常开发周期较长。随着市场消费环境的不断变化和市场竞争的不断加剧，整车厂商面临着需要提高研发效率和速度，缩短产品开发周期的严峻挑战。为了更好地执行成本效应原则，抢占市场份额，绝大多数整

车厂商趋向于将更多的专业工作外包给独立汽车设计公司。

随着国内汽车设计行业逐渐发展壮大，市场内的部分设计企业已经具备了完善的全流程汽车开发体系。专业的设计服务团队经过多年的沉淀，已经累积了丰富的项目经验，其产品开发设计的质量和速度也得到了整车厂商的高度认可。

在体验到独立汽车设计公司专业服务的优点之后，整车厂商会逐步深化与独立汽车设计公司建立的长期合作模式，为汽车设计公司提供了更多的发展机会。

（二）行业竞争格局

国内汽车设计行业的总体发展时间较短，并未形成稳定的竞争格局，但是初步的行业梯队已经形成。目前行业内的汽车设计企业和主要竞争对手有：

简称	类别	竞争对手概况
阿尔特	国内独立汽车设计公司	阿尔特汽车技术股份有限公司成立于 2007 年，是一家集汽车整车开发、汽车总成及部件开发、样车试制、试验等业务于一体的高新技术企业。
龙创设计	国内独立汽车设计公司	上海龙创汽车设计股份有限公司成立于 2003 年，是国内最早成立的独立汽车研发企业之一，为国内外各大整车厂商提供从概念设计到车型产品落地量产的全流程研发解决方案。
奥杰股份	国内独立汽车设计公司	苏州奥杰汽车技术股份有限公司成立于 2005 年，是专业的汽车设计和汽车咨询公司，是中国首批成立的独立汽车设计公司之一。
意柯那 (ICONA)	国外独立汽车设计公司	意大利意柯那设计集团成立于 2010 年，公司总部位于意大利都灵。公司业务涵盖项目管理到造型设计，从工程开发到样车试制，在整车生产的全流程中为中国和全球客户服务。
宾尼法利纳 (Pininfarina)	国外独立汽车设计公司	宾尼法利纳创立于 1930 年，是一家以设计法拉利而闻名于世的设计公司，长期拥有法拉利、标致、哈飞、奇瑞、长丰、东风渝安、中国一汽等固定客户。
麦格纳 (Magna)	国外独立汽车设计公司	麦格纳国际集团成立于 1957 年，目前已成为汽车供应商领域少数能够提供整车代工服务的公司。麦格纳产品包括汽车电子系统、底盘系统、外饰系统、内饰系统、闭锁系统等多种汽车系统。
爱达克 (EDAG)	国外独立汽车设计公司	爱达克成立于 1969 年，为德国 Aton 集团全资子公司。主营业务包括整车、变型车、部件及其工业生产装备等从研发到项目管理的完整的一条龙服务。

（三）开拓新客户的能力与条件

1、公司的竞争优势

A、业务优势

公司拥有多年整车设计研发经验，在造型、工程、整车试制等方面都有着强大的

技术实力。迄今为止，公司成功参与设计多款经典整车车型，在市场上积累了良好的品牌效应，有助于公司承接更多新项目。

优质的客户群体是公司赖以生存和发展的基础。公司的客户既包括客户一、长城汽车、客户三和北汽集团等传统头部整车厂商，也包括小鹏汽车等新兴新能源整车厂商。前述客户的汽车产销量、营业收入及资产规模都在国内名列前茅，与前述客户良好的合作关系为公司未来业务发展提供了保障。

由于汽车设计研发投入较大，一般合作良好的情形下，客户会形成较高粘性，合作稳定性较强。公司与客户之间建立了长期紧密的合作关系，凭借优异的服务质量得到了客户认可。

公司在杭州、武汉、深圳、广州等地设立了分支机构，逐步构建形成了覆盖华南、华东、东北、华北四大区域的全国性营运服务网络，能够为头部整车厂商提供便捷的服务。凭借覆盖全国的营运网络，公司项目团队可以根据业务需求，实现本土化部署，在节省沟通成本的同时有效缩短项目周期、提高项目质量，进而取得良好的经济效益。

B、管理优势

公司建立了较为完善的项目质量管理机制，为客户提供质优、高效、具有性价比的服务。公司为了提高工作效率、提升设计质量，经过多年摸索，在项目实施过程中，公司采取技术管理和项目执行进度管理的平衡矩阵式管理模式。公司采用此管理体制既可以充分发挥各业务部门的技术水平，又可以通过项目经理协调各业务部门的关系，整合公司技术资源，高质量完成设计开发任务。

