

黑龙江天有为电子股份有限公司

（绥化经济技术开发区昆山路 9 号）



关于黑龙江天有为电子股份有限公司 首次公开发行股票并在沪市主板上市申请的 审核中心意见落实函的回复报告

保荐机构（主承销商）



（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

关于黑龙江天有为电子股份有限公司
首次公开发行股票并在沪市主板上市申请的
审核中心意见落实函的回复报告

上海证券交易所：

根据贵单位下发的《关于黑龙江天有为电子股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市的审核中心意见落实函》（上证上审〔2024〕260号）（以下简称“审核中心意见落实函”）的要求，黑龙江天有为电子股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“天有为”）会同保荐机构中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就审核中心意见落实函所提问询问题逐条进行了认真调查、核查及讨论，并完成了《关于黑龙江天有为电子股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请的审核中心意见落实函的回复报告》（以下简称“本回复报告”）。

如无特殊说明，本回复报告中简称与招股说明书中简称具有相同含义。

字体	含义
黑体加粗	审核中心意见落实函所列问题
宋体	对审核中心意见落实函所列问题的回复
楷体加粗	涉及对招股说明书的补充披露、修改

在本回复报告中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目录

问题一	3
问题二	8

问题一

请发行人结合公司产品市场定位和行业与技术发展趋势，有针对性地分析并披露公司复合屏产品的技术迭代风险。

请保荐机构说明核查依据、过程，并发表明确核查意见

回复：

一、发行人说明

（一）公司复合屏技术概况

公司复合屏技术通过将段码屏和 TFT 全彩屏进行组合，通过屏幕组合后的显示效果控制、一体化光学贴合及曲面贴合、仪表整体系统及结构方案设计及布局等软硬件技术，实现段码屏在仪表两侧显示车速、发动机转速、油量、电量、指示灯等固定信息，TFT 全彩屏在仪表中间显示车身状态、路况信息、导航地图、多媒体等动态信息，组合后仪表呈现接近一体化 TFT 全彩屏的显示效果。

公司自 2003 年设立以来，一直以汽车仪表为核心产品，根据多年积累的行业经验和技术储备，在 2015 年-2019 年，公司把握行业发展趋势和客户需求，持续攻关段码屏灰阶显示技术、彩色段码屏显示技术、平面光学贴合技术、玻璃盖板热弯技术、曲面光学贴合技术等技术，并在此基础上成功研发复合屏技术。公司复合屏技术及其关联的相关技术已申请境内发明专利 19 项、境外发明专利 1 项，“汽车组合仪表复合屏技术”在 2020 年获得黑龙江省科学技术奖（三等发明奖），“汽车仪表复合屏技术”获得 2020 年中国优秀工业设计奖复评入围等荣誉。

公司复合屏产品接近 TFT 全彩屏的显示效果，但生产成本降低，为客户在 TFT 全彩屏液晶仪表之外增加了选择范围。TFT 全彩屏由于生产成本较高，一般为规整的矩形，而复合屏可以通过段码屏实现定制仪表外形，解决了 TFT 全彩屏不易加工成异型的问题，使得公司产品的造型较为丰富，能满足不同客户的定制化需求。

公司复合屏技术自研发以来，受到多家汽车整车厂商及汽车零部件供应商的关注，已在公司全液晶组合仪表、双联屏仪表等产品中应用，并已配套多个客户的多款畅销车

型，主要包括现代汽车集团 Sportage、Seltos、Carens、Venue、Niro、Staria、i10 等车型，比亚迪秦系列、海鸥、宋 pro-dmi、驱逐舰 05 等车型，长安汽车逸动 plus 等车型，一汽集团奔腾 B70 系列等车型，奇瑞集团瑞虎系列、X70 等车型。同时，目前公司正与客户持续沟通中，部分客户后续新款车型计划采用复合屏技术。另外，由于复合屏技术原理可以拓展除汽车仪表以外的其他应用领域，预计在其他汽车电子显示装置、摩托车和电动车仪表等领域可以得到应用。

由于公司在行业中较早研发和应用复合屏技术，且在技术积累、工艺优化、产品质量、生产成本等方面具有较强的竞争优势，目前公司复合屏产品市场占有率较高。随着复合屏技术应用客户和车型的增加，目前行业中其他公司亦可能研发或应用类似的方案与技术，复合屏技术在行业内的应用预计将得到进一步推广。

