

HDT 恒道科技

专业的热流道生产厂家

关于浙江恒道科技股份有限公司 向不特定合格投资者公开发行股票 并在北京证券交易所上市申请文件的 审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



国泰海通证券股份有限公司
GUOTAI HAITONG SECURITIES CO., LTD.

二〇二五年九月

北京证券交易所：

贵所于 2025 年 7 月 10 日出具的《关于浙江恒道科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“审核问询函”）已收悉。

根据贵所的要求，浙江恒道科技股份有限公司（以下简称“发行人”“公司”或“恒道科技”）与国泰海通证券股份有限公司（以下简称“国泰海通”或“保荐机构”）、国浩律师（杭州）事务所（以下简称“律师”或“国浩律师”）、天健会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“审计机构”或“天健会计师”）对审核问询函中所涉及的问题进行了认真核查并发表意见，在此基础上对发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请相关文件进行了补充和修订。现将审核问询函的落实和修改情况逐条书面回复如下，请予以审核。如无特别说明，本问询函回复中的简称或名词释义与《浙江恒道科技股份有限公司招股说明书（申报稿）》中的相同。

本审核问询函回复的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	黑体（加粗）
审核问询函问题回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的引用	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

本审核问询函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。

目录

目录.....	2
一、业务与技术	3
问题 1：市场空间及成长性.....	3
二、财务会计信息与管理层分析	35
问题 2：客户数量较多且较为分散下收入核查充分性.....	35
问题 3：应收款项余额较大且占营业收入比例较高.....	114
问题 4：高毛利率的合理性及核查充分性.....	174
问题 5：其他财务问题.....	234
三、募集资金运用及其他事项	270
问题 6：募投项目的必要性及合理性.....	270
问题 7：其他问题.....	301

一、业务与技术

问题 1：市场空间及成长性

根据申请文件：（1）公司主要产品为热流道系统，目前我国注塑模具大多采用冷流道，热流道技术在注塑模具领域使用率仍仅为 10%。（2）我国热流道厂商以外资品牌为主，外资品牌热流道厂商起步早、技术沉淀深厚，品牌知名度高，占据国内热流道市场主要份额，尤其在高端热流道领域具有较强的竞争优势。

（3）2024 年度，热流道系统在全球汽车、3C 消费电子、家电和包装注塑领域的市场份额占比分别为 41.80%、20.52%、10.58%和 15.05%，其中下游最重要的市场为汽车塑料零部件制造业；报告期内，公司热流道产品主要收入来源于汽车领域，各期占比超过 92%；根据 QYResearch 研究报告，2024 年国内汽车热流道市场为 27.16 亿元，预计 2030 年国内汽车热流道销售收入达到 41.06 亿元。（4）公司热流道系统具有定制化程度高的特点，生产和销售均按照点位为单位计算。

请发行人：（1）结合热流道系统和冷流道系统的优劣势比较情况，说明国内注塑模具主要使用冷流道的原因，热流道系统是否为注塑模具的主流发展趋势，公司是否具有成长性。（2）说明热流道系统在国内各应用领域的市场份额占比情况，与全球市场份额是否一致并分析原因，结合可比公司的情况，说明国内热流道系统在其他领域是否大规模应用，进一步说明热流道系统的市场空间；说明除汽车领域外，发行人在其他领域是否形成销售，销售的主要客户及对应的注塑成型产品、销量及金额等，发行人是否具有拓展其他领域客户的能力。（3）说明发行人和主要竞争对手的市场份额情况，产品主要应用领域及下游客户是否有重合，对比公司产品与外资企业相关产品的应用领域、产品类型、主要技术指标、研发能力、产品价格、服务能力等，说明公司与外资企业相比存在哪些差距，在高端热流道领域能否与外资企业竞争。（4）具体说明下游客户采购产品的情况，单套模具是否需要多个点位，针对同一产品的同一套模具，客户仅采购单套热流道系统还是采购多套同型号热流道系统，说明热流道系统的使用寿命，同一套热流道系统是否需要定期更换，客户需求是否主要来自产能扩张或设备更新，结合下游客户的固定资产投资情况进一步说明热流道系统的市场需求。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、结合热流道系统和冷流道系统的优劣势比较情况，说明国内注塑模具主要使用冷流道的原因，热流道系统是否为注塑模具的主流发展趋势，公司是否具有成长性

总体而言，国内注塑模具领域主要使用冷流道主要归因于热流道技术在国内产业链中的应用尚处于发展阶段且成本较高，而冷流道技术在特定场景下具备成本优势，因此热流道技术的整体使用率不高。然而，参考国外热流道技术使用率逐步提升的发展轨迹，热流道系统在汽车、电子、医疗、高端包装等行业领域将成为主流发展趋势，其未来市场空间广阔，公司所处行业具有成长性。

（一）热流道和冷流道技术方面优劣势对比

热流道技术作为注塑模具领域的一项革新性技术，是对传统冷流道技术的优化与升级，属于无流道凝料浇注技术范畴。其核心原理是通过在模具流道部分集成加热棒、加热圈等元件，对浇注系统实施持续加热或绝热控制，并借助温度控制器精准调控塑料温度，使流道及浇口内的塑料始终保持熔融状态，从而避免浇注系统凝料产生、降低注射压力损失，最终将熔融塑料经喷嘴注入模具型腔。

热流道技术和冷流道技术在技术方面、应用场景的对比情况如下：

项目	热流道技术	冷流道技术	热流道技术对比优势
技术原理	流道内恒温保持塑料熔融，直接注入型腔，无废料	塑料在流道中自然冷却固化，会形成废料（凝料）	热流道技术无废料产生，无需后续废料处理工序
产品外观	无痕或微痕，适合高光/透明件	浇口痕迹明显	热流道技术适用于外观要求较高的塑料件，可提高产品质量和良品率
材料利用率	95%以上（近乎零浪费）	60%~70%（废料需处理）	热流道技术一般可节约原材料30%-50%
成型周期	短（流道持续熔融）	长（需冷却流道）	热流道技术可实现连续生产，一般可以缩短30%生产周期
维护难度	高（需定期清理、更换加热元件）	低（结构简单，故障少）	热流道系统需要专人技术人员维护，维护难度相对较高；但可减少因废料处理和频繁开模带来的人力和时间成本
应用场景	大批量、高精度、高流动性塑料材料、高附加值产品	小批量、多品种、热敏感性材料、低成本需求	热流道技术在大批量生产中可以降本增效，高精度需求提升外观与尺寸精度，复杂结构提高效率，高流动性材料保障成型质量与稳定性；冷流道技术则适用于小批量、低成本及热敏感材料场景

（二）说明国内注塑模具主要使用冷流道的原因

我国主要使用冷流道技术，而热流道技术的覆盖程度较低的核心痛点在于技术成本、应用场景等的综合制约，具体如下：

1、技术成本门槛较高

热流道系统的初始投资成本较冷流道较高，需配备加热元件、温控系统等高价值部件，维护费用和更换成本也显著增加，因此中小模具厂商面临较大经济压力。同时，热流道系统设计涉及热膨胀控制、绝热措施等复杂工艺，对操作人员技术要求高，进一步推高了企业的技术培训和管理的成本。因此，对于汽车、3C 消费电子、家电、医疗等相对高端领域的注塑行业企业来说，其对于热流道系统的成本敏感性要弱于普通塑料包装、塑料管等领域的中小模具厂商。

2、应用场景存在局限性

热流道技术虽在大批量生产汽车部件、家电外壳、医疗器材、化妆品包装等场景中，具有材料利用率高、成型周期短的优势，但对生产规模依赖性强，对于小批量或热敏感塑料材料的应用场景来说，具有经济性不足的特点。除此之外，部分特殊材料如 PVC，因流动性或热敏感性问题仍需冷流道更精准的控制，例如熔体在长路径的热流道中停留时间过长，尤其是在较长注射周期的情况下，会给热敏性塑料热损害，以及因为温度控制误差会引起熔体材料的温度差异，从而导致塑料熔体非均匀填充等情况。因此，上述小批次、特殊材料要求等应用场景的局限性也制约了热流道的应用范围。

综上所述，热流道技术拥有诸多优势，但也存在模具造价成本高、模具结构复杂需严格控制温度、需专业人士维护等缺点，这也使得部分企业在选用时较为谨慎，因此在注塑模具全行业领域的覆盖程度仍处于较低的阶段，汽车、3C 消费电子、家电、医疗等高端领域的应用覆盖程度相对较多。

（三）热流道系统是否为注塑模具的主流发展趋势，公司是否具有成长性

尽管目前国内热流道技术覆盖率较低，但热流道系统在注塑模具中使用度提高是主流发展趋势，行业空间广阔，公司具有成长性，具体如下：

首先，参照国外经验借鉴来看，20 世纪 80 年代中期，美国、欧洲、日本的

热流道模具使用率分别为 15%-17%、12%-15%、10%左右，而到 90 年代美国已提升至 40%以上，大型制品模具中更是超过 90%，技术成熟与产业链完善将推动覆盖率持续提升。其次，在国内市场产业链发展驱动背景下，例如国内车企品牌崛起及新能源汽车成本优化需求，倒逼产业链对高精度、高效率生产工艺的需求提升，为热流道技术提供了广阔的市场空间；同时，汽车、3C 消费电子、医疗等高端领域对产品质量与生产效率的要求升级，进一步拉动热流道技术应用。

根据 QYResearch 统计，2024 年我国热流道市场销售收入已达 78.76 亿元，预计 2030 年将增长至 114.43 亿元，热流道系统国内市场空间广阔。公司自成立以来专注于热流道系统领域，通过持续自主创新与市场开拓，吸收国内外先进设计理念与技术，已在行业内树立良好品牌形象，获得广泛用户认可，形成显著综合竞争优势。报告期内，公司市场竞争力稳步提升，产品应用领域不断拓展。叠加国家产业政策对高端制造的大力支持、制造业转型升级带来的市场机遇，公司未来发展空间广阔，具备持续成长潜力。

二、说明热流道系统在国内各应用领域的市场份额占比情况，与全球市场份额是否一致并分析原因，结合可比公司的情况，说明国内热流道系统在其他领域是否大规模应用，进一步说明热流道系统的市场空间；说明除汽车领域外，发行人在其他领域是否形成销售，销售的主要客户及对应的注塑成型产品、销量及金额等，发行人是否具有拓展其他领域客户的能力

（一）说明热流道系统在国内各应用领域的市场份额占比情况，与全球市场份额是否一致并分析原因，结合可比公司的情况，说明国内热流道系统在其他领域是否大规模应用，进一步说明热流道系统的市场空间

1、说明热流道系统在国内各应用领域的市场份额占比情况，与全球市场份额是否一致并分析原因

根据 QYResearch 统计，2024 年度，热流道系统在全球和中国市场的主要应用领域市场份额情况占比如下：

市场份额	汽车	3C 消费电子	家电	包装	其他
全球比例	41.80%	20.52%	10.58%	15.05%	12.04%
中国比例	34.49%	24.65%	16.90%	13.97%	9.99%

全球热流道市场各应用领域中，以汽车、3C 消费电子为主，占比分别为 41.80% 和 20.52%，国内热流道系统的各领域市场份额与全球热流道市场分布基本一致，主要以汽车和 3C 消费电子为主，占比分别为 34.49%和 24.65%，其次为家电和包装领域。

（1）随着汽车产业链对于塑料零部件轻量化、高质量发展的要求，热流道系统在国内外汽车领域的应用最为广泛

汽车轻量化发展趋势为汽车塑料零部件制造业带来更多发展机遇。近年来，随着环保与节能的需要，汽车轻量化已成为世界汽车设计发展的主要趋势之一。塑料具有质轻、易成型、耐腐蚀性强、弹性变形等特点，增加塑料零部件在整车中的使用量可以降低整车成本及其重量、增加汽车有效负荷。从现代汽车使用的材料来看，无论是外装饰件、内装饰件，还是功能与结构件，大部分均为塑料制件，且随着工程塑料硬度、强度、拉伸性能的不断提高，塑料车窗、车门、骨架乃至全塑汽车已逐步出现，汽车塑化进程正在加快。热流道技术在汽车车灯和内外饰等塑料部件的生产中发挥着关键作用。因此，汽车轻量化发展趋势将提高汽车塑料件在汽车零部件中的份额，为上游注塑模具以及热流道系统行业带来更多发展机遇。

透明、高光汽车塑料零部件对表面光洁度等外观要求极高。热流道系统通过精确控温和平衡流道设计，保证熔体流动时的稳定性，确保熔体均匀填充，减少表面缺陷，提升产品质感。针阀式热流道系统还可以通过对阀针的精准控制来控制浇口开闭，避免产品熔接线，提升产品外观质量。

汽车零部件需承受振动、温差等复杂工况，对尺寸稳定性和力学性能要求严格。热流道技术由于熔体一直处于熔融状态，且针阀式热流道能够控制浇口开闭，可减少因冷流道导致的收缩不均问题，并通过优化保压降低残余应力，提高零件的尺寸稳定性及耐久性。

（2）3C 消费电子、家电市场对于质量、环保的日益提升，促使热流道系统在上述领域的市场份额较大，而中国作为家电和 3C 消费电子领域的重要制造基地，占比更高

3C 消费电子产品往往要求高精度和复杂的设计，要求塑料模具和热流道技

术能够提供更精细、更复杂的成型能力，例如可通过微型喷嘴和紧凑型流道设计，在有限空间内实现精密注塑成型，实现 3C 电子产品持续向轻薄化发展的需求；还支持多腔同步注塑，实现复杂构件的一次成型，减少后续组装工序；更重要的是，相比传统冷流道来说，使用热流道技术能够节省大量的废料产生，因此热流道系统在 3C 消费电子领域使用率较高。对于一些添加阻燃剂的电子产品来说，由于材料料性不稳定，容易降解，对温控稳定性和流道内壁的表面粗糙度要求较高，这时热流道的优势就较为明显，因此热流道系统在 3C 消费电子领域使用率较高。

随着家电产品向轻量化、个性化和环保化方向发展，塑料制品因其轻质、耐腐蚀、易加工等特性，在家电领域的应用量不断增长。针对家电领域外观形美学塑料因其色彩丰富、外观效果多样且只需一次成型的特点，在家电设计中越来越受欢迎，满足了消费者对美观、个性化产品的需求。塑料不仅用于外观部件，还越来越多地用于内部结构件，如冰箱抽屉、洗衣机内外桶、空调风叶等。

根据工业和信息化部信息，2022 年我国消费电子产销规模均居世界第一，是消费电子产品的全球重要制造基地，全球主要的电子生产和代工企业大多数在中国设立制造基地和研发中心，全球约 80% 的个人计算机、65% 以上的智能手机和彩电在国内生产。根据《2023 中国智造 3C 家电行业白皮书》，中国已经成为全球最大的家电制造基地。中国家电产能约占全球的 60-70%，其中，空调、冰箱和洗衣机三大件的产能在全球占比分别为 80%、60%、42%；电视机、微波炉在全球家电的产能比重为 70%-80%；小家电占全球产能的比重也达到了 50%。因此，中国作为 3C 消费电子、家电生产大国，热流道在 3C 消费电子、家电市场份额占比高于全球市场具有合理性。

2、结合可比公司的情况，说明国内热流道系统在其他领域是否大规模应用，进一步说明热流道系统的市场空间

（1）可比公司在国内热流道系统其他领域已实现大规模应用

①麦士德福

公司热流道系统可比公司为麦士德福，根据麦士德福招股书显示，麦士德福专注于热流道系统、精密注塑模具和注塑制品的研发、设计、生产和销售，

2020-2022 年的收入分布情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
热流道系统	22,739.82	41.09%	19,601.18	38.26%	16,411.78	38.11%
精密注塑模具	11,305.56	20.43%	12,110.10	23.64%	10,001.51	23.22%
注塑制品	21,300.56	38.49%	19,517.33	38.10%	16,655.43	38.67%
合计	55,345.94	100.00%	51,228.61	100.00%	43,068.72	100.00%

根据麦士德福招股书显示，麦士德福热流道系统主要销售给国内模具厂商，其最终下游应用领域包括汽车内外饰塑料件、家电塑料件、IT 电子塑料件等相关注塑制品的生产，具体如下：

最终下游应用领域	麦士德福热流道对应最终产品名称
汽车	汽车内外饰：保险杠，仪表盘，车门板，格栅，挡泥板，车灯，中央通道，车顶盖，后备箱盖，音响尾板，置物板，车窗玻璃包边，发动机盖，水槽，装饰条，AB 柱，档位套，手套箱，风框等
家电	家电类：空调（导风板、面板、底盘、面罩），冰箱（抽屉、后背板、冷藏门饰条、门保护板、接水盘、蛋架等），洗衣机（面板、控制盘座、内桶、门盖内外环、门透镜），电视机（前框、中框、后盖、电池盖）；小家电类：净化器，热水器，饮水机，电饭煲，果汁机，开水壶等注塑塑料件
IT 电子	笔记本电脑（面板、前框、中框、底壳），手机（面壳、中壳、底壳、电池盖），打印机、复印机、充电器、开关面板等塑料件
其他	1、食品和日化包装：薄壁的一次性饭盒、水杯，包装盒，瓶盖，化妆品盒、盖等 2、医疗耗材：注射器的针筒，外套，芯杆，注射器护套，针座，针柄，调节器架，输液器护套，穿刺器，针柄，滑轮等

根据麦士德福审核问询函回复显示，2020-2022 年，麦士德福各期热流道系统收入按终端应用领域的分布具体如下：

单位：万元

所属终端应用领域	2022 年度	占比	2021 年度	占比	2020 年度	占比
家电	6,962.77	30.62%	6,096.51	31.10%	4,856.32	29.59%
汽车	7,415.16	32.61%	6,043.07	30.83%	5,055.96	30.81%
IT 电子	5,516.95	24.26%	5,478.07	27.95%	4,810.11	29.31%
医疗	1,132.83	4.98%	244.33	1.25%	259.94	1.58%
其他	1,712.12	7.53%	1,739.20	8.87%	1,429.45	8.71%
热流道系统收入合计	22,739.82	100.00%	19,601.18	100.00%	16,411.78	100.00%

由上可知，公司可比公司麦士德福热流道系统终端应用领域主要为家电、汽车、IT 电子、医疗等，应用范围较广。麦士德福在汽车领域以外的家电、IT 电

子等领域均实现了热流道系统的大量销售，表明热流道系统在其他领域也已经广泛运用。

②公司其他国内外竞争对手

根据公司国内外竞争对手官网等信息显示，公司国内外竞争对手在汽车、家电、3C 消费电子等领域均实现广泛应用，具体如下：

序号	主要竞争对手	公司介绍	产品主要应用领域
1	柳道（YUDO）	柳道（YUDO）创于 1980 年，总部位于韩国，是专业从事高端注塑模具“热流道系统”制造的公司，其生产的热流道系统可应用于汽车、家电、3C 消费电子、包装、医疗等领域。目前热流道市场份额在全球市场占有率第一。	汽车、家电、3C 消费电子、包装、医疗等领域
2	马斯特（Mold-Masters）	马斯特（Mold-Masters）成立于 1963 年，是美股上市公司 Hillenbrand 集团（纽约证券交易所：HI）旗下的一家运营公司，主要生产热流道、控制器、辅助注塑设备等，产品终端应用领域包括汽车、大型白色家电/物流用品、医疗、包装、瓶盖、个人护理、消费品、电子、工程等领域；在全球 28 个国家或地区设有工厂或办事处等。	汽车、大型白色家电/物流用品、医疗、包装、瓶盖、个人护理、消费品、电子、工程等领域
3	圣万提（Synventive）	圣万提（Synventive）前身于 1971 年成立，于 2012 年被美股上市公司 BARNES 集团（纽约证券交易所：B.N，2025 年退市）收购，是全球领先的塑料注射成型行业热流道系统制造商之一，其产品可应用于汽车、工业、电气和电子以及家用电器等众多领域。圣万提在北美、亚洲、欧洲都设有生产基地。	汽车、工业、电气和电子以及家用电器等众多领域
4	欧瑞康好塑（Oerlikon-HRSflow）	好塑 HRSflow 成立于 1987 年，2021 年被表面工程、聚合物加工和增材制造供应商欧瑞康收购，自此以 Oerlikon HRSflow（欧瑞康好塑）为品牌名称进行运营，致力于为塑料注塑行业设计和制造热流道系统；其产品可应用于汽车、家电、包装、医疗、家具用品、食品等多个领域。欧瑞康好塑在全球设有 3 个生产工厂，50 多个分支。	汽车、家电、包装、医疗、家具用品、食品等多个领域
5	好特斯	苏州好特斯模具有限公司成立于 2007 年，注册资本为 25,000 万元人民币，是从事热流道系统研发、制造及销售服务的高新技术企业。	汽车、医疗、电子产品等

③下游模具行业上市公司

经查询，下游部分模具上市公司公开信息中亦提及使用了热流道系统产品，主要应用于医疗器械、高分子塑料耗材、精密电子零组件、半导体耗材模具、智能家电、婴童出行用品等行业，具体如下：

公司名称	主营业务	热流道使用情况
昌红科技 (300151.SZ)	昌红科技是一家拥有 25 年卓越工程技术经验、定制的自动化解决方案、领先的精密模具设计制造能力和出色的注塑工艺的国家高新技术企业，三大应用领域为医疗器械及高分子塑料耗材、智能制造产品以及半导体耗材	根据昌红科技公开信息披露：“模具及智能制造注塑件采购的主要原材料包括：各类塑料原料（ABS、PP、PPABS 等）、模胚、 热流道 、模具钢等。”
鼎通科技 (688668.SH)	鼎通科技是一家专注于研发、生产、销售通讯连接器精密组件和汽车连接器精密组件的高新技术企业。鼎通科技通讯连接器组件产品直接客户主要为安费诺、莫仕和中航光电等知名连接器模组制造商，并最终配套供应华为、中兴通讯等通讯设备生产商。鼎通科技汽车连接器组件产品主要应用于家用汽车电子控制系统。	鼎通科技在主要新模产品系列的技术指标及技术难点中提到“.....3、模具采用新的开发设计技术， 注塑模具采用油压式针阀式热流道 ，每个产品一个热嘴方式点进胶，模具定位精准，才能保证产品精度。.....”
奕东电子 (301123.SZ)	奕东电子主要从事 FPC、连接器零组件、LED 背光模组等精密电子零组件的研发、生产和销售，主要应用于消费类电子、通讯通信、新能源、汽车电子、工业及医疗等领域，客户群体主要包括新能德、欣旺达、比亚迪、歌尔股份、宁德时代、安费诺、莫仕、泰科、申泰、立讯精密、天马微电子、超声电子等国内外知名企业。	根据招股书显示：“公司向新能德（为奕东电子 2019 年-2021 年 1-9 月的第一大客户）销售的连接器零组件产品主要是精密塑胶结构件，应用于手机、游戏机、运动相机等，主要下游客户是知名手机品牌、索尼、GoPro、大疆等。.....报告期内前两年与后两年毛利率差异较大的原因主要是公司于 2019 年度对新能德精密塑胶结构件的模具增开一模多穴，大幅提升生产效率， 同时改换用热流道注塑工艺，无胶料水口产生，提高材料使用率.....。 ”
横河精密 (300539.SZ)	横河精密专注于精密模具、精密注塑零组件的研究开发，依托长期在模具开发、注塑成型以及汽车轻量化工艺等方面的技术积累与沉淀，目前已形成智能家电、汽车智能座舱、汽车工程塑料轻量化应用等产品体系。	经查询，横河精密核心技术多处使用热流道结构，具体如下： （1）注塑、拉升、吹塑一次成型法：“.....模具用材特殊，热处理工艺要求严，模具结构 热流道针阀式 ，模具型腔表面抛光性好.....” （2）模具多型腔加工技术：“.....模具用材特殊，热处理工艺要求严格， 热流道针点式 ，模具型腔表面抛光性好，模具重复定位精度高，自动化程度高，保证产品浇口平整光滑.....”
奇德新材 (300995.SZ)	奇德新材业务板块之一为精密注塑模具。奇德新材通过模具设计、工艺设计、生产加工及装配、调试、质量检测生产出符合客户需求的模具产品，主要包括汽车塑料零部件模具、婴童出行用品零部件模具和其他模具，具体应用领域为汽车配件、婴童出行用品（婴童推车、儿	根据招股书显示的精密注塑模具的单位成本构成来看， 热流道系统亦为主要材料之一。

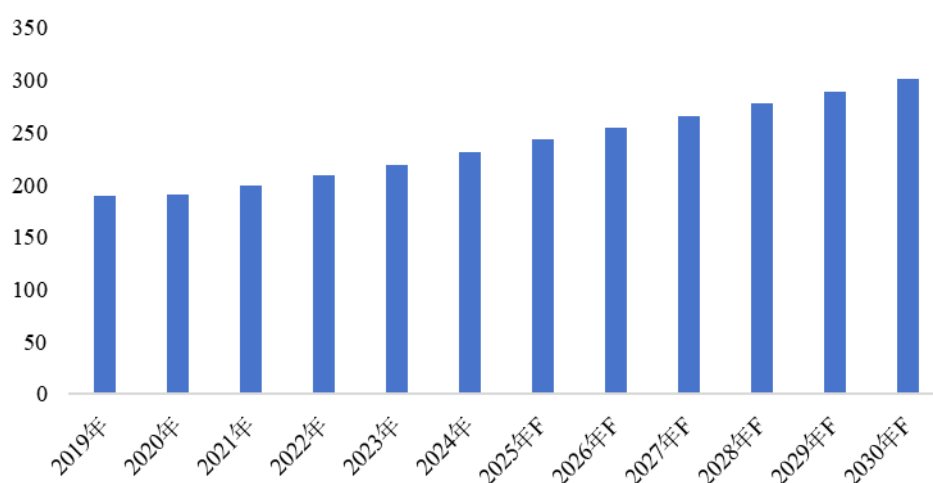
公司名称	主营业务	热流道使用情况
	童汽车安全座椅）和其他领域（如高端家电、包装等）。	

综上所述，结合公司可比公司麦士德福、柳道等竞争对手，以及下游模具行业上市公司使用情况来看，热流道产品除应用于汽车领域外，亦在家电、3C 消费电子、医疗器械等领域有较大规模的应用。

（2）热流道系统应用范围较广，市场空间较大

全球热流道系统市场近年来保持着稳定的增长，根据 QYResearch 统计，全球热流道市场销售规模由 2019 年的 189.24 亿元增长至 2024 年的 231.54 亿元。未来，随着汽车行业、3C 消费电子行业、家电行业、医疗行业等下游行业需求的增长趋势，以及下游市场对高性能产品需求的增加，热流道系统在注塑领域将进一步渗透，营业收入得到进一步提升，预计 2030 年全球热流道市场销售规模将增长至 301.68 亿元。

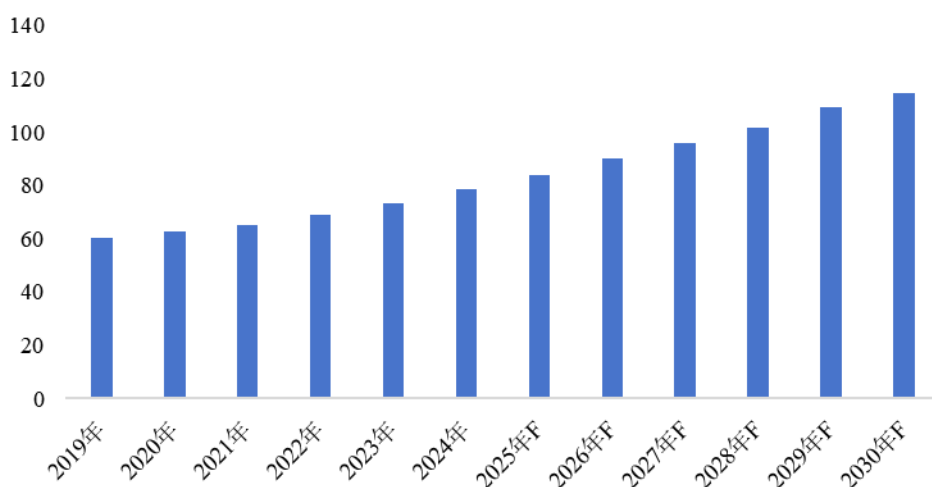
2019-2030年全球热流道市场销售规模（亿元）



数据来源：QYResearch 研究报告

21 世纪以来，随着我国加入 WTO 后制造业迅猛发展，全球知名热流道厂商 2002 年起纷纷通过建立生产基地或设立子公司等各种形式进驻中国大陆市场，使近年来我国热流道产量和市场销售规模均处于全球首位。根据 QYResearch 的统计，2024 年我国热流道销量和市场销售收入分别占全球的 46.46%和 34.02%，国内热流道销售收入由 2019 年的 60.42 亿元增长至 2024 年的 78.76 亿元，未来随着我国热流道使用率的提升，国内市场销售规模预计仍将保持稳定增长，预计 2030 年国内热流道销售收入将达到 114.43 亿元。

2019-2030年中国热流道市场销售规模（亿元）



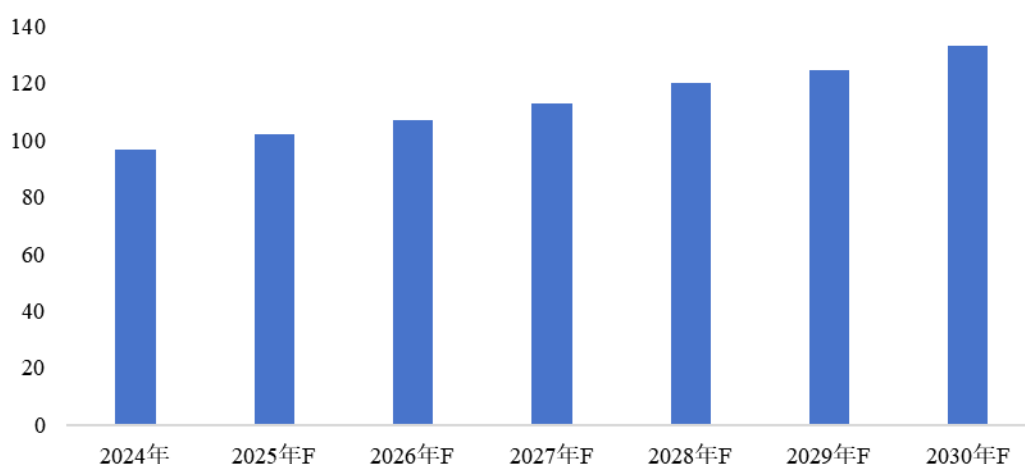
数据来源：QYResearch 研究报告

从热流道应用领域来看，热流道系统主要应用在汽车、3C 消费电子、家电和包装注塑领域，2024 年度全球各应用领域的热流道市场份额占比分别为 41.80%、20.52%、10.58%和 15.05%；热流道系统在中国汽车、3C 消费电子、家电和包装注塑领域的市场份额占比分别为 34.49%、24.65%、16.90%和 13.97%。其中下游最重要的市场为汽车塑料零部件制造业，主要系汽车产业发展的个性化、轻量化、智能化、节能环保趋势，使塑料件的功能化、性能要求以及精密度等要求较高，而热流道有利于汽车塑料模具实现前述目标，因此该领域的热流道应用研发较早，技术渗透率、技术水平和单价均较其他应用领域较高。其次，在电子、家电和包装领域，由于市场需求量较大以及产品更新速度较快，热流道使用亦保持快速增长。从热流道下游应用领域来看，热流道市场规模具体情况如下：

①汽车热流道市场规模

报告期内，公司热流道产品主要收入来源于汽车领域，2024 年全球汽车领域（包括车灯、内外饰等）热流道系统市场收入为 96.78 亿元，预计到 2030 年全球市场规模将增至 132.93 亿元。

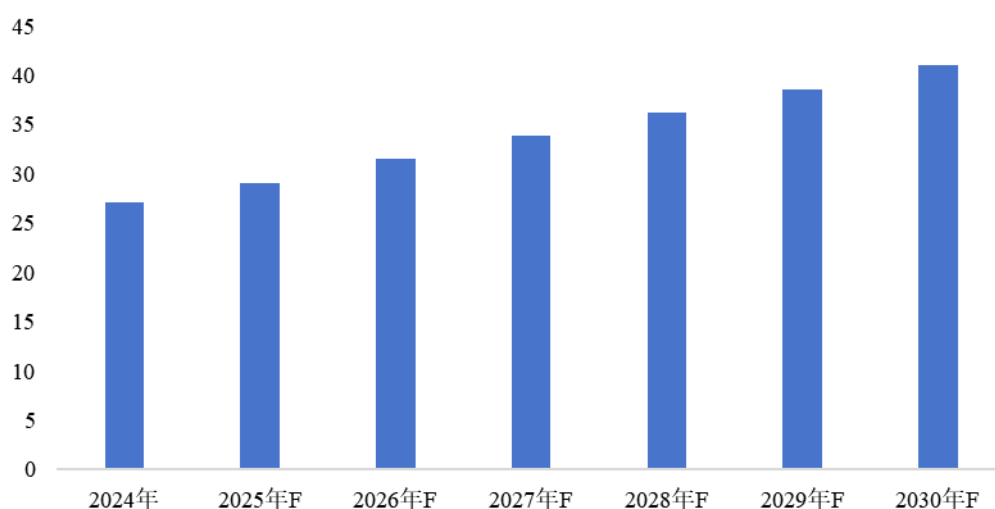
2024-2030年全球汽车热流道市场规模（亿元）



数据来源：QYResearch 研究报告

国内汽车热流道市场近年来保持着稳定的增长，根据 QYResearch 研究报告显示，2024 年国内汽车热流道市场规模为 27.16 亿元，预计 2030 年国内汽车热流道销售收入达到 41.06 亿元。

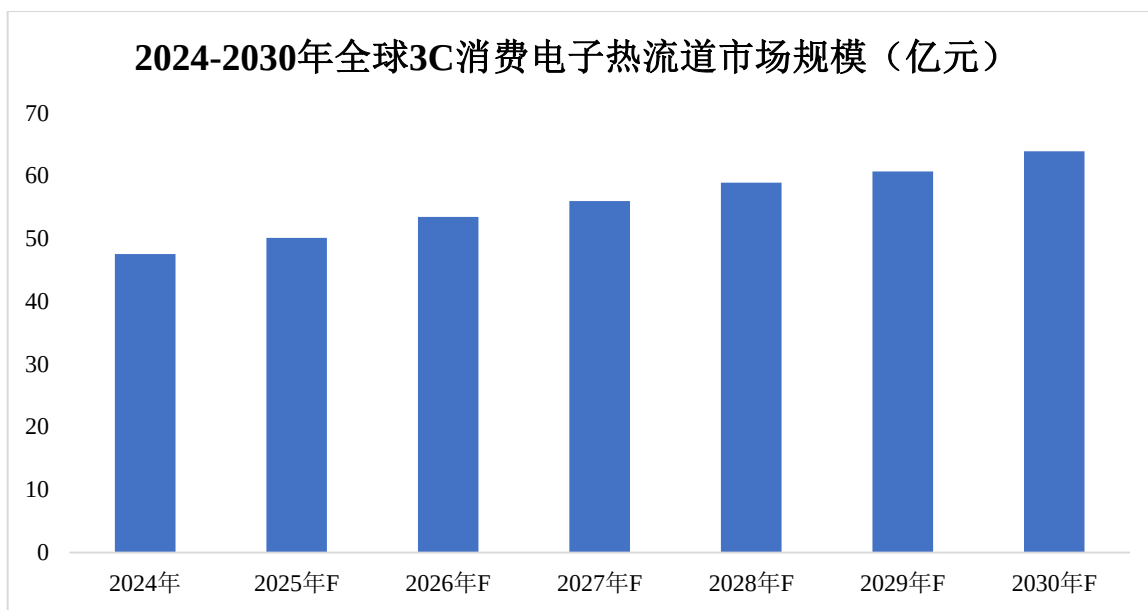
2024-2030年中国汽车热流道市场规模（亿元）



数据来源：QYResearch 研究报告

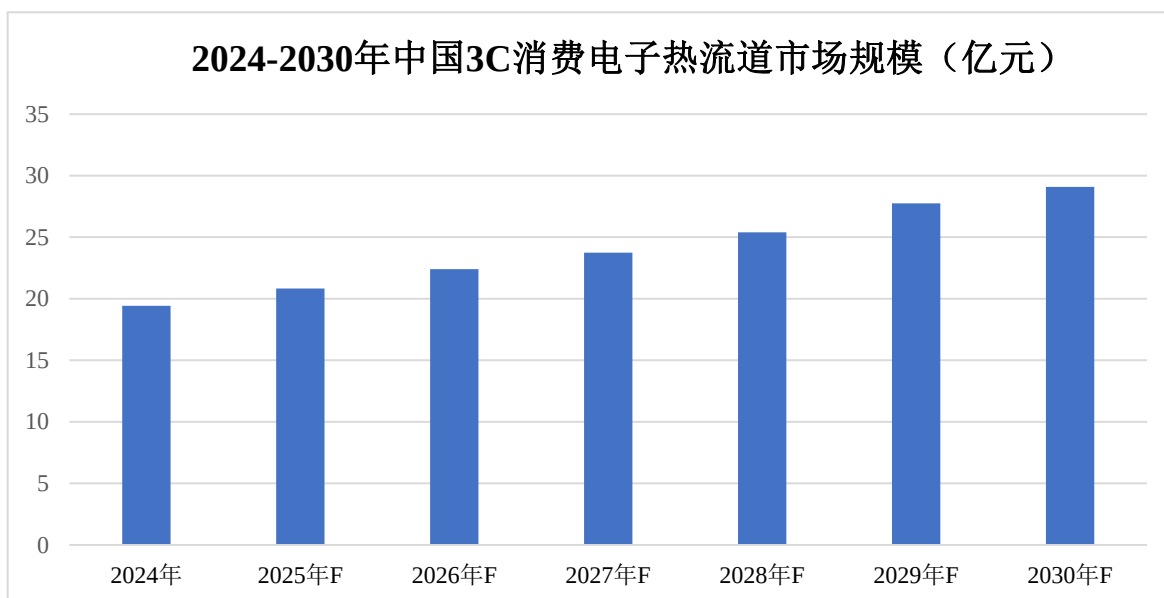
②3C 消费电子热流道市场规模

2024 年全球 3C 消费电子热流道系统市场收入为 47.52 亿元，预计到 2030 年全球市场规模将增至 63.89 亿元。



数据来源：QYResearch 研究报告

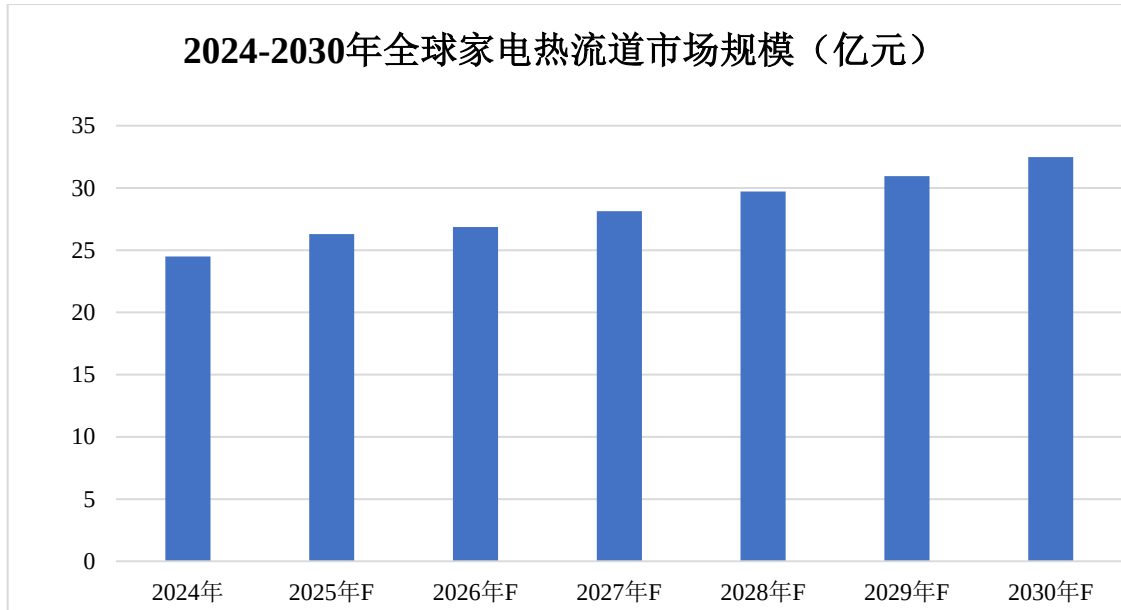
国内 3C 消费电子热流道市场近年来保持着稳定的增长，根据 QYResearch 研究报告显示,2024 年国内 3C 消费电子热流道市场规模为 19.42 亿元,预计 2030 年国内 3C 消费电子热流道销售收入达到 29.09 亿元。



数据来源：QYResearch 研究报告

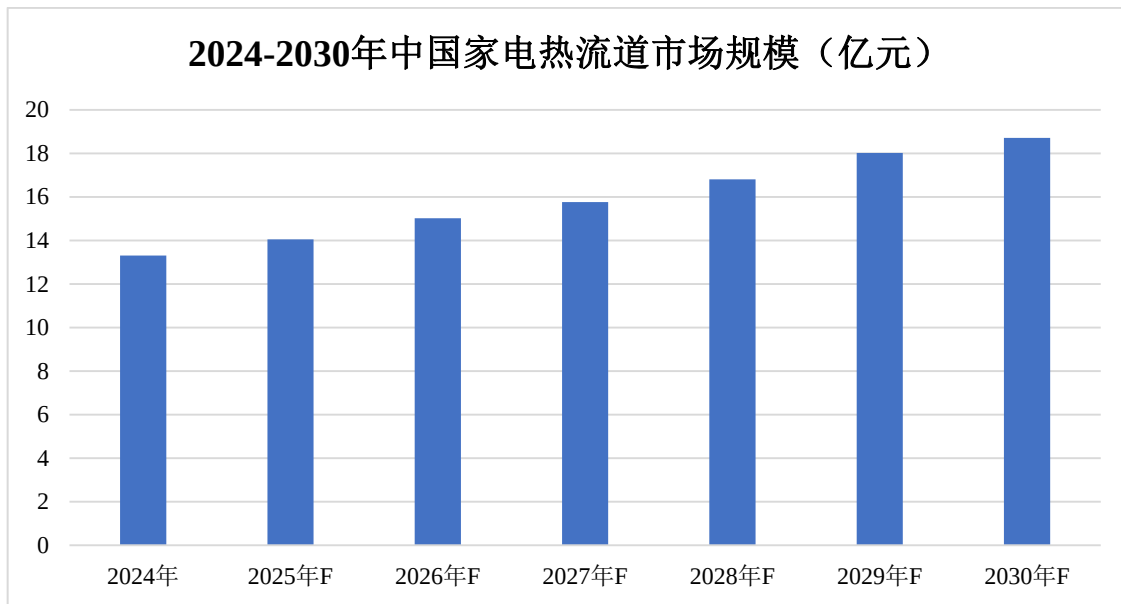
③家电热流道市场规模

2024 年全球家电热流道系统市场收入为 24.50 亿元，预计到 2030 年全球市场规模将增至 32.48 亿元。



数据来源：QYResearch 研究报告

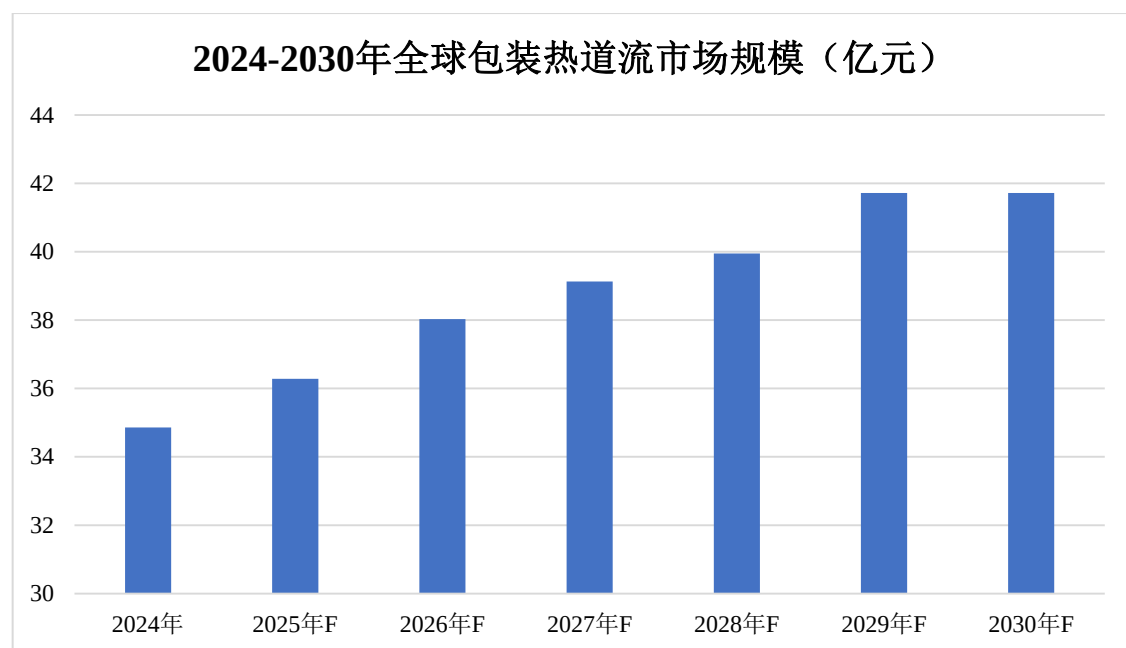
国内家电热流道市场近年来保持着稳定的增长，根据 QYResearch 研究报告显示，2024 年国内家电热流道市场规模为 13.31 亿元，预计 2030 年国内家电热流道销售收入达到 18.71 亿元。



数据来源：QYResearch 研究报告

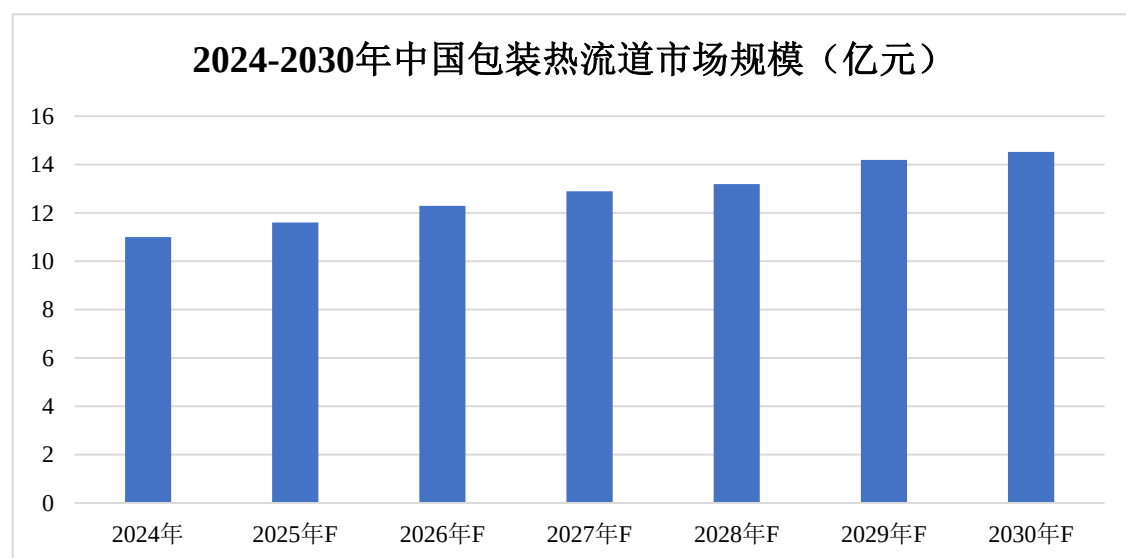
④包装热流道市场规模

2024 年全球包装热流道系统市场收入为 34.86 亿元，预计到 2030 年全球市场规模将增至 41.72 亿元。



数据来源：QYResearch 研究报告

国内包装热流道市场近年来保持着稳定的增长，根据 QYResearch 研究报告显示，2024 年国内包装热流道市场规模为 11.00 亿元，预计 2030 年国内包装热流道销售收入达到 14.52 亿元。



数据来源：QYResearch 研究报告

综上，国内外热流道市场应用领域较广，涉及汽车、3C 消费电子、家电、包装等各领域，且上述领域的热流道市场总体保持增长态势，热流道系统市场空间较为广阔。

（二）说明除汽车领域外，发行人在其他领域是否形成销售，销售的主要客户及对应的注塑成型产品、销量及金额等，发行人是否具有拓展其他领域客户的能力

1、除汽车领域外，发行人在其他领域的销售情况，销售的主要客户及对应的注塑成型产品、销量及金额等

公司自成立以来始终专注于注塑模具热流道系统及相关部件的研发、设计、生产及销售，公司从设立之初即在 3C 消费电子、家电领域、包装领域均有涉足，设立以来合作的主要客户包括浙江绍兴苏泊尔生活电器有限公司、青岛海尔模具有限公司、成都德福莱精密模具有限公司、苏飞亚机械科技（苏州）有限公司等，对应的注塑成型产品包含冰箱、洗衣机、空调、电视机、电脑显示屏、化妆品外包装等。