公司技术人员具有较强专业背景和技术能力，且部分成员具有国内头部汽车品牌的配套开发履历。公司现有的管理团队在汽车行业内深耕多年，对未来行业发展动向、技术变革方向和客户需求变化有着敏锐的市场洞察力，能够结合公司和市场的实际情况，挖掘未来市场潜在需求，制定符合公司发展战略的研发方向。同时团队经过长期的磨合，可以高效地完成项目研发且保证产品服务的质量。

公司始终把质量管理放在首要位置并建立了完善的质量管理制度。公司依据产品开发过程中不同阶段对质量控制的要求，建立了多个质量控制节点。在每个质量控制节点均有负责人对交付物进行评审，确保公司交付数据和文件的质量，保障客户的利益。此外，公司还会将质量目标作为公司考核重要指标，这极大地推进了公司整体质量管理的发展。

2、公司开拓新客户的能力与条件

公司是国内较早成立的独立汽车设计企业之一，至今已在汽车设计行业深耕十余年。公司作为汽车设计服务的提供商，主要为国内各大整车厂商提供整车设计研发以及汽车改型设计研发服务。主要设计服务内容包括不限于汽车造型设计，汽车车身、内外饰设计和总布置、底盘、电子与电气、CAE 等工程设计服务以及展车设计服务内容，同时公司也为汽车零部件企业提供研发设计服务。

通过设计研发团队的多年优质服务和技术沉淀，公司获得了包括“上海市‘专精特新’企业”、“中国汽车制造设计大赛优秀设计师奖”、“嘉定区现代服务业科技创新奖”、“2019 年度上海市科技小巨人工程”，以及“一汽轿车优秀供应商”、“岚图汽车优秀供应商”等在内的多个奖项和荣誉，公司已成长为行业内知名设计服务企业。

经过多年的发展，公司已建立起一支涵盖产品策略造型创意设计、整车集成开发、平台化开发、轻量化设计、CAE 仿真分析、一体化压铸、一体化智能底盘等技术领域且拥有丰富经验的专业技术人才队伍。截至 2023 年 12 月 31 日，公司共有技术人员 814 名。公司技术人员专业涵盖机械装备设计、电气工程、材料学、自动化、通信等多个专业。公司同时持续引进行业资深研发人员和技术专家，增强公司研发人才储备，以保证团队始终具备先进的研发理念以及开阔的视野，把握前沿技术创新的关键方向。

综上，公司具备开拓新客户的能力和条件。

（四）公司发展新业务、新客户的相关措施

1、境外新客户开拓情况

随着中国新能源汽车行业的高速发展，中国汽车设计公司积累了丰富的新能源整车开发技术及经验。在汽车设计流程方面，与国外企业相比，国内企业不仅在汽车设计研发速度具有显著优势，在技术研发创新层面亦有了长足的发展，同时结合中国完整的新能源汽车供应链体系，为开拓境外市场打下了坚实的基础。

公司于 2023 年成立国际业务中心，以满足对国际业务推广营销和项目开发的需求，构建了较为完整的国际化销售和技术团队。其中，国际业务营销部负责国际市场的调研与分析、对国际客户的商务拓展、国际营销策划与执行等工作。国际项目管理部及国际项目技术部作为国际业务营销部的支持部门，主要负责与公司的主要研发团队保持对接，并组织和管理项目团队、协调技术方案设计与开发，保证满足国际客

户的具体业务需求。

针对欧洲市场，公司借助与其传统汽车品牌在我国国内主体的合作经验，积极与欧洲公司进行接洽，做为切入法国、德国等传统汽车强国市场的突破口。此外，东南亚市场当地新能源汽车供应链系统较为薄弱，当地汽车设计企业的研发能力有待发展，公司竞争优势明显，并依托相应优势主动进行切入。

除整车制造企业外，公司亦与外资零部件厂商进行接洽，以期能够建立稳定的供应链合作关系。

公司具体的新客户拓展策略如下：

A、纵向深入：充分了解当地市场需求

公司将通过国际业务中心的运营与国际客户进行接洽，并充分开展市场调研工作，为公司制定针对性的国际市场营销策略提供数据支持；持续关注国际市场的动态变化，及时调整市场策略。公司将运用多种营销手段提高公司在国际市场的曝光度；定期评估营销活动的效果，持续优化营销策略。