（二）结合公司产品市场定位和行业发展趋势，有针对性地分析并披露公司复合屏产品的技术迭代风险

1、行业发展趋势

（1）全液晶组合仪表逐步替代电子式组合仪表

全液晶组合仪表没有以往的电子式组合仪表指针等部件，所有信息均通过屏幕传递，由于色彩丰富，信息显示迅速准确，可显示汽车实时行驶状态，可改善驾驶体验。除显示常规的油耗、电量、车速以外，还可显示天气、路况、导航等信息，并可以与其他设备相连，增加与车载信息娱乐系统等汽车电子的交互，受到消费者青睐。因此，近年来在新车型推出或原有车型升级改款时，全液晶组合仪表正在逐步替代电子式组合仪表。

（2）多屏化、大屏化、联屏化趋势明显

汽车智能化发展趋势下，车载屏幕承载了主要的人车交互、信息显示和导航娱乐等功能。因此，为提升信息丰富度及准确度，加强个性化和场景化建设，并支持触控、语音、手势、生物识别等多样化交互方式，汽车内物理按键逐步减少，汽车屏幕用量增加，汽车仪表、车载信息娱乐系统等逐步向多屏化、大屏化、联屏化方向发展。

（3）造车新势力等车企高端车型中应用大尺寸全彩屏数量增加

国内造车新势力等车企在整车智能化程度、信息娱乐功能、人机交互体验等领域处于行业领先地位，特别在高端车型中，双联屏、三联屏、副驾驶和后排屏幕等应用较多，且普遍应用大尺寸全彩屏。虽然目前大尺寸全彩屏应用主要集中在高端车型中，但后续随着造车新势力等车企销量的提升，或整体汽车设计和流行风格的发展，其他汽车整车厂商或经济型及中端车型应用大尺寸全彩屏的车型可能有所增加。

2、公司产品市场定位

公司具备采用不同液晶屏幕的汽车仪表研发、生产、销售能力和经验，公司全液晶组合仪表和双联屏仪表中，一般根据客户需求不同采用不同的液晶屏幕类型。按照液晶屏幕的显示效果及成本排序，由低到高依次为段码屏产品、复合屏产品、TFT 全彩屏产品。其中，段码屏产品主要应用在经济型车型中；复合屏产品平衡显示效果和生产成本，主要应用在经济型到中端车型中；TFT 全彩屏产品主要应用中高端车型中。报告期内，公司全液晶组合仪表和双联屏仪表中，由于配套车型主要为销量较大的经济型到中端车型，复合屏产品占比较高。后续随着公司经营规模的提升、新增客户的拓展以及配套车型的增加，预计将进一步拓展各类液晶屏幕类型的应用范围和领域。

3、公司复合屏产品的技术迭代情况

公司对复合屏技术持续进行研发升级，在复合屏仪表功能安全、显示效果等方面不断优化，目前公司复合屏产品已配套车型市场销售情况良好，正在开拓的新增客户部分车型预计也将采用复合屏产品。同时，公司在汽车仪表领域 TFT 全彩屏、段码屏均有产品销售，能够根据行业发展趋势和客户需求进行调整，并发挥公司在汽车仪表领域的研发和生产制造等优势。另外，公司一方面在乘用车领域拓展空调控制器、车载无线充电器等其他汽车电子产品，同时也积极开拓商用车汽车仪表、摩托车电动车仪表等市场，拓展公司的经营规模，提升公司的盈利能力和抗风险能力。

报告期内公司全液晶组合仪表、双联屏仪表收入金额及占比增加，其中应用复合屏技术的产品收入分别为 63,758.22 万元、134,416.69 万元、243,857.41 万元和 151,386.42 万元，占公司整体收入的比重分别为 54.61%、68.15%、70.95%和 74.23%，占比较高。针对公司复合屏产品的技术迭代风险，公司已在招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（三）特别风险提示”之“8、复合屏产品的技术迭代风险”和“第