报告期内，公司收入主要来源于汽车领域，主要系：（1）公司在战略上以汽车领域为主要发展领域，凭借不断提升的研发创新能力以及十余年来深厚的品牌优势，已在汽车热流道市场具有一定竞争力。汽车领域热流道市场空间目前相对较大，且相较于其他领域技术含量要求更高，产品盈利能力较好；（2）公司受限于产能瓶颈，优先满足汽车领域产品，因此报告期内收入主要来源于汽车领域，但公司在非汽车领域（如家电、3C 消费电子等）仍有持续的投入，并具有相对稳定的客户群体及营业收入。

报告期内，除汽车领域外，公司主要在家电、3C 消费电子等领域形成销售，主要客户及对应的注塑成型产品如下表所示。

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年	主要客户	注塑成型产品
销售金额 （万元）	366.33	445.53	625.88	374.41	高创（苏州）电子有限公司、昆山华起盛精密模具科技有限公司、台州市华普模具有限公司、台州市鼎固模具科技有限公司、昆山汉进源模具有限公司、成都德福莱精密模具有限公司、浙江中财管道科技股份有限公司等	电视机、显示屏等
销量 （点数）	1,666	1,532	1,803	985		

报告期内，公司在非汽车领域的销售金额分别为 374.41 万元、625.88 万元、445.53 万元和 366.33 万元，终端主要注塑产品包括电视机、显示屏等塑料部件。

2、发行人具有拓展其他领域客户的能力

报告期内，公司考虑技术优势、产能分配、生产效益等原因将业务重心主要集中在汽车领域，因此收入主要来源于汽车领域。但公司在 3C 消费电子、家电领域、包装领域也均形成收入，公司在非汽车领域具备生产和销售能力。随着公司未来的发展规划及产能的释放，公司收入并不局限于汽车领域，公司将持续开拓其他领域客户，增加其他领域的产品收入。

具体来看，公司主要具备的能力包括：

（1）公司热流道产品已覆盖了较多领域，并储备了一批非汽车领域客户资源

公司自设立至今一直从事家电、3C 消费电子等其他领域热流道系统的业务，报告期内，公司在非汽车领域也形成一定销售，销售金额分别为 374.41 万元、625.88 万元、445.53 万元和 366.33 万元。公司储备了一批非汽车领域客户资源，其中成都德福莱精密模具有限公司、宁波誉立精密模具有限公司等模具客户合作时间近 10 年。同时，公司亦积极开拓非汽车领域的客户，随着产能的逐步增加和释放，目前也已与多家客户签署意向性合作协议，如终端应用于施耐德、德力西、公牛等品牌电气开关、连接器等产品生产的热流道系统。

（2）公司热流道技术可满足汽车、3C 消费电子、家电等多领域的需求

公司深耕热流道领域，具有较强的技术储备，热流道技术具有一定的共通性，可满足汽车、3C 消费电子、家电等多领域的需求。此外，公司具有较强的研发能力，经过多年的发展积累和研发创新，在产品设计、产品开发、工艺创新及智能化生产方面积累了大量经验并形成了多项专利及核心技术，积极吸纳并培育研发与技术专业人才，同时重视产学研合作，逐步构建起契合企业自身特性和行业发展趋势的技术研发能力，成功打造了一套完备的热流道系统产品研发设计体系。

公司多色热流道系统技术、精准温控技术可以满足汽车车灯、内饰件对熔接痕控制和尺寸稳定性的严苛要求，亦可解决 3C 产品（如手机外壳、耳机腔体）同样需解决微孔注塑、薄壁成型等精密问题确保 3C 产品外观无痕、无变形，良率提升；顺序阀式浇口技术可汽车保险杠等大型件模具的使用，亦可用于家电大型面板（如冰箱门板、洗衣机桶）的均匀充填，避免流痕和应力开裂。

(3) 公司产能逐年增加，热流道产线设备可实现通用，公司具备非汽车领域热流道产品的生产能力

报告期内公司产能陆续释放，且具有陆续扩产的计划，并随着募投项目的实施并投产，公司具备承接非汽车领域热流道的产能。从生产角度来看，各应用领域的热流道生产线基本可实现通用，公司具备非汽车领域热流道产品的生产能力，可以根据订单情况安排生产计划。

三、说明发行人和主要竞争对手的市场份额情况，产品主要应用领域及下游客户是否有重合，对比公司产品与外资企业相关产品的应用领域、产品类型、主要技术指标、研发能力、产品价格、服务能力等，说明公司与外资企业相比存在哪些差距，在高端热流道领域能否与外资企业竞争

(一) 说明发行人和主要竞争对手的市场份额情况，产品主要应用领域及下游客户是否有重合

1、发行人和主要竞争对手的市场份额情况

发行人系热流道领域耕耘十余年的国产品牌厂商，目前国内热流道系统领域，仍由外资品牌主导，且集中度总体相对不高。2024 年度，发行人及主要竞争对手在国内占有的市场份额情况如下：

序号	主要竞争对手[注 1]	内外资品牌	市场份额（按收入口径）
1	柳道	外资品牌	15.48%
2	马斯特		12.04%
3	圣万提		8.52%
4	欧瑞康好塑		8.70%
5	麦士德福	内资品牌	2.56%
6	好特斯		未披露
7	发行人[注 2]		2.96%

注 1：柳道、马斯特、圣万提、欧瑞康好塑、麦士德福市场份额数据来源为 QYResearch 报告

注 2：根据公司 2024 年热流道相关收入/2024 年度国内热流道市场规模 78.76 亿元计算所得

2、产品主要应用领域及下游客户重合情况

报告期内，公司主要产品为热流道系统，90%以上主营业务收入来源于汽车领域，家电、3C 消费电子等也有涉及，但占比较小，公司主要客户为比亚迪等。

公司与主要竞争对手在应用领域以及主要客户（公司各期前五大客户）的重叠情况具体如下：

序号	主要竞争对手	产品主要应用领域		下游客户	
		具体情况	是否有重合	与公司主要客户重叠的具体情况[注]	是否有重合
1	柳道	汽车、家电、3C 消费电子、包装、医疗等领域	是	宁波吉海模具有限公司、台州市点睛模业有限公司、浙江永明模具股份有限公司等	是
2	马斯特	汽车、大型白色家电/物流用品、医疗、包装、瓶盖、个人护理、消费品、电子、工程等领域	是	台州汇力普模塑有限公司、江苏星科精密模具有限公司、台州市点睛模业有限公司等	是
3	圣万提	汽车、工业、电气和电子以及家用电器等众多领域	是	宁波吉海模具有限公司、台州市点睛模业有限公司等	是
4	欧瑞康好塑	汽车、家电、包装、医疗、家具用品、食品等多个领域	是	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司、台州汇力普模塑有限公司等	是
5	麦士德福	80%以上来源于汽车、家电、IT 电子领域，各领域分布相对均衡	是	比亚迪、宁波吉海模具有限公司等	是
6	好特斯	汽车、医疗、电子产品等	是	浙江永明模具股份有限公司等	是

注：数据来源为麦士德福等公司招股说明书、审核问询函回复等公开信息以及发行人和中介机构对主要客户访谈确认情况

由上表可知，热流道系统产品应用领域较广，公司与主要竞争对手在应用领域、下游客户均有所重叠，虽然各自侧重点有所区别，但总体已形成相互竞争的格局。

（二）对比公司产品与外资企业相关产品的应用领域、产品类型、主要技术指标、研发能力、产品价格、服务能力等，说明公司与外资企业相比存在哪些差距，在高端热流道领域能否与外资企业竞争

1、公司产品与外资企业相关产品在应用领域、产品类型、主要技术指标、研发能力、产品价格、服务能力等方面的对比

报告期内，公司主要产品为汽车领域热流道系统，主要销售区域为中国境内，竞争对手中外资企业主要包括柳道、马斯特、圣万提和欧瑞康好塑，各方面的具体对比情况如下：

（1）应用领域、产品类型对比

经查询外资企业官网，公司主要外资竞争对手产品类型、应用领域对比如下：

序号	外资竞争对手	主要产品类型	主要应用领域
1	柳道	热流道系统等	汽车、家电、3C 消费电子、包装、医疗等
2	马斯特	热流道系统等	汽车、大型白色家电/物流用品、医疗、包装、瓶盖、个人护理、消费品、电子、工程等
3	圣万提	热流道系统等	汽车、工业、电气和电子以及家用电器等
4	欧瑞康好塑	热流道系统等	汽车、家电、包装、医疗、家具用品、食品等
5	发行人	热流道系统等	汽车领域（车灯和内外饰等）

由上表可知，公司与外资竞争对手主要产品类型均为热流道系统，热流道系统产品应用领域较广，2024 年中国热流道系统市场份额中，汽车、3C 消费电子、家电和包装注塑领域占比分别为 34.49%、24.65%、16.90%和 13.97%。目前国内热流道市场中柳道、圣万提等外资品牌市场份额占比高达 70%-80%，其应用领域覆盖面较广，涉及汽车、家电、3C 消费电子等。而公司报告期内主要产品为汽车领域热流道系统，家电、3C 消费电子等其他领域有所涉足，但总体量级较小。

（2）研发能力、主要技术指标对比

热流道技术起源于国外，外资品牌厂商起步相对较早，相应技术沉淀深厚、品牌知名度高，占据国内热流道市场主要份额，尤其在高端热流道领域具有较强的竞争优势。圣万提、马斯特、柳道、欧瑞康好塑等热流道全球知名厂商依靠技术先发优势纷纷在中国设立分、子公司，保持技术优势地位。

国内热流道厂商起步较晚，技术与外资品牌存在差距，技术水平整体来说相对较弱，产品主要集中在中低端领域，而公司产品主要下游应用领域以汽车、消费电子、家电等为主，其中汽车领域热流道系统产品的主要竞争对手为外资品牌商，在部分技术方面公司已基本实现与外资品牌技术大致一致的水平，成为下游汽车供应链主机厂、一级供应商的热流道系统唯一或少数的国内供应厂商。

公司与主要外资竞争对手的研发能力对比如下：

序号	外资竞争对手	研发能力
1	柳道	根据柳道官网显示，柳道具备 40 多年积累的专业知识和经验，截至 2022 年 6 月 30 日，公司专利超过 400 项
2	马斯特	经公开信息查询，截至本回复出具日，马斯特模具有限公司拥有有效专利约 64 项[注]
3	圣万提	经公开信息查询，截至本回复出具日，圣万提注塑工业（苏州）有限公司拥有有效专利约 40 项[注]

序号	外资竞争对手	研发能力
4	欧瑞康好塑	经公开信息查询，截至本回复出具日，英格斯模具制造（中国）有限公司拥有有效专利约 30 项[注]
5	发行人	截至本回复出具日，公司已经形成了 14 项发明专利、24 项实用新型专利

注：圣万提、欧瑞康好塑、马斯特未公开公司专利、研发人员、研发投入等指标，本处披露专利数量为其在中国境内设立的独资企业在中国境内的有效专利

由上表可知，公司专利数量等与主要外资竞争对手存在一定差距，主要系外资品牌发展较早且覆盖领域广，研发能力积累深厚。不同应用领域所需评价的技术指标有所不同，以汽车领域重要技术指标来看，公司与主要外资品牌对比如下：

序号	技术指标	指标含义	马斯特	柳道	欧瑞康好塑	圣万提	发行人
1	温度平衡性（均匀性）	热流道系统分流板在稳态工况下，各测温点之间的最大温差占设定值的百分比或绝对值；数值越小，熔体温度越一致，流动越稳定，制品缺陷越少	5%最大变化	5℃范围内	-	-	3℃范围内
2	温度控制精度	温控器实际输出温度与设定温度之间的最大允许偏差；数值越小，温控越精确，可降低材料降解风险，成型时的工艺窗口及产品状态越稳定	1°F（约等于0.556℃）	-	-	-	0.5℃
3	流道粗糙度	热流道流道内壁表面粗糙度Ra值；数值越小，流道表面越光滑，熔体流动阻力越低，残留越少	-	Ra0.2μm	Ra1μm	-	Ra0.2μm
4	最高温度	系统可长期稳定运行的极限温度；决定可加工高温工程塑料（如PPS、PEEK）的范围	472℃	500℃	-	343℃	450℃
5	喷嘴之间的最小距离	相邻喷嘴中心轴线可布置的最小间距；数值越小，模具排布越紧凑，可实现更高型腔密度	28mm	32mm	24mm	20mm	25mm
6	是否具备换色技术	系统是否集成快速换色结构或程序，可在不拆模情况下完成颜色切换，减少停机时间，快速完成颜色切换也可节省换料时的原料浪费	是	-	-	是	是
7	是否具备多色技术	系统能否在同一成型周期内，通过独立控制的多组熔体通道和阀针时序，实现单件制品两种及以上颜色或材料的同步注塑；具备则可直接成型多色/多材一体化零件，减少后装配工序	是	是	是	是	是

注：上述外资品牌的主要技术指标来源其官网公开的部分产品的使用手册、官网宣传页面等以及同行业可比公司披露资料等。“-”表示未披露或未提及

根据上表，公司在主要核心技术指标方面，基本达到或与外资品牌技术指标相近的水平，无显著差异，从核心技术指标的量化对比来看，公司在关键领域已

展现出较强的竞争力。外资品牌凭借进入时间早、先发的技术积累以及完善的全球营销与服务网络，在品牌影响力上处于领先水平，尤其是在高端市场领域。但公司通过持续不断的技术投入与研发创新，正稳步缩小与外资品牌的差距。

整体而言，公司核心技术指标已基本接近外资品牌水平，公司已成为国内热流道领域的重要竞争力量。尤其是在汽车车灯领域热流道系统市场中，公司产品凭借卓越性能和优质的客户服务，获得多家知名汽车制造商及车灯供应商的认可与信赖。

（3）产品价格对比

由于热流道产品主要系定制化，且公司主要的外资竞争对手未在公开渠道披露其具体价格信息，因此无法直接对比产品价格。公司通过向 2022-2024 年各期前三十大客户（累计 51 家）发放问卷的形式，了解公司产品与外资竞争对手产品在主要客户中的价格差异情况，根据 44 家客户的反馈情况来看，具体分布如下：

汽车车灯热流道价格对比	
外资企业价格	占比
（1）比公司高	88.14%
（2）与公司基本持平	3.39%
（3）比公司低	8.47%
汽车内外饰热流道价格对比	
外资企业价格	占比
（1）比公司高	59.52%
（2）与公司基本持平	28.57%
（3）比公司低	11.90%

由上可知，公司热流道相比外资品牌竞争对手总体具有一定价格竞争力。汽车车灯热流道方面，80%以上客户反映外资品牌热流道系统价格高于公司；汽车内外饰热流道方面，60%左右客户反映外资品牌热流道系统价格高于公司。因此，公司热流道产品相较外资企业具有一定的价格优势，尤其是在车灯领域。

（4）服务能力对比

通过查询主要外资竞争对手官网，涉及外资品牌的服务能力介绍的内容如下：

序号	主要竞争对手	服务能力
1	柳道	公司官网及宣传资料显示，截至 2023 年 3 月 17 日，柳道在全球有 94 个网络，在中国有 3 个工厂、46 个办事处和 247 个驻点维护。拥有一支专门的客户服务团队，能够确保其产品出厂后能保持良好的性能，可以提供培训与维护、技术支援及现场服务和维修。
2	马斯特	公司官网显示，马斯特可提供远程诊断并尝试在现场解决问题，避免昂贵的服务访问和额外的生产延迟。马斯特在全球超过 140 名现场服务技术人员，平均 15 年工作经验，24 小时紧急服务。
3	圣万提	公司官网显示，现场服务与支持包括试用计划、安装支持、故障快速响应、质保服务、专业、经验丰富的团队。
4	欧瑞康好塑	公司官网显示，欧瑞康 HRSflow 系统安装可通过试用进行工艺调整和优化，提供系统维护的客户培训、及时干预系统问题、24/7 热线、工程变更定制备件策略。

公司凭借在行业中深厚的技术积累，具备快速响应客户定制化产品需求以及同步设计的服务能力，公司在取得客户产品需求的阶段即可预期同步进行流道分布与产品成型设计，为客户提供优秀的设计方案、提升开发效率与成功率，并实现项目开发成本的节约等。同时，公司已建立完善的营销服务网络和快速响应机制，成立了一支专业素质高、技术能力强的售后技术服务团队，可为客户提供及时的售后技术服务支持，公司驻点覆盖 30 个城市，能够及时响应客户的产品需求并解决热流道产品使用过程中出现的问题，针对紧急故障，一般可在两个小时内响应，公司可提供更好的本土化服务。

在目前热流道系统国内市场的竞争环境下，根据主要客户的确认，公司主要客户表示公司相较于外资品牌总体上具有更好的本土化服务能力，亦为公司维护客户关系及市场开发提供了良好的竞争基础。

2、说明公司与外资企业相比存在哪些差距，在高端热流道领域能否与外资企业竞争

外资品牌厂商起步相对较早，相应技术沉淀深厚、品牌知名度高，占据国内热流道市场主要份额，并在各个应用领域均有涉及，尤其在高端热流道领域具有较强的竞争优势。在产业链竞争格局方面，长期以来，马斯特、圣万提、柳道等外资品牌凭借先发技术优势垄断中高端市场，尤其在汽车等高附加值领域，外资车企对模具精度、稳定性的严苛要求形成了技术壁垒，国产热流道系统难以进入核心供应链。但近年来国内车企品牌崛起及新能源汽车需求的提升，为公司等拥有核心技术的国产热流道厂家创造了市场机遇，公司已可以与外资竞争对手在汽车等高端热流道领域形成有效竞争。

结合上述各个方面的比较，外资企业在品牌实力、专利数量、下游应用领域覆盖率方面多领先于公司，但公司产品在产品性价比、本土化服务等方面相较于外资企业具有一定的优势。公司热流道系统已逐步缩小与外资企业的差距，且已逐步进入高端热流道领域，与外资企业展开了竞争。

四、具体说明下游客户采购产品的情况，单套模具是否需要多个点位，针对同一产品的同一套模具，客户仅采购单套热流道系统还是采购多套同型号热流道系统，说明热流道系统的使用寿命，同一套热流道系统是否需要定期更换，客户需求是否主要来自产能扩张或设备更新，结合下游客户的固定资产投资情况进一步说明热流道系统的市场需求

（一）具体说明下游客户采购产品的情况，单套模具是否需要多个点位，针对同一产品的同一套模具，客户仅采购单套热流道系统还是采购多套同型号热流道系统

公司的主要产品为热流道系统，不同系列产品的结构、规格、材质要求等存在差别，定制化程度较高。公司根据客户的产品需求设计图纸，图纸中规划了产品的热流道结构，其中包括点位的分布。单套模具一般对应单套热流道系统（多色产品除外），一套热流道系统是否需要多个点位，主要取决于产品的大小和结构，具体如下：

产品	适用产品及特点	2025 年 1-6 月收 入占比	2024 年收 入占比	2023 年收 入占比	2022 年收 入占比
单点位 热流道 系统	用于生产小型零部件，如车门把手基座、小型盖板、方向盘按钮基座、座椅调节旋钮等。	9.58%	12.76%	15.66%	17.03%
多点位 热流道 系统	用于生产大型或复杂件，如仪表盘、保险杠、车灯、导光条/块等。报告期内，公司销售以多点位热流道为主，收入占比超过 80%。	90.42%	87.24%	84.34%	82.97%

一般汽车热流道客户针对同一款产品（即同一个型号的车灯或内外饰产品）只制作一套模具，在预计产品销量较高的情况下会准备多套同型号热流道（复制模）。报告期内，公司客户针对同一产品大多仅采购一套热流道产品，采购多套复制模情况较少，报告期各期，公司来自复制模的收入仅为 159.51 万元、306.27 万元、639.22 万元和 207.25 万元，占收入比例较小。

（二）说明热流道系统的使用寿命，同一套热流道系统是否需要定期更换，客户需求是否主要来自产能扩张或设备更新，结合下游客户的固定资产投资情况进一步说明热流道系统的市场需求

1、热流道系统的使用寿命、更换周期

热流道系统是注塑模具的核心零部件，热流道的设计使用寿命会与模具总体保持一致，在热流道模具使用期间，不能有熔体泄漏、喷嘴堵塞、电热中断和温度调节失控的情况。热流道系统是一个为每个模具量身定制的组件，随着最终产品的不同会不断被替换。热流道系统的使用寿命和更换周期因下游市场应用而异，具体如下：

在汽车应用领域中，主机厂或零部件厂对模具的使用寿命要求一般为 30-50 万模次，因此热流道设计的使用寿命也大致相同。根据头豹研究院统计，汽车热流道系统的使用寿命为 5-8 年，但因产品更新换代的频率较高，所以实际更换周期会缩短至大约为 3-5 年。在医疗、包装和电子家电其他应用领域方面，根据头豹研究院统计，医疗行业由于研发时间和政府审批时间较长，热流道系统的使用寿命和更换周期一般为 10 年；包装行业为满足消费品外观变化的需求，热流道系统的使用寿命和更换周期一般为 8-10 年；电子家电行业热流道系统的使用寿命为 3-5 年左右，但因产品更新换代的频率较高，所以更换周期会缩短至大约为 1-3 年。

综上，热流道系统的使用寿命和更换周期因下游市场应用而异，更换周期在 1 年至 10 年不等，医疗行业由于研发时间和政府审批时间较长，热流道系统的使用寿命和更换周期较长，汽车和电子家电领域则相对较短。目前随着产品更新换代的加速，一般更换周期会短于其使用寿命。

2、客户需求是否主要来自产能扩张或设备更新

公司热流道系统产品系定制化产品，下游客户对热流道的需求主要来源于产品更新换代和产能扩张。（1）**产品更新换代方面：**由于一个终端产品对应一套模具（包括热流道），客户产品的更新换代需更换相应的模具，但并不一定需要更换注塑设备（注塑机），因此客户可在现有产能下，通过替换新模具，即可实现产品的更新换代；（2）**产能扩张方面：**对于客户扩张产能的，一般会购置新

的注塑设备，配套新的模具（热流道）。上述两种情况均会增加公司热流道产品的需求，也是下游客户需求的主要来源。

（1）随着产品更新换代加速，客户对于热流道系统的需求也相应增加

公司下游主要应用领域汽车行业，全新车型开发周期已由原来的 4 年左右缩短到 1-3 年，改款车型由原来的 6-24 个月缩短至 4-15 个月。从公司主要客户比亚迪 2022-2025 年 6 月新产品、换代产品及改款产品的合计数量来看，分别为 13 款、22 款、45 款和 35 款，呈现上升趋势，对于新模具、新热流道的需求持续上升。

在家电应用领域，据中国物品编码中心统计，2024 年，全国新增消费品 2,163.9 万种，比上年增长 14.1%。从品类看，升级类家电产品受以旧换新政策强力带动，增长表现突出，其中冰箱新增 1.5 万种，比上年增长 30.8%；洗衣机新增 0.6 万种，增长 13.7%；空调新增 2.7 万种，增长 79.1%；电脑新增 4.8 万种，增长 63.8%；热水器新增 1.5 万种，增长 132.4%；家用灶具新增 1.7 万种，增长 95.5%；吸油烟机新增 0.8 万种，增长 200.7%。

在 3C 消费电子应用领域，根据中国信通院统计数据，2022-2024 年，国内手机上市新机型分别为 423 款、441 款和 421 款。根据 Canalys 的数据，2024 年 AI 手机的渗透率为 16%，同比增加 11pct，到 2028 年这一比例将大幅提升至 54%。2024-2028 年间，AI 手机的市场规模将以 63%的年均复合增长率快速扩容，手机的新一轮换机周期蓄势待发。同时 AI PC 正通过端侧算力突破、交互智能化和生态互联三大方向重塑 PC 业。在 AI 普惠化的趋势下，3C 消费电子将迎来新的洗牌。

在包装应用领域，据中国物品编码中心统计，2024 年，全国新增消费品 2,163.9 万种，比上年增长 14.1%，从品类看，满足居民日常生活需求的“吃”“穿”“用”类消费品保持持续增长，其中粮油/食品类新增 221.3 万种，增长 16.0%；饮料类新增 49.6 万种，增长 17.8%，日用品类新增 252.8 万种，增长 26.7%。

由上可知，热流道下游应用领域汽车、家电、3C 消费电子、包装等行业终端产品更新换代频率高，从而催生对注塑模具、热流道系统的新增需求。

(2) 随着下游客户产能扩张，注塑设备和注塑模具市场也稳步上升，对于热流道系统的需求也与日俱增

①注塑机市场

根据贝哲斯咨询预测，2024 年全球注塑机市场空间约为 114.12 亿美元，预计到 2030 年全球市场规模将达到 158.55 亿美元，复合增长率为 5.63%。根据智研咨询统计，中国注塑机行业市场规模从 2016 年的 211.6 亿元增长至 2022 年的 263.5 亿元，2023 年行业市场规模约 270.6 亿元，同比增长 2.7%。

②注塑模具市场

按照模具成型加工工艺的差异，可以划分出对应不同工艺要求的模具类型，主要有注塑模具、冲压模具等。随着中国经济的发展，注塑模具行业市场需求呈现不断增长的趋势。尤其是在汽车、电子、通讯、医疗等领域的快速发展，更是进一步推动了注塑模具行业的发展。同时，随着 3D 打印技术、人工智能、数字设计与智能制造技术等高端技术的引入，注塑模具行业的设计和制造水平得到了极大地提升。

根据东吴证券研究所统计，中国注塑模具行业总产值从 2013 年的 2,131 亿元增长到 2021 年的 3,035 亿元，年复合增长率为 4.5%。根据华经产业研究院统计，2023 年我国注塑模具市场总产值约为 3,368 亿元，注塑模具市场的稳步增长也将推动热流道技术的发展。

3、结合下游客户的固定资产投资情况，进一步说明热流道系统的的市场需求

①公司下游应用领域固定资产投资情况良好

公司主要产品为热流道系统，主要应用于汽车、家电、3C 消费电子等，公司下游行业主要对应汽车制造业、计算机、通信和其他电子设备制造业、电气机械和器材制造业。根据国家统计局的数据，报告期内，上述行业固定资产投资完成额情况如下：

行业	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汽车制造业	固定资产投资完成额（亿元）	8,681.93	16,282.74	15,146.73	12,685.71
	固定资产投资同比增速	22.20%	7.50%	19.40%	12.60%

行业	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
计算机、通信和其他电子设备制造业	固定资产投资完成额（亿元）	16,462.38	35,191.34	31,420.84	28,747.34
	固定资产投资同比增速	4.60%	12.00%	9.30%	18.80%

注：2018 年以来，国家统计局不再披露我国汽车制造业等行业的固定资产投资完成额，改以披露同比变动率代替。若以 2017 年作为基期，结合历年国家统计局公布的汽车制造业等行业固定资产投资完成额变动率，可匡算各年度我国汽车制造业等行业固定资产投资规模

由上可知，公司下游客户行业的固定资产投资保持较大增速的增长。固定资产投资会增加客户对注塑机及注塑模具的需求，从而增加对热流道系统的需求。

②公司主要应用领域汽车行业产销量稳步增长，主机厂投资活跃

根据中国汽车工业协会数据，近五年我国汽车产量稳步增长，2024 年，中国汽车产销累计完成 3,128.2 万辆和 3,143.6 万辆，同比分别增长 3.7%和 4.5%，全年产销稳中有进，产销量继续保持在 3,000 万辆以上规模。

为推动低碳绿色发展，实现“碳达峰、碳中和”的发展目标，近年来我国新能源汽车产业呈高速发展趋势。根据中国汽车工业协会数据，中国新能源汽车也同样领跑全球市场，自 2015 年起，产销量连续 10 年位居世界第一。2024 年，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%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 40.9%，较 2023 年提高 9.3 个百分点。

随着全球汽车产业不断向新能源转型，全球新能源汽车销量在逐步攀升，2024 年全球新能源汽车销量达 1,823.6 万辆，其中中国占比超过 70%，达到 1,286.6 万辆。根据 GGII（高工产业研究院）预测，未来四年全球新能源汽车销量将由 2,350 万辆增长至 4,560 万辆，年复合增长率达 14.18%；2030 年我国新能源销量将突破 2,420 万辆，预计占全球新能源汽车销量的 53.07%。

近年来，公司主机厂客户的固定资产投资也持续扩张，以比亚迪和奇瑞汽车为例，具体情况如下：

序号	主机厂名称	主要固定资产投资项目
1	比亚迪	根据比亚迪（002594.SZ）定期报告显示，2022 年-2025 年 6 月末，比亚迪（002594.SZ）固定资产原值为 1,940.35 亿元、3,250.74 亿元、4,056.26 亿元和 4,558.35 亿元，固定资产投入金额较大，近年来主要的固定资产投资项目如下： ①南宁 45GWh 动力电池及储能系统项目 投资内容：建设动力电池电芯、模组及储能系统生产线，用地 2500 亩，

序号	主机厂名称	主要固定资产投资项目
		总投资 140 亿元，2023 年投产，投产后 3 年内达产，达产后将实现年产值超过 260 亿元。 ②东莞谢岗新能源汽车关键零部件项目 投资内容：建设电动总成、驱动电机等生产线，分三期拿地 1044 亩，总投资 65 亿元，达产后年产值 170 亿元。 ③西安新能源电池生产基地 投资内容：收购原宝能汽车用地，建设电池制造及回收基地，两次拿地合计约 2534 亩，总投资近 8 亿元。 ④深汕比亚迪汽车工业园二期 投资内容：建设气囊、天窗、车架等零部件项目，三期总投资 200 亿元，打造新能源汽车核心零部件生产基地。 ⑤常州基地二期扩建 投资内容：2024 年启动常州基地二期生产厂房建设，预计将在年内竣工。目前，比亚迪常州生产基地主要生产海狮 07EV、元 PLUS 等，全年产量近 30 万辆。 ⑥巴西巴伊亚州工厂 投资内容：项目总投资 55 亿雷亚尔（约合 10 亿美元），包含三座工厂，一期产能 15 万辆/年，预计 2025 年底投产，生产海豚、宋 PLUS 等车型。 ⑦印尼梳邦智能城市工厂 投资内容：投资 10 亿美元，占地 126 公顷，年产能 15 万辆，计划 2026 年 1 月正式投产。 ⑧柬埔寨西哈努克工厂 投资内容：2025 年 4 月 28 日奠基，年产能 1 万辆，预计 2025 年第四季度投产，主要生产适配东南亚市场的右舵车型，并出口至周边国家。 ⑨土耳其马尼萨工厂 投资内容：2024 年 7 月签约，计划投资 10 亿美元，年产能 15 万辆，计划 2025 年启动建设，2026 年下半年投产。工厂将利用土耳其与欧盟的关税同盟优势，产品可便捷进入欧洲市场，同时规避欧盟对中国电动车的额外关税。
2	奇瑞汽车	根据奇瑞汽车招股书显示，2022 年-2025 年 3 月末固定资产净值为 119.05 亿元、189.68 亿元、234.43 亿元和 247.50 亿元，固定资产投入金额较大，近年来主要的固定资产投资项目如下： ①青岛超级工厂 投资内容：奇瑞青岛基地项目总投资 230 亿元，占地 2000 亩，2025 年计划将产能提升至 25 万辆。 ②宿州 20GWh 电池项目落地 投资内容：奇瑞集团与宿州市签约建设锂离子电池碭山生产基地，总投资超百亿元，占地 1000 亩，覆盖电芯、模组、PACK 全链条。 ③北湾智能网联汽车产业基地建设项目 投资内容：2024 年 1 月，芜湖鸠江区人民政府官网显示，奇瑞超级工厂项目计划总投资 120 亿元，占地 2691 亩，建设奇瑞整车制造及相关核心部件生产基地项目。项目达产后年产值超 200 亿元。 ④与西班牙品牌 EV MOTORS 合资建厂 投资内容：2024 年 4 月 19 日，奇瑞汽车与西班牙汽车公司 Ebro-EV Motors 在巴塞罗那正式签署协议，拟在当地成立一家新的合资企业生产新型电动汽车。根据协议，奇瑞汽车将于当年三、四季度率先投产欧萌达等车型，预计至 2027 年年产量达到 5 万辆，2029 年增至 15 万辆。

随着国内汽车行业产销量稳步增长，近年来固定资产投资保持较大增速的增

长，比亚迪和奇瑞汽车等行业内主要主机厂均扩大了固定资产投资。固定资产投资会增加客户对注塑模具的需求，从而增加对热流道系统的需求。

五、请保荐机构核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

（1）查询热流道系统行业资料，访谈公司研发负责人，了解热流道系统和冷流道系统的优劣势情况，国内注塑模具目前主要使用冷热流道情形和原因，了解热流道系统的行业发展趋势；

（2）查询热流道系统在全球及国内各应用领域的市场份额占比情况、热流道在各个应用领域的市场规模及发展前景，全球及中国产业结构构成；查询热流道系统可比公司麦士德福、国内外竞争对手以及模具行业上市公司中关于热流道系统的应用情况；

（3）访谈公司销售总监，了解公司发展历程，历史上合作的主要客户及对应的产品等，公司对未来发展的规划；获取公司非汽车热流道领域的意向性协议；访谈公司研发人员，了解汽车领域热流道技术与非汽车领域热流道技术以及生产线的通用性及可迁移性；

（4）对公司研发负责人和销售负责人进行访谈，询问公司产品主要应用领域、主要技术指标、研发能力、产品价格、服务能力等，公司与外资企业的优劣势情况；查询公司主要对比外资品牌企业的官网、宣传册、公开披露资料，了解主要技术指标等对比情况；查询热流道市场的主要厂家市场份额情况，查询公司主要竞争对手的产品类型、主要应用领域及下游客户、研发能力、产品价格、服务能力等；获取公司主要客户对公司与同行业竞争对手的价格对比及服务能力对比的反馈；获取公司报告期客户清单，并对主要客户进行访谈，结合同行业麦士德福公开信息，核查公司主要客户（公司各期前五大客户）与主要竞争对手的重叠情况；

（5）访谈公司技术负责人，询问公司单套模具是否需要多个点位、热流道系统的使用寿命；统计公司报告期内复制模的收入金额；查询关于热流道系统的使用寿命、更换周期的行业资料；查询下游行业产品更新换代的情况、注塑机及注塑模具的市场情况、汽车制造业、计算机、通信和其他电子设备制造业固定资

产投资情况、司主机厂客户的固定资产投资；获取公司主要客户针对同一产品的同一套模具的热流道系统套数采购、热流道使用寿命的反馈、同一套热流道系统是否需要定期更换，需求是否主要来自产能扩张或设备更新等问题的反馈。

2、核查意见

（1）国内注塑模具领域主要使用冷流道技术，这主要归因于热流道技术在国内产业链中的应用尚处于普及阶段，而冷流道技术在特定场景下具备成本优势，因此热流道技术的整体使用率仍处于较低水平。参考国外热流道技术使用率逐步提升的发展轨迹，热流道系统在汽车、电子、医疗、高端包装等行业领域将成为主流发展趋势，其未来市场空间广阔，公司所处行业具有成长性；

（2）2024年度，热流道系统国内与全球热流道市场份额分布总体保持一致，均以汽车、3C 消费电子为主。结合可比公司以及下游模具行业公司来看，热流道系统已广泛运用到汽车、3C 消费电子、家电、包装等各领域，市场空间较为广阔。报告期内，公司在非汽车领域的销售金额分别为 374.41 万元、625.88 万元、445.53 万元和 366.33 万元，终端主要注塑产品包括电视机、显示屏等塑料部件，根据公司技术、客户储备等方面来看，公司具有开拓非汽车领域客户的能力；

（3）从公司与主要竞争对手市场份额来看，外资品牌依然占据主导地位，但内资品牌也有较快发展，热流道系统产品应用领域较广，公司与主要竞争对手在应用领域、下游客户均有所重叠，虽然各自侧重点有所区别，但总体已形成相互竞争的格局。结合主要技术指标、研发能力、产品价格、服务能力等方面的比较，外资企业在品牌实力、专利数量、下游应用领域覆盖率方面多领先于公司，但公司产品在产品性价比、本土化服务方面相较于外资企业具有一定的优势。公司热流道产品已逐步缩小与外资企业的差距，且已逐步进入高端热流道领域，与外资企业展开了竞争；

（4）公司的主要产品为热流道系统，不同系列产品的结构、规格、材质要求等存在差别，定制化程度较高。单套模具一般对应单套热流道系统（多色产品除外），一套热流道系统是否需要多个点位，主要取决于产品的大小和结构。报告期内，公司客户针对同一产品大多仅采购一套热流道产品，采购多套同型号热

流道（复制模）情况较少，报告期各期，公司来自复制模的收入仅为 159.51 万元、306.27 万元、639.22 万元和 207.25 万元，占收入比例较小；

热流道系统的使用寿命和更换周期因下游市场应用而异，更换周期在 1 年至 10 年不等，医疗行业由于研发时间和政府审批时间较长，热流道系统的使用寿命和更换周期较长，汽车和电子家电领域则相对较短。目前随着产品更新换代的加速，一般更换周期会短于其使用寿命。公司热流道系统产品系定制化产品，下游客户对热流道的需求主要来源于产品更新换代和产能扩张，下游行业和客户投资及发展总体较好，对于热流道系统的需求日益剧增，热流道系统的市场空间也稳步增加。

二、财务会计信息与管理层分析

问题 2：客户数量较多且较为分散下收入核查充分性

(1) 客户集中度较低是否符合行业惯例。根据申请文件，报告期内，发行人客户涵盖主机厂、各级模具厂等，客户群体呈现数量众多、体量较小、单次采购金额低、复购率高等特征；发行人各期前五大客户收入占比分别为 13.26%、16.49%、17.99%，客户集中度较低。请发行人：①列示各期不同规模客户的销售分层情况，说明发行人客户数量众多且集中度较低的具体原因，是否符合行业惯例和可比公司一般情况。②按客户类型（主机厂、模具厂、零部件厂等）列示各期发行人客户数量、销售金额及占比，说明公司与不同类型客户的合作模式，包括客户及订单获取方式（商业谈判、招投标等）、合同签订方式、合同主要条款、结算政策、发行人的供应商层级等，说明发行人是否需要获得终端主机厂的认证，如需要，说明发行人进入供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程。③按新、老客户列示各期发行人客户数量、销售金额及占比，发行人各期销售人员与客户数量是否匹配，是否具有持续开拓新客户的能力。

(2) 向比亚迪销售大幅增长的合理性。根据申请文件：①报告期内，比亚迪为发行人 2023 年及 2024 年的第一大客户，发行人对比亚迪的销售金额增长较快；除比亚迪外，报告期内其他主要客户变动较大且销售金额较小；报告期内，发行人主要客户如台州市点睛模业有限公司、宁波吉海模具有限公司等存在经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的情形。②2024 年发行人营业收入增长 39.24%，主要为汽车内外饰热流道产品销售收入增长较快。③报告期内，发行人热流道系统单价分别为 6,548.43 元/点位、6,731.01 元/点位和 6,038.57 元/点位，呈现先上升后下降的趋势。请发行人：①说明与比亚迪的合作背景及开展合作以来的历史交易情况，报告期各期销售的主要产品类型、数量、单价、金额、占比及毛利率等情况，结合发行人热流道产品主要适配的车型及报告期内的销量变化情况等，说明报告期内发行人向比亚迪销售规模大幅增长的合理性；说明发行人是否与比亚迪或其指定采购方签订了长期合作协议，协议的具体内容、期限及到期后的安排；说明发行人与比亚迪的合作是否稳定可持续，发行人是否存在被其他供应商替代的风险；说明发行人获取比亚迪订单的方式，在定价、信用周期、结算周期等方面的具体约定及与其他客户是否存在明显差异，向比亚迪

销售同类产品的销售价格及毛利率与其他客户相比是否存在较大差异及合理性，是否存在大客户压价、降价等风险。②说明除比亚迪外，报告期内其他主要客户变动较大且销售金额较小的原因，是否符合行业特点；列示各期主要客户的成立时间、注册资本、实缴资本、经营规模、员工人数及参保人数，说明部分主要客户经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的原因，发行人向其销售的原因及合理性，是否存在刚成立即成为发行人主要客户的情形，采购金额与其经营规模是否匹配，前述客户与发行人、控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来。③说明报告期内发行人产品最终应用于传统燃油车和新能源车的金额及比例，量化分析报告期内特别是 2024 年汽车内外饰热流道产品销售增速高于汽车车灯热流道产品销售增速的原因，发行人不同产品收入增长趋势与下游行业变动趋势、可比公司变动趋势是否存在较大差异，分析具体差异原因及合理性。④说明产品的定价机制，影响产品销售价格的主要因素，按点位定价是否符合行业惯例；结合前述因素量化分析各期产品销售单价变动特别是 2024 年明显下降的原因，发行人是否存在大幅降价以促进销售的情形。⑤说明目前在手订单情况，包括合同对手方、合同内容、金额、期限、目前进展情况，并结合上述情况及下游行业发展趋势，说明下游市场及客户需求是否稳定、持续，发行人是否存在业绩大幅波动或下滑的风险，业绩增长是否可持续。⑥结合前述情况，进一步完善招股说明书中关于业绩下滑的风险，有针对性地进行重大事项提示与风险揭示。

（3）收入确认的具体依据及合规性。根据申请文件，发行人收入确认的具体原则为：若合同未约定异议期，经客户签收即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移；若合同约定异议期，经客户签收并考虑合同约定的异议期满后即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移；部分客户对发行人产品有安装需求。请发行人：①结合销售合同条款具体约定以及实际执行情况，说明发行人与主要客户的销售合同是否约定验收、安装等义务，说明发行人以签收或者签收+异议期作为收入确认时点的准确性，是否符合企业会计准则相关规定，是否存在提前确认收入的情形，发行人收入确认时点与可比公司相比是否存在较大差异。②说明与签收确认收入相关的内部控制及具体流程，收入确认的内外部依据及充分性、有效性，各期客户盖章、仅签字的金额及比例。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明针对发行人客户数量多且较为分散的特点采取的核查方法，走访、函证、细节测试、资金流水核查等的样本选取标准并评估相关方法的合理性。（3）按照不同规模客户的销售分层列示各期发函、回函、回函不符、未回函、走访的具体数量、金额及比例，并说明收入真实性核查的充分性，是否能支撑核查结论。（4）说明采取的发函控制程序，是否独立发函、校对发函地址与工商登记地址是否一致、收函人是否为客户员工等。（5）说明采取的回函控制程序，是否独立收函、校对发函时收件地址/联系人与收函时发件地址/联系人的一致性，不一致的客户名单，针对不一致的情况开展的核查程序。（6）说明针对函证客户印章的核查标准，是否比对客户历史回函签章，是否存在将客户合同章或仅签字未盖章纳入回函有效的情况。（7）说明对各期末回函或回函不符客户采取的替代测试程序，说明替代测试开展的完整性、有效性。（8）说明对报告期内收入确认依据完整性、有效性的具体核查方式、覆盖比例及核查结论。（9）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》（以下简称《2号指引》）2-18 资金流水核查的相关要求进行核查，并提交专项说明，说明核查中发现的异常情形，发行人是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形。

回复：

一、客户集中度较低是否符合行业惯例

（一）列示各期不同规模客户的销售分层情况，说明公司客户数量众多且集中度较低的具体原因，是否符合行业惯例和可比公司一般情况

1、列示各期不同规模客户的销售分层情况，说明发行人客户数量众多且集中度较低的具体原因

根据报告期各期对应客户营业收入金额，客户具体分层金额、占比、客户家数的情况如下：

单位：万元

期间	销售分层	客户数量（家）	收入	收入占比
2025 年 1-6 月	200 万元以上	11	3,722.17	25.32%
	100-200 万元	22	3,169.11	21.56%

期间	销售分层	客户数量（家）	收入	收入占比
	100 万元以上小计	33	6,891.28	46.88%
	50-100 万元	40	2,808.81	19.11%
	50 万元以下	528	4,999.22	34.01%
	100 万以下小计	568	7,808.03	53.12%
	合计	601	14,699.31	100.00%
2024 年度	200 万元以上	22	8,758.89	37.36%
	100-200 万元	30	4,186.42	17.86%
	100 万以上小计	52	12,945.31	55.22%
	50-100 万元	60	4,511.64	19.24%
	50 万元以下	664	5,989.60	25.54%
	100 万以下小计	724	10,501.24	44.78%
	合计	776	23,446.54	100.00%
2023 年度	200 万元以上	11	4,131.73	24.54%
	100-200 万元	28	3,661.13	21.74%
	100 万以上小计	39	7,792.86	46.28%
	50-100 万元	47	3,431.58	20.38%
	50 万元以下	596	5,614.60	33.34%
	100 万以下小计	643	9,046.18	53.72%
	合计	682	16,839.04	100.00%
2022 年度	200 万元以上	8	2,682.88	18.82%
	100-200 万元	19	2,780.20	19.50%
	100 万以上小计	27	5,463.08	38.32%
	50-100 万元	54	3,957.88	27.76%
	50 万元以下	547	4,835.85	33.92%
	100 万以下小计	601	8,793.73	61.68%
	合计	628	14,256.81	100.00%

注：上表客户数量按法人主体统计，下同

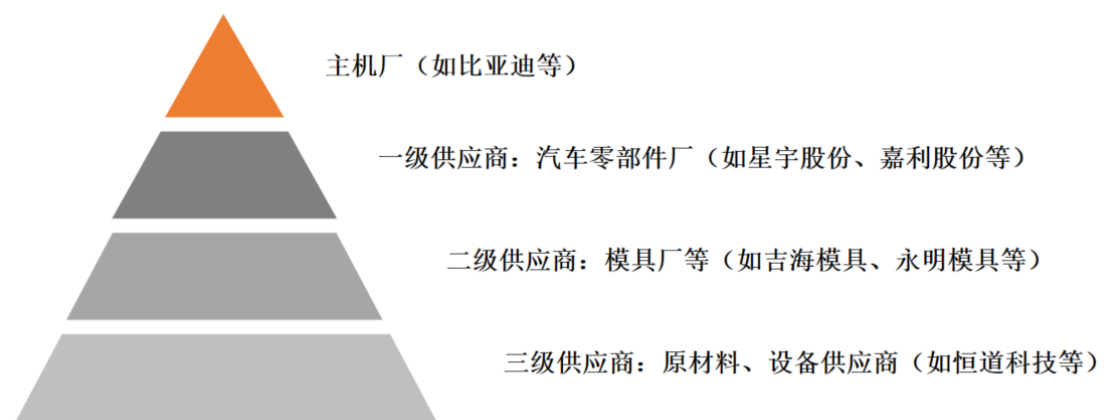
2022-2024 年，公司客户数量分别为 628 家、682 家和 776 家，数量较多且逐年增加，其中交易金额超过 100 万元以上的客户数量分别为 27 家、39 家和 52 家，收入占比分别为 38.32%、46.28%和 55.22%，客户数量和收入占比均呈逐年上升趋势；交易金额在 100 万元以下的客户数量分别为 601 家、643 家和 724 家，收入占比分别为 61.68%、53.72%和 44.78%，客户数量呈增长趋势，而收入占比

逐年下降。2025 年 1-6 月，公司客户数量为 601 家，其中交易金额超过 100 万元以上的客户数量为 33 家，收入占比分别为 46.88%；交易金额在 100 万元以下的客户数量为 568 家，收入占比为 53.12%。

公司客户呈现数量众多且集中度较低的情况，主要原因系：（1）公司下游客户集中度较低；（2）公司产品系定制化产品，单笔订单金额较小。具体分析如下：

（1）公司下游客户集中度较低，导致公司客户集中度也较低

汽车行业的供应链系由“零件→组件→部件→系统→总成”形成的金字塔式配套体系，成熟的汽车产业链体系下，整车企业进行车型开发设计、整车组装和终端品牌经营，零部件企业负责零部件的模块化、系统化开发设计和制造，零部件供应商通常划分为一级、二级、三级供应商，形成金字塔型的产业链结构。随着层级越低，对应供应商家数亦逐级增加。



公司处于三级供应商位置，下游客户以模具厂（二级供应商）为主，模具厂本身具有企业数量多、规模小、集中较低的特征。根据麦士德福招股说明书显示，模具行业呈现大行业、小企业、行业集中度较低的特点，“国内绝大多数注塑模具都为定制化生产，因此注塑模具企业与一般工业产品企业相比，具有‘数量多、规模小’的特点。截至 2021 年末规模以上企业约 2,806 家（数据来源：Wind），其中市场参与者以中、小企业居多，行业集中度较低”。根据宁波方正招股说明书显示，“目前我国模具生产企业约 30,000 家，其中中小微型企业占 95%以上，据不完全统计，目前模具产值达到 2,000 万元的模具企业约为 5,000 家，其中被认定为高新技术企业的模具企业超过 300 家（全国模具标准化技术委员会

