



关于苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司
申请向特定对象发行股票的第二轮审核问询函
的回复

保荐机构（主承销商）



（成都市青羊区东城根上街 95 号）

二零二五年六月

目 录

问题 13

问题 236

问题 390

其他问题：100

关于苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司

申请向特定对象发行股票的第二轮审核问询函的回复

深圳证券交易所：

根据贵所于 2025 年 2 月 11 日出具的《关于苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司申请向特定对象发行股票的第二轮审核问询函》（审核函〔2025〕120005 号）（以下简称“问询函”）的要求，国金证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”“国金证券”）作为苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司（以下简称“瑞玛精密”“公司”或“发行人”）申请向特定对象发行股票的保荐机构（主承销商），会同发行人及申报会计师容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，对本次问询函相关问题逐项进行了落实，现对本次问询函回复如下，请审核。

说明：

本回复报告所称报告期指 2022 年度、2023 年度、**2024 年度及 2025 年 1-3 月**，报告期各期末指 2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日、**2024 年 12 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日**，最近一期指 **2025 年 1-3 月**，报告期末指 **2025 年 3 月 31 日**。如无特别说明，本回复所用简称与《苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司向特定对象发行股票募集说明书》（以下简称“募集说明书”）中的释义相同。

本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

本回复所用的字体：

问询函所列问题	黑体
对问询函所列问题的回复	宋体
对募集说明书的引用	宋体
对募集说明书及问询函回复的修改、补充	楷体、加粗

问题 1

根据公开披露信息，公司 2024 年前三季度扣非净利润为-1,195 万元，2023 年同期为盈利 5,570 万元。根据申报材料，公司仅将营业收入作为激励计划的目标，未设置净利润增长目标，部分媒体质疑公司上市后增收不增利。中介机构对销售收入的函证程序中，保荐人函证相符比例低于 10%，而会计师相符比例在 50%左右。

请发行人补充说明：（1）结合收入、毛利率、期间费用率的变动及其影响因素，说明公司业绩大幅下滑、由盈转亏的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致。（2）相关业绩下滑情况是否对本次募投项目盈利前景产生重大不利影响，是否影响效益测算的谨慎合理性。（3）保荐人及会计师函证相符比例存在较大差异的合理性，中介机构相关统计是否准确，相关工作是否可靠；结合仅以收入作为激励目标以及函证的差异情况，进一步说明销售收入的真实、准确性。

请发行人补充披露（1）（2）相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明及披露

（一）结合收入、毛利率、期间费用率的变动及其影响因素，说明公司业绩大幅下滑、由盈转亏的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致

1、结合收入、毛利率、期间费用率的变动及其影响因素，说明公司业绩大幅下滑、由盈转亏的原因及合理性

发行人 2023 年度、2024 年度主要财务指标对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	变动额	变动率
营业收入	177,433.74	157,707.60	19,726.14	12.51%
营业毛利	35,554.61	36,317.88	-763.27	-2.10%
毛利率	20.04%	23.03%	下降 2.99 个百分点	—
期间费用	32,680.82	27,673.73	5,007.09	18.09%
期间费用率	18.42%	17.55%	0.87%	—
信用减值损失	1,262.93	-162.71	1,425.65	-876.17%
资产减值损失	3,612.55	2,397.93	1,214.62	50.65%
利润总额	-1,754.57	6,273.89	-8,028.46	-127.97%
净利润	-1,898.64	5,938.47	-7,837.11	-131.97%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-3,428.08	4,692.55	-8,120.63	-173.05%

2024 年度，发行人利润总额为-1,754.57 万元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为-3,428.08 万元，分别同比减少 8,028.46 万元和 8,120.63 万元，主要系营业毛利下降、期间费用上升、信用减值损失及资产减值损失上升所致。

（1）收入、毛利率的变动及其影响因素

①按产品类别分析收入、毛利率的变动及其影响因素

2024 年度，发行人营业收入为 177,433.74 万元，同比增加 19,726.14 万元，营业毛利下降主要系毛利率下降所致，具体情况如下：

单位：万元、%

产品类别	2024 年度			2023 年度		
	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率
精密金属结构件	112,950.80	63.66	18.80	88,412.49	56.06	20.87
汽车电子	55,517.28	31.29	20.98	41,504.70	26.32	23.46
其他	8,965.66	5.05	29.85	27,790.41	17.62	29.24
合计	177,433.74	100.00	20.04	157,707.60	100.00	23.03

2024 年度，发行人毛利率为 20.04%，同比下降 2.99 个百分点，发行人毛利率下滑的相关分析详见《发行人和保荐机构关于苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函回复》之“问题 2”之“一”之“（三）”之“1、结合主要原材料价格波动情况、具体产品结构变动情况、各产品价格及毛利率等，说明发行人 2022 年以来毛利率逐年下滑的原因及合理性”。发行人主要产品包括精密金属结构件及汽车电子，一方面，发行人精密金属结构件中毛利率相对较低的汽车行业收入占比上升，导致精密金属结构件毛利率有所下降；另一方面，汽车电子产品受细分产品结构变动及下游竞争加剧传导影响，毛利率亦呈下降趋势。因此，发行人 2024 年度毛利率呈现下滑趋势。

②按行业类别分析收入、毛利率的变动及其影响因素

按照行业类别划分，发行人 2023 年度、2024 年度的收入及毛利率具体情况如下：

单位：万元

行业类别	2024 年度			2023 年度		
	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率
汽车行业	147,791.41	83.29%	18.64%	113,950.60	72.25%	21.54%
通讯行业	16,114.16	9.08%	28.67%	32,953.53	20.90%	28.11%
电子电气	8,092.94	4.56%	16.68%	8,431.46	5.35%	21.08%
其他	5,435.23	3.06%	37.48%	2,372.01	1.50%	30.90%
合计	177,433.74	100.00%	20.04%	157,707.60	100.00%	23.03%

汽车行业方面，根据中国汽车工业协会数据，2024 年度，新能源汽车产销分别完成 1,288.8 万辆和 1,286.6 万辆，同比分别增长 34.4%和 35.5%。在新

能源汽车的推动下，中国汽车行业保持了增长态势。由上表可见，**2024 年度**，发行人汽车行业收入为 **147,791.41 万元**，同比增长 **29.70%**，占收入比例为 **83.29%**，与汽车行业整体发展趋势保持一致；而由于公司产品结构变动及竞争加剧影响，导致毛利率下降为 **18.64%**，同比下降 **2.90** 个百分点。

通讯行业方面，自 2019 年 5G 商用至今，目前 5G 网络的基站覆盖已经基本能满足 5G 行业应用的需求，全球 5G 基站建设投资均开始放缓，预计未来全球 5G 基站的市场规模增速将明显放缓。由上表可见，**2024 年度**，受全球通讯市场变动及通讯行业主要外销客户需求波动影响，发行人通讯行业收入为 **16,114.16 万元**，同比下降 **51.10%**，占收入比例降为 **9.08%**，而毛利率基本保持稳定。

综上所述，**2024 年度**，发行人营业毛利较去年同比减少 **763.27 万元**。虽然在此期间，汽车行业景气度持续提升且新能源汽车市场快速发展，带动发行人汽车行业营业毛利较去年同比增长 **3,003.84 万元**，但受全球通讯市场变动及通讯行业主要外销客户需求波动影响，发行人通讯行业营业毛利较去年同比减少 **4,643.19 万元**，两者叠加使得发行人整体营业毛利下降幅度较大。

③发行人收入、毛利率变动与同行业可比公司对比情况

发行人收入、毛利率变动与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、个百分点

项目	产品主要应用行业类别	收入金额			毛利率		
		2024 年度	2023 年度	变动情况	2024 年度	2023 年度	变动情况
爱柯迪	汽车行业	674,604.67	595,727.70	78,876.97	27.65%	28.44%	-0.79
华达科技	汽车行业	510,611.20	536,888.80	-26,277.59	16.02%	15.17%	0.85
华亚智能	半导体行业、新能源及电力行业 [注]	62,726.43	46,097.64	16,628.79	30.09%	32.88%	-2.79
春兴精工	汽车行业、通讯行业	220,695.09	232,812.10	-12,117.01	9.36%	14.42%	-5.07
欣天科技	通讯行业	27,715.06	61,613.26	-33,898.21	21.67%	29.02%	-7.35
平均值	-	299,270.49	294,627.90	4,642.59	20.96%	23.99%	-3.03
发行人	汽车行业、通讯行业	177,433.74	157,707.60	19,726.14	20.04%	23.03%	-2.99

注：根据华亚智能官网信息，其产品亦涉及汽车配件，且其半导体行业及新能源行业

的部分产品亦可应用于新能源汽车，此处主要根据华亚智能 2023 年年度报告中所列明的产品的主要应用行业类别的口径进行披露。

如上表所示，发行人 **2024 年度** 收入金额、毛利率同期变动情况与同行业可比公司平均变动情况基本一致。

同行业可比公司中，爱柯迪、华达科技的产品主要应用于汽车行业且相对规模较大，春兴精工与发行人类似同时涉及汽车行业及通讯行业，华亚智能产品主要应用于半导体行业、新能源及电力行业，而欣天科技主要属于通讯行业。

基于上文提及的汽车行业及通讯行业的发展情况，**2024 年度**，发行人与爱柯迪、华亚智能收入均有所增长，符合行业发展趋势；而华达科技、春兴精工及欣天科技的收入同比有所下降，其中，华达科技收入略有下降主要系与主机厂的业务略有下降所致；春兴精工收入下降主要系移动通信业务订单下滑所致，其汽车件收入系呈上升趋势；而欣天科技收入下降主要系受通讯行业需求变化影响导致其通信类产品销售收入下降所致。**2024 年度**，发行人与华亚智能、春兴精工、欣天科技及爱柯迪毛利率有所下降，而华达科技毛利率略有上升，根据华达科技公告内容，其毛利率上升主要系其对头部自主品牌和新能源客户的开拓所致。

综上所述，发行人 **2024 年度** 收入金额、毛利率同期变动情况与同行业可比公司平均变动情况基本一致，且符合相关行业的整体发展趋势。

（2）期间费用变动情况及其影响因素

2024 年度，发行人期间费用同期变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	3,526.33	1.99%	3,182.11	2.02%
管理费用	16,491.50	9.29%	14,960.49	9.49%
研发费用	11,400.22	6.43%	9,389.14	5.95%
财务费用	1,262.77	0.71%	141.99	0.09%
期间费用	32,680.82	18.42%	27,673.73	17.55%

由上表可知，2024 年度，发行人期间费用及期间费用率均呈增长趋势，具体情况如下：

①销售费用率

2024 年度，发行人销售费用变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	变动金额	同比变动
职工薪酬	1,790.09	1,503.65	286.44	19.05%
广告宣传费	563.69	434.57	129.12	29.71%
业务招待费	283.25	551.34	-268.09	-48.63%
差旅费	222.35	205.62	16.73	8.14%
包装物	203.37	147.40	55.97	37.97%
办公费用	57.26	69.06	-11.80	-17.08%
股份支付	54.66	-	54.66	-
其他费用	351.67	270.48	81.19	30.02%
合计	3,526.33	3,182.11	344.22	10.82%

2024 年度，发行人销售费用为 3,526.33 万元，主要为职工薪酬、业务招待费、广告宣传费等。2024 年度，发行人销售费用同比增长 10.82%，主要系发行人及其子公司积极扩展新业务所致。

2024 年度，发行人与同行业可比上市公司销售费用率变动情况如下：

单位：%、个百分点

项目	2024 年度	2023 年度	变动情况
爱柯迪	0.78	0.79	-0.01
华达科技	1.10	1.03	0.07
华亚智能	2.84	2.52	0.31
春兴精工	1.34	1.31	0.02
欣天科技	3.71	1.50	2.21
平均值	1.95	1.43	0.52
发行人	1.99	2.02	-0.03

2024 年度，发行人销售费用率与同行业可比公司平均水平基本一致，发行人销售费用率变动幅度低于同行业可比公司平均水平。其中，欣天科技变动比

例较大，主要系欣天科技通信类产品销售收入下降导致。剔除欣天科技后，同行业可比公司 **2024 年度**销售费用率同比变动平均值为 **0.10** 个百分点，发行人销售费用率变动幅度**略低于**同行业可比公司平均值。

②**管理费用率**

2024 年度，发行人管理费用变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	变动金额	同比变动
职工薪酬	8,900.66	7,118.85	1,781.81	25.03%
折旧与摊销	2,463.57	2,008.64	454.92	22.65%
办公费用	1,326.32	1,419.47	-93.15	-6.56%
咨询服务费	1,062.97	1,416.83	-353.87	-24.98%
业务招待费	569.93	516.17	53.76	10.42%
差旅费	530.53	665.26	-134.73	-20.25%
股份支付	473.63	599.97	-126.34	-21.06%
交通费	250.05	198.83	51.22	25.76%
租赁费	234.54	112.69	121.86	108.14%
低值易耗品摊销	43.52	258.23	-214.71	-83.15%
安全防护费	100.49	122.40	-21.91	-17.90%
其他费用	535.29	523.15	12.14	2.32%
合计	16,491.50	14,960.49	1,531.01	10.23%

2024 年度，发行人管理费用为 **16,491.50 万元**，主要为职工薪酬、折旧与摊销、办公费用等。**2024 年度**，发行人管理费用同比增长 **10.23%**，主要系发行人子公司普莱德（苏州）及新能源精密结构件项目前期投入较大，为确保项目顺利推进，发行人新增项目管理、采购、质量、运营、财务、行政等职能的管理人员，导致职工薪酬有所增加，此外，发行人新增管理用办公场所及设备，导致折旧与摊销费用有所增长。

2024 年度，发行人与同行业可比上市公司管理费用率变动情况如下：

单位：%、个百分点

项目	2024 年度	2023 年度	变动情况
爱柯迪	5.41	5.40	0.01

项目	2024 年度	2023 年度	变动情况
华达科技	3.55	3.24	0.32
华亚智能	7.60	6.41	1.19
春兴精工	9.54	8.96	0.58
欣天科技	17.92	7.69	10.23
平均值	8.80	6.34	2.47
发行人	9.29	9.49	-0.19

2024 年度，发行人管理费用率同比下降 0.19 个百分点，低于同行业可比公司管理费用率平均变动，主要系公司 2024 年收入增长幅度超过管理费用增长幅度所致。

③研发费用率

2024 年度，发行人研发费用变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	变动金额	同比变动
职工薪酬	5,693.34	4,729.06	964.28	20.39%
材料费	3,371.92	3,537.64	-165.72	-4.68%
折旧与摊销	1,041.66	591.73	449.93	76.04%
股份支付	109.62	-	109.62	-
其他费用	1,183.69	530.71	652.97	123.04%
合计	11,400.22	9,389.14	2,011.08	21.42%

2024 年度，发行人研发费用为 11,400.22 万元，主要为职工薪酬、材料费及折旧与摊销等。2024 年度，发行人研发费用同比增长 21.42%，主要系发行人子公司普莱德（苏州）及新能源精密结构件项目前期投入较大，为保证产品研发顺利推进，发行人新增研发人员导致职工薪酬有所增加，此外，发行人研发活动相关的工装治具费、水电费、技术服务费等支出较多导致其他费用有所增加，由此导致研发费用有所增加。

2024 年度，发行人与同行业可比上市公司研发费用率变动情况如下：

单位：%、个百分点

项目	2024 年度	2023 年度	变动情况
----	---------	---------	------

项目	2024 年度	2023 年度	变动情况
爱柯迪	5.16	4.71	0.45
华达科技	4.03	3.43	0.60
华亚智能	5.32	4.82	0.50
春兴精工	6.45	6.65	-0.20
欣天科技	9.32	4.94	4.38
平均值	6.06	4.91	1.15
发行人	6.43	5.95	0.47

2024 年度，除春兴精工外，发行人与其他可比公司研发费用率均有所增加，其中，欣天科技变动比例较大，主要系欣天科技通信类产品销售收入下降导致。剔除欣天科技后，同行业可比公司 2024 年度研发费用率同比变动平均值为 0.34 个百分点，发行人研发费用率变动幅度高于同行业可比公司平均值主要系发行人及其子公司前期投入较大所致，发行人研发费用率变动趋势与同行业可比公司平均变动趋势基本一致。

④财务费用率

2024 年度，发行人财务费用变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	变动金额	同比变动
利息支出	1,242.40	1,169.02	73.38	6.28%
减：利息收入	154.32	128.70	25.62	19.91%
减：财政贴息	10.29	-	10.29	-
加：汇兑损益	-259.48	-1,321.18	1,061.70	-80.36%
未确认融资费用	378.17	365.92	12.26	3.35%
手续费及其他	66.28	56.93	9.35	16.42%
合计	1,262.77	141.99	1,120.78	789.36%

2024 年度，发行人财务费用为 1,262.77 万元，同比增加 1,120.78 万元，发行人主要持有美元等外币资产，2023 年度，美元兑人民币汇率增加，汇率波动导致发行人汇兑收益较高，2024 年度，美元兑人民币汇率波动较小导致发行人汇兑收益下降幅度较大，因此导致发行人财务费用同比增加。

2024 年度，发行人与同行业可比上市公司财务费用率变动情况如下：

单位：%、个百分点

项目	2024 年度	2023 年度	变动情况
爱柯迪	0.42	-0.97	1.39
华达科技	0.16	0.03	0.14
华亚智能	-2.61	-3.20	0.59
春兴精工	3.50	3.82	-0.32
欣天科技	0.75	-0.06	0.81
平均值	0.45	-0.08	0.52
发行人	0.71	0.09	0.62

2024 年度，受汇率波动影响，发行人汇兑收益同比减少，发行人与同行业可比公司财务费用率均有所增加，发行人财务费用率变动趋势与同行业可比公司平均变动趋势基本一致。

(3) 信用减值损失及资产减值损失变动情况及其影响因素

2024 年度，信用减值损失及资产减值损失变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度			2023 年度
	金额	变动金额	变动比例	金额
信用减值损失	1,262.93	1,425.65	-876.17%	-162.71
资产减值损失	3,612.55	1,214.62	50.65%	2,397.93

由上表可知，2024 年度，发行人信用减值损失及资产减值损失均呈增长趋势，具体情况如下：

①信用减值损失

2024 年度，发行人信用减值损失变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度			2023 年度
	金额	变动金额	变动比例	金额
应收账款坏账损失	1,452.18	1,444.13	17,935.90%	8.05
其他应收款坏账损失	-191.43	20.66	12.10%	-170.76
应收票据坏账准备	2.18	2.18	/	-
合计	1,262.93	1,425.65	-876.17%	-162.71

2024 年度，发行人信用减值损失较上年同期增加 1,425.65 万元，主要系应收账款坏账损失上升所致。应收账款坏账损失上升主要系公司业务规模增长导致应收账款账面余额增长所致，具体情况如下：

单位：万元、%、次			
项目	2024 年末/年度	2023 年末/年度	2022 年末/年度
应收账款账面余额	77,020.22	56,130.43	54,962.67
减：坏账准备	4,544.08	3,089.22	3,099.38
应收账款账面价值	72,476.14	53,041.21	51,863.29
应收账款坏账准备计提比例	5.90	5.50	5.64
应收账款余额占营业收入比例	43.41	35.59	45.57
应收账款周转率	2.67	2.84	3.01

2024 年度，发行人与同行业可比上市公司应收账款周转率及应收账款坏账准备计提比例的变动情况如下：

财务指标	公司简称	2024 年度	2023 年度	变动情况
应收账款周转率 (次)	爱柯迪	3.34	3.58	-0.24
	华达科技	4.23	4.53	-0.30
	华亚智能	2.36	2.51	-0.16
	春兴精工	2.10	1.98	0.12
	欣天科技	2.09	2.93	-0.84
	平均值	2.82	3.11	-0.28
	公司	2.67	2.84	-0.17
应收账款坏账准 备计提比例 (%)	爱柯迪	5.04	5.05	-0.01
	华达科技	6.29	6.81	-0.52
	华亚智能	6.12	8.73	-2.61
	春兴精工	37.92	36.58	1.34
	欣天科技	5.64	10.63	-5.00
	平均值	12.20	13.56	-1.36
	公司	5.90	5.50	0.40

2024 年度，发行人业务规模进一步增长导致应收账款规模增加，应收账款周转率有所下降，与同行业可比公司平均值差异较小。2024 年度，发行人应收账款坏账准备计提比例较上年基本保持稳定。同行业可比公司中，春兴精工由

于其多个债务人面临资金困难无法回款，导致其应收账款坏账准备计提比例显著高于其他可比公司。剔除春兴精工后，2023 年度、2024 年度剩余同行业可比公司应收账款坏账准备计提比例平均值分别为 7.81%、5.77%，与发行人应收账款坏账准备计提比例之间的差异较小。

②资产减值损失

2024 年度，发行人资产减值损失变动情况如下：

项目	2024 年度			2023 年度
	金额	变动金额	变动比例	金额
存货跌价损失	3,583.59	1,465.39	69.18%	2,118.20
固定资产减值损失	-	-247.73	-100.00%	247.73
商誉减值损失	28.96	-3.04	-9.50%	32.00
合计	3,612.55	1,214.62	50.65%	2,397.93

单位：万元

2024 年度，发行人资产减值损失较上年同期增加 1,214.62 万元，主要系存货跌价损失上升所致。存货跌价损失上升主要系发行人产品规格型号丰富且产品主要应用领域汽车行业的市场景气度较高，发行人不断拓展新业务，为保证供货的及时性，结合客户订单及预测需求量，适当增加了备货，导致发行人期末存货规模有所增长且部分存货的库龄时间较长所致，具体情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	金额	金额	金额
存货账面余额	45,463.04	36,369.67	30,763.21
减：跌价准备	5,093.32	3,389.32	2,687.98
存货账面价值	40,369.72	32,980.36	28,075.23
存货跌价准备计提比例	11.20	9.32	8.74
存货周转率	3.47	3.62	3.65

单位：万元、%、次

2024 年度，发行人与同行业可比上市公司存货周转率及存货跌价准备计提比例的变动情况如下：

财务指标	公司简称	2024 年度	2023 年度	变动情况
存货周转率	爱柯迪	4.55	4.55	-

财务指标	公司简称	2024 年度	2023 年度	变动情况
(次)	华达科技	3.39	3.27	0.12
	华亚智能	1.68	2.51	-0.83
	春兴精工	4.47	4.28	0.19
	欣天科技	2.49	4.15	-1.66
	平均值	3.32	3.75	-0.43
	公司	3.47	3.62	-0.15
存货跌价准备计提比例 (%)	爱柯迪	1.19	1.81	-0.62
	华达科技	6.96	7.27	-0.31
	华亚智能	4.77	17.94	-13.16
	春兴精工	6.23	6.59	-0.36
	欣天科技	10.32	8.89	1.43
	平均值	5.89	8.50	-2.61
	公司	11.20	9.32	1.88

2024 年度，发行人备货增加，存货周转率同比有所下降，与同行业可比公司存货周转率平均值差异较小。2024 年度，发行人存货跌价准备计提同比增加，同行业可比公司中，华亚智能存货跌价准备计提比例大幅减少主要系其当期合同履约成本同比增加较多所致。剔除华亚智能后，2023 年度、2024 年度，剩余同行业可比公司存货跌价准备计提比例平均值分别为 6.14%、6.17%。发行人存货跌价准备计提比例相对较高的主要原因系由于发行人产品规格型号丰富且产品主要应用领域市场向好，发行人为保证供货的及时性，结合客户订单及预测需求量，适当增加了备货，导致发行人期末存货规模有所增长且部分存货的库龄时间较长。

综上所述，虽然汽车行业景气度持续提升且新能源汽车市场快速发展，发行人汽车行业营业毛利有所增长，但是受全球通讯市场变动及通讯行业主要外销客户需求波动影响，发行人通讯行业营业毛利下降幅度较大，两者叠加使得发行人整体营业毛利下降幅度较大。此外，发行人期间费用率同比增加，主要系发行人积极拓展新业务，子公司普莱德（苏州）及新能源精密结构件项目前期投入较大，且受汇率波动影响使得汇兑收益同比减少。同时，公司业务规模增长导致资产减值损失及信用减值损失较上年同期增加。受前述因素等影响，公司业绩同比大幅下滑、由盈转亏，具有合理性。发行人收入、毛利率、期间

费用率变动趋势与同行业可比公司平均变动趋势基本一致。

2、公司业绩与同行业可比公司变动趋势是否一致

发行人 **2024 年度** 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润变动与同行业可比公司变动对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	变动金额
爱柯迪	87,918.42	87,563.94	354.49
华达科技	20,056.32	21,025.14	-968.82
华亚智能	7,879.31	8,102.12	-222.81
春兴精工	-26,025.01	-26,418.64	393.63
欣天科技	-2,317.27	5,373.92	-7,691.19
平均值	17,502.35	19,129.29	-1,626.94
发行人	-3,428.08	4,692.55	-8,120.63