第三节 风险因素”之“二、与发行人相关的风险”之“（一）公司业务相关的风险”之“8、复合屏产品的技术迭代风险”补充披露如下：

“公司全液晶组合仪表和双联屏仪表产品中应用了公司复合屏技术，复合屏技术通过将段码屏和 TFT 全彩屏进行组合，通过屏幕组合后的显示效果控制、一体化光学贴合及曲面贴合、仪表整体系统及结构方案设计及布局等软硬件技术，实现接近一体化 TFT 全彩屏的显示效果并降低生产成本。报告期内随着全液晶组合仪表、双联屏仪表收入金额及占比增加，公司应用复合屏技术的仪表收入随之增长，分别为 63,758.22 万元、134,416.69 万元、243,857.41 万元和 151,386.42 万元，占公司营业收入的比重分别为 54.61%、68.15%、70.95%和 74.23%，占比较高，目前复合屏技术主要应用在经济型到中端的车型中。未来若出现汽车行业设计及流行风格中大尺寸全彩液晶屏应用的普及、经济型到中端车型中全彩液晶屏应用的增加或全彩液晶屏生产成本的下降，公司研发和生产未跟随行业整体趋势而调整，则复合屏技术可能面临未及时迭代风险，对公司的经营业绩和行业地位造成不利影响。”

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐机构主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅行业内相关研究报告；
- 2、查阅发行人报告期收入明细；
- 3、访谈发行人主要客户，了解发行人产品和技术相关情况；
- 4、访谈发行人实际控制人、研发负责人。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

公司在汽车液晶仪表领域具有段码屏、复合屏、TFT 全彩屏等不同液晶屏幕的汽车仪表研发、生产、销售能力和经验，公司复合屏技术平衡显示效果和产品成本，目前主要应用于经济型及中端车型，复合屏产品占公司收入比重较高，针对未来复合屏产品的

技术迭代风险，发行人已在招股说明书中进行风险提示。

问题二

请发行人结合报告期内主要配套车型的生命周期情况、后续客户和车型的开拓情况，以及报告期内主要客户在相关区域的经营状况，进一步分析经营业绩及其增长的可持续性，并完善相关风险披露。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人说明

（一）报告期内主要配套车型的生命周期情况

报告期内发行人各类相关情况说明如下：

1、电子式组合仪表

报告期内，电子式组合仪表中，按对应配套车型排序，各年销售收入排名前五的产品相关情况如下：

单位：万块、万辆

序号	客户	车型	车型上市时间	发行人产品销量				终端车型销量			
				2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
1	上汽集团	五菱宏光系列	2013年	11.91	33.63	27.82	34.34	无公开数据	无公开数据	27.39	34.61
2	奇瑞集团	瑞虎系列	2018年	4.92	12.44	11.29	13.38	26.52	54.06	46.61	37.72
3	福田汽车	祥菱系列	2018年	5.42	12.68	10.14	12.84	无公开数据	截至9月超10万辆	无公开数据	13.40
4	宝腾汽车	SAGA	2018年	4.70	6.88	6.38	3.83	3.48	7.02	5.59	4.26
5	上汽集团	五菱荣光系列	2013年	6.20	11.56	20.37	26.84	无公开数据	每年约20-40万辆		
6	江淮汽车	骏铃	2018年	0.91	1.66	2.36	4.79	无公开数据	无公开数据	无公开数据	无公开数据
7	吉利集团	帝豪系列	2016年	-	0.30	3.86	8.79	6.50	14.00	16.26	20.25

序号	客户	车型	车型上市时间	发行人产品销量				终端车型销量			
				2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
8	现代汽车集团	Sonet	2024年	1.74	0.005	-	-	无公开数据	无公开数据	-	-