《SAC/TC33 模具行业标准化工作介绍》) ” 因此，下游模具客户集中度较低，导致公司客户结构总体较为分散，且客户数量众多，符合行业惯例。

(2) 定制化程度高、单笔订单金额小，导致客户集中度较低

公司热流道系统制造采用高度定制化的生产制作模式，热流道系统需适配不同模具结构、塑料特性及注塑机参数，企业通常采用“订单驱动”模式并采用“以销定产”的生产模式。公司模具厂客户亦采用“订单驱动”模式生产，也不存在囤货以备周转，且一般汽车热流道系统客户针对同一款产品（即同一个型号的汽车车灯或内外饰产品）只采购一套模具，因此单个客户的单笔采购订单金额较小，其年度采购量也受自身规模及业务量影响，从而导致公司客户集中度较低。

2、行业惯例和可比公司一般情况

(1) 同行业可比公司情况

①前五大客户收入集中度

2020-2022 年，麦士德福热流道产品的前五名客户收入占比情况如下：

名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
麦士德福	13.53%	16.86%	13.94%

注：数据来自其公开披露的招股说明书、反馈回复等，麦士德福未披露 2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月相关数据，因此选取其 2020-2022 年数据进行对比分析

报告期各期，公司前五名客户收入占比情况如下：

名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司	21.20%	17.99%	16.49%	13.26%

对比公司与同行业可比公司麦士德福的前五大客户集中度情况，麦士德福 2020-2022 年热流道产品前五大客户收入占比分别为 13.94%、16.86%和 13.53%，公司报告期内前五大客户收入占比分别为 13.26%、16.49%、17.99%和 21.20%，集中度总体保持一致。

②客户数量及规模

根据公司同行业可比公司麦士德福招股说明书显示，2020-2022 年，麦士德福客户群尾部存在较多零散且小额交易的客户，主要为部分热流道、模具业务客户小额采购产品零部件所致，收入较为零散且占总体销售规模比例较小。麦士德

福报告期各期交易金额在 50 万元以上客户数量及占比如下：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
交易金额 50 万元以上客户数量（家）	193	182	159
客户数量（家）	1,400	1,367	1,166
交易金额 50 万元以上客户占总客户数量占比	13.79%	13.31%	13.64%

报告期内，公司各期客户数量为 628 家、682 家、776 家和 601 家，交易金额 50 万以上客户分别为 81 家、86 家、112 家和 73 家，占总客户数量比例为 12.90%、12.61%、14.43%和 12.15%，各期占比与麦士德福较为一致。

（2）其他对比公司

报告期内，公司与其他对比公司的前五名客户收入占比情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
曼恩斯特	未披露	75.16%	71.25%	83.72%
优德精密	未披露	18.48%	19.20%	23.19%
宁波方正	未披露	42.44%	46.14%	42.82%
海泰科	未披露	62.30%	72.71%	75.38%
平均值	未披露	49.60%	52.33%	56.28%
公司	21.20%	17.99%	16.49%	13.26%

注：“其他对比公司”具体选取方式与分析详见本问询函回复之“问题 4”之“三、”之“（一）说明可比公司选取的标准及选取标准是否合理，仅选取麦士德福作为可比公司是否充分，若否，请修改可比公司的选择”之回复

由上可知，公司前五名客户集中度总体低于其他对比公司，主要系产品类型、客户结构存在差异所致，具体如下：

①曼恩斯特主要从事高精密狭缝式涂布模头及其配件、涂布设备的研发、设计、生产和销售，产品可应用于锂离子电池涂布、半导体先进封装涂布、钙钛矿太阳能电池涂布、氢燃料电池电极涂布、液晶显示等，广泛应用于下游各类锂电池生产企业。曼恩斯特客户集中度相对较高，和我国下游动力电池生产商集中度较高情况相匹配。此外，由于客户对涂布模头的功能特点、技术参数等需求存在较大差异，导致涂布模头具有非标准化的特点，若客户相对分散、产品需求差异较大，将会导致较高的运营管理及产品研发成本。曼恩斯特在资源有限的情形下采用优先保障优质客户需求的经营策略，因此，曼恩斯特前五名客户收入占比较高。

②优德精密从事汽车模具零部件、半导体计算机模具零部件、家电模具零部件等精密模具零部件的研发、生产及销售，同时也从事自动化设备零部件、制药模具及医疗器材零部件的研发、生产及销售。优德精密作为模具的上游供应商，其整体客户收入集中度也相对较低，符合行业惯例。

③宁波方正主营业务为汽车塑料模具、塑料件及配件、智能装备、锂电池精密结构件、锂电池模组导电连接件的研发、生产、销售，主要产品包括大型注塑模具、精密注塑模具、吹塑模具等，产品主要提供给下游汽车零部件企业生产汽车所需的塑料制品。我国汽车市场“寡头效应”较为明显，位于汽车产业链上端的整车厂、一级供应商的市场集中度相对较高。由于汽车模具均为定制化产品，整车厂往往需要对汽车模具供应商进行严格、漫长的认证过程，一旦确立业务合作关系，即形成相互依存、共同发展的长期战略合作格局；整车厂商为保证供货质量和及时性，对模具一般仅向长期合作的供应商采购。宁波方正前五大客户集中度较高主要是因为宁波方正所处的汽车产业对于安全、稳定的整体要求决定了行业上下游的深度合作，尤其是上下游行业龙头之间的深度绑定，故宁波方正的客户集中度较高。

④海泰科主要从事注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造和销售。其注塑模具及塑料零部件目前主要应用于汽车行业。客户集中度较高主要原因有两个方面：一方面，由于模具及注塑行业在细分领域、细分区域内知名的终端产品制造商相对集中，且均有较为严格的供应商认定体系，海泰科在通过客户的供应商资格认定后，双方的交易量一般情况下会逐步增大，这已成为该行业内较为常见的情况。另一方面，海泰科与主要客户合作时间较长，在长期合作的过程中相互已结成稳定、持续的业务关系，并获得了主要客户的普遍认可。海泰科选择将有限资源与能力服务于重要大客户，由此导致海泰科对前五大客户销售收入的合计占公司当期营业收入的比重在较高水平。

综上所述，公司客户数量众多且集中度较低主要系公司下游客户集中度较低，同时公司产品系定制化产品，单笔订单金额较小，但与可比公司麦士德福的情况总体一致，符合行业惯例。

(二)按客户类型(主机厂、模具厂、零部件厂等)列示各期公司客户数量、销售金额及占比,说明公司与不同类型客户的合作模式,包括客户及订单获取方式(商业谈判、招投标等)、合同签订方式、合同主要条款、结算政策、公司的供应商层级等,说明发行人是否需要获得终端主机厂的认证,如需要,说明发行人进入供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程

1、按客户类型(主机厂、模具厂、零部件厂等)列示各期公司客户数量、销售金额及占比

报告期各期,按照客户类型(主机厂、模具厂、零部件厂等)列示的客户数量、销售金额及占比情况如下:

期间	客户类型	客户数量(家)	销售金额(万元)	销售占比
2025年1-6月	主机厂[注1]	8	1,291.37	8.79%
	模具厂	514	11,913.72	81.05%
	零部件厂	73	1,352.09	9.20%
	其他[注2]	6	142.13	0.97%
	合计	601	14,699.31	100.00%
2024年度	主机厂[注3]	7	2,165.08	9.23%
	模具厂	662	18,479.47	78.82%
	零部件厂	93	2,612.76	11.14%
	其他[注2]	14	189.23	0.81%
	合计	776	23,446.54	100.00%
2023年度	主机厂[注4]	3	1,108.78	6.58%
	模具厂	565	13,652.58	81.08%
	零部件厂	94	1,787.88	10.62%
	其他[注2]	20	289.79	1.72%
	合计	682	16,839.04	100.00%
2022年度	主机厂	1	332.59	2.33%
	模具厂	565	12,254.20	85.95%
	零部件厂	46	1,346.88	9.45%
	其他[注2]	16	323.15	2.27%
	合计	628	14,256.81	100.00%

注1:8家主机厂分别为比亚迪股份有限公司所属的7家子公司和奇瑞汽车股份有限公司子公司瑞鲸(安徽)供应链科技有限公司,比亚迪股份有限公司子公司包括深圳市比亚迪供应链管理有限公司、比亚迪汽车有限公司、比亚迪汽车工业有限公司、韶关比亚迪实业有限公司

司、深圳市比亚迪锂电池有限公司、深圳比亚迪汽车实业有限公司和衡阳比亚迪实业有限公司

注 2：其他客户包含贸易商、非汽车行业客户以及租金、废料等收入的客户

注 3：7 家主机厂分别为比亚迪股份有限公司所属的 6 家子公司和奇瑞汽车股份有限公司子公司瑞鲸（安徽）供应链科技有限公司，比亚迪股份有限公司子公司包括深圳市比亚迪供应链管理有限公司、比亚迪汽车有限公司、比亚迪汽车工业有限公司、韶关比亚迪实业有限公司、深圳市比亚迪锂电池有限公司和深圳比亚迪汽车实业有限公司

注 4：3 家主机厂为比亚迪股份有限公司所属的 3 家子公司，包括深圳市比亚迪供应链管理有限公司、比亚迪汽车有限公司、比亚迪汽车工业有限公司

由上表可知，公司主要客户类型系模具厂客户，报告期各期收入占比分别为 85.95%、81.08%、78.82%和 81.05%；主机厂客户主要为比亚迪，各期收入增幅也较为明显。

2、说明公司与不同类型客户的合作模式，包括客户及订单获取方式（商业谈判、招投标等）、合同签订方式、合同主要条款、结算政策、公司的供应商层级等，说明发行人是否需要获得终端主机厂的认证，如需要，说明发行人进入供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程

(1) 主机厂客户

报告期内，主机厂客户主要系比亚迪和奇瑞汽车，双方合作模式及终端认证情况如下：

序号	客户名称[注 1]	订单获取方式	合同签订方式	合同主要条款[注 2]	结算政策[注 2]	公司的供应商层级	是否需要认证	进入供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程
1	比亚迪股份有限公司	招投标、商务洽谈	框架协议	2.4.1 乙方须按采购订单要求将货物按时运送至甲方指定的收货地址，并提供有关货物的单证和资料。如双方约定货物需要安装、调试的，乙方应送货至指定安装地点，并负责安装、调试工作。 2.4.2 本合同项下的产品由乙方根据甲方指示直接交付给委托方收货人。乙方的货物经甲方指定的收货人即委托方收货人在收货单据上签收方可视为交货。 2.4.6 货物的所有权及毁损、灭失的风险在货物交货后从乙方转移给甲方\委托方，但所有权和风险责任转移并不免除乙方对其自身原因或货物固有缺陷导致的货物故障、损坏或灭失所应承担的责任。双方另有约定的，以约定为准。	到票月结30天	一级供应商	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证
2	瑞鲸（安徽）供应链科技有限公司[注 3]	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	票到 3 个月内付清	一级供应商	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2020 年通过合格供应商认证

注 1：同一控制下客户已按合并口径披露，下同

注 2：合同主要条款、结算政策摘录自与公司日常合作频次较高、业务往来密切的客户主体所签署的合同，下同

注 3：根据奇瑞汽车的公开披露文件，瑞鲸（安徽）供应链科技有限公司系奇瑞汽车股份有限公司子公司

(2) 模具厂客户

报告期各期，模具厂客户的前五大客户共涉及 10 家，其合作模式及终端主机厂的认证情况如下：

序号	客户名称	订单获取方式	合同签订方式	合同主要条款	结算政策	公司的供应商层级	终端主机厂	是否需要认证	进入终端主机厂供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程
1	台州汇力普模塑有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	票到 6 个月付清	三级供应商	奇瑞汽车	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2020 年通过合格供应商认证
							比亚迪	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证
2	宁波吉海模具有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	月结 90 天	三级供应商	比亚迪	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证
3	珠海格力电器股份有限公司	商务洽谈	框架协议	乙方交货的同时应提交产品的有关技术说明、产品合格证书及有关合同产品的一切特定信息资料。如乙方上述资料不全、内容不符，甲方有权拒绝收货。 乙方所提供的产品技术质量应符合国家标准、行业标准及生产企业的质量保证标准、本合同项下的技术质量要求。存在多重标准的，乙方产品应同时满足所有标准。 乙方应足额及时地购买产品交货至甲方指定地点至卸货完毕并确认收货的保险，乙方未购买上述保险或购买保险不当导致发生保险事故后不能索赔、理赔或不能全额索赔、理赔的，产品在此期间的毁损灭失的风险由乙方自行承担，且乙方应赔偿甲方因延期交货造成的损失	根据合同约定时间支付承兑汇票和融单	三级供应商	比亚迪	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证

序号	客户名称	订单获取方式	合同签订方式	合同主要条款	结算政策	公司的供应商层级	终端主机厂	是否需要认证	进入终端主机厂供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程
4	浙江永明模具股份有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	票到 9 个月付清	三级供应商	奇瑞汽车	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2020 年通过合格供应商认证
							上汽集团	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2015 年通过合格供应商认证
							上汽通用	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2018 年通过合格供应商认证
5	芜湖安瑞光电有限公司	商务洽谈	订单合同	验收标准、方法、地点及期限：①产品在甲方指定地点验收；②验收期限为/天，自产品到达甲方工厂之日起计算；③该验收仅对该产品的数量、外观包装的验收，不构成对该产品质量是否符合要求的确认，具体依据本合同的第二、第三条约定的技术要求和质量要求执行	货到票到 60 天	三级供应商	奇瑞汽车	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2020 年通过合格供应商认证
6	江苏星科精密模具有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	票到 90 天内付清	三级供应商	比亚迪	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证
7	台州市点睛模业有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	货到后 3 个月内付清	三级供应商	比亚迪	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证
8	中山市恒滨实业有限公司	商务洽谈	框架合同	乙方出货前，需要按照与甲方协商的检查方法、检查项目进行出货检验，并在交货的同时提交检验报告	月结 60 天	三级供应商	上汽集团	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2015 年通过合格供应商认证
							比亚迪	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证
9	广州中誉精密模具有限	商务洽谈	订单合同	材料上必须贴上标签注明物料模号、品名、规格型号、数量。自带卸货工具（如：吊环、磁铁），如没有带	票到 90 天	三级供应商	比亚迪	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于

序号	客户名称	订单获取方式	合同签订方式	合同主要条款	结算政策	公司的供应商层级	终端主机厂	是否需要认证	进入终端主机厂供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程
	公司			自行解决卸货问题					2021 年通过合格供应商认证。
10	浙江凯华模具有限公司	商务洽谈	订单合同	乙方必须按照甲方提供的技术资料、图纸等规定的技术要求、技术标准提供配件。甲方没有提供技术资料的，按国家相关标准执行；没有国家标准的，以生产厂家提供的原始质保单为准。	甲方在收到乙方开具的热流道发票后 180 天内一次性付清所有款项	三级供应商	奇瑞汽车	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2020 年通过合格供应商认证。

(3) 零部件厂客户

报告期各期，零部件厂客户的前五大客户共涉及 10 家，其合作模式及终端主机厂的认证情况如下：

序号	客户名称	订单获取方式	合同签订方式	合同主要条款	结算政策	公司的供应商层级	终端主机厂	是否需要认证	进入终端主机厂供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程
1	常州星宇车灯股份有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	发票入账 90 天付款 100%	二级供应商	奇瑞汽车	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2020 年通过合格供应商认证
2	宁波福尔达智能科技股份有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	票到月结 60 天	二级供应商	理想	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证
3	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	预付 50%，余款票到 2 个月付清	二级供应商	奇瑞汽车	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2020 年通过合格供应商认证
4	重庆思普宁科技股份有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	货到开票后，三个月内付清	二级供应商	比亚迪	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证

序号	客户名称	订单获取方式	合同签订方式	合同主要条款	结算政策	公司的供应商层级	终端主机厂	是否需要认证	进入终端主机厂供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程
5	宁波奥云德电器有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	月结 90 天	二级供应商	上汽集团	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2015 年通过合格供应商认证
6	江阴德吉铸造有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	票到 90 天内付清	二级供应商	极越	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2022 年通过合格供应商认证
7	常诚车业江苏有限公司	商务洽谈	订单合同	乙方自行安排运输工具将热流道运输到甲方指定交货地点并承担相关费用。在热流道的转移过程中，如因乙方组装、防锈或包装不当以及运输风险等原因，造成热流道的损坏或丢失，并因此造成甲方的所有的直接和间接损失由乙方承担。如果因为乙方的原因热流道不能满足甲方的要求，甲方有权要求乙方重新免费制作。	3 个月结	二级供应商	理想	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2021 年通过合格供应商认证
8	浙江世纪华通集团股份有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	票到 90 天内付清	二级供应商	上汽大众	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2018 年通过合格供应商认证
9	宁波一彬电子科技股份有限公司	商务洽谈	订单合同	由乙方免费送货至甲方指定仓库，地点为：宁波一彬电子科技股份有限公司。乙方负责卸货至甲方仓库内的指定库位，无论是乙方自行卸货还是乙方委托甲方卸货，卸货完成前的一切风险由乙方承担。	月结 120 天	二级供应商	奇瑞汽车	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2020 年通过合格供应商认证
10	神通科技集团股份有限公司	商务洽谈	订单合同	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格	票到 2 个月内付清	二级供应商	上汽通用	是	通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，于 2018 年通过合格供应商认证

公司客户对应的终端主机厂多为奇瑞汽车、上汽、比亚迪、理想、极越等知名整车厂商，通常而言，汽车产业链具有较为明确的专业分工及层级体系，且出于质量及供货稳定性的考虑，需通过拜访、技术交流等市场开拓活动，并经客户审核后，方能通过认证。

（三）按新、老客户列示各期公司客户数量、销售金额及占比，公司各期销售人员与客户数量是否匹配，是否具有持续开拓新客户的能力

1、按新、老客户列示各期公司客户数量、销售金额及占比

报告期各期，公司按新、老客户列示的客户数量、销售金额及占比具体如下：

期间	客户类型	客户数量（家）	收入（万元）	收入占比
2025 年 1-6 月	新客户	189	1,072.39	7.30%
	老客户	412	13,626.91	92.70%
	合计	601	14,699.31	100.00%
2024 年度	新客户	375	3,004.00	12.81%
	老客户	401	20,442.54	87.19%
	合计	776	23,446.54	100.00%
2023 年度	新客户	292	2,551.92	15.15%
	老客户	390	14,287.12	84.85%
	合计	682	16,839.04	100.00%
2022 年度	新客户	330	2,740.66	19.22%
	老客户	298	11,516.15	80.78%
	合计	628	14,256.81	100.00%

注：新增客户的统计口径为本年度确认销售收入而上年度未确认销售收入的客户

报告期各期，公司收入主要来自于老客户，占比分别为 80.78%、84.85%、87.19%和 92.70%，体现公司与客户具有较好的粘性，公司与客户的合作不断加深。另一方面，新增客户各期对收入的贡献分别为 19.22%、15.15%、12.81%和 7.30%，公司具有新客户开拓能力且对收入贡献较为明显。

2、公司各期销售人员与客户数量是否匹配

汽车企业通常对其供应商及产业链中重要部件供应商有着严格的资格认证标准，为了维持稳定连续的生产，客户通常会保持稳定的合作，不会轻易更换供应商。为能够及时响应客户的产品需求并解决热流道产品使用过程中出现的问题，公司已建立完善的营销服务网络和快速响应机制，成立了一支专业素质高、技术能力强的售后技术服务团队，可为客户提供及时的售后技术服务支持，并在全国多个重点城市设立售后服务点。在目前热流道系统国内市场的竞争环境下，公司相较于外资品牌具有的快速响应服务优势，亦为公司维护客户关系及市场开发提

供了良好的竞争基础。

为更好服务企业，公司设有独立的销售部门和售后部门，具体职能分工情况如下：

职能部门	职责说明
销售部	年度销售计划和区域市场的销售任务指标的拟定、分解；根据销售目标和销售计划，执行产品销售和客户拓展工作；负责订单管理、合同管理、销售回款管理；收集客户满意度，持续跟踪客户需求，维护客户关系；负责公司品牌策划及企业形象策划与实施，如公司展室布置管理，对外宣传材料保管，参加展会工作实施等。
售后部	售后人员提供现场安装、培训、维修等售后服务，及时将客户需求、现场问题反馈回公司；负责热流道系统售后问题的解决方案制定及情况跟踪；指导、培训客户热流道系统的基本知识及注意事项等；负责客户服务资料的制定和保管工作。

报告期各期，公司的销售人员、售后人员与客户数量的匹配关系如下：

项目	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
销售人员数量（人）	24	22	24	23
售后人员数量（人）	102	83	62	37
客户数量（家）	601	776	682	628
其中：主要客户（交易金额 100 万元以上的客户）数量（家）	33	52	39	27
销售人员人均维护客户数量（家/人）	25	35	28	27
销售人员人均维护主要客户数量（家/人）	1	2	2	1
售后人员人均维护客户数量（家/人）	6	9	11	17

注：销售人员数量、售后人员数量系各期末人员数量

从销售人员来看，报告期各期末销售人员数量分别为 23 人、24 人、22 人和 24 人，人均维护客户数量分别为 27 家、28 家、35 家和 25 家，但销售人员人均维护的主要客户分别为 1 家、2 家、2 家和 1 家，由于销售人员主要系跟踪客户需求并负责订单管理，主要对接的以大客户为主，一些零星订单的小客户投入精力较少，因此销售人员数量并不会与客户数量同比例变动。

从售后人员来看，客户数量的变多会导致公司需要相应的增加售后人员数量，因此报告期内公司售后人员数量增长明显，分别为 37 人、62 人、83 人和 102 人，人均维护客户数量分别为 17 家、11 家、9 家和 6 家。

3、是否具有持续开拓新客户的能力

公司主要通过现有客户介绍、参加展会（车灯展、模具展等）、主动拜访行

业内客户等方式寻找业务机会来开拓新客户，具体为：

（1）公司通过现有的客户、产业链上下游合作的供应商，在与公司的合作或沟通中建立起对品牌和产品的认可，推荐其他客户与公司进行合作。

（2）协会/展会推广：公司在境内、境外的展会（如车灯展、模具展等）中通过设置展位宣传等方式，提高公司及产品的知名度，扩大潜在的客户合作资源。

（3）主动联系开拓并宣传：公司在多年的经营和销售中，积累了大量的客户信息资源，公司会主动联系潜在的优质客户。此外，公司在官网更新产品、公司发展信息，便于潜在的客户进行信息搜索，吸引客户对公司相关产品进行更深入、详细的了解，提升合作意愿。

报告期各期，公司客户数量分别为 628 家、682 家、776 家和 601 家，除 2025 年上半年外客户数量逐年增加，公司新开拓的客户数量和金额均对收入贡献较为明显，且公司配备了开拓新客户所需要的销售和售后人员，公司具有持续开拓新客户的能力。

二、向比亚迪销售大幅增长的合理性

（一）说明与比亚迪的合作背景及开展合作以来的历史交易情况，报告期各期销售的主要产品类型、数量、单价、金额、占比及毛利率等情况，结合发行人热流道产品主要适配的车型及报告期内的销量变化情况等，说明报告期内发行人向比亚迪销售规模大幅增长的合理性；说明发行人是否与比亚迪或其指定采购方签订了长期合作协议，协议的具体内容、期限及到期后的安排；说明发行人与比亚迪的合作是否稳定可持续，发行人是否存在被其他供应商替代的风险；说明发行人获取比亚迪订单的方式，在定价、信用周期、结算周期等方面的具体约定及与其他客户是否存在明显差异，向比亚迪销售同类产品的销售价格及毛利率与其他客户相比是否存在较大差异及合理性，是否存在大客户压价、降价等风险

1、说明与比亚迪的合作背景及开展合作以来的历史交易情况，报告期各期销售的主要产品类型、数量、单价、金额、占比及毛利率等情况

（1）说明与比亚迪的合作背景及开展合作以来的历史交易情况

公司于 2020 年主动接洽比亚迪，经过试生产送样、质量审核、审厂后于 2021

年初录入供应商体系，正式与比亚迪建立合作关系。公司与比亚迪合作初期，主要向其提供汽车车灯热流道系统，凭借自身在汽车车灯热流道系统领域的竞争优势以及和外资品牌直接相竞争的性价比优势，公司在合作过程中逐步获得比亚迪的认可，合作产品逐步拓展至汽车内外饰等领域的热流道系统。

自公司 2021 年与比亚迪合作以来，双方合作不断深化，公司在产品设计、生产能力、技术工艺、服务能力等方面得到了比亚迪的认可，2021-2025 年 6 月，公司来自比亚迪的收入分别为 251.93 万元、332.59 万元、1,108.78 万元、2,113.40 万元和 1,260.99 万元，总体呈上升趋势。

（2）报告期各期销售的主要产品类型、数量、单价、金额、占比及毛利率等情况

报告期内，公司向比亚迪销售的主要产品为汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统，上述主要产品类型、数量、单价、金额、占比及毛利率等情况具体如下：

单位：万元、点、元/点

期间	产品类型	销售金额	销售数量	产品单价	收入占比	毛利率
2025 年 1-6 月	汽车车灯热流道系统	1,006.46	**	**	79.81%	**
	汽车内外饰热流道系统	161.19	**	**	12.78%	**
2024 年度	汽车车灯热流道系统	1,470.95	**	**	69.60%	**
	汽车内外饰热流道系统	530.11	**	**	25.08%	**
2023 年度	汽车车灯热流道系统	991.87	**	**	89.46%	**
	汽车内外饰热流道系统	77.60	**	**	7.00%	**
2022 年度	汽车车灯热流道系统	328.35	**	**	98.73%	**
	汽车内外饰热流道系统	-	-	-	-	-

从销售收入与主要产品类型来看，报告期各期，公司与比亚迪的交易金额分别为 332.59 万元、1,108.78 万元、2,113.40 万元和 1,260.99 万元，总体呈上升趋势。随着公司与比亚迪合作不断加深，销售的主要产品类型亦不断拓展，从合作初期的汽车车灯热流道系统，逐步拓展至汽车内外饰等领域的热流道系统，且汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品收入均实现快速增长。

从产品单价来看，报告期内，公司与比亚迪合作过程中主要产品单价总体保持稳定，存在小幅波动主要系热流道系统产品定制化程度高，产品价格亦会随定

制化情况的差异而有所不同；其中 2025 年 1-6 月汽车内外饰热流道系统产品单价有所下降主要系：①市场竞争因素导致产品单价有所下降；②比亚迪增加了低单价热流道系统的采购，主要用于生产附加值相对较低的汽车内外饰部件。

从产品毛利率来看，报告期内，公司向比亚迪销售的主要产品毛利率总体保持稳定，其中 2025 年 1-6 月汽车内外饰热流道系统毛利率有所下降主要系产品单价下降。

2、结合发行人热流道产品主要适配的车型及报告期内的销量变化情况等，说明报告期内发行人向比亚迪销售规模大幅增长的合理性

报告期内，公司向比亚迪销售的热流道系统主要适配的车型基本覆盖比亚迪全系列车型，具体如下：

车型类别	公司热流道系统产品主要适配的车型
比亚迪海洋系列	海豹、海狮、海鸥、海豚、宋 PLUS 等
比亚迪王朝系列	汉、唐、秦、宋、元等
其他车型	方程豹、仰望、腾势、商用车等

报告期内，公司向比亚迪销售的汽车领域热流道系统主要适配车型的金额及比例具体如下：

单位：万元

车型类别	2025 年 1-6 月		2024 年			2023 年			2022 年	
	金额	占比	金额	占比	变动幅度	金额	占比	变动幅度	金额	占比
比亚迪海洋系列	352.99	30.23%	703.59	35.16%	63.51%	430.31	40.24%	467.39%	75.84	23.10%
比亚迪王朝系列	431.34	36.94%	673.85	33.67%	110.99%	319.37	29.86%	79.33%	178.09	54.24%
其他车型[注]	383.31	32.83%	623.62	31.16%	95.01%	319.79	29.90%	329.71%	74.42	22.66%
合计	1,167.64	100.00%	2,001.06	100.00%	87.11%	1,069.47	100.00%	225.71%	328.35	100.00%

注：其他车型主要包括方程豹、仰望、腾势、商用车、未上市车型等

报告期内，公司向比亚迪销售的热流道系统主要适配的车型为比亚迪海洋系列和王朝系列，报告期内公司向比亚迪销售规模大幅增长主要系：

（1）比亚迪海洋系列与王朝系列销量增长带动对热流道系统的需求增加

报告期各期，比亚迪海洋系列和王朝系列销量具体如下：

单位：万辆

车型类别	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年
------	--------	--------	--------	--------

	1-6 月					
	销量	销量	变动幅度	销量	变动幅度	销量
比亚迪海洋系列	103.08	194.65	40.76%	138.29	96.54%	70.36
比亚迪王朝系列	92.03	209.80	40.66%	149.16	31.76%	113.21

数据来源：汽车之家

2023 年、2024 年比亚迪海洋系列销量较上年增幅分别为 96.54%、40.76%，比亚迪王朝系列销量较上年增幅分别为 31.76%、40.66%，均实现快速增长。比亚迪海洋系列与王朝系列销量的快速增长带动对公司热流道系统的需求增加，相应公司向比亚迪销售规模实现增长。

（2）比亚迪车型更新与改款频率加快促进对热流道系统的需求提升

根据中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会网站发布的新车上市信息，报告期内，比亚迪全新/换代车型、改款车型数据具体如下：

单位：款

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
全新/换代车型	34	17	7	8
改款车型	1	28	15	5
合计	35	45	22	13

注：全新/换代车型包含全新产品、换代产品、新增车型；改款车型包含小改款、中改款、大改款

由上表可知，根据中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会的数据统计，报告期各期，比亚迪全新/换代车型和改款车型分别为 13 款、22 款、45 款和 35 款，总体呈增长趋势。汽车车型的更新与改款涉及车型的外型及内饰更新、核心零部件升级等，因此比亚迪车型更新与改款频率的加快促进对热流道系统的需求提升，相应公司向比亚迪销售规模实现增长。

综上，报告期内，公司向比亚迪销售的热流道系统主要适配的车型以比亚迪海洋系列和王朝系列为主。比亚迪海洋系列与王朝系列销量增长、比亚迪车型更新与改款频率加快、公司产品逐步获得比亚迪认可等因素共同推动公司向比亚迪销售规模的增长，因此报告期内公司向比亚迪销售规模大幅增长具有合理性。

3、说明发行人是否与比亚迪或其指定采购方签订了长期合作协议，协议的具体内容、期限及到期后的安排

报告期初，公司与比亚迪通过采购订单进行产品下单与交付；2023 年 11 月和 2024 年 8 月，公司与比亚迪全资子公司深圳市比亚迪供应链管理有限公司签署了长期有效的《MRO 非生产性物料采购框架协议》，对采购订单、价格及支付、交货、售后服务等事项进行框架性约定，协议关键条款内容如下：

关键条款	具体内容
采购订单	2.2.1 甲方将根据委托方需求，向乙方发出采购订单，并注明所需货物的品名、制造商/品牌、规格型号、数量、币种、价格、付款条件、交货时间和收货地点等，采购订单为本协议的有效组成部分，受本协议条款的约束。 2.2.2 采购订单发出后，乙方应在 3 个工作日（如该采购订单另有规定时效，则以采购订单规定的时效为准）内向甲方确认接受采购订单，接受的形式为对采购订单内容不做任何修改，签字并盖章后通过传真、电子邮件、双方认可的线上系统等将采购订单发给甲方。如乙方不接受该采购订单，应在前述期间内提出异议；逾期则视为乙方接受该采购订单。若乙方对采购订单内容有异议，则经双方协商一致后由甲方重新做出采购订单，原采购订单作废。
价格及支付	2.3.1 除非双方另有协议，采购订单中约定的价格是确定甲方向乙方支付货物/产品价款的唯一依据。未经甲方事先书面同意，乙方不得向甲方主张任何其他费用。 2.3.2 甲方依采购订单中约定的付款方式及期限向乙方支付货款。乙方应在甲方要求的期限内提供发票等请款文件，如因乙方请款文件不全而导致甲方延迟付款的，甲方不承担任何责任。
交货	2.4.1 乙方须按采购订单要求将货物按时运送至甲方指定的收货地址，并提供有关货物的单证和资料。如双方约定货物需要安装、调试的，乙方应送货至指定安装地点，并负责安装、调试工作。 2.4.2 本合同项下的产品由乙方根据甲方指示直接交付给委托方收货人。乙方的货物经甲方指定的收货人即委托方收货人在收货单据上签收方可视为交货。 2.4.6 货物的所有权及毁损、灭失的风险在货物交货后从乙方转移给甲方/委托方，但所有权和风险责任转移并不免除乙方对其自身原因或货物固有缺陷导致的货物故障、损坏或灭失所应承担的责任。双方另有约定的，以约定为准。
售后服务	2.9.1 除双方另有约定外，货物的质量保证期按国家或行业标准执行；无国家或行业标准的，货物的质量保证期为 12 个月；货物的质量保证期自甲方接收货物之日起计算。在货物质量保证期内，乙方按照所供货物的国家及行业标准、双方确定的货物质量标准承担货物质量保证责任。 2.9.2 不论是否在质量保证期内，当货物出现质量问题，乙方在接到甲方的通知后为甲方替换质量合格货物或依甲方要求进行维修，替换或维修工作应在双方约定的期限内（未约定或约定未能达成一致的，默认为 2 个工作日）完成。乙方应书面记录每次的维修情况，并由双方经办人在维修记录上签字确认，否则视为乙方未尽维修义务。若乙方未在本款规定的时间做出响应或处理，则乙方须承担逾期违约责任，同时甲方还有权视情况决定自行或者委托第三方对货物进行维修，由此产生的维修费用由乙方承担。 2.9.3 质量保证期内，乙方按照双方约定为甲方提供售后维修及保养服务，维修及保养过程中所需的零部件、配件、耗材等由乙方免费提供或承担；质量保证期届满后，乙方应继续提供售后维修及保养服务，但可在统一收费标准的基础上给予甲方最优惠价格的条件下向甲方收取费用。

关键条款	具体内容
期限及到期后的安排	8.13.2 除双方另有约定外，本协议自双方盖章后生效，长期有效。

4、说明发行人与比亚迪的合作是否稳定可持续，发行人是否存在被其他供应商替代的风险

报告期各期，公司与比亚迪的交易金额分别为 332.59 万元、1,108.78 万元、2,113.40 万元和 1,260.99 万元，占营业收入的比例分别为 2.33%、6.58%、9.01% 和 8.58%，总体呈现上升趋势。公司与比亚迪的合作稳定可持续，被其他供应商替代的风险较小，具体如下：

（1）公司与比亚迪在合作中已建立良好合作基础，获得客户认可并形成客户粘性

公司自 2021 年与比亚迪合作以来，逐步加深对比亚迪产品需求的了解，持续积累比亚迪相关协调解决问题的经验；同时公司热流道系统的产品质量和稳定性获得比亚迪的认可，产品类型不断丰富，从合作初期的汽车车灯热流道系统，逐步拓展至汽车内外饰等领域的热流道系统。此外，汽车企业通常对其供应商及产业链中重要部件供应商有着严格的资格认证标准，为了维持稳定连续的生产，客户通常会保持稳定的合作，不会轻易更换供应商。因此，公司与比亚迪在合作中已建立良好合作基础，公司获得比亚迪认可并形成客户粘性，公司与比亚迪将维持稳定持续的合作关系。

（2）比亚迪新能源汽车销量快速增长，带动对公司热流道系统的需求增加

根据比亚迪年度报告等公开披露信息，比亚迪作为全球新能源汽车行业先行者和领导者，在新能源汽车逐步成为主流趋势的背景下，持续推出一系列极具竞争力的技术和产品，推动新能源汽车渗透率加速提升，助力行业更深层次变革，实现业务的长足发展。根据中汽协数据，2024 年比亚迪新能源汽车销量在高基数的基础上同比增长超 40%，市占率进一步提升至 33.2%，同比增长 1.3 个百分点。此外，2024 年，比亚迪蝉联中国汽车市场车企销量冠军、中国汽车市场品牌销量冠军和全球新能源汽车市场销量冠军。随着比亚迪进一步提升在新能源汽车市场的市场份额和行业地位，其对热流道系统的采购需求亦会持续增长，从而促进公司与比亚迪的合作处于持续稳定状态。

(3) 公司在汽车车灯热流道系统领域与外资品牌直接竞争，具备竞争优势

汽车车灯热流道系统产品因技术要求和难度较高，主要以外资企业为主，公司作为国产品牌，与外资品牌圣万提、欧瑞康好塑、马斯特等直接竞争，且具有一定性价比优势，为公司与比亚迪合作的稳定性夯实了基础。

公司经过持续的研发投入和技术积累，在产品成型、流道排布设计以及关键工艺制造等核心环节实现了完全自主的技术掌握，并在生产实践中不断提炼和完善生产工艺，尤其在多色注塑模具热流道和光导注塑模具热流道等关键领域取得了显著的技术突破，公司“尾灯三色热流道系统”产品荣获“2023 年度浙江省首台（套）装备”认定。为及时把握行业技术趋势和市场需求变化，公司提前布局前瞻性研发计划与技术储备，优化产品种类与使用领域，提高产品创新力度，加大对车灯领域多色与光导注塑模具热流道系统等前沿技术的研发投入力度，具有较强的研发优势，截至报告期末，公司拥有多色热流道系统技术、光导注塑模具的热流道系统技术等 8 项自主研发的核心技术。

(4) 公司具备快速响应的服务优势，及时响应比亚迪的定制化需求

公司热流道系统产品具有高度定制化特点，根据每套塑料件的注塑模具会定制设计全新的热流道系统。公司能够快速响应比亚迪的定制化产品需求并设计热流道系统，同时在全国多个重点城市设立售后服务点，能够及时响应比亚迪的产品需求并解决热流道系统产品使用过程中出现的问题。

综上，公司与比亚迪的合作稳定可持续，被其他供应商替代的风险较小。

针对公司被其他供应商替代的风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（六）经营业绩下滑风险”与“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（三）经营业绩下滑风险”中予以风险提示。

5、说明发行人获取比亚迪订单的方式，在定价、信用周期、结算周期等方面的具体约定及与其他客户是否存在明显差异，向比亚迪销售同类产品的销售价格及毛利率与其他客户相比是否存在较大差异及合理性，是否存在大客户压价、降价等风险

(1) 发行人获取比亚迪订单的方式

报告期内，公司主要通过商务谈判和招投标方式获取比亚迪订单。合作初期，公司主要通过商务谈判方式获取比亚迪订单；公司自 2023 年 8 月起通过招投标方式获取比亚迪订单，公司通过比亚迪采购门户网站投标模块获取比亚迪的招标信息，包括产品类型、技术要求、工艺性能等，公司根据相关招标要求制作投标文件并进行投标，公司中标后，双方根据采购订单进行产品下单与交付。

（2）在定价、信用周期、结算周期等方面的具体约定及与其他客户是否存在明显差异

报告期内，公司各期前五大客户（共涉及 12 家）在定价、信用周期、结算周期方面具体约定如下：

序号	客户名称	定价方式	信用周期、结算周期
1	比亚迪股份有限公司	以热流道系统点数为基准，并综合考虑产品的应用领域、驱动方式、工艺复杂程度、成本因素、订单规模、客户类型以及市场竞争等因素进行报价	到票月结 30 天
2	台州汇力普模塑有限公司		票到 6 个月付清
3	珠海格力电器股份有限公司		根据合同约定时间支付承兑汇票和融单
4	常州星宇车灯股份有限公司		发票入账 90 天付款 100%
5	宁波吉海模具有限公司		月结 90 天
6	芜湖安瑞光电有限公司		货到票到 60 天
7	江苏星科精密模具有限公司		票到 90 天内付清
8	台州市点睛模业有限公司		货到后 3 个月内付清
9	浙江永明模具股份有限公司		票到 9 个月付清
10	常诚车业江苏有限公司		3 个月结
11	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司		预付 50%，余款票到后 2 个月内付清
12	广州中誉精密模具有限公司		票到 90 天

在定价方面，公司以热流道系统点数为基准，并综合考虑产品的应用领域、驱动方式、工艺复杂程度、成本因素、订单规模、客户类型以及市场竞争等因素进行报价。公司针对比亚迪及其他主要客户均根据上述原则定价，不存在明显差异。

在信用周期、结算周期方面，公司定期与客户结算，并综合考虑不同客户的信用状况、采购规模、合作历史等因素，与客户签订合同同时对信用周期、结算周期进行约定，合同约定的信用期一般多为 30-180 天不等。比亚迪信用期为到票月结 30 天，报告期内其他前五大客户主要包括汽车零部件厂和注塑模具厂，且

以注塑模具厂为主，注塑模具厂客户具有数量多、规模不大、单笔交易金额小等特点，信用期通常相对较长。因此比亚迪与其他主要客户信用周期、结算周期存在一定差异具有合理性。

综上所述，公司与比亚迪在定价方面与其他主要客户不存在明显差异，在信用周期、结算周期方面与其他主要客户存在一定差异具有合理性。

(3) 向比亚迪销售同类产品的销售价格及毛利率与其他客户相比是否存在较大差异及合理性，是否存在大客户压价、降价等风险

报告期内，公司向比亚迪销售的主要产品为汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统。从汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统的销售价格和毛利率来看，报告期内，比亚迪销售价格和毛利率与前五大客户平均水平总体不存在较大差异；2025 年 1-6 月比亚迪汽车内外饰热流道系统销售价格和毛利率与前五大客户平均水平存在一定差异具有合理性。各主要客户之间有所差异，主要系热流道系统产品具有定制化程度较高的特征，不同热流道系统因驱动方式、终端领域产品类型、工艺复杂程度等方面不同，差异原因具有合理性，大客户压价、降价等风险较小。

若未来新能源汽车行业竞争逐步加剧，汽车销售价格的下降可能会通过汽车产业链传导至各级供应商，从而对公司产品价格带来一定下行压力，导致公司面临一定的大客户压价、降价等风险。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（六）经营业绩下滑风险”与“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（三）经营业绩下滑风险”中予以风险提示。

（二）说明除比亚迪外，报告期内其他主要客户变动较大且销售金额较小的原因，是否符合行业特点；列示各期主要客户的成立时间、注册资本、实缴资本、经营规模、员工人数及参保人数，说明部分主要客户经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的原因，发行人向其销售的原因及合理性，是否存在刚成立即成为发行人主要客户的情形，采购金额与其经营规模是否匹配，前述客户与发行人、控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来

1、说明除比亚迪外，报告期内其他主要客户变动较大且销售金额较小的原因，是否符合行业特点

（1）说明除比亚迪外，报告期内其他主要客户变动较大且销售金额较小的原因

报告期各期，发行人向前五大客户的销售金额及占营业收入的比例情况如下表所示：

单位：万元

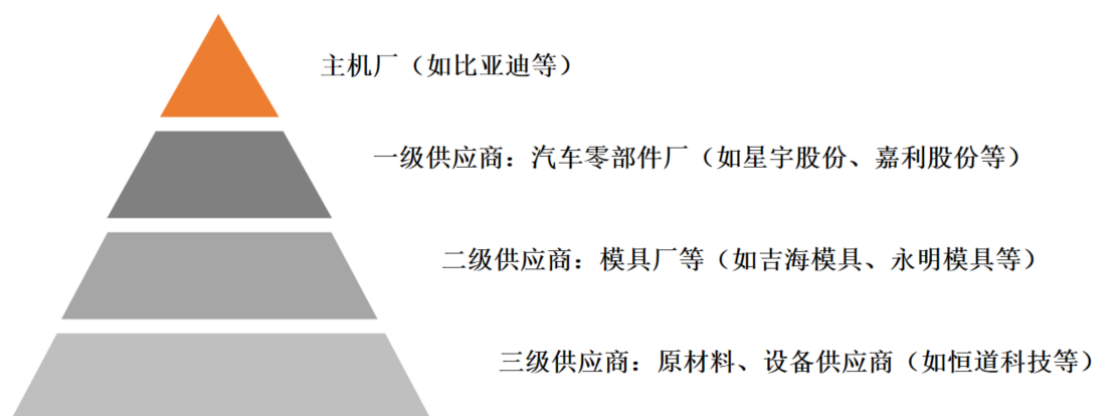
2025 年 1-6 月			
序号	客户	销售金额	年度销售额占比
1	比亚迪股份有限公司	1,260.99	8.58%
2	宁波吉海模具有限公司	654.55	4.45%
3	常州星宇车灯股份有限公司	505.84	3.44%
4	广州中誉精密模具有限公司	393.69	2.68%
5	台州汇力普模塑有限公司	301.59	2.05%
合计		3,116.66	21.20%
2024 年度			
序号	客户	销售金额	年度销售额占比
1	比亚迪股份有限公司	2,113.40	9.01%
2	台州汇力普模塑有限公司	564.47	2.41%
3	珠海格力电器股份有限公司	530.11	2.26%
4	常州星宇车灯股份有限公司	517.90	2.21%
5	宁波吉海模具有限公司	492.36	2.10%
合计		4,218.24	17.99%
2023 年度			

序号	客户	销售金额	年度销售额占比
1	比亚迪股份有限公司	1,108.78	6.58%
2	芜湖安瑞光电有限公司	507.00	3.01%
3	江苏星科精密模具有限公司	409.44	2.43%
4	台州市点睛模业有限公司	394.58	2.34%
5	常州星宇车灯股份有限公司	358.60	2.13%
合计		2,778.40	16.49%
2022 年度			
序号	客户	销售金额	年度销售额占比
1	浙江永明模具股份有限公司	492.64	3.46%
2	常诚车业江苏有限公司	416.77	2.92%
3	比亚迪股份有限公司	332.59	2.33%
4	台州市点睛模业有限公司	327.52	2.30%
5	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	320.69	2.25%
合计		1,890.21	13.26%

2022-2025 年 6 月，公司前五大客户收入占比分别为 13.26%、16.49%、17.99% 和 21.20%，前五大客户合计共 12 家，收入占比较总体较小且变动较大。除比亚迪外，报告期内其他主要客户变动较大且销售金额较小的原因具体如下：

①公司除比亚迪外其他主要客户为模具厂及汽车零部件厂，系主机厂的二级供应商和一级供应商，分布分散且家数众多

汽车行业的供应链是由“零件→组件→部件→系统→总成”形成金字塔式配套体系，成熟的汽车产业链体系下，整车企业进行车型开发设计、整车组装和终端品牌经营，零部件企业负责零部件的模块化、系统化开发设计和制造，零部件供应商通常划分为一级、二级、三级供应商，形成金字塔型的产业链结构。随着层级越低，对应供应商家数亦逐级增加。



同时，因主机厂或一级供应商等为维护供应的稳定和价格竞争，一般单个部件会确定多个合格供应商，单次的采购需求均通过询价或招标确定最终供应商，规模较大的模具厂一般亦有多家热流道供应商同时合作。

综上，由于上述汽车产业链的行业特性，汽车零部件厂、模具厂分布更为分散且家数众多，自身业务也存在一定的波动性，从而导致公司除比亚迪外的主要客户变动较大且单个客户销售金额相对较小。

②公司主要客户均为长期合作客户，报告期内每年存在复购行为，合作稳定

2022-2025 年 6 月，公司各期前五大客户（合计共 12 家）的销售金额如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	比亚迪股份有限公司	1,260.99	2,113.40	1,108.78	332.59
2	台州汇力普模塑有限公司	301.59	564.47	349.04	264.58
3	珠海格力电器股份有限公司	255.09	530.11	179.35	60.31
4	常州星宇车灯股份有限公司	505.84	517.90	358.60	16.40
5	宁波吉海模具有限公司	654.55	492.36	33.84	20.62
6	芜湖安瑞光电有限公司	194.11	415.38	507.00	153.04
7	江苏星科精密模具有限公司	161.01	285.28	409.44	247.66
8	台州市点睛模业有限公司	114.38	367.49	394.58	327.52
9	浙江永明模具股份有限公司	226.69	399.35	327.53	492.64
10	常诚车业江苏有限公司	49.22	4.60	108.55	416.77
11	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	96.58	291.12	156.88	320.69
12	广州中誉精密模具有限公司	393.69	301.28	6.06	32.17

公司主要客户中仅常州星宇车灯股份有限公司为 2022 年度新增客户，其余均为 2022 年以前年度建立合作关系的老客户，系长期合作客户，且在各期均实现了复购，合作稳定。2022-2025 年 6 月，长期合作客户各年度收入金额存在波动性主要系客户自身业务开展情况有所波动，从而导致客户各期收入排名存在波动，具体原因如下：

A、报告期内，芜湖安瑞光电有限公司、常州星宇车灯股份有限公司、珠海格力电器股份有限公司、宁波吉海模具有限公司、广州中誉精密模具有限公司等客户汽车车灯和内外饰等业务发展情况较好，公司加强与其合作，交易额有所上升，进入公司前五名客户；

B、公司与浙江永明模具股份有限公司、台州市点睛模业有限公司、浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司、江苏星科精密模具有限公司等客户保持相对稳定的客户关系，但报告期内随着公司整体收入规模的扩大，该部分客户排名存在上下波动的情况；