2024 年度，发行人和华达科技、华亚智能、欣天科技的业绩均同比下降，其中欣天科技业绩下滑**幅度**较大，根据欣天科技的公告内容，其业绩下滑主要系通信类产品销售收入下降所致；**春兴精工 2023 年、2024 年持续亏损**，根据春兴精工的公告内容，其业绩**持续亏损**主要系**新项目尚未实现量产且部分已经实现量产的项目良品率较低所致**；爱柯迪业绩有所上升，主要由于收入规模同比增加较大，从而导致业绩同比增加。**2024 年度**，发行人业绩变动趋势与同行业可比公司平均变动趋势基本一致。

综上所述，虽然汽车行业景气度持续提升且新能源汽车市场快速发展，发行人汽车行业营业毛利有所增长，但是受全球通讯市场变动及通讯行业主要外销客户需求波动影响，发行人通讯行业营业毛利下降幅度较大，两者叠加使得发行人整体营业毛利下降幅度较大。此外，发行人积极拓展新业务，子公司普莱德（苏州）及新能源精密结构件项目前期投入较大，且受汇率波动影响使得汇兑收益同比减少。同时，公司业务规模增长导致资产减值损失及信用减值损失较上年同期增加。受前述因素等影响，公司业绩同比大幅下滑、由盈转亏，具有合理性。发行人业绩变动趋势与同行业可比公司平均变动趋势基本一致。

3、2025 年 1-3 月业绩情况

2025 年 1-3 月，发行人已扭亏为盈，主要财务指标情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月	变动额	变动率
营业收入	44,767.85	31,340.08	13,427.77	42.85%
营业毛利	10,638.07	6,758.40	3,879.67	57.41%
毛利率	23.76%	21.56%	2.20%	-
期间费用	7,937.63	6,896.10	1,041.53	15.10%
期间费用率	17.73%	22.00%	-4.27%	-
利润总额	630.82	-168.26	799.07	474.92%
净利润	905.20	168.69	736.51	436.60%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,117.91	15.28	1,102.64	7,217.55%

2025 年 1-3 月，随着公司汽车及通讯领域业务的发展，公司业绩有所好转，净利润及归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比分别增加 436.60%、7,217.55%。

4、发行人补充披露相关风险

发行人已在募集说明书之“第五章 与本次发行相关的风险因素”之“一、经营风险”中补充披露相关风险，具体如下：

“（一）经营业绩下滑的风险

2022 年度、2023 年度、2024 年度以及 2025 年 1-3 月，公司营业收入分别为 120,616.89 万元、157,707.60 万元、177,433.74 万元和 44,767.85 万元，毛利率分别为 24.75%、23.03%、20.04%和 23.76%，归属于母公司的净利润（以下简称“归母净利润”）分别为 6,704.42 万元、5,167.79 万元、-2,531.55 万元和 1,291.51 万元，2023 年度收入增长放缓的同时毛利率有所下降，管理费用、研发费用等期间费用有所增长，归母净利润较上年同期下降 22.92%；2024 年，受境外通讯行业变动等因素影响，公司通讯行业收入为 16,114.16 万元，同比下降 51.10%，外销收入为 45,494.87 万元，同比下降 8.95%。此外，受产品结构变动及下游竞争加剧传导影响，公司毛利率同比下降 2.99%。受前述因素影响，

加之发行人积极拓展新业务，子公司普莱德（苏州）及新能源精密结构件项目前期投入较大以及汇兑收益减少使得期间费用较上年同期增加，此外，公司业务规模增长导致资产减值损失及信用减值损失较上年同期增加，致使归母净利润较上年同期下降 148.99%；2025 年 1-3 月，随着公司汽车及通讯领域业务的发展，公司业绩有所好转，归母净利润同比增长 474.77%。公司业绩受产业政策、下游市场景气度、行业竞争格局等诸多因素影响，未来若前述因素出现持续不利影响，可能对公司生产经营带来不利影响，导致公司盈利能力下降，营业收入或净利润出现大幅下滑甚至亏损的情形。”

（二）相关业绩下滑情况是否对本次募投项目盈利前景产生重大不利影响，是否影响效益测算的谨慎合理性

1、相关业绩下滑情况不会对本次募投项目盈利前景产生重大不利影响，不会影响效益测算的谨慎合理性

（1）发行人业绩下滑情况不会对本次募投项目盈利前景产生重大不利影响

2024 年度，发行人营业收入为 177,433.74 万元，较上年同期增加 12.51%，归母净利润为-2,531.55 万元，较上年同期减少 148.99%。发行人通讯行业客户采购下降，同时，期间费用因研发投入增加、汇兑损益波动较上年同期增加，此外，业务规模增长导致资产减值损失及信用减值损失较上年同期增加，致使归母净利润较上年同期大幅下降。

2024 年度，发行人营业收入按行业变动情况如下：

单位：万元				
项目	2024 年度	2023 年度	变动额	变动幅度
汽车行业	147,791.41	113,950.60	33,840.81	29.70%
通讯行业	16,114.16	32,953.53	-16,839.36	-51.10%
电子电气	8,092.94	8,431.46	-338.51	-4.01%
其他	5,435.23	2,372.01	3,063.22	129.14%
合计	177,433.74	157,707.60	19,726.14	12.51%

2024 年度，发行人营业收入较上年同期有所增长，其中，汽车行业景气度

持续提升且新能源汽车市场快速发展，发行人汽车行业营业收入较上年同期仍有较大增长。发行人本次募投项目包括“汽车空气悬架系统及部件生产建设项目”、“座椅系统集成及部件生产建设项目”，系发行人对汽车零部件产业链下游的延伸和细分产品系统集成的延伸。

发行人对本次募投项目所涉行业前景看好，近年来，全球汽车产业正加速向全面轻量化、电气化和智能化的转型升级新阶段，在政策与市场的双向驱动下，汽车零部件行业逐步呈现采购全球化、供货系统化、产品环保化、技术智能化和产业集中化的发展趋势。根据 GIR（Global Info Research）统计，按收入计，2022 年全球汽车零部件收入大约 **2.12 万亿美元**，预计 **2031 年达 2.47 万亿美元**，**2025 年至 2031 年复合增长率 CAGR 为 2.2%**，市场需求旺盛。

凭借成本优势、先进制造能力、快速反应能力及同步研发能力，我国汽车零部件制造企业有望不断获得与国际整车厂或全球排名前列的汽车零部件一级供应商的长期合作机会。

因此，发行人积极进行相关业务布局，提高企业附加值，瞄准最新的市场需求及整车客户最新消费升级的要求，以创新促应用，以应用促发展，从而实现其从零部件加工制造商（二级供应商 Tier2）向整车厂的空气悬架系统的系统设计制造商（一级供应商 Tier1）及车身系统中的座椅舒适系统的系统集成化方案提供商（1.5 级供应商 Tier1.5）转型，以实现其在产业结构中的升级和优化，加深其与终端客户整车厂及整车厂配套供应商之间的合作，获得新的利润增长点。此外，通过对零部件的系统集成化以及系统设计制造，发行人将进一步提高其产业附加值，迈向价值链中高端，拉长产业链条，有助于巩固存量，做大增量市场，能够进一步巩固其主业发展，有利于发行人市场竞争力的进一步提升。

2025 年 1-3 月，发行人已扭亏为盈，具体业绩情况参见本题回复之“（一）”之“3、2025 年 1-3 月业绩情况”

综上所述，虽然发行人 **2024 年度**业绩下滑，但受汽车行业景气度持续提升且新能源汽车市场快速发展的影响，发行人汽车行业营业收入较上年同期仍有较大增长，此外，**2025 年一季度**发行人已扭亏为盈；发行人本次募投项目系对

汽车零部件产业链下游的延伸和细分产品系统集成的延伸，且发行人对本次募投项目所涉行业前景看好；本次募投项目的实施将优化公司业务布局、拓宽主营业务并培育新业绩增长点，从而进一步提升市场竞争力和盈利能力，因此，发行人现有业绩的下滑情况不会对本次募投项目的盈利前景产生重大不利影响。

（2）发行人业绩下滑情况不会影响效益测算的谨慎合理性

发行人本次募投项目效益测算主要依据如下：

项目	汽车空气悬架系统及部件生产建设项目	座椅系统集成及部件生产建设项目
项目计算期	本项目计算期为 14 年，其中建设期 45 个月（含建设运营期），假定第 3 至 6 年（即运营期前四年）项目生产负荷分别为 15%、30%、50%、80%，此后年度项目生产负荷按 100%计算	本项目计算期为 13 年，其中建设期 33 个月（含建设运营期），假定第 2 至 4 年（即运营期前三年）项目生产负荷分别为 30%、60%、90%，此后年度项目生产负荷按 100%计算
营业收入测算	本项目营业收入根据预计销售数量乘以预计销售价格进行测算。其中，预计销售数量根据各年生产负荷情况进行预测，预计销售价格系根据同类产品市场价格等因素在谨慎性的原则基础上确定	本项目营业收入根据预计销售数量乘以预计销售价格进行测算。其中，预计销售数量根据各年生产负荷情况进行预测，预计销售价格系根据同类产品市场价格等因素在谨慎性的原则基础上确定
原辅材料费用及燃料与动力费用	本项目的原辅材料费用根据原辅材料产品按行业市场均价等价格因素并结合各年生产负荷情况进行测算；燃料与动力费用包括水费、电费、天然气费用等，根据项目所在地市场价格及预计消耗数量进行测算	本项目的原辅材料费用根据原辅材料产品按行业市场均价等价格因素并结合各年生产负荷情况进行测算；燃料与动力费用包括水费、电费等，根据项目所在地市场价格及预计消耗数量进行测算
直接工资与福利费用及期间费用	本项目的直接工资与福利费用根据业务预计规模预估的项目劳动定员，按照员工预计工资水平计算；期间费用主要包括其他管理费用、其他研发费用和其他销售费用，公司根据历史期间费用率的均值并结合募投项目实际情况来测算各项期间费用	本项目的直接工资与福利费用根据业务预计规模预估的项目劳动定员，按照员工预计工资水平计算；期间费用主要包括其他管理费用、其他研发费用和其他销售费用，公司根据历史期间费用率的均值并结合募投项目实际情况来测算各项期间费用
其他费用	房屋租赁费用参照所在地区租赁价格估算；折旧摊销费用包括建筑工程的折旧费用、设备的折旧费用、待摊费用的摊销费用，其中建筑工程折旧年限为 5 年、设备折旧年限为 10 年、待摊费用摊销年限为 5 年；修理费用根据固定资产原值结合预计修理费用率估算；其他制造费用根据业务预计规模结合预计其	折旧摊销费用包括建筑工程折旧费用、设备折旧费用、待摊费用的摊销费用及利用原有建筑物的折旧费用，其中建筑工程折旧年限为 5 年、设备折旧年限为 10 年、待摊费用的摊销年限为 5 年、利用原有建筑物折旧年限为其剩余使用年限；修理费用根据固定资产原值结合预计修理费用率估算；其他制造

项目	汽车空气悬架系统及部件生产建设项目	座椅系统集成及部件生产建设项目
	他制造费用率估算	费用根据业务预计规模结合预计其他制造费用率估算
相关税费测算	募投项目增值税按 13%的增值税率测算，城市维护建设税、教育费附加及地方教育费附加税率分别按 7%、3%、2%测算；项目实施主体为普莱德汽车科技（苏州）有限公司，企业所得税税率为 25%	募投项目增值税按 13%的增值税率测算，城市维护建设税、教育费附加及地方教育费附加税率分别按 7%、3%、2%测算；项目实施主体为苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司，企业所得税税率为 15%

根据上述表格，发行人本次募投项目系发行人对产业链下游的延伸和细分产品系统集成的延伸，本次募投项目的效益测算基于新产品、新业务的预期规划、市场价格、历史期间费用率、会计政策、税率水平等因素，其效益测算依据谨慎合理，因此，发行人现有业务的业绩下滑不会影响本次募投项目效益测算的谨慎合理性。

综上所述，虽然发行人 **2024 年度**业绩下滑，但受汽车行业景气度持续提升且新能源汽车市场快速发展的影响，发行人汽车行业营业收入较上年同期仍有较大增长，此外，**2025 年一季度**发行人已扭亏为盈；发行人本次募投项目系对汽车零部件产业链下游的延伸和细分产品系统集成的延伸，且发行人对本次募投项目所涉行业前景看好；本次募投项目的实施将优化公司业务布局、拓宽主营业务并培育新业绩增长点，从而进一步提升市场竞争力和盈利能力，因此，发行人现有业绩的下滑情况不会对本次募投项目的盈利前景产生重大不利影响；此外，发行人本次募投项目系发行人对产业链下游的延伸和细分产品系统集成的延伸，本次募投项目的效益测算基于新产品、新业务的预期规划、市场价格、历史期间费用率、会计政策、税率水平等因素，其效益测算依据谨慎合理，因此，发行人现有业务的业绩下滑不会影响本次募投项目效益测算的谨慎合理性。

2、发行人补充披露相关风险

发行人已在募集说明书之“第五章 与本次发行相关的风险因素”之“三、募集资金投资项目风险”中补充披露相关风险，具体如下：

“（一）项目实施风险

本次募集资金投资项目的可行性分析是基于当前经济形势、市场环境、行业发展趋势、公司实际经营状况及战略规划做出的，具备必要性和可行性。但

是宏观环境变动、产业政策调整、行业发展、市场需求、竞争条件变化等不确定因素均可能对相关项目的实施造成影响，如果这些因素发生不可预见的不利变化，则将可能对公司的生产经营及募集资金的使用效率造成一定的不利影响。”

（三）保荐人及会计师函证相符比例存在较大差异的合理性，中介机构相关统计是否准确，相关工作是否可靠；结合仅以收入作为激励目标以及函证的差异情况，进一步说明销售收入的真实、准确性。

1、保荐人及会计师函证相符比例存在较大差异的合理性，中介机构相关统计是否准确，相关工作是否可靠

（1）保荐机构及会计师发函金额及函证相符比例情况

针对 2022 年度、2023 年度的函证，会计师分别于各年度审计期间向主要客户发函，保荐机构于 2023 年年度审计后针对 2022 年度、2023 年度财务数据向主要客户单独统一发函。

鉴于保荐机构和会计师分别独立函证且发函时间不同，两者在 2022 年度、2023 年度的函证回函相符的统计方法上存在差异。保荐机构对于函证回函相符的统计方法为：客户直接确认相符的回函。会计师前次回复中对于函证回函相符的统计方法为：①客户直接确认相符的回函；②客户虽未直接确认相符，但未对函证收入金额表明存在差异的回函。

为了更好实现双方数据的可比性，会计师对其统计数据进行了复核，对 2022 年度、2023 年度回函相符的统计方法进行了调整，保持与保荐机构统计方法的一致性，剔除了客户虽未直接确认相符，但未对函证收入金额表明存在差异的回函，调整后会计师回函相符的统计方法中仅包括客户直接确认相符的回函。2024 年度，保荐机构和会计师对于函证回函相符的统计方法均为：客户直接确认相符的回函。

经前述调整后，2022 年至 2024 年，保荐机构及会计师发函金额及函证相符比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保荐机构发函金额 A	141,766.97	79,861.01	54,625.77
保荐机构回函金额 B	103,151.94	30,347.75	20,609.14
保荐机构回函金额占发函金额的比例 C=B/A	72.76%	38.00%	37.73%
保荐机构回函相符金额 D	28,354.26	4,667.97	3,398.15

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保荐机构回函相符金额占回函金额的比例 $E=D/B$	27.49%	15.38%	16.49%
保荐机构回函相符金额占发函金额的比例 $F=D/A$	20.00%	5.85%	6.22%
会计师发函金额 a	141,766.97	130,900.61	88,078.43
会计师回函金额 b	104,800.41	72,543.70	70,915.34
会计师回函金额占发函金额的比例 $c=b/a$	73.92%	55.42%	80.51%
会计师回函相符金额 d	27,783.10	38,411.73	17,467.59
会计师回函相符金额占回函金额的比例 $e=d/b$	26.51%	52.95%	24.63%
会计师回函相符金额占发函金额的比例 $f=d/a$	19.60%	29.34%	19.83%

注：2024 年度，保荐机构与会计师回函金额及回函相符金额存在部分差异主要系部分客户仅回函给保荐机构或会计师，双方均按各自直接收到回函情况进行统计。

在保荐机构与会计师的回函中，客户回函不相符的原因主要是包括：①时间性差异：部分被函证客户以收到发票时确认采购金额，与公司存在一定差异，公司收入确认的具体方法如下：A、精密金属结构件、通讯设备、汽车电子内销收入采用对账方式销售的客户在产品发出并与客户对账后确认收入，其他客户在产品发出并取得签收单据后确认收入；B、外销收入：在产品发出、完成出口报关手续并取得报关单据后确认销售收入；C、模具收入：在公司开发的模具经过客户认可，并取得客户确认文件时确认收入；②销售返利、质量扣款差异：部分客户回函金额为发票系统导出金额，未剔除销售返利、质量扣款等金额。

保荐机构及会计师针对回函不符及未回函的函证分别实施了替代测试程序，具体情况参见本题回复之“（4）保荐机构及会计师针对回函不符及未回函的函证情况的应对措施”。

若考虑客户未直接确认相符，但在回函中回复了销售金额或应收账款具体金额，会计师将对客户回函认可的销售金额核查确认无误后计入相符金额，据此统计，2022 年、2023 年及 2024 年，会计师回函中客户确认的营业收入金额分别为 63,319.15 万元、70,065.98 万元及 86,280.54 万元，占回函金额的比例分别为 89.29%、96.58%及 82.33%。

①外销客户函证情况

保荐机构及会计师针对发行人主要外销客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保荐机构发函金额 A	141,766.97	79,861.01	54,625.77
保荐机构外销发函金额 B	36,283.42	35,375.77	23,971.85
保荐机构外销发函金额占发函金额比例 C=B/A	25.59%	44.30%	43.88%
保荐机构外销回函金额 D	12,561.15	12,000.62	5,801.60
保荐机构外销回函占外销发函金额比例 E=D/B	34.62%	33.92%	24.20%
保荐机构外销函证相符金额 F[注]	3,214.82	-	-
保荐机构外销函证相符金额占外销回函金额比例 G=F/D	25.59%	-	-
保荐机构外销回函相符金额占发函金额的比例 H=F/A	2.27%	-	-
会计师发函金额 a	141,766.97	130,900.61	88,078.43
会计师外销发函金额 b	36,283.42	37,332.28	25,096.24
会计师外销发函金额占发函金额比例 c=b/a	25.59%	28.52%	28.49%
会计师外销回函金额 d	13,270.90	5,255.24	12,378.92
会计师外销回函占外销发函金额比例 e=d/b	36.58%	14.08%	49.33%
会计师外销函证相符金额 f	3,214.82	1,112.09	1,477.53
会计师外销函证相符金额占外销回函金额比例 g=f/d	24.22%	21.16%	11.94%
会计师外销回函相符金额占发函金额的比例 h=f/a[注]	2.27%	0.85%	1.68%

注 1：外销客户回函相符金额占发函金额的比例较低主要系外销客户协调难度较大导致，具体情况参见本问题之“（三）”之“1”之“（3）”之“①”之“D、由于外销客户协调难度较大导致的差异”；

注 2：2024 年度，保荐机构与会计师外销回函金额存在部分差异主要系部分客户仅回函给保荐机构或会计师，双方均按各自直接收到回函情况进行统计。

2022 年至 2024 年，保荐机构针对发行人主要外销客户发函金额占整体发函金额比例分别为 43.88%、44.30%以及 25.59%；会计师针对发行人主要外销客户发函金额占整体发函金额比例分别为 28.49%、28.52%及 25.59%。

②内销客户函证情况

保荐机构及会计师针对发行人主要内销客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保荐机构发函金额 A	141,766.97	79,861.01	54,625.77
保荐机构内销发函金额 B	105,483.55	44,485.24	30,653.92
保荐机构内销发函金额占发函金额比例 $C=B/A$	74.41%	55.70%	56.12%
保荐机构内销回函金额 D	90,590.79	18,347.13	14,807.54
保荐机构内销回函占内销发函金额比例 $E=D/B$	85.88%	41.24%	48.31%
保荐机构内销函证相符金额 F	25,139.44	4,667.97	3,398.15
保荐机构内销函证相符金额占内销回函金额比例 $G=F/D$	27.75%	25.44%	22.95%
保荐机构内销回函相符金额占发函金额的比例 $H=F/A$	17.73%	5.85%	6.22%
会计师发函金额 a	141,766.97	130,900.61	88,078.43
会计师内销发函金额 b	105,483.55	93,568.34	62,982.20
会计师内销发函金额占发函金额比例 $c=b/a$	74.41%	71.48%	71.51%
会计师内销回函金额 d	91,529.51	67,288.45	58,536.43
会计师内销回函占内销发函金额比例 $e=d/b$	86.77%	71.91%	92.94%
会计师内销函证相符金额 f	24,568.28	37,299.64	15,990.06
会计师内销函证相符金额占内销回函金额比例 $g=f/d$	26.84%	55.43%	27.32%
会计师内销回函相符金额占发函金额的比例 $h=f/a$	17.33%	28.49%	18.15%

注：2024 年度，保荐机构与会计师回函金额及回函相符金额存在部分差异主要系部分客户仅回函给保荐机构或会计师，双方均按各自直接收到回函情况进行统计。

2022 年至 2024 年，保荐机构针对发行人主要内销客户发函金额占整体发函金额比例分别为 56.12%、55.70%以及 74.41%；会计师针对发行人主要内销客户发函金额占整体发函金额比例分别为 71.51%、71.48%以及 74.41%。

（2）保荐机构及会计师的整体回函情况及函证相符情况对比

2022 年至 2024 年，保荐机构与会计师整体回函情况及函证相符情况对比如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保荐机构回函金额占发函金额的比例	72.76%	38.00%	37.73%
保荐机构回函相符金额占回函金额的比例	27.49%	15.38%	16.49%
保荐机构回函相符金额占发函金额的比例	20.00%	5.85%	6.22%
会计师回函金额占发函金额的比例	73.92%	55.42%	80.51%
会计师回函相符金额占回函金额的比例	26.51%	52.95%	24.63%
会计师回函相符金额占发函金额的比例	19.60%	29.34%	19.83%

如上表所示，保荐机构与会计师回函金额占发函金额的比例、回函相符金额占回函金额的比例及回函相符金额占发函金额的比例存在一定差异。其中，外销函证回函情况及函证相符情况对比如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保荐机构外销发函金额占发函金额比例	25.59%	44.30%	43.88%
保荐机构外销回函占外销发函金额比例	34.62%	33.92%	24.20%
保荐机构外销函证相符金额占外销回函金额比例	25.59%	-	-
保荐机构外销回函相符金额占发函金额的比例	2.27%	-	-
会计师外销发函金额占发函金额比例	25.59%	28.52%	28.49%
会计师外销回函占外销发函金额比例	36.58%	14.08%	49.33%
会计师外销函证相符金额占外销回函金额比例	24.22%	21.16%	11.94%
会计师外销回函相符金额占发函金额的比例	2.27%	0.85%	1.68%

从外销函证情况看，2022 年至 2023 年，保荐机构外销发函金额占发函金额比例均高于会计师外销发函金额占发函金额比例。2024 年度，保荐机构与会计师发函金额及发函比例一致。2022 年度，保荐机构外销回函占外销发函金额比例低于会计师外销回函占外销发函金额比例，主要由于保荐机构与会计师发函时间及客户回函意愿不同导致，具体详见下文“（3）保荐机构及会计师的回函情况及回函相符情况产生差异的原因及合理性”。2023 年度，保荐机构外销回函占外销发函金额比例高于会计师外销回函占外销发函金额比例，主要由于

外销主要客户的回函差异所致，会计师在 2023 年度未取得该主要客户的回函。

2024 年度，保荐机构与会计师发函金额、发函比例、回函相符金额均一致，保荐机构与会计师回函金额存在部分差异主要系部分客户仅回函给保荐机构或会计师，双方均按各自直接收到回函情况进行统计。