B、实地展示：参加各类汽车展会

公司将积极参加各类国际汽车展会，以便与潜在客户进行面对面的交流和产品展示。由于在汽车展会上，与会的观众大多数都是汽车行业的专业人士，通过在展会上展示公司的产品，公司能够更直接地与潜在客户进行接触，进而拓展新订单。

C、人才引进：招聘国际化专业人才

公司将持续引入行业内具有国际营销经验和目标市场当地对市场、文化、经济、政治及风俗等方面具有深入了解的本土化设计师及营销人才，以帮助公司更具有针对性地进行开拓、挖掘潜在市场，并落地本土化产品。

2、新业务开拓情况

基于近年来新能源汽车的快速发展，市场对于汽车的智能化、网联化，以及以减排节能为目标的轻量化需求越发显著，并对汽车设计领域带来了新的挑战。公司相应针对汽车电子电气架构设计、一体式压铸铝合金结构设计、多学科多模型优化、智能驾舱设计等版块进行进一步研发及拓展，加强公司在此方面的竞争力，并拓展现有业务版块。

综上，公司通过国际、国内两条发展策略，积极开拓新的客户和业务，逐步降低重要客户的收入占比。

三、关于应收款项

你公司应收账款期末账面余额为152,008,249.78元，坏账准备期末余额为10,511,432.69元，期末账面价值为141,496,817.09元，较期初增加 59.04%。

你公司本期计提应收账款坏账准备 3,719,505.06 元，核销坏账准备 12,670,366.09元。

请你公司：

（1）结合业务模式、信用政策、客户类型等，说明应收账款大幅增长的原因及与收入增长的匹配性，与同行业可比公司是否存在较大差异；

回复：

（一）应收账款大幅增长的原因及与收入增长的匹配性

2022 至 2023 年，公司营业收入增长与应收账款增长情况如下：

单位：万元、%

项目	2023年度/2023年12月31日		2022年度/2022年12月31日
	金额	增速	金额
营业收入	35,407.47	26.78	27,927.48
应收账款余额	15,200.82	40.19	10,843.18

公司作为汽车设计服务的提供商，主要为国内各大整车厂商提供整车设计研发以及汽车改型设计研发服务。主要设计服务内容包括不限于汽车造型设计，汽车车身、内外饰设计和总布置、底盘、电子与电气、CAE 等工程设计服务以及展车设计服务等内容，同时也为汽车零部件企业提供研发设计服务。公司的主营业务、主要服务内容和主要经营模式未发生变化，主营业务稳定。

公司客户主要为汽车整车厂商，2021 至 2023 年公司前五大客户情况分别为：1）2021 年：客户一、客户三、北汽集团、吉利汽车、前晨汽车；2）2022 年：客户一、客户十一、客户三、客户二、北汽集团；3）2023 年：客户一、客户十一、客户三、客户二、一汽富维。总体而言，公司的主要客户类型不存在明显变化。

2023 年，公司营业收入和应收账款同比增长 26.78%和 40.19%，应收账款增长率大于营业收入增长率，主要系公司与客户一收入增加同时公司与客户一采用“迪链”与公司进行结算，2023 年结算方式的约定以“3 个月迪链”为主变为以“6 个月迪链”为主，导致客户一回款周期增长，具体如下：

(1) 公司与客户一的合作进一步深入，2023 年度对客户一的销售增加 9,279.67 万元，导致对客户一的应收账款余额大幅增加；(2) 客户一的部分销售款项采用“迪链”与公司进行结算，迪链平台是客户一指定的供应链信息服务平台，客户一向供应商全面推广使用迪链平台。“迪链”是迪链平台开具的供应链融资信用凭证，属于数字化应收账款债权凭证。根据《关于严格执行企业会计准则切实做好企业 2021 年年报工作的通知》（财会[2021]32 号）的相关规定，以及公司对于“迪链”的管理目的，公司将“迪链”在应收账款进行列示。具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2023 年末		2022 年末		变动金额	变动比例
	金额	占比	金额	占比		
客户一	7,858.06	51.69%	3,269.67	30.15%	4,588.39	140.33%
其中：迪链	5,657.13	37.22%	1,811.36	16.71%	3,845.76	212.31%
非迪链	2,200.93	14.48%	1,458.31	13.45%	742.63	50.92%

公司对客户一的应收账款中采用“迪链”进行结算的金额为 5,657.13 万元，较上期有所增加，且公司与客户一签订的技术服务合同中对于结算方式的约定以“3 个月迪链”为主变为以“6 个月迪链”为主，导致客户一回款周期增长。