C、常诚车业江苏有限公司因自身业务转型等问题与公司减少合作。

（2）是否符合行业特点

对比同行业情况，根据麦士德福审核问询函回复显示，2020-2022 年，麦士德福各期与热流道系统前五大客户的交易情况如下：

单位：万元

2022年度		
公司名称	金额	收入占比
海尔数字科技（青岛）有限公司及其关联公司	1,264.88	5.56%
比亚迪股份有限公司	554.52	2.44%
福州福耀模具科技有限公司	527.01	2.32%
宁波家宏精密模具科技有限公司	375.19	1.65%
昆山市鸿毅达精密模具有限公司	355.04	1.56%
前五大收入合计	3,076.64	13.53%
2021年度		
公司名称	金额	收入占比
海尔数字科技（青岛）有限公司及其关联公司	1,618.17	8.26%
广东美的精密模具科技有限公司及其关联公司	446.16	2.28%

福州福耀模具科技有限公司	426.79	2.18%
浙江天喜厨电股份有限公司	420.84	2.15%
南通万德科技有限公司	393.42	2.01%
前五大收入合计	3,305.38	16.86%
2020年度		
公司名称	金额	收入占比
海尔数字科技（青岛）有限公司及其关联公司	864.95	5.27%
巨腾（内江）资讯配件有限公司	374.92	2.28%
TCL王牌电器（惠州）有限公司、TCL智慧工业（惠州）有限公司及其关联公司	356.96	2.18%
比亚迪股份有限公司	358.74	2.19%
昆山新至升塑胶电子有限公司	332.31	2.02%
前五大收入合计	2,287.88	13.94%

注：“收入占比”系占各期热流道系统业务总收入比例

2020-2022 年，麦士德福各期向热流道系统前五大客户销售占比分别为 13.94%、16.86%和 13.53%，客户较为分散。2022-2025 年 6 月，公司前五大客户收入占比分别为 13.26%、16.49%、17.99%和 21.20%，与同行业麦士德福客户分散程度不存在重大差异。

麦士德福 2021 年前五名客户相较 2020 年，存在 1 家客户重合；2022 年前五名客户相较 2021 年，存在 2 家客户重合。公司 2025 年 1-6 月前五大客户相较 2024 年存在 4 家客户重合；2024 年前五大客户相较 2023 年，存在 2 家客户重合；2023 年前五大客户相较 2022 年，存在 2 家客户重合，与同行业麦士德福前五大客户变动情况不存在重大差异。

麦士德福前五大客户中除海尔数字科技（青岛）有限公司及其关联公司销售金额在 2021 年和 2022 年收入在 1,000 万元以上，其余客户销售金额均较小。公司前五大客户中除比亚迪销售金额在 2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月收入在 1,000 万元以上，其余客户销售金额均较小，与同行业麦士德福前五大客户金额分布不存在重大差异。

综上所述，公司除比亚迪外其他主要客户为模具厂及汽车零部件厂，系主机厂的二级供应商和一级供应商，由于上述汽车产业链的行业特性，汽车零部件厂、模具厂分布更为分散且家数众多，自身业务也存在一定的波动性，从而导致公司

除比亚迪外的主要客户变动较大且单个客户销售金额相对较小。公司主要客户均为长期合作客户，且在各期均实现了复购，合作稳定。报告期内公司主要客户各年度收入金额存在波动性主要系自身业务开展情况有所波动，从而导致客户各期收入排名存在波动。公司与同行业可比公司不存在重大差异，符合行业特点。

2、列示各期主要客户的成立时间、注册资本、实缴资本、经营规模、员工人数及参保人数，说明部分主要客户经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的原因，发行人向其销售的原因及合理性，是否存在刚成立即成为发行人主要客户的情形，采购金额与其经营规模是否匹配，前述客户与发行人、控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来

(1) 列示各期主要客户的成立时间、注册资本、实缴资本、经营规模、员工人数及参保人数

报告期各期，公司前五大客户（共 12 家）的成立时间、注册资本、实缴资本、经营规模、员工人数及参保人数等情况如下：

序号	客户名称[注 1]	成立时间	注册资本 (万元)	实缴资本 (万元)	经营规模	员工人数 [注 2]	参保人数 [注 3]	起始合作时间	市场地位
1	比亚迪股份有限公司 (002594.SZ)	1995-02-10	911,719.76	303,906.60	2024 年营业收入为 7,771.02 亿元	2024 年末员工人数为 968,872 人,其中母公司员工人数为 2,406 人	2024 年母公司参保人数为 2,625 人	2021 年	连续十二年稳居中国新能源汽车销量龙头地位并蝉联全球新能源汽车销量冠军
2	台州汇力普模塑有限公司	2015-03-20	200.00	200.00	2023 年含税销售额在 1 亿元左右	未披露	129 人	2016 年	高新技术企业、省级专精特新企业等
3	珠海格力电器股份有限公司 (000651.SZ)	1989-12-13	601,573.09	560,140.57	2024 年营业收入为 1,900.38 亿元	2024 年末员工人数为 72,808 人,其中母公司员工人数为 19,419 人	2023 年母公司参保人数为 7,729 人, 2024 年母公司分支机构参保人数为 19,219 人	2019 年	在中国品牌价值评价榜上多年蝉联家电行业第一
4	常州星宇车灯股份有限公司 (601799.SH)	2000-05-18	28,567.94	28,567.94	2024 年营业收入为 132.53 亿元	2024 年末员工人数为 10,426 人,其中母公司 9,255 人	母公司参保人数为 5,720 人	2022 年	是我国领先的汽车车灯总成制造商和设计方案提供商之一
5	宁波吉海模具有限公司	2010-05-06	500.00	500.00	2024 年营业收入大约为 2 亿元	未披露	147 人	2021 年	高新技术企业、专精特新中小企业、宁海当地模具厂龙头企业之一
6	芜湖安瑞光电有限公司	2010-06-09	77,600.00	66,000.00	2024 年营业收入为 22.20 亿元	未披露	803 人	2019 年	高新技术企业、省级企业技术中心,省级专精特新中小企业,系三安光电(600703.SH)全资子公司, 2024 年累计完成 20 个新项目的定点

序号	客户名称[注 1]	成立时间	注册资本 (万元)	实缴资本 (万元)	经营规模	员工人数 [注 2]	参保人数 [注 3]	起始合 作时间	市场地位
7	江苏星科精密模 具有限公司	2010-03-19	5,000.00	500.00	2023 年营业收入 约为 4.6 亿元	未披露	518 人	2017 年	高新技术企业、无锡市 创新型中小企业等
8	台州市点睛模业 有限公司	2010-06-10	2,980.00	2,980.00	2023 年营业收入 约为 3 亿元	未披露	241 人	2014 年	高新技术企业、省级专 精特新企业等
9	浙江永明模具股 份有限公司	2016-03-23	1,080.00	360.00	2023 年营业收入 约为 1.5 亿元	未披露	226 人	2016 年	高新技术企业、浙江省 科技型中小企业、浙江 省创新型中小企业、台 州市企业技术中心等
10	常诚车业江苏有 限公司	2010-07-26	8,800.00	8,800.00	2023 年营业收入 约为 12 亿元	未披露	797 人	2016 年	高新技术企业、江苏省 汽车智能照明系统工 程技术研究中心、省级 专精特新中小企业等
11	浙江嘉利（丽水） 工业股份有限公司（874616.NQ）	2006-12-25	13,620.2895	13,620.2895	2024 年营业收入 为 26.80 亿元	2024 年员工总 人数为 3,801 人	母公司参保人数 为 1,303 人	2016 年	高新技术企业，国内知 名的内资汽车灯具制 造企业，业内生产机动 车灯具的龙头企业之 一
12	广州中誉精密模 具有限公司	2018-05-29	5,000.00	5,000.00	2024 年收入超过 3 亿	未披露	244 人	2019 年	高新技术企业、省级专 精特新中小企业

注 1：以上客户基本情况信息来源于国家企业信用信息公示系统、“天眼查”、“企查查”、上市公司定期报告、客户访谈等

注 2：员工人数数据来源为上市公司年度报告

注 3：社保缴纳人数为国家企业信用信息公示系统查询公司单体社保缴纳人数，不含子公司、孙公司等公司的社保缴纳人数

(2) 说明部分主要客户经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的原因，发行人向其销售的原因及合理性

报告期内，公司前五大客户中，主机厂、汽车零部件厂客户主要以上市公司、上市公司子公司、新三板挂牌公司等中大型公司为主，总体规模较大。公司模具生产商客户，由于行业特点，因市场分散，相关经营主体多，且业务规模相较汽车零部件产品或整机生产商较小。因此公司部分模具企业客户存在经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的情况，如：台州汇力普模塑有限公司、江苏星科精密模具有限公司、浙江永明模具股份有限公司、宁波吉海模具有限公司和台州市点睛模业有限公司。上述公司基本情况及与公司合作背景、发行人向其销售的原因及合理性如下：

①台州汇力普模塑有限公司

台州汇力普模塑有限公司成立于 2015 年 3 月 20 日，注册资本为 200 万元，实缴资本为 200 万元，实缴资本较少。台州汇力普模塑有限公司主营业务为汽车车灯模具的制造和销售，经营范围包括模具制造、汽车零部件及配件制造、机械零件、零部件加工、模具销售等。实际控制人李林杰除台州汇力普模塑有限公司外，还控制台州贝力得模塑有限公司和浙江台海科技有限公司，均属于模具制造行业。台州汇力普模塑有限公司系高新技术企业、省级专精特新企业等，具有一定的行业地位。此外，经访谈了解到，2023 年含税销售额在 1 亿元左右，在模具行业中相对经营规模较大，参保人数为 129 人，与经营规模相匹配。公司自 2016 年与其开展合作，具有较长的合作历史和良好的合作记录，实缴资本较小不影响公司与其交易的商业合理性。

②江苏星科精密模具有限公司

江苏星科精密模具有限公司成立于 2010 年 3 月 19 日，注册资本为 5,000 万元，实缴资本为 500 万元，存在实缴资本较小的情况。江苏星科精密模具有限公司主营业务为车灯模具及注塑件产品的生产和销售，经营范围包括模具制造、模具销售、汽车零部件研发、汽车零部件及配件制造等。江苏星科精密模具有限公司设有重庆星科汽车部件有限公司、湖北星科汽车部件有限公司等子公司，布局汽车零部件及配件制造。经公开信息查询，江苏星科精密模具有限公司亦为天龙

股份（603266.SH）的供应商，天龙股份系精密制造领域领先的精密模具、注塑、冲压、装配一站式集成化方案提供商。江苏星科精密模具有限公司系高新技术企业、无锡市创新型中小企业等，具有一定的行业地位。此外，经访谈了解到，该客户 2023 年营业收入在 4.6 亿元左右，具有较大的经营规模，参保员工数量为 518 人，与经营规模相匹配。公司自 2017 年与其开展合作，具有较长的合作历史和良好的合作记录，实缴资本较小不影响公司与其交易的商业合理性。

③浙江永明模具股份有限公司

浙江永明模具股份有限公司成立于 2016 年 3 月 23 日，注册资本为 1,080 万元，实缴资本为 360 万元，存在实缴资本相对较小的情况。浙江永明模具股份有限公司主营业务为汽车内外饰、车灯模具的生产和销售，经营范围包括模具、塑料制品制造、加工、销售。浙江永明模具股份有限公司系高新技术企业、浙江省科技型中小企业、浙江省创新型中小企业、台州市企业技术中心等，具有一定的行业地位。经公开信息查询，浙江永明模具股份有限公司亦为毅昌科技（002420.SZ）的供应商，毅昌科技主营业务为家电、汽车、医疗健康等产品的精密模具、注塑零部件、整机组装的设计、开发、制造及销售。浙江永明模具股份有限公司于 2021 年在浙江省台州市黄岩区通过拍卖出让取得 11,343.00 平方米工业用地，生产场地充足。此外，经访谈了解到，该客户 2023 年营业收入在 1.5 亿元左右，具有较大的经营规模，公司参保员工数量为 226 人，与经营规模相匹配。公司自 2016 年与其开展合作，具有较长的合作历史和良好的合作记录，实缴资本较小不影响公司与其交易的商业合理性。

④宁波吉海模具有限公司

宁波吉海模具有限公司成立于 2010 年 5 月 6 日，注册资本为 500 万元，实缴资本为 500 万元，实缴资本相对较小。宁波吉海模具有限公司主营业务为汽车内外饰模具的制造和销售，经营范围包括模具、五金件、塑料件、汽车部件制造、加工，自营和代理货物和技术的进出口等。宁波吉海模具有限公司系高新技术企业、专精特新中小企业等，具有一定的行业地位。此外，经访谈了解到，2024 年含税销售额在 2 亿元左右，在模具行业中相对经营规模较大，参保人数为 147 人，与经营规模相匹配。公司自 2021 年与其开展合作，具有较长的合作历史和良好的合作记录，实缴资本较小不影响公司与其交易的商业合理性。

⑤台州市点睛模业有限公司

台州市点睛模业有限公司成立于2010年6月10日，注册资本为2,980万元，实缴资本为2,980万元。台州市点睛模业有限公司主营业务为汽车车灯模具的制造和销售，经营范围包括模具、塑料制品、五金制品、机械零配件制造、加工、销售；技术进出口和货物进出口。台州市点睛模业有限公司高新技术企业、省级专精特新企业等，具有一定的行业地位。此外，经访谈了解到，2023年含税销售额在3亿元左右，在模具行业中相对经营规模较大，参保人数为241人，与经营规模相匹配。公司自2014年与其开展合作，具有较长的合作历史和良好的合作记录，公司与其交易具有商业合理性。

综上，公司部分客户存在经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的情况，上述客户均为模具公司，模具公司规模体量较小，与模具行业特点匹配。上述客户主营业务、经营范围、行业地位和员工人数与业务规模相匹配，公司与其合作具有较长的合作历史和良好的合作信誉，双方合作具备商业合理性，不会对公司持续稳定经营产生潜在不利影响。

（3）是否存在刚成立即成为发行人主要客户的情形

浙江永明模具股份有限公司成立于2016年，主营业务为汽车内外饰、车灯模具的生产和销售，经营范围包括模具、塑料制品制造、加工、销售。浙江永明模具股份有限公司成立当年与公司建立合作联系，当年合作仅为零星下单，交易金额为50余万元，并非刚成立即成为公司主要客户。公司已与浙江永明模具股份有限公司保持近十年的合作关系，报告期内采购金额分别为492.64万元、327.53万元、399.35万元和226.69万元，与其经营规模匹配。报告期内，不存在刚成立即成立公司主要客户的情形。

（4）采购金额与其经营规模是否匹配

单位：万元

序号	客户名称	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	经营规模
1	台州汇力普模塑有限公司	301.59	564.47	349.04	264.58	2023年含税销售额在1亿元左右
2	宁波吉海模具有限公司	654.55	492.36	33.84	20.62	2024年含税销售额在2亿元左右

序号	客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	经营规模
3	江苏星科精密模具有限公司	161.01	285.28	409.44	247.66	2023 年营业收入在 4.6 亿元左右
4	台州市点睛模业有限公司	114.38	367.49	394.58	327.52	2023 年含税销售额在 3 亿元左右
5	浙江永明模具股份有限公司	226.69	399.35	327.53	492.64	2023 年营业收入在 1.5 亿元左右

由上可知，报告期内上述客户对公司的采购金额与其经营规模相匹配。

(5) 前述客户与发行人、控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来

公司前述客户与发行人、控股股东、实际控制人、董监高等不存在关联关系或其他利益往来。

(三) 说明报告期内发行人产品最终应用于传统燃油车和新能源车的金额及比例，量化分析报告期内特别是 2024 年汽车内外饰热流道产品销售增速高于汽车车灯热流道产品销售增速的原因，发行人不同产品收入增长趋势与下游行业变动趋势、可比公司变动趋势是否存在较大差异，分析具体差异原因及合理性

1、说明报告期内发行人产品最终应用于传统燃油车和新能源车的金额及比例

报告期内，公司热流道系统根据下游应用领域主要分为汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统，上述热流道系统产品最终应用于传统燃油车和新能源车的金额及比例具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
新能源车	12,702.73	92.82%	18,440.05	83.28%	10,176.23	64.92%	5,199.61	38.97%
传统燃油车	953.73	6.97%	3,497.26	15.79%	5,407.73	34.50%	7,936.33	59.48%
其他[注]	29.09	0.21%	205.63	0.93%	92.00	0.59%	207.96	1.56%
合计	13,685.55	100.00%	22,142.94	100.00%	15,675.95	100.00%	13,343.89	100.00%

注：其他主要系用于汽车维修、部件更换等产品

报告期内，公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统最终应用于新能源车的占比分别为 38.97%、64.92%、83.28%和 92.82%，呈上升趋势；公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统最终应用于传统燃油车的占比分别为 59.48%、34.50%、15.79%和 6.97%，呈下降趋势。报告期内，公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统最终应用于新能源车的占比逐年上升主要系：

（1）新能源汽车产业呈高速发展趋势，带动对公司产品的需求量增加

根据中国汽车工业协会数据，中国新能源汽车自 2015 年起，产销量连续 10 年位居世界第一；2024 年，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%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 40.9%，较 2023 年提高 9.3%。新能源汽车领域的快速发展，带动汽车产业链的需求增加，相应地，公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统最终应用于新能源车的销售规模增长。

（2）汽车更新换代周期缩短，促进对热流道系统的需求提升

随着全球市场需求的不断变化，汽车生产厂商为保持原有品牌的影响力，会选择升级换代来吸引消费者，因此市场新车型投放频率越来越快，开发周期越来越短。全新车型开发周期已由原来的 4 年左右缩短到 1-3 年，改款车型由原来的 6-24 个月缩短至 4-15 个月。目前，汽车升级换代主要包含车型的外型及内饰更新、核心零部件升级以及核心部件及非关键零部件同时升级。同时，随着新能源汽车核心技术的快速发展、政策与市场的共同驱动、消费者换车周期的缩短，新能源汽车更新换代频率总体高于传统燃油车，从而促进对热流道系统的需求提升，相应地，公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统最终应用于新能源车的销售规模增长。

2、量化分析报告期内特别是 2024 年汽车内外饰热流道产品销售增速高于汽车车灯热流道产品销售增速的原因

报告期内，公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统销售收入及变动幅度情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额
汽车车灯热流道系统	6,185.11	46.97%	10,167.05	11.42%	9,124.96	30.06%	7,015.82
汽车内外饰热流道系统	7,500.44	24.85%	11,975.89	82.81%	6,550.99	3.52%	6,328.07

注：2025 年 1-6 月同比变动幅度系 2025 年 1-6 月较 2024 年 1-6 月变动幅度，下同

报告期各期，公司汽车车灯热流道系统销售收入分别为 7,015.82 万元、9,124.96 万元、10,167.05 万元和 6,185.11 万元，同比增幅分别为 30.06%、11.42% 和 46.97%。报告期各期，公司汽车内外饰热流道系统销售收入分别为 6,328.07 万元、6,550.99 万元、11,975.89 万元和 7,500.44 万元，同比增幅分别为 3.52%、82.81%和 24.85%。

2023 年和 2025 年 1-6 月汽车车灯热流道系统销售收入增幅高于汽车内外饰热流道系统；2024 年汽车内外饰热流道系统销售收入增幅高于汽车车灯热流道系统，主要系：

（1）公司突破产能瓶颈，有余力承接更多汽车内外饰热流道系统订单

报告期前期，公司因产能受限，优先满足毛利率相对较高的汽车车灯热流道系统的订单。随着子公司莱瑟塔于 2023 年 7 月建设完毕后开始逐步投产使用，以及公司绍兴工厂报告期内逐步通过购买核心设备以提升生产能力，公司产能从 2022 年的 19,000 个点位，增加至 2024 年的 41,450 个点位，产能大幅释放，公司有余力承接更多汽车内外饰热流道系统的订单，产品销量上升明显。

（2）下游汽车领域快速发展，汽车内外饰热流道系统整体市场规模相对更大

随着汽车行业对轻量化、环保和节能的不断追求，国内新兴汽车制造商的快速崛起，以及汽车型号的频繁更新和改款，汽车领域对于汽车热流道系统的需求持续增加。汽车内外饰类塑料部件包括发动机罩、仪表板、门板、内饰板、副仪表、ABCD 柱装饰板、保险杠、电镀件装饰条、高光外饰板、格栅、轮毂罩等，因此汽车内外饰热流道系统的应用领域较广，整体市场规模相对更大。随着公司与比亚迪等主要客户合作的不断加深以及产能的释放，公司汽车内外饰热流道系统销量上升明显。

3、发行人不同产品收入增长趋势与下游行业变动趋势、可比公司变动趋势是否存在较大差异，分析具体差异原因及合理性

(1) 下游行业变动趋势

报告期内，公司热流道系统根据下游应用领域主要分为汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统。报告期内，上述产品销售收入及变动幅度情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额
热流道系统	14,051.87	34.57%	22,588.47	38.56%	16,301.84	18.83%	13,718.30
其中：汽车车灯热流道系统	6,185.11	46.97%	10,167.05	11.42%	9,124.96	30.06%	7,015.82
汽车内外饰热流道系统	7,500.44	24.85%	11,975.89	82.81%	6,550.99	3.52%	6,328.07

①汽车行业

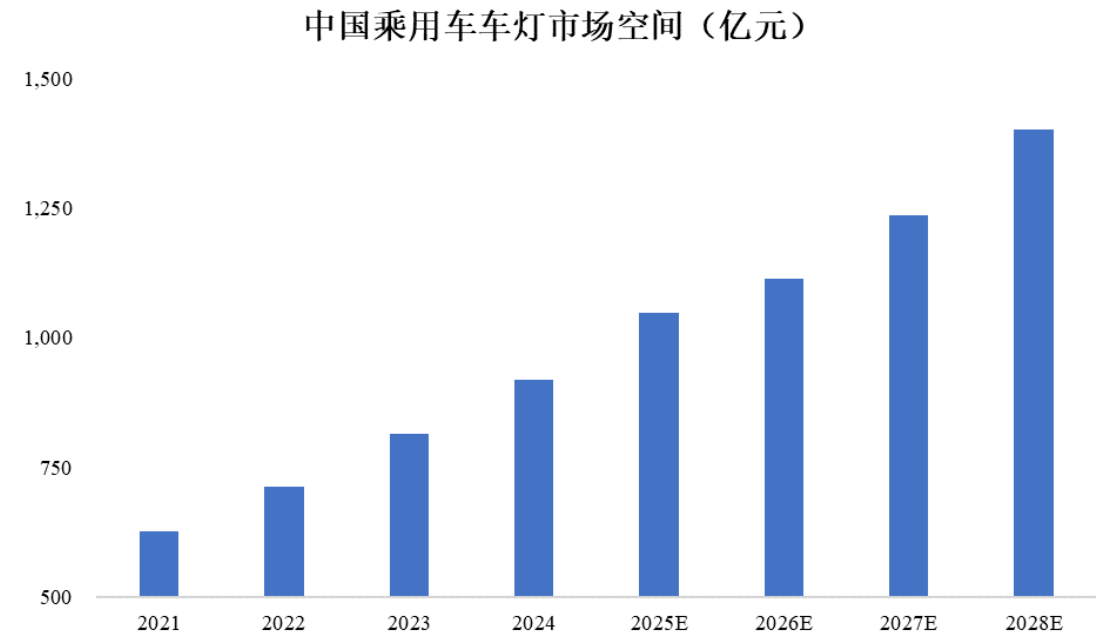
报告期内，公司热流道系统产品主要应用于汽车领域，根据中国汽车工业协会数据，近五年我国汽车产量稳步增长，2024 年，中国汽车产销累计完成 3,128.2 万辆和 3,143.6 万辆，同比分别增长 3.7%和 4.5%，全年产销稳中有进，产销量继续保持在 3,000 万辆以上规模；同时，我国新能源汽车也同样领跑全球市场，自 2015 年起，产销量连续 10 年位居世界第一，2024 年，新能源汽车产销分别完成 1,288.8 万辆和 1,286.6 万辆，同比分别增长 34.4%和 35.5%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 40.9%，较 2023 年提高 9.3 个百分点。

汽车行业，尤其是新能源汽车领域的快速发展，带动汽车产业链的需求增加，相应地，公司销售规模增长。报告期各期，公司热流道系统销售收入分别为 13,718.30 万元、16,301.84 万元、22,588.47 万元和 14,051.87 万元，同比增幅分别为 18.83%、38.56%和 34.57%，与汽车行业及新能源汽车行业变动趋势保持一致，均呈上升趋势。

②汽车车灯行业

汽车车灯系汽车的关键零部件，决定了汽车的造型美观性以及使用安全性，随着汽车领域的快速发展，以及汽车车灯在光源技术、智能化、造型结构等方面的持续升级，汽车车灯行业近年来呈现稳定发展趋势。根据东吴证券研究所的测

算,国内乘用车车灯市场空间将从 2021 年的 628 亿元持续增长至 2028 年的 1,402 亿元。



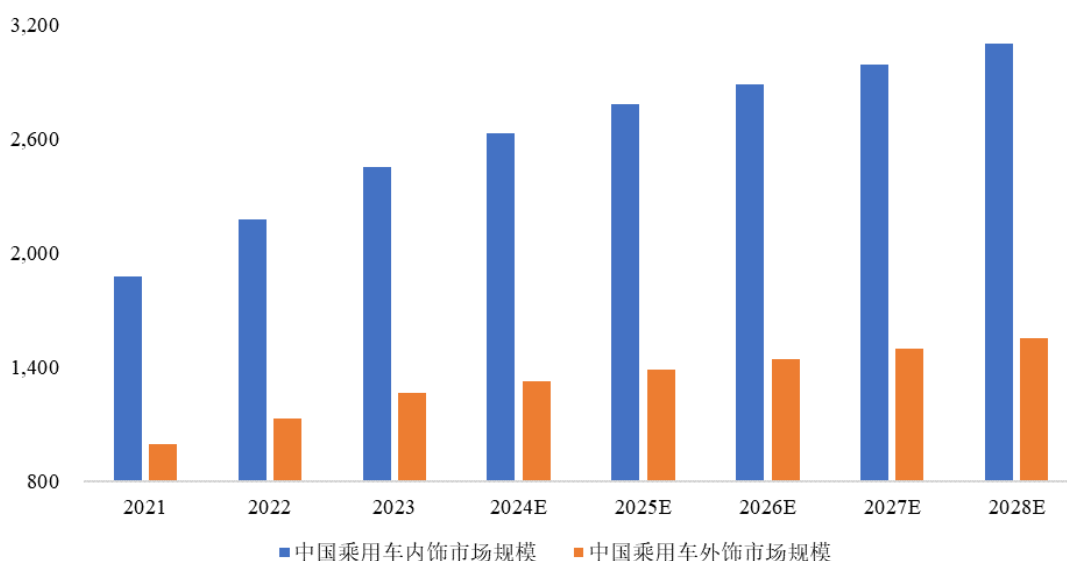
数据来源：东吴证券研究所

公司汽车车灯热流道系统的下游应用领域主要系汽车车灯，报告期各期，公司汽车车灯热流道系统销售收入分别为 7,015.82 万元、9,124.96 万元、10,167.05 万元和 6,185.11 万元，同比增幅分别为 30.06%、11.42%和 46.97%，公司汽车车灯热流道系统报告期内收入稳步增长，与汽车车灯行业变动趋势保持一致。

③汽车内外饰行业

汽车饰件系汽车车身的重要零部件，具体分为汽车内饰件和汽车外饰件，其中汽车内饰件包括仪表板、门内饰板、门立柱等，汽车外饰件包括保险杠、空调进气格栅、前格栅等。随着国内汽车产销量增加以及汽车内外饰单车价值量提升，汽车内外饰行业将保持持续增长。根据国海证券研究所的测算，国内乘用车内饰、外饰市场规模将分别从 2021 年的 1,880 亿元、997 亿元持续增长至 2028 年的 3,106 亿元、1,557 亿元。

中国乘用车内外饰市场规模（亿元）



数据来源：国海证券研究所

公司汽车内外饰热流道系统的下游应用领域主要系汽车内饰件和汽车外饰件，报告期各期，公司汽车内外饰热流道系统销售收入分别为 6,328.07 万元、6,550.99 万元、11,975.89 万元和 7,500.44 万元，同比增幅分别为 3.52%、82.81% 和 24.85%。公司汽车内外饰热流道系统报告期内收入呈增长趋势，与汽车内外饰行业变动趋势保持一致，其中 2024 年公司汽车内外饰热流道系统产品收入增长较快除了下游应用领域快速发展外，亦得益于公司产能大幅释放，有余力承接更多汽车内外饰热流道系统的订单。

④公司下游主要客户收入变动趋势

报告期内，公司热流道系统下游应用领域主要为汽车车灯和汽车内外饰，因此公司主要客户群体集中在汽车领域，包括汽车主机厂、汽车零部件厂和注塑模具厂等。报告期内，公司与报告期内公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统前五大客户中的汽车主机厂、汽车零部件厂和注塑模具厂上市公司（以下简称“汽车产业链主要客户”）的营业收入金额及变动幅度情况具体如下：

单位：万元

客户类型	公司名称	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
		金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额
汽车主机厂	比亚迪	37,128,094.80	23.30%	77,710,245.50	29.02%	60,231,535.40	42.04%	42,406,063.50

客户类型	公司名称	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
		金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额
汽车零部件厂	星宇股份	675,721.08	18.20%	1,325,293.37	29.32%	1,024,844.58	24.25%	824,799.46
	宁波华翔	1,287,918.15	10.89%	2,632,448.08	13.07%	2,328,244.98	18.09%	1,971,636.57
注塑模具厂	海泰科	38,588.15	24.86%	67,885.20	18.59%	57,243.83	14.41%	50,031.89
平均值		9,782,580.54	19.31%	20,433,968.04	22.50%	15,910,467.20	24.70%	11,313,132.85
公司		14,699.31	36.62%	23,446.54	39.24%	16,839.04	18.11%	14,256.81

注：上述汽车产业链主要客户财务数据来自其公开披露的年度报告等

由上表可知，2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月，公司上述汽车产业链主要客户的营业收入同比增幅平均值分别为 24.70%、22.50%和 19.31%，保持增长趋势。下游汽车领域近几年的持续向好发展，带动汽车产业链的需求增长，从而带动对公司产品需求量的增加，公司整体收入变动趋势与下游客户保持一致。

（2）可比公司变动趋势

①同行业可比公司情况

2020-2022 年，同行业可比公司麦士德福热流道系统的收入金额及变动幅度情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2022 年		2021 年		2020 年
	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额
麦士德福	22,739.82	16.01%	19,601.18	19.43%	16,411.78

注：同行业可比公司财务数据来自其公开披露的招股说明书等，麦士德福未披露 2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月财务数据，因此选取其 2020-2022 年数据进行对比分析

报告期内，公司热流道系统的收入金额及变动幅度情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额
公司	14,051.87	34.57%	22,588.47	38.56%	16,301.84	18.83%	13,718.30

报告期各期，公司热流道系统销售收入分别为 13,718.30 万元、16,301.84 万元、22,588.47 万元和 14,051.87 万元，同比增幅分别为 18.83%、38.56%和 34.57%。2021 年、2022 年，麦士德福热流道系统销售收入较上年同比增幅分别为 19.43%、16.01%，呈增长趋势，与公司报告期内收入变动趋势保持一致。

②其他对比公司情况

报告期内，公司与其他对比公司的营业收入金额及变动幅度情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额
曼恩斯特	56,048.29	59.93%	169,896.25	113.70%	79,503.51	62.76%	48,847.14
优德精密	16,569.23	6.83%	34,708.77	1.56%	34,176.24	-13.85%	39,670.73
宁波方正	58,162.15	50.39%	96,982.17	0.08%	96,905.02	24.17%	78,041.39
海泰科	38,588.15	24.86%	67,885.20	18.59%	57,243.83	14.41%	50,031.89
平均值	42,341.96	35.50%	92,368.10	33.48%	66,957.15	21.87%	54,147.79
公司	14,699.31	36.62%	23,446.54	39.24%	16,839.04	18.11%	14,256.81

注：其他对比公司财务数据来自其公开披露的年度报告等

报告期各期，公司营业收入分别为 14,256.81 万元、16,839.04 万元、23,446.54 万元和 14,699.31 万元，同比增幅分别为 18.11%、39.24%和 36.62%；其他对比公司营业收入同比增幅平均值分别为 21.87%、33.48%和 35.50%，总体呈增长趋势。

其中，曼恩斯特、宁波方正、海泰科收入持续增长，与公司变动趋势保持一致，根据其年度报告等公开披露信息显示：A. 曼恩斯特报告期内营业收入同比增幅分别为 62.76%、113.70%和 59.93%，呈增长趋势，其中 2023 年收入增长主要系新能源政策支持，行业发展态势良好；锂电池领域竞争优势进一步增强；多元化布局成效显现等因素驱动；2024 年曼恩斯特储能系统业务收入快速放量，泛半导体业务订单持续增加，整体收入相比上年有较大幅度增长；2025 年 1-6 月收入增长主要系报告期能源系统类产品比重增加所致；B. 宁波方正报告期内营业收入同比增幅分别为 24.17%、0.08%和 50.39%，总体呈增长趋势，主要系行业发展向好、竞争力不断提升等因素驱动；2025 年 1-6 月收入增长主要系模具业务、塑料产品及配件业务、锂电池精密结构件业务订单量增加，锂电池模组导电连接件业务产能陆续释放；C. 海泰科报告期内营业收入同比增幅分别为 14.41%、18.59%和 24.86%，呈增长趋势，主要系行业较高景气度、首发募投项目产能逐渐释放、新车型开发与旧车型改款速度的加快等因素驱动；同时，应用于新能源汽车的产品收入增长较快，2023 年、2024 年，收入同比增长分别达 67.01%

和 126.21%；2025 年 1-6 月收入增长主要系出口注塑模具数量增加所致。

优德精密报告期内营业收入同比变动幅度分别为-13.85%、1.56%和 6.83%，呈先下降后上升趋势，与其他对比公司变动趋势不一致，2023 年收入下降主要系考虑所处行业市场竞争激烈，优德精密为严格控制货款回收风险等原因导致营业收入有所下降，2024 年和 2025 年 1-6 月营业收入实现增长。

综上，公司营业收入的变动趋势与其他对比公司总体保持一致，优德精密收入变动趋势有所差异主要系行业竞争环境、产品类型以及自身经营战略等差异导致，具有合理性。

（四）说明产品的定价机制，影响产品销售价格的主要因素，按点位定价是否符合行业惯例；结合前述因素量化分析各期产品销售单价变动特别是 2024 年明显下降的原因，发行人是否存在大幅降价以促进销售的情形

1、说明产品的定价机制，影响产品销售价格的主要因素，按点位定价是否符合行业惯例

（1）产品定价机制

公司主要产品热流道系统具有定制化程度高的特征，公司在产品定价时以热流道系统点数为基准，并综合考虑产品的应用领域、驱动方式、工艺复杂程度、成本因素、订单规模、客户类型以及市场竞争等因素进行报价。

（2）影响产品销售价格的主要因素

影响公司产品销售价格的主要因素包括产品的应用领域、驱动方式和市场竞争，具体如下：

①产品的应用领域

报告期内，公司热流道系统根据下游应用领域主要分为汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统，公司汽车车灯热流道系统销售价格高于汽车内外饰热流道系统主要系汽车车灯热流道系统产品所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂；同时公司汽车车灯热流道系统产品与外资品牌直接竞争且公司在汽车车灯热流道系统领域竞争优势较为明显。

②产品的驱动方式

根据下游应用注塑产品的透光度、平整度等不同要求，热流道系统一般依据是否由驱动系统控制进料过程，可分为开放式和针阀式系统，并应用于不同下游领域中。其中，开放式热流道系统，即没有阀针闭合控制进料，所有点位进料口同时进行，因此会在产品上留下较明显的浇口夹线痕迹，适合表面质量要求不高的产品；针阀式热流道系统，是指加装驱动系统以控制阀针的开闭，可以通过先后浇筑方式精准控制熔体的注入，避免浇口夹线痕迹，实现更小的浇口痕迹，提高产品的美观度和质量，一般使用压缩空气或液压油搭配电磁阀进行驱动。因此针阀式热流道系统整体更为复杂、所需零部件更多、技术和生产要求更高，因而销售价格总体高于开放式热流道系统。

③市场竞争

近年来随着热流道系统行业逐步发展，行业竞争日趋激烈，公司在市场开拓过程中的竞争对手逐渐增加。市场竞争对销售价格具有一定影响，公司报价时结合整体市场情况适当进行价格调整。

（3）按点位定价是否符合行业惯例

公司通过商务谈判、招投标等方式与客户确认销售价格，销售价格均按点位进行报价，公司报价方式获得客户认可。同时，通过向公司主要客户发放问卷的形式了解到，热流道系统行业内报价主要按热流道系统单个点位的价格来定价，因此公司按点位定价符合行业惯例。

此外，通过淘宝、京东、拼多多等电商平台查询销量靠前的多点位热流道系统，产品定价与点数相关，具体如下：

电商平台	产品类型	产品名称
淘宝	热流道开放尖点系统	两点进胶不含温控、三点进胶不配温控、四点进胶不配温控、五点进胶不配温控、六点进胶不配温控、七点进胶不配温控、八点进胶不配温控
京东	热流道针阀系统	两点针阀、三点针阀、四点针阀、五点针阀、六点针阀、七点针阀、八点针阀、九点针阀、十点针阀
拼多多	开放式热流道系统	一出二、一出三、一出四、一出五、一出六

由上表可知，通过淘宝、京东、拼多多等电商平台查询的销量靠前的多点位热流道系统中，产品定价与点数相关，即商家定价时以热流道系统点数为基准，

按照一套热流道系统的点位数量来确定整套热流道系统价格，与公司报价逻辑一致。

综上，公司按点位定价符合行业惯例。

2、结合前述因素量化分析各期产品销售单价变动特别是 2024 年明显下降的原因，发行人是否存在大幅降价以促进销售的情形

报告期内，公司热流道系统根据下游应用领域主要分为汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统，上述产品销售单价、变动幅度和收入占比具体如下：

单位：元/点

项目	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	销售单价	变动幅度	收入占比	销售单价	变动幅度	收入占比	销售单价	变动幅度	收入占比	销售单价	收入占比
热流道系统	5,557.61	-7.96%	100.00%	6,038.57	-10.29%	100.00%	6,731.01	2.79%	100.00%	6,548.43	100.00%
其中：汽车车灯热流道系统	8,524.13	-5.91%	44.02%	9,059.93	-4.26%	45.01%	9,462.78	9.26%	55.98%	8,660.44	51.14%
汽车内外饰热流道系统	4,584.06	-5.63%	53.38%	4,857.78	-5.28%	53.02%	5,128.78	-3.85%	40.19%	5,334.29	46.13%

报告期各期，公司热流道系统产品销售单价分别为 6,548.43 元/点、6,731.01 元/点、6,038.57 元/点和 5,557.61 元/点，呈先上升后下降趋势。报告期内，热流道系统产品销售单价变动主要受产品不同应用领域结构变动和市场竞争因素影响。

2023 年，公司热流道系统产品销售单价较 2022 年增长 2.79%，主要系产品结构变动，2023 年单价较高的汽车车灯热流道系统占热流道系统收入比例从 2022 年的 51.14%增长至 2023 年的 55.98%。

2024 年，公司热流道系统产品销售单价较 2023 年下降 10.29%，主要系：①产品结构变动：报告期前期，公司因产能受限，优先满足毛利率相对较高的汽车车灯热流道系统的订单，汽车内外饰热流道系统销量增幅较慢；2024 年，随着公司产能释放以及下游需求的增长，公司汽车内外饰热流道系统的销量显著增加，增长幅度高于汽车车灯热流道系统，汽车内外饰热流道系统占热流道系统收入比例从 2023 年的 40.19%提升至 2024 年的 53.02%，从而导致热流道系统产品整体单价有所下降；②市场竞争因素：2024 年热流道系统市场竞争较为激烈，公司结合整体市场情况适当进行价格调整，不存在大幅降价以促进销售的情形。

2025 年 1-6 月，公司热流道系统产品销售单价较 2024 年下降 7.96%，主要系市场竞争因素影响，热流道系统市场竞争较为激烈，公司结合整体市场情况适当进行价格调整，不存在大幅降价以促进销售的情形。

(1) 汽车车灯热流道系统

报告期各期，公司汽车车灯热流道系统产品销售单价分别为 8,660.44 元/点、9,462.78 元/点、9,059.93 元/点和 8,524.13 元/点，呈先上升后下降趋势。报告期内，汽车车灯热流道系统产品销售单价变动主要受产品不同驱动方式结构变动和市场竞争因素影响。

2023 年，汽车车灯热流道系统产品销售单价较 2022 年上升 9.26%，主要系产品结构变动，2023 年高单价的针阀式热流道系统收入占比从 2022 年的 80.12% 增加至 2023 年的 86.23%，从而导致汽车车灯热流道系统产品销售单价上升。

2024 年和 2025 年 1-6 月，汽车车灯热流道系统产品销售单价较上年分别下降 4.26% 和 5.91%，主要系市场竞争因素影响，汽车车灯热流道系统领域竞争较为激烈，从而导致产品销售单价有所下降。

(2) 汽车内外饰热流道系统

报告期各期，公司汽车内外饰热流道系统产品销售单价分别为 5,334.29 元/点、5,128.78 元/点、4,857.78 元/点和 4,584.06 元/点，呈下降趋势，主要系市场竞争因素影响，汽车内外饰热流道系统市场竞争较为充分，从而导致产品销售单价有所下降。

(五) 说明目前在手订单情况，包括合同对手方、合同内容、金额、期限、目前进展情况，并结合上述情况及下游行业发展趋势，说明下游市场及客户需求是否稳定、持续，发行人是否存在业绩大幅波动或下滑的风险，业绩增长是否可持续

1、说明目前在手订单情况，包括合同对手方、合同内容、金额、期限、目前进展情况

公司与下游客户保持了长期良好的合作关系，通常采用“框架协议+销售订单”或“销售合同”的合作模式。框架协议通常包括合作期限、产品种类、付款

条件、展期约定等条款。具体合作中，客户根据生产计划和需求提前一定时间向公司下达采购订单。

截至 2025 年 8 月末，公司在手订单金额为 4,911.01 万元，公司在手订单金额相对不高，主要系客户下单频次高、周期短，不会大量囤货，同时公司订单交货时间较短，基本 1 个月即可完成交货，因此公司订单处于持续滚动更新的状态。报告期各期末及截至 2025 年 8 月末，公司在手订单情况持续增长。

项目	2025 年 8 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
在手订单金额（万元）	4,911.01	4,937.04	2,762.71	2,242.05

截至 2025 年 8 月末，主要客户（在手订单金额 100 万元以上）涉及在手订单对应的合同内容、金额、期限、目前进展情况具体如下：

单位：万元

合同对手方	合同内容	订单总金额 (不含税)	期限	目前进展情况
比亚迪股份有限公司	热流道系统	1,242.11	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 12 月全部执行完毕	正在履行中
杭州凯美模具有限公司	热流道系统	165.26	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 12 月全部执行完毕	正在履行中，已部分发货
宁波吉海模具有限公司	热流道系统	163.52	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 10 月全部执行完毕	正在履行中，已部分发货
广州导新模具注塑有限公司	热流道系统	156.42	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 10 月全部执行完毕	正在履行中，已部分发货
浙江宇亚模具股份有限公司	热流道系统	129.42	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 10 月全部执行完毕	正在履行中，已部分发货
台州市点睛模业有限公司	热流道系统	121.55	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 10 月全部执行完毕	正在履行中，已部分发货
芜湖安瑞光电有限公司	热流道系统	117.67	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 9 月全部执行完毕	截至本问询函回复出具日已履行完毕
创悦（台州）模业有限公司	热流道系统	112.92	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 10 月全部执行完毕	正在履行中，已部分发货
广州中誉精密模具有限公司	热流道系统	104.35	根据各个订单的交期陆续执行，预计 2025 年 10 月全部执行完毕	正在履行中

2、公司下游行业发展趋势

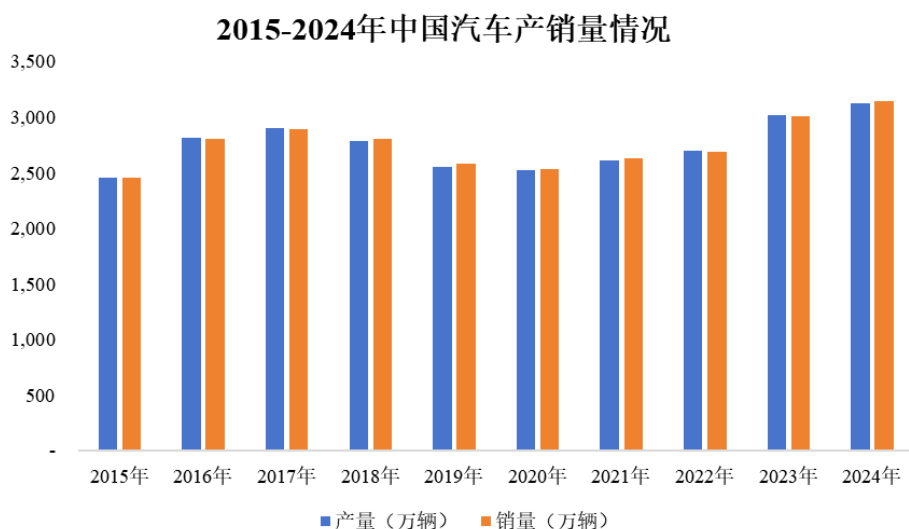
公司产品广泛应用于汽车、家用电器、3C 产品、塑料包装等行业，与整体宏观经济等运行密切相关。其中，汽车、家电、3C 产品为公司产品主要的终端应用领域。报告期内，公司产品主要终端应用领域发展情况良好，具有广阔的市场空间，具体情况如下：

（1）汽车行业

汽车行业是热流道技术的重要应用领域，尤其在汽车车灯和内外饰等塑料部件的生产中，热流道技术发挥着关键作用。随着汽车行业对轻量化、环保和节能的不断追求，塑料零部件的使用日益普及。此外，国内新兴汽车制造商的快速崛起，以及汽车型号的频繁更新和改款，为热流道技术在汽车制造中的应用提供了广阔的市场增长空间。

①国民经济持续增长，居民消费升级拉动了汽车市场需求，其中新能源汽车市场持续向好

根据中国汽车工业协会数据，近五年我国汽车产量稳步增长，2024 年，中国汽车产销累计完成 3,128.2 万辆和 3,143.6 万辆，同比分别增长 3.7%和 4.5%，全年产销稳中有进，产销量继续保持在 3,000 万辆以上规模。具体情况如下：

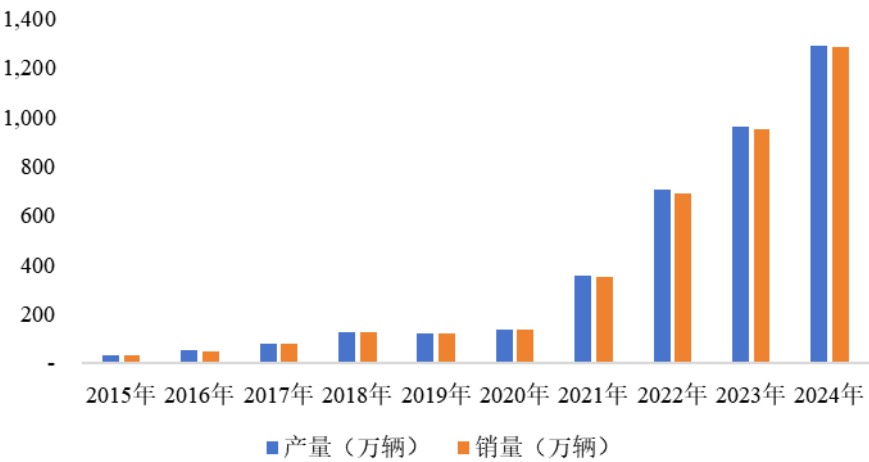


数据来源：中国汽车工业协会

为推动低碳绿色发展，实现“碳达峰、碳中和”的发展目标，近年来我国新能源汽车产业呈高速发展趋势。根据中国汽车工业协会数据，中国新能源汽车也

同样领跑全球市场，自 2015 年起，产销量连续 10 年位居世界第一。2024 年，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%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 40.9%，较 2023 年提高 9.3 个百分点。其中，纯电动汽车销量占新能源汽车比例为 60%，较去年下降 10.4 个百分点；插混汽车销量占新能源汽车比例为 40%，较去年提高 10.4 个百分点。插混汽车的增长迅速，成为带动新能源汽车增长的新动能。