2022 年至 2023 年，保荐机构外销函证相符金额占外销回函金额比例、外销回函相符金额占发函金额的比例均低于会计师，主要由于①会计师分别于各年度审计期间向主要内外销客户发函，保荐机构于 2023 年年度审计后针对**2022 年度、2023 年度**财务数据向主要内外销客户单独统一发函。由于发函时间不同，在此期间，存在发行人与部分外销客户的合作情况发生变化。该部分外销客户当时对会计师进行回函且盖章“回函相符”，但在保荐机构发函时由于与公司的合作终止而未对保荐机构回函；②保荐机构是统一发函，即**2022 年度、2023 年度**财务数据均记载于同一封函证中，如果客户未进行回函，则直接影响该客户各期财务数据的回函情况，而会计师由于是在各年度审计时分别发函，因此同一客户是按其各年度的回函情况及回函相符情况分别进行统计，回函情况及回函相符情况仅对单一年度数据有影响。③由于外销客户协调难度较大且回函意愿不同导致保荐机构及会计师外销回函相符金额占比都较低。

2022 年至 2024 年，保荐机构于会计师内销函证回函情况及函证相符情况对比如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保荐机构内销发函金额占发函金额比例	74.41%	55.70%	56.12%
保荐机构内销回函占内销发函金额比例	85.88%	41.24%	48.31%
保荐机构内销函证相符金额占内销回函金额比例	27.75%	25.44%	22.95%
保荐机构内销回函相符金额占发函金额的比例	17.73%	5.85%	6.22%
会计师内销发函金额占发函金额比例	74.41%	71.48%	71.51%
会计师内销回函占内销发函金额比例	86.77%	71.91%	92.94%
会计师内销函证相符金额占内销回函金额比例	26.84%	55.43%	27.32%
会计师内销回函相符金额占发函金额的比例	17.33%	28.49%	18.15%

从内销函证情况看，**2022 年度至 2023 年度**，保荐机构上表中的各项比例均低于会计师，主要由于函证程序选取样本不同、发函时间不同、客户回函意愿不同等原因导致。具体详见下文“（3）保荐机构及会计师的回函情况及回函相符情况产生差异的原因及合理性”。**2024 年度，保荐机构与会计师发函金额、发函比例均一致，保荐机构与会计师回函金额及回函相符金额存在部分差异主要系部分客户仅回函给保荐机构或会计师，双方均按各自直接收到回函情况进行统计。**

（3）保荐机构及会计师的回函情况及回函相符情况产生差异的原因及合理性

①2022 年度及 2023 年度保荐机构与会计师的回函情况及回函相符情况差异的原因

A、由于发函时间不同导致的差异

会计师分别于各年度审计期间向主要内外销客户发函，保荐机构于 2023 年年度审计后针对 **2022 年度、2023 年度**财务数据向主要内外销客户单独统一发函。由于发函时间不同，在此期间，存在发行人与客户的合作情况发生变化、客户自身业务发生调整以及客户负责对接人员发生变动等情况。此外，由于保荐机构是统一发函，即各期财务数据均记载于同一封函证中，如果客户未进行回函，则直接影响该客户各期财务数据的回函情况，同时，保荐机构对回函相符情况进行统计时，基于谨慎性考虑，只有在同一客户对各期财务数据回函均相符的情况下才统计为回函相符；而会计师由于是在各年度审计时分别发函，因此同一客户是按其各年度的回函情况及回函相符情况分别进行统计，回函情况及回函相符情况仅对单一年度数据有影响，因此，导致保荐机构的回函比例较低且保荐机构与会计师回函比例及回函相符比例存在一定差异。

B、由于客户回函意愿不同导致的差异

保荐机构于 2023 年年度审计后针对 **2022 年度、2023 年度**各期财务数据向主要内外销客户单独统一发函，部分客户因年审期间已向会计师回函而导致其回函意愿不高，虽然发行人及保荐机构已尽力沟通，但是部分客户的回函配合

度未有明显变化，前述原因亦导致了保荐机构的回函比例较低且保荐机构与会计师回函比例存在一定差异。

C、由于函证程序选取样本不同导致的差异

由于保荐机构与会计师分别对客户独立执行函证程序且选取发函客户样本的方式也存在差异，因此保荐机构与会计师最终的发函客户亦存在差异，不同客户回函情况及回函相符情况亦有所不同，导致了保荐机构与会计师回函比例及回函相符比例存在一定差异。

D、由于外销客户协调难度较大导致的差异

由于外销客户因商业文化习惯差异且多数客户是行业知名度高的跨国公司，在全球分布许多分/子公司，发行人向一个或多个全球分/子公司供货，部分客户向发行人采购占其业务规模比重较小，而函证内容核对涉及其内部跨部门、跨区域及总部与分/子公司的沟通，工作量巨大且协调难度较大，此外还存在时差、国别、语言等因素的影响，函证催收难度大，虽然发行人及中介机构都已尽力沟通，但是保荐机构及会计师外销客户函证回函比例及相符比例均未有较大幅度提升。由于保荐机构外销发函占比高于会计师外销发函占比，进一步降低了整体函证回函相符比例，导致保荐机构与会计师外销回函比例及外销回函相符比例均较低且保荐机构与会计师的外销回函比例及外销回函相符比例存在一定差异。

②2024 年度保荐机构与会计师的回函情况及回函相符情况差异的原因

2024 年度，保荐机构与会计师整体回函金额占发函金额比例的差异为 1.16%，差异较小，差异主要系部分客户仅回函给保荐机构或会计师，双方均按各自直接收到回函情况进行统计所致。

③保荐机构与会计师回函相符比例较低的原因

2022 年至 2024 年，保荐机构回函相符金额占回函金额比例分别为 16.49%、15.38%及 27.49%，会计师回函相符金额占回函金额比例分别为 24.63%、52.95%及 26.51%，在保荐机构与会计师的回函中，客户回函不相符的原因主要是包括：A、时间性差异：部分被函证客户以收到发票时确认采购金额，与公司确认收

入时点存在一定差异；B、销售返利、质量扣款差异：部分客户回函金额为发票系统导出金额，未剔除销售返利、质量扣款等金额。回函相符比例较低不影响发行人对营业收入的确认。

综上所述，保荐机构及会计师的回函比例或函证相符比例之间存在部分差异，但差异的原因符合实际情况，具有合理性。

（4）保荐机构及会计师针对回函不符及未回函的函证情况的应对措施

保荐机构及会计师针对回函不符及未回函的函证分别实施了替代测试程序，包括但不限于获取发行人编制的差异调节表、向发行人相关人员了解未回函及回函不符的原因以及获取并核查收入确认相关资料等。对于内销客户，主要查阅了与销售确认相关的销售合同或订单、发票、货运单据、客户签收或对账单据、银行流水等原始单据；对于境外客户，主要查阅了销售合同、装箱单、报关单、发票、银行流水等原始单据，验证了收入发生的真实性、收入确认金额的准确性等，以确保替代测试程序的有效性。

综上所述，保荐机构及会计师的回函比例或函证相符比例之间存在差异的原因符合实际情况，具有合理性，相关函证的统计工作可靠；保荐机构及会计师针对回函不符及未回函的函证分别实施了替代测试程序，验证了收入发生的真实性、收入确认金额的准确性。

2、结合仅以收入作为激励目标以及函证的差异情况，进一步说明销售收入的真实、准确性。

（1）股权激励计划业绩指标设置情况

2024年6月15日，公司召开了第三届董事会第五次会议和第三届监事会第五次会议，审议通过了《关于<苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司 2024 年股票期权激励计划（草案）>及其摘要的议案》，根据公司 2024 年股票期权激励计划，公司层面业绩指标为营业收入指标是衡量企业经营状况和市场占有能力、预测企业未来业务拓展趋势的重要标志。在综合考虑了历史业绩、行业发展状况、市场竞争情况以及公司未来的发展规划等相关因素的基础上，设定了以下的业绩目标：2024 年营业收入不低于 162,900 万元；2024 年、2025 年累计营业

收入不低于 355,800 万元；2024 年、2025 年、2026 年累计营业收入不低于 578,700 万元。

发行人仅以营业收入作为激励指标的原因及合理性如下：

①发行人仅以营业收入作为激励指标是为了更好实现员工股权激励计划的目的

为了更好实现员工股权激励计划激励核心员工的目的，公司未选取盈利类指标作为业绩考核指标，而是以营业收入作为激励指标，以剔除行业变动导致公司部分业务经营业绩下滑或增速放缓以及公司筹建募投项目导致期间费用变动等因素的影响，从而更加客观、真实地反映了员工在业务发展过程中所做出的努力与贡献。

②发行人增收不增利的原因及合理性

报告期内，发行人部分年度存在增收不增利的情况，主要原因包括发行人产品结构变动及下游竞争加剧导致毛利率下滑、发行人积极拓展新业务及汇率波动影响等导致期间费用增长、**发行人业务规模增长导致资产减值损失及信用减值损失增长**等。由于发行人营业收入指标相对比较稳定，而利润指标受各方面因素的影响较大，因此，出于更好实现员工股权激励计划激励核心员工目的的考量，公司管理层经过多次讨论商议并综合考虑了公司实际情况及同行业可比公司案例等，最终选择采取营业收入指标作为股权激励计划的业绩指标，具有合理性，因此，公司 2021 年的股票期权激励计划，亦仅采取营业收入指标作为业绩考核指标，故 2024 年股票期权激励计划中仅选择营业收入作为业绩指标符合公司惯例。

③同行业上市公司股权激励计划业绩指标设置情况

与发行人同行业上市公司股权激励业绩考核指标设置情况如下：

公司简称	所属行业	业绩考核指标
中捷精工	汽车制造业	营业收入
爱柯迪	汽车制造业	营业收入增长率
欣锐科技	汽车制造业	营业收入

公司简称	所属行业	业绩考核指标
宝馨科技	金属制品业	营业收入

由此可见，发行人仅选择营业收入作为业绩指标符合行业惯例，具有合理性。

综上所述，发行人仅选择营业收入作为股权激励业绩指标是为了更好实现员工股权激励计划的目的，公司管理层经过多次讨论商议并综合考虑了公司实际情况及同行业可比公司案例等，最终选择采取营业收入指标作为股权激励计划的业绩指标，具有合理性，符合行业惯例和公司惯例。

（2）函证的差异情况

保荐机构与会计师函证相符比例存在较大差异具体情况详见“问题 1”之“（三）”之“1、保荐人及会计师函证相符比例存在较大差异的合理性，中介机构相关统计是否准确，相关工作是否可靠”。

保荐机构与会计师针对回函不符及未回函的函证分别实施了替代测试程序，包括但不限于获取发行人编制的差异调节表、向发行人相关人员了解未回函及回函不符的原因以及获取并核查收入确认相关资料等。对于内销客户，主要查阅了与销售确认相关的销售合同或订单、发票、货运单据、客户签收或对账单据、银行流水等原始单据；对于境外客户，主要查阅了销售合同、装箱单、报关单、发票、银行流水等原始单据，验证了收入发生的真实性、收入确认金额的准确性等，以确保替代测试程序的有效性。

综上所述，发行人仅选择营业收入作为股权激励业绩指标是为了更好实现员工股权激励计划的目的，公司管理层经过多次讨论商议并综合考虑了公司实际情况及同行业可比公司案例等，最终选择采取营业收入指标作为股权激励计划的业绩指标，具有合理性，符合行业惯例和公司惯例；保荐机构与会计师对主要客户执行了函证程序，回函相符比例差异具有合理性，保荐机构与会计师对回函不符及未回函的函证分别实施了替代测试程序，发行人销售收入真实、准确。

二、核查程序和核查意见

（一）保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人与同行业可比公司 **2023 年度报告、2024 年度报告**，分析了发行人收入、毛利率、期间费用、**信用减值损失及资产减值损失**变动情况以及对业绩的影响情况，并与同行业可比公司进行对比，分析了发行人收入、毛利率、期间费用、**应收账款、存货**和归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润等财务指标与同行业可比公司变动趋势是否一致；查阅了公司所处行业的相关研究报告；获取了发行人关于公司业绩大幅下滑、由盈转亏的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致的说明；

2、查阅了本次募投项目的可行性研究报告，了解了本次募投项目效益测算主要依据；查阅了公司所处行业的相关研究报告；获取了发行人关于业绩下滑情况是否对本次募投项目盈利前景产生重大不利影响，是否影响效益测算的谨慎合理性的说明；

3、复核了对发行人主要客户的函证程序以及对未回函、回函不符函证的替代测试程序，分析了保荐机构与会计师函证相符比例差异的原因；

4、查阅了发行人 2024 年股票期权激励计划相关公告文件，2021 年股票期权激励计划相关公告文件，获取了发行人关于业绩指标选取原因的说明；查阅并对比分析了与发行人同行业上市公司股权激励业绩指标设置情况。

（二）经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、虽然汽车行业景气度持续提升且新能源汽车市场快速发展，发行人汽车行业营业毛利有所增长，但是受全球通讯市场变动及通讯行业主要外销客户需求波动影响，发行人通讯行业营业毛利下降幅度较大，两者叠加使得发行人整体营业毛利下降幅度较大。此外，发行人积极拓展新业务，子公司普莱德（苏州）及新能源精密结构件项目前期投入较大，且受汇率波动影响使得汇兑收益同比减少。**同时，公司业务规模增长导致资产减值损失及信用减值损失较上年同期增加。**受前述因素等影响，公司业绩同比大幅下滑、由盈转亏，具有合理性。发行人业绩变动趋势与同行业可比公司平均变动趋势基本一致；

2、虽然发行人 **2024 年度**业绩下滑，但受汽车行业景气度持续提升且新能源汽车市场快速发展的影响，发行人汽车行业营业收入较上年同期仍有较大增长，此外，**2025 年一季度**发行人已扭亏为盈；发行人本次募投项目系对汽车零部件产业链下游的延伸和细分产品系统集成的延伸，且发行人对本次募投项目所涉行业前景看好；本次募投项目的实施将优化公司业务布局、拓宽主营业务并培育新业绩增长点，从而进一步提升市场竞争力和盈利能力，因此，发行人现有业绩的下滑情况不会对本次募投项目的盈利前景产生重大不利影响；此外，发行人本次募投项目系发行人对产业链下游的延伸和细分产品系统集成的延伸，本次募投项目的效益测算基于新产品、新业务的预期规划、市场价格、历史期间费用率、会计政策、税率水平等因素，其效益测算依据谨慎合理，因此，发行人现有业务的业绩下滑不会影响本次募投项目效益测算的谨慎合理性；

3、保荐机构与会计师对主要客户执行了函证程序，回函相符比例差异具有合理性，保荐机构与会计师对回函不符及未回函的函证分别实施了替代测试程序；发行人仅选择营业收入作为股权激励业绩指标是为了更好实现员工股权激励计划的目的，公司管理层经过多次讨论商议并综合考虑了公司实际情况及同行业可比公司案例等，最终选择采取营业收入指标作为股权激励计划的业绩指标，具有合理性，符合行业惯例和公司惯例，发行人销售收入真实、准确。

问题 2

根据申报材料及首轮问询回复，募投项目二仅零部件达到 PPAP（生产件批准程序）阶段，座椅系统集成仅到定点前的产品送样阶段，尚未达到后续程序。普莱德汽车科技（苏州）有限公司（以下简称普莱德（苏州））实施募投项目一的相关专有技术系向 Pneuride Limited（以下简称普拉尼德）购买取得，双方签订的《技术转让及合作开发协议》中未明确约定普拉尼德对外独立销售、转让或再授权相关技术（原技术）的限制。普莱德（苏州）已取得国内某车企 A 及车企 B 的定点项目（以下分别简称为定点 A、定点 B），成为其相关车型空气悬架产品的独家定点供应商，定点 A 预计项目生命周期为 6 年，合计预测空气弹簧总成销量为 48 万辆；定点 B 预计项目生命周期为 10 年，合计预测 ECAS（电子控制空气悬架系统）总成产品销量为 25 万台。2024 年 10 月，车企 A 与普莱德（苏州）签订协议，确定将定点 A 的前后单腔空气弹簧总成产品升级为前后多腔空气弹簧总成产品。

本次募投项目效益测算中，募投产品预测期内销售单价保持不变。报告期内，受国产化降本影响，空气弹簧总成和空气供给单元的市场价格均处于下降趋势。

请发行人补充说明：（1）结合座椅系统集成产品生产难易情况及后续验证安排，说明相关产品后续生产是否存在重大不确定性风险。（2）结合汽车行业，尤其是新能源车竞争日趋激烈的情况，进

一步说明募投项目是否存在产能消化风险。（3）结合单腔空气弹簧与多腔空气弹簧在产品技术、生产工艺等方面的异同点，设计和生产多腔空气弹簧的技术难点，目前市场的主流技术方向、普莱德（苏州）对多腔空气弹簧相关技术研发情况及技术储备的充分性，产品升级后定点 A 的进度安排、是否存在因技术不达标取消定点资格等，说明定点 A 相关产品后续设计开发和生产销售是否存在重大不确定性，是否会对募投项目产生重大不利影响。（4）结合空气悬架系统行业的进入壁垒、普拉尼德非排他性技术转让、普莱德（苏州）的竞争优势，定点 A 及定点 B 相关车型定位及市场需求、定点车企的研发生产实力、销售能力、历史销售情况及定点车型预测销量、定点车企与普莱德（苏州）订单签订情况、定点项目引入其他供应商等情况，进一步说明募投项目产能消化的合理性。（5）结合募投产品报告期内价格变化趋势、成本结构、产品更新及技术迭代情况、汽车零部件行业的年降情况、发行人对下游的议价能力、保证募投产品价格及毛利率维持稳定的具体措施等，说明预测期内募投产品销售单价维持不变的依据及合理性，进一步论证募投项目效益测算的合理性和谨慎性。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师对（5）核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明及披露

（一）结合座椅系统集成产品生产难易情况及后续验证安排，说明相关产品后续生产是否存在重大不确定性风险

1、调整座椅系统集成及部件生产建设项目募集资金拟投入金额

本次座椅系统集成及部件生产建设项目规划的新产品主要包括座椅零部件及座椅系统集成，发行人对已完成中试阶段的产品产能拟使用募集资金建设，对于尚未达到中试阶段的产品产能拟使用自有资金建设。据此，发行人对该项目募集资金拟投入金额进行调整，具体情况如下：

本次向特定对象发行股票拟募集资金总额不超过 63,202.65 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	募集资金拟投入金额	自有资金拟投入金额
1	汽车空气悬架系统及部件生产建设项目	43,914.00	35,914.00	8,000.00
2	座椅系统集成及部件生产建设项目	23,053.00	18,255.65	4,797.35
3	补充流动资金	9,033.00	9,033.00	-
合计		76,000.00	63,202.65	12,797.35

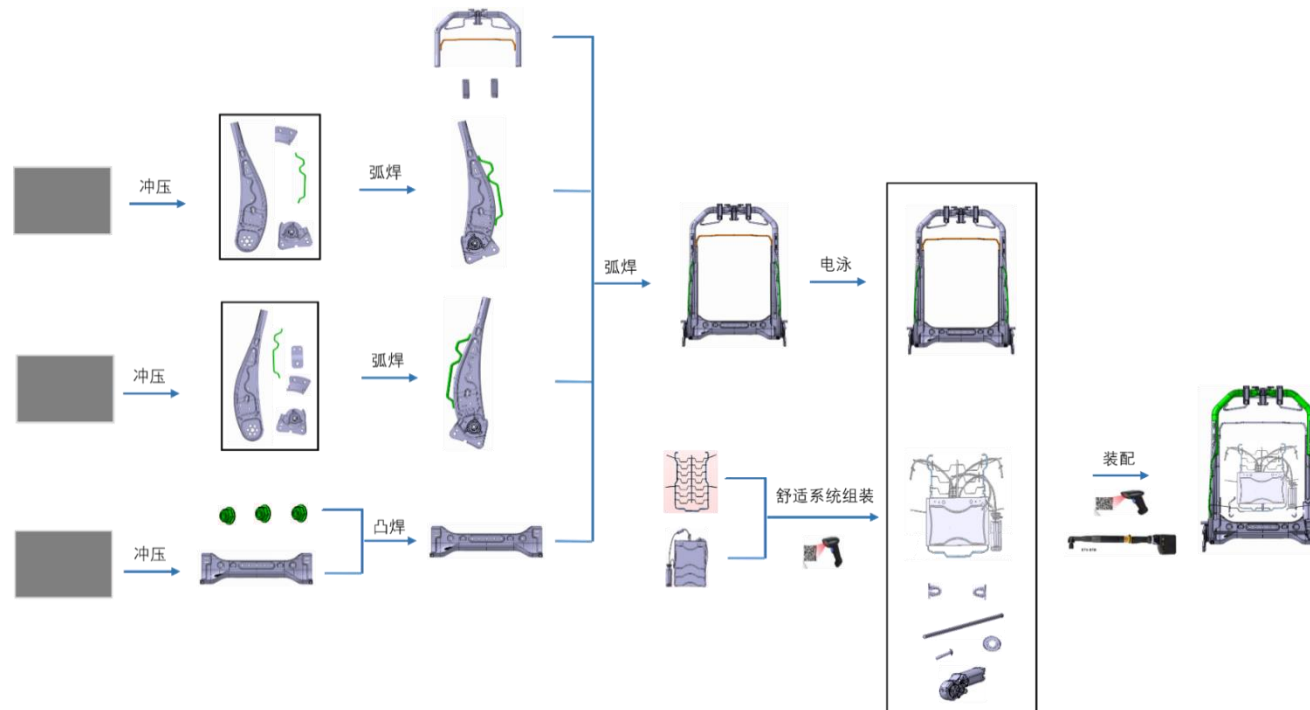
2、座椅系统集成产品生产难易情况

座椅系统集成产品主要包括骨架总成和加热通风按摩等舒适系统，系以现有座椅紧固件、冲压件和舒适系统产品工艺为基础，通过焊接、压铆、胀管等多种组装工艺制作而成。

座椅系统集成产品的生产流程、各流程中的关键技术和工艺情况以及关键设备采购情况如下：

(1) 生产流程

座椅零部件生产工艺主要包括冲压、清洗、焊接、电泳、检测、包装入库等工艺流程。座椅系统集成产品主要包括冲压、清洗、焊接、电泳、组装、检测、包装等工艺流程，两者工艺流程基本相同，主要差异在于座椅系统集成产品需要装配舒适系统部件，具体流程如下：



(2) 关键技术和工艺情况

关键技术	对应生产 工艺流程/ 产品	技术描述	协同性说明
电阻焊	电阻焊	一种指利用电流通过焊件及接触处产生的电阻热作为热源将焊件局部加热，同时加压进行焊接的技术	该技术为发行人已掌握的技术，主要应用于发行人现有产品精密金属结构件中座椅侧板组件凸焊、头枕支架点焊、背板点焊、调角器连接板凸焊产品的制造，具有协同性
电弧焊接	焊接	一种将要焊接的金属作为一极，焊枪作为另一极，两极接近时产生电弧，利用电弧放电(俗称电弧燃烧)所产生的热量将工件熔化并在冷凝后形成焊缝，从而获得牢固接头焊接技术	该技术为发行人已掌握的技术，主要应用于发行人现有产品精密金属结构件中头枕组件焊接、连杆安装支架焊接组件、座盆连接板焊接组件、锁安装支架组件产品的制造，具有协同性
精密拉伸技术	拉伸	一种将一定形状的平板毛坯通过拉深模冲压成各种形状的开口空心件；或以开口空心件为毛坯通过拉深，进一步使空心件改变形状和尺寸的冷冲压加工方法，常用于制造高精度零件和薄壁零件	该技术为发行人已掌握的成熟技术，主要应用于发行人现有产品精密金属结构件中精密电磁阀壳体、变速箱齿毂、马达壳体、调谐管、悬挂铝套筒等产品的制造，具有协同性
冷镦技术	冷镦	一种利用金属在外力作用下所产生的塑性变形，并借助于模具，使金属体积作重新分布及转移，从而形成所需要的零件或毛坯的加工技术	该技术为发行人子公司新凯紧固系统已掌握的成熟技术，该技术应用于发行人现有台阶铆钉、台阶螺栓、传动齿轮轴、传动丝杆、定位销钉、异形铆钉等产品的制造，具有协同性
线切割技术	切割	一种利用移动的金属丝(钼丝、铜丝或者合金丝)作电极丝，靠电极丝和工件之间脉冲电火花放电，产生高温使金属熔化或汽化，形成切缝，从而切割出零件的加工技术	该技术为发行人已掌握的成熟技术，该技术同时应用于发行人现有产品精密金属结构件中精密模具零件制造，具有协同性
集成泵阀系统	产品技术	项目的研究开发内容为在气泵出气端作结构改进分成一路或两路出气并以橡胶连接件与电磁阀进气口相连，同时在气泵的出气口安装橡胶伞型阀作为气体的反向截止阀，而电磁阀及电路控制总成安装于气泵出气端顶部，从而实现气泵功能与电磁阀控制功能的集成，并且整个泵阀系统的结构紧凑	该技术为发行人子公司信征零件现有的产品技术，该技术主要应用于信征零件现有靠背和座椅按摩系统产品的制造，具有协同性