注 1：车型上市时间根据公开信息查询填列，部分车型其系列下细分车款较多，或原有车款存在升级改款情况，以发行人实际配套车款公开信息查询的上市时间填列；

注 2：终端车型销量数据来源于车主之家、太平洋汽车等公开信息查询的汽车销量数据，部分车型终端出货量公开信息渠道无法获取准确数据；

注 3：五菱荣光系列细分车款较多，按照能够通过公开信息渠道获取的数据区间填列。

电子式组合仪表为公司传统产品，配套车型上市时间较早，随着行业内整体全液晶组合仪表、双联屏仪表对电子式组合仪表的替代，电子式组合仪表整体销量呈下降趋势。

发行人配套的上汽集团五菱宏光系列、五菱荣光系列车型电子式组合仪表，报告期内相关车型的终端市场销量整体有所下降，发行人电子式组合仪表销量对应呈下降趋势。瑞虎系列车型细分车款较多，海外市场销售情况良好，发行人汽车仪表销量整体较为稳定。发行人配套宝腾汽车 SAGA 车型、福田汽车祥菱车型电子式组合仪表，汽车仪表销量与终端车型销量基本一致。吉利集团帝豪车型细分车款较多，发行人仅配套其中部分车款，随着对应车款的销量下降，发行人电子式组合仪表销量有所下降。2024 年发行人新增量产现代汽车集团 Sonet 车型仪表，对应销量有所提升。

行业内预计车型生命周期一般为 5-7 年，一般在车型生命周期的第 1-2 年，车型处于市场推广销量逐步提升的阶段，在第 3-5 年，处于销量基本稳定的阶段，在第 6-7 年，处于生命周期末端销量下降的阶段，但具体年份及销量变化将根据不同车型市场表现及整车厂商车型规划情况有所差异，少量车型生命周期可持续 10 年以上。一般汽车整车厂商会根据车型市场销售情况，在车型生命周期结束前推出新车型或原有车型升级改款。公司目前配套的电子式组合仪表产品以维护原有车型为主，预计后续配套车型将逐步升级为全液晶组合仪表，公司将密切跟踪后续车型的开发及配套进展，争取公司后续配套车型的延续。

2、全液晶组合仪表

报告期内，全液晶组合仪表中，按对应配套车型排序，各年销售收入排名前五的产

品相关情况如下：

单位：万块、万辆

序号	客户	车型	车型上市时间	发行人产品销量				终端车型销量			
				2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
1	比亚迪	秦系列	2019 年	19.60	43.71	5.14	-	26.52	46.44	34.19	19.14
2	比亚迪	海鸥	2023 年	23.69	19.18	-	-	19.10	23.93	-	-
3	现代汽车集团	Venue	2022 年	9.19	20.68	13.67	0.01	5.87	12.93	12.19	无公开数据
4	长安汽车	UNI-V	2022 年	5.98	14.53	0.83	-	5.06	14.11	10.35	-
5	现代汽车集团	i10	2023 年	9.22	13.53	0.01	-	无公开数据	无公开数据	无公开数据	-
6	现代汽车集团	Sportage	2021 年	4.56	11.10	7.97	3.40	无公开数据	52.35	45.21	39.30
7	现代汽车集团	Carens	2021 年	3.18	7.75	7.57	0.28	无公开数据	无公开数据	无公开数据	无公开数据
8	现代汽车集团	Seltos	2022 年	3.47	5.92	0.25	0.004	无公开数据	34.40	31.04	29.87
9	现代汽车集团	Staria	2021 年	3.28	5.04	4.39	3.74	2.02	3.98	3.35	无公开数据
10	比亚迪	宋 PLUS DM-i	2021 年	0.01	3.80	7.02	1.42	11.92	28.51	38.80	7.35
11	现代汽车集团	IX35	2020 年	0.003	2.16	6.25	8.22	0.95	2.44	6.41	8.29
12	奇瑞集团	小蚂蚁	2019 年	0.90	2.23	10.90	7.92	0.92	2.68	9.57	7.71
13	威马汽车	EX5	2018 年	-	0.01	0.54	2.57	-	-	0.42	2.40

注 1：车型上市时间根据公开信息查询填列，部分车型按系列划分，其系列下细分车型较多，或原有车型存在升级改款情况，以发行人实际配套车型公开信息查询的上市时间填列；

注 2：终端车型销量数据来源于车主之家、太平洋汽车等公开信息查询的汽车销量数据，部分车型终端出货量公开信息渠道无法获取准确数据；

注 3：Venue 车型面向海外市场销售，由于海外汽车整车销量公开数据较少，仅统计公开报道较多的印度市场数据；Staria 车型面向海外市场销售，由于海外汽车整车销量公开数据较少，仅统计公开报道较多的韩国市场数据；IX35 车型由公司向北京现代摩比斯汽车零部件有限公司等现代汽车集团下属主体销售，整车由合资厂商北京现代主要在国内销售。