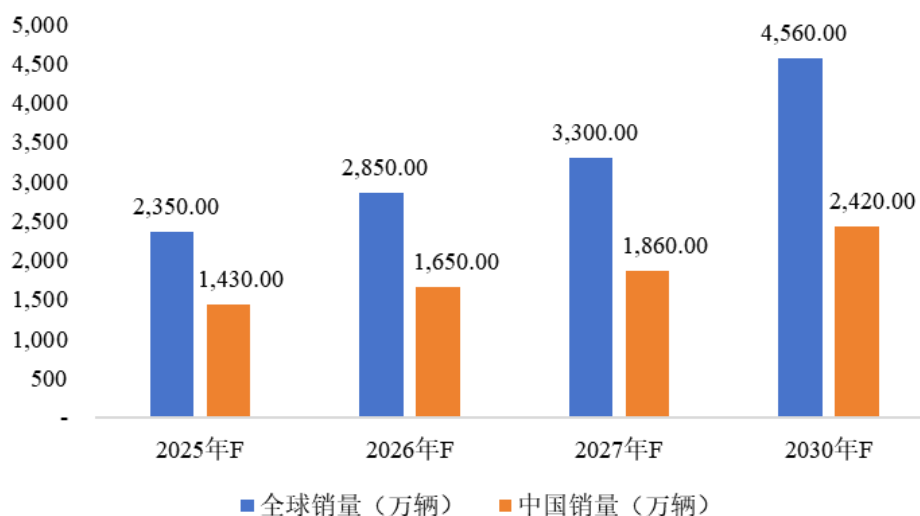
2015-2024年中国新能源汽车产销量情况



数据来源：中国汽车工业协会

随着全球汽车产业不断向新能源转型，全球新能源汽车销量在逐步攀升，2024年全球新能源汽车销量达 1,823.6 万辆，其中中国占比超过 70%，达到 1,286.6 万辆。根据 GGII（高工产业研究院）预测，未来四年全球新能源汽车销量将由 2,350 万辆增长至 4,560 万辆，年复合增长率达 14.18%；2030 年我国新能源销量将突破 2,420 万辆，预计占全球新能源汽车销量的 53.07%。

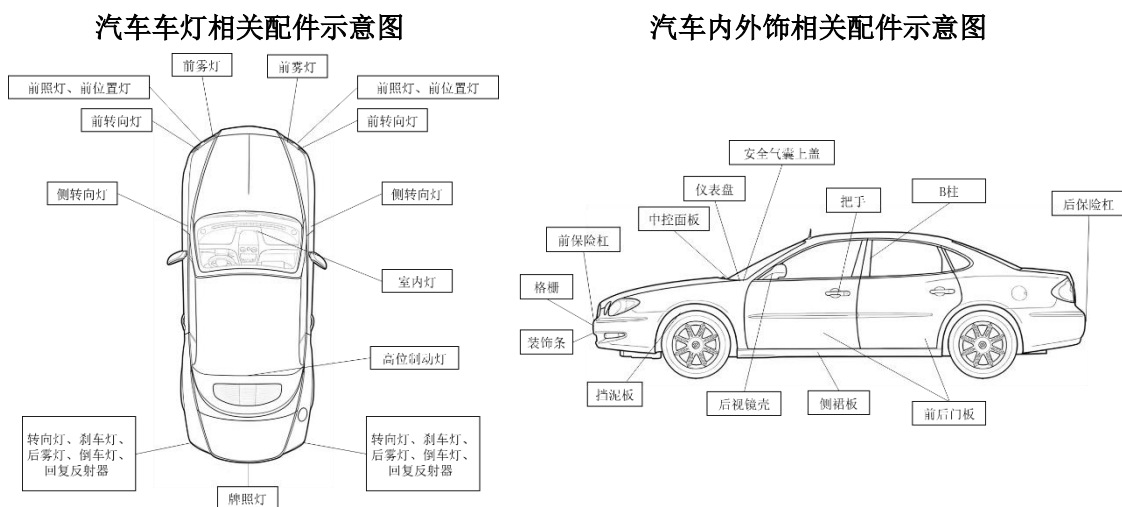
全球及中国新能源汽车销量预测



数据来源：GGII（高工产业研究院）

②汽车轻量化发展趋势为注塑模具带来更多应用场景，进一步为热流道系统带来更多发展机遇

近年来，随着环保与节能的需要，汽车轻量化已成为世界汽车设计发展的主要趋势之一。塑料具有质轻、易成型、耐腐蚀性强、弹性变形等特点，增加塑料零部件在整车中的使用量可以降低整车成本及其重量、增加汽车有效负荷。从现代汽车使用的材料来看，无论是外装饰件、内装饰件，还是功能与结构件，大部分均为塑料制件，且随着工程塑料硬度、强度、拉伸性能的不断提高，塑料车窗、车门、骨架乃至全塑汽车已逐步出现，汽车塑化进程正在加快。热流道技术在汽车车灯和内外饰等塑料部件的生产中发挥着关键作用，具体应用场景如下表所示：



因此，汽车轻量化发展趋势将提高汽车塑料件在汽车零部件中的份额，为

上游注塑模具以及热流道系统行业带来更多发展机遇。

③汽车升级换代周期缩短带来新的市场机遇

随着全球市场需求的不断变化，汽车生产厂商为保持原有品牌的影响力，会选择升级换代来吸引消费者，因此市场新车型投放频率越来越快，开发周期越来越短。全新车型开发周期已由原来的 4 年左右缩短到 1-3 年，改款车型由原来的 6-24 个月缩短至 4-15 个月。目前，汽车升级换代主要包含车型的外型及内饰更新、核心零部件升级以及核心部件及非关键零部件同时升级。随着汽车改款及换代频率的加快，新车型的投放将不断增加，将带动汽车热流道行业的发展。

随着我国经济总体延续恢复发展和向好发展态势，购置税优惠等促消费政策持续发力，汽车行业发展持续向好，汽车轻量化的发展趋势以及车型更新换代加速，将带动注塑模具市场和热流道行业的快速发展。

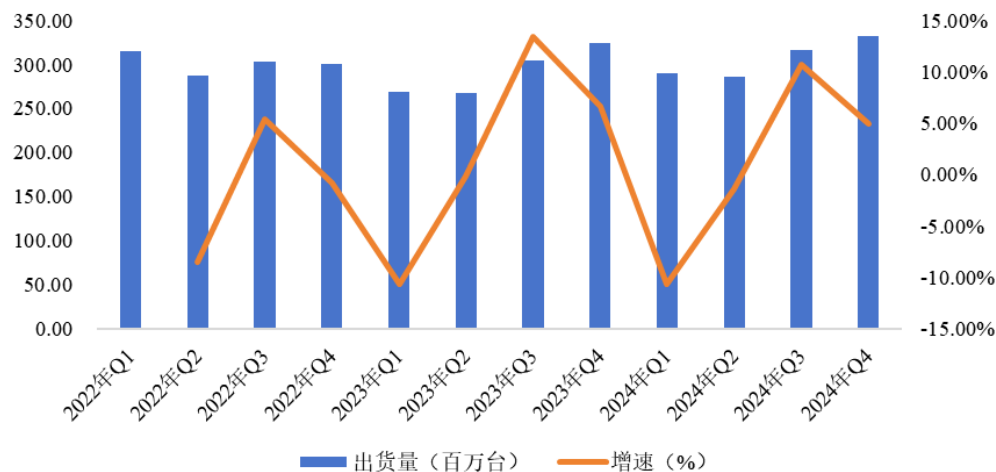
（2）3C 消费电子行业

3C 消费电子产品往往要求高精度和复杂的设计，要求塑料模具和热流道技术能够提供更精细、更复杂的成型能力，因此 3C 消费电子行业也是热流道行业的终端应用领域之一，主要通过计算机外壳、手机外壳、耳机、VR 眼镜等可穿戴设备外壳及零部件等应用在 3C 产品行业。

近年来，随着我国经济不断发展，3C 产品已广泛应用于居民生活的各个领域，满足了居民对美好生活的向往，提升了居民日常生活品质与移动办公体验。目前，以智能手机、平板电脑、传统 PC 等为代表的 3C 产品行业市场规模巨大，行业的景气度长期向好。

在智能手机领域。近几年，随着 5G 网络的发展与 AI（人工智能）的兴起，智能手机的需求开始复苏。根据 IDC 数据，2024 年第四季度（4Q24）全球智能手机出货量同比增长 2.4%，达到 3.317 亿部，连续第六个季度保持增长。2024 年全年同比增长 6.4%，出货量达到 12.4 亿部，这标志着在经历了两年的下滑后，全球智能手机市场出现了强劲复苏。具体情况如下：

2022年Q1-2024年Q4全球手机出货量及增速情况

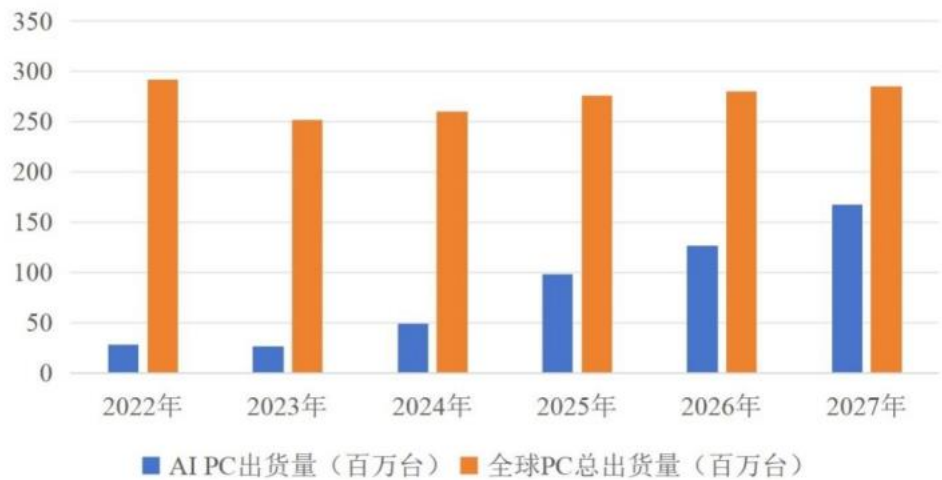


数据来源：IDC

从未来发展趋势来看，随着全球宏观经济的回暖以及端侧大模型（苹果、高通、联发科相继发布侧重于 AI 算力的 SoC）的发布，未来全球智能手机市场将持续增长。

在计算机领域，近年来受宏观经济、消费市场疲软的影响，全球 PC 出货量呈现下降趋势。由于 AI 发展对 PC 高性能要求导致的更新换代，未来全球 AIPC 的出货量将快速增长，全球 PC 出货量有望恢复。根据 IDC 数据，2023 年全球 PC 出货量约为 2.5 亿台，预计 2027 年有望恢复至 2.8 亿台，此外，2024-2027 年全球 AIPC 出货量的复合年增长率将达到 42.7%。全球 AIPC 的装配比例将在未来几年中快速攀升，将于 2027 年达到 58%，超越未装配 AI 的电脑。

2022-2027年全球PC及AIPC出货量情况（百万台）



数据来源：IDC

根据 AIPC 白皮书预测，中国 PC 市场将因 AIPC 结束负增长，在未来 5 年中保持稳定的增长态势。在未来几年中，AIPC 在中国 PC 市场中新机的装配比例将快速攀升，2027 年将达到 85%，成为 PC 市场主流。此外，随着 VR、AR、智能手表等新产品的不断涌现等智能可穿戴设备产品的不断涌现，消费电子的需求将进一步增大。根据 IDC 最新数据显示，全球可穿戴设备总出货量由 2015 年的 0.8 亿台以 37% 的复合增速增长至 2021 年的 5.3 亿台。2022 年终端需求疲软，出货量较 2021 年下降 7.55%，但整体出货量仍达到了 4.9 亿台，高于 2020 年和 2019 年的水平，2023 年全球可穿戴设备出货量有所恢复达到了 5.1 亿台。在 AI 发展浪潮的背景下，未来可穿戴设备的需求将保持强劲增长态势。根据 IDC 预计，全球可穿戴设备年出货量有望从 2024 年的约 5.6 亿台增长至 2028 年的 6.46 亿台。

综上所述，随着 3C 消费电子迭代更新等带动发展下，对塑料零部件的需求也随之增长，从而推动了塑料模具和热流道技术的创新和升级。

（3）家电行业

随着家电产品向轻量化、个性化和环保化方向发展，塑料制品因其轻质、耐腐蚀、易加工等特性，在家电领域的应用量不断增长，根据中国家用电器协会公布的统计数据，目前塑料在家电中的用量已占重量比的 40%，在彩电、空调等家用电器上的平均使用量为每台 1.5-2.5 千克。针对家电领域外观形美学塑料因其色彩丰富、外观效果多样且只需一次成型的特点，在家电设计中越来越受欢迎，满足了消费者对美观、个性化产品的需求。塑料不仅用于外观部件，还越来越多地用于内部结构件，如冰箱抽屉、洗衣机内外桶、空调风叶等，这得益于塑料改性技术的发展，使得塑料的性能得到了显著提升，能够满足家电产品对于材料性能的多样化需求。

2023 年我国家电市场所面临的外部环境不断改善，经济运行持续向好，内需稳步扩大，供给侧结构优化提升，根据奥维云网（AVC）推总数据，2024 年中国家电全品类（不含 3C）零售额 9,071 亿，同比增长 6.4%。9071 亿是继 2019 年 8,910 亿之后的全新记录。具体情况如下：

2004-2024年中国家电零售市场（不含3C）零售额规模及同比走势情况



数据来源：奥维云网（AVC）

热流道技术作为一种先进的塑料注射成型技术，能够提高塑料制品的生产效率和质量，减少材料浪费，因此在家电制造业中的应用也在不断扩大。未来随着房地产政策宽松、宏观经济持续好转、促消费政策的出台，未来家电行业景气复苏度有望延续，家电行业的复苏增长也将进一步带动注塑模具市场和热流道行业的发展。

（4）医疗耗材与日化包装行业

热流道技术在医疗器材和日化包装领域的应用正逐渐扩大。在医疗耗材领域，热流道技术因其能够提供一致性和精确控制的注塑过程而被广泛采用，这对于生产高精度的医疗器械至关重要，如注射器、管子、呼吸机部件等。热流道技术可以确保医疗产品的卫生安全和精度要求，同时优化生产效率和材料使用效率。在日化包装领域，日化产品包装容器，如塑料瓶、罐、软管等，通常采用热流道技术进行生产，可以提高生产效率的同时减少材料浪费，并提供更为精确的剂量控制。

在医疗耗材行业内，随着全球人口老龄化问题的不断加剧以及慢性病患者数的持续增加，不断增长的医疗耗材需求推动了全球医疗耗材市场的持续发展。根据 Frost&Sullivan（弗若斯特沙利文）统计数据，全球医疗耗材市场规模从 2017 年的 2,040 亿美元增长到 2022 年的 2,790 亿美元，年均增长率为 6.46%。预计在 2030 年医疗耗材增长至 4,380 亿美元。同时，中国医疗耗材行业正朝着高端化、国际化的方向发展，近年来，一系列政策出台，鼓励医疗耗材企业加强技术创新，

提高产品水平，医疗耗材企业已随着利好政策的出台而强势崛起，开始进入国内外的中高端市场，并带动整个行业逐步向中高端的价值链上游迈进。根据 Frost&Sullivan(弗若斯特沙利文)分析,2022 年中国医疗耗材市场规模达到 5,940 亿元,2017 年至 2022 年复合增长率为 17.2%,预计 2030 年中国医疗耗材市场规模将达到 10,270 亿元,具体如下:



数据来源: Frost & Sullivan

根据 Euromonitor 数据显示,中国日化市场预计至 2026 年日化行业市场规模将达到 8,443.39 亿元,日化产品需求的持续增长带动日化包装行业不断发展。

3、说明下游市场及客户需求是否稳定、持续,发行人是否存在业绩大幅波动或下滑的风险,业绩增长是否可持续

(1) 公司下游市场发展前景良好,下游市场需求稳定、持续

公司产品广泛应用于汽车、家用电器、3C 产品、包装等行业,上述终端应用领域发展情况良好,具有广阔的市场空间,下游市场需求稳定、持续,具体参见本题回复之“2、公司下游行业发展趋势”。

(2) 报告期内公司老客户粘性高、收入贡献度大,同时新客户贡献的收入亦有所增加,公司客户需求稳定、持续,公司业绩大幅波动的风险较小

报告期内,公司 80%以上收入来源于老客户。因热流道产品单位价值较高且定制化程度高,公司新客户一般先通过零星下单的方式尝试合作,若通过性能测试及考核,则会在有后续订单后持续下单,因此新客户合作当年交易额较小,公

司收入主要来源老客户具有合理性。此外，公司持续开拓新客户，报告期公司新客户数量及收入整体呈现上升趋势。

报告期内，公司经营业绩呈现上升趋势，截至 2025 年 8 月末，公司在手订单金额为 4,911.01 万元，公司在手订单持续增长，为后续业务发展提供了有力支撑，业务发展具备成长性。公司下游市场需求稳定且持续增长，公司主要客户持续下单，合作稳定，公司业绩增长具有稳定性。同时，不排除未来可能会出现行业竞争加剧或下游行业景气度下滑，使得公司面临一定业绩不及预期的风险。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（六）经营业绩下滑风险”与“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（三）经营业绩下滑风险”中予以风险提示。

（六）结合前述情况，进一步完善招股说明书中关于业绩下滑的风险，有针对性地进行重大事项提示与风险揭示

公司已进一步完善招股说明书中关于业绩下滑的风险，并在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（六）经营业绩下滑风险”与“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（三）经营业绩下滑风险”中补充披露如下：

“报告期各期，公司营业收入分别为 14,256.81 万元、16,839.04 万元、23,446.54 万元和 **14,699.31 万元**，公司实现的净利润分别为 3,870.27 万元、4,867.76 万元、6,887.18 万元和 **4,030.72 万元**，报告期内公司营业收入和净利润整体呈现较好的增长趋势。报告期各期，公司与比亚迪的交易金额分别为 **332.59 万元**、**1,108.78 万元**、**2,113.40 万元**和 **1,260.99 万元**，占营业收入的比例分别为 **2.33%**、**6.58%**、**9.01%**和 **8.58%**，总体呈现上升趋势。

公司经营业绩受宏观经济、行业政策、下游市场需求、市场竞争状况等外部因素影响，同时亦与公司的研发创新、市场开拓等内部因素密切相关。未来若市场竞争进一步加剧，主要客户进行压价或要求降价，将会对公司产品销售单价造成不利影响；此外，未来若下游市场需求发生波动，公司与比亚迪等主要客户合作未能稳定持续，进而被其他供应商替代，将会对公司产品销量造成不利影响。公司产品销售单价和销量的下降将导致公司面临经营业绩下滑的风险。”

三、收入确认的具体依据及合规性

(一) 结合销售合同条款具体约定以及实际执行情况，说明公司与主要客户的销售合同是否约定验收、安装等义务，说明公司以签收或者签收+异议期作为收入确认时点的准确性，是否符合企业会计准则相关规定，是否存在提前确认收入的情形，公司收入确认时点与可比公司相比是否存在较大差异

1、结合销售合同条款具体约定以及实际执行情况，说明公司与主要客户的销售合同是否约定验收、安装等义务

报告期内，公司主要客户（各期前五大客户，共 12 家）的销售合同条款具体约定及实际执行情况如下：

序号	客户名称	合同条款	实际执行情况
1	比亚迪股份有限公司	2.4.1 乙方须按采购订单要求将货物按时运送至甲方指定的收货地址，并提供有关货物的单证和资料。如双方约定货物需要安装、调试的，乙方应送货至指定安装地点，并负责安装、调试工作。 2.4.2 本合同项下的产品由乙方根据甲方指示直接交付给委托方收货人。乙方的货物经甲方指定的收货人即委托方收货人在收货单据上签收方可视为交货。 2.4.6 货物的所有权及毁损、灭失的风险在货物交货后从乙方转移给甲方\委托方，但所有权和风险责任转移并不免除乙方对其自身原因或货物固有缺陷导致的货物故障、损坏或灭失所应承担的责任。双方另有约定的，以约定为准。	订单实际执行时未约定货物需要安装、调试，以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
2	台州汇力普模塑有限公司	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格。	以签收+30 天异议期作为交付时点，并完成货物控制权转移
3	珠海格力电器股份有限公司	乙方交货的同时应提交产品的有关技术说明、产品合格证书及有关合同产品的一切特定信息资料。如乙方上述资料不全、内容不符，甲方有权拒绝收货。 乙方所提供的产品技术质量应符合国家标准、行业标准及生产企业的质量保证标准、本合同项下的技术质量要求。存在多重标准的，乙方产品应同时满足所有标准。 乙方应足额及时地购买产品交货至甲方指定地点至卸货完毕并确认收货的保险，乙方未购买上述保险或购买保险不当导致发生保险事故后不能索赔、理赔或不能全额索赔、理赔的，产品在此期间的毁损灭失的风险由乙方自行承担，且乙方应赔偿甲方因延期交货造成的损失。	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
4	常州星宇车灯股份有限公司	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格。	以签收+30 天异议期作为交付时点，并完成货物控制权转移
5	宁波吉海模	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为	以签收+30 天异

序号	客户名称	合同条款	实际执行情况
	具有限公司	产品合格。	议期作为交付时点，并完成货物控制权转移
6	芜湖安瑞光电有限公司	验收标准、方法、地点及期限：（1）产品在甲方指定地点验收；（2）验收期限为/天，自产品到达甲方工厂之日起计算；（3）该验收仅对该产品的数量、外观包装的验收，不构成对该产品质量是否符合要求的确认，具体依据本合同的第二、第三条约定的技术要求和质量要求执行。	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
7	江苏星科精密模具有限公司	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格。	以签收+30 天异议期作为交付时点，并完成货物控制权转移
8	台州市点晴模业有限公司	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格。	以签收+30 天异议期作为交付时点，并完成货物控制权转移
9	浙江永明模具股份有限公司	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格。	以签收+30 天异议期作为交付时点，并完成货物控制权转移
10	常诚车业江苏有限公司	乙方自行安排运输工具将热流道运输到甲方指定交货地点并承担相关费用。在热流道的转移过程中，如因乙方组装、防锈或包装不当以及运输风险等原因，造成热流道的损坏或丢失，并因此造成甲方的所有的直接和间接损失由乙方承担。如果因为乙方的原因热流道不能满足甲方的要求，甲方有权要求乙方重新免费制作。	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
11	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	需方收到货物后 30 天内若没有提出质量异议则默认为产品合格。	以签收+30 天异议期作为交付时点，并完成货物控制权转移
12	广州中誉精密模具有限公司	材料上必须贴上标签注明物料模号、品名、规格型号、数量。自带卸货工具（如：吊环、磁铁），如没有带自行解决卸货问题。	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移

由上表可知，报告期内，除比亚迪在框架协议中约定“如双方约定货物需要安装、调试的，乙方应送货至指定安装地点，并负责安装、调试工作”，订单实际执行时未约定货物需要安装、调试外，公司与主要客户的销售合同未约定验收、安装等义务。

公司在热流道领域形成了较为成熟的技术和标准体系，与主要下游客户具有良好的合作关系，在产品生产和设计过程中，公司已与客户对热流道图纸设计、加工要求等方面进行了充分沟通，根据前期沟通反馈由公司加工完成运送至客户指定地点后，客户按照行业相关技术标准即可完成外观、尺寸等检测，客户确认

无误后在送货单上签字。对于合同约定异议期的客户，公司谨慎认为异议期满后客户完全接受公司产品。

综上，公司与主要客户的销售合同未约定验收、安装等义务，但公司提供零部件、整套热流道系统的免费安装、维修、更换或者退货在内的售后服务，并将售后人员的相关费用计入营业成本-售后服务费。

2、说明公司以签收或者签收+异议期作为收入确认时点的准确性，是否符合企业会计准则相关规定，是否存在提前确认收入的情形

热流道安装调试工序总体较为简单，将热流道简单固定至模具内部即可，正常安装调试后热流道性能一般均能达到使用状态。产品经客户签收即确认合格或经客户签收并考虑合同约定的异议期满后即确认合格，控制权和所有权已转移至客户，公司没有保留与产品所有权相联系的继续管理权，亦无法对已交付的商品实施有效控制，因此是否安装不影响客户对产品的控制权。因此公司以签收或者签收+异议期作为收入确认时点具有合理性。

（1）公司收入确认政策

报告期内，公司销售的热流道系统等产品属于在某一时点履行的履约义务，具体收入确认政策如下：

内销	公司已根据合同约定将产品运送至客户指定地点，若合同未约定异议期，经客户签收即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移，已收取货款或取得收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入；若合同约定异议期，经客户签收并考虑合同约定的异议期满后即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移，已收取货款或取得收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入。（签收、异议期）
外销	公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入。

（2）企业会计准则

按企业会计准则规定对比分析如下：

企业会计准则规定	公司情况说明	是否符合条件
合同开始日，企业应当对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行还是在某一时点履行，然后在履行了各单项履约义务时分别确认收入。	公司主要销售热流道系统等产品，属于在某一时点履行的履约义务，不存在某一时段履行义务的情况。	符合

企业会计准则规定	公司情况说明	是否符合条件
对于在某一时点履行的履约义务，企业应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，企业应当考虑下列迹象：（一）企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；（二）企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；（三）企业已将该商品实物转移给客户，即客户占有该商品；（四）企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；（五）客户已接受该商品；（六）其他表明客户已取得该商品控制权的迹象。	（一）公司按照合同中约定的交货时间发货，经客户签收后或者签收且异议期满后，即享有对产品的现时收款权利；公司采用预收货款或在公司按约定交付产品一段时间后收取产品货款，收款时间的约定只会影响公司收款的时间，不会影响公司享有收款的权利；（二）根据合同约定，自交付日起，商品的所有权即转移给客户；（三）客户签收后，公司已将商品实物转移给客户；（四）客户签收后，公司销售商品价格确定且货物的毁损灭失风险已转移给客户，商品所有权上的主要风险和报酬已转移；（五）公司产品的相关图纸设计、加工要求等在生产时均已确定，一般情况下不再发生改变。公司生产过程中严格按产品参数及技术标准生产产品，并经内部检验，符合客户技术质量协议要求。客户签收或签收且合同约定的异议期满后，即表明客户已接受该产品；（六）客户签收后，其即可使用公司产品用于生产销售，公司无法再掌握产品的信息。	符合

综上，产品在客户签收时或者签收且异议期满后表明客户已接受公司产品，公司根据客户签收日期结合合同约定的异议期作为收入确认时点具有合理性，更为谨慎，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的收入确认条件，公司收入政策符合企业会计准则要求，不存在提前确认收入的情形。

3、公司收入确认时点与可比公司相比是否存在较大差异

报告期内，同行业可比公司及其他对比公司收入确认政策情况如下：

公司名称	收入确认政策
（1）同行业可比公司	
麦士德福	热流道系统： 客户签收并确认合格，已充分考虑 7 天异议期。（签收、异议期） 精密注塑模具： 验收合格，模具移交客户。（验收） 注塑制品： 客户签收并确认合格。（签收）
（2）其他对比公司	
曼恩斯特	高精密狭缝式涂布模头、涂布设备： 公司产品均为订单式生产，根据客户的要求经研发设计、生产加工，由第三方物流将货物发往客户指定地点，公司根据合同约定，控制权转移后，经客户验收确认收入。（验收） 涂布模头增值与改造： 公司根据与客户签订的涂布模头增值与改造服务协议，为客户提供模头修理服务，收取修模服务费。模头修理完成后，公司根据协议约定将货物运送至客户指定地点，经客户验收确认收入。（验收） 涂布配件及其他收入： 公司根据与客户签订的订单合同，安排第三方物流将货物发往客户指定地点，经客户验收确认收入。（验收）
优德精密	内销收入： 在公司将产品运送至合同或订单约定交货地点并由客户接受、已收

公司名称	收入确认政策
	取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认控制权转移并确认销售收入；如客户自提产品，以将产品交付客户，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认控制权转移并确认销售收入。（签收） 外销收入：主要以 FOB、CIF、CNF 贸易方式进行，在公司已根据合同约定将产品发出办妥报关手续海关放行，取得货运提单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认。
宁波方正	外销：采用 FOB、CIF、FCA 条款，在产品已经发出并向海关报关后确认收入实现；采用 DAP、DDU、DDP 等条款，在产品交付予客户指定的收货地点，对方指定责任人签收后确认收入实现。 内销：在产品已经送达目的地，对方指定的责任人验收后确认收入实现。（验收）
海泰科	境内销售：销售给境内客户的模具于对方最终验收合格后或未验收但超过约定的异议期限后确认收入，销售给境内客户的塑料零部件于对方签收后或未签收但超过约定的异议期限后确认收入。（验收、签收、异议期） 境外销售：销售给境外客户的模具/塑料零部件于完成出口报关时确认收入。
公司	境内销售：公司已根据合同约定将产品运送至客户指定地点，若合同未约定异议期，经客户签收即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移，已收取货款或取得收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入；若合同约定异议期，经客户签收并考虑合同约定的异议期满后即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移，已收取货款或取得收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入。（签收、异议期） 境外销售：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入。

注：数据来源自上市公司的定期报告或招股说明书

由上表可知，同行业可比公司麦士德福对热流道系统业务收入确认考虑异议期、对注塑制品业务收入确认不考虑异议期，其他对比公司海泰科对境内销售收入确认考虑异议期、对境外销售收入确认不考虑异议期，其他对比公司未考虑异议期，公司收入确认时点与同行业可比公司及其他对比公司不存在较大差异。

此外，在近期上市的制造业行业的上市公司中，也存在将异议期满作为收入确认条件的情况，如下：

公司名称	收入确认方法	收入确认时点
古麒绒材 (001390)	本公司对外销售的羽绒绒材主要以产品取得客户认可或异议期届满时确认收入，对于仅按照约定标准交货且无异议期的合同以客户签收时确认收入；羽绒制品在产品发出并经客户签收后确认收入	客户认可或异议期满、客户签收
朗威股份 (301202)	根据销售合同约定的交货方式将货物发到客户指定地点或客户自提，经客户签收后或者按照合同规定验收无异议期满后确认收入	客户签收、合同规定验收无异议期满
盛帮股份 (301233)	公司完成订单后将产品或受托加工物资运送至客户处并由客户签收确认，公司根据合同约定将产品交付给客户且客户已验收合格或已超过合同约定验收异议期，商品的法定所有权已转移	客户验收合格、合同约定验收异议期满
科润智控 (834062)	公司已根据合同约定将产品交付给购货方并提供一定期限的异议期，在异议期内没有书面提出异议的，公司在客户	客户签收且异议期满后

公司名称	收入确认方法	收入确认时点
	签收且异议期满后确认商品销售收入	
西磁科技 (836961)	公司根据合同约定将产品交付给购货方并提供一定期限异议期的,公司在客户签收且异议期满后确认商品销售收入;或者对于确认签收时点视为验收合格的客户在取得其签收单时确认商品销售收入	客户签收且异议期满、客户签收
天力复合 (873576)	针对内销业务,公司于产品移交给客户后,分别依据客户签收或客户验收或质量异议期满等确认收入	客户签收、客户验收、异议期满

注:数据来源自上市公司的定期报告

综上,公司收入确认政策符合行业惯例,与同行业可比公司及其他对比公司相比不存在较大差异。

(二) 说明与签收确认收入相关的内部控制及具体流程,收入确认的内外依据及充分性、有效性,各期客户盖章、仅签字的金额及比例

1、公司与签收收入确认相关的内部控制及具体流程,收入确认的内外依据及充分性、有效性

公司与签收确认收入相关的内部控制及具体流程如下:

主要环节	主要环节描述	主要履约义务	内部控制节点	关键支持性证据
签收	由物流公司或公司自己负责将货物运至合同约定地点后,取得经客户盖章或签字的送货单	送至客户指定地点后配合客户对产品的外观、尺寸、数量等进行确认并签收	及时取得经客户盖章或签字的送货单	客户盖章或签字确认的送货单
收入确认	依据经客户盖章或签字的送货单,结合合同约定的异议期确认收入	-	及时取得经客户盖章或签字确认的送货单	客户盖章或签字确认的送货单、销售合同或订单

报告期内,公司签收收入确认的内外依据包括与客户签署的合同、订单、运输物流单、出库单、客户盖章或签字确认的送货单以及发票,收入确认的内外依据充分、有效。

2、各期客户盖章、仅签字的金额及比例情况

报告期各期,公司客户送货单的盖章、签字情况如下:

单位:万元

销售方式	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	(1) 盖章+签字确认	8,353.36	56.83%	13,159.27	56.12%	9,388.32	55.75%	9,087.05	63.74%
	(2) 客户系统+签字确认	2,447.61	16.65%	4,437.99	18.93%	2,792.32	16.58%	798.50	5.60%

销售方式	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
	(1) + (2) 小计	10,800.97	73.48%	17,597.26	75.05%	12,180.64	72.33%	9,885.55	69.34%
	(3) 仅签字确认	3,724.47	25.34%	5,602.25	23.89%	4,441.31	26.38%	4,122.29	28.91%
	(4) 无送货单	21.69	0.15%	43.36	0.18%	54.87	0.33%	93.87	0.66%
	其他收入[注]	98.93	0.67%	196.66	0.84%	144.14	0.86%	146.85	1.03%
	小计	14,646.06	99.64%	23,439.53	99.97%	16,820.96	99.89%	14,248.55	99.94%
外销	提单	53.24	0.36%	7.01	0.03%	18.07	0.11%	8.26	0.06%
	合计	14,699.31	100.00%	23,446.54	100.00%	16,839.04	100.00%	14,256.81	100.00%

注：其他收入包含维修费、租金、废料收入和设计费等

报告期内，根据各客户对公司送货单签署的方式及惯例，公司盖章及客户系统确认收入占比分别为 69.34%、72.33%、75.05%和 73.48%，其中，通过比亚迪等客户系统确认的收入占比分别为 5.60%、16.58%、18.93%和 16.65%；仅签字确认收入占比分别为 28.91%、26.38%、23.89%和 25.34%。对于仅签字确认收入的客户，公司为保证收入确认的准确性，每月通过与客户对账方式，再次确认收货情况及公司收入确认金额的准确性，同时在过往产品交付、开票及收款过程中未发生异常情形。无送货单确认收入占比分别为 0.66%、0.33%、0.18%和 0.15%，比例较小，主要系一些零星客户的小额订单未留存经客户签收的送货单。

四、保荐机构、申报会计师核查程序及核查意见

(一) 核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

(1) 客户集中度较低是否符合行业惯例

①获取公司分客户收入明细表，访谈公司相关人员，了解及分析公司客户数量众多且集中度较低的原因和合理性，查询同行业可比公司及其他对比公司主要客户的集中度及客户数量，分析公司与同行业可比公司及其他对比公司是否一致；

②访谈公司相关人员，了解公司的客户类型，与各类型主要客户的合作模式以及公司进入终端主机厂的供应商名录或通过供应商认证的时间和具体过程；

③取得公司销售及售后人员明细，了解其工作职责，分析与客户数量的匹配性；

④访谈公司相关人员，了解公司开拓新客户的能力。

（2）向比亚迪销售大幅增长的合理性

①访谈公司管理层、销售人员，了解公司与比亚迪的合作背景、公司热流道产品主要适配的车型、公司向比亚迪销售规模大幅增长的原因、公司获取比亚迪订单的方式；获取公司与比亚迪自合作以来的销售记录以及报告期内的收入明细表；通过公开信息查询主要适配车型的销量；查阅比亚迪年度报告等公开披露文件；获取公司与比亚迪全资子公司深圳市比亚迪供应链管理有限公司签署的《MRO 非生产性物料采购框架协议》，核查关键条款内容、期限及到期后的安排；获取公司与比亚迪及其他主要客户签署的销售合同/订单，对比定价、信用周期、结算周期等方面的具体约定是否存在明显差异；获取报告期内的收入成本明细表，分析汽车车灯热流道系统与汽车内外饰热流道系统产品主要客户销售价格及毛利率是否存在较大差异及其原因；

②访谈管理层、销售人员，了解汽车产业链的分布情况、主要客户变动原因、情况；查询公司同行业可比公司主要客户情况；通过国家企业信用信息公示系统、“天眼查”、“企查查”等网站、上市公司定期报告、客户访谈等查询公司各期主要客户工商信息，包括但不限于成立时间、注册资本、实缴资本、主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、员工人数、社保缴纳人数、起始合作时间、经营规模、市场地位等。针对经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的公司的具体情况，核查相关公司的实际控制人、主要股东、经营规模、员工情况、经营资质等，分析公司与其开展合作的商业合理性，核查是否存在刚成立即成为发行人主要客户的情形，核查前述客户与发行人、控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来；

③获取公司报告期内的收入明细表，分析公司产品最终应用于传统燃油车和新能源车的金额及比例，分析报告期内汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品销量增长的原因；查阅下游行业相关研究报告，查阅汽车产业链主要客户、同行业可比公司麦士德福及其他对比公司的公开披露文件，分析公司不同产品收入增长趋势是否存在较大差异；访谈公司管理层，了解 2024 年汽车内外饰热流道系统产品销售增速高于汽车车灯热流道系统产品销售增速的原因；

④访谈公司管理层、销售人员，了解公司产品的定价机制、影响产品销售价格的主要因素、公司产品销售价格变动的原因；获取经公司主要客户确认的问卷，查询淘宝、京东、拼多多等电商平台，核查公司按点位定价是否符合行业惯例；获取公司报告期内的收入明细表，分析报告期内公司主要产品销售价格变动的原因；

⑤获取公司在手订单情况，包括合同对手方、合同内容、金额、期限、目前进展情况；查询公司下游应用领域发展情况，并获取公司分客户收入明细表，分析公司新老客户构成情况，客户需求是否稳定、持续，发行人是否存在业绩大幅波动或下滑的风险，业绩增长是否可持续；

⑥查阅《招股说明书》，复核公司是否在招股说明书中进一步完善关于业绩下滑的风险，并有针对性地进行重大事项提示与风险揭示。

(3) 收入确认的具体依据及合规性

①取得公司主要客户销售合同，查看合同条款，评价收入确认时点的准确性，是否符合企业会计准则的规定；

②通过公开渠道查询同行业可比公司及其他对比公司收入确认时点，并与公司比较分析；

③访谈公司相关人员，了解与签收确认收入相关的内部控制及具体流程，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

④对于签收确认收入，选取项目检查与收入确认相关的支持性文件，分析各期客户盖章、签字的金额及比例。

2、核查意见

(1) 客户集中度较低是否符合行业惯例

①公司客户呈现数量众多且集中度较低的情况，主要原因系：A、公司下游客户集中度较低；B、公司产品系定制化产品，单笔订单金额较小。公司客户数量众多且集中度较低主要系汽车供应链的行业特性，与可比公司麦士德福的情况总体一致，符合行业惯例；

②公司通常需要获得终端主机厂的认证，对需要认证的客户，公司已进入其供应商名录或通过供应商认证；

③报告期内，公司销售人员、售后人员与客户数量和变动总体较为匹配。报告期各期，公司客户数量分别为 628 家、682 家、776 家和 601 家，除 2025 年上半年外客户数量逐年增加，公司新开拓的客户数量和金额均对收入贡献较为明显，且公司配备了开拓新客户所需要的销售和售后人员，公司具有持续开拓新客户的能力。

（2）向比亚迪销售大幅增长的合理性

①公司于 2020 年主动接洽比亚迪并于 2021 年正式与比亚迪建立合作关系，合作以来公司与比亚迪交易金额呈上升趋势；报告期内，公司向比亚迪销售的主要产品为汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统；报告期内，公司向比亚迪销售的热流道系统主要适配的车型以比亚迪海洋系列和王朝系列为主，比亚迪海洋系列与王朝系列销量增长、比亚迪车型更新与改款频率加快、公司产品逐步获得比亚迪认可等因素共同推动公司向比亚迪销售规模的增长，报告期内公司向比亚迪销售规模大幅增长具有合理性；公司与比亚迪全资子公司深圳市比亚迪供应链管理有限公司签署了长期有效的《MRO 非生产性物料采购框架协议》，对采购订单、价格及支付、交货、售后服务等事项进行框架性约定；公司与比亚迪的合作稳定可持续，被其他供应商替代的风险较小；公司主要通过商务谈判和招投标方式获取比亚迪订单；公司与比亚迪在定价方面与其他主要客户不存在明显差异，在信用周期、结算周期方面与其他主要客户存在一定差异具有合理性；报告期内，比亚迪汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统销售价格和毛利率与前五大客户平均水平总体不存在较大差异，2025 年 1-6 月比亚迪汽车内外饰热流道系统销售价格和毛利率与前五大客户平均水平存在一定差异具有合理性，大客户压价、降价等风险较小；

②公司除比亚迪外其他主要客户为模具厂及汽车零部件厂，系主机厂的二级供应商和一级供应商，由于汽车产业链的行业特性，汽车零部件厂、模具厂分布更为分散且家数众多，自身业务也存在一定的波动性，从而导致公司除比亚迪外的主要客户变动较大且单个客户销售金额相对较小。公司主要客户均为长期合作客户，且在各期均实现了复购，合作稳定。报告期内公司主要客户各年度收入金额存在波动性主要系自身业务开展情况有所波动，从而导致客户各期收入排名存在波动。公司与同行业可比公司不存在重大差异，符合行业特点。公司部分客户

存在经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的情况，上述客户均为模具公司，模具公司规模体量较小，与模具行业特点匹配。浙江永明模具股份有限公司成立当年与公司建立合作联系，当年合作仅为零星下单，交易金额为 50 余万元，并非刚成立即成为公司主要客户。上述客户与公司交易金额与其经营规模总体匹配。公司主要客户与发行人、控股股东、实际控制人、董监高等不存在关联关系或其他利益往来；

③报告期内，公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统最终应用于新能源车的比例呈上升趋势，最终应用于传统燃油车的比例呈下降趋势；报告期内特别是 2024 年汽车内外饰热流道产品销售增速高于汽车车灯热流道产品销售增速主要系公司突破产能瓶颈，有余力承接更多汽车内外饰热流道系统订单，同时下游汽车领域快速发展，汽车内外饰热流道系统整体市场规模相对更大；公司不同产品收入增长趋势与下游行业变动趋势、同行业可比公司、其他对比公司变动趋势总体不存在较大差异；

④公司产品的定价机制以热流道系统点数为基准并综合考虑多因素进行报价，影响产品销售价格的主要因素包括产品的应用领域、驱动方式和市场竞争，公司按点位定价符合行业惯例；报告期内，热流道系统产品销售单价变动主要受产品不同应用领域结构变动和市场竞争因素影响，汽车车灯热流道系统产品销售单价变动主要受产品不同驱动方式结构变动和市场竞争因素影响，汽车内外饰热流道系统产品销售单价变动主要受市场竞争因素影响；公司不存在大幅降价以促进销售的情形；

⑤报告期内，公司经营业绩呈现上升趋势，截至 2025 年 8 月末，公司在手订单金额为 4,911.01 万元，公司在手订单为后续业务发展提供了有力支撑，业务发展具备成长性。公司下游市场需求稳定且持续增长，公司主要客户持续下单，合作稳定，公司业绩增长具有稳定性。同时，不排除未来可能会出现行业竞争加剧或下游行业景气度下滑，使得公司面临一定业绩不及预期的风险。公司已在招股说明书“第三节 风险因素”中对相关风险进行了披露；

⑥公司已进一步完善招股说明书中关于业绩下滑的风险，有针对性地进行重大事项提示与风险揭示。

(3) 收入确认的具体依据及合规性

①公司与主要客户的销售合同未约定验收、安装等义务，但公司提供零部件、整套热流道系统的免费安装、维修、更换或者退货在内的售后服务，并将售后人员的相关费用计入营业成本-售后服务费；

②公司产品在客户签收时或者签收且异议期满时表明客户已接受公司产品，公司根据客户签收日期结合合同约定的异议期作为收入确认时点准确，具有合理性，且更为谨慎，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的收入确认条件，公司收入政策符合企业会计准则要求，不存在提前确认收入的情形；

③公司收入确认时点与同行业可比公司及其他对比公司相比不存在较大差异；

④公司签收收入确认的内外部证据包括与客户签署的合同、订单、运输物流单、出库单、客户盖章或签字确认的送货单以及发票，收入确认的内外部依据充分、有效；

⑤报告期内，根据各客户对公司送货单签署的方式及惯例，公司盖章及客户系统确认收入占比分别为 69.34%、72.33%、75.05%和 73.48%，其中，通过比亚迪等客户系统确认的收入占比分别为 5.60%、16.58%、18.93%和 16.65%；仅签字确认收入占比分别为 28.91%、26.38%、23.89%和 25.34%。对于仅签字确认收入的客户，公司为保证收入确认的准确性，每月通过与客户对账方式，再次确认收货情况及公司收入确认金额的准确性，同时在过往产品交付、开票及收款过程中未发生异常情形。无送货单确认收入占比分别为 0.66%、0.33%、0.18%和 0.15%，比例较小，主要系一些零星客户的小额订单未留存经客户签收的送货单。

(二) 说明针对公司客户数量多且较为分散的特点采取的核查方法，走访、函证、细节测试、资金流水核查等的样本选取标准并评估相关方法的合理性

在实施收入核查程序时，保荐机构、申报会计师充分考虑了公司客户分布特点，结合公司业务实际情况，在选取函证、走访、细节测试总体样本时，按照销售收入从大到小进行排序，结合重要性水平、样本收入分布特征等确定对应样本量，所选取的样本具备代表性，能够体现重要性和随意性原则。在选取资金流水核查样本时，系对所有银行账户进行流水核查，对大额资金流水重点关注交易对

手方是否存在异常情形。

重要性水平的确认方法：结合公司近年来经营状况波动情况，按照近三年经常性业务的平均税前利润确定财务报表整体的重要性水平，以财务报表整体重要性水平的 60%作为营业收入和应收账款实际执行的重要性水平。明显微小错报临界值按财务报表整体重要性水平的 3%执行。

1、走访或询问样本的选取方法

报告期各期，按照客户销售收入金额从大到小排序，选取排名靠前、金额较大的客户，选取样本覆盖收入金额达到各期营业收入的 70%以上。

2、函证样本的选取方法

报告期各期，销售收入大于实际执行重要性水平的客户全部发函，其余客户采用随意抽样的方式选取样本执行核查程序。报告期各期，客户发函金额均达各期营业收入的 80%以上。

3、细节测试样本的选取方法

报告期各期，按当期收入入账金额从大到小排序，超过重要性水平的全部测试，低于明显微小错报临界值的不测试，剩余项目采用随意抽样的方式选取样本。

4、资金流水核查样本的选取方法

对公司报告期内所有银行账户进行流水核查，对单笔金额大于 10 万元的重要的资金流水重点关注交易对手方是否存在异常情形。

综上，在执行收入核查程序时，走访或询问、函证、细节测试、资金流水核查所选样本具有代表性，已就客户分散作针对性考虑，收入核查抽样方法具有合理性。

（三）按照不同规模客户的销售分层列示各期发函、回函、回函不符、未回函、走访的具体数量、金额及比例，并说明收入真实性核查的充分性，是否能支撑核查结论

1、报告期内，分层列示不同客户规模各期发函、回函、回函不符、未回函的数量、金额及比例情况

针对报告期内不同交易规模的客户，其函证具体情况如下：

（1）2025 年 1-6 月

单位：万元、家

项目		200 万以上	100 万-200 万	50 万-100 万	50 万以下	总计
总体	营业收入金额（a）	3,722.17	3,169.11	2,808.81	4,999.22	14,699.31
	客户数量	11	22	40	528	601
发函	客户数量	11	22	37	94	164
	发函数量占比	100.00%	100.00%	92.50%	17.80%	27.29%
	收入金额（b）	3,722.17	3,169.11	2,599.64	2,329.38	11,820.29
	发函比例（c=b/a）	100.00%	99.98%	92.55%	46.59%	80.41%
回函	客户数量	10	20	32	75	137
	收入金额（d）	3,516.84	3,037.60	2,237.87	1,854.95	10,647.27
	回函金额占发函金额比（e=d/b）	94.48%	95.85%	86.08%	79.63%	90.08%
	回函金额占营业收入比（f=d/a）	94.48%	95.85%	79.67%	37.10%	72.43%
回函情况[注]	回函相符金额（g）	3,455.79	3,031.33	2,219.99	1,850.50	10,557.62
	回函不符金额（h）	61.05	6.27	17.88	4.45	89.65
	回函相符金额占比（i=g/b）	92.84%	95.65%	85.40%	79.44%	89.32%
	回函不符金额占比（j=h/b）	1.64%	0.20%	0.69%	0.19%	0.76%
未回函	客户数量	1	2	5	19	27
	收入金额（k）	205.33	131.50	361.77	474.42	1,173.02
	未回函金额占发函金额比（l=k/b）	5.52%	4.15%	13.92%	20.37%	9.92%

注：指客户发票入账时间差等原因导致的客户回函盖章不符，经进一步核查收入确认无误的视同回函相符，下同

（2）2024 年度

单位：万元、家

项目		200 万以上	100 万-200 万	50 万-100 万	50 万以下	总计
总体	营业收入金额（a）	8,758.89	4,186.42	4,511.64	5,989.60	23,446.54
	客户数量	22	30	60	664	776