关键技术	对应生产 工艺流程/ 产品	技术描述	协同性说明
微型气泵的泄压机构	产品技术	提供一种内置于微型气泵中的泄压机构，以便在及时降低气泵输出气压、提高气泵使用寿命的同时，降低产品成本，使产品具有市场竞争力	该技术为发行人子公司信征零件现有的产品技术，该技术主要应用于信征零件现有靠背和座椅按摩系统产品的制造，具有协同性
气动腰托调节	产品技术	用于车辆座椅的空气调节装置。作为脊柱前凸和作为用于座椅的按摩系统的气动座椅调节装置	该技术为发行人子公司信征零件现有的产品技术，该技术主要应用于信征零件现有靠背腰托按摩系统产品的制造，具有协同性

截至本回复出具日，发行人已熟练掌握前述座椅系统集成及部件的关键技术及工艺，不存在未攻克的技术难点，且发行人相关技术人员储备充足且具有相关行业经验，因此，发行人对于生产座椅系统集成产品在技术及生产工艺上不存在重大不确定性。

（3）座椅系统集成产品关键设备采购情况

设备名称	对应生产 工艺流程/ 产品	已采购数量（台/套）	后续拟采购数量（台/套）
单机双工位 MAG 工作站	弧焊	已申请豁免披露	已申请豁免披露
点焊机	点焊		
激光焊机	激光焊		
双机双工位 MAG 工作站	弧焊		
双机双工位电阻焊工作站	电阻焊		
装配线	装配		

截至本回复出具日，发行人已采购部分座椅系统集成及部件生产所需的关键设备，**主要包括单机双工位 MAG 工作站、双机双工位 MAG 工作站及点焊机**，因此，发行人已能够自行完成座椅系统集成及部件产品的焊接工艺，且在后续募集资金到位及自有资金投入后会进一步采购关键设备并完成生产线的建设，最终能够直接实现座椅系统集成及部件产品的量产，因此，发行人对于生产座椅系统集成产品在生产设备购置及产线建设上不存在重大不确定性。

截至本回复出具日，在生产工艺方面，公司已掌握汽车座椅生产过程所涉及的多项精密生产工艺，涵盖精密冲压、焊接等核心工艺技术；在技术方面，公司凭借在精密金属结构件制造领域的深厚积淀，汇聚了一批经验丰富的核心技术人员，均深耕模具设计、加工、组装、调试领域多年，能够精准捕捉客户需求，进行差异化的模具设计与开发，并生产出完全符合客户要求的精密金属结构件。此外，公司控股子公司信征零件，专注于汽车座椅线束与通风、加热、按摩等座椅舒适系统产品的研发、生产和销售，并下设研发中心，致力于为客户提供智能、舒适、安全的座椅结构与舒适系统解决方案。针对座椅系统集成及部件生产建设项目的相关技术优势及协同性等情况详见《关于苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函的回复》之“问题一”之“（一）”中的相关说明。因此，发行人座椅系统集成及部件产品具有生产效率高，不良品率低且精度高的特点，此外，后续模块化的工装也能够保证小批量多品质的换型。同时，由于发行人能够同时自产骨架总成及部件、舒适系统以及由此构成的组合产品，能够更好地进行成本控制，发挥母子公司直接的协同性，能够更加深度参与客户前期产品的研发和定制以满足客户的要求，同时降低成本。

综上所述，座椅系统集成产品主要包括骨架总成和加热通风按摩等舒适系统，系以现有座椅紧固件、冲压件和舒适系统产品工艺为基础，通过焊接、压铆、胀管等多种组装工艺制作而成。发行人已掌握座椅系统集成产品生产所需的焊接、压铆、胀管等多种组装工艺及关键技术且座椅紧固件、冲压件和舒适系统产品均为发行人现有成熟产品，此外，发行人也已采购部分座椅系统集成及部件生

产所需的关键设备，在后续募集资金到位及自有资金投入后会进一步采购关键设备并完成生产线的建设，最终能够直接实现座椅系统集成及部件产品的量产，因此，发行人在座椅系统集成产品的生产上不存在较大困难及不确定性的情况。

3、座椅系统集成产品后续验证安排

基于汽车零部件行业的特点，在获取座椅厂项目定点前，二级供应商需要通过座椅厂的质量体系审核（即首次验厂）。座椅厂均各自制定了详细的内部质量体系评定表，以便对供应商质量体系开展全面仔细的审核。首次验厂前，座椅厂会提前通知供应商准备相关评定资料及文件清单；届时，座椅厂将按通知时间，前往供应商处开展实地质量体系审核，并根据质量体系评定表进行打分；若最终供应商质量体系审核得分达到座椅厂合格供应商的评定分数标准，则审核通过，进入座椅厂合格供应商名单，接入座椅厂内部的采购系统端口。后续，供应商通过座椅厂系统采购端口进行项目报价，座椅厂会综合考量报价及其他相关因素，向最终选定的供应商发出定点函，完成项目定点确认。

一般情况下，供应商无需在项目定点确认前向座椅厂进行产品送样，即送样与座椅厂选定供应商的定点流程无直接关联，产品的 A 样、B 样和 C 样均是确认项目定点后才按座椅厂进度要求进行交付。

截至本回复出具日，由于发行人座椅系统集成产品尚未取得定点，因此，座椅系统集成产品尚不存在座椅厂的后续验证安排。

4、发行人针对座椅系统集成产品的产能消化保障

（1）发行人与国内主要知名座椅厂均保持良好的合作关系

截至本回复出具日，虽然座椅系统集成产品尚未取得定点，但是发行人现有产品座椅骨架零部件、加热通风按摩等舒适系统产品均存在已确定定点，具体情况如下：

产品类型	定点客户名称	具体说明
座椅零部件	Y 客户	根据定点预测，SOP 后，全生命周期销售收入预测约为 6,391 万元。截至本回复出具日，发行人已取得 Y 客户的 PPAP 批准，并已开始量产交付
座椅零部件	Y 客户	根据订单预测，SOP 后，全生命周期销售收入预测约为 644 万元。截至本回复出具日，发行人已取得 Y 客户的 PPAP 批准，并已开始量产交付
线束	L 客户、Y 客户、F	截至 2025 年 3 月，定点客户共 5 家，主

产品类型	定点客户名称	具体说明
	客户、T 客户、M 客户	要定点产品约 90 余种，主要包括主副驾座椅靠背线束、加热座垫线束、通风座垫线束、音响线束总成等
通风	F 客户	截至 2025 年 3 月，定点客户 1 家，主要定点产品为座垫通风风扇总成
加热	Y 客户、K 客户	截至 2025 年 3 月，定点客户共 2 家，主要定点产品为前排座椅加热垫、前排靠背加热垫、坐垫加热垫（含侧翼）及六座二排坐垫加热垫等
SBR	L 客户、F 客户、H 客户	截至 2025 年 3 月，定点客户共 3 家，主要定点产品为中、后、左、右侧乘员感应器及安全带报警器等

基于多年在汽车零部件领域的经营经验，发行人与多家国内外知名汽车零部件供应商建立并保持良好的合作关系，后续可以利用现有销售渠道和客户资源，积极拓展汽车座椅系统集成相关的新业务、新产品，提高汽车座椅产品的市场占有率。

此外，鉴于座椅系统集成产品主要包括骨架总成和加热通风按摩等舒适系统，系以现有座椅紧固件、冲压件和舒适系统产品工艺为基础，通过焊接、压铆、胀管等多种组装工艺制作而成，其本身具备独立模块，即需要根据座椅厂、主机厂客户的具体要求进行配套和组装。其中，骨架总成产品属于金属件，加热通风按摩等舒适系统产品属于电子件，根据座椅厂、主机厂客户内部经营管理的需要、供应商产品供应能力的实际情况以及出于设计保密及知识产权保护的需要，目前客户对于这两部分产品分别独立进行招标和供应，再由客户自行组装，后续发行人将与客户进行沟通，以推进座椅系统集成产品的集成化供应。同时，由于目前市场上能够同时自产供应骨架总成、舒适系统及其系统集成产品的公司极少，除发行人之外，国内从事座椅零部件的上市公司中尚未有能够同时自产这两类独立产品及其系统集成产品。目前，发行人已具有座椅零部件与舒适系统自行生产制造及批量化的供货能力。

目前，新能源汽车渗透率提升催化了供应链的重构。一方面，由于新能源汽车企业对成本控制、研发效率的需求，与座椅厂商的响应能力形成深度适配。另一方面，由于新能源车型的迭代周期相对传统燃油车大幅缩短，新能源车企普遍要求供应商具备快速迭代能力，倒逼座椅供应链向模块化生产转型。模块化

架构通过标准化接口设计，可快速适配不同车型平台，使座椅总成开发周期缩短 30%-40%。而且，模块化生产不仅提升效率，还赋予车企更高的自定义权限。鉴于整车厂对于座椅厂商的前述需求，座椅厂商对其下游零部件供应商亦提出座椅零部件模块化、标准化的要求，因此，虽然目前客户分别向发行人采购并自行组装，但座椅厂客户基于行业发展趋势及前述成本和效率考虑，对于此类座椅系统集成产品具有较大的市场需求，后续也将针对性调整此类产品的内部经营管理、保密需求方面的要求。

根据上海沿浦披露的《关于上海沿浦金属制品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（修订稿），其募投项目中的“惠州沿浦高级新能源汽车座椅骨架生产项目”所生产的座椅骨架总成系在座椅骨架基础上配备座椅按摩及电动调节等高端配置。上海沿浦已与东风李尔汽车座椅有限公司惠州分公司（以下简称“惠州李尔”）签署新项目供应商定点意向书。发行人座椅系统集成产品主要包括骨架总成和加热通风按摩等舒适系统，与上海沿浦前述募投项目中的座椅骨架总成（含座椅按摩及电动调节等产品）属于同类产品，具有一定可比性；虽然上海沿浦未详细披露惠州李尔的定点的具体情况，但可见座椅厂内部目前对于此类产品的采购不存在内部经营管理、保密需求方面的实质性障碍。针对发行人座椅系统集成产品，发行人已与潜在客户进行商务洽谈，潜在客户对此表示了较大的兴趣和后续的合作意向。基于前述情况，公司座椅系统集成及部件生产建设项目的后续产能消化具备一定保障。

（2）发行人加强营销队伍建设，完善售后服务体系

针对本次募投项目中的座椅系统集成产品产能，发行人将深度开发老客户，持续拓展新客户，利用各项优势增强客户粘性。发行人已组建了经验丰富的销售团队，主要核心人员均曾任职于座椅厂或其下游零部件供应商，积累了汽车零部件行业、座椅系统集成及部件相关产品的销售经验。发行人销售团队**共有核心人员 6 人，具体履历情况如下：**

序号	主要对接客户	相关行业从业经验
1	佛吉亚、弗迪、李尔、麦格纳、延锋、诺博、华智	汽车行业从业经验超过 20 年，其中汽车座椅产品相关的销售从业经验超过 20 年

序号	主要对接客户	相关行业从业经验
2	佛吉亚、弗迪、李尔、麦格纳、延锋、诺博、华智	汽车行业从业经验超过 20 年，其中汽车座椅产品相关的销售从业经验超过 20 年
3	佛吉亚、弗迪、李尔、麦格纳、延锋、诺博、华智	汽车行业从业经验超过 15 年，其中汽车座椅产品相关的销售从业经验超过 3 年
4	李尔、延锋、佛吉亚	汽车行业从业经验超过 8 年，其中汽车座椅产品相关的销售从业经验超过 8 年
5	李尔、延锋、佛吉亚	汽车行业从业经验超过 19 年，其中汽车座椅产品相关的销售从业经验超过 19 年
6	李尔、延锋、佛吉亚	汽车行业从业经验超过 21 年，其中汽车座椅产品相关的销售从业经验超过 7 年

目前，公司也正积极与多家意向客户进行接触，为产能消化提供进一步的保障，同时，公司将进一步加强销售团队及品牌形象建设、拓展销售渠道，从而持续推动新客户的发展，助力本次募投项目新增产能的有效消化。

(3) 座椅系统集成产品符合座椅行业未来发展趋势且具有一定创新性

发行人座椅系统集成及部件生产建设项目中的座椅系统集成产品，是发行人针对当前座椅市场的现状及发行人长期为座椅提供相应冲压件、紧固件、座椅线束及舒适系统的基础上，根据不同客户需求可以进行不同组合的集成化产品，符合座椅行业未来聚焦于实现座椅的轻量化、模块化、标准化和平台化的发展趋势。

前述发展趋势包括但不限于减少标准零部件如线束和紧固件的装配量、核心模块平台化等，并可根据不同客户的需求，实现座椅模块的标准化集成等。如果将骨架总成及各种不同种类的舒适系统看做不同的模块，则根据客户不同的需求，将不同模块进行标准化集成，最终可以向客户提供骨架总成、舒适系统（如集成通风、加热、线束等模块）的不同组合的产品。

此外，针对前述不同模块，也可以进行创新研发，如减少座椅线束使用数量或取消座椅线束，通过蓝牙进行相关连接与控制，从而达到降低座椅成本与重量以及便于安装的目的。目前，发行人已成功开发无线控制电机产品，大量减少了座椅线束的使用，通过蓝牙技术全面控制腰托、通风、按摩等舒适系统产品，有效实现了轻量化和成本降低的目标，客户对发行人的这一创新产品表示认可，且发行人已将其提交装车试装检测。此外，发行人后续能够参与主机

厂、座椅厂座椅相关模块的研发、设计与制造，由 OEM 生产厂家升级为 ODM 供应商，发行人的竞争力与成本优势显著提升。

随着新能源车竞争的日趋激烈，各车企业为了提供给驾乘人员更好的舒适体验并增加卖点、吸引消费者，汽车座椅舒适系统由原来的高档车的高配变成了中档的标配，出现了市场需求的暴发期。目前，发行人子公司信征零件的订单需求稳步增长，现有产能利用率较高，座椅舒适系统市场需求的增长，亦会促使与其相匹配的骨架总成产品或座椅系统集成产品的市场需求随之增长。由此可见，发行人的座椅系统集成产品亦具有较大的市场空间，预计后续产能消化不存在重大不确定性。

由此可见，座椅系统集成产品符合座椅行业未来发展趋势且具有一定创新性，虽然市场开拓需要经历一段时间及过程，但是具有稳定的客户基础和增长的客户需求，因此，公司座椅系统集成及部件生产建设项目的后续产能消化不存在重大不确定性。

综上所述，发行人已调整了座椅系统集成及部件生产建设项目募集资金拟投入金额；发行人已掌握座椅系统集成产品生产所需的焊接、压铆、胀管等多种组装工艺及关键技术且座椅紧固件、冲压件和舒适系统产品均为发行人现有成熟产品，此外，发行人也已采购部分座椅系统集成及部件生产所需的关键设备，在后续募集资金到位及自有资金投入后会进一步采购关键设备并完成生产线的建设，最终能够直接实现座椅系统集成及部件产品的量产，虽然由于发行人座椅系统集成产品尚未取得定点，座椅系统集成产品尚不存在座椅厂的后续验证安排，但是发行人已通过多家座椅厂的合格供应商验证，因此，发行人在座椅系统集成产品的生产上不存在较大困难及不确定性的情况，相关产品后续生产不存在重大不确定性风险。

（二）结合汽车行业，尤其是新能源车竞争日趋激烈的情况，进一步说明募投项目是否存在产能消化风险

1、新能源车竞争日趋激烈的情况

新能源汽车行业渗透率 2024 年来快速提升，根据乘联会统计数据，2024 年 12 月，新能源乘用车零售渗透率首次突破 49.4%，较去年同期提升 9.1%。2024 年新能源乘用车累计销量 1,074.8 万辆，累计同比上涨 47.1%。

此外，根据多份研究报告，新能源汽车渗透率将继续快速增长，例如，RMI 研究报告显示，2030 年，全球电动汽车新车销售占比将达到 62%至 86%，其中，中国电动汽车的新车销售占比将达到 90%；中国动力电池产业创新联盟及工信部装备中心的研究报告显示，2035 年，全球新能源汽车渗透率将达到 70%左右，其中，中国新能源汽车市场渗透率将达到 90%；根据西部证券的研究报告，预计 2025 年国内新能源汽车销量有望达到 1,426 万辆，同比将增加 25%。

根据 2024 年全年销量情况，新能源汽车市场呈现“一超多强”的格局，除比亚迪销量断层领先外，传统车企和新势力都在新能源领域的竞争格外激烈。2024 年度主要新能源车企的销售情况如下：

序号	车企简称	2024 年度销量 (万辆)	同比变动比例
1	比亚迪	427.21	41.3%
2	东风	86.10	64.4%
3	理想	50.05	33.1%
4	鸿蒙智行	44.50	-
5	埃安	41.29	-14.0%
6	长城	32.18	22.8%
7	零跑	29.37	103.8%
8	深蓝	24.39	78.1%
9	蔚来	22.20	38.7%
10	小鹏	19.01	34.2%

注：上述数据根据各车企公开发布的信息整理。

其中，比亚迪 2024 年全年销量为 427.21 万辆，同比增长 41.3%；理想 2024 年全年交付 50.05 万辆，同比增长 33.1%；蔚来 2024 年全年交付 22.20 万辆汽车，同比增长 38.7%；小鹏 2024 年全年交付 19.01 万辆，同比增长 34.2%。2025 年，随着更多车企的加入和技术迭代的加速，预计新能源车竞争日趋激烈。

2、对发行人本次募投项目产能消化的影响

面对日趋激烈的竞争环境，各大车企需要不断调整自身的市场策略和产品布局，提升自身的产品优势 and 市场份额。一方面，各大车企需要通过加强技术创新和智能化升级，提升产品的核心竞争力，另一方面，各大车企通过整合资源和优化供应链管理，以降低成本，提高其盈利能力。否则，未来可能因为实力较弱、技术落后、品牌影响力不足等原因而逐渐被市场淘汰。而发行人本次募投项目所涉及的产品不仅能够通过国产化、标准化等方式帮助整车厂或其配套一级供应商降低成本，而且能够满足其对“智能座舱”“智能底盘”系统的智能化需求及产品技术创新的要求。

汽车行业，尤其是新能源车竞争日趋激烈的情况，对发行人本次募投项目产能消化的影响具体情况如下：

（1）对汽车空气悬架系统及部件生产建设项目产能消化的影响

①汽车空气悬架系统有利于新能源车企在市场竞争日趋激烈情况下提升其产品的核心竞争力

空气悬架具有操控稳定、高度可调、质量更轻、减振效果佳等优势，随着近年来新能源汽车市场快速发展，越来越多的新能源车企为提升汽车驾乘舒适性和塑造品牌形象，选择配置空气悬架系统来增强产品的市场竞争力和提升客户满意度。新能源汽车与空气悬架的产品特性契合度较高，新能源汽车底盘搭载核心三电系统，对底盘高度、续航里程较为敏感，而空气悬架系统的高度调节功能和行驶的平稳性不仅能更好地保护车辆的核心系统，还能减少风阻，从而降低能耗。

②汽车空气悬架系统国产化有利于新能源车企在市场竞争日趋激烈情况下降低成**本，提高盈利能力**

过去，由于空气悬架结构及控制系统相较其他悬架更为复杂且价格昂贵，这一技术主要应用于保时捷、路虎、奔驰、宝马、奥迪等高端车型。然而，近年来国内供应商在技术和产品上实现了快速迭代，关键零部件的国产化率不断提升，有效推动了供应链的国产化和成本降低。

根据乘联会统计数据，2024 年新能源乘用车累计销量 1,074.8 万辆，累计同比上涨 47.1%。随着新能源汽车市场的快速扩张，以及消费升级和关键零部件国产化带来的成本下降，越来越多的新能源车型配置空气悬架，截至本回复出具日，国内主要配置空气悬架系统的车型情况如下所示：

品牌	车型	品类	适配价格区间 (万元)	备注
小米	SU7 Max	轿车	29.99	标配
	SU7 Ultra	轿车	52.99	标配
问界	M9	SUV	46.98-56.98	标配
智界	S7	轿车	32.98-34.98	32.98 万元以上车型标配
享界	S9	轿车	39.98-44.98	标配
理想	L7	SUV	30.18-35.98	标配
	L8	SUV	32.18-37.98	标配
	L9	SUV	40.98-43.98	标配
	MEGA	SUV	52.98	标配
极氪	7X	SUV	22.99-26.99	26.99 万元车型标配，其他车型选配
	001	轿车	25.90-32.90	29.90 万元以上车型标配，其他车型选配
	009	MPV	43.90-46.90	标配
东风	岚图 FREE318	SUV	26.69	26.69 万元车型标配
	全新岚图梦想家	MPV	39.99-44.99	39.99 万元以上车型标配
	岚图梦想家	插电式 MPV	41.99	标配
		纯电式 MPV	46.99	标配
	岚图追光	插电式轿车	27.78	标配

品牌	车型	品类	适配价格区间 (万元)	备注
		纯电式轿车	39.49-45.79	39.49 万元以上车型标配
蔚来	ET7	轿车	42.80-45.80	标配
	ES7	SUV	43.80-51.80	标配
	ES8	SUV	49.80-59.80	标配
	EC7	SUV	45.80-54.80	标配
小鹏	X9	MPV	35.98-41.98	标配
	G9	SUV	26.39-35.99	35.99 万元车型标配，其他车型选配
智己	LS6	SUV	27.79-30.29	27.79 万元以上车型标配，其他车型选配
	LS7	SUV	33.98-35.98	标配
	L6	轿车	25.99-30.59	25.99 万元以上车型选配
星纪元	ET	轿车	22.58-31.98	部分车型选配，部分车型标配
	ES	轿车	21.59-29.99	部分车型选配

注：数据来源于汽车之家、各车企官网。

根据上述表格，国内搭载空气悬架的新能源车型主要集中在 30 万元至 50 万元的价格区间，且均为新能源汽车市场主流车型。预计未来空气悬架技术将进一步下探至 20 万元至 30 万元级别的市场。根据盖世汽车研究院最新统计数据显示，2023 年，国内标配空气悬架的新车销量约为 56.4 万辆，乘用车渗透率为 2.7%，2024 年，国内标配空气悬架的新车销量约为 81.6 万辆，乘用车渗透率为 3.6%，搭载量同比增长了 44.7%。根据联储证券¹的预测，2024 年至 2030 年，空气悬架市场规模年均复合增长率预计将超过 35%，2030 年空气悬架市场规模将有望超过 750 亿元，预计空气悬架市场渗透率将达到 30%，其中，新能源汽车市场的渗透率将达到 40%，燃油车市场的渗透率将达到 4%。

¹ 联储证券：《汽车行业深度报告：空气悬架有望下探至 20-25 万级别市场，本土供应商发展空间广阔》

③国内空气悬架行业处于低渗透、高增长的行业发展阶段，即使新能源汽车行业竞争日趋激烈，未来国内空气悬架市场渗透率预计将进一步提升，国内空气悬架系统仍有较大的市场空间

国内空气悬架行业的下游市场需求由高端市场在向中端市场扩展，正处于低渗透、高增长的行业发展阶段。根据盖世汽车研究院最新统计数据显示，2023 年，国内标配空气悬架的新车销量约为 56.4 万辆，乘用车渗透率为 2.7%，2024 年，国内标配空气悬架的新车销量约为 81.6 万辆，乘用车渗透率为 3.6%，搭载量同比增长了 44.7%。根据联储证券的预测，2024 年至 2030 年，空气悬架市场规模年均复合增长率预计将超过 35%，2030 年空气悬架市场规模将有望超过 750 亿元，预计空气悬架市场渗透率将达到 30%，其中，新能源汽车市场的渗透率将达到 40%，燃油车市场的渗透率将达到 4%。

国内空气悬架行业处于低渗透、高增长的行业发展阶段，即使新能源汽车行业竞争日趋激烈，未来国内空气悬架市场渗透率预计将进一步提升，国内空气悬架系统仍有较大的市场空间。发行人预计最早将于 2025 年量产交付，随着定点项目的逐步推进及市场渗透率的逐步提升，发行人本次募投项目形成的产能预计能够完全消化。

④普莱德（苏州）在人员技术、客户资源及管理服务等方面都具有一定的竞争优势，且已获得客户认可，是本次募投项目产能消化的重要保障

A、技术储备优势

普莱德（苏州）对自普拉尼德受让的空气悬架专有技术、经验与数据进行了汲收、消化并实现了创新，在此基础上自主研发了符合国内各车企需求的空气悬架系统，并取得项目定点。普拉尼德作为较早掌握空气悬架系统设计、生产的企业，在空气悬架领域积累大量的技术经验，形成专有技术，具备快速设计研发能力。