随着全液晶组合仪表渗透率的提升，行业内全液晶组合仪表逐步替代传统的电子式

组合仪表，公司报告期内全液晶组合仪表配套的主要车型在 2021 年-2023 年量产上市的较多。

产品销量方面，发行人为现代汽车集团配套的全液晶组合仪表车型较多，随着全液晶组合仪表应用车型的增加和终端车型销量的提升，发行人全液晶组合仪表报告期内销量呈现增长趋势。比亚迪秦系列包括秦 PLUS DM-i、秦 EV 以及较早的秦燃油等车型，发行人在配套秦系列电子式组合仪表基础上，为秦系列秦 PLUS DM-i 车型开发全液晶组合仪表，2022 年开始量产供货，2023 年度销量实现较快增长。比亚迪海鸥车型于 2023 年上市，发行人配套的全液晶组合仪表销量随终端车型销量的增长而有所增长。公司 2022 年开始为长安汽车 UNI-V 车型配套全液晶组合仪表，2023 年度、2024 年 1-6 月公司汽车仪表销量与终端整车销售量基本一致。

行业内预计车型生命周期一般为 5-7 年，一般在车型生命周期的第 1-2 年，车型处于市场推广销量逐步提升的阶段，在第 3-5 年，处于销量基本稳定的阶段，在第 6-7 年，处于生命周期末端销量下降的阶段，但具体年份及销量变化将根据不同车型市场表现及整车厂商车型规划情况有所差异。一般汽车整车厂商会根据车型市场销售情况，在车型生命周期结束前推出新车型或原有车型升级改款。公司目前全液晶组合仪表主要配套的车型在 2021-2023 年量产上市的较多，报告期内整体处于量产后销量提升到稳定的生命周期阶段。公司持续跟踪后续车型的开发及配套情况，争取进一步拓展公司配套车型的数量，提升公司产品销售的持续性。

3、双联屏仪表

报告期内，双联屏仪表中，按对应配套车型排序，各年销售收入排名前五的产品相关情况如下：

单位：万块、万辆

序号	客户	车型	车型上市时间	发行人产品销量				终端车型销量			
				2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	现代汽车集团	Sportage	2021 年	12.18	17.71	15.99	3.31	无公开数据	52.35	45.21	39.30
2	长安汽	逸动	2020 年	5.95	17.12	14.31	14.98	6.69	15.47	14.88	13.16

序号	客户	车型	车型上市时间	发行人产品销量				终端车型销量			
				2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
	车	PLUS									
3	现代汽车集团	Telluride	2022 年	3.38	5.42	2.78	0.004	无公开数据	11.77	9.99	无公开数据
4	一汽集团	奔腾 B70 系列	2020 年	1.34	5.60	2.02	2.31	2.03	4.34	2.47	1.99
5	现代汽车集团	Seltos	2022 年	3.66	5.53	1.12	-	无公开数据	34.4	31.04	29.87
6	现代汽车集团	Niro	2021 年	3.01	4.57	4.36	0.17	无公开数据	无公开数据	12.19	无公开数据
7	长安汽车	CS55 PLUS	2019 年	0.01	0.28	1.48	8.36	3.28	9.95	15.28	13.89
8	现代汽车集团	名图	2021 年	0.003	0.01	0.15	0.62	无公开数据	0.02	0.10	0.57

注 1：车型上市时间根据公开信息查询填列，部分车型按系列划分，其系列下细分车型较多，或原有车型存在升级改款情况，以发行人实际配套车型公开信息查询的上市时间填列；

注 2：终端车型销量数据来源于车主之家、太平洋汽车等公开信息查询的汽车销量数据，部分车型终端出货量公开信息渠道无法获取准确数据；

注 3：Niro 车型面向海外市场销售，由于海外汽车整车销量公开数据较少，仅统计公开报道较多的欧洲市场 2022 年 1-10 月数据；Telluride 车型面向海外市场销售，由于海外汽车整车销量公开数据较少，仅统计公开报道较多的美国市场数据。