项目		200 万以上	100 万-200 万	50 万-100 万	50 万以下	总计
发函	客户数量	22	29	59	38	148
	发函数量占比	100.00%	96.67%	98.33%	5.72%	19.07%
	收入金额 (b)	8,758.89	4,071.22	4,450.75	1,519.91	18,800.76
	发函比例 (c=b/a)	100.00%	97.25%	98.65%	25.38%	80.19%
回函	客户数量	21	22	51	29	123
	收入金额 (d)	8,397.40	3,138.61	3,929.72	1,199.12	16,664.85
	回函金额占发函金额比 (e=d/b)	95.87%	77.09%	88.29%	78.89%	88.64%
	回函金额占营业收入比 (f=d/a)	95.87%	74.97%	87.10%	20.02%	71.08%
回函情况	回函相符金额 (g)	8,278.62	3,138.49	3,885.19	1,199.12	16,501.42
	回函不符金额 (h)	118.79	0.12	44.53	-	163.44
	回函相符金额占比 (i=g/b)	94.52%	77.09%	87.29%	78.89%	87.77%
	回函不符金额占比 (j=h/b)	1.36%	0.00%	1.00%	-	0.87%
未回函	客户数量	1	7	8	9	25
	收入金额 (k)	361.48	932.61	521.03	320.79	2,135.91
	未回函金额占发函金额比 (l=k/b)	4.13%	22.91%	11.71%	21.11%	11.36%

(3) 2023 年度

单位：万元、家

项目		200 万以上	100 万-200 万	50 万-100 万	50 万以下	总计
总体	营业收入金额 (a)	4,131.73	3,661.13	3,431.58	5,614.60	16,839.04
	客户数量	11	28	47	596	682
发函	客户数量	11	28	45	115	199
	发函数量占比	100.00%	100.00%	95.74%	19.30%	29.18%
	收入金额 (b)	4,131.73	3,661.13	3,294.95	2,854.75	13,942.57
	发函比例 (c=b/a)	100.00%	100.00%	96.02%	50.85%	82.80%
回函	客户数量	11	23	40	106	180
	收入金额 (d)	4,131.73	3,024.89	2,942.35	2,571.07	12,670.04
	回函金额占发函金额比 (e=d/b)	100.00%	82.62%	89.30%	90.06%	90.87%
	回函金额占营业收入比 (f=d/a)	100.00%	82.62%	85.74%	45.79%	75.24%
回函情况	回函相符金额 (g)	4,039.51	2,985.49	2,830.48	2,571.07	12,426.56
	回函不符金额 (h)	92.22	39.40	111.87	-	243.49

项目		200 万以上	100 万-200 万	50 万-100 万	50 万以下	总计
	回函相符金额占比 (i=g/b)	97.77%	81.55%	85.90%	90.06%	89.13%
	回函不符金额占比 (j=h/b)	2.23%	1.08%	3.40%	-	1.75%
未回函	客户数量	-	5	5	9	19
	收入金额 (k)	-	636.24	352.60	283.68	1,272.53
	未回函金额占发函金额比 (l=k/b)	-	17.38%	10.70%	9.94%	9.13%

(4) 2022 年度

单位：万元、家

项目		200 万以上	100 万-200 万	50 万-100 万	50 万以下	总计
总体	营业收入金额 (a)	2,682.88	2,780.20	3,957.88	4,835.85	14,256.81
	客户数量	8	19	54	547	628
发函	客户数量	8	18	53	120	199
	发函数量占比	100.00%	94.74%	98.15%	21.95%	31.69%
	收入金额 (b)	2,682.93	2,657.51	3,932.71	2,328.35	11,601.50
	发函比例 (c=b/a)	100.00%	95.59%	99.36%	48.15%	81.38%
回函	客户数量	8	15	47	110	180
	收入金额 (d)	2,682.93	2,174.10	3,503.49	2,151.60	10,512.11
	回函金额占发函金额比(e=d/b)	100.00%	81.81%	89.09%	92.41%	90.61%
	回函金额占营业收入比(f=d/a)	100.00%	78.20%	88.52%	44.49%	73.73%
回函情况	回函相符金额 (g)	2,660.03	2,042.27	3,503.49	2,111.50	10,317.28
	回函不符金额 (h)	22.90	131.83	0.00	40.10	194.83
	回函相符金额占比 (i=g/b)	99.15%	76.85%	89.09%	90.69%	88.93%
	回函不符金额占比 (j=h/b)	0.85%	4.96%	0.00%	1.72%	1.68%
未回函	客户数量	-	3	6	10	19
	收入金额 (k)	-	483.42	429.22	176.75	1,089.39
	未回函金额占发函金额比 (l=k/b)	-	18.19%	10.91%	7.59%	9.39%

报告期各期，客户发函比例分别为 81.38%、82.80%、80.19%和 80.41%，分层来看，报告期各期销售金额 200 万以上的客户全部发函，100 万-200 万、50 万-100 万的客户发函比例均超过 90%。考虑将因发票入账时间差等不影响确认收入金额的事项调节相符后，各期客户回函相符金额占发函金额的比例分别为 88.93%、89.13%、87.77%和 89.32%。针对考虑发票入账时间差等原因后仍不符以及未回函的客户，进行替代测试，检查其相关销售合同、订单、送货单等资料。

2、报告期内，分层列示不同客户规模各期走访的金额及比例情况

单位：万元

项目		200 万以上	100 万-200 万	50 万-100 万	50 万以下	总计
2025 年 1-6 月	营业收入金额(a)	4,358.51	3,097.21	2,429.59	4,813.99	14,699.31
	走访金额 (b)	4,358.51	2,787.22	2,076.20	1,203.91	10,425.84
	走访比例 (c=b/a)	100.00%	89.99%	85.45%	25.01%	70.93%
2024 年	营业收入金额(d)	9,648.78	4,125.00	4,080.32	5,592.44	23,446.54
	走访金额 (e)	9,438.29	3,716.37	2,695.89	1,168.49	17,019.04
	走访比例 (f=e/d)	97.82%	90.09%	66.07%	20.89%	72.59%
2023 年	营业收入金额(g)	4,407.64	3,616.60	3,478.25	5,336.54	16,839.04
	走访金额 (h)	4,407.64	3,501.99	3,007.99	1,186.97	12,104.59
	走访比例 (i=h/g)	100.00%	96.83%	86.48%	22.24%	71.88%
2022 年	营业收入金额(j)	2,948.03	2,552.29	4,199.32	4,557.17	14,256.81
	走访金额 (k)	2,948.03	2,434.59	3,793.41	1,231.39	10,407.41
	走访比例 (l=k/j)	100.00%	95.39%	90.33%	27.02%	73.00%

注：客户规模按其同一控制下所有主体的合并口径数据统计

报告期各期，客户走访比例分别为 73.00%、71.88%、72.59%和 70.93%，分层来看，同控口径下销售规模在 200 万以上、100 万-200 万的客户，各期走访比例均基本达到或超过 90%。

综上，报告期内，公司客户的函证及走访比例均在 70%以上，且针对公司客户数量较多且较为分散的业务特征，对于不同交易规模层级的客户，均抽样进行了函证和走访，收入真实性核查执行较为充分，公司收入具有真实性。

（四）说明采取的发函控制程序，是否独立发函、校对发函地址与工商登记地址是否一致、收函人是否为客户员工等

保荐机构、申报会计师在实施函证程序过程中独立发函并充分履行了发函控制程序，具体流程如下：

1、对函证数据及其他信息进行检查，确保发函信息的准确性

对函证数据及其他信息核对无误后打印，并对打印过程保持控制。将纸质询证函交由公司确认并盖章时，保荐机构、申报会计师发函人员全程跟进，对签字盖章后的函证进行检查，相关信息确认无误后进行发函。

2、对公司提供的被函证单位的收件联系人姓名、单位名称、发函地址执行核对检查程序，确保所获取地址及联系方式的真实性、可靠性，具体程序如下：

（1）获取公司报告期内的花名册，比对公司提供的被函证单位的收件联系人姓名，核实函证收件联系人并非公司的员工；

（2）通过公开信息查询被函证单位工商注册的名称和地址，并与公司所提供的地址进行比对，如地址不一致，采用以下方式进一步处理：①通过地图查询地址是否为客户的办公地址；②通过拨打收件联系人电话核实其身份以及被函证单位的名称和收件地址，了解收件地址与工商地址存在差异的原因。

3、经公司盖章后的询证函原件，由保荐机构在其办公场所、申报会计师在其事务所的函证中心分别联系快递公司独立寄发询证函，要求被函证单位直接回函至保荐机构或申报会计师的指定收函地址，以此保证发函程序的独立控制。

（五）说明采取的回函控制程序，是否独立收函、校对发函时收件地址/联系人与收函时发件地址/联系人的一致性，不一致的客户名单，针对不一致的情况开展的核查程序

1、回函控制程序

保荐机构、申报会计师在实施函证程序过程中独立收函并充分履行了回函控制程序，具体如下：

（1）验证收到的回函是否为原件，与留存的函证电子版比对是否与发出的询证函是同一份；

（2）检查回函是否由被函证单位直接寄至保荐机构办公场所或会计师事务所的函证中心，当被函证单位错将回函寄给公司时，该回函将予作废处理，并与被函证单位进行沟通后重新发出函证；

（3）检查回函快递单中记录的寄件方名称、地址、联系人信息是否与发函联系信息一致；

（4）检查被函证单位加盖在询证函上的印章中显示的被函证单位名称是否与询证函中记载的被函证单位名称一致，记录回函印章类型。

2、发函时收件地址/联系人与收函时发件地址/联系人的不一致的客户情况，针对不一致的情况开展的核查程序

报告期内，公司存在 136 家客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人 inconsistent 的情况，具体如下：

不一致情况	不一致家数
地址一致，联系人不一致	110
地址不一致，联系人一致	8
地址、联系人均不一致	18

经核查，不一致情况的原因主要系客户存在多个办公地址及函证由客户不同的员工收发等。针对不一致的情况开展的核查程序如下：

- （1）通过公开信息查询客户的工商登记信息，比对与回函地址是否一致；
- （2）通过地图查询地址是否为客户的办公地址；
- （3）联系寄件人核实其身份、寄件地址的真实性，了解差异原因。

除以上事项已经核实外，未发现其他异常情况。

（六）说明针对函证客户印章的核查标准，是否比对客户历史回函签章，是否存在将客户合同章或仅签字未盖章纳入回函有效的情况

在实施回函控制程序的过程中，保荐机构、申报会计师将询证函回函签章与客户历史回函签章进行对比，经统计，报告期内共存在 12 家客户回函签章类型不一致的情况，主要系不同期间函证回函签章为公章或者财务专用章，不存在异常情形。保荐机构、申报会计师不存在将客户合同章或仅签字未盖章纳入回函有效的情况。

（七）说明对各期末回函或回函不符客户采取的替代测试程序，说明替代测试开展的完整性、有效性

针对各期末回函或回函不符客户，履行如下替代性程序：

- 1、针对回函不符的客户，了解回函差异金额及原因，核实差异情况对应的收入确认资料等；
- 2、针对未回函的客户，检查其相关销售合同、订单、送货单等资料。

综上，各期末回函或回函不符客户采取的替代测试程序完整、有效。

（八）说明对报告期内收入确认依据完整性、有效性的具体核查方式、覆盖比例及核查结论

1、对报告期内收入确认依据完整性、有效性的具体核查方式、覆盖比例

（1）了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（2）检查销售合同，了解合同条款或者条件，评价收入确认的方法是否适当；

（3）对于内销收入，选取项目检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、送货单等支持性文件；对于外销收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，选取项目检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、提单等支持性文件。报告期各期，对公司送货单的核查比例分别为 84.42%、98.71%、98.95%和 98.82%；

（4）对公司主要客户进行实地走访或视频询问，报告期内，客户走访或视频询问方式核查收入金额及占比情况详见本问询函回复之“问题 2”之“四、”之“（三）”之“2、报告期内，分层列示不同客户规模各期走访的金额及比例情况”之回复；

（5）对公司主要客户进行函证，报告期内，客户函证方式核查收入金额及占比情况详见本问询函回复之“问题 2”之“四、”之“（三）”之“1、报告期内，分层列示不同客户规模各期发函、回函、回函不符、未回函的数量、金额及比例情况”之回复；

（6）实施截止测试，检查收入是否在恰当期间确认。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为公司报告期内收入确认依据完整、有效。

（九）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》（以下简称《2号指引》）2-18资金流水核查的相关要求进行核查，并提交专项说明，说明核查中发现的异常情形，发行人是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形

保荐机构、申报会计师已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》（以下简称《2号指引》）2-18资金流水核查的相关要求进行核查，针对公司资金流水进行核查并分别出具《国泰海通证券股份有限公司关于浙江恒道科技股份有限公司资金流水核查之专项说明》及《关于浙江恒道科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引中有关财务事项的专项核查报告》（天健函〔2025〕1075号），在专项说明中说明了资金流水核查的异常情形的核查情况和核查结论，并对报告期内公司是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形发表了明确意见。经核查，发行人及其他核查对象的资金流水不存在明显异常情形，发行人不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

问题3：应收款项余额较大且占营业收入比例较高

根据申请文件：（1）报告期各期末，发行人应收账款余额分别为10,582.12万元、13,525.55万元和17,864.83万元，占当期营业收入的比例分别为74.23%、80.32%和76.19%，逾期应收账款比例分别为51.59%、54.84%和52.04%。（2）与同行业可比公司相比，发行人应收账款周转率偏低，2年以上应收账款坏账准备计提比例偏低。（3）报告期各期末，发行人应收票据和应收款项融资金额合计分别为1,628.99万元、3,183.53万元和4,588.42万元，除银行承兑汇票外，发行人应收款项融资包括迪链和云信等应收账款债权凭证，各期银行承兑汇票及应收账款债权凭证终止确认的金额较高。（4）报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额远低于净利润，且2023年发行人经营活动产生的现金流量净额为负数。

（1）迪链等应收账款债权凭证终止确认是否合规。请发行人：①说明报告期内因背书或贴现而终止确认的银行承兑汇票的承兑银行、相应金额，终止确认是否符合企业会计准则的规定。②结合应收票据管理制度、出票方信用等级、延期付款风险等，说明发行人将迪链、云信等债权凭证列报于应收款项融资是

是否符合企业会计准则相关规定，将迪链、云信等应收账款债权凭证用于背书转让或贴现时，是否预期满足终止确认条件，相关列报及会计处理与同行业公司是否存在较大差异，相关坏账准备计提是否充分。③说明报告期内票据及应收账款债权凭证背书或贴现的金额、相关会计处理及对现金流的影响。④说明报告期内是否存在票据或应收账款债权凭证使用不规范的情形，如票据找零、无真实交易背景的票据融资、向非金融机构贴现等，如存在，说明具体的整改情况及有效性。

(2) 应收款项余额较大且占营业收入比例较高的合理性。请发行人：①说明各期末应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例较高的原因及是否存在持续上升的趋势、是否存在回款速度趋缓等不利变化，是否符合行业特点，与可比公司是否存在较大差异。②说明报告期内发行人对主要客户的信用政策是否发生变化，是否存在放松信用政策刺激销售的情况，结合行业地位、信用条件、客户类型等，分析说明发行人应收账款周转率低于可比公司的原因，发行人提高应收账款周转率的应对措施及有效性。③说明发行人 2 年以上应收账款坏账准备计提比例低于可比公司的合理性，发行人应收账款坏账准备计提是否谨慎、充分；模拟测算按同行业平均水平对相关应收款项（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）计提坏账准备对发行人各期净利润（归母或归母扣非后净利润）、加权平均净资产收益率等的影响，是否仍满足发行上市条件。④列示各期末前十大客户应收账款余额、账龄、坏账准备计提金额及比例，说明主要客户是否存在较大的经营风险，报告期内是否存在被列入被执行人或失信被执行人的情形，发行人对其应收账款坏账准备计提是否充分，是否存在应单项计提坏账准备但未计提的情形。⑤说明各期末逾期应收账款余额占比较高的原因及合理性，是否符合行业惯例；列示各期末前十大逾期应收账款客户名称、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间、已计提坏账准备金额及比例，发行人对逾期应收账款是否持续催收，是否形成回款计划，回收应收账款内部控制是否执行有效。⑥结合前述情况，进一步完善招股说明书中关于应收账款余额较大的风险，进行有针对性的重大事项提示与风险揭示。

(3) 经营活动现金流量净额与净利润差异较大。请发行人：①结合采购与

销售结算方式、结算周期、收支项目变动情况等，量化分析经营活动现金流量净额与净利润差异较大的原因，与同行业可比公司的比较情况，是否符合行业特征，报告期内业绩增长是否真实合理。②说明报告期内新增借款的来源及用途、长短期借款的偿还时间，还原票据贴现后的净现比情况，说明发行人是否面临较大的短期偿债压力；结合财务状况、经营资金需求、非受限货币资金余额、资金筹措能力、回款情况等，说明是否面临较大的流动性风险，并根据实际情况进行风险揭示。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明各期对应收款项（包括应收票据、应收账款、应收款项融资）的发函数量、金额及占比，回函数量、金额及占比，回函不符的具体金额及原因，回函不符、未回函的替代核查程序及占比，说明替代测试开展的完整性、有效性。（3）核查发行人各期末应收款项的期后回款或兑付情况，发行人是否存在应收款项无法收回风险，并结合应收款项期后回款或兑付情况核查收入的真实性，是否存在提前确认收入的情形，应收款项余额较高是否符合行业特点，并发表明确意见。（4）对比同行业可比公司核查公司应收款项坏账准备（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）的计提政策及依据，对报告期应收款项坏账准备计提政策是否谨慎、坏账准备计提是否充分发表明确意见。（5）核查报告期内通过票据、应收账款债权凭证结算的总金额，与现金流及销售、采购是否勾稽一致，并发表明确意见。（6）按照《2号指引》2-22 应收款项减值的相关要求进行核查，并发表明确意见。

回复：

一、迪链等应收账款债权凭证终止确认是否合规

（一）说明报告期内因背书或贴现而终止确认的银行承兑汇票的承兑银行、相应金额，终止确认是否符合企业会计准则的规定

报告期各期末，公司已背书或已贴现未到期的票据为已终止确认的银行承兑汇票，公司已终止确认未到期的银行承兑汇票按照承兑银行的信用评级归类情况如下：

单位：万元

项目	信用评级	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行承兑汇票	AAA	4,023.12	87.27%	3,257.66	88.01%	3,117.10	79.86%	2,689.43	74.51%
	AA+	99.00	2.15%	175.14	4.73%	374.16	9.59%	472.57	13.09%
	AA	250.01	5.42%	198.56	5.36%	257.03	6.59%	334.84	9.28%
	AA-	207.76	4.51%	37.24	1.01%	55.98	1.43%	73.52	2.04%
	A+及以下	30.12	0.65%	33.00	0.89%	98.81	2.53%	39.02	1.08%
合计		4,610.00	100.00%	3,701.59	100.00%	3,903.09	100.00%	3,609.38	100.00%

注：信用评级数据来源于同花顺 iFinD 金融数据终端，“A+及以下”分类包含无评级银行

报告期各期末，已终止确认未到期的银行承兑汇票的承兑银行主要为信用评级较高的商业银行，其中银行信用评级为 AAA 所对应的金额占比分别为 74.51%、79.86%、88.01%和 87.27%；银行信用评级为 A+及以下所对应的金额占比分别为 1.08%、2.53%、0.89%和 0.65%，占比较小。

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》第五条，金融资产满足下列条件之一的，应当终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且该转移满足本准则关于终止确认的规定。同时第七条规定，企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确认该金融资产。参考《上市公司执行企业会计准则案例解析（2024）》，在判断承兑汇票背书或贴现是否将所有权上几乎所有的风险和报酬转移时，需要注意承兑汇票的风险，包括信用风险、利率风险、延期支付风险、外汇风险等。我国票据法规定，汇票到期被拒绝付款的，持票人可以对背书人、出票人以及汇票的其他债务人行使追索权。

报告期各期末，公司已背书但尚未到期的银行承兑汇票的承兑人为商业银行，具有较高的信用评级，该等承兑银行主要为信用优良的大型银行，部分承兑银行虽为地方性银行，但也具有较高的信用评级，其出具的票据在背书、贴现后实际被追索的可能性较小，公司承担的潜在信用风险和延期付款风险较低，银行承兑汇票到期不获支付的可能性较低；同时，公司过往经营过程中，未发生过被背书人或银行因票据无法承兑向公司追索的情形。因此在票据背书转让时可以认为相关资产所有权上几乎所有的风险和报酬已经转移，对其进行终止确认的会计处理符合企业会计准则的相关规定。

（二）结合应收票据管理制度、出票方信用等级、延期付款风险等，说明公司将迪链、云信等债权凭证列报于应收款项融资是否符合企业会计准则相关规定，将迪链、云信等应收账款债权凭证用于背书转让或贴现时，是否预期满足终止确认条件，相关列报及会计处理与同行业公司是否存在较大差异，相关坏账准备计提是否充分

1、公司应收票据管理制度、出票方信用等级、延期付款风险

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《上市公司执行企业会计准则案例解析（2019）》和公司有关制度的规定，公司对收到的应收票据和债权凭证分类进行如下处理：

（1）银行承兑汇票的承兑人主要由国有大型商业银行、全国性股份制商业银行和其他城市商业银行构成，其信用风险和延期付款风险很小，相关的主要风险是利率风险；随着票据的背书或贴现，票据相关的利率风险已经转移给银行，因此可以判断票据所有权上的主要风险和报酬已经转移，可以终止确认。公司对银行承兑汇票既以收取合同现金流量为目标，又以出售为目标的，在应收款项融资项目中列示；

（2）商业承兑汇票、财务公司承兑汇票的主要风险为信用风险和延期付款风险，随着票据背书或贴现，票据相关的信用风险和延期付款风险仍没有转移，不予终止确认。公司对商业承兑汇票、财务公司承兑汇票以收取合同现金流量为目标的，在应收票据项目中列示；

（3）应收账款债权凭证主要为迪链、云信。迪链金融信息平台是比亚迪及其成员企业指定的金融信息服务平台，迪链凭证是付款人根据平台业务办理规则成功签发的、显示基础合同项下付款人与基础合同交易对方之间债权债务关系的电子记录凭证；迪链流转后，受让人成为新迪链凭证的持单人，获得应收账款下的全部权利，因此流转表明已将该项金融资产所有权上几乎所有风险和报酬转移，符合终止确认条件。中企云链是由中车集团联合中国铁建集团、中国机械工业集团有限公司、首钢集团有限公司等大型国企于 2015 年共同发起成立的一家供应链金融服务企业，为国资委重点支持的“互联网+”和央地协同创新平台；云信为依托中企云链平台的基于贸易合同形成债权债务关系的一种可流转、可融资、

可拆分的电子付款承诺函；云信流转后，受让人成为新凭证的持单人，获得应收账款下的全部权利，因此流转表明已将该项金融资产所有权上几乎所有风险和报酬转移，符合终止确认条件。公司收取的迪链和云信等债权凭证的开具方为比亚迪供应链、延锋彼欧汽车外饰系统有限公司（国有企业）、丹阳谊善车灯设备制造有限公司（上市公司鸿利智汇（300219）子公司）等，这些公司具有较高的信用，可以按照约定兑付，其开具的迪链和云信等债权凭证信用风险和延期付款风险较低，目前公司收取的云信或迪链均未出现过到期不予兑现的违约情形。公司对应收账款债权凭证既以收取合同现金流量为目标，又以出售为目标的，在应收款项融资项目中列示。

2、将迪链、云信等应收账款债权凭证用于背书转让或贴现时，是否预期满足终止确认条件

（1）迪链背书、贴现是否预期满足终止确认条件

根据迪链供应商信息平台应收账款转让协议中约定：双方同意，应收账款的转让为无追索权转让，如应收账款到期未能得到偿付，或出现应收账款项下基础交易所对应的基础合同有关的任何纠纷，受让人对转单人或转单人的前手（如有）不具有追索权，转单人亦无义务对应收账款项下债权的实现提供任何保证。转让之日起，受让人成为新迪链的持单人，获得应收账款下的全部权利；转单人不再享有应收账款项下的任何权利，但仍应继续履行该应收账款取得时所对应基础合同项下的义务和责任。迪链流转后，受让人成为新迪链凭证的持单人，获得应收账款下的全部权利，因此流转表明已将该项金融资产所有权上几乎所有风险和报酬转移，符合终止确认条件。

（2）云信背书、贴现是否预期满足终止确认条件

根据《云信使用协议》规定：已流转的云信由于云信开立方信用风险到期无法兑付时，云信到期时的最终持有人不能基于云信权利向云信流转过程中的各参与方追偿，但可以向云信开立方追偿。云信流转后，受让人成为新凭证的持单人，获得应收账款下的全部权利，公司作为云信债权凭证前手持有人不具有被追索权，因此流转表明已将该项金融资产所有权上几乎所有风险和报酬转移，符合终止确认条件。

综上，公司将迪链、云信等应收账款债权凭证用于背书转让或贴现时，预期满足终止确认条件。

3、公司将迪链、云信等债权凭证列报于应收款项融资是否符合企业会计准则相关规定

根据财政部《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），“应收票据”科目反映以摊余成本计量的票据，“应收款项融资”项目反映以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的票据。根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会[2017]7 号），针对企业销售商品取得的应收款项，以“摊余成本计量的金融资产”指以收取合同现金流量为目标的金融资产，“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”指既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标的金融资产。

根据财政部《关于严格执行企业会计准则切实做好企业 2021 年年报工作的通知》（财会[2021]32 号）的规定，企业因销售商品、提供服务等取得的、不属于《中华人民共和国票据法》规范票据的“云信”、“融信”等数字化应收账款债权凭证，不应当在“应收票据”项目中列示。企业管理“云信”、“融信”等的业务模式以收取合同现金流量为目标的，应当在“应收账款”项目中列示；既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标的，应当在“应收款项融资”项目中列示。企业转让“云信”、“融信”等时，应当根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》（财会[2017]8 号）第七条规定判断是否符合终止确认的条件并进行相应的会计处理。

根据上述规定可知，列入“应收款项融资”科目主要通过其管理是否为“为收取合同现金流量和出售金融资产为目标”的业务模式，及是否可实现“出售”来判断，即应收账款债权凭证在背书、贴现后是否符合终止确认。公司管理迪链、云信等应收账款债权凭证的模式为收取合同现金流量和出售金融资产为目标，应收账款债权凭证在背书、贴现后符合终止确认条件，具体详见本问询函回复之“问题 3”之“一、”之“（二）”之“2、将迪链、云信等应收账款债权凭证用于背书转让或贴现时，是否预期满足终止确认条件”之回复。

综上，公司应收款项融资背书、贴现满足终止确认条件，对迪链、云信等债

权凭证列报于应收款项融资符合企业会计准则相关规定。

4、应收账款债权凭证相关列报及会计处理与同行业公司是否存在较大差异

经查询公开信息，同行业可比公司未披露对应收账款债权凭证相关列报及会计处理，其他对比公司对应收账款债权凭证相关列报及会计处理情况如下：

公司名称	应收账款债权凭证相关列报及会计处理
其他对比公司	
曼恩斯特	在“应收款项融资”项目中列示，应收账款债权凭证背书或贴现进行终止确认/未终止确认
优德精密	在“应收账款”项目中列示
宁波方正	在“应收款项融资”项目中列示，应收账款债权凭证背书或贴现未终止确认
海泰科	在“应收款项融资”项目中列示，应收账款债权凭证背书或贴现进行终止确认
公司	在“应收款项融资”项目中列示，应收账款债权凭证背书或贴现进行终止确认

注：相关列报及会计处理来源自其他对比公司公开披露的定期报告

由上表可见，除优德精密因管理迪链等应收账款债权凭证的业务模式以收取合同现金流量为目标，在“应收账款”项目中列示外，其他对比公司均将应收账款债权凭证列报于“应收款项融资”。除宁波方正和曼恩斯特部分应收账款债权凭证因背书或贴现未终止确认外，其他对比公司均对背书或贴现的应收账款债权凭证进行终止确认。

综上，公司对应收账款债权凭证相关列报及会计处理与同行业公司不存在较大差异。

5、相关坏账准备计提是否充分

应收账款债权凭证主要为非银行类金融机构开具，其信用风险通常高于银行承兑汇票，因此公司参考应收账款预期信用损失率对其计提坏账准备。

报告期各期末，公司应收款项融资—应收账款债权凭证坏账计提的具体情况如下：

单位：万元

账龄	2025年6月30日			2024年12月31日			2023年12月31日			2022年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1年以内	2,274.51	113.73	5.00	1,272.70	63.64	5.00	970.72	48.54	5.00	245.67	12.28	5.00
1-2年	683.04	68.30	10.00	795.57	79.56	10.00	443.17	44.32	10.00	96.96	9.70	10.00

账龄	2025 年 6 月 30 日			2024 年 12 月 31 日			2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面 余额	坏账 准备	计提比 例(%)	账面 余额	坏账 准备	计提比 例(%)	账面 余额	坏账 准备	计提比 例(%)	账面 余额	坏账 准备	计提比 例(%)
2-3 年	-	-	-	27.96	8.39	30.00	-	-	-	18.35	5.51	30.00
小计	2,957.56	182.03	6.15	2,096.23	151.58	7.23	1,413.89	92.85	6.57	360.98	27.48	7.61

经查询公开信息，同行业可比公司未披露数字化应收账款债权凭证的持有情况，其他对比公司及其他上市公司应收账款债权凭证坏账计提政策如下：

公司名称	坏账准备计提比例	应收账款债权凭证类型
(1) 其他对比公司		
曼恩斯特	按应收账款账龄政策计提 1 年以内 5%，1-2 年 20%，2-3 年 50%，3 年以上 100%	未披露
优德精密	按应收账款账龄政策计提 6 个月以内 1%，6-12 个月 10%，1-2 年 20%，2-3 年 80%，3 年以上 100%	未披露
宁波方正	按应收账款账龄政策计提 1 年以内 3%，1-2 年 20%，2-3 年 50%，3 年以上 100%	未披露
海泰科	0.00%	未披露
(2) 其他公司		
沧州明珠 (002108)	1.00%	云信、迪链、建行 e 信通
机科股份 (835579)	0.00%	云信、迪链
银轮股份 (002126)	5.00%	迪链、宝象
合锻智能 (603011)	5.00%	云信、迪链
公司	按应收账款账龄政策计提 1 年以内 5%，1-2 年 10%，2-3 年 30%，3-4 年 50%，4-5 年 80%，5 年以上 100%	云信、迪链、宝象

注：数据来源自上市公司的定期报告

由上表可知，其他对比公司及其他上市公司对应收账款债权凭证坏账准备按应收账款账龄政策计提、较低比例计提或不计提，公司应收账款债权凭证的坏账准备计提政策按应收账款账龄政策计提，相关坏账准备计提充分。

(三) 说明报告期内票据及应收账款债权凭证背书或贴现的金额、相关会计处理及对现金流的影响

报告期内，公司票据及应收账款债权凭证背书和贴现金额情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
票据背书金额	3,703.80	6,572.94	5,681.58	3,685.80
票据贴现金额	3,652.98	1,932.74	3,937.96	3,560.28
应收账款债权凭证背书金额	335.74	-	-	-
应收账款债权凭证贴现金额	1,187.60	1,319.69	916.93	522.84

银行承兑汇票、应收账款债权凭证符合终止确认条件，背书转让及贴现时即终止确认应收票据和应收账款债权凭证。应收票据和应收账款债权凭证背书转让不涉及现金的流入流出，不影响现金流；应收票据和应收账款债权凭证贴现时存在现金流入，计入经营活动产生的现金流量。

商业承兑汇票、财务公司承兑汇票，背书转让及贴现时均不终止确认应收票据，待到期兑付时终止确认。应收票据背书转让不涉及现金的流入流出，不影响现金流；应收票据贴现存在现金流入，计入筹资活动产生的现金流量。

票据及应收账款债权凭证背书和贴现的具体会计处理及对现金流的影响情况如下：

项目	经济行为	会计处理	对现金流影响
承兑银行承兑 汇票、应收账款 债券凭证	票据/应收账款 债权凭证背书	票据背书转让时终止确认： 借：应付账款 贷：应收款项融资	不影响经营活动 现金流量净额
	票据/应收账款 债权凭证贴现	票据贴现时终止确认： 借：银行存款 贷：应收款项融资	计入经营活动现 金流量
承兑商业承兑 汇票、财务公司 承兑汇票	票据背书	背书转让时继续确认在应收票据，同时根据应 付款项金额确认其他流动负债： 借：应付账款 贷：其他流动负债 待到期承兑后终止确认： 借：其他流动负债 贷：应收票据	不影响经营活动 现金流量净额
	票据贴现	贴现时继续确认在应收票据，同时根据贴现金 额确认短期借款： 借：银行存款 贷：短期借款 待到期承兑后终止确认： 借：短期借款 贷：应收票据	计入筹资活动现 金流量

（四）说明报告期内是否存在票据或应收账款债权凭证使用不规范的情形，如票据找零、无真实交易背景的票据融资、向非金融机构贴现等，如存在，说明具体的整改情况及有效性

1、不规范情形

2022 年和 2023 年，公司因票据收支的票面金额不匹配，存在与供应商、客户进行票据找零的情形，但不存在其他无真实交易背景的票据融资或向非金融机构贴现等不规范情况。票据找零系：（1）公司以较大面额票据支付供应商采购款时，支付的票据票面金额超过当时应结算金额，供应商以自身小额票据或银行转账等形式进行找零；（2）公司客户以较大面额票据支付公司货款时，支付的票据票面金额超过当时应结算金额，公司以自身小额票据或银行转账等形式进行找零。2024 年起，公司已停止票据找零行为。

该等票据找零的行为均为公司与客户、供应商在销售、采购业务中发生交易所导致。具体情况如下：

（1）供应商找零给公司情况

单位：万元

年度	通过票据	通过银行转账
2023 年	184.28	13.25
2022 年	244.84	34.01

（2）公司找零给客户情况

单位：万元

年度	通过票据	通过银行转账
2023 年	804.43	21.13
2022 年	1,112.59	36.22

上述票据均已到期正常承兑，未因该事项给公司或其他相关方造成损失，报告期内，公司不存在因此而产生纠纷或受到相关主管部门处罚的情形。

2、具体整改情况及有效性

2024 年 1 月起，公司未再发生票据找零行为。此外，公司还建立完善了《营运资金管理制度》等内控制度，明确票据开立、签收、贴现等的流程和审批手续，进一步规范票据的使用。相关措施具有有效性。

综上所述，报告期内，除票据找零外，公司不存在其他无真实交易背景的票据融资、向非金融机构贴现等票据或应收账款债权凭证使用不规范的情形。公司已经通过停止相关行为、完善相关内部控制制度予以整改，相关措施具有有效性，自 2024 年 1 月起，公司未再发生票据找零行为。

二、应收款项余额较大且占营业收入比例较高的合理性

（一）说明各期末应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例较高的原因及是否存在持续上升的趋势、是否存在回款速度趋缓等不利变化，是否符合行业特点，与可比公司是否存在较大差异

1、说明各期末应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例较高的原因及是否存在持续上升的趋势、是否存在回款速度趋缓等不利变化

报告期内，公司应收票据、应收账款、应收款项融资账面余额及占当期营业收入比例具体如下：

单位：万元				
期间	2025 年 1-6 月/ 2025 年 6 月 30 日	2024 年度/ 2024 年 12 月 31 日	2023 年度/ 2023 年 12 月 31 日	2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日
（1）应收票据	139.81	324.42	253.44	197.92
（2）应收账款	21,561.61	17,864.83	13,525.55	10,582.12
（3）应收款项融资	4,028.59	4,436.43	3,039.58	1,486.98
应收合计余额小计	25,730.01	22,625.69	16,818.57	12,267.02
营业收入	14,699.31	23,446.54	16,839.04	14,256.81
应收合计余额占收入比例	87.52%	96.50%	99.88%	86.04%
其中应收账款占收入比例	73.34%	76.19%	80.32%	74.23%

注：截至 2025 年 6 月 30 日，应收合计余额占收入比例、应收账款占收入比例已年化处理，下同

报告期内，公司应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例较高主要系行业惯例和客户特点导致。一方面，公司主要客户群体集中于汽车领域，由于终端汽车产品的生产周期较长，终端厂商的付款进度较慢，从而影响了行业整体上游厂商的回款情况，导致公司应收余额规模较大；另一方面，公司客户包括汽车主机厂、汽车零部件厂及模具厂等，且以模具厂为主，模具厂商具有数量多、规模不大、单笔交易金额小等特点，客户自身受行业整体回款进度慢的影响，存在一定资金压力，客户通常会根据自身现金流的情况进行付款，存在部

分货款超出信用期支付的情况，从而导致公司应收余额规模较大。

报告期内，公司各期末应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例分别为 86.04%、99.88%、96.50%和 87.52%，应收账款占营业收入的比例分别为 74.23%、80.32%、76.19%和 73.34%，均呈现先上升后下降的趋势。2023 年占比上升主要系受下游客户内部资金安排及付款周期延长的影响，2024 年以后公司加强对应收账款的管理，在营业收入上升的情况下，公司应收账款回款情况良好，应收余额占比下降。

报告期内，公司每月编制账龄分析表，了解应收账款逾期情况。针对逾期应收账款客户，定期通过电话、微信、实地拜访等方式与客户保持联络，对逾期款项进行催收，以降低坏账损失的风险、保证企业资金链的正常运转。公司应收账款账龄绝大部分在 1 年以内，账龄结构合理。

综上，公司应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例不存在持续上升的趋势，在报告期内呈现先上升后下降的趋势，回款速度也有所提升，不存在回款速度持续下降等不利变化。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（四）应收账款余额较大风险”与“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（一）应收账款余额较大风险”中予以风险提示。

2、是否符合行业特点，与可比公司是否存在较大差异

（1）同行业可比公司情况

2020-2022 年，麦士德福应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入比例情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2022 年 12 月 31 日/ 2022 年度		2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度		2020 年 12 月 31 日/ 2020 年度	
	余额之和	占营业收入比例	余额之和	占营业收入比例	余额之和	占营业收入比例
麦士德福	31,555.27	56.64%	23,774.66	45.80%	20,879.09	47.41%

注：同行业可比公司财务数据来自其公开披露的招股说明书等，麦士德福未披露 2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月财务数据，因此选取其 2020-2022 年数据进行对比分析

报告期内，公司应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入比例情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月		2024 年 12 月 31 日/2024 年度		2023 年 12 月 31 日/2023 年度		2022 年 12 月 31 日/2022 年度	
	余额之和	占营业收入比例	余额之和	占营业收入比例	余额之和	占营业收入比例	余额之和	占营业收入比例
公司	25,730.01	87.52%	22,625.69	96.50%	16,818.57	99.88%	12,267.02	86.04%

公司报告期内应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的平均比例为 92.49%，高于同行业可比公司麦士德福 2020-2022 年应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的平均比例 49.95%，主要系产品结构差异导致：①热流道系统收入占比差异：麦士德福主要产品包括热流道系统、精密注塑模具和注塑制品，其中热流道系统收入占比约为 40%，而公司主要产品为热流道系统；根据麦士德福招股说明书披露，其报告期内热流道系统业务产生的应收账款逾期金额较大，热流道客户的回款速度相对较慢；②下游应用领域差异：麦士德福热流道系统下游应用领域中汽车领域占比约为 30%，公司汽车领域占比达 95%以上，汽车行业由于终端产品的生产周期较长，终端厂商的付款进度较慢，从而影响了行业整体上游厂商的回款情况，导致公司应收账款规模相对较大。综上，公司应收款项规模较大较为符合下游行业特性。

（2）其他对比公司情况

报告期内，公司与其他对比公司应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入比例情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 6 月 30 日/ 2025 年 1-6 月		2024 年 12 月 31 日/ 2024 年度		2023 年 12 月 31 日/ 2023 年度		2022 年 12 月 31 日/ 2022 年度	
	余额之和	占营业收入比例	余额之和	占营业收入比例	余额之和	占营业收入比例	余额之和	占营业收入比例
曼恩斯特	71,387.50	63.68%	88,945.48	52.35%	74,718.15	93.98%	47,028.38	96.28%
优德精密	23,755.59	71.69%	22,756.89	65.57%	18,656.47	54.59%	24,413.18	61.54%
宁波方正	58,528.95	50.32%	59,556.15	61.41%	57,889.12	59.74%	32,113.37	41.15%
海泰科	49,662.83	64.35%	40,121.35	59.10%	42,697.55	74.59%	27,593.06	55.15%
平均值	50,833.72	62.51%	52,844.97	59.61%	48,490.32	70.72%	32,787.00	63.53%
公司	25,730.01	87.52%	22,625.69	96.50%	16,818.57	99.88%	12,267.02	86.04%

注：其他对比公司财务数据来自其公开披露的年度报告等

报告期内，公司各期末应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例分别为 86.04%、99.88%、96.50%和 87.52%，高于其他对比公司平均值，

主要系产品类型差异。

2022 年和 2023 年，曼恩斯特应收票据、应收账款和应收款项融资之和占当期营业收入的比例分别为 96.28%和 93.98%，与公司较为接近，均处于较高水平；2024 年和 2025 年上半年，曼恩斯特应收票据、应收账款和应收款项融资之和占当期营业收入的比例为 52.35%和 63.68%，主要系其储能系统业务收入快速放量，泛半导体业务订单持续增加，整体收入相比上年有较大幅度增长；报告期内，优德精密、宁波方正和海泰科应收票据、应收账款和应收款项融资之和占比相对较低主要系上述公司主要产品系注塑模具及模具零部件等，公司主要产品为热流道系统，热流道系统处于模具及零部件的上游行业，回款情况除了受主机厂和零部件厂的影响外，还受到模具厂商的影响，模具厂商自身受行业整体回款进度慢的影响，存在一定资金压力，存在回款速度相对较慢的情形，导致公司应收余额占收入比更高。因此，公司应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入比例较大符合下游行业特性，与同行业可比公司存在一定差异具有合理性。

（3）汽车供应链其他供应商情况

汽车供应链中亦存在部分应收款项余额占营业收入比例较高的上市公司，其应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入比例具体情况如下：

公司名称	主营产品	2025 年 1-6 月 应收合计余额 占收入比例	2024 年应收合 计余额占收入 比例	2023 年应收合 计余额占收入 比例	2022 年应收合 计余额占收入 比例
英可瑞	电动汽车充电电源、电力操作电源等	73.08%	103.44%	104.40%	94.36%
蓝海华腾	电动汽车电机控制器、中低压变频器等	89.42%	114.33%	103.17%	81.76%
美晨科技	汽车橡胶制品、塑料制品等	99.61%	90.90%	117.97%	129.35%
湖南天雁	汽车增压器、气门等	91.91%	96.24%	101.68%	105.01%
朗博科技	车用 O 型圈、轮毂组件等	78.16%	85.89%	86.48%	83.33%
平均值	-	86.44%	98.16%	102.74%	98.76%
公司	热流道系统	87.52%	96.50%	99.88%	86.04%

由上表可见，汽车产业链中存在其他供应商应收款项余额占营业收入比例较高的情形，与公司情况较为相似。

（二）说明报告期内公司对主要客户的信用政策是否发生变化，是否存在放松信用政策刺激销售的情况，结合行业地位、信用条件、客户类型等，分析说明公司应收账款周转率低于可比公司的原因，公司提高应收账款周转率的应对措施及有效性

1、说明报告期内公司对主要客户的信用政策是否发生变化，是否存在放松信用政策刺激销售的情况

报告期内，公司主要客户（各期前五大客户，共 12 家）信用政策未发生变化，具体信用期情况如下：

序号	客户名称	报告期内信用政策
1	比亚迪股份有限公司	到票月结 30 天
2	台州汇力普模塑有限公司	票到 6 个月付清
3	珠海格力电器股份有限公司	根据合同约定时间支付承兑汇票和融单
4	常州星宇车灯股份有限公司	发票入账 90 天付款 100%
5	宁波吉海模具有限公司	月结 90 天
6	芜湖安瑞光电有限公司	货到票到 60 天
7	江苏星科精密模具有限公司	票到 90 天付清
8	台州市点睛模业有限公司	货到后 3 个月内付清
9	浙江永明模具股份有限公司	票到 9 个月付清
10	常诚车业江苏有限公司	3 个月结
11	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	预付 50%，余款票到后 2 个月内付清
12	广州中誉精密模具有限公司	票到 90 天

报告期内，公司信用政策、信用条件保持稳定，不存在放松信用政策刺激销售的情况。

2、结合行业地位、信用条件、客户类型等，分析说明公司应收账款周转率低于可比公司的原因

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 1.66 次、1.40 次、1.49 次和 1.49 次。公司 2023 年应收账款周转率有所下降主要系下游客户内部资金安排及付款周期延长，2024 年应收账款周转率上升，回款速度加快。

2020-2022 年，同行业可比公司情况麦士德福应收账款周转率情况具体如下：

单位：次/年

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
麦士德福	2.38	2.82	2.88

注 1：应收账款周转率（次）=营业收入/应收账款平均余额，下同

注 2：同行业可比公司财务数据来自其公开披露的招股说明书等，麦士德福未披露 2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月财务数据，因此选取其 2020-2022 年数据进行对比分析

报告期内，其他对比公司应收账款周转率情况具体如下：

单位：次/年

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
曼恩斯特	1.67	2.64	1.80	2.34
优德精密	1.94	2.30	2.27	2.35
宁波方正	2.41	2.02	2.49	3.21
海泰科	1.86	1.76	1.69	2.00
平均	1.97	2.18	2.06	2.47
公司	1.49	1.49	1.40	1.66

注 1：2025 年 1-6 月的应收账款周转率已年化处理

注 2：其他对比公司财务数据来自其公开披露的定期报告、招股说明书等

公司在行业地位、信用条件、客户类型等方面与同行业可比公司及其他对比公司对比情况如下：

公司名称	行业地位	信用条件	客户类型
(1) 同行业可比公司			
麦士德福	专注于热流道、精密注塑模具和注塑制品的研发、生产和销售。通过多年的技术和经验积累，逐渐发展成为行业内知名度较高、市场竞争力较强的生产商和服务商，被中国模具工业协会认定为“中国精密注塑模具重点骨干企业”，并荣获其授予的“精模奖”荣誉。主营产品热流道系统以及高精度薄壁精密注塑模具被评选为“广东省名牌产品”，具有较强的技术实力。2020 年度预计所占市场份额达到 3.85%-5.7%，在热流道领域企业众多、市场竞争较为激烈的行业背景下，公司市场份额保持良好水平。在精密注塑模具和注塑制品领域，销售规模相对较大。根据中国模具工业协会出具的证明，公司是国内热流道营业收入三年均上亿的国内领军规模企业，公司在行业内知名度较高、市场竞争力较强，技术水平达到细分行业先进水平。	大多数客户信用期为 30 天到 90 天不等	与伊利、飞鹤、麦克韦尔、百果园、TCL 电器、美的模具、海信模具、海尔数字、兆驰股份、毅昌科技、比亚迪等众多行业知名品牌客户建立了良好的合作关系

公司名称	行业地位	信用条件	客户类型
(2) 其他对比公司			
曼恩斯特	成立初期，主营业务以维修、改造涂布模头及生产通用型涂布模头为主，下游客户主要集中在锂电池生产行业。并逐渐将客户拓展至锂电设备制造企业，为其提供锂电池涂布设备生产过程中用到的涂布配件。近年来，凭借已有的锂电池生产行业客户资源，以及多年在锂电涂布领域积累的技术工艺及生产管理经验，自 2017 年起聚焦高精密狭缝式涂布模头行业，并成功进入宁德时代、宁德新能源供应商名录。	收款方式有两种，一为预收方式收款，分为：预付款-发货款-验收款-质保金；二为赊销方式，信用期一般为票到月结 30-120 天	下游应用于新能源汽车领域，并进入宁德时代、宁德新能源供应商名录
优德精密	产品广泛应用于汽车冲压模具、注塑模具等关键工艺装备。已成为国内外主流车企及模具厂商的重要合作伙伴，多年来保持行业领先地位。	给予客户的信用期限一般不超过三个月	下游客户主要包括汽车模具厂以及零部件厂商
宁波方正	生产规模及综合实力在细分行业中处于领先地位，主要客户有萨玛汽车(SMG)、佛吉亚(FAURECIA)、德科斯米尔(DRAXLMAIER)、延锋内饰、曼胡默尔(MANN+HUMMEL)、迪安(TI)、亚普股份、考泰斯(KAUTEX)、马勒(MAHLE)、法雷奥(VALEO)、宁波华翔、京威股份等国内外知名汽车零部件生产企业，产品最终配套的整车品牌包括欧系主机厂如保时捷、奔驰、宝马、奥迪、大众、沃尔沃、雷诺等；美系主机厂如特斯拉、通用、福特、克莱斯勒等；日系主机厂如丰田、本田、日产等以及国内主机厂如吉利、长城、红旗、蔚来等。	汽车模具行业大多按生产进度收款，至产品发货时基本会收到订单金额 50% 以上的款项，剩余款项在客户收到产品并验收合格后收取	主要客户有萨玛汽车(SMG)、佛吉亚(FAURECIA)、德科斯米尔(DRAXLMAIER)、延锋内饰、曼胡默尔(MANN+HUMMEL)、迪安(TI)、亚普股份、考泰斯(KAUTEX)、马勒(MAHLE)、法雷奥(VALEO)、宁波华翔、京威股份等国内外知名汽车零部件生产企业
海泰科	专注于注塑模具和塑料零部件的研发、设计、制造和销售，是佛吉亚(Faurecia)、萨玛(SMG)、埃驰(IAC)、安通林(GrupoAntolin)、延锋(Yanfeng)、彼欧(PlasticOmnium)、麦格纳(Magna)、安道拓(Adient)等国际知名汽车内外饰件企业的模具供应商，主要产品已广泛应用于国内外知名汽车品牌。被中国模具工业协会授予“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”、“优秀模具供应商”和“中国模具出口重点企业”等荣誉奖项，系汽车注塑模具行业内的知名供应商	对于国内客户，一般采用分阶段收款，典型模式为“签订单-预验收-终验收质保期”，每阶段一般约定 30 天回款期，而质保期普遍定为 1-2 年对于国外客户，在分阶段收款前提下，每阶段给予了 30-360 天信用期	是佛吉亚(Faurecia)、萨玛(SMG)、埃驰(IAC)、安通林(GrupoAntolin)、延锋(Yanfeng)、彼欧(PlasticOmnium)、麦格纳(Magna)、安道拓(Adient)等国际知名汽车内外饰件企业的模具供应商
公司	公司凭借自身技术优势与稳定的产品质量，经过多年市场耕耘与考验，公司已形成良好市场口碑的品牌效应，积累了	一般多为 30-180 天不等	公司客户类型分为模具厂、汽车零部件厂和主机厂三大类，以模具