目前，新能源汽车行业中，配置的空气悬架系统主要以单腔空气弹簧为主，少量高端豪华车型的空气悬架配置双腔空气弹簧，尚未有车型明确其空气悬架

配置三腔空气弹簧。单腔空气弹簧一般只能在平稳工况下调节车身高度，并在同一高度下不能动态调节悬架刚度，而多腔空气弹簧可通过控制不同腔室的气压实现同一车身高度下悬架刚度的调节，刚度调节范围更大，并且可以在瞬态工况（加速、制动、转向）下调节。由于结构复杂、控制逻辑复杂，且工艺要求较高、成本较高，多腔空气弹簧一般用于高端车型，未来多腔空气弹簧的装机量将进一步提升。

普莱德（苏州）自主开发了多腔空气弹簧产品，并已掌握了多腔空气弹簧产品设计开发能力。发行人已取得整车厂多腔空气弹簧的定点项目，相较于同行业公司，多腔空气弹簧产品作为普莱德（苏州）技术优势，有望成为普莱德（苏州）切入国内空气悬架市场的重要驱动力。

普莱德（苏州）目前已完全取得并掌握了与空气悬挂相关的专有技术，并具备完全独立的能力与整车厂客户展开汽车空气悬架系统项目的合作。同时普莱德（苏州）通过本土研发团队的建设，在专有技术的基础上持续创新，不断提升普莱德（苏州）的技术先进性和市场竞争力。

B、人才战略与管理机制优势

发行人始终践行人才战略与管理机制，培育企业工程师文化，弘扬工匠精神，持续完善人才梯队建设体系和人才储备机制。普莱德（苏州）基于行业特点、市场需求、公司战略布局等正逐步建立研发组织结构、配备专业的研发人员、制定研发管理制度、形成保持技术不断创新的激励机制。

国内空气弹簧尚处于发展起步阶段，截至 **2025 年 3 月末**，普莱德（苏州）研发中心、运营部共计 **84** 人，研发范围覆盖空气弹簧开发、空气压缩机开发、系统控制开发、囊皮开发等方面，研发中心、运营部核心人员研发经验丰富。

相较于同行业公司，普莱德（苏州）研发中心、运营部人员结合其空气悬架系统研发经验，并通过消化吸收普拉尼德的专有技术，已形成覆盖空气弹簧、空气压缩机、囊皮、悬架控制器等多种空气悬架核心零部件研发能力。根据联

储证券²的研究报告，国内主要空气悬架企业具有空气悬架核心零部件研发能力的情况如下：

项目	空气弹簧	供气系统	减振器	ECU	空气悬架总成
保隆科技	√	√	√	√	√
拓普集团	√	√	-	-	√
天润工业	√	-	√	-	√
科博达	-	-	-	√	-
孔辉科技	√	-	√	√	√
科曼股份	-	-	-	√	√
青岛四方	√	-	-	-	-
发行人	√	√	-	√	√

根据上表，普莱德（苏州）在空气悬架行业中的研发运营团队覆盖了较为广泛的空气悬架系统技术领域。此外，得益于在精密金属结构件领域的深厚研发背景，普莱德（苏州）能够进一步加速研发进程，提升团队的创新能力和产品开发效率。

普莱德（苏州）已建立了一支具备高度专业素养和技术能力的国内技术研发及生产制造团队，具有丰富的行业从业经验，足以支撑空气悬架系统业务的快速发展。

C、营销和服务能力优势

发行人与国内外知名大型跨国汽车零部件供应商均保持着长久良好的业务合作关系，主要客户有采埃孚天合、哈曼、斯凯孚、法雷奥、大陆集团、博世、博格华纳、麦格纳、安波福、蒂森克虏伯、敏实集团、延锋、佛吉亚、李尔、安道拓、弗迪科技、拓普集团等，其中多数为全球汽车零部件供应商百强企业。汽车零部件供应商长期与整车厂保持良好的合作关系，其作为整车厂的 1 级供应商往往会参与到整车厂的定点项目中，由于整车所需要的汽车零部件品类众多，发行人的汽车空气悬架产品与前述汽车零部件供应商之间并不存在直接竞

² 联储证券《汽车行业深度报告：空气悬架有望下探至 20-25 万级别市场，本土供应商发展空间广阔》

争关系的情况下，如果整车厂需要空气悬架系统相关的定点供应商，前述汽车零部件供应商亦可能向整车厂推荐发行人。除此之外，发行人也作为汽车零部件供应商以直接或间接的方式参与了整车企业的定点项目，发行人与比亚迪、广汽、小鹏、吉利、理想、奇瑞、上汽、东风等知名整车企业均保持了良好的合作关系，其中多数为知名新能源整车企业。

前述国际国内知名企业为保障自身品牌声誉、生产稳定性，其对于供应商的认证要求较高，通过认证后不会轻易更换供应商。因此，只要公司提供的产品保证符合客户质量和交期的要求，则将与上述企业保持长久的良好合作关系，与优质客户的合作推动公司技术能力及服务能力的不断提升，为公司持续稳定的发展奠定了坚实的基础。

综上所述，发行人在人员技术、客户资源及管理服务等方面都具有一定的竞争优势，在汽车空气悬架系统及部件生产建设项目实施的过程中，能够形成更强的协同效应，有助于发行人汽车空气悬架系统及部件生产建设项目的产能消化。

⑤普莱德（苏州）已取得的定点为公司汽车空气悬架系统及部件生产建设项目的后续产能消化提供了市场保障

截至本回复出具日，发行人已取得两家国内车企的定点通知，预计定点 A 项目生命周期为 6 年，合计预测空气弹簧总成销量为 48 万辆，在全生命周期内预计该项目销售额约为 12.6 亿元；定点 B 项目生命周期为 10 年，合计预测 ECAS（电子控制空气悬架系统）总成产品销量为 25 万台，在全生命周期内预计该项目销售额约为 10.8 亿元。

根据公司产能情况及定点预测销量情况，公司产能消化情况如下：

单位：万支

产品	项目	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年
空气弹簧总成	产能 (A)	14.00	40.00	74.00	112.00	160.00	160.00
	定点预测销量 (B)	—	34.00	42.00	54.00	46.00	42.00
	产能消化比	—	85.00%	56.76%	48.21%	28.75%	26.25%

产品	项目	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年
	例 (B/A)						
空气供给单元	产能 (A)	3.50	10.00	18.50	28.00	40.00	40.00
	定点预测销量 (B)	-	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
	产能消化比例 (B/A)	-	25.00%	13.51%	8.93%	6.25%	6.25%
产品	项目	2031 年	2032 年	2033 年	2034 年	2035 年	2036 年
空气弹簧总成	产能 (A)	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00
	定点预测销量 (B)	34.00	10.00	10.00	10.00	10.00	-
	产能消化比例 (B/A)	21.25%	6.25%	6.25%	6.25%	6.25%	-
空气供给单元	产能 (A)	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
	定点预测销量 (B)	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	-
	产能消化比例 (B/A)	6.25%	6.25%	6.25%	6.25%	6.25%	-

注 1：上述产能情况已按会计年度口径进行调整；

注 2：定点 B 项目规划量纲为 SOP 后 10 年 25 万台，公司为该项目终端车企的独家供应商，因终端车企未明确其各年度的规划，故按照年平均计算方式测算其定点预测销量。

根据上述表格，公司已取得的定点项目对本次募投项目前期的产能消化情况较好，公司目前正积极推进定点项目并与意向客户进行接触，现已得到多家主流车企的供应商准入审核与定点，为本次募投项目的后续实施提供了市场保障。

发行人正持续推进与现有客户的新车型开发合作并积极拓展新客户，加快推进汽车空气悬架系统及部件产品的业务布局及市场拓展。截至本回复出具日，发行人已成功进入多家国内车企的合格供应商名单并已与多家国内车企达成了初步的合作意向。此外，截至本回复出具日，发行人已交付单腔、多腔空气弹簧总成试装件订单及 ECAS（电子控制空气悬架系统）总成样品订单。

由此可见，普莱德（苏州）已取得的定点为公司汽车空气悬架系统及部件生产建设项目的后续产能消化提供了市场保障。

综上所述，即使在新能源车竞争日趋激烈的情况下，发行人本次汽车空气悬架系统及部件生产建设项目的产能消化风险较低。

（2）对座椅系统集成及部件生产建设项目产能消化的影响

①座椅的舒适性、智能化、个性化及轻量化有利于新能源车企在市场竞争日趋激烈情况下进行智能化升级，更好满足其消费者的不同需求

在汽车座椅方面，近年来，随着需求端的消费升级和供给端竞争趋于激烈，整车厂在座椅上的投入持续增加，围绕“安全性、舒适性、轻量化和智能化”四大发展方向，不断增加相关的功能和配置，如电动多向调节、座椅记忆、加热通风按摩、腰部支撑和腿部支撑（增加调角结构数量）等，并通过座椅骨架的尺寸优化（在保证座椅骨架强度和刚度的条件下、对骨架局部的尺寸和壁厚进行优化）和拓扑优化（适当设计孔、间隙和加强筋）的方式，实现轻量化、模块化目标。现在整车厂已将具有个性化功能、舒适性、轻量化的座椅产品作为整车的卖点，进一步推动了乘用车座椅的功能升级。

②未来汽车座椅系统集成的标准化及模块化有利于新能源车企在市场竞争日趋激烈情况下降低成本，提高盈利能力

随着司乘体验要求的提升，主机厂在座椅上的投入持续增加。此外，由于用户个性化需求日益增加，未来座椅如何实现模块化定制，根据用户不同需求进行不同拼装，是未来发展的趋势。同时，由于目前座椅并未实现标准化、模块化，不同整车厂的座椅都存在较大差异，从而导致座椅的成本无法进一步降低，因此，公司在实施座椅系统集成及部件生产建设项目的过程中将进一步推动座椅系统集成标准化、模块化，实现聚零为整，从而降低座椅系统的成本，满足用户个性化需求，从而实现更高的经济效益。

③随着汽车座椅高端配置未来进一步加速下沉，即使新能源汽车行业竞争日趋激烈，未来中国汽车座椅市场规模仍有较大的增长空间

随着新能源汽车市场的快速扩张，以及消费升级和关键零部件国产化带来的成本下降，汽车座椅高端配置将进一步加速下沉，根据中研普华产业研究院数据显示，中国汽车座椅市场规模持续增长，2022年市场规模约为976.09亿元，其中乘用车座椅市场规模约为911.05亿元。随着乘用车销量的增长，2023年乘

用车座椅市场规模增长至 963 亿元，预计将在 2027 年达到 1,128 亿元。

④发行人在产业链协同效应、人才战略级管理机制及营销和服务能力等方面都具有一定的竞争优势，是本次募投项目产能消化的重要保障

A、产业链的协同效应优势

公司后续将围绕“整车舒适性”“智能座舱”的市场核心需求，发挥其与子公司信征零件、新凯紧固系统等在座椅系统集成方面的协同效应，整合资源，整体开发座椅舒适系统部件及其系统产品、座椅紧固件产品及座椅金属骨架产品，实现座椅系统集成，大幅提高座椅产品价值量，培育新的利润增长点。

B、人才战略与管理机制优势

发行人始终践行人才战略与管理机制，培育企业工程师文化，弘扬工匠精神，持续完善人才梯队建设体系和人才储备机制。公司团队成员具有丰富的技术和产品经验，后续将协同子公司信征零件舒适件技术研发及生产制造人员、新凯紧固系统紧固件技术研发及生产制造人员，共同推进座椅系统集成及部件生产建设项目的实施。

C、营销和服务能力优势

发行人与国内外知名大型跨国汽车零部件供应商均保持着长久良好的业务合作关系，主要客户有采埃孚天合、哈曼、斯凯孚、法雷奥、大陆集团、博世、博格华纳、麦格纳、安波福、蒂森克虏伯、敏实集团、延锋、佛吉亚、李尔、安道拓、弗迪科技、拓普集团等，其中多数为全球汽车零部件供应商百强企业。公司后续可以利用现有销售渠道和客户资源，积极拓展汽车座椅系统集成相关的新业务、新产品，提高汽车座椅产品的市场占有率。

综上所述，发行人实施座椅系统集成及部件生产建设项目，充分发挥其与子公司信征零件、新凯紧固系统等在座椅系统集成方面的协同效应及座椅领域人才储备优势，借助瑞玛精密产品品牌优势、渠道优势，有助于发行人座椅系统集成及部件生产建设项目的产能消化。

⑤发行人已取得的定点为公司座椅系统集成及部件生产建设项目的后续产能消化提供了客户保障

截至本回复出具日，发行人与客户签订的座椅系统集成及部件相关的主要在手订单、意向性协议及定点情况如下：

项目	签署文件	具体情况
Y 客户 A 项目	已取得供应商工作指南 (SSOW)，其为项目新零件定点的主要文件	根据定点预测，SOP 后，全生命周期销售收入预测约为 6,391 万元。截至本回复出具日，发行人已取得 Y 客户的 PPAP 批准，并已开始量产交付
Y 客户 B 项目	已取得供应商工作指南 (SSOW)，其为项目新零件定点的主要文件	根据定点预测，SOP 后，全生命周期销售收入预测约为 644 万元。截至本回复出具日，发行人已取得 Y 客户的 PPAP 批准，并已开始量产交付
乙公司 C 项目	已向客户提供报价，并签署定作合同、采购订单条款和条件、供应商物流协议、供应商质量协议等框架协议	截至目前，项目尚在报价阶段，预计全生命周期销售收入约为 1 亿元
戊公司 D 项目	已向客户提供报价	截至目前，项目尚在报价阶段，预计全生命周期销售收入约为 1.9 亿元
甲公司 E 项目	已向客户提供报价	截至目前，项目尚在报价阶段，预计全生命周期销售收入约为 9,000 万元
丁公司 F 协议	产品定义书	双方已针对拟合作产品的需求功能定义、产品技术要求等进行了约定，发行人已成为丁公司的合格供应商
丙公司 G 协议	框架协议	双方已约定包装、运输和单据，付款，交付，快捷发运，产能和工装模具，供应商质量和开发、检查、检验与接收等框架性条款

截至本回复出具日，公司团队成员具有丰富的技术和产品经验，后续将协同子公司信征零件、新凯紧固系统相关人员，共同推进座椅系统集成及部件生产建设项目的实施。目前，公司正积极与多家意向客户进行接触。

由此可见，发行人已与多家客户达成合作协议且公司正积极与多家意向客户进行接触，此外公司后续将协同子公司信征零件、新凯紧固系统相关人员，共同推进座椅系统集成及部件生产建设项目的市场拓展并积极发挥协同效应，为公司座椅系统集成及部件生产建设项目的后续产能消化提供了客户保障。

综上所述，即使在新能源车竞争日趋激烈的情况下，发行人本次座椅系统集成及部件生产建设项目的产能消化风险较低。

3、发行人补充披露相关风险

发行人已在募集说明书之“第五章 与本次发行相关的风险因素”之“三、募集资金投资项目风险”中补充披露相关风险，具体如下：

“（四）募集资金投资项目新增产能消化风险

公司本次募集资金投资项目将投向“汽车空气悬架系统及部件生产建设项目”、“座椅系统集成及部件生产建设项目”及补充流动资金。本次募投项目全部实施完成后，公司将形成年产空气弹簧总成 160 万支、空气供给单元 40 万支等空气悬架系统及部件的生产能力及年产座椅集成系统及部件共 445 万件的生产能力，基于充分的行业分析和可行性研究论证，公司已就募投项目进行了研发团队建设及技术积累，取得了空气悬架系统的定点项目，通过座椅系统集成方面的协同效应整合了客户资源，公司正积极与意向客户接触，具备良好的产能消化基础。但是在本次募投项目后续实施过程中，如果宏观政策、市场需求、技术水平等出现重大变化或新能源汽车行业竞争持续加剧，导致产品需求大幅变动或未能有效开拓市场或市场竞争加剧导致销量不如预期，或目前已取得的定点项目无法按计划推进、试样未获得客户认可而无法取得实际订单或定点车型的预测销售量未达预期，则公司可能面临募投项目新增产能无法消化的风险。”

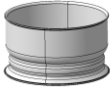
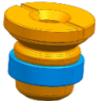
（三）结合单腔空气弹簧与多腔空气弹簧在产品技术、生产制造工艺等方面的异同点，设计和生产多腔空气弹簧的技术难点，目前市场的主流技术方向、普莱德（苏州）对多腔空气弹簧相关技术研发情况及技术储备的充分性，产品升级后定点 A 的进度安排、是否存在因技术不达标取消定点资格等，说明定点 A 相关产品后续设计开发和生产销售是否存在重大不确定性，是否会对募投项目产生重大不利影响

1、单腔空气弹簧与多腔空气弹簧在产品技术、生产制造工艺等方面的异同点

(1) 产品技术上的异同点

①产品技术上的相同点

2024 年 10 月，国内某高端品牌车企 A 与普莱德（苏州）签订协议确定将新平台项目空气悬架系统中前后单腔空气弹簧总成产品升级为前后多腔空气弹簧总成产品。根据普莱德（苏州）出具的说明，单腔空簧与多腔空簧在整车装配接口上完全相同，因此，两者的大部分零部件均具有共用性，主要零部件包括囊皮、扣压环、导套、顶胶及缓冲块，具体技术验证内容及共用性情况如下：

序号	零部件名称	简图	技术验证与共用性说明
1	囊皮		单腔空气弹簧产品与多腔空气弹簧囊皮均采用同一个囊皮，囊皮作为空气弹簧最核心的零部件，需要经过非常严谨的技术验证才可以具备量产条件，在单腔空簧上应用的囊皮已经通过了客户的装车测试
2	扣压环		扣压是空气弹簧总成的最主要的装配工艺，扣压工艺的技术水平决定着空气弹簧总成的整体性能和可靠性。而对于单腔空气弹簧和多腔空气弹簧均采用了相同的扣压压环及扣压工艺参数，并且该扣压工艺已完成了充分的验证
3	导套		发行人在导套产品的开发和生产具有非常丰富的技术积累。目前发行人的单腔和多腔空簧产品上均采用的相同规格导套产品均由发行人开发和生产，并且导套经过空簧总成的装配，与空气弹簧总成一同完成了各项验证，并且具备了量产条件
4	顶胶		顶胶产品作为影响空簧总成产品性能的核心零部件，在单腔空气弹簧和多腔空气弹簧上均采用同一个顶胶，并且该零部件已完成了零件级和总成级的所有设计验证工作
5	缓冲块		发行人在单腔空簧和多腔空簧上均采用了相同的缓冲块产品，目前已经搭载到单腔空簧和多腔空簧完成了诸多试验测试验证

而单腔空簧和多腔空簧的差异在于多腔空簧在单腔空簧的基础上，将气室分割出几个不同的区域，并通过电磁阀开关控制这些区域的容积联通与否。两者在零部件上的核心差异在于电磁阀，普莱德（苏州）目前针对电磁阀已有稳

定的采购渠道。

此外，单腔空簧与多腔空簧的核心功能相同，都是通过调节气囊内的气体量来实现车辆高度和刚度的调节，从而提升车辆的舒适性、稳定性和承载能力，且均广泛应用于汽车悬架系统，尤其是高端乘用车、SUV、MPV 以及特种越野车辆中。

②产品技术上的差异点

单腔空簧与多腔空簧在产品技术上的主要差异如下：

差异点	单腔空簧	多腔空簧
气室结构	单腔空气弹簧只有一个气室，结构简单，气室内的气压均匀分布	多腔空气弹簧在单腔空簧的基础上，将气室分割为多个独立区域，包括一个主腔体及多个辅腔体，通过电磁阀开关控制各区域的容积联通或隔离，结构复杂但能够实现更灵活的刚度和高度调节功能
控制方式	单腔空气弹簧控制方式相对简单，主要通过调节整体气压来实现功能	多腔空气弹簧控制方式复杂，需要实时调节各气室的气压和联通状态，以实现更精确的刚度和高度调节
性能特点	单腔空气弹簧调节范围有限，适用于对性能要求相对简单的场景	多腔空气弹簧具有更高的可调性和适应性，辅腔体具有更高的灵敏性，体积精巧却能快速响应压力变化，从而能够更好地满足不同工况下的需求，如在不同路况下实现更优的舒适性和操控性

普莱德（苏州）在研发多腔空气弹簧相关的多项技术，并取得了初步成效，通过优化气室分割设计、提升电磁阀控制精度以及改进制造工艺，逐步攻克了多腔空簧在结构复杂性和控制逻辑上的技术难点。这些技术的突破为多腔空簧的规模化生产和应用奠定了基础。

鉴于单腔空簧和多腔空簧在主要核心零部件上的共用性，这种共用性使得从单腔空簧向多腔空簧的产品升级过程更加平滑，能够有效降低研发和生产成本。同时，由于主要核心零部件上的共用性，产品升级不会对后续的设计开发、生产制造及销售环节造成重大不利影响，反而能够提升产品的市场竞争力和技术附加值。

(2) 生产制造工艺等方面的异同点

①生产制造工艺方面的相同点

空气弹簧的生产流程主要包括：囊皮加工、组装、检测、包装入库等工艺流程。单腔空簧与多腔空簧在生产制造工艺流程方面基本相同，在材质要求上，两者均对囊皮材料的强度、耐久性和密封性有较高要求，通常采用高强度橡胶和尼龙帘线材料。在制造设备方面，大部分制造设备都可以共用，如气囊成型设备、密封件加工设备、导套加工设备、总成扣压装配设备等。在质量控制方面，两者均需要严格的质量控制流程，包括气密性检测、疲劳测试等。

②生产制造工艺方面的差异点

单腔空簧与多腔空簧在生产制造工艺上的主要差异如下：

差异点	单腔空簧	多腔空簧
结构复杂性	单腔空气弹簧结构简单，制造工艺相对成熟，对生产设备和技术要求较低	多腔空气弹簧结构相对复杂，气室分割设计和制造精度要求高一些，增加了一定的工艺难度
刚度电磁阀	单腔空气弹簧结构简单，无需安装刚度电磁阀	多腔空气弹簧需要安装刚度电磁阀
工艺精度	单腔空气弹簧对工艺精度的要求相对较低，生产一致性较易保证	多腔空气弹簧对气室容积精度、电磁阀安装精度以及各气室的密封性要求相对较高，增加了一定的生产难度和成本
生产成本	单腔空气弹簧生产成本相对较低，适合匹配对性能要求不高的普通车型	多腔空气弹簧由于结构复杂、刚度阀集成度高，生产成本显著增加，适合匹配对性能要求较高和有复杂工况需求的高端豪华车型

综上所述，单腔空簧与多腔空簧在生产制造工艺流程方面基本相同，仅在气室结构、电磁阀装配、工艺精度等方面存在一定差异。

截至本回复出具日，普莱德（苏州）已完成募投项目第一期的建设，主要包括空气悬架产品试验室、2 条空气弹簧装配线、1 条空气供给单元装配线及相关的囊皮生产设备等，预计形成的产能能够满足已取得定点项目的销售计划，此外，普莱德（苏州）针对多腔空簧已采购了相应的电磁阀装配设备，已于

2025 年 4 月底完成交付。因此，本次定点产品的升级不会对生产制造及销售环节造成重大不利影响。

2、设计和生产多腔空气弹簧的技术难点

（1）气室匹配设计

①技术难点

多腔空气弹簧需要将气室分割为多个独立区域，因此，对气室的结构设计提出了极高的要求。分割后的气室需要保证各区域的密封性，同时确保在电磁阀控制下能够实现快速、稳定的气压调节。

②普莱德（苏州）应对与突破

在多腔空气弹簧制造初期，普莱德（苏州）在气室匹配设计上遇到了密封性不足的问题，导致各气室在高压下出现漏气现象。后续普莱德（苏州）通过优化气室匹配设计，采用高精度模具和先进的仿真技术，确保气室分割的精度和一致性，并通过多次试验和改进，普莱德（苏州）成功解决了气室分割后的密封性问题，确保了各气室在高压下的稳定性。

（2）刚度电磁阀的集成

①技术难点

多腔空气弹簧需要安装刚度电磁阀，以实现对各气室气体流量的快速通断控制。控制算法需要实时响应车辆状态和路况变化，对系统的可靠性和响应速度要求极高。

②普莱德（苏州）应对与突破

由于对气室和电磁阀安装的精度要求较高，普莱德（苏州）在多腔空气弹簧初期生产过程中出现了电磁阀安装困难的问题。

后续普莱德（苏州）开发了专用的电磁阀刚度控制测试试验方法，能够通过试验台架的测试，判断空气弹簧刚度性能的响应速度与刚度调节能力，并通

过大量的试验和优化设计保证 NVH 性能，即噪声（Noise）、振动（Vibration）和声振粗糙度（Harshness）性能。同时，普莱德（苏州）优化了设计结构并引进了高精度的生产设备，对生产人员进行了专项培训，确保了气室和电磁阀安装的可行性和一致性。