(二) 公司应收账款与同行业可比公司对比

2022 至 2023 年公司与同行业可比公司应收账款周转率对比情况如下：

单位：次/年

证券简称	2023年度	2022年度
龙创设计	2.71	2.99
阿尔特	2.33	2.87
埃维汽车	2.72	2.68

2022 至 2023 年公司应收账款周转率分别为 2.68、2.72，在 2022 年和 2023 年与可比公司龙创设计和阿尔特差异很小。

综合以上分析，公司的应收账款增长与收入增长的具有匹配性，且与同行业可比公司不存在较大差异。

(2) 说明对应收账款核销客户和已全额计提坏账准备客户的销售情况，包括但不限于客户名称及基本情况、对应销售内容、欠款金额、账龄、已计提的坏账准备及期后回款情况、采取的催收措施及实施效果。

回复:

2023 年度公司实际核销的应收账款金额为 12,670,366.09 元, 其中: 本期实际核销的应收账款情况如下:

单位: 元

单位名称	客户情况	销售内容	账面余额	核销金额	账龄
广东途腾新能源汽车有限公司	已注销	汽车设计	7,748,000.00	7,748,000.00	4-5年
铠龙东方汽车有限公司	破产清算	汽车设计	2,566,500.00	2,566,500.00	4-5年
华晨雷诺金杯汽车有限公司	破产重整	汽车设计	1,393,051.60	1,393,051.60	2-3年
领途汽车有限公司	存续	汽车设计	415,440.00	415,440.00	4-5年
山东德瑞博新能源汽车制造有限公司	存续	汽车设计	410,000.00	410,000.00	4-5年
宝能创酷汽车设计有限公司	存续	汽车设计	113,316.00	113,316.00	2-3年
观致汽车有限公司	存续	汽车设计	24,059.49	24,059.49	3-4年
合计			12,670,366.09	12,670,366.09	

2023 年度公司全额计提坏账准备的应收账款情况如下:

单位: 元

名称	客户情况	销售内容	2023 年 12 月 31 日			账龄
			账面余额	坏账准备	计提比例	
轻橙时代(深圳)科技有限责任公司	存续	汽车设计	1,433,410.00	1,433,410.00	100%	2-3 年
恒大恒驰新能源汽车研究院(上海)有限公司	存续	汽车设计	142,398.00	142,398.00	100%	1-2 年
合计			1,575,808.00	1,575,808.00	100%	

以上客户应收款项的催收措施及执行情况如下:

1、广东途腾新能源汽车有限公司: 根据北京市朝阳区人民法院民事判决书(2020)京 0105 民初 6981 号, 令广东途腾于判决生效之日起十日内技术服务费用 7,748,000.00 元。执行情况: 截至 2023 年 12 月 31 日, 途腾公司仍未支付, 途腾公司已注销。

2、铠龙东方汽车有限公司: 根据无锡市中院/ (2020) 苏 02 民初 20 号、21 号和 22 号, 分别判令铠龙东方支付技术合同费 292.5 万元、19.81 万元及利息损失和 32.34 万元及利息损失; 执行情况: 截至 2023 年 12 月 31 日, 在转委托前破产清算收到客户付款 88 万元。

3、华晨雷诺金杯汽车有限公司: 根据沈阳市大东区人民法院 (2021)辽 0104 民初 15956 号、16385 号, 分别判令华晨雷诺支付服务费 513,050.60 及利息 12,608.24

元和 880,000.00 元服务费及利息；执行情况：截至 2023 年 12 月 31 日破产重整确认债权 151.69 万元，华晨雷诺仍未支付。

4、领途汽车有限公司：根据邢台市中院/（2020）冀 05 知民初 1 号，判令领途汽车支付技术合同费 60 万元及利息损失；执行情况：截至 2023 年 12 月 31 日，客户合计支付 18.456 万元。

5、山东德瑞博新能源汽车制造有限公司：埃维完成技术服务于 2019 年 3 月 15 日开具相应金额伍拾壹万元(510,000.00 元)发票，德瑞博公司于 2020 年 1 月 22 日支付技术服务费 10 万元，未支付技术服务费 41 万元，截至 2023 年 12 月 31 日德瑞博公司仍未支付，客户该应收账款未启动诉讼程序。

6、宝能创酷汽车设计有限公司：根据深圳市罗湖区法院（2022）粤 0303 民初 18448 号，判令宝能创酷支付服务费 113,316 元及逾期付款利息损失；执行情况：截至 2023 年 12 月 31 日，宝能创酷公司仍未支付。