公司名称	行业地位	信用条件	客户类型
	丰厚的客户资源，先后成为国内外知名的汽车主机厂、汽车零部件厂和注塑模具厂的配套供应商，公司目前是国内主要的优秀热流道厂商之一。未来随着热流道技术在国内注塑模具行业的发展，公司在加大与现有客户合作的基础上，不断拓展新的客户，同时延伸拓展家电、3C 消费电子领域市场，实现市场份额的不断提升。		厂为主

注：上表中信息来源于同行业可比公司的招股说明书，及其他对比公司的招股说明书、审核问询函的回复等公开披露文件

2022 年，同行业可比公司麦士德福应收账款周转率为 2.38 次，公司应收账款周转率为 1.66 次，低于同行业可比公司，主要系产品结构差异导致。麦士德福主要产品包括热流道系统、精密注塑模具和注塑制品，其中热流道系统收入占比约为 40%，公司主要产品为热流道系统，主要下游应用领域为汽车行业。由于汽车行业终端产品的生产周期较长，终端厂商的付款进度较慢，从而影响了行业整体上游厂商的回款情况；同时公司的主要客户以模具厂商居多，模具厂商具有数量多、规模不大、单笔交易金额小等特点，客户自身受行业整体回款进度慢的影响，存在一定资金压力，导致回款相对较慢。因此，公司应收账款周转率低于麦士德福具有合理性。

报告期内，公司应收账款周转率低于其他对比公司，主要系产品不同且应用领域有所差异，以及在产业链位置有所差异。其他对比公司中，①曼恩斯特的产品主要系涂布设备的核心部件，其下游主要应用于汽车锂电池，与公司产品不同且应用领域有所差异，且曼恩斯特的收款方式有两种，一为预收方式收款；二为赊销方式，公司主要为赊销方式；②优德精密的产品主要为机加工的组件，并非系将模具钢、电气设备、加热组件等集成化产品，与公司产品不同；③宁波方正和海泰科主要产品系公司产品下游，其产品及产业链位置与公司有所差异，其所处的汽车模具行业大多分阶段收款。因此，公司应收账款周转率低于其他对比公司具有合理性。

综上，公司客户类型包括汽车主机厂、汽车零部件厂和注塑模具厂等，且以注塑模具厂为主，注塑模具厂具有数量多、规模不大、单笔交易金额小等特点，客户自身受行业整体回款进度慢的影响，存在一定资金压力，客户通常会根据自

身现金流的情况和终端客户的回款情况进行付款，存在部分货款超出信用期支付的情况，从而导致公司应收账款周转率较低。公司应收账款周转率低于同行业可比公司和其他对比公司，主要系产品结构不同且应用领域有所差异，以及在产业链位置有所差异。

3、公司提高应收账款周转率的应对措施及有效性

报告期内，公司高度重视客户筛选，审慎选择规模较大或经营风险较小的客户进行合作，聚焦优质客户，降低由于客户经营问题导致大额坏账的风险。在日常经营中，公司重视应收账款管理，制定了应收账款回收管理及考核制度，强化回款考核指标，实施“自上而下”的考核跟进制度，提高回款速度及回款率，确保及时有效的向客户催收款项。具体举措如下：

（1）制定相应回款计划，建立催收流程：按照应收账款的账期、客户信用状况等因素，将应收账款分为不同的类别，每月初由销售和财务部门共同制定回款计划，并提交销售总监、总经理审核批准后反馈给销售人员，销售人员按回款计划进度推进，对于逾期末付款的客户，根据逾期时间采取针对性的催收措施，如发催款函、发律师函等多种手段进行催收；

（2）明确催收责任和奖励机制：将催收责任落实到具体人员，建立催收考核机制，将应收账款回款账期、坏账损失等关键指标与销售人员的绩效考核进行挂钩，激励员工积极主动开展催收工作；

（3）除了加强应收账款管理外，公司依托技术研发、客户服务以及持续进行优质客户开拓，扩大收入规模，逐步提升市场地位，从而优化收款条件，提高应收账款周转率。

综上，公司重视应收账款管理，对于提高应收账款周转率采取了积极的应对措施，2024年应收账款周转率较2023年有所提高。

（三）说明公司 2 年以上应收账款坏账准备计提比例低于可比公司的合理性，公司应收账款坏账准备计提是否谨慎、充分；模拟测算按同行业平均水平对相关应收款项（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）计提坏账准备对公司各期净利润（归母或归母扣非后净利润）、加权平均净资产收益率等的影响，是否仍满足发行上市条件

1、说明公司 2 年以上应收账款坏账准备计提比例低于可比公司的合理性，公司应收账款坏账准备计提是否谨慎、充分

报告期内，公司与同行业可比公司麦士德福及其他对比公司的坏账准备计提政策对比如下：

公司名称	应收账款坏账准备计提比例					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
（1）同行业可比公司						
麦士德福	3.00%	10.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
（2）其他对比公司						
曼恩斯特	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
优德精密	2.00%	20.00%	80.00%	100.00%	100.00%	100.00%
宁波方正	3.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
海泰科	3.00%	30.00%	70.00%	100.00%	100.00%	100.00%
其他对比公司平均值	3.25%	22.50%	62.50%	100.00%	100.00%	100.00%
公司	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%

注 1：数据来源自同行业可比公司的定期报告、招股说明书

注 2：优德精密 6 个月以内应收款项坏账计提比例 1%，7-12 个月应收款项坏账计提比例 10%。2022-2024 年，优德精密 1 年以内应收账款坏账平均计提比例分别为 1.90%、1.85%和 2.29%，现按 2%计算优德精密 1 年以内的应收款项坏账计提比例

由上表可见，报告期内，公司应收账款坏账准备计提比例 1 年以内高于同行业可比公司及其他对比公司平均数，2 年以上计提比例均低于同行业可比公司及其他对比公司，主要系：（1）公司应收账款各账龄段坏账准备计提比例均不低于根据账龄迁徙率确定的预期信用损失率，测算过程详见本问询函回复之“问题 3”之“四、”之“（六）”之“2、公司评估预期信用损失，应考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，并说明预期信用损失的确定方法和相关参数的确定依据”之回复；（2）公司应收账款余额以 1 年以内为主，公司针对 1 年以内应收账款的坏账准备的计提比例较同行业可比公司及其他对比公司更为谨慎。

综上，公司应收账款坏账准备计提谨慎、充分。

2、模拟测算按同行业平均水平对相关应收款项（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）计提坏账准备对公司各期净利润（归母或归母扣非后净利润）、加权平均净资产收益率等的影响，是否仍满足发行上市条件

报告期内，公司应收款项根据同行业可比公司麦士德福和其他对比公司平均坏账计提比例测算如下：

单位：万元

账龄	账面余额	坏账准备 (公司)	坏账准备 (根据麦士德福 比例测算)	坏账准备(根据 其他对比公司平 均比例测算)
2025年6月30日				
应收票据	139.81	7.62	5.23	6.60
应收账款	21,561.61	1,366.37	1,011.61	1,342.17
其中：单项计提坏账准备	208.38	158.93	158.93	158.93
按组合计提坏账准备	21,353.23	1,207.44	852.68	1,183.23
应收款项融资	4,028.59	182.03	136.54	227.61
其中：银行承兑汇票	1,071.03	-	-	-
应收账款债权凭证	2,957.56	182.03	136.54	227.61
合计	25,730.01	1,556.02	1,153.38	1,576.37
2024年12月31日				
应收票据	324.42	20.87	16.24	28.43
应收账款	17,864.83	1,116.50	814.58	1,060.94
其中：单项计提坏账准备	125.23	125.23	125.23	125.23
按组合计提坏账准备	17,739.60	991.27	689.35	935.71
应收款项融资	4,436.43	151.58	131.72	237.84
其中：银行承兑汇票	2,340.21	-	-	-
应收账款债权凭证	2,096.23	151.58	131.72	237.84
合计	22,625.69	1,288.95	962.53	1,327.21
2023年12月31日				
应收票据	253.44	16.63	12.63	19.58
应收账款	13,525.55	948.69	723.90	947.49
其中：单项计提坏账准备	150.71	150.71	150.71	150.71
按组合计提坏账准备	13,374.84	797.98	573.18	796.77

账龄	账面余额	坏账准备 (公司)	坏账准备 (根据麦士德福 比例测算)	坏账准备(根据 其他对比公司平 均比例测算)
应收款项融资	3,039.58	92.85	73.44	131.26
其中：银行承兑汇票	1,625.69	-	-	-
应收账款债权凭证	1,413.89	92.85	73.44	131.26
合计	16,818.57	1,058.18	809.97	1,098.33
2022 年 12 月 31 日				
应收票据	197.92	27.76	43.00	52.07
应收账款	10,582.12	712.56	523.85	611.37
其中：单项计提坏账准备	117.98	115.98	115.98	115.98
按组合计提坏账准备	10,464.14	596.59	407.87	495.39
应收款项融资	1,486.98	27.48	26.24	41.27
其中：银行承兑汇票	1,126.00	-	-	-
应收账款债权凭证	360.98	27.48	26.24	41.27
合计	12,267.02	767.81	593.09	704.71

由上表可知，报告期内，公司根据麦士德福坏账准备计提比例测算得到的相关应收款项（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）坏账准备金额各期分别为 593.09 万元、809.97 万元、962.53 万元和 1,153.38 万元，均小于公司坏账准备计提金额 767.81 万元、1,058.18 万元、1,288.95 万元和 1,556.02 万元。公司根据其他对比公司平均坏账准备计提比例测算得到的相关应收款项（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）坏账准备金额各期金额分别为 704.71 万元、1,098.33 万元、1,327.21 万元和 1,576.37 万元，2022 年小于公司坏账准备计提金额 767.81 万元，2023 年、2024 年和 2025 年上半年略高于公司坏账准备计提金额 1,058.18 万元、1,288.95 万元和 1,556.02 万元。

上述坏账准备测算对报告各期净利润（归母或归母扣非后净利润）、期末净资产及加权平均净资产收益率的影响如下：

（1）按照麦士德福坏账准备比例计提的影响

单位：万元

期间	影响项目	申报财务报表①	模拟调整后 报表②	变化金额/比 率③=②-①	变动比例 ④=③/①
2025 年 1-6	归属于公司普通股股东的净利润	4,030.72	4,070.28	39.56	0.98%

期间	影响项目	申报财务报表①	模拟调整后报表②	变化金额/比率③=②-①	变动比例④=③/①
月	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	3,907.93	3,947.50	39.56	1.01%
	期末净资产	36,201.81	36,563.72	361.91	1.00%
	加权平均净资产收益率	11.83%	11.83%	<-0.01%	<-0.01%
2024年度	归属于公司普通股股东的净利润	6,887.18	6,944.61	57.43	0.83%
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	6,646.63	6,704.06	57.43	0.86%
	期末净资产	31,965.59	32,268.74	303.15	0.95%
	加权平均净资产收益率	24.21%	24.19%	-0.02%	-0.08%
2023年度	归属于公司普通股股东的净利润	4,866.11	4,941.59	75.49	1.55%
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	4,702.26	4,777.74	75.49	1.61%
	期末净资产	24,918.62	25,152.87	234.25	0.94%
	加权平均净资产收益率	34.12%	34.18%	0.06%	0.18%
2022年度	归属于公司普通股股东的净利润	3,873.86	3,936.48	62.63	1.62%
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	3,960.73	4,023.36	62.63	1.58%
	期末净资产	11,151.40	11,310.16	158.75	1.42%
	加权平均净资产收益率	43.94%	44.02%	0.08%	0.18%

(2) 按照其他对比公司平均坏账准备比例计提的影响

单位：万元

期间	影响项目	申报财务报表①	模拟调整后报表②	变化金额/比率③=②-①	变动比例④=③/①
2025年1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	4,030.72	4,027.32	-3.40	-0.08%
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	3,907.93	3,904.54	-3.40	-0.09%
	期末净资产	36,201.81	36,196.97	-4.85	-0.01%
	加权平均净资产收益率	11.83%	11.82%	-0.01%	-0.09%
2024年度	归属于公司普通股股东的净利润	6,887.18	6,881.24	-5.94	-0.09%
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	6,646.63	6,640.69	-5.94	-0.09%

期间	影响项目	申报财务报表①	模拟调整后报表②	变化金额/比率③=②-①	变动比例④=③/①
	期末净资产	31,965.59	31,956.98	-8.62	-0.03%
	加权平均净资产收益率	24.21%	24.21%	<-0.01%	-0.02%
2023年度	归属于公司普通股股东的净利润	4,866.11	4,790.76	-75.34	-1.57%
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	4,702.26	4,626.91	-75.34	-1.63%
	期末净资产	24,918.62	24,907.46	-11.16	-0.04%
	加权平均净资产收益率	34.12%	33.53%	-0.59%	-1.73%
2022年度	归属于公司普通股股东的净利润	3,873.86	3,918.71	44.85	1.14%
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	3,960.73	4,005.59	44.85	1.12%
	期末净资产	11,151.40	11,214.93	63.52	0.57%
	加权平均净资产收益率	43.94%	44.24%	0.30%	0.68%

综上，经模拟测算，按同行业可比公司及其他对比公司坏账准备计提比例对相关应收款项（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）计提坏账准备后，公司各期净利润（归母或归母扣非后净利润）、加权平均净资产收益率变动较小，仍满足发行上市条件：预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%。

（四）列示各期末前十大客户应收账款余额、账龄、坏账准备计提金额及比例，说明主要客户是否存在较大的经营风险，报告期内是否存在被列入被执行人或失信被执行人的情形，公司对其应收账款坏账准备计提是否充分，是否存在应单项计提坏账准备但未计提的情形

报告期各期末，公司前十大客户应收账款余额、账龄、坏账计提金额及比例如下：

1、2025 年 6 月 30 日

单位：万元

序号	客户名称	账面余额	账龄		坏账准备	
			1 年以内	1-2 年	金额	计提比例
1	宁波吉海模具有限公司	930.97	930.97	-	46.55	5.00%
2	浙江永明模具股份有限公司	808.27	524.97	283.30	54.58	6.75%
3	比亚迪股份有限公司	615.91	615.91	-	30.80	5.00%
4	常州星宇车灯股份有限公司	520.72	520.72	-	26.04	5.00%
5	中山市恒滨实业有限公司	493.66	493.66	-	24.68	5.00%
6	台州汇力普模塑有限公司	454.28	454.28	-	22.71	5.00%
7	广州中誉精密模具有限公司	439.97	439.97	-	22.00	5.00%
8	台州市点晴模业有限公司	430.32	430.32	-	21.52	5.00%
9	江苏星科精密模具有限公司	363.26	363.26	-	18.16	5.00%
10	苏州市振业模具有限公司	345.55	345.55	-	17.28	5.00%
小计		5,402.92	5,119.62	283.30	284.31	5.26%

2、2024 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	账面余额	账龄		坏账准备	
			1 年以内	1-2 年	金额	计提比例
1	浙江永明模具股份有限公司	712.11	451.26	260.85	48.65	6.83%
2	台州汇力普模塑有限公司	571.13	571.13	-	28.56	5.00%
3	宁波吉海模具有限公司	529.33	529.33	-	26.47	5.00%
4	比亚迪股份有限公司	502.87	502.87	-	25.14	5.00%
5	台州市点晴模业有限公司	444.76	415.26	29.50	23.71	5.33%
6	中山市恒滨实业有限公司	335.08	335.08	-	16.75	5.00%
7	芜湖安瑞光电有限公司	311.52	311.52	-	15.58	5.00%
8	浙江凯华模具有限公司	310.91	137.93	172.98	24.19	7.78%
9	常州星宇车灯股份有限公司	271.14	271.14	-	13.56	5.00%
10	江苏星科精密模具有限公司	261.33	261.33	-	13.07	5.00%
小计		4,250.18	3,786.85	463.33	235.68	5.55%

3、2023 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	账面余额	账龄		坏账准备	
			1 年以内	1-2 年	金额	计提比例
1	比亚迪股份有限公司	624.30	624.30	-	31.21	5.00%
2	浙江永明模具股份有限公司	588.87	370.11	218.76	40.38	6.86%
3	台州市点睛模业有限公司	379.50	379.50	-	18.97	5.00%
4	台州汇力普模塑有限公司	369.20	369.20	-	18.46	5.00%
5	浙江凯华模具有限公司	343.61	193.46	150.16	24.69	7.18%
6	江苏星科精密模具有限公司	243.53	243.53	-	12.18	5.00%
7	苏州市振业模具有限公司	226.97	226.97	-	11.35	5.00%
8	宁波华众汽车饰件科技有限公司	171.66	171.66	-	8.58	5.00%
9	常州星宇车灯股份有限公司	169.27	169.27	-	8.46	5.00%
10	台州金祥晟模塑有限公司	168.14	168.14	-	8.41	5.00%
小计		3,285.05	2,916.13	368.92	182.70	5.56%

4、2022 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	账面余额	账龄		坏账准备	
			1 年以内	1-2 年	金额	计提比例
1	浙江永明模具股份有限公司	588.28	556.68	31.60	30.99	5.27%
2	常诚车业江苏有限公司	452.92	452.92	-	22.65	5.00%
3	台州市点睛模业有限公司	367.04	367.04	-	18.35	5.00%
4	浙江凯华模具有限公司	330.16	283.34	46.82	18.85	5.71%
5	深圳市安盛模具有限公司	199.40	199.40	-	9.97	5.00%
6	宁波远东制模有限公司	196.62	196.62	-	9.83	5.00%
7	青岛海泰科模具有限公司	193.63	193.63	-	9.68	5.00%
8	台州汇力普模塑有限公司	156.41	156.41	-	7.82	5.00%
9	江苏星科精密模具有限公司	145.67	145.67	-	7.28	5.00%
10	宁海创辉模塑有限公司	135.28	86.74	48.54	9.19	6.79%
小计		2,765.41	2,638.45	126.96	144.62	5.23%

报告期内，公司前十大客户经营状况正常，截至本问询函回复出具日不存在被列入被执行人或失信被执行人的情形。报告期各期末，公司前十大客户应收账

款账龄大部分在 1 年以内，公司对其应收账款坏账计提充分，不存在应单项计提坏账准备但未计提的情形。

(五) 说明各期末逾期应收账款余额占比较高的原因及合理性，是否符合行业惯例；列示各期末前十大逾期应收账款客户名称、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间、已计提坏账准备金额及比例，公司对逾期应收账款是否持续催收，是否形成回款计划，回收应收账款内部控制是否执行有效

1、说明各期末逾期应收账款余额占比较高的原因及合理性，是否符合行业惯例

报告期各期末，公司超出信用期的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款余额	21,561.61	17,864.83	13,525.55	10,582.12
逾期应收账款余额	10,522.59	9,296.62	7,417.75	5,459.31
逾期应收账款占比	48.80%	52.04%	54.84%	51.59%

注：公司与客户约定的信用期通常为开票后+T 日

报告期各期末，公司逾期应收账款金额分别为 5,459.31 万元、7,417.75 万元、9,296.62 万元和 10,522.59 万元，逾期应收账款比例分别为 51.59%、54.84%、52.04% 和 48.80%，逾期应收账款比例总体保持稳定。

公司热流道系统产品下游应用领域主要为汽车行业，由于终端汽车产品的生产周期较长，终端厂商的付款进度通常较慢，从而影响了行业整体上游厂商的回款情况。

根据同行业可比公司麦士德福招股说明书披露，其 2022 年逾期应收账款比例为 52.96%，与公司 2022 年逾期应收账款比例相近。此外，汽车产业链内其他公司亦存在逾期应收账款比例较高的情形，根据海泰科招股说明书披露，其报告期内（2018-2020 年）逾期款项占比为 43.07%、47.94%和 41.94%，公司逾期应收账款比例高于海泰科主要系产品结构差异，海泰科主要产品系注塑模具及塑料零部件，公司主要产品系热流道系统，热流道系统系模具及零部件的上游行业，回款情况受到下游厂商付款进度的影响，同时公司客户以模具厂为主，存在部分模具厂货款超出信用期支付的情况。

综上，公司应收账款逾期占比较高符合行业惯例。

2、列示各期末前十大逾期应收账款客户名称、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间、已计提坏账准备金额及比例，公司对逾期应收账款是否持续催收，是否形成回款计划，回收应收账款内部控制是否执行有效

(1) 2025 年 6 月 30 日前十大应收账款逾期客户情况

截至 2025 年 6 月 30 日，公司前十大应收账款逾期客户名称、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间、已计提坏账金额及比例具体情况如下：

单位：万元

客户名称	应收账款余额	逾期金额	逾期占比	逾期时间	逾期已计提坏账金额	逾期坏账计提比例	期后回款金额	逾期账款尚未回款金额	逾期账款预计归还时间
宁波吉海模具有限公司	930.97	535.37	57.51%	1 年以内	26.77	5.00%	170.18	365.20	正在持续催收
浙江永明模具股份有限公司	808.27	388.58	48.08%	1 年以内	33.59	8.65%	151.95	236.63	正在持续催收
台州市点睛模业有限公司	430.32	310.42	72.14%	1 年以内	15.52	5.00%	-	310.42	正在持续催收
江苏星科精密模具有限公司	363.26	272.01	74.88%	1 年以内	13.60	5.00%	107.00	165.01	正在持续催收
苏州市振业模具有限公司	345.55	256.41	74.20%	1 年以内	12.82	5.00%	50.00	206.41	正在持续催收
中山市恒滨实业有限公司	493.66	228.26	46.24%	1 年以内	11.41	5.00%	79.65	148.61	正在持续催收
台州精创志和模具科技有限公司	214.41	180.06	83.98%	1 年以内	9.00	5.00%	10.00	170.06	正在持续催收
浙江凯华模具有限公司	323.32	172.94	53.49%	1 年以内 98.33 万元，1-2 年 74.61 万元	16.87	9.76%	75.91	97.03	正在持续催收
芜湖安瑞光电有限公司	228.24	172.84	75.73%	1 年以内	8.64	5.00%	96.48	76.36	正在持续催收
台州仁信模具有限公司	193.26	172.80	89.41%	1 年以内 155.15	11.21	6.49%	5.00	167.80	正在持续催收

客户名称	应收账款余额	逾期金额	逾期占比	逾期时间	逾期已计提坏账金额	逾期坏账计提比例	期后回款金额	逾期账款尚未回款金额	逾期账款预计归还时间
				万元， 1-2 年 17.65 万元					催收
小计	4,331.27	2,689.70	62.10%	-	159.45	5.93%	746.17	1,943.53	-

注：期后回款金额为截至 2025 年 8 月 31 日回款金额，下同

(2) 2024 年 12 月 31 日前十大应收账款逾期客户情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司前十大应收账款逾期客户名称、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间、已计提坏账金额及比例具体情况如下：

单位：万元

客户名称	应收账款余额	逾期金额	逾期占比	逾期时间	逾期已计提坏账金额	逾期坏账计提比例	期后回款金额	逾期账款尚未回款金额	逾期账款预计归还时间
浙江永明模具股份有限公司	712.11	363.28	51.01%	1 年以内	31.21	8.59%	311.95	51.33	正在持续催收，预计 2025 年 12 月 31 日前收回
浙江凯华模具有限公司	310.91	267.19	85.94%	1 年以内 230.25 万元，1-2 年 36.94 万元	21.39	8.01%	178.56	88.63	正在持续催收，预计 2025 年 12 月 31 日前收回
苏州市振业模具有限公司	261.13	259.97	99.56%	1 年以内	14.71	5.66%	184.53	75.44	正在持续催收，预计 2025 年 12 月 31 日前收回
宁波吉海模具有限公司	529.33	212.91	40.22%	1 年以内	10.65	5.00%	508.18	-	已收回
中山市恒滨实业有限公司	335.08	192.78	57.53%	1 年以内	9.64	5.00%	245.19	-	已收回
宁波远东制模有限公司	223.33	175.05	78.38%	1 年以内	8.75	5.00%	169.65	5.40	正在持续催收，预计 2025 年 12 月 31 日前收回
台州市点睛模业有限公司	444.76	167.50	37.66%	1 年以内	8.38	5.00%	143.69	23.81	正在持续催收，预计 2025 年 12 月 31 日前收回
台州市黄岩进一模具有限公司	207.26	165.19	79.70%	1 年以内	9.49	5.74%	80.00	85.19	正在持续催收，预计 2025 年 12 月 31 日前收回
江苏星科精密模具有限公司	261.33	163.03	62.38%	1 年以内	8.15	5.00%	177.00	-	已收回
宁波周龙塑胶模具有限公司	160.97	159.31	98.97%	1 年以内	7.97	5.00%	55.47	103.84	正在持续催收，预计 2025 年 12

客户名称	应收账款余额	逾期金额	逾期占比	逾期时间	逾期已计提坏账金额	逾期坏账计提比例	期后回款金额	逾期账款尚未回款金额	逾期账款预计归还时间
									月 31 日前收回
小计	3,446.22	2,126.22	61.70%	-	130.32	6.13%	2,054.22	433.64	-

(3) 2023 年 12 月 31 日前十大应收账款逾期客户情况

截至 2023 年 12 月 31 日，公司前十大应收账款逾期客户名称、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间、已计提坏账金额及比例具体情况如下：

单位：万元

客户名称	应收账款余额	逾期金额	逾期占比	逾期时间	逾期已计提坏账金额	逾期坏账计提比例	期后回款金额	逾期账款尚未回款金额	逾期账款预计归还时间
台州市点睛模业有限公司	379.50	313.45	82.60%	1 年以内	15.67	5.00%	379.50	-	已收回
浙江永明模具股份有限公司	588.87	266.92	45.33%	1 年以内	25.51	9.56%	588.87	-	已收回
台州汇力普模塑有限公司	369.20	216.78	58.72%	1 年以内	11.38	5.25%	369.20	-	已收回
浙江凯华模具有限公司	343.61	204.32	59.46%	1 年以内 157.65 万元, 1-2 年 46.67 万元	17.72	8.67%	332.52	-	已收回
江苏星科精密模具有限公司	243.53	154.35	63.38%	1 年以内	7.72	5.00%	243.53	-	已收回
宁波华众汽车饰件科技有限公司	171.66	138.22	80.52%	1 年以内	6.91	5.00%	171.66	-	已收回
台州金祥晟模塑有限公司	168.14	130.59	77.67%	1 年以内	6.53	5.00%	168.14	-	已收回
宁波远东制模有限公司	153.93	127.22	82.65%	1 年以内	7.17	5.64%	153.93	-	已收回
苏州海拓精密模塑有限公司	121.41	121.41	100.00%	1 年以内	6.28	5.17%	121.41	-	已收回
台州市黄岩精匠模塑有限公司	150.73	118.08	78.34%	1 年以内	8.19	6.93%	150.73	-	已收回
小计	2,690.57	1,791.34	66.58%	-	113.08	6.31%	2,679.48	-	-

(4) 2022 年 12 月 31 日前十大应收账款逾期客户情况

截至 2022 年 12 月 31 日，公司前十大应收账款逾期客户名称、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间、已计提坏账金额及比例具体情况如

下:

单位: 万元

客户名称	应收账款余额	逾期金额	逾期占比	逾期时间	逾期已计提坏账金额	逾期坏账计提比例	期后回款金额	逾期账款尚未回款金额	逾期账款预计归还时间
常诚车业江苏有限公司	452.92	383.79	84.74%	1 年以内	19.19	5.00%	452.92	-	已收回
台州市点睛模业有限公司	367.04	333.44	90.85%	1 年以内	18.48	5.54%	367.04	-	已收回
浙江凯华模具有限公司	330.16	127.74	38.69%	1 年以内	6.39	5.00%	330.16	-	已收回
宁波远东制模有限公司	196.62	126.00	64.08%	1 年以内	6.30	5.00%	196.62	-	已收回
宁海创辉模塑有限公司	135.28	117.05	86.52%	1 年以内 101.27 万元, 1-2 年 15.78 万元	8.28	7.07%	135.28	-	已收回
深圳市安盛模具有限公司	199.40	104.50	52.41%	1 年以内	5.23	5.00%	199.40	-	已收回
浙江庄普模具有限公司	101.57	99.77	98.23%	1 年以内	4.99	5.00%	101.57	-	已收回
长春恒拓模具有限公司	89.67	84.67	94.42%	1 年以内	4.23	5.00%	89.67	-	已收回
台州市黄岩精匠模塑有限公司	79.63	73.13	91.84%	1 年以内	4.85	6.64%	79.63	-	已收回
浙江永明模具股份有限公司	588.28	72.46	12.32%	1 年以内	5.56	7.67%	588.28	-	已收回
小计	2,540.57	1,522.55	59.93%	-	83.50	5.48%	2,540.57	-	-

报告期内,公司每月编制账龄分析表,了解应收账款逾期情况。针对逾期应收账款客户,定期通过电话、微信、实地拜访等方式与客户保持联络,对逾期款项进行催收,以降低坏账损失的风险、保证企业资金链的正常运转。针对重要客户,公司会与客户商讨回款计划,定期对逾期客户的经营情况、款项可收回情况等进行分析。

综上,报告期内,公司对逾期款项进行加强催收,逾期应收款持续收回,公司回收应收账款内控制度执行有效。

(六) 结合前述情况,进一步完善招股说明书中关于应收账款余额较大的风险,进行有针对性的重大事项提示与风险揭示

公司已进一步完善招股说明书中关于应收账款余额较大的风险,并在招股说

明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（四）应收账款余额较大风险”与“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（一）应收账款余额较大风险”中补充披露如下：

“报告期各期末，公司应收账款余额分别为 10,582.12 万元、13,525.55 万元、17,864.83 万元和 21,561.61 万元，占当期营业收入的比例分别为 74.23%、80.32%、76.19%和 73.34%（已年化），应收账款余额较大；报告期各期末，公司应收账款坏账准备金额分别为 712.56 万元、948.69 万元、1,116.50 万元和 1,366.37 万元。随着销售规模的增长，公司应收账款余额可能进一步增加。若未来汽车领域等下游行业景气度下行，整车厂商销量不及预期，导致其出现资金链紧张、延迟付款等情形，公司应收账款回款周期可能进一步拉长；同时，若公司客户因市场竞争加剧、经营不善等原因出现较大经营风险，导致公司应收账款无法收回，坏账金额相应增加，进而影响公司资金的流动性；此外，若公司未能对应收账款实施有效管理、未能积极履行催收程序，同样可能对公司的资金周转产生不利影响，从而对公司的经营业绩造成不利影响。”

三、经营活动现金流量净额与净利润差异较大

（一）结合采购与销售结算方式、结算周期、收支项目变动情况等，量化分析经营活动现金流量净额与净利润差异较大的原因，与同行业可比公司的比较情况，是否符合行业特征，报告期内业绩增长是否真实合理

1、结合采购与销售结算方式、结算周期、收支项目变动情况等，量化分析经营活动现金流量净额与净利润差异较大的原因

（1）报告期内，公司前五大供应商结算方式、结算周期

公司供应商货款通常在票到或月结 1-6 月内付款，同时报告期内公司与主要供应商约定以承兑汇票方式及银行转账进行结算。报告期内前五大供应商合计采购占比 33.25%、32.56%、38.89%和 36.84%，以报告期内公司各期前五大供应商结算方式、结算周期为例，具体如下：

供应商名称	结算方式	结算周期
宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司	银行承兑汇票、商业承兑汇票、银行转账、迪链	2022-2023 年月结 60 日、2024 年票到 180 日
江苏圣卓宇模具技术有限公司	银行承兑汇票、迪链	票到 180 日

供应商名称	结算方式	结算周期
杭州龙维液压科技有限公司	银行承兑汇票、银行转账	票到 90 日
绍兴市上虞明亮铜铝制管厂	2022 年银行转账，2023-2024 年 银行承兑汇票、银行转账	款到发货
宁波高新区诺科密封科技有限公司	银行承兑汇票、银行转账	2022-2023 年月结 30 日、2024 年票到 60 日， 2025 年 1-6 月票到 90 日
科裕精密工业（苏州）有限公司	银行承兑汇票、银行转账	2022 年-2024 年 7 月月 结 120 日，2024 年 8 月 开始票到 180 日
东莞市志信模具钢材有限公司	银行承兑汇票、银行转账	票到 180 日
江苏华东三和兴模具材料有限公司	银行承兑汇票、银行转账	票到 180 日

（2）公司主要客户的销售结算方式、结算周期

公司客户主要为票到或月结 30-180 天内收款，同时报告期内公司与主要客户约定以承兑汇票、迪链及银行转账进行结算。报告期内前五大客户合计销售占比 13.26%、16.49%、17.99%和 21.20%，以报告期内公司各期前五大客户结算方式、结算周期为例，具体如下：

客户名称	结算方式	结算周期
比亚迪股份有限公司	迪链	到票月结 30 天
台州汇力普模塑有限公司	银行承兑汇票	票到 6 个月付清
珠海格力电器股份有限公司	银行承兑汇票	根据合同约定时间支付承兑汇票和融单
常州星宇车灯股份有限公司	银行承兑汇票	发票入账 90 天付款 100%
宁波吉海模具有限公司	银行转账、迪链、银行承兑汇票	月结 90 天
芜湖安瑞光电有限公司	银行转账、银行承兑汇票	货到票到 60 天
江苏星科精密模具有限公司	银行转账、迪链、银行承兑汇票	票到 90 天内付清
台州市点睛模业有限公司	银行转账、迪链、银行承兑汇票	货到后 3 个月内付清
浙江永明模具股份有限公司	云信、银行承兑汇票、商业承兑汇票、迪链	票到 9 个月付清
常诚车业江苏有限公司	银行转账、银行承兑汇票	3 个月结
浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	银行转账、银行承兑汇票	预付 50%，余款票到后 2 个月内付清
广州中誉精密模具有限公司	银行转账、银行承兑汇票、迪链	票到 90 天

(3) 收支项目变动情况

报告期各期末，公司主要应收、应付科目余额变化情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	金额	变动额	金额	变动额	金额	变动额	金额
应收票据	139.81	-184.62	324.42	70.98	253.44	55.52	197.92
应收账款	21,561.61	3,696.78	17,864.83	4,339.28	13,525.55	2,943.43	10,582.12
应收款项融资	4,028.59	-407.85	4,436.43	1,396.86	3,039.58	1,552.60	1,486.98
预付款项	33.10	-0.86	33.96	-10.28	44.24	-65.70	109.94
小计	25,763.11	3,103.46	22,659.65	5,796.84	16,862.81	4,485.85	12,376.96
应付账款	3,600.33	-170.91	3,771.24	122.06	3,649.18	921.94	2,727.24
合同负债	66.56	30.58	35.98	5.86	30.12	-57.78	87.90
应交税费	788.86	68.83	720.03	149.74	570.29	-377.20	947.49
应付职工薪酬	715.81	-6.11	721.92	103.65	618.27	222.96	395.32
其他流动负债	1,294.41	94.67	1,199.73	339.13	860.61	156.80	703.81
小计	6,465.97	17.06	6,448.91	720.44	5,728.47	866.71	4,861.76

由上表可见，报告期各期末，公司应收项目较上期增加较大，2023 年末较 2022 年末增加了 4,485.85 万元，2024 年末较 2023 年末增加了 5,796.84 万元，2025 年 6 月末较 2024 年末增加了 3,103.46 万元，主要系：①应收账款增加：随着公司经营规模的扩大，公司应收账款余额增加，同时因公司热流道系统产品下游应用领域主要为汽车行业，终端汽车产品的生产周期较长，终端厂商的付款进度较慢，导致公司回款进度较慢；②应收款项融资增加：报告期内，公司与比亚迪及比亚迪产业链客户逐步加深合作，比亚迪产业链内通常使用迪链作为付款方式，迪链凭证兑付周期一般为 6 个月，从而使得经营活动现金流入减少。报告期内，公司应付项目随着满足生产需要而进行的采购量增加而增加。

(4) 经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异情况

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,278.65	1,470.66	-291.16	552.69
净利润	4,030.72	6,887.18	4,867.76	3,870.27

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
差异	-2,752.07	-5,416.52	-5,158.92	-3,317.57

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的主要影响因素及金额如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
计提资产减值准备	58.56	26.76	38.75	4.15
计提坏账准备	289.69	294.50	351.67	284.71
计提固定资产折旧	445.17	789.20	534.96	392.55
财务费用	26.55	30.01	202.00	192.74
存货的减少（增加以“—”号填列）	-548.49	-722.28	-466.57	-132.98
经营性应收项目的减少（增加以“—”号填列）	-3,362.90	-7,404.82	-6,367.18	-5,761.97
经营性应付项目的增加（减少以“—”号填列）	164.20	1,481.30	372.31	1,440.73
股份支付	227.11	159.79	200.68	300.33
合计	-2,700.09	-5,345.53	-5,133.38	-3,279.72

由上表可知，经营活动产生的现金流量净额与净利润之间差异因素包括计提资产减值准备、计提固定资产折旧、财务费用、存货的增加、经营性应收项目的增加、经营性应付项目的增加、股份支付等，其中最主要因素为经营性应收项目的增加。

报告期内，公司各期经营性应收项目的增加 5,761.97 万元、6,367.18 万元、7,404.82 万元和 3,362.90 万元，随着公司经营规模的扩大，公司应收账款余额增加，同时因公司热流道系统产品下游应用领域主要为汽车行业，终端汽车产品的生产周期较长，终端厂商的付款进度较慢，导致公司回款进度较慢，且客户回款较多通过票据、迪链等支付方式，因此期末应收款项余额规模较大。

综上，报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间差异，主要系因行业惯例、客户特点和客户以票据、迪链支付方式结算以致公司经营性应收项目余额的增加所致。

2、与同行业可比公司的比较情况，是否符合行业特征，报告期内业绩增长是否真实合理

(1) 同行业可比公司经营活动现金流量净额与净利润差异情况

报告期内，公司和同行业可比公司经营活动现金流量净额与净利润差异率比较情况如下：

公司名称		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
同行业可比公司	麦士德福	未披露	未披露	未披露	-22.41%	28.01%	-16.01%
公司		-68.28%	-78.65%	-105.98%	-85.72%	-	-

注 1：差异率=（经营活动现金流量净额-净利润）/净利润

注 2：同行业可比公司和其他对比公司数据取自其招股说明书及其他公开资料

由上表可知，2022 年度公司经营活动现金流量净额与净利润差异率大于同行业可比公司麦士德福，主要系麦士德福业务主要包括注塑制品、热流道系统、精密注塑模具，产品结构不同所致。

报告期内，公司和其他对比公司经营活动现金流量净额与净利润差异率比较情况如下：

公司名称		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
其他对比公司	曼恩斯特	884.56%	-458.02%	-123.15%	-57.87%
	优德精密	-94.05%	64.34%	239.60%	174.96%
	宁波方正	-10.25%	-1,054.66%	1,053.55%	-489.91%
	海泰科	-165.21%	447.40%	-284.12%	-117.75%
	平均值	153.76%	-250.23%	221.47%	-122.64%
公司		-68.28%	-78.65%	-105.98%	-85.72%

注 1：差异率=（经营活动现金流量净额-净利润）/净利润

注 2：同行业可比公司和其他对比公司数据取自其招股说明书及其他公开资料

报告期内，其他对比公司之间经营活动现金流量净额与净利润差异率不同，公司差异率介于其他对比公司差异率之间，主要系产品结构、产业链位置差异等因素所致。

综上，公司经营活动现金流量净额与净利润差异，高于同行业可比公司，介于其他对比公司之间，差异具有合理性。

(2) 报告期内业绩增长是否真实合理

报告期各期，公司营业收入分别为 14,256.81 万元、16,839.04 万元、23,446.54 万元和 14,699.31 万元，主营业务收入占营业收入的比例分别为 99.81%、99.77%、99.48%和 99.57%，主营业务突出。报告期内，公司主营业务收入主要系热流道系统等产品的销售收入。2023 年、2024 年、2025 年 1-6 月公司热流道系统收入较上年同期分别增加 2,583.54 万元、6,286.63 万元和 3,610.06 万元，同比增幅分别为 18.83%、38.56%和 34.57%，热流道系统销量增长是收入持续增长的主要因素。报告期内，热流道系统销量增长主要系：

①热流道系统行业稳步增长，为公司的发展夯实基础：近年来，全球热流道系统市场保持着稳定的增长，根据 QYResearch 统计，全球热流道市场销售规模由 2019 年的 189.24 亿元增长至 2024 年的 231.54 亿元，预计 2030 年全球热流道市场销售规模将增长至 301.68 亿元；与此同时，随着我国制造业的快速发展，近年来我国热流道产量和市场销售规模均处于全球首位，根据 QYResearch 的统计，2024 年我国热流道销量和市场销售收入分别占全球的 46.46%和 34.02%，国内热流道销售收入由 2019 年的 60.42 亿元增长至 2024 年的 78.76 亿元，未来随着我国热流道使用率的提升，国内市场销售规模预计仍将保持稳定增长，预计 2030 年国内热流道销售收入将达到 114.43 亿元。公司热流道系统产品所属行业发展总体向好，市场前景广阔，公司热流道系统产品收入在报告期内增长明显。

②下游应用领域快速发展，带动对公司产品的需求量增加：公司热流道系统产品主要应用于汽车领域，根据中国汽车工业协会数据，近五年我国汽车产量稳步增长，2024 年，中国汽车产销累计完成 3,128.2 万辆和 3,143.6 万辆，同比分别增长 3.7%和 4.5%，全年产销稳中有进，产销量继续保持在 3,000 万辆以上规模；同时，我国新能源汽车也同样领跑全球市场，自 2015 年起，产销量连续 10 年位居世界第一，2024 年，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%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 40.9%，较 2023 年提高 9.3 个百分点。汽车行业，尤其是新能源汽车领域的快速发展，带动汽车产业链的需求增加，公司销售规模增长。

③公司与主要客户合作加深，订单量上升明显：公司深耕热流道系统行业，经过多年经营在行业中形成良好口碑，不断积累客户资源，公司在热流道系统领域的市场地位和竞争优势逐步显现。报告期内，公司与行业内知名企业的合作不

断加深，公司的主要客户如比亚迪、星宇股份、格力电器等订单量均上升明显，订单量的上升带动营业收入持续增长。

④公司突破产能瓶颈，满足客户日益增长的订单需求：报告期各期，公司产能利用率分别为 114.07%、96.84%、94.37%和 107.73%，2022 年产能利用率已较为饱和，公司产能已无法满足日益增长的订单需求，限制了公司对客户订单的交付能力。随着子公司莱瑟塔于 2023 年 7 月建设完毕后开始逐步投产使用，以及公司绍兴工厂报告期内逐步通过购买核心设备以提升生产能力，公司产能从 2022 年的 19,000 个点位，增加至 2024 年的 41,450 个点位，产能大幅释放，加强了公司对于客户订单的交付能力，产品销量上升明显，收入相应提升。

综上所述，在行业稳步增长、国内市场需求增加的背景下同时公司产能上升，公司报告期内业绩增长真实合理。

（二）说明报告期内新增借款的来源及用途、长短期借款的偿还时间，还原票据贴现后的净现比情况，说明公司是否面临较大的短期偿债压力；结合财务状况、经营资金需求、非受限货币资金余额、资金筹措能力、回款情况等，说明是否面临较大的流动性风险，并根据实际情况进行风险揭示

1、报告期内新增借款的来源及用途、长短期借款的偿还时间

报告期各期，公司新增借款情况如下：

（1）2025 年 1-6 月

本期无新增借款。

（2）2024 年度

借款银行	借款金额（万元）	用途	偿还时间
中国工商银行	1,000.00	补充营运资金	2024/11/1
浙江绍兴瑞丰农村商业银行	1,000.00	补充营运资金	2025/10/27
北京银行	1,010.00	补充营运资金	2025/12/24
合计	3,010.00	-	-

（3）2023 年度

借款银行	借款金额（万元）	用途	偿还时间
中国工商银行	760.00	补充营运资金	2023/12/1

借款银行	借款金额（万元）	用途	偿还时间
浙江绍兴瑞丰农村商业银行	1,000.00	补充营运资金	2023/12/1
北京银行	1,000.00	补充营运资金	2024/8/1
合计	2,760.00	-	-

（4）2022 年度

借款银行	借款金额（万元）	用途	偿还时间
中国工商银行	760.00	补充营运资金	2023/3/7
浙江绍兴瑞丰农村商业银行	1,000.00	补充营运资金	2023/6/14
浙江绍兴瑞丰农村商业银行	1,700.00	补充营运资金	2023/12/1
浙江绍兴瑞丰农村商业银行	500.00	补充营运资金	2023/12/1
浙江绍兴瑞丰农村商业银行	500.00	补充营运资金	2023/12/1
中国农业银行	300.00	项目建设投资	2023/12/4
合计	4,760.00	-	-

由上表可知，公司报告期内新增借款主要来自于银行借款，均在约定还款期限内归还相关资金，未出现违约情况。

2、还原票据贴现后的净现比情况

报告期内，公司还原票据贴现后的净现比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量净额（A）	1,278.65	1,470.66	-291.16	552.69
票据贴现涉及的还原金额（B）	-	-	-	-
还原票据贴现后的经营活动产生的现金流量净额（C=A+B）	1,278.65	1,470.66	-291.16	552.69
净利润（D）	4,030.72	6,887.18	4,867.76	3,870.27
还原票据贴现后的净现比（E=C/D）	31.72%	21.35%	-5.98%	14.28%

报告期内，公司发生票据贴现均为银行承兑汇票和迪链等供应链票据，公司转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，故终止确认，该部分票据贴现的现金流入属于与经营活动有关的现金流量，因此不涉及票据贴现还原金额。报告期内，经过公司有效的资金管理调整和改善，2024 年度及 2025 年 1-6 月经营活动现金流量有所向好。

3、公司未面临较大的短期偿债压力

(1) 主要偿债能力指标

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

项目	2025年6月30日/2025年1-6月	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
流动比率（倍）	4.03	3.59	3.34	2.16
速动比率（倍） [注]	3.51	3.12	2.86	1.75
资产负债率	19.27%	21.13%	21.64%	48.32%
息税折旧摊销前利润（万元）	5,337.35	8,842.05	6,475.25	5,224.43
利息保障倍数（倍）	183.61	263.86	33.56	24.46

注：速动比率=（流动资产-存货）/流动负债，下同

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.16 倍、3.34 倍、3.59 倍和 4.03 倍，速动比率分别为 1.75 倍、2.86 倍、3.12 倍和 3.51 倍，资产负债率分别为 48.32%、21.64%、21.13%和 19.27%，报告内流动比率、速动比率均有所上升，资产负债率有所下降，主要系公司通过股权融资、经营规模的扩大和盈利能力的提升使得公司货币资金、应收票据、应收账款、应收款项融资和存货迅速增加，偿债能力指标显著提升。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 5,224.43 万元、6,475.25 万元、8,842.05 万元和 5,337.35 万元，利息保障倍数分别为 24.46 倍、33.56 倍、263.86 倍和 183.61 倍，报告期内公司息税折旧摊销前利润和利息保障倍数迅速增长，和公司持续增强的盈利能力相匹配，具备合理性。

(2) 可比公司偿债能力指标

2020-2022 年，麦士德福主要偿债能力指标具体如下：

项目	公司简称	2022年12月31日/2022年度	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度
同行业可比公司				
流动比率（倍）	麦士德福	1.55	1.42	1.64
速动比率（倍）		1.21	1.10	1.25
资产负债率		47.90%	50.07%	44.95%