（3）材料选择和制造工艺

①技术难点

多腔空气弹簧对囊皮材料的强度、耐久性和密封性要求较高，材料选择和生产工艺的难度较大。气室和电磁阀安装需要高精度的制造工艺，对生产设备和技术人员有较高的要求。

②普莱德（苏州）应对与突破

在材料选择上，初期选用的橡胶材料在耐久性测试中表现不佳，无法满足长期使用的要求。后续普莱德（苏州）选用了高强度、高耐久性的橡胶材料特有配方，并通过特殊工艺处理，提高了囊皮的密封性和耐久性。公司引进了高精度的生产设备，并对生产人员进行了专项培训，确保了气室和电磁阀安装的精度和一致性。

（4）质量控制

①技术难点

多腔空气弹簧的结构复杂，质量控制难度较大，需要严格的气密性检测和疲劳测试。各气室的通断调节和密封性需要在高精度设备下进行检测，增加了质量控制的复杂性。

②普莱德（苏州）应对与突破

普莱德（苏州）建立了完善的质量控制体系，包括气密性检测、疲劳测试和电磁阀性能测试等环节。通过现有的高精度检测设备，普莱德（苏州）已能够对多腔空气弹簧的各项性能进行全面检测，进一步确保产品的一致性和可靠性。

综上所述，针对前述设计和生产过程中的多腔空气弹簧的技术难点，普莱德（苏州）已采取应对措施并已掌握设计和生产多腔空气弹簧的相关技术，具体相关技术情况参见本回复之“问题 2”之“（三）”之“4”之“（2）多腔空气弹簧相关技术研发情况”。

3、目前市场的主流技术方向

（1）多腔空气弹簧技术符合空气弹簧的未来发展趋势

多腔空气弹簧通过将气室分配为多个独立区域，并结合电磁阀通断控制，实现更灵活的刚度调节，后续将在高端车型和新能源车型中逐渐普及，成为未来空气弹簧发展的重要方向。此外，通过集成传感器、电磁阀和电控单元，能够更好实现空气弹簧的实时调节和自适应控制，使得空气弹簧能够根据车辆状态、路况和驾驶模式自动调节刚度和高度，进一步提升车辆的舒适性和操控性。

多腔空气弹簧相对单腔空气弹簧具有更强的技术优势，多腔空气弹簧在调节灵活性、舒适性和操控性方面具有显著优势，能够满足高端车型和复杂工况的需求。随着汽车智能化水平的进一步提高，多腔空气弹簧的电控系统能够更好地与整车的其他系统（如高级驾驶辅助系统、底盘控制系统等）进行集成，从而提升整车性能。

随着高端乘用车、新能源车和特种越野车辆对空气弹簧的性能要求越来越高，多腔空气弹簧的未来市场需求稳步增长。而在新能源汽车领域，多腔空气弹簧能够更好地适应电池重量分布和底盘设计的特殊需求，因此相比单腔空气弹簧具有更大的市场应用及发展潜力。

（2）国内外空气弹簧供应商均已布局多腔空气弹簧

国际上的主流汽车制造商（如奔驰、宝马、奥迪等）已在其高端车型中广泛采用多腔空气弹簧。大陆集团（Continental）、威巴克（Vibracoustic）等人在多腔空气弹簧技术上处于领先地位，并持续投入研发以提升性能和降低成本，其多腔空气弹簧产品主要包括双腔及三腔空气弹簧。

国内市场上，孔辉科技、保隆科技及拓普集团均在多腔空气弹簧进行研发布局，目前其多腔产品主要以双腔空气弹簧为主。虽然国内企业在多腔空气弹簧技术上与国际领先企业仍有一定差距，但通过与高校和科研机构合作，国内企业正在加快研发和产业化进程，目前在气室匹配设计、电磁阀装配和材料选择等方面已取得显著进展。

（3）普莱德（苏州）对本次定点产品的升级符合市场主流技术方向及市场需求

目前，国内的多腔空气弹簧主要应用于中高端乘用车和新能源车型，市场渗透率逐步提升。随着国内车企对空气弹簧性能要求的提高，多腔空气弹簧的未来市场需求将持续增长。

普莱德（苏州）在多腔空气弹簧技术上已取得了重大突破，其多腔空气弹簧产品已获得定点客户的验证与认可，其对本次定点产品的升级符合市场主流技术方向及市场需求。此外，普莱德（苏州）未来可通过持续投入研发、优化生产工艺和拓展市场应用，进一步提升竞争力，从而提升其产品的市场占有率。

4、普莱德（苏州）对多腔空气弹簧相关技术研发情况及技术储备的充分性

（1）多腔空气弹簧相关专利及专利申请情况

截至本回复出具日，普莱德（苏州）共获得 4 项发明专利和 1 项实用新型专利授权，另有 2 项发明专利处于公开审核状态以及 20 项专利申请已获得受理，其中与空气弹簧相关的已授权和审查中的专利情况如下：

序号	专利名称	专利类型	状态	说明
1	一种馈能式变刚度主动空气弹簧	发明专利	授权	单腔空簧相关，该专利虽然不直接涉及多腔空气弹簧，但亦为其研发提供了基础支持
2	气弹簧与阻尼器的组件、汽车悬架及车辆	发明专利	授权	单腔空气弹簧相关，一种新型的低成本空气弹簧方案，解决了低端车型空气弹簧应用问题
3	安装结构、空气弹簧及汽车悬架	发明专利	等年登印费	单腔空气弹簧相关，一种空气弹簧结构技术，以低成本

序号	专利名称	专利类型	状态	说明
				的方式解决空气弹簧安装过程中的定位问题
4	耐磨胶料组合物在制备主动式空气弹簧用囊皮中的应用、主动式空气弹簧	发明专利	等待实审提案	多腔空簧相关，涉及多腔空气弹簧的高强度囊皮胶料应用，实现了对多腔空簧的高强度囊皮材料需求的应用

(2) 多腔空气弹簧相关技术研发情况

截至本回复出具日，普莱德（苏州）在多腔空气弹簧领域已掌握以下关键技术：

技术领域	具体技术	技术成熟度
塑料气室热气焊接技术	基于注塑件的材料选型、结构设计、工艺设计等技术，保证塑料焊接气室的几何尺寸、气密性及耐压性，以此技术满足在空簧产品中的应用	成熟
囊皮制造技术	通过多角度帘线复合硫化技术制造抗扭转囊皮产品，从而解决多腔空簧扭转问题，提升了总成耐久特性	成熟
囊皮扣压技术	通过多瓣扣压设备与高低齿齿形结构配合，解决了直帘线囊皮的扣压难度问题，从而提升了空簧总成的耐久性能和低温气密性能	成熟
多腔电磁阀噪声控制技术	基于公司实验室噪声测试设备，实现多腔空簧的电磁阀噪声测试与优化，保证了产品的 NVH 性能，即噪声（Noise）、振动（Vibration）和声振粗糙度（Harshness）性能，解决客户在多腔空簧应用过程中的噪声问题	成熟
电磁阀装配技术	通过先进的电磁阀装配与检测设备，保证了电磁阀的装配精度与装配气密性	成熟

(3) 多腔空气弹簧相关技术储备的充分性

截至本回复出具日，普莱德（苏州）已取得及申请受理专利中有 14 项与空气弹簧直接相关，其中 9 项与多腔空气弹簧直接相关。此外，普莱德（苏州）在多腔空气弹簧领域已掌握多项关键技术。

普莱德（苏州）的多腔空气弹簧技术已获得客户验证与认可，证明了技术的充分性和可靠性，正因如此，定点客户与普莱德（苏州）签订协议确定将新平台项目空气悬架系统中前后单腔空气弹簧总成产品升级为前后多腔空气弹簧总成产品。定点客户对样件的性能测试、耐久性测试和装车验证结果表示满意，认为多腔空气弹簧的性能和质量符合要求。

普莱德（苏州）在多腔空气弹簧领域积累了丰富的技术经验，具备从单腔向多腔切换的技术储备。通过持续的研发投入和技术创新，普莱德（苏州）已掌握多腔空气弹簧的核心技术，能够快速实现技术转化和产品升级。

综上所述，普莱德（苏州）对于多腔空气弹簧相关的技术储备充分，且已获得客户认可，能够满足客户的技术及生产要求。

5、产品升级后定点 A 的进度安排及是否存在因技术不达标取消定点资格的情况

（1）产品升级后定点 A 的进度安排

关于定点项目 A，普莱德（苏州）已经收到前期技术开发费，并已交付了单腔、多腔空气弹簧总成试装件。2024 年 10 月，国内某高端品牌车企 A 与普莱德（苏州）签订协议确定将新平台项目空气悬架系统中前后单腔空气弹簧总成产品升级为前后多腔空气弹簧总成产品。

根据普莱德（苏州）与该车企最新签订的《零部件商务采购合同》中的销售预测，该项目生命周期为 6 年，合计预测量 48 万辆，在全生命周期内预计该项目销售额约为 12.6 亿元，项目整体预计 2026 年年初开始量产交付。

定点 A 的产品升级后，虽然整体时间节点有所调整，但是最终 SOP 时间节点与升级前的时间相同，并未发生变化。因此，相关时间节点的调整，不会对定点 A 相关产品后续设计开发和生产销售造成重大影响，亦不存在重大不确定性，不会对募投项目产生重大不利影响。

（2）产品升级后不存在因技术不达标取消定点资格的情况

截至本回复出具日，普莱德（苏州）在多腔空气弹簧的气室匹配设计、电磁阀匹配设计、材料选择和集成化设计等方面已掌握关键技术，并通过了实验室测试和样件的装车调试验证。其多腔空气弹簧技术已获得客户验证与认可，证明了技术的充分性和可靠性。正是因为多腔空气弹簧技术相关技术及样件质量达到客户要求，定点客户与普莱德（苏州）签订协议确定将新平台项目空气悬架系统中前后单腔空气弹簧总成产品升级为前后多腔空气弹簧总成产品。定

点客户对样件的性能测试、耐久性测试和装车验证结果表示满意，认为多腔空气弹簧的性能和质量符合要求。

此外，普莱德（苏州）已建立了完善的风险控制机制，包括技术评审、工艺验证和质量控制等环节，确保产品升级过程中的技术风险得到有效控制。公司将通过持续的研发投入和技术创新，持续确保多腔空气弹簧技术的先进性和可靠性。

因此，截至本回复出具日，产品升级后不存在因技术不达标取消定点资格的情况。

综上所述，单腔空簧与多腔空簧在生产制造工艺流程方面基本相同，仅在气室结构、电磁阀装配、工艺精度等方面存在一定差异；鉴于单腔空簧和多腔空簧在主要核心零部件上的共用性，这种共用性使得从单腔空簧向多腔空簧的产品升级过程更加平滑，能够有效降低研发和生产成本。同时，由于主要核心零部件上的共用性，产品升级不会对后续的设计开发、生产制造及销售环节造成重大不利影响，反而能够提升产品的市场竞争力和技术附加值；针对设计和生产多腔空气弹簧的技术难点，普莱德（苏州）已采取的应对措施并克服了技术难点；多腔空气弹簧技术符合空气弹簧的未来发展趋势，普莱德（苏州）对本次定点产品的升级符合市场主流技术方向及市场需求；普莱德（苏州）已掌握了多腔空气弹簧相关技术，其技术储备充分；定点 A 的产品升级后，**虽然整体时间节点有所调整，但是最终 SOP 时间节点与升级前的时间相同**；截至本回复出具日，产品升级后不存在因技术不达标取消定点资格的情况。因此，定点 A 相关产品后续设计开发和生产销售不存在重大不确定性，不会对募投项目产生重大不利影响。

（四）结合空气悬架系统行业的进入壁垒、普拉尼德非排他性技术转让、普莱德（苏州）的竞争优势，定点 A 及定点 B 相关车型定位及市场需求、定点车企的研发生产实力、销售能力、历史销售情况及定点车型预测销量、定点车企与普莱德（苏州）订单签订情况、定点项目引入其他供应商等情况，进一步说明募投项目产能消化的合理性

1、空气悬架系统行业的进入壁垒

（1）资金壁垒

空气悬架系统行业属于资金和技术密集型行业，需要投入大量资金进行厂房建设，采购先进的生产设备、实验设备、检测仪器及各种工程软件工具等，产品生产涉及到模具开发及制造、产品开发设计、样品试制和检测，此类成本也较高。同时，生产经营活动中采购、运输、存储等环节对于现金流有着较高的要求。以上环节均需要投入大量的资金，对新进入的空气悬架系统制造企业形成较高的资金壁垒。

（2）技术壁垒

空气悬架系统技术壁垒较高，其关键零部件包括空气弹簧、空气供给单元、ECU 控制器、减振器等，具有较高技术标准要求。空气悬架系统集成复杂，各部件要求高度耦合，既需关注部件自身强度等，也要强化部件间耦合准确度，此外，还需满足频率、阻尼等多个核心指标，并与主机厂深度融合。近年来汽车车型及动力平台的更新换代周期逐步缩短，整车厂车型开发周期不断缩短，新产品开发速度加快。空气悬架系统制造商需要通过优化技术、改进质量、加快设计、提高研发速度等方式，同步开发配套零部件，实现客户的产品升级诉求。这些设计、研发和生产技术及经验的积累和优化，需要一定的时间加以储备，因此技术壁垒是空气悬架系统行业的主要壁垒之一。

（3）客户准入壁垒

主机厂在选择上游零部件配套供应商过程中，往往建立了一整套严格的供应商认证标准。首先，汽车零部件生产厂商按照下游客户的要求建立国际认可的 IATF16949:2016 质量管理体系及 ISO14001 环境管理体系，获得该认证周期长，成本较高。其次，主机厂在选择供应商纳入其合格供应商名录中时，需要履行其内部严格的供应商审核程序，从技术研发能力、质量保证能力、生产制造能力以及成本控制能力等多方面考核认定，认证成功才能被主机厂纳入合格供应商范围。对于已经进入合格供应商名录的企业还需在后续合作过程中进行

定期和不定期考核。同时，当主机厂有新的项目需要定点零部件供应商时，会从其合格供应商名录中挑选供应商进行技术交流、技术评审（包括技术方案评审、制造方案评审、质量方案评审、物流方案评审等）及商务谈判等，最终选定其定点供应商。正因主机厂对配套企业有着极其严格的体系要求、准入要求、考核要求和定点要求，主机厂上游配套企业一旦得到主机厂的认可，就会形成稳固长期的合作关系。因此，严格的客户准入壁垒是该行业的主要壁垒之一。

综上所述，空气悬架系统行业的进入壁垒较高，公司通过长期的持续投入，已完成了部分产线的建设，并具有较强的技术储备，且与主机厂形成了良好紧密的合作并获取了客户定点，为本次募投项目产能消化提供了有力的保障。

2、普拉尼德非排他性技术转让

（1）普拉尼德基于双方目前合作关系，在国内寻找其他第三方进行合作的可能性较低

虽然普莱德（苏州）与普拉尼德签订的《技术转让及合作开发协议》并未明确约定普拉尼德对外独立销售、转让或再授权相关技术（原技术）的限制，但是基于双方目前的合作关系，其在国内再寻找其他第三方进行空气悬架系统业务的相关合作的可能性较低。

（2）国内空气悬架系统行业已属于市场化竞争行业，普拉尼德与其他第三方合作不会对普莱德（苏州）原本所面临的市场竞争格局造成重大变化

近年来，受益于新能源汽车市场的快速扩张，国内空气悬架供应商快速发展。根据盖世汽车研究院最新统计数据显示，**2024 年**，孔辉科技、拓普集团、保隆科技为国内空气悬架行业排名前三位的供应商，其市场份额已超过 80%，市场集中度较高。其中，孔辉科技、保隆科技于 2021 年实现空气悬架相关产品的量产，拓普集团于 2023 年底实现空气悬架相关产品的量产。

国内空气悬架行业的下游市场需求由高端市场在向中端市场扩展，正处于低渗透、高增长的行业发展阶段。根据联储证券的预测，2024 年至 2030 年，空气悬架市场规模年均复合增长率预计将超过 35%，2030 年空气悬架市场规模

将有望超过 750 亿元，预计空气悬架市场渗透率将达到 30%，其中，新能源汽车市场的渗透率将达到 40%，燃油车市场的渗透率将达到 4%。随着空气悬架市场的快速发展，市场竞争将不断加剧，国产供应商不断丰富产品种类及产能。

因此，国内空气悬架系统行业已属于市场化竞争行业，普拉尼德与其他第三方合作不会对普莱德（苏州）原本所面临的市场竞争格局造成重大变化。

（3）即使普拉尼德将其专有技术对外独立销售、转让或再授权其他第三方使用，其他第三方需要较长时间和较大的资金投入

国内企业布局空气悬架系统业务需要较长时间和较大的资金投入。以发行人为例，自成立普莱德（苏州）起至首个定点项目量产交付止，发行人持续投入超过 2 年时间，该时间不包括发行人为布局空气悬架系统业务的前期准备时间。此外，普莱德（苏州）为汲取、消化、创新普拉尼德非专利技术，持续招聘研发及运营人员，截至 2025 年 3 月 31 日，普莱德（苏州）员工共计 114 人，其中，研发中心、运营部共计 84 人。2023 年度及 2024 年度，普莱德（苏州）在研发方面累计投入达 6,098.17 万元，其中，研发费用相关的投入为 3,253.91 万元，研发相关的非专利技术、设备、软件等方面的投入为 2,844.27 万元。同时，发行人在了解并掌握了空气悬架系统产品的研发技术、系统集成技术和生产制造能力的基础上，持续对工程建设、设备采购、生产线的安装等进行投入，截至 2024 年 12 月 31 日，普莱德（苏州）非流动资产金额为 14,411.82 万元。此外，发行人前期投入普莱德（苏州）在用及计划使用的土地使用权及房屋建筑物的原值超过 7,000 万元。

因此，即使普拉尼德后续将其专有技术对外独立销售、转让或再授权其他第三方使用，其他第三方在国内进行产线建设、专利申请、客户供应商准入及定点获取等事项都需要较长的时间和较大的资金的投入，才有可能最终实现空气悬架系统业务的量产，而届时普莱德（苏州）已具有较强的先发优势和技术专利形成的技术壁垒，因此，不会对本次募投项目产能消化造成重大不利影响。

（4）普莱德（苏州）对受让非专利技术享有协议项下的完整权益且已申请自主研发的专利并已陆续取得专利权，能够形成技术壁垒

普莱德（苏州）在向普拉尼德购买非专利技术后，已享有了与专有技术的技术和专业知识相关的全部文档、培训及经验，普莱德（苏州）在原专有技术基础上进行汲取、消化、创新，了解并掌握了空气悬架系统产品的研发技术、系统集成技术和生产制造能力，基于此，普莱德（苏州）已获得自主研发的汽车空气悬架系统核心技术相关发明专利，**并累计已获得 4 项发明专利和 1 项实用新型专利授权，另有 2 项发明专利处于公开审核状态以及 20 项专利申请已获得受理**，其项目的开发与落地完全由国内团队自主完成，即使普拉尼德对外独立销售、转让或再授权相关技术，普莱德（苏州）对已取得的发明专利具有了排他性，能够形成技术壁垒，且普莱德（苏州）已经取得客户定点，其技术已获得主机厂客户的认可，其具备技术方面的竞争优势。

综上所述，普拉尼德非排他性技术转让不会对本次募投项目产能消化造成重大不利影响。

3、普莱德（苏州）的竞争优势

普莱德（苏州）的竞争优势具体情况详见“问题 2”之“一”之“（二）”之“2”之“（1）”之“④普莱德（苏州）在人员技术、客户资源及管理服务等方面都具有一定的竞争优势，且已获得客户认可，是本次募投项目产能消化的重要保障”。

综上所述，发行人在人员技术、客户资源及管理服务等方面都具有一定的竞争优势，在汽车空气悬架系统及部件生产建设项目实施的过程中，能够形成更强的协同效应，有助于发行人汽车空气悬架系统及部件生产建设项目的产能消化。

4、定点 A 及定点 B 相关车型定位及市场需求、定点车企的研发生产实力、销售能力、历史销售情况、定点车型预测销量、定点车企与普莱德（苏州）订单签订情况、定点项目引入其他供应商等情况

（1）定点车型定位、市场需求

发行人国内某高端品牌车企 A 的定点（以下简称“定点 A”）、国内某车企 B 的定点（以下简称“定点 B”）相关车型定位及市场需求情况已申请豁免披露。

（2）定点车企的研发生产实力、销售能力、历史销售情况、定点车型预测销量、定点车企与普莱德（苏州）订单签订情况、定点项目引入其他供应商等情况

国内某高端品牌车企 A、国内某车企 B 在研发生产实力、销售能力、历史销售情况、定点车型预测销量、定点车企与普莱德（苏州）订单签订情况、定点项目引入其他供应商的具体情况如下：

项目	国内某高端品牌车企 A	国内某车企 B
研发生产实力	已申请豁免披露	已申请豁免披露
销售能力及历史销售情况	已申请豁免披露	已申请豁免披露
定点车型预测销量	该定点车型的生命周期为 6 年，合计预测量 48 万辆，在全生命周期内预计该项目销售额约为 12.6 亿元	由于该车企需要对其车型设计进行调整，致使其整车项目的整体开发时间延期，该定点预计销量为 SOP 后 10 年（即 2035 年）25 万台，预计该项目销售额（含税）约为 10.8 亿元
定点车企与普莱德（苏州）订单签订情况	按照汽车零部件行业惯例，在获得量产批准后，车企将与公司签订年度框架协议且每年制定相应的年度采购计划，并根据实际生产情况及需求变化实时更新并确定订单，随后通过供应商采购系统或邮件等形式向公司下达订单，前述订单签订方式有利于公司对年度产能的合理规划与安排，确保生产与市场需求的紧密匹配，订单的确定性较高，能够支撑公司对募投项目的部分产能进行消化	按照汽车零部件行业惯例，在获得量产批准后，车企将与公司签订年度框架协议且每年制定相应的年度采购计划，并根据实际生产情况及需求变化实时更新并确定订单，随后通过供应商采购系统或邮件等形式向公司下达订单，前述订单签订方式有利于公司对年度产能的合理规划与安排，确保生产与市场需求的紧密匹配，订单的确定性较高，能够支撑公司对募投项目的部分产能进行消化

定点项目引入其他供应商情况	截至本回复出具日，定点 A 项目未引入其他供应商	截至本回复出具日，定点 B 项目未引入其他供应商
---------------	--------------------------	--------------------------

综上所述，发行人已取得的定点项目市场需求较大，定点车企的研发生产实力强劲，具有一定的销售能力，能保证定点车型的预测销量，且截至本回复出具日，定点车企尚未引入其他供应商，定点项目能够支撑公司对募投项目的部分产能进行消化。

5、定点车型预测销量与募投项目产能消化的敏感性分析

以定点车型预测销量波动为指标，对公司募投项目产能消化比例情况进行敏感性分析如下：

产品	定点预测销量	产能消化比例					
		2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年
空气弹簧总成	预测销量不变	-	85.00%	56.76%	48.21%	28.75%	26.25%
	下降 10%	-	76.50%	51.08%	43.39%	25.88%	23.63%
	下降 20%	-	68.00%	45.41%	38.57%	23.00%	21.00%
	下降 30%	-	59.50%	39.73%	33.75%	20.13%	18.38%
空气供给单元	预测销量不变	-	25.00%	13.51%	8.93%	6.25%	6.25%
	下降 10%	-	22.50%	12.16%	8.04%	5.63%	5.63%
	下降 20%	-	20.00%	10.81%	7.14%	5.00%	5.00%
	下降 30%	-	17.50%	9.46%	6.25%	4.38%	4.38%
产品	定点预测销量	产能消化比例					
		2031 年	2032 年	2033 年	2034 年	2035 年	2036 年
空气弹簧总成	预测销量不变	21.25%	6.25%	6.25%	6.25%	6.25%	-
	下降 10%	19.13%	5.63%	5.63%	5.63%	5.63%	-
	下降 20%	17.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	-
	下降 30%	14.88%	4.38%	4.38%	4.38%	4.38%	-
空气供给单元	预测销量不变	6.25%	6.25%	6.25%	6.25%	6.25%	-
	下降 10%	5.63%	5.63%	5.63%	5.63%	5.63%	-
	下降 20%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	-
	下降 30%	4.38%	4.38%	4.38%	4.38%	4.38%	-