7、观致汽车有限公司：根据常熟市法院（2022）苏 0581 民初 13580 号，判令观致汽车支付工时费 2.405945 万元及逾期付款利息；执行情况：截至 2023 年 12 月 31 日，观致汽车公司仍未支付。

8、轻橙时代（深圳）科技有限责任公司：根据广州市南沙区人民法院（2023）粤 0115 民初 8295 号，判令轻橙时代支付技术服务费 1,433,410.00 元及违约金 58,727.57 元；执行情况：截至 2023 年 12 月 31 日，轻橙时代公司仍未支付，公司已于 2023 年 12 月底向法院申请强制执行。

9、恒大恒驰新能源汽车研究院（上海）有限公司：根据广东自由贸易区南沙片区人民法院（2023）粤 0191 民初 6530 号，判令恒大恒驰支付技术服务费及差旅费 156,798 元；执行情况：截至 2023 年 12 月 31 日，恒大恒驰公司仍未支付，公司已于 2024 年 3 月 19 日向法院申请强制执行。

以上涉及的客户应收款项的期后回款情况如下：

1、2024 年 4 月 25 日收到华晨雷诺金杯汽车有限公司 49.15 万元回款。

四、关于合同履约成本

你公司存货期末账面余额为 97,540,633.27 元，占资产总额的比例为 32.80%。存货内容均为合同履约成本，本期计提合同履约成本减值准备 0 元。

请你公司：

(1) 说明合同履约成本的合同对方、交易背景、合同履约进度、确认和计量的具体依据，是否存在应结转但未及时结转营业成本的情况；

回复：

截至 2023 年 12 月 31 日，公司存货期末账面余额为 9,754.06 万元，存货包括合同履约成本，存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。公司的合同履约成本按单个项目为核算对象归集成本，包括人工薪酬成本、服务采购成本、其他直接成本和其他间接费用等。在项目结项时，存货按照个别计价法确定发出存货的实际成本。存货盘存制度为永续盘存制。

截至 2023 年 12 月 31 日，前十大项目的合同履约成本为 5,621.36 万元，占比大约为 57%，主要项目的合同履约成本情况如下：

单位：万元

项目代码	客户名称	合同履约成本余额	项目开始时间	截止 2023 年期末未验收的原因及具体情况
项目一	客户一	1,032.46	2022 年 7 月	项目正常进行中
项目二	客户一	699.53	2023 年 4 月	项目正常进行中
项目三	客户一	621.72	2023 年 1 月	项目正常进行中
项目四	客户一	601.36	2022 年 8 月	项目正常进行中
项目五	客户一	530.89	2022 年 8 月	合同内容已完成并交付，需待客户内部造型优化节点通过后验收
项目六	客户一	521.77	2022 年 10 月	项目正常进行中
项目七	客户二	488.93	2021 年 9 月	合同内容已完成并交付，客户的最终节点延期导致未验收
项目八	客户一	437.54	2023 年 6 月	项目正常进行中
项目九	客户一	376.50	2023 年 6 月	项目正常进行中
项目十	客户一	310.66	2023 年 7 月	项目正常进行中
	合计	5,621.36		

公司技术委托项目通常在项目的工作内容完成后向客户交付设计成果，由客户

进行验收，客户的验收流程通常需要一定时间，因此项目验收时间与不同客户的内部组织架构、客户的不同项目的验收流程安排有关，项目之间验收周期存在一定差异。

公司的技术委托项目周期一般为 1-2 年，个别项目的周期也存在小于 1 年或者大于 2 年的情况，2023 年期末合同履约成本涉及的项目周期与公司历年技术委托项目周期不存在显著差异。

综上所述，合同履约成本项目不存在应结转但未及时结转营业成本的情况。

（2）结合合同履约成本的减值准备计提方法和测算过程等，说明本期未计提合同履约成本减值准备的原因及合理性。

回复：

存货跌价准备的确认标准和计提方法：资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

对合同履约成本，在资产负债表日，按照成本与可变现净值孰低计量，按照预计项目总成本超过项目预计总收入并扣除相关税费的部分，计提合同履约成本减值准备，在项目完工时转销，计入当期损益。资产负债表日，以前减计存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原计提的金额内转回。按照上述原则和分析，公司在 2023 年 12 月 31 日合同履约成本不存在预计项目总成本超过项目预计总收入并扣除相关税费的情况，因而在期末未计提合同履约成本减值准备。

上海埃维汽车技术股份有限公司

2024 年 8 月 28 日