公司报告期内配套的双联屏仪表主要车型在 2020 年-2022 年量产上市的较多。

产品销量方面，现代汽车集团 Sportage、Niro、Telluride、Seltos 车型主要面向海外市场，整体终端车型销售情况良好，带动发行人配套产品销量提升。长安汽车逸动 PLUS、CS55PLUS 车型配置了发行人提供的双联屏仪表产品，发行人产品销量与逸动 PLUS 车型终端销量基本一致，CS55PLUS 车型由于公司仅配套第一代车型，因此 2021 年推出 CS55PLUS 第二代后公司产品销量有所下降。公司为一汽奔腾 B70 系列车型配套双联屏仪表产品，B70 车型终端销量与发行人产品销量基本一致。

行业内预计车型生命周期一般为 5-7 年，一般在车型生命周期的第 1-2 年，车型处于市场推广销量逐步提升的阶段，在第 3-5 年，处于销量基本稳定的阶段，在第 6-7 年，处于生命周期末端销量下降的阶段，但具体年份及销量变化将根据不同车型市场表现及

整车厂商车型规划情况有所差异。一般汽车整车厂商会根据车型市场销售情况，在车型生命周期结束前推出新车型或原有车型升级改款。公司目前双联屏组合仪表主要配套的车型在 2020-2022 年量产上市的较多，报告期内整体处于量产后销量提升到稳定的生命周期阶段。公司持续跟踪后续车型的开发及配套情况，争取进一步拓展公司配套车型的数量，提升公司产品销售的持续性。

以上电子式组合仪表、全液晶组合仪表和双联屏仪表列举的配套车型为发行人报告期内配套的主要代表性车型，2021 年至 2024 年 1-6 月以上列举车型配套汽车仪表销售收入合计占公司主营业务收入的比例分别为 64.34%、62.80%、61.35%和 54.77%。随着公司经营规模的扩大和合作客户的增加，预计公司配套车型数量将进一步增长。

（二）报告期内主要客户在相关区域的经营状况

公司报告期内前五大客户在相关区域的经营状况如下：

单位：亿元

客户			2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
现代汽车集团	现代汽车	营业收入	4,547.00	8,969.27	7,871.80	6,303.93
		净利润	400.67	699.25	406.73	264.91
	起亚汽车	营业收入	2,668.46	5,503.44	4,780.66	3,744.62
		净利润	263.81	483.96	298.76	255.16
比亚迪		营业收入	3,011.27	6,023.15	4,240.61	2,161.42
		净利润	141.13	313.44	177.13	39.67
长安汽车		营业收入	767.23	1,512.98	1,212.53	1,051.42
		净利润	22.47	95.02	77.45	36.04
一汽集团		营业收入	-	6,334.90	5,898.00	7,050.00
		净利润	-	416.00	490.20	480.00
奇瑞集团		营业收入		3,151.00	2,000.00	1,056.00
		净利润	-	-	-	-
上汽集团		营业收入	2,846.86	7,447.05	7,440.63	7,798.46
		净利润	74.38	200.60	228.43	339.42
HyolimXE		营业收入	-	-	-	-
		净利润	-	-	-	-
长信科技		营业收入	56.18	88.89	69.87	70.18

客户		2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
	净利润	2.24	2.96	7.12	9.33

注：现代汽车、起亚汽车、比亚迪、长安汽车、上汽集团、长信科技数据来自上市公司公告，其中现代汽车、起亚汽车 2021-2023 年财务数据外汇折算数据来自 wind 资讯，2024 年 1-6 月根据上市公司报表和平均汇率折算。一汽集团、奇瑞集团数据来自公司官网信息或新闻。HyolimXE 无公开数据。

报告期内，公司主要客户经营规模较大，其中现代汽车集团、比亚迪、长安汽车、奇瑞集团、长信科技经营业绩呈增长趋势。主要客户中，现代汽车集团作为全球第三大车企，经营范围包括美国、欧洲、韩国、印度等，中国市场占比较低；比亚迪、长安汽车、一汽集团、奇瑞集团、上汽集团、长信科技主要经营区域为国内，同时随着中国汽车出海的增加，部分客户汽车出口增长较快；HyolimXE 主要经营区域为韩国。

根据公开数据，现代汽车集团报告期内整车销量分别为 666.80 万辆、684.82 万辆、730.43 万辆和 361.59 万辆，整体呈上升趋势。整车最终销售区域分布如下：