注 1：上述产能情况已按会计年度口径进行调整；

注 2：定点 B 项目规划量纲为 SOP 后 10 年 25 万台，公司为该项目终端车企的独家供应商，因终端车企未明确其各年度的规划，故按照年平均计算方式测算其定点预测销量；

注 3：产能消化比例=定点预测销量/募投产品产能

根据上述表格，公司已取得的定点项目对本次募投项目达产年前（2029 年）的产能消化情况较好，若定点预测销量下降，则产能消化比例下降幅度较高，随着公司产能的提升，达产年后，已取得的定点项目预测销量的波动对产能消化比例影响较小。

截至本回复出具日，公司已完成项目第一期阶段中生产线及生产设备的调试，公司预计将形成年产 72 万支空气弹簧总成产能和 20 万支空气供给单元产能。公司所涉及的产线具有较强的兼容性，**所形成的产能可实现各类车型空气悬架系统的生产，公司只需要对少数工装进行更换即可将生产线切换进而生产不同车型的空气悬架系统**，因此，不会因某一客户的订单不达预期而存在产能闲置的情况。

此外，公司积极进行市场拓展，已成功通过多家主流车企的供应商准入审核并获得项目定点。具体业务拓展情况已申请豁免披露。前述车企业务的顺利推进为本次募投项目的实施提供了市场保障，故即使现有定点项目产品需求量因车型销量情况出现一定波动，也不会对本次募投项目产能的消化造成重大不利影响。

综上所述，空气悬架系统行业的进入壁垒较高，公司通过长期的持续投入，已完成了部分产线的建设，并具有较强的技术储备，且与主机厂形成了良好紧密的合作并获取了客户定点，为本次募投项目产能消化提供了有力的保障；普莱德（苏州）对已取得的发明专利具有了排他性，能够形成技术壁垒，且普莱德（苏州）已经取得客户定点，其技术已获得主机厂客户的认可，其具备技术方面的竞争优势，普拉尼德非排他性技术转让不会对本次募投项目产能消化造成重大不利影响；发行人已取得的定点项目市场需求较大，定点车企的研发生产实力强劲，具有一定的销售能力，能保证定点车型的预测销量，且截至本回复出具日，定点车企尚未引入其他供应商，定点项目能够支撑公司对募投项目的部分产能进行消化；此外，公司所涉及的产线具有较强的兼容性，公司只需

要对少数工装进行更换即可将生产线切换进而生产不同车型的空气悬架系统，因此，不会因某一客户的订单不达预期而存在产能闲置的情况；公司积极进行市场拓展，已成功通过多家主流车企的供应商准入审核并获得项目定点，故即使现有定点项目产品需求量因车型销量情况出现一定波动，也不会对本次募投项目产能的消化造成重大不利影响。因此，募投项目产能消化具有合理性。

6、发行人补充披露相关风险

发行人已在募集说明书之“第五章 与本次发行相关的风险因素”之“三、募集资金投资项目风险”中补充披露相关风险，具体如下：

“（四）募集资金投资项目新增产能消化风险

公司本次募集资金投资项目将投向“汽车空气悬架系统及部件生产建设项目”、“座椅系统集成及部件生产建设项目”及补充流动资金。本次募投项目全部实施完成后，公司将形成年产空气弹簧总成 160 万支、空气供给单元 40 万支等空气悬架系统及部件的生产能力及年产座椅集成系统及部件共 445 万件的生产能力，基于充分的行业分析和可行性研究论证，公司已就募投项目进行了研发团队建设及技术积累，取得了空气悬架系统的定点项目，通过座椅系统集成方面的协同效应整合了客户资源，公司正积极与意向客户接触，具备良好的产能消化基础。但是在本次募投项目后续实施过程中，如果宏观政策、市场需求、技术水平等出现重大变化或新能源汽车行业竞争持续加剧，导致产品需求大幅变动或未能有效开拓市场或市场竞争加剧导致销量不如预期，或目前已取得的定点项目无法按计划推进、试样未获得客户认可而无法取得实际订单或定点车型的预测销售量未达预期，则公司可能面临募投项目新增产能无法消化的风险。”

（五）结合募投产品报告期内价格变化趋势、成本结构、产品更新及技术迭代情况、汽车零部件行业的年降情况、发行人对下游的议价能力、保证募投产品价格及毛利率维持稳定的具体措施等，说明预测期内募投产品销售单价维持不变的依据及合理性，进一步论证募投项目效益测算的合理性和谨慎性

1、募投产品报告期内价格变化趋势、成本结构、产品更新及技术迭代情况

募投产品报告期内价格变化趋势、成本结构、产品更新及技术迭代情况如下：

项目	汽车空气悬架系统及部件生产建设项目	座椅系统集成及部件生产建设项目
报告期内价格变化趋势	根据同行业上市公司保隆科技，披露的公开信息， 2022 年至 2024 年 ，本次募投项目同类产品空气悬架分别为 387.09 元/支、471.28 元/支、 549.03 元/支 ，保隆科技 2021 年开始量产空气悬架，报告期内，其空气悬架价格提升主要系乘用车空气悬架量产及销售占比提升所致；随着高端车型对性能的不断追求，部分新能源车企已不满足于单腔空气弹簧的性能表现，逐步向多腔空气弹簧方向发展，工艺更为复杂的多腔空气弹簧等具有高端配置的空气悬架系统预计渗透率将有所提升，空气悬架系统平均价格预计将有所提升	根据同行业上市公司上海沿浦披露的公开信息， 2022 年至 2024 年 ，本次募投项目同类产品骨架总成的平均价格分别为 555.39 元/辆、881.05 元/辆、 1,181.62 元/辆 ，销售价格的提升主要系产品结构影响，整车座椅骨架总成且产品先进、工艺复杂的零重力座椅骨架总成销售占比提升。报告期内的价格呈提升趋势；随着座椅高端配置下沉，依托零部件增量和升级实现舒适性和个性化，零重力、按摩、通风、记忆等座椅功能渗透率持续提升，座椅系统集成及部件的平均价格预计将有所提升
成本结构	根据测算，达产年，该募投项目的料工费占比分别为 86.35%、2.89%、10.76%，原材料占比较高	根据测算，达产年，该募投项目的料工费占比分别为 79.52%、6.22%、14.25%，原材料占比较高
产品更新及技术迭代情况	随着新能源汽车市场的快速扩张，空气悬架技术将进一步下探至 20 万元至 30 万元级别的市场，此外，高端配置的空气悬架系统的渗透率也将进一步提升。 空气悬架系统中，空气弹簧由单腔向双腔、三腔发展，多腔空气弹簧可实现在相同车身高度下不同悬架刚度的调节，目前配置双腔空气弹簧的车型包括全新极氪 001 的 YOU 版&ME 版、小鹏 G9、极氪 009 ME、领克 09EMP、沃尔沃 EM90 等	座椅舒适性要求持续提升，主要通过电动调节替代手动调节，增加座椅通风、加热和按摩功能，增加调角机构数量，选用高级亲肤的面套材料，增加人体工程学设计等手段进行提升；另外，轻量化是发展节能与新能源汽车的重要技术，其中，座椅轻量化主要通过结构和材料的轻量化实现，通过座椅骨架的尺寸优化和拓扑优化的方式及，选取轻量化的材料制造座椅骨架以达到座椅减重的目的

2、汽车零部件行业的年降情况、发行人对下游的议价能力、保证募投产品价格及毛利率维持稳定的具体措施

(1) 汽车零部件行业的年降情况

年降系汽车行业的行业惯例，整车制造商的新车型在量产期内通常呈现持续增长并趋于稳定的趋势，与之相关的汽车零部件需求亦随之同步变动。对于汽车零部件供应商而言，量产期间订单规模的持续增长将提升汽车零部件的规

模效应。而且，在项目量产经过一段时间后，生产工艺会逐步趋于稳定，生产效率亦会有所提高，因此，整车制造商通常会在项目量产后一段时间内要求供应商有一定幅度的年度降价，通常而言，汽车行业的年降幅度约在 3%-5%左右，年降期间一般为三年。

公司所处行业系汽车零部件行业，每年年末或次年初，客户会提出年降的预期目标，公司结合原材料价格变动情况、产品的业务量等因素综合评估产品年降的可行性以及可年降幅度，并与客户进行协商确定年降比例。随着老项目结束，新项目开始，价格重新开始年降，新老项目的价格不同，因此总体均价不会一直处于下降通道。

（2）发行人对下游的议价能力

发行人与国内外知名大型跨国汽车零部件供应商均保持着长久良好的业务合作关系，其中多数为全球汽车零部件供应商百强企业。除此之外，发行人也作为汽车零部件供应商以直接或间接的方式参与了整车企业的定点项目，其中多数为知名新能源整车企业。发行人通过与客户长期合作，凭借先进的制造能力和过硬的产品质量优势，获得了客户的广泛认可，具有对下游客户一定的议价能力。此外，发行人作为汽车零部件供应商，从产品图纸开始参与汽车零部件的设计研发，具有与整车厂同步研发的能力，从而对下游客户拥有一定的议价能力。

根据汽车行业惯例，汽车零部件行业普遍存在年降情况，发行人综合考虑议价能力、产品周期、原材料价格变动等因素，与下游客户针对是否执行年降及年降幅度等进行协商，随着发行人与客户持续加强合作并深入参与整车研发，发行人议价能力将进一步增强，年降政策对发行人的影响将呈下降趋势。

（3）发行人保证募投产品价格及毛利率维持稳定的具体措施

公司所处行业系汽车零部件行业，根据汽车行业惯例，存在年降情况。发行人为保证募投产品价格及毛利率维持稳定，将采取以下措施保证募投产品价格及毛利率：

①发行人与下游客户在合作期间，随着新车型量产及订单的不断增加，发行人的规模效应将逐渐显现，生产成本也将相应降低并维持募投产品毛利率的稳定；

②发行人将持续拓展新车型项目，新能源汽车行业尚处于高速发展阶段，下游新能源汽车各类车型迭代周期较短，随着老项目结束，新项目开始，价格重新开始年降，新老项目的价格不同，因此募投产品总体均价不会一直处于下降通道；

③发行人将持续提升募投产品的附加值，例如提升多腔空气弹簧销售占比，自产空气供给单元核心部件空气压缩机、提升零重力座椅集成总成销售占比等方式提升销售均价及毛利率水平；

④本次募投项目，发行人作为整车厂的空气悬架系统的系统设计制造商（一级供应商 Tier1）及车身系统中的座椅舒适系统的系统集成化方案提供商（1.5级供应商 Tier1.5），可将销售价格年降的影响向上游供应商传导，发行人根据与下游客户协商确定的年降幅度与上游供应商同步调整年降幅度；

⑤发行人将围绕提高生产效率、改进生产工艺等持续进行技术研发投入，例如发行人计划新增囊皮缠绕工艺以达到减少原材料的消耗并提升产品使用性能的目的，进而降低生产成本并提升募投产品的盈利水平。

综上所述，发行人可通过提升规模效应、持续拓展新车型项目、提升募投产品附加值、向上游供应商协商调整年降幅度及改进生产工艺等措施保证募投产品价格及毛利率的稳定，预测期内募投产品销售单价维持不变具有合理性。

3、募投项目效益测算的合理性和谨慎性

发行人参考了同类产品市场价格，并结合项目定点价格、对未来市场价格预测等因素在谨慎性的原则基础上确定本次募投项目产品的单价，发行人可通过持续拓展新车型项目及提升募投产品附加值维持价格的稳定性，募投项目效益测算具有合理性及谨慎性。

假设在目前预测销售单价基础上，叠加年降对销售单价的影响，则对本次

募投项目的效益影响情况如下：

（1）效益测算假设

①假设本次募投项目的项目周期及产能释放情况维持不变；

②假设达产年前，销售单价受年降影响逐年下降，达产期，销售单价维持年降后的价格不变；

③汽车零部件行业的年降幅度约在 3%-5%左右，假设叠加年降幅度比例分别为 3%、4%、5%；

④本次募投项目，发行人作为整车厂的空气悬架系统的系统设计制造商（一级供应商 Tier1）及车身系统中的座椅舒适系统的系统集成化方案提供商（1.5 级供应商 Tier1.5），根据汽车行业惯例，可将销售价格年降的影响向二级零部件供应商传导，因此假设发行人向上游供应商同比例传导年降影响，即原辅材料费用单价的波动与年降幅度呈同比例变动；

⑤假设燃料与动力费用、生产人员成本、房屋租赁费用、折旧摊销费、修理费等为固定成本，维持不变；

⑥假设其他期间费用、其他制造费用为变动成本，其他期间费用率、其他制造费用率不变。

（2）汽车空气悬架系统及部件生产建设项目

假设对销售单价叠加年降影响，汽车空气悬架系统及部件生产建设项目达产年前将连续 4 年持续叠加年降影响，项目预期效益如下：

单位：万元、年、元/套、元/支							
项目	达产年营业收入	年降后价格		达产年毛利率	达产年后平均毛利率	内部收益率（所得税后）	预计投资回收期（所得税后）
		空气弹簧总成	空气供给单元				
不叠加年降影响	142,000.00	2,000.00	1,550.00	23.76%	25.09%	20.09%	8.14
年降幅度为 3%	125,711.58	1,770.59	1,372.20	22.88%	24.38%	17.31%	8.69
年降幅度为 4%	120,607.21	1,698.69	1,316.49	22.55%	24.12%	16.36%	8.90

项目	达产年营业收入	年降后价格		达产年毛利率	达产年后平均毛利率	内部收益率（所得税后）	预计投资回收期（所得税后）
		空气弹簧总成	空气供给单元				
年降幅度为 5%	115,659.89	1,629.01	1,262.48	22.21%	23.84%	15.42%	9.14

根据上述表格，即使叠加年降影响，本次募投项目仍将实现可观的经济利益，且上述敏感性分析未考虑发行人拓展新车型项目、提升募投产品附加值及提高生产效率、改进生产工艺对价格及毛利率的影响，因此，本次募投项目效益测算具有合理性及谨慎性。

（3）座椅系统集成及部件生产建设项目

假设对销售单价叠加年降影响，座椅系统集成及部件生产建设项目达产年前将连续 3 年持续叠加年降影响，项目预期效益如下：

单位：万元、年、元/件

项目	达产年营业收入	年降后价格		达产年毛利率	达产年后平均毛利率	内部收益率（所得税后）	预计投资回收期（所得税后）
		座椅零部件	座椅系统集成				
不叠加年降影响	40,800.00	30.00	640.00	17.17%	19.32%	13.92%	7.93
年降幅度为 3%	37,237.06	27.38	584.11	15.79%	18.15%	11.35%	8.80
年降幅度为 4%	36,097.23	26.54	566.23	15.30%	17.73%	10.49%	9.15
年降幅度为 5%	34,980.90	25.72	548.72	14.78%	17.29%	9.62%	9.55

根据上述表格，即使叠加年降影响，本次募投项目仍将实现可观的经济利益，且上述敏感性分析未考虑发行人拓展新车型项目、提升募投产品附加值及提高生产效率、改进生产工艺对价格及毛利率的影响，因此，本次募投项目效益测算具有合理性及谨慎性。

综上所述，随着新能源行业的快速发展及高端配置下沉，本次募投产品的整体平均价格预计呈上升趋势。虽然汽车零部件行业普遍存在年降情况，但随着发行人与客户持续加强合作并深入参与整车研发，发行人议价能力将进一步增强，年降政策对发行人的影响将呈下降趋势，且发行人可通过提升规模效应、持续拓展新车型项目、提升募投产品附加值、向上游供应商协商调整年降幅度

及改进生产工艺等措施保证募投产品价格及毛利率的稳定，因此，预测期内募投产品销售单价维持不变具有合理性。此外，发行人参考了同类产品市场价格，并结合项目定点价格、对未来市场价格预测等因素在谨慎性的原则基础上确定本次募投项目产品的单价，即使叠加年降影响，并在未考虑发行人拓展新车型项目、提升募投产品附加值及提高生产效率、改进生产工艺对价格及毛利率的影响前提下，本次募投项目仍将实现可观的经济利益，募投项目效益测算具有合理性和谨慎性。

4、发行人补充披露相关风险

发行人已在募集说明书之“第五章 与本次发行相关的风险因素”之“三、募集资金投资项目风险”中补充披露相关风险，具体如下：

“（二）预期效益无法实现风险

本次募投项目效益测算是在项目逐年达产且产能全部消化的前提下，综合考虑市场供需、行业趋势等因素进行合理预计。本次募投项目的销售单价、毛利率等关键测算指标系根据公司实际情况结合未来市场预测、项目特点、产能规划等确定。考虑到本次募投项目建设及实施周期较长，若未来市场情况发生不利变化、市场竞争加剧或市场开拓不力、客户年降幅度压力较大且发行人未能按计划采取保证募投产品价格及毛利率维持稳定的措施，则可能导致项目产品销售数量、销售价格达不到预期水平。此外，若原材料市场价格、人工成本、制造费用等发生不利变动，或公司成本管理不善，未能转嫁成本端的不利波动，将导致产品毛利率达不到预期水平。上述事项将导致项目最终实现的收益存在不确定性，致使预期投资效果不能完全实现，存在无法达到预期效益的风险。”

二、核查程序和核查意见

（一）保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取了发行人就座椅系统集成及部件生产建设项目关于工艺流程、关键技术和工艺的说明，了解了发行人座椅系统集成产品生产所需的关键技术及工艺的掌握情况；

2、获取了发行人关于座椅系统集成产品关键设备采购情况的说明，了解了发行人生产所需的关键设备的采购情况，是否具备相应的生产条件；

3、获取并查阅了发行人座椅系统集成相关样件的订单及交付情况；获取了发行人关于座椅系统集成产品后续验证安排及相关产品生产是否存在重大不确定性风险的说明；获取了发行人加热通风按摩等舒适系统产品相关定点项目清单；获取了发行人座椅系统集成产品销售团队核心人员的简历；获取了发行人针对座椅系统产品的产能消化保障情况的说明；

4、查阅了新能源汽车行业相关研究报告以及主要新能源车企公布的销量情况，分析了新能源汽车市场情况；

5、检索了目前汽车市场国产车型配用空气悬架的情况；

6、查阅了相关行业研究报告等公开资料，了解了空气悬架和座椅行业发展趋势及市场竞争格局，了解了下游领域发展前景、市场需求等；

7、查阅了同行业公司的官网、年度报告等公开信息，了解了相关募投产品的市场格局情况；获取了发行人竞争优势情况的说明并与同行业公司进行了对比；

8、获取了发行人与募投项目产品相关的定点合同、在手订单、意向性协议等文件，了解了发行人目前的项目进展情况；获取了发行人关于募投项目市场开拓情况、研发进展及产品测试和客户送样情况的说明；

9、访谈了普莱德（苏州）相关技术人员，了解了单腔空气弹簧与多腔空气弹簧在产品技术、生产工艺等方面的异同点、设计和生产多腔空气弹簧的技术难点以及目前市场的主流技术方向，并获取了普莱德（苏州）出具的相关说明；

10、查阅了普莱德（苏州）相关专利证书及专利申请受理文件；获取了普莱德（苏州）对多腔空气弹簧相关技术研发情况及技术储备的充分性的说明；

11、获取了发行人就定点 A 交样的相关签收单据，查阅了定点 A 相关合同，

了解了定点 A 后续进度安排；获取了发行人关于产品升级后不存在因技术不达标取消定点资格的情况的说明；

12、获取了发行人关于空气悬架系统行业的进入壁垒、普拉尼德非排他性技术转让以及普莱德（苏州）的竞争优势对募投项目产能消化的影响的说明；

13、查阅了空气悬架定点项目客户资料以及定点项目合同，获取了发行人关于定点 A 及定点 B 相关车型定位及市场需求、定点车企的研发生产实力、销售能力、历史销售情况、定点车型预测销量、定点车企与普莱德（苏州）订单签订情况、定点项目引入其他供应商情况的说明；

14、对定点车型预测销量与募投项目产能消化进行了敏感性分析；

15、查阅了同行业公司的相关公开资料以及行业研究报告等，了解了募投产品报告期内价格变化趋势以及产品更新及技术迭代情况；查阅了本次募投项目的可行性研究报告，了解了本次募投产品的成本结构情况；

16、获取了发行人关于汽车零部件行业的年降情况、对下游的议价能力情况以及保证募投产品价格及毛利率维持稳定的具体措施的说明；

17、结合年降情况对募投项目产品销售单价进行了敏感性分析，获取了发行人关于募投项目效益测算的合理性和谨慎性的说明；

（二）经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人已调整了座椅系统集成及部件生产建设项目募集资金拟投入金额；发行人已掌握座椅系统集成产品生产所需的焊接、压铆、胀管等多种组装工艺及关键技术且座椅紧固件、冲压件和舒适系统产品均为发行人现有成熟产品，此外，发行人也已采购部分座椅系统集成及部件生产所需的关键设备，在后续募集资金到位及自有资金投入后会进一步采购关键设备并完成生产线的建设，最终能够直接实现座椅系统集成及部件产品的量产，虽然由于发行人座椅系统集成产品尚未取得定点，座椅系统集成产品尚不存在座椅厂的后续验证安排，但是发行人已通过多家座椅厂的合格供应商验证，因此，发行人在座椅系统集

成产品的生产上不存在较大困难及不确定性的情况，相关产品后续生产不存在重大不确定性风险；

2、在汽车行业，尤其是新能源车竞争日趋激烈的情况下，发行人本次募投项目的产能消化风险较低；

3、单腔空簧与多腔空簧在生产制造工艺流程方面基本相同，仅在气室结构、电磁阀装配、工艺精度等方面存在一定差异；鉴于单腔空簧和多腔空簧在主要核心零部件上的共用性，这种共用性使得从单腔空簧向多腔空簧的产品升级过程更加平滑，能够有效降低研发和生产成本。同时，由于主要核心零部件上的共用性，产品升级不会对后续的设计开发、生产制造及销售环节造成重大不利影响，反而能够提升产品的市场竞争力和技术附加值；针对设计和生产多腔空气弹簧的技术难点，普莱德（苏州）已采取的应对措施并克服了技术难点；多腔空气弹簧技术符合空气弹簧的未来发展趋势，普莱德（苏州）对本次定点产品的升级符合市场主流技术方向及市场需求；普莱德（苏州）已掌握了多腔空气弹簧相关技术，其技术储备充分；定点 A 的产品升级后，**虽然整体时间节点有所调整，但是最终 SOP 时间节点与升级前的时间相同**；截至本回复出具日，产品升级后不存在因技术不达标取消定点资格的情况。因此，定点 A 相关产品后续设计开发和生产销售不存在重大不确定性，不会对募投项目产生重大不利影响；

4、空气悬架系统行业的进入壁垒较高，公司通过长期的持续投入，已完成了部分产线的建设，并具有较强的技术储备，且与主机厂形成了良好紧密的合作并获取了客户定点，为本次募投项目产能消化提供了有力的保障；普莱德（苏州）对已取得的发明专利具有了排他性，能够形成技术壁垒，且普莱德（苏州）已经取得客户定点，其技术已获得主机厂客户的认可，其具备技术方面的竞争优势，普拉尼德非排他性技术转让不会对本次募投项目产能消化造成重大不利影响；发行人已取得的定点项目市场需求较大，定点车企的研发生产实力强劲，具有一定的销售能力，能保证定点车型的预测销量，且截至本回复出具日，定点车企尚未引入其他供应商，定点项目能够支撑公司对募投项目的

部分产能进行消化；此外，公司所涉及的产线具有较强的兼容性，公司只需要对少数工装进行更换即可将生产线切换进而生产不同车型的空气悬架系统，因此，不会因某一客户的订单不达预期而存在产能闲置的情况；公司积极进行市场拓展，已成功通过多家主流车企的供应商准入审核并获得项目定点，故即使现有定点项目产品需求量因车型销量情况出现一定波动，也不会对本次募投项目产能的消化造成重大不利影响。因此，募投项目产能消化具有合理性；

5、随着新能源行业的快速发展及高端配置下沉，本次募投产品的整体平均价格预计呈上升趋势。虽然汽车零部件行业普遍存在年降情况，但随着发行人与客户持续加强合作并深入参与整车研发，发行人议价能力将进一步增强，年降政策对发行人的影响将呈下降趋势，且发行人可通过提升规模效应、持续拓展新车型项目、提升募投产品附加值、向上游供应商协商调整年降幅度及改进生产工艺等措施保证募投产品价格及毛利率的稳定，因此，预测期内募投产品销售单价维持不变具有合理性。此外，发行人参考了同类产品市场价格，并结合项目定点价格、对未来市场价格预测等因素在谨慎性的原则基础上确定本次募投项目产品的单价，即使叠加年降影响，并在未考虑发行人拓展新车型项目、提升募投产品附加值及提高生产效率、改进生产工艺对价格及毛利率的影响前提下，本次募投项目仍将实现可观的经济利益，募投项目效益测算具有合理性和谨慎性。