单位：万辆

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
美国	165.20	147.50	148.90
欧洲	119.30	108.10	100.80
韩国	132.80	123.10	126.20
印度	85.70	80.40	68.70
中国	32.20	34.50	47.70
其他地区	195.23	191.22	174.50
合计	730.43	684.82	666.80

注：以上数据分地区销量来自于现代汽车、起亚汽车年报披露数据的加总，各年合计销量为公开信息披露的现代汽车集团总销量，其他地区销量由于年报未披露具体情况，按总销量减去已披露数据各区域销量计算。

现代汽车集团全球按区域划分的销量中，美国、欧洲、韩国、印度销量占比较高，且整体呈现上升趋势，中国市场销量和占比整体呈下降趋势。发行人报告期内韩国、印度、美国等海外市场增长较快，占比逐步提升，与客户最终销售区域的分布和变动趋势一致。

（三）公司后续客户和后续车型的开拓情况

发行人在维护原有客户的基础上，研判行业发展趋势、市场情况和公司核心竞争优势，主要在乘用车、商用车、摩托车电动车等领域开拓新增客户。

乘用车领域，公司目前已进入斯特兰蒂斯集团（2023 年全球汽车销量排名第四）、上汽大众、上汽奥迪、上汽通用、上汽智己、零跑汽车、马来西亚 Perodua（马来西亚市场汽车销量排名第一）、福特汽车等合格供应商目录，并已就项目合作进行接洽，为未来具体项目的开发和量产奠定了基础。公司上述客户目前定点及正在与客户沟通洽谈的项目预计总金额约 70 亿元，订单平均交付年限预计约 5 年，预计将主要在 2025 年四季度-2026 年逐步量产。

公司在维护原有乘用车和小型商用车客户的基础上，也在积极开拓大型商用车和工程机械客户。公司目前已进入福田戴姆勒重卡、徐工、一汽解放重卡、重汽重卡、金龙客车、斯堪尼亚等合格供应商目录，并已就项目合作进行接洽，为未来具体项目的开发和量产奠定了基础。公司上述客户目前定点及正在与客户沟通洽谈的项目预计总金额约 20 亿元，订单平均交付年限预计约 5 年，预计将主要在 2025 年四季度-2026 年逐步量产。

发行人除汽车仪表业务外，同步积极开拓摩托车、电动车仪表市场，目前已与钱江摩托、奔达摩托、春风动力，宗申摩托、隆鑫摩托、长城灵魂、新大洲本田、五羊本田、凯越机车、大运摩托、大阳摩托、易行时代、龙嘉摩托、豪进摩托、银钢摩托、天鹰摩托、雅迪电动车、爱玛电动车、印度英雄、意大利比亚乔、美国 Polaris 等客户建立业务联系。公司上述客户目前定点及正在与客户沟通洽谈的项目预计总金额约 10 亿元，订单平均交付年限预计约 2 年，预计将主要在 2025 年一季度-2025 二季度逐步量产。

（四）公司经营业绩及其增长的可持续性及相关风险

报告期内，公司的营业收入分别为 116,753.65 万元、197,232.65 万元、343,707.85 万元和 203,940.53 万元，呈现较快增长趋势。结合公司的实际经营状况，经初步测算，预计 2024 年主营业务收入 400,000-420,000 万元，同比增长 16.83%至 22.67%，预计扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 100,000-110,000 万元，同比增长 11.85%

至 23.03%。

公司目前主要配套车型中，全液晶组合仪表、双联屏仪表对应的车型处于量产后销量提升到稳定的生命周期阶段，公司主要客户在相关区域的经营状态良好，同时，公司正在积极开拓后续客户和后续车型，并已经就部分项目取得进展，为未来经营业绩及其增长的可持续性奠定基础。

虽然公司积极开拓新增客户和车型，但由于公司经营业绩规模基数已达到一定水平，且未来市场开拓受宏观环境、行业变化、国际贸易形势、公司自身研发和生产能力影响，有一定不确定性。未来若公司新增客户和车型拓展不及预期，将会对公司经营业绩、行业地位等造成不利影响。

针对公司经营业绩及其增长持续性的风险，公司已在招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（三）特别风险提示”之“3、经营业绩增长持续性的风险”和“第三节 风险因素”之“二、与发行人相关的风险”之“（一）公司业务相关的风险”之“3、经营业绩增长持续性的风险”补充披露如下：

“报告期内，公司的营业收入分别为 116,753.65 万元、197,232.65 万元、343,707.85 万元和 203,940.53 万元，净利润分别为 11,623.37 万元、39,666.31 万元、84,257.04 万元和 55,042.33 万元。报告期内，受益于产品和客户结构优化、境外客户销售增长等因素，公司营业收入和净利润呈明显增长的趋势。其中，报告期内公司向现代汽车集团的销售金额占营业收入比例分别为 23.21%、53.03%、52.79%和 59.93%，呈现较快增长趋势。以发行人向现代汽车集团销售的汽车仪表类产品销量和公开数据披露的现代汽车集团整车销量测算，发行人在现代汽车集团汽车仪表类产品中的数量占比分别为 4.22%、14.10%、22.66%和 30.48%，呈现较快增长趋势。现代汽车集团目前其他的汽车电子领域供应商包括电装（Denso Corporation）、大陆（Continental AG）等国际企业，出于供应链安全和稳定考虑，现代汽车集团可能限制单一供应商占比，例如在 3 家主要供应商中采购数量平均分配各占约 1/3 左右（相关比例现代汽车集团并未对发行人明确要求，仅为发行人分析性的参考数据）。若未来出现**公司新增客户和车型开拓不及预期、新增配套车型和现有配套车型生命周期衔接不佳、公司产品无法满足市场或者客户需求、产品产销量下降、原材料价格上涨、国际贸易局势不利变化、现代汽车集团控制单一供应**

商占比等因素，将会对公司产品的销量、毛利率产生不利影响，导致公司出现经营业绩增速放缓或下滑的风险。”

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅公司收入明细；
- 2、通过公开渠道查阅公司主要配套车型上市时间、销量等数据；
- 3、通过公开渠道查阅公司主要客户经营状况
- 4、访谈发行人主要客户；
- 5、查阅发行人在手订单情况；
- 6、访谈发行人实际控制人。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

报告期内发行人电子式组合仪表上市时间较早，年销量整体呈下降趋势，未来预计将逐步被全液晶组合仪表替代；全液晶组合仪表上市时间在 2021 年-2023 年较多、双联屏组合仪表上市时间在 2020 年-2022 年较多，报告期内整体处于量产后销量提升到稳定的生命周期阶段。行业内配套车型生命周期一般为 5-7 年。公司主要客户在相关区域的经营状况良好，公司在维持已有客户稳定的基础上，正在积极拓展新增客户，经营业绩及其增长具有可持续性，并已在招股说明书中充分披露相关风险。

（本页无正文，为黑龙江天有为电子股份有限公司《关于黑龙江天有为电子股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请的审核中心意见落实函的回复报告》之盖章页）

黑龙江天有为电子股份有限公司

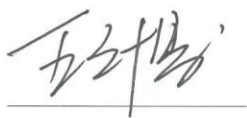


2024年 11月 27日

发行人董事长声明

本人已认真阅读黑龙江天有为电子股份有限公司审核中心意见落实函回复报告的全部内容，确认审核中心意见落实函回复报告内容真实、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：



王文博

黑龙江天有为电子股份有限公司



2024 年 11 月 27 日

（本页无正文，为中信建投证券股份有限公司《关于黑龙江天有为电子股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请的审核中心意见落实函的回复报告》之签字盖章页）

保荐代表人签名：

杨俊

杨 俊

雷康

雷 康

中信建投证券股份有限公司



2024年11月27日

关于审核中心意见落实函回复报告的声明

本人已认真阅读关于黑龙江天有为电子股份有限公司审核中心意见落实函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，审核中心意见落实函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



（本页无正文，为立信会计师事务所（特殊普通合伙）《关于黑龙江天有为电子股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请的审核中心意见落实函的回复报告》之签字盖章页）



中国注册会计师：
（项目合伙人）


中国注册会计师
王 娜
420003200741

中国注册会计师：


中国注册会计师
鲁 李
310000060887

中国注册会计师：


中国注册会计师
熊 宇
420003204568

中国·上海

2024年11月27日