问题 3

根据申报材料，截至 2024 年 6 月，发行人货币资金为 0.82 亿元，金额较小，公司使用闲置募集资金暂时补充流动资金的余额为 13,200.00 万元。

请发行人补充说明：（1）公司暂时闲置资金补流金额高于募集资金总额减去已累计投入募集资金总额的余额，说明其合理性。（2）公司货币资金余额远低于闲置资金补流金额，说明前募资金临时补流履行的决策程序，拟归还时间，相关情况是否影响前募项目资金使用，是否导致前募资金挪用。（3）公司现金流的主要去向，报告期内多数时间盈利情况较好的情况下，货币资金余额较低的合理性；当前货币资金较低的情况是否对公司债务偿还、正常经营产生重大不利影响。

请发行人补充披露（3）相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明及披露

（一）公司暂时闲置资金补流金额高于募集资金总额减去已累计投入募集资金总额的余额，说明其合理性

截至 2025 年 3 月 31 日，公司募集资金使用情况如下：

单位：万元

募集资金总额	理财及利息收入	已累计投入募集资金总额	研发技术中心建设项目剩余资金永久补流	暂时闲置资金补流金额	手续费	余额
43,426.67	2,381.17	35,665.92	189.89	9,950.00[注]	0.27	1.77

注：发行人前次暂时闲置资金补流金额为 1 亿元，已累计归还其中的 50 万元，截至 2025 年 3 月 31 日，剩余暂时闲置资金补流金额为 9,950.00 万元。

公司闲置募集资金暂时补流金额高于募集资金总额减去已累计投入募集资金总额的余额，其差额主要系募集资金理财及利息收入，具有合理性。

（二）公司货币资金余额远低于闲置资金补流金额，说明前募资金临时补流履行的决策程序，拟归还时间，相关情况是否影响前募项目资金使用，是否导致前募资金挪用

1、公司货币资金余额远低于闲置资金补流金额，说明前募资金临时补流履行的决策程序，拟归还时间

公司于 2024 年 2 月 6 日，召开了第三届董事会第一次会议、第三届监事会第一次会议，审议通过了《关于使用闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》，持续督导券商发表了相关核查意见。发行人已于 2024 年 3 月 21 日归还闲置募集资金补流金额 300 万元。截至 2024 年 6 月 30 日，发行人货币资金余额为 8,160.46 万元，闲置募集资金补流金额为 13,200.00 万元。

截至 2025 年 2 月 6 日，公司已将前次用于暂时补充流动资金的 1.35 亿元募集资金全部按期归还至募集资金专户。

2025 年 2 月 7 日，公司第三届董事会第十五次会议、第三届监事会第十三次会议审议通过了《关于使用闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》，同意

公司本次使用不超过人民币 1 亿元的闲置募集资金暂时补充流动资金，持续督导券商发表了相关核查意见。公司同时作出以下承诺：（1）本次以闲置募集资金补充流动资金不会超过 12 个月，在 12 个月使用期限到期之前，款项将及时归还到募集资金专用账户；（2）本次使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金不会改变或变相改变募集资金用途；（3）本次使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金不影响募集资金投资项目正常进行；若募集资金投资项目因实施进度需要使用，公司将及时归还资金至募集资金专户，以确保募集资金投资项目的正常进行；（4）本次使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金，仅限于与主营业务相关的生产经营使用，不会通过直接或者间接安排用于新股配售、申购，或者用于股票及其衍生品种、可转换公司债券等的交易。

2、相关情况是否影响前募项目资金使用，是否导致前募资金挪用

发行人综合考虑公司营运资金需求及募投项目建设情况使用闲置募集资金暂时补充流动资金，且已履行必要的审议程序，公司承诺若募集资金投资项目因实施进度需要使用，公司将及时归还资金至募集资金专户，以确保募集资金投资项目的正常进行。容诚会计师事务所针对 2024 年 6 月末的募集资金使用情况出具了《前次募集资金使用情况鉴证报告》（容诚专字[2024]230Z2214 号）。

截至 2025 年 2 月 6 日，公司已将前次用于暂时补充流动资金的 1.35 亿元募集资金全部按期归还至募集资金专户，还款资金主要为自有资金及银行借款，自有资金主要来源于发行人客户回款及银行存款等，不存在变相占用或挪用募集资金的情形。

综上所述，公司针对前募资金临时补流已履行了相关的决策程序；截至 2025 年 2 月 6 日，公司已将前次用于暂时补充流动资金的 1.35 亿元募集资金全部按期归还至募集资金专户；相关情况不会影响前募项目资金使用，不存在变相占用或挪用前次募集资金的情形。

（三）公司现金流的主要去向，报告期内多数时间盈利情况较好的情况下，货币资金余额较低的合理性；当前货币资金较低的情况是否对公司债务偿还、正常经营产生重大不利影响

1、公司现金流的主要去向，报告期内多数时间盈利情况较好的情况下，货币资金余额较低的合理性

报告期内，货币资金的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
库存现金	46.92	20.02	12.36	5.61
银行存款	11,857.34	9,146.27	13,822.39	15,056.84
其他货币资金	788.29	1,106.89	1,582.04	791.81
合计	12,692.55	10,273.19	15,416.79	15,854.27
其中：受限资金	861.36	1,248.31	1,690.04	889.85

注 1：其他货币资金主要为票据保证金及保证金利息；

注 2：受限资金主要为票据保证金、未决诉讼冻结、协定存款及 ETC 保证金等。

2022 年至 2024 年，公司货币资金余额下降，主要系发行人新增设备、厂房等投资以及支付信征零件收购款导致投资活动现金流出较多所致。2024 年末，货币资金余额进一步下降，主要系经营活动产生的现金流量净额为负以及现金分红所致。2025 年 3 月末，公司短期借款较上年度末有所增加，因此货币资金余额有所增加。报告期内，发行人现金流量表明细如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	52,513.10	141,320.64	165,419.85	99,993.54
收到的税费返还	306.42	1,954.14	3,061.01	1,922.31
收到其他与经营活动有关的现金	73.16	960.65	1,547.11	821.06
经营活动现金流入小计	52,892.68	144,235.43	170,027.97	102,736.90
购买商品、接受劳务支付的现金	42,425.22	99,926.19	114,490.03	69,799.99
支付给职工以及为职工支付的现金	10,320.40	35,097.99	28,576.62	19,379.09
支付的各项税费	1,758.89	5,064.84	6,090.81	3,833.61
支付其他与经营活动有关的现金	1,727.67	11,082.35	11,214.05	5,441.37
经营活动现金流出小计	56,232.17	151,171.36	160,371.51	98,454.05

项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量净额	-3,339.49	-6,935.92	9,656.46	4,282.85
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	1,500.00	10,917.85	44,800.00	172,750.00
取得投资收益收到的现金	54.15	125.17	67.94	234.79
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	25.69	150.12	340.41	257.17
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	172.36
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	4,002.00	-
投资活动现金流入小计	1,579.84	11,193.14	49,210.35	173,414.31
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,124.26	12,851.54	19,191.88	13,925.28
投资支付的现金	2,000.00	6,300.00	39,997.85	179,050.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	7,714.45
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	8,000.00
投资活动现金流出小计	5,124.26	19,151.54	59,189.74	208,689.73
投资活动产生的现金流量净额	-3,544.42	-7,958.40	-9,979.38	-35,275.42
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	3,238.32	965.26	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	2,477.55	-	-
取得借款收到的现金	23,939.59	43,455.73	30,216.54	41,789.70
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	23,939.59	46,694.05	31,181.80	41,789.70
偿还债务支付的现金	13,821.45	32,030.39	30,862.78	20,356.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	357.33	2,980.76	1,051.67	650.08
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	160.00	—	—
支付其他与筹资活动有关的现金	224.88	1,692.40	1,063.24	995.15
筹资活动现金流出小计	14,403.66	36,703.54	32,977.69	22,001.23
筹资活动产生的现金流量净额	9,535.93	9,990.51	-1,795.89	19,788.47

项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	154.29	201.93	881.15	1,267.29
五、现金及现金等价物净增加额	2,806.32	-4,701.89	-1,237.66	-9,936.81
加：期初现金及现金等价物余额	9,024.87	13,726.76	14,964.42	24,901.23
六、期末现金及现金等价物余额	11,831.19	9,024.87	13,726.76	14,964.42

报告期各期，发行人投资活动现金流出分别为 208,689.73 万元、59,189.74 万元、19,151.54 万元和 5,124.26 万元，主要为购买银行理财产品支付的现金以及购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，其中，发行人购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别 13,925.28 万元、19,191.88 万元、12,851.54 万元和 3,124.26 万元，主要系公司新增设备、厂房等产生的资金投入所致；此外，2022 年度因支付信征零件收购款导致投资活动现金流出增加。

报告期各期，发行人分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为 650.08 万元、1,051.67 万元、2,980.76 万元和 357.33 万元。除现金分红外，主要系银行借款产生的利息，公司银行借款较多，因此利息支出较大。

2024 年末，发行人货币资金余额下降较多，主要系经营活动现金流量净额为负所致，经营活动现金流量净额为负的主要原因：（1）受通讯行业客户采购下降影响，加之期间费用等经营性支出较上年同期增加，公司盈利水平有所下滑；（2）公司新能源领域业务生产销售同比增加较大导致营运资金投入增加；（3）公司产品主要应用领域预期向好，采取适当加大成品备货的策略，导致 2024 年末存货规模有所增长；（4）受公司经营规模增长、回款进度安排影响，导致 2024 年末经营性应收项目规模有所增长。

2025 年 3 月末，公司短期借款较上年末有所增加，因此货币资金余额有所增加。

综上所述，报告期内多数时间盈利情况较好的情况下，货币资金余额较低，主要系发行人新增设备、厂房等投资造成现金流出；发行人 2022 年度支付信征

零件收购款导致投资活动现金流出增加；**2024 年度**受业绩下滑、新能源领域投入增加、备货成本加大、**经营性应收项目同比增加**等因素影响导致经营活动现金流量净额为负；**2025 年 1-3 月**，公司短期借款较上年度末有所增加，因此货币资金余额有所增加，具有合理性。

2、当前货币资金较低的情况是否对公司债务偿还、正常经营产生重大不利影响

(1) 货币资金、交易性金融资产情况

报告期各期末，公司未受限的货币资金、交易性金融资产的具体情况如下：

单位：万元				
项目	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
未受限的货币资金	11,831.19	9,024.87	13,726.76	14,964.42
交易性金融资产	2,273.70	1,743.92	6,683.76	12,055.18
合计	14,104.89	10,768.80	20,410.52	27,019.60

最近一期末，公司未受限的货币资金主要为银行存款，交易性金融资产主要为变现性良好的银行大额存单及**银行理财产品**，公司未受限的货币资金、交易性金融资产合计为 **14,104.89 万元**，可用于公司日常经营、在建工程投资建设及偿还长短期借款。

(2) 带息债务及偿还安排

①短期借款及一年内到期的长期借款

截至 **2025 年 3 月 31 日**，公司短期借款及一年内到期的长期借款合计为 **39,700.25 万元**，其偿还期限为一年以内，公司拟通过可支配货币资金、经营活动产生的现金流偿还 1 年以内到期借款。公司偿还短期借款及一年内到期的长期借款的安排如下：

单位：万元		
项目	账面价值	偿还安排

项目	账面价值	偿还安排
未受限的货币资金及交易性金融资产	14,104.89	公司未受限的货币资金主要为银行存款，交易性金融资产主要为银行大额存单及银行理财产品，流动性较好，均可用于偿还短期借款及一年内到期的长期借款
应收账款	63,724.24	最近一期，公司账龄在 1 年以内的应收账款余额占比为 95.92%，应收账款周转率为 2.47，公司应收账款账龄较短，质量良好，回收风险低，应收账款收回后可用于偿还短期借款及一年内到期的长期借款
存货	44,869.62	最近一期，公司存货库龄在 1 年以内的存货余额占比为 86.21%，存货周转率为 2.84，公司存货库龄较短，若通过日常生产经营实现销售后，可用于偿还上述借款

②长期借款

截至 2025 年 3 月 31 日，公司长期借款余额为 13,140.12 万元，其偿还期限为一年以上。公司已与多家大型银行等金融机构建立了良好、稳定的业务合作关系，累计所获授信额度较高，可较好满足经营规模扩张所带来的营运资金融资需求，并可视未来发展的运营资金需求在适当条件合理分配使用授信额度。

(3) 未使用银行授信情况

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人拥有各商业银行综合授信额度 329,500.00 万元，已使用 58,754.46 万元额度，未使用银行授信额度为 270,745.54 万元，从银行授信情况来看，发行人征信记录良好，银行融资渠道畅通，未使用授信额度充足，公司可以根据经营资金需求及时从金融机构获取资金用于满足公司融资需求。

综上所述，报告期内发行人新增设备、厂房等投资及支付信征零件收购款等导致资金投入较大，同时受业绩下滑、新能源领域投入增加、备货成本加大、经营性应收项目同比增加等因素影响导致经营活动现金流量净额为负，从而导致报告期末货币资金余额较低；2025 年 1-3 月，公司短期借款较上年度末有所增加，因此货币资金余额有所增加，具有合理性；报告期内，发行人融资渠道畅通、资产变现能力强，有息借款均有合理的偿还安排，当前货币资金较低的情况不会对公司债务偿还、正常经营产生重大不利影响。

3、发行人补充披露相关风险

发行人已在募集说明书之“第五章 与本次发行相关的风险因素”之“二、财务风险”中补充披露相关风险，具体如下：

“（六）偿债能力下降及流动性风险

截至 2025 年 3 月 31 日，公司短期借款余额为 21,980.93 万元，较 2024 年末增加 7,155.87 万元；公司未受限的货币资金、交易性金融资产合计为 14,104.89 万元，流动比率、速动比率分别为 1.19、0.83，短期偿债能力较弱。虽然目前公司银行授信额度较为充足，发行人不存在较大的债务压力或流动性风险，但如发行人未来经营状况发生重大变化导致财务状况恶化，则可能导致偿债能力下降或流动性风险。”

二、核查程序和核查意见

（一）保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取并查阅了发行人募集资金账户银行流水及会计师出具的《前次募集资金使用情况鉴证报告》，分析了公司前次闲置募集资金暂时补流金额高于募集资金总额减去已累计投入募集资金总额的余额的原因；

2、查阅了发行人关于第三届董事会第一次会议决议和第三届监事会第一次会议决议的公告；查阅了华林证券出具的《关于苏州瑞玛精密工业股份有限公司使用闲置募集资金暂时补充流动资金的核查意见》；获取了发行人前募资金临时补流归还情况的银行回单；获取了发行人关于前募资金临时补流是否影响前募项目资金使用，是否导致前募资金挪用的说明；

3、获取了发行人最近三年的银行流水及报告期各期现金流量表，并结合现金流量表分析了报告期内发行人现金流的主要去向；获取了发行人关于现金流的主要去向及货币资金余额较低的合理性的说明；

4、查阅了发行人财务报告和信用报告，了解了发行人报告期各期货币资金、交易性金融资产、带息债务及偿还安排、未使用银行授信情况；取得了发行人

关于当前货币资金较低的情况是否对公司债务偿还、正常经营产生重大不利影响的说明。

（二）经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司闲置募集资金暂时补流金额高于募集资金总额减去已累计投入募集资金总额的余额，其差额主要系募集资金理财及利息收入，具有合理性；

2、公司针对前募资金临时补流已履行了相关的决策程序；截至 2025 年 2 月 6 日，公司已将前次用于暂时补充流动资金的 1.35 亿元募集资金全部按期归还至募集资金专户；相关情况不会影响前募项目资金使用，不存在变相占用或挪用前次募集资金的情形；

3、报告期内发行人新增设备、厂房等投资及支付信征零件收购款等导致资金投入较大，同时受业绩下滑、新能源领域投入增加、备货成本加大、**经营性应收项目同比增加**等因素影响导致经营活动现金流量净额为负，从而导致报告期末货币资金余额较低；**2025 年 1-3 月，公司短期借款较上年度末有所增加，因此货币资金余额有所增加**，具有合理性；报告期内，发行人融资渠道畅通、资产变现能力强，有息借款均有合理的偿还安排，当前货币资金较低的情况不会对公司债务偿还、正常经营产生重大不利影响。

其他问题：

请发行人关注再融资申请受理以来有关该项目的重大舆情等情况，请保荐人对上述情况中涉及该项目信息披露的真实性、准确性、完整性等事项进行核查，并于答复本审核问询函时一并提交。若无重大舆情情况，也请予以书面说明。

回复：

一、主要媒体报道情况

自发行人本次发行预案首次披露之日至本回复出具日，发行人、保荐机构持续关注媒体报道，并通过网络检索等方式对发行人本次发行相关媒体报道情况进行了自查，主要相关舆情情况如下：

序号	发布媒体	发布日期	报道标题	关注问题	相关核查说明
1	每日经济新闻	2024/5/20	瑞玛精密：拟向特定对象增发募资不超过 6.8 亿元	定增预案内容	公告内容引用
2	中国经济网	2024/5/21	瑞玛精密拟定增募资不超 6.8 亿元 2020 年上市募 4.75 亿	定增预案内容	公告内容引用
3	金融界	2024/5/21	瑞玛精密将于 6 月 6 日召开股东大会，审议公司向特定对象发行股票方案等议案	临时股东大会议案	公告内容引用
4	长江商报	2024/5/21	瑞玛精密拟定增募资 6.8 亿扩产 首季净利降九成 IPO 项目已投资 72%	经营业绩、本次发行情况、前次募集资金使用情况	公告内容引用
5	尺度商业	2024/5/29	押注空气悬架！瑞玛精密遭遇转型阵痛	经营业绩、本次发行情况、股权激励	定增申报文件已说明或披露经营业绩下滑的原因、募投项目可行性及实施风险、股权激励等情况
6	新浪财经	2024/6/19	苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司第三届董事会第五次会议决议公告	董事会决议	公告内容引用
7	每日经济新闻	2024/6/27	注意！瑞玛精密将于 7 月 15 日召开股东大会	临时股东大会	公告内容引用
8	中国经济网	2024/10/15	瑞玛精密前三季预亏正拟不超 6.8 亿定增 2020 年上市	经营业绩、本次发行情况	定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因、募投项目可行性及实施风险等情况
9	杰车科技	2024/10/28	现金吃紧、目标难达成，瑞玛精密“押注式”扩产前景不明	经营业绩、股权激励情况、本次发行情况	申报文件已说明或披露了经营业绩下滑的原因、股权激励指标设置的原因及合理性以及本次募投项目具体情况，并已在申报文件中披露相关风险
10	金融界	2024/10/30	瑞玛精密：向特定对象发行股票申请获深交所受理	公司公告	公告内容引用
11	财中社	2024/11/1	深度 由盈转亏瑞玛精密选择押宝空气悬架	经营业绩、本次发行情况、前次募集资金使用情况	定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因、募投项目可行性及实施风险等情况
12	湖北长江商报	2024/12/6	瑞玛精密前三季亏 563.6 万负债	经营业绩、本次发行情况、	定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因、募投项

序号	发布媒体	发布日期	报道标题	关注问题	相关核查说明
			率 59% IPO 项目投资进度仅 78% 拟再募 6.8 亿	前次募集资金使用情况	目可行性及实施风险等情况
13	每日经济新闻	2025/1/20	斥资超 300 万美元，瑞玛精密将在墨西哥买地	公司公告	公告内容引用
14	每日经济新闻	2025/2/19	保荐机构函证相符比例为何不到 10%？瑞玛精密回复非公开发行审核问询函	经营业绩、保荐机构与会计师函证差异	问询函回复中已说明经营业绩下滑的原因、保荐机构与会计师函证差异原因等情况
15	乐居财经	2025/4/7	套现瑞玛精密，陈晓敏夫妇再募资了	经营业绩、前次募集资金使用情况	定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因、前次募投项目进度等情况
16	新浪财经	2025/4/7	瑞玛精密定增寻增长，募投项目优化布局	经营业绩、本次发行情况、股权激励	定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因、募投项目可行性及实施风险、股权激励等情况
17	新浪财经	2025/4/25	瑞玛精密 2024 年营收 17.74 亿元同比增 12.51%，净利润-2531.55 万元同比降 148.99%，毛利率下降 2.99 个百分点	经营业绩	定增申报文件已披露经营业绩变动的原因
18	中国证券报	2025/4/25	瑞玛精密：2025 年一季度净利润 1291.51 万元 同比增长 474.77%	经营业绩	定增申报文件已披露经营业绩变动的原因
19	新浪财经	2025/4/26	鹰眼预警：瑞玛精密应收账款增速高于营业收入增速	经营业绩	定增申报文件已披露经营业绩变动的原因
20	Auto 座椅产业链观察	2025/4/29	一家成立 24 年的座椅舒适系统公司被全资收购，创始团队套现离场且被竞业十年	收购少数股东股权	公告内容引用
21	新浪财经	2025/4/30	瑞玛精密 2 亿收购子公司少数股权：标的此前未达承诺业绩 左手掏空家底右手定增融资	收购少数股东股权、经营业绩、本次发行情况	公告内容引用、定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因、募投项目可行性及实施风险、
22	DONEWS	2025/4/30	瑞玛精密 2 亿收购子公司少数股权 加剧资金链紧张	收购少数股东股权、经营业绩	公告内容引用、定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因

序号	发布媒体	发布日期	报道标题	关注问题	相关核查说明
23	读创	2025/5/1	子公司业绩未达标，瑞玛精密仍斥资 2 亿加码收购，负债率走高 年报首现亏损	收购少数股东股权、经营业绩	公告内容引用、定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因
24	金融界	2025/5/7	瑞玛精密 2024 年财报：营收增长 12.51%，净利润却由盈转亏	经营业绩	定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因
25	电鳗财经	2025/5/8	瑞玛精密业绩转亏 拟近 2 亿元收购控股子公司股权	收购少数股东股权、经营业绩	公告内容引用、定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因
26	每日经济新闻	2025/5/9	负债率偏高又拟 2 亿元发起收购 瑞玛精密：货币资金规模远低于短期借款系“有意为之”	收购少数股东股权、偿债能力	公告内容引用、定增申报文件已披露货币资金余额下降的原因
27	新浪乐居	2025/5/20	瑞玛精密 2024 年盈转亏，61 岁副总谭才年身兼多职、年薪超总经理	经营业绩、公司董监高薪酬	定增申报文件已披露经营业绩下滑的原因、公司董监高薪酬已经股东大会审议通过

如上表所示，自发行人本次发行预案首次披露之日至本回复出具日，媒体报道主要为公司公告内容引用，同时，少数媒体关注的公司业绩下滑、募投实施风险、前次募投资金使用情况等，公司已在本次向特定对象发行股票申报文件进行说明或披露。自本次发行预案公告日至本回复出具日，发行人不存在社会关注度较高、传播范围较广、可能影响本次发行等重大舆情或媒体质疑情况，不存在质疑发行人本次发行项目信息披露真实性、准确性、完整性的相关媒体报道。

二、核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

- 1、通过网络检索等方式检索了发行人自本次发行预案公告日至本回复出具日的相关媒体报道情况；
- 2、查看了是否存在与发行人本次发行相关的重大舆情或媒体质疑情况，并与本次发行申请文件进行了对比。

三、核查意见

经核查，保荐机构认为：自本次发行预案公告日至本回复出具日，发行人不存在社会关注度较高、传播范围较广、可能影响本次发行等重大舆情或媒体质疑情况，不存在质疑发行人本次发行项目信息披露真实性、准确性、完整性的相关媒体报道。

发行人及保荐机构将持续关注有关发行人本次发行相关的媒体报道情况，如果出现媒体对该项目信息披露真实性、准确性、完整性提出质疑的情形，发行人将及时进行核查。

（以下无正文）

（本页无正文，为苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司《关于苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司申请向特定对象发行股票的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司

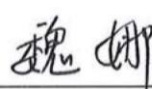


2025年6月3日

（本页无正文，为国金证券股份有限公司《关于苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司申请向特定对象发行股票的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：


朱国民


魏 娜



国金证券股份有限公司董事长声明

本人已认真阅读《关于苏州瑞玛精密工业集团股份有限公司申请向特定对象发行股票的第二轮审核问询函的回复》的全部内容，了解问询函回复所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，问询函回复不存在虚假记载、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。

董事长：



冉云