报告期内，公司主要偿债能力指标与其他对比公司对比情况如下：

项目	公司简称	2025年6月30 日/2025年 1-6月	2024年12月 31日/2024 年度	2023年12月 31日/2023 年度	2022年12月 31日/2022 年度
流动比率（倍）	其他对比公司				
	曼恩斯特	2.09	2.23	4.92	1.91
	优德精密	2.46	2.68	3.01	2.69
	宁波方正	1.74	1.84	2.40	1.35
	海泰科	2.06	2.29	2.53	2.25
	4家其他对比公司平均值	2.09	2.26	3.22	2.05
	公司	4.03	3.59	3.34	2.16
速动比率（倍）	其他对比公司				
	曼恩斯特	1.59	1.81	4.25	1.51
	优德精密	2.09	2.27	2.54	2.27
	宁波方正	1.25	1.41	1.92	0.69
	海泰科	1.14	1.31	1.63	1.34
	4家其他对比公司平均值	1.52	1.70	2.58	1.45
	公司	3.51	3.12	2.86	1.75
资产负债率	其他对比公司				
	曼恩斯特	37.32%	37.54%	19.92%	46.96%
	优德精密	25.46%	22.87%	19.93%	26.26%
	宁波方正	49.85%	49.20%	38.63%	58.06%
	海泰科	47.39%	45.66%	45.63%	32.42%
	4家其他对比公司平均值	40.01%	38.82%	31.02%	40.92%
	公司	19.27%	21.13%	21.64%	48.32%

报告期内，公司流动比率和速动比率均高于同行业可比公司和其他对比公司平均值，2022 年资产负债率略高于同行业可比公司和其他对比公司平均值主要系：①公司生产规模扩大，生产经营所需的流动资金迅速增加，同时，公司对生产设备和厂房进行更新改造，资本性支出增加；②公司主要通过银行借款等有息负债方式以及自身经营积累来满足资金需求，股权融资较少。2023-2025 年 6 月公司通过股权融资、经营规模的扩大和盈利能力的提升，偿债能力指标显著提升。

综上所述，公司具有良好的偿债能力，生产经营和财务稳健性较强，未面临

较大短期偿债压力，不存在重大债务偿付风险。

4、结合财务状况、经营资金需求、非受限货币资金余额、资金筹措能力、回款情况等，说明是否面临较大的流动性风险，并根据实际情况进行风险揭示

(1) 公司财务状况

报告期各期末，公司货币资金、交易性金融资产、应收款项余额、应付款项、银行借款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
库存现金	0.01	0.01	0.02	5.90
银行存款	4,620.16	5,204.30	3,677.57	373.58
其他货币资金	0.57	1.21	-	-
货币资金小计	4,620.74	5,205.51	3,677.59	379.48
交易性金融资产	1,271.44	-	-	-
应收账款	20,195.24	16,748.33	12,576.86	9,869.56
应收票据	132.19	303.56	236.81	169.50
应收款项融资	3,846.56	4,284.86	2,946.72	1,459.49
应收款项小计	24,173.99	21,336.74	15,760.39	11,498.55
应付账款	3,600.33	3,771.24	3,649.18	2,727.24
应付款项小计	3,600.33	3,771.24	3,649.18	2,727.24
短期借款	2,011.35	2,010.92	1,000.92	1,762.52
长期借款	-	-	-	3,404.33
银行借款小计	2,011.35	2,010.92	1,000.92	5,166.85
银行借款/银行存款	43.53%	38.64%	27.22%	1383.05%

由上表所示，公司报告期各期末货币资金以银行存款为主，总体呈上升趋势。截至 2025 年 6 月 30 日，交易性金融资产系公司购买的安全性高、低风险、稳健性好的理财产品，旨在满足公司各项资金使用需求的基础上，提高资金的使用效率。随着公司业务规模的扩大，经营性应收款项金额逐步增加，对公司营运资金的挤占效应随之增加。同时，由于原材料采购规模扩大，经营性应付款项也逐步增长，增加了公司对营运资金的需求。

银行借款方面，报告期内规模先减后增，主要系公司业务规模增加，资金需

求增加，公司通过银行借款形式补充营运资金；同时，2023 年公司根据资金安排归还长期借款，使得 2023 年期末借款规模较期初减少较多。

（2）经营资金需求

①公司业务规模和客户结构要求公司具有较为灵活、充裕的资金储备

公司成立以来一直专注于注塑模具热流道系统及相关部件研发、设计、生产与销售，主要产品为热流道系统，是热流道注塑模具中核心加热组件系统，广泛应用于汽车车灯、汽车内外饰、3C 消费电子等领域。在销售结算方面，因行业惯例和客户特点，且支付方式中包括银行转账、承兑汇票和应收账款债权凭证等，公司应收款项规模较大。公司报告期各期末应收账款、应收票据及应收款项融资的账面价值合计分别为 11,498.55 万元、15,760.39 万元、21,336.74 万元和 24,173.99 万元，占当期流动资产的比重分别为 76.46%、69.22%、69.81%和 69.73%，应收款项金额相对较大，总体保持在一个相对较高的水平。

在采购方面，由于公司主要原材料为钢材、铜材以及合金贵金属等，其货值较高，需要投入一定的资金进行原材料采购与安全储备。同时公司还需要支付日常经营所需的人员工资、税费、期间费用及制造费用等。因此公司需要具备较为灵活、充裕的资金储备以应对日常运营资金需求。

②公司战略发展规划及长期资产投资的需要

为应对愈加激烈的市场竞争与行业技术水平的快速发展，公司在开拓市场、产品研发、技术升级等方面均需要较大规模的资金投入。公司为持续保持竞争力，进一步实现降本增效，公司近些年对原有的、已不满足生产要求的机器设备进行了改造，并配置了部分新生产设备。报告期内公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 2,719.41 万元、644.59 万元、931.61 万元和 432.46 万元。随着公司业务战略的持续推进，在短期内仍会进一步增加对固定资产的投入，公司对资金仍有较大需求。

（3）非受限货币资金余额

报告期各期末，公司货币资金中非受限资金情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
货币资金	4,620.74	5,205.51	3,677.59	379.48
受限资金	-	-	-	89.43
其中：履约保证金	-	-	-	89.43
非受限资金占货币资金比例	100.00%	100.00%	100.00%	76.43%

公司受限货币资金为 2022 年末 89.43 万元，系履约保证金。

(4) 资金筹措能力

①可自由支配的资金

截至 2025 年 6 月 30 日，公司可自由支配的资金（含交易性金融资产）金额为 5,892.18 万元，部分资金亦将会用于偿还到期的短期借款。

②银行授信额度

公司信贷记录良好，拥有较好的市场声誉，与多家大型金融机构建立了长期、稳定的合作关系。公司报告期各期末均存在尚未使用的银行借款额度，在合理范围内能够有效拓展银行授信额度，故公司可通过银行借款满足资金周转的需求，补足公司营运资金。

③完善应收账款管理制度，加强款项催收，不断强化客户信用管理，保证应收账款回款的及时性。

④优化排产，提高采购管理、存货库存管理能力，提高存货周转率以减少资金占用。

(5) 回款情况

报告期内主要应收账款客户的回款情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	期末应收账款余额	期后回款
2025 年 1-6 月	宁波吉海模具有限公司	930.97	170.18
	浙江永明模具股份有限公司	808.27	151.95
	比亚迪股份有限公司	615.91	521.03
	常州星宇车灯股份有限公司	520.72	-

期间	客户名称	期末应收账款余额	期后回款
	中山市恒滨实业有限公司	493.66	79.65
	小计	3,369.54	922.81
	回款覆盖率	27.39%	
2024 年度	浙江永明模具股份有限公司	712.11	311.95
	台州汇力普模塑有限公司	571.13	486.25
	宁波吉海模具有限公司	529.33	508.18
	比亚迪股份有限公司	502.87	502.87
	台州市点睛模业有限公司	444.76	143.69
	小计	2,760.20	1,952.94
	回款覆盖率	70.75%	
2023 年度	比亚迪股份有限公司	624.30	624.30
	浙江永明模具股份有限公司	588.87	588.87
	台州市点睛模业有限公司	379.50	379.50
	台州汇力普模塑有限公司	369.20	369.20
	浙江凯华模具有限公司	343.61	332.52
	小计	2,305.48	2,294.39
	回款覆盖率	99.52%	
2022 年度	浙江永明模具股份有限公司	588.28	588.28
	常诚车业江苏有限公司	452.92	452.92
	台州市点睛模业有限公司	367.04	367.04
	浙江凯华模具有限公司	330.16	330.16
	深圳市安盛模具有限公司	199.40	199.40
	小计	1,937.80	1,937.80
	回款覆盖率	100.00%	

公司主要客户为汽车主机厂、汽车零部件厂及模具厂等，公司与上述客户合作关系稳定，客户经营状况与回款情况良好。报告期各期末，公司应收账款账龄较短，一年以内的应收账款占比超过 85%，较为稳定。

如上表所示，2022 年末、2023 年末公司主要客户的应收账款期后陆续得到回收。截至 2025 年 8 月 31 日，公司 2024 年末、2025 年 6 月末主要客户的应收账款已回款金额分别为 1,952.94 万元和 922.81 万元，分别占应收账款期末余额的 70.75%和 27.39%，随着期后回款时间的延长，公司期后回款比例将逐步提高，

期后回款情况整体良好。

(6) 说明是否面临较大的流动性风险，是否面临较大的流动性风险

报告期各期末，公司流动比率及速动比率指标符合公司实际情况，且与同行业公司相比无异常情形。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 552.69 万元、-291.16 万元、1,470.66 万元和 1,278.65 万元，经过公司有效的资金管理调整和改善，2024 年经营活动现金流量有所向好，为公司未来的生产经营提供了良好的现金保障。综合考虑公司财务状况、经营资金需求、非受限货币资金余额、资金筹措能力、回款情况等情况，公司整体经营能力较强，与上下游客户均已建立长期稳定的合作关系，公司销售回款正常，债务规模适中，除了有可自由支配的现金保证公司日常运营之外，公司还可通过银行借款满足资金周转的需求，补足公司营运资金。因此，公司目前不存在较大的流动性风险，未来公司将进一步加强应收账款管控和存货管理，提高资金使用效率，确保充裕的流动性储备，继续降低流动性风险。

公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、财务风险”中补充披露如下：

“（四）流动性风险

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 552.69 万元、-291.16 万元、1,470.66 万元和 1,278.65 万元，2023 年公司经营活动产生的现金流量净额为负。未来随着经营规模的扩大，公司资金需求将进一步增加，若公司存在应收账款余额持续增加而销售回款延迟、主要客户因面临较大经营风险而导致应收账款无法收回、因应收款项融资规模不断增加而导致公司流动资金被进一步占用等不利情况，则可能导致公司面临流动性风险，从而对公司财务状况与经营业绩产生不利影响。”

四、保荐机构、申报会计师核查程序及核查意见

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

（1）迪链等应收账款债权凭证终止确认是否合规

①获取并查阅公司票据备查登记簿、应收账款债权凭证备查登记簿，统计票据及应收账款债权凭证背书、贴现金额，分析其结算、背书或贴现对现金流的影响；

②统计并复核因背书或贴现而终止确认的银行承兑汇票的承兑银行以及相应金额，了解承兑银行的信用及期后兑付情况，判断承兑银行是否属于信用等级较高的银行，分析公司对其终止确认是否符合企业会计准则的规定；

③统计各类票据的账龄、坏账准备情况及原因，统计报告期末尚未到期票据的出票人名称、涉及金额及期后兑付或背书情况，分析是否存在无法兑付的风险；

④获取迪链、云信相关协议，了解迪链、云信的业务模式，分析是否具有追索权；了解公司管理票据、应收账款债权凭证的业务模式以及会计核算，判断公司应收款项融资会计核算及财务报表列示、因背书或贴现而终止确认是否符合企业会计准则的相关规定；

⑤了解公司迪链、云信坏账准备计提政策，查询同行业可比公司、其他对比公司迪链、云信相关列报及会计处理、坏账准备计提政策，分析是否与同行业可比公司、其他对比公司存在重大差异，相关坏账准备计提是否充分；

⑥获取发行人制定的票据使用与管理方面内控制度文件，结合公司实际票据使用情况，判断公司票据使用是否规范，内控措施是否得到有效执行；

⑦向管理层了解票据找零出现的具体原因、是否具有真实的交易背景和债权债务关系；复核票据使用不规范的金额；检查公司具体整改措施及执行情况。

(2) 应收款项余额较大且占营业收入比例较高的合理性

①访谈公司相关人员，了解应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例较高的原因及是否存在持续上升的趋势、是否存在回款速度趋缓等不利变化；

②查阅同行业可比公司及其他对比公司的定期报告和招股说明书等公开资料，对比分析应收款项占营业收入比例；

③查阅报告期内主要客户合同或订单的信用条款，了解公司主要客户的信用政策变动情况，查阅同行业可比公司及其他对比公司的定期报告和招股说明书等公开资料，对比分析应收账款周转率；

④询问公司销售相关人员，了解公司对应收款的回收管理、考核制度及执行效果；

⑤获取公司应收账款坏账准备计提政策，查阅同行业可比公司及其他对比公司的应收账款坏账准备计提情况，并对比分析，对于相关应收款项（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）坏账准备计提情况进行按同行业可比公司及其他对比公司坏账准备计提政策模拟测算，分析公司是否仍满足发行上市条件；

⑥获取公司报告期各期末应收账款余额表，核查前十应收余额客户余额、账龄、坏账准备计提及回款情况，分析坏账准备计提是否充分；

⑦询问公司销售相关人员，了解前十应收客户的经营情况，并通过公开渠道查询相关客户是否存在经营风险；

⑧获取报告期各期末应收账款逾期明细，了解报告期各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提是否充分、催款计划；获取公司各期销售回款明细表，核查各期末逾期应收账款期后回款情况；询问公司对逾期收款的管理制度、催收情况及执行效果；

⑨查阅《招股说明书》，复核公司是否在招股说明书中进一步完善关于应收账款余额较大的风险，并进行有针对性的重大事项提示与风险揭示。

（3）经营活动现金流量净额与净利润差异较大

①获取公司管理层编制现金流量表的基础资料，复核公司现金流量表的编制过程，对现金流量各项目与相关科目的勾稽关系进行核查，对公司经营活动现金流量净额与当期净利润进行匹配，对现金流量各项目的变动趋势及业绩增长的合理性进行分析；

②了解公司经营活动现金流量变动的原因和合理性；

③检查主要供应商、客户的合同或订单，了解主要供应商、客户的结算方式、结算周期；

④查阅同行业可比公司经营活动现金流量及净利润情况，并与公司进行对比分析，分析公司报告期内经营性活动现金流量与净利润的差异原因和合理性；

⑤获取公司银行借款明细表、借款合同、票据台账等相关资料，对银行借款

进行函证，核查报告期内公司借款及偿还的情况；

⑥询问公司相关人员，了解公司短期偿债压力、流动性风险事项。

2、核查意见

（1）迪链等应收账款债权凭证终止确认是否合规

①银行承兑汇票承兑人主要为大型银行，具有较高的信用，到期不获支付的可能性较低，公司因背书或贴现而终止确认的银行承兑汇票的会计处理符合企业会计准则的规定，票据背书或贴现的相关会计处理准确；

②根据迪链、云信相关协议，受让人成为新债权凭证的持单人，应收款项融资背书、贴现满足终止确认条件；应收款项融资会计核算及财务报表列示符合企业会计准则的相关规定，与同行业公司和其他对比公司不存在重大差异，坏账准备计提谨慎、充分；

③公司银行承兑汇票、应收账款债权凭证背书转让及贴现时即终止确认应收票据和应收账款债权凭证；银行承兑汇票和应收账款债权凭证背书转让不涉及现金的流入流出，不影响现金流；银行承兑汇票和应收账款债权凭证贴现时存在现金流入，计入经营活动产生的现金流量；商业承兑汇票、财务公司承兑汇票，背书转让及贴现时均不终止确认应收票据，待到期兑付时终止确认；商业承兑汇票、财务公司承兑汇票背书转让不涉及现金的流入流出，不影响现金流；商业承兑汇票、财务公司承兑汇票贴现存在现金流入，计入筹资活动产生的现金流量；

④2022 年度和 2023 年度，公司因票据收支的票面金额不匹配，存在与供应商、客户进行票据找零的情形，涉及到的客户或供应商与公司具有真实的交易背景和债权债务关系，上述票据均已到期正常承兑；公司已建立完善的内控制度并严格遵守、积极整改，以杜绝此类不规范事项的再次发生，2024 年起，公司未再发生票据找零行为；除票据找零外，公司不存在其他无真实交易背景的票据融资、向非金融机构贴现等票据或应收账款债权凭证使用不规范的情形。

（2）应收款项余额较大且占营业收入比例较高的合理性

①公司应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例较高主要系行业惯例和客户特点导致，应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入

入的比例不存在持续上升的趋势，不存在因回款速度趋缓等不利变化。公司应收票据、应收账款和应收款项融资之和占营业收入的比例高于同行业可比公司和其他对比公司平均值，与其他对比公司曼恩斯特较为接近，主要系产品结构及产业链位置差异导致，公司应收款项规模较大较为符合下游行业特性；

②报告期内公司信用政策、信用条件保持稳定，不存在放松信用政策刺激销售的情况。公司应收账款周转率低于同行业可比公司和其他对比公司，主要系产品结构不同且应用领域有所差异，以及在产业链位置有所差异。公司重视应收账款管理，对于提高应收账款周转率采取了积极的应对措施，2024 年应收账款周转率较 2023 年提高；

③公司应收账款坏账准备计提比例 1 年以内高于同行业可比公司及其他对比公司平均数，2 年以上计提比例均低于同行业可比公司及其他对比公司，主要系：①公司应收账款各账龄段坏账准备计提比例均不低于根据账龄迁徙率确定的预期信用损失率；②公司应收账款余额以 1 年以内为主，公司针对 1 年以内应收账款的坏账准备的计提比例较同行业可比公司及其他对比公司更为谨慎。公司根据麦士德福坏账准备计提比例测算得到的应收账款坏账准备金额各期均小于公司坏账准备计提金额，公司根据其他对比公司平均坏账准备计提比例测算得到的应收账款坏账准备金额 2022 年小于公司坏账准备计提金额，2023 年和 2024 年略高于公司坏账准备计提金额。经模拟测算，按同行业可比公司及其他对比公司坏账准备计提比例对相关应收款项（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）计提坏账准备后，公司各期净利润（归母或归母扣非后净利润）、加权平均净资产收益率变动较小，仍满足发行上市条件；

④报告期内，公司前十大客户经营状况正常，目前不存在被列入被执行人或失信被执行人的情形。报告期各期末，公司前十大客户应收账款账龄大部分在 1 年以内，公司对其应收账款坏账计提充分，不存在应单项计提坏账准备但未计提的情形；

⑤公司各期末逾期应收账款余额占比较高的原因主要系公司热流道系统产品下游应用领域主要为汽车行业，由于终端汽车产品的生产周期较长，终端厂商的付款进度通常较慢，从而影响了行业整体上游厂商的回款情况，符合行业惯例。报告期内，公司对逾期款项进行加强催收，逾期应收款持续收回，公司回收应收

账款内控制度执行有效；

⑥公司已进一步完善招股说明书中关于应收账款余额较大的风险，进行有针对性的重大事项提示与风险揭示。

(3) 经营活动现金流量净额与净利润差异较大

①公司净利润和经营活动现金流量净额存在差异，主要系报告期内随着公司经营规模的扩大，公司应收账款余额增加，同时因公司热流道系统产品下游应用领域主要为汽车行业，终端汽车产品的生产周期较长，终端厂商的付款进度较慢，导致公司回款进度较慢；且客户回款较多通过票据支付方式，因此期末应收款项余额规模较大，符合实际经营情况；

②公司经营活动现金流量净额与净利润差异，高于同行业可比公司，介于其他对比公司之间，差异具有合理性，报告期内业绩增长真实、合理；

③报告期内公司新增借款为银行借款，主要用于补充营运资金；公司未面临较大短期偿债压力，不存在重大债务偿付风险；

④公司目前财务状况良好，经营业绩持续增长，应收账款期后回款情况较好，公司具有较强的资金筹措能力，可以满足经营资金需求，不存在较大的流动性风险，公司已根据实际情况进行风险揭示。

(二) 说明各期对应收款项（包括应收票据、应收账款、应收款项融资）的发函数量、金额及占比，回函数量、金额及占比，回函不符的具体金额及原因，回函不符、未回函的替代核查程序及占比，说明替代测试开展的完整性、有效性

1、应收账款发函数量及金额、占比，回函数量及金额、占比，回函不符、未回函替代测试金额、占比

单位：万元、家

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款余额 (a)	21,561.61	17,864.83	13,525.55	10,582.12
应收账款发函金额 (b)	17,682.97	14,177.14	11,189.36	8,565.41
发函数量	164	148	199	199
发函比例 (c=b/a)	82.01%	79.36%	82.73%	80.94%
回函金额 (d)	15,391.28	12,219.92	9,927.65	7,600.57

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
回函数量	137	123	180	180
回函比例 (e=d/b)	87.04%	86.19%	88.72%	88.74%
回函相符金额 (f) [注]	15,289.97	12,035.24	9,694.84	7,507.34
回函相符比例 (g=f/b)	86.47%	86.19%	88.72%	88.74%
回函不符金额 (h)	101.31	184.68	232.81	93.23
未回函金额 (i)	2,291.70	1,957.22	1,261.71	964.84
未回函和回函不符 金额 (j=h+i)	2,393.00	2,141.90	1,494.52	1,058.07
未回函和回函不符 替代测试金额 (k)	2,393.00	2,141.90	1,494.52	1,058.07
未回函和回函不符 替代测试比例 (l=k/j)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：指客户发票入账时间差等原因导致的客户回函盖章不符，经核查收入确认无误的视同回函相符

2、回函不符的具体金额及原因

报告期各期，回函不符金额分别为 93.23 万元、232.81 万元、184.68 万元和 101.31 万元，主要原因系未开票部分暂估差异等。

3、回函不符、未回函的替代核查程序

针对各期末回函或回函不符客户，履行如下替代性程序：

(1) 针对回函不符的客户，了解回函差异金额及原因，核实差异情况对应的收入确认资料等；

(2) 针对未回函的客户，检查其相关销售合同、订单、送货单等资料，并检查期后回款情况。

综上，各期末回函或回函不符客户采取的替代测试程序完整、有效。

（三）核查公司各期末应收款项的期后回款或兑付情况，公司是否存在应收款项无法收回风险，并结合应收款项期后回款或兑付情况核查收入的真实性，是否存在提前确认收入的情形，应收款项余额较高是否符合行业特点，并发表明确意见

1、核查程序

（1）检查原始凭证及后附银行回单、票据备查簿等相关资料，复核公司应收账款、应收票据及应收款项融资的期后回款和兑付情况，分析应收款项的可收回性；

（2）了解公司各类产品收入确认的具体政策，分析是否符合企业会计准则的规定；通过对公司收入执行细节测试、截止测试等程序核查收入确认是否真实以及是否存在提前确认收入的情形；

（3）查阅同行业可比公司及其他对比公司的定期报告和招股说明书等公开资料，与其对比应收账款余额占比，分析应收账款余额较高是否符合行业特点。

2、核查过程

（1）公司期后回款情况整体良好，应收款项无法收回的风险较小

报告期各期末，公司应收款项的期后回款或兑付情况如下：

单位：万元

类型	项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
应收账款	应收账款期末余额	21,561.61	17,864.83	13,525.55	10,582.12
	应收账款期后回款金额[注]	4,620.06	12,501.53	13,219.46	10,523.99
	应收账款期后回款金额比例	21.43%	69.98%	97.74%	99.45%
应收票据及应收款项融资	应收票据期末余额	139.81	324.42	253.44	197.92
	应收款项融资期末余额	4,028.59	4,436.43	3,039.58	1,486.98
	期后到期托收金额	1,116.82	2,759.46	1,903.47	603.08
	期后背书转让金额	141.87	1,548.84	1,389.55	666.34
	期后贴现金额	685.81	452.56	-	415.48
	背书、贴现、托收金额占比	46.65%	100.00%	100.00%	100.00%

注：期后回款金额为截至 2025 年 8 月 31 日回款金额

由上表可知，应收账款各期余额期后回款比例为 99.45%、97.74%、69.98%

和 21.43%，2022-2024 年应收票据及应收款项融资期后均已背书、贴现或托收，2025 年 6 月底应收票据及应收款项融资余额的期后背书、贴现、托收比例为 46.65%，期后回款情况良好。

(2) 是否存在提前确认收入的情形

公司根据客户签收日期结合合同约定的异议期作为收入确认时点具有合理性，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的收入确认条件，公司收入政策的实际执行情况符合企业会计准则要求，不存在提前确认收入的情形。

(3) 应收款项余额较高是否符合行业特点

公司应收款项规模较大符合下游行业特性，具体详见本问询函回复之“问题 3”之“二、”之“（一）”之“2、是否符合行业特点，与可比公司是否存在较大差异”之回复。

3、核查意见

经核查，公司应收款项无法收回的风险较小，各期末应收款项期后回款或兑付等情况良好，不存在提前确认收入的情形，公司应收款项规模较大符合下游行业特性。

(四) 对比同行业可比公司核查公司应收款项坏账准备（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）的计提政策及依据，对报告期应收款项坏账准备计提政策是否谨慎、坏账准备计提是否充分发表明确意见

公司对商业承兑汇票、应收账款债权凭证根据票据的信用风险特征划分组合，确定预期信用损失率并计提预期信用损失，对比同行业可比公司及其他对比公司不存在显著差异。

报告期内，公司应收款项坏账准备计提政策谨慎、坏账准备计提充分。

(五) 核查报告期内通过票据、应收账款债权凭证结算的总金额，与现金流及销售、采购是否勾稽一致，并发表明确意见

1、核查程序

(1) 获取公司应收票据备查簿，与账面记录进行核对，了解票据往来的业务性质；

(2) 复核应收票据结算与现金流量表“销售商品、提供劳务收到的现金”和“购买商品、接受劳务支付的现金”之间的勾稽关系。

2、核查过程

(1) 与现金流及销售勾稽情况

报告期内，公司通过票据、应收账款债权凭证结算的总金额，与现金流量及销售的勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	14,699.31	23,446.54	16,839.04	14,256.81
加：销项税及其他调整项	1,735.29	3,275.58	2,311.69	1,948.54
应收票据减少额（期初-期末）	184.62	-70.98	-55.52	-128.92
应收账款减少额（期初-期末）	-3,696.78	-4,339.28	-2,943.43	-3,991.55
应收款项融资减少额（期初-期末）	407.85	-1,396.86	-1,552.60	-1,366.18
合同负债增加额（期末-期初）	30.58	5.86	-57.78	29.43
以票据背书支付货款	-3,767.95	-4,901.40	-3,387.97	-3,096.91
以票据背书支付购建长期资产款	-245.59	-1,510.96	-1,787.49	-407.70
应收款项融资贴现息	-32.64	-23.90	-43.19	-30.81
销售商品、提供劳务收到的现金	9,314.85	14,484.59	9,322.75	7,212.71

经核查，从营业收入出发，考虑应收票据、应收账款、应收款项融资、应收票据背书等科目变动，可以推算出销售商品、提供劳务收到的现金流，具有勾稽关系。

(2) 与现金流及采购勾稽情况

报告期内，公司通过票据、应收账款债权凭证结算的总金额，与现金流量及采购的勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业成本	7,303.40	11,501.59	7,548.30	6,251.89
加：进项税及其他调整项	528.55	1,099.61	721.18	736.26
存货增加额（期末-期初）	494.92	695.92	466.49	129.75

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
预付账款增加额（期末-期初）	-0.86	-10.28	-65.70	-98.36
应付账款减少额（期初-期末）	170.91	-122.06	-921.94	644.51
本期成本中薪酬、折旧及摊销等费用	-3,298.57	-5,673.59	-3,386.88	-2,334.53
以票据背书支付货款	-3,767.95	-4,901.40	-3,387.97	-3,096.91
应付账款非经营性减少额调整	-138.03	-713.51	909.75	-890.40
研发费用领用材料金额	119.81	248.03	225.90	184.56
购买商品、接受劳务支付的现金	1,412.17	2,124.30	2,109.12	1,526.75

经核查，从营业成本出发，考虑应付账款、存货、预付账款、应收票据背书等科目变动，可以推算出购买商品、接受劳务收到的现金流，具有勾稽关系。

综上，公司报告期内通过票据、应收账款债权凭证结算的总金额与现金流及销售、采购勾稽一致。

（六）按照《2 号指引》2-22 应收款项减值的相关要求进行核查，并发表明确意见

1、根据预期信用损失模型，公司可依据包括客户类型、商业模式、付款方式、回款周期、历史逾期、违约风险、时间损失、账龄结构等因素形成的显著差异，对应收款项划分不同组合分别进行减值测试

报告期内，公司依据票据类型、账龄结构等因素形成的显著差异，对应收款项划分不同组合分别进行减值测试。对信用风险与组合信用风险显著不同的应收款项，公司按单项计提预期信用损失。

公司按信用风险特征组合对应收账款计提预期信用损失，具体计量方法如下：

组合类别	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑 汇票	票据类型	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收商业承兑 汇票		
应收财务公司 承兑汇票		
应收账款债权 凭证		
应收账款—— 账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

账龄组合的账龄与预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率（%）
1 年以内（含，下同）	5.00
1-2 年	10.00
2-3 年	30.00
3-4 年	50.00
4-5 年	80.00
5 年以上	100.00

2、公司评估预期信用损失，应考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，并说明预期信用损失的确定方法和相关参数的确定依据

以公司 2022-2024 年度应收账款余额变动情况，按账龄迁徙率模型测算的预期信用损失率过程如下：

账龄	迁徙率（%）					计算的预期信用损失率		公司坏账计提比例（%）
	2024 年度	2023 年度	2022 年度	平均	序号	计算公式	损失率（%）	
1 年以内	13.52	15.38	7.97	12.29	A	$a=A*B*C*D*E*F$	0.05	5
1-2 年	3.82	6.04	5.96	5.27	B	$b=B*C*D*E*F$	0.37	10
2-3 年	52.83	28.60	9.03	30.15	C	$c=C*D*E*F$	7.01	30
3-4 年	18.84	54.64	44.54	39.34	D	$d=D*E*F$	23.24	50
4-5 年	33.33	77.89	65.99	59.07	E	$e=E*F$	59.07	80
5 年以上	100.00	100.00	100.00	100.00	F	$f=F$	100.00	100

由上表可知，公司按账龄组合计提的坏账准备比例均不低于按迁徙率测算的预期信用损失率，公司应收账款的坏账准备计提充分。

3、如果对某些单项或某些组合应收款项不计提坏账准备，公司应充分说明并详细论证未计提的依据和原因，是否存在确凿证据，是否存在信用风险，账龄结构是否与收款周期一致，是否考虑前瞻性信息，不应仅以欠款方为关联方客户、优质客户、政府工程客户或历史上未发生实际损失等理由而不计提坏账准备

公司不存在对某些单项或某些组合应收款项不计提坏账准备的情形。

4、公司重要客户以现金、银行转账以外方式回款的，应清晰披露回款方式

报告期内，公司重要客户主要以承兑汇票、应收账款债权凭证及银行转账方式回款，不存在以现金方式回款的情形。

对于公司收到的承兑汇票及数字化债权凭证，公司已在应收票据、应收款项融资科目下核算及列示，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月 30日	2024年12月 31日	2023年12月 31日	2022年12月 31日
应收票据	139.81	324.42	253.44	197.92
其中：商业承兑汇票	91.53	175.71	138.76	8.00
财务公司承兑汇票	48.27	148.71	114.68	189.92
应收款项融资	4,028.59	4,436.43	3,039.58	1,486.98
其中：银行承兑汇票	1,071.03	2,340.21	1,625.69	1,126.00
应收账款债权凭证	2,957.56	2,096.23	1,413.89	360.98

5、公司应清晰说明应收账款账龄的起算时点，分析披露的账龄情况与实际是否相符；应收账款初始确认后又转为商业承兑汇票结算的或应收票据初始确认后又转为应收账款结算的，公司应连续计算账龄并评估预期信用损失；应收账款保理业务，如为有追索权债权转让，公司应根据原有账龄评估预期信用损失

报告期内，公司应收账款账龄自款项实际发生的月份起算，披露的账龄情况与实际相符。报告期各期末，公司应收账款账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄	2025年6月 30日	2024年12月 31日	2023年12月 31日	2022年12月 31日
1年以内	19,076.06	16,076.52	11,830.34	9,922.01
1-2年	2,295.61	1,646.96	1,571.23	490.28
2-3年	149.42	98.07	45.60	56.97
3-4年	38.70	29.53	11.06	34.49
4-5年	1.63	2.44	14.47	25.89
5年以上	0.20	11.32	52.85	52.49
合计	21,561.62	17,864.83	13,525.55	10,582.12

6、公司应参考同行业可比公司确定合理的应收款项坏账准备计提政策；计提比例与同行业可比公司存在显著差异的，应在招股说明书中披露具体原因

应收款项坏账准备计提情况与同行业可比上市公司的对比分析详见本问询函回复之“问题3”之“四、”之“（四）对比同行业可比公司核查公司应收款项坏账准备（包括应收账款、应收票据、应收款项融资）的计提政策及依据，对报告期应收款项坏账准备计提政策是否谨慎、坏账准备计提是否充分发表明确意见”之回复。

7、核查程序

（1）了解公司主要客户的信用政策、结算方式、交易内容等情况以及应收账款欠款客户类型、客户经营情况、期后回款情况及相关款项跟进情形，了解应收账款催收具体措施及执行情况，了解公司是否建立完善有效的应收账款管理体系；

（2）了解公司应收账款坏账准备计提政策、预期信用损失确认有关的内部控制制度；

（3）了解公司是否对某些单项或某些组合应收款项不计提坏账准备，若有，则进一步询问原因并判断是否合理；

（4）对报告期重要客户的回款方式进行核查，判断回款方式是否合理；

（5）获取公司报告期各期末应收账款明细表、应收票据备查簿、应收款项融资备查簿，复核报告期各期末应收款项余额、账龄情况、坏账准备计提情况等；

（6）查阅同行业可比公司及其他对比公司定期报告和招股说明书等公开资料，对比分析公司与同行业可比公司及其他对比公司的应收款项坏账准备计提政策、应收款项账龄结构以及应收款项坏账准备计提比例，分析公司坏账准备计提政策的恰当性。

8、核查意见

（1）公司对信用风险显著不同的金融资产单项评价信用风险；除单项计提外，其余的应收款项均参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收款项账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信

用损失，相关划分合理；

（2）公司已考虑所有合理且有依据的信息评估预期信用损失，相关测算参数合理；

（3）公司不存在对某些单项或某些组合应收款项不计提坏账准备的情形；

（4）报告期内，公司重要客户主要以承兑汇票、应收账款债权凭证及银行转账方式回款，不存在以现金方式回款的情形；

（5）报告期内，公司应收账款账龄自款项实际发生的月份起算，披露的账龄情况与实际相符；报告期内，公司应收账款初始确认后又转为商业承兑汇票结算的，公司自相关应收款项初始发生之日起连续计算账龄，并评估预期信用损失。公司不存在应收票据初始确认后又转为应收账款结算的情形；报告期内，公司不存在应收账款保理业务；

（6）公司对应收款项坏账准备计提政策与同行业可比公司及其他对比公司不存在显著差异。

问题 4：高毛利率的合理性及核查充分性

根据申请文件及公开信息：（1）报告期内，发行人主要供应商如江苏圣卓宇模具技术有限公司、宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司、杭州龙维液压科技有限公司、科裕精密工业（苏州）有限公司、绍兴市上虞明亮铜铝制管厂等存在经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少甚至为 0 的情形。（2）发行人采购的主要原材料包括钢材、铜材、合金、电磁阀、加热元器件等，报告期各期，发行人直接材料成本占营业成本的比例呈下降趋势，直接人工及售后服务费用占营业成本的比例呈明显上升趋势。（3）发行人仅选取麦士德福作为同行业可比公司，报告期各期，发行人主要产品热流道系统毛利率分别为 56.44%、55.38%和 50.87%，高于可比公司同类产品的毛利率水平。

（1）主要供应商规模较小的合理性及原材料采购价格公允性。请发行人说明：①报告期各期主要供应商的基本情况，包括供应商名称、类型（贸易商/生产厂商）、成立时间、注册资本、实缴资本、控股股东、实际控制人、员工人数及参保人数、主营业务及规模、与发行人合作时间、采购金额及占比情况，供应商为贸易商的，说明终端供应商的名称及基本情况、通过贸易商采购的原

因。②主要供应商经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的原因，发行人向其采购的原因及合理性，是否存在刚成立即成为发行人主要供应商或仅为发行人服务的情形，原材料采购金额与供应商经营规模是否匹配，前述供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来。③报告期内各类原材料采购金额及占比变动的原因，说明主要原材料采购、耗用、生产与销售的匹配性，结合前述情况分析直接材料成本占比逐年降低的合理性。④报告期内主要原材料采购价格的公允性、变动的原因及合理性，与公开市场价格是否一致，向不同供应商采购同类产品价格是否存在较大差异。

(2) 成本构成变动较大的原因。请发行人：①分母公司、子公司莱瑟塔、合并口径说明报告期内生产人员数量、人均薪酬变动情况、与同行业或同地区工资水平的比较情况，各期生产人员人数与产品产量的匹配性，结合前述情况分析 2023 年及 2024 年直接人工成本大幅增长的原因及合理性。②说明发行人与客户之间关于售后服务的具体约定及实际执行情况，售后服务费的计提原则、比例，与可比公司的计提方法及比例是否存在较大差异，目前计提金额能否覆盖每年实际支出，售后服务费计提是否充分。③结合子公司莱瑟塔在建工程转固后生产线的折旧情况和发行人各期新增机器设备的情况，说明 2023 年及 2024 年营业成本中制造费用大幅增长的真实合理性。④说明各期发行人营业成本构成和可比公司是否存在较大差异，各期主要原材料单耗水平、产品单位能源耗用是否存在异常变动、与可比公司水平是否存在较大差异。

(3) 主要产品毛利率高于可比公司的合理性及持续性。请发行人：①说明可比公司选取的标准及选取标准是否合理，仅选取麦士德福作为可比公司是否充分，若否，请修改可比公司的选择。②量化分析各期汽车车灯热流道系统毛利率明显高于汽车内外饰热流道系统毛利率的原因，汽车车灯热流道系统较汽车内外饰热流道系统所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂的具体表现。③说明发行人产品单价与国内外主要竞争对手单价的比较情况，结合发行人的产品技术含量、行业地位、市场占有率、发行人所处行业整体毛利率情况、产业链不同位置毛利率水平等，说明发行人产品保持高毛利率的合理性。④结合报告期各期产品结构变动、平均单位售价和单位成本变动等，说明汽车车灯热流道系统毛利率与汽车内外饰热流道系统毛利率变动趋势不一致的原因，不同产

品单位成本变动趋势与主要原材料价格变动是否匹配。⑤说明随着汽车内外饰热流道系统销售规模的增长及占比提高，发行人毛利率是否存在下降趋势，发行人高毛利率是否可持续。⑥结合前述情况，进一步完善招股说明书中关于毛利率下降的风险，进行有针对性的重大事项提示与风险揭示。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对主要供应商采购真实性、原材料采购价格公允性、毛利率高于可比公司真实合理性的核查程序、核查比例和核查结论。

回复：

一、主要供应商规模较小的合理性及原材料采购价格公允性

（一）报告期各期主要供应商的基本情况，包括供应商名称、类型（贸易商/生产厂商）、成立时间、注册资本、实缴资本、控股股东、实际控制人、员工人数及参保人数、主营业务及规模、与发行人合作时间、采购金额及占比情况，供应商为贸易商的，说明终端供应商的名称及基本情况、通过贸易商采购的原因

报告期各期，公司主要（前五大）供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

2025年1-6月				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占比
1	江苏圣卓宇模具技术有限公司	钢材等	393.13	11.25%
2	宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司	钢材等	335.79	9.61%
3	江苏华东三和兴模具材料有限公司	钢材类	207.02	5.92%
4	杭州龙维液压科技有限公司	换向阀、减压阀等驱动组件等	185.83	5.32%
5	绍兴市上虞明亮铜铝制管厂	铜管等	165.46	4.74%
合计			1,287.24	36.84%
2024年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占比
1	宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司	钢材等	653.26	12.67%
2	江苏圣卓宇模具技术有限公司	钢材等	612.54	11.88%
3	杭州龙维液压科技有限公司	换向阀、减压阀等驱动组件等	256.15	4.97%
4	绍兴市上虞明亮铜铝制管厂	铜管等	245.78	4.77%

5	宁波高新区诺科密封科技有限公司	密封圈等	237.95	4.61%
合计			2,005.68	38.89%
2023年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占比
1	宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司	钢材等	385.08	10.77%
2	科裕精密工业（苏州）有限公司	钢材等	341.85	9.56%
3	杭州龙维液压科技有限公司	换向阀、减压阀等驱动组件等	152.60	4.27%
4	绍兴市上虞明亮铜铝制管厂	铜管等	147.35	4.12%
5	宁波高新区诺科密封科技有限公司	密封圈等	137.08	3.83%
合计			1,163.97	32.56%
2022年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占比
1	宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司	钢材等	561.20	17.13%
2	东莞市志信模具钢材有限公司	钢材等	198.52	6.06%
3	绍兴市上虞明亮铜铝制管厂	铜管等	113.55	3.47%
4	杭州龙维液压科技有限公司	换向阀、减压阀等驱动组件等	111.85	3.41%
5	宁波高新区诺科密封科技有限公司	密封圈等	103.86	3.17%
合计			1,088.97	33.25%

公司上述各期主要供应商的基本情况具体如下：

序号	公司名称	类型	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	控股股东、实际控制人	员工人数及参保人数	主营业务及规模	与发行人合作时间
1	宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司	生产商	2006-12-29	150.00	150.00	林建飞、唐淑花夫妇	60人	从事钢材加工处理、销售，2024年销售额1.5亿元	2015年
2	江苏圣卓宇模具技术有限公司	生产商	2016-08-26	1,000.00	1,000.00	郑国烨	50人	从事金属制品生产、销售，2024年销售额8,000万元	2019年
3	科裕精密工业（苏州）有限公司	生产商	2021-12-21	200.00	-	叶书雷	少于10人	从事钢材加工处理、销售，2024年销售额约350万元	2022年
4	东莞市志信模具钢材有限公司	生产商	2006-04-19	200.00	200.00	吴海英	30人	从事钢材销售，2023年销售额约5,000万元	2015年
5	宁波高新区诺科密封科技有限公司	贸易商	2010-07-08	50.00	50.00	王志权	10人，参保人数7人	从事密封件、密封材料、橡塑密封制品的研发、批发与零售，2024年销售额约1,500万元	2014年
6	绍兴市上虞	生产商	2002-04-	20.00	20.00	夏夫	少于10人	从事铜、铝管、金属制品制造	2010年

序号	公司名称	类型	成立时间	注册资本 (万元)	实缴资本 (万元)	控股股东、实际控制人	员工人数及参保人数	主营业务及规模	与发行人合作时间
	明亮铜铝制管厂		10					加工与销售, 2024年销售额约1,500万元	
7	杭州龙维液压科技有限公司	贸易商	2011-04-20	200.00	50.00	常凤英	少于10人	从事液压动力机械及元件销售, 2024年销售额约1,200万元	2022年
8	江苏华东三和兴模具材料有限公司	生产商	2013-01-08	2,000.00	2,000.00	郭志雄	超过400人	从事金属制品生产、销售, 2024年销售额约10亿元	2024年

上述主要供应商中宁波高新区诺科密封科技有限公司、杭州龙维液压科技有限公司为贸易商，公司通过其分别采购的材料为赫莱特外资品牌的密封件和榆次油研品牌的液压阀等原材料，上述品牌均为国内外知名品牌，由于这些品牌在各地地区通常采用经销代理商或贸易商等渠道进行销售，且公司采购体量较小，整体为分批次采购，因此公司通过贸易商进行采购符合行业惯例，具有合理性。

公司向宁波高新区诺科密封科技有限公司、杭州龙维液压科技有限公司采购原材料分别对应的终端供应商基本信息如下：

公司通过宁波高新区诺科密封科技有限公司主要采购的是赫莱特品牌密封件，终端供应商是赫莱特密封科技（上海）有限公司，成立于 2005 年 8 月 8 日，注册地位于上海市嘉定工业区兴荣路 785 号，是由 J.H.FENNER & CO.（ADVANCED ENGINEERED PRODUCTS）LIMITED（英国密封件制造厂商）全资控股的外商独资企业。该公司专注于特种密封材料（含高速油封材料）、液压气动密封件的研发、制造及配套贸易，持有 19 项专利技术，其中 2024 年研发的 V 形组合密封件专利有效解决了液压油泄漏问题。截至 2023 年，其员工规模为 66 人，属于高新技术企业、专精特新中小企业。

公司通过杭州龙维液压科技有限公司主要采购的是榆次油研电磁阀驱动组件，终端供应商是太重集团榆次液压工业有限公司，系太原重型机械集团有限公司的全资子公司，总部位于山西省转型综改示范区榆次工业园区，作为高新技术企业，拥有国家企业技术中心，设有博士后科研工作站，在高端液压产品设计、机电液一体化控制等技术领域名列行业前茅。根据官网信息，其拥有铸造（热处理）、液压泵、液压阀、液压系统四个分公司，长治、济南、上海建有研发、制造一体化的子公司，年生产能力达到液压元件 300 万件、液压系统 4 万套、各类

铸件 3.5 万吨，产品包括高压柱塞泵、叶片泵、齿轮泵、液压阀、液压马达、油缸、集成液压系统以及各类铸件等产品，广泛应用于工程机械、农业机械、交通运输（机车、轨道交通、船舶）、石油机械、冶金钢铁、煤炭矿山、海洋工程、航空航天、水利电力、机床行业、化工设备等领域。曾为三峡工程、南水北调、板坯连铸连轧和宽板热连轧生产线国产化等国家重点项目提供产品。

综上所述，公司上述贸易商类型供应商的终端供应商均系国内外知名品牌企业，公司通过上述企业的代理商或贸易商企业采购具有合理性。

（二）主要供应商经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的原因，发行人向其采购的原因及合理性，是否存在刚成立即成为发行人主要供应商或仅为发行人服务的情形，原材料采购金额与供应商经营规模是否匹配，前述供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来

1、主要供应商经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的原因，发行人向其采购的原因及合理性

公司钢材类主要供应商（如宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司、江苏圣卓宇模具技术有限公司等）、密封件供应商（如宁波高新区诺科密封科技有限公司）、铜管供应商（如绍兴市上虞明亮铜铝制管厂）、电磁阀供应商（如杭州龙维液压科技有限公司）等，均为来自华东地区的中小企业，主要系以机加工形式或贸易商模式为主要经营模式。

首先，从市场环境来看，上述供应商所涉及的模具钢、铜管、密封件及电磁阀等原材料，均处于成熟度较高的完全竞争市场。华东地区已形成以“贸易+机加工”为主要运营模式的中小企业群体，此类企业普遍采用轻资产运营策略，人员配置精简，因此其注册资本、实缴资本及参保人数均维持在较低水平，这一特征属于行业常态的正常市场现象，并非异常情况。

其次，从公司生产需求角度分析，公司热流道系统生产具有高度定制化特点，呈现“小批量、多批次、短交期”的生产模式特征，这就决定了在采购环节中，对供应商的交货速度、服务质量和价格的敏感性要高于对其资本体量的要求。而上述华东地区的中小企业，基于经济实用性原则，在设备性能满足需求的前提下，

凭借规模较小带来的决策链短、排产灵活、服务紧密等优势，能够在同等质量标准下实现更快交付与更低采购成本，很好地契合了公司中小规模、多批次的采购需求，具有更高的经济性。

此外，在供应链稳定性及风险管控方面，相关原材料市场呈现供应充足、价格透明的特点，因此单个供应商的规模与持续供货能力关联性较弱。同时，公司已构建较为严格的供应商准入与考评机制，通过对供应商的供应能力、产品质量、市场信誉等维度实施综合评估，通过制度有效保障供应连续性与质量稳定性。

综上所述，公司主要供应商的行业地位及规模与其合作稳定性、可持续性的关联度较低，公司与该类供应商开展业务往来具备合理性。因此，公司向经营规模较小、实缴资本较低、参保人数较少的供应商进行采购，是基于行业特性、企业自身需求及内部风控体系的综合决策，具有合理性。

2、是否存在刚成立即成为发行人主要供应商或仅为发行人服务的情形，原材料采购金额与供应商经营规模是否匹配，前述供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来

报告期内，公司主要供应商包括宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司、江苏圣卓宇模具技术有限公司、科裕精密工业（苏州）有限公司等七家企业。报告期内，公司主要供应商相关情况如下：

序号	公司名称	成立时间	成为报告期内前五大供应商期间	成为主要供应商当年的经营规模情况
1	宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司	2006-12-29	2022年、2023年、2024年、2025年1-6月	2022-2025年6月年平均销售额超过1.2亿元
2	江苏圣卓宇模具技术有限公司	2016-08-26	2024年、2025年1-6月	2024-2025年6月年平均销售额超过8,000万元
3	科裕精密工业（苏州）有限公司	2021-12-21	2023年	2023年销售额约750万元
4	东莞市志信模具钢材有限公司	2006-04-19	2022年	2022年销售额约5,000万元
5	宁波高新区诺科密封科技有限公司	2010-07-08	2022年、2023年、2024年	2022-2024年年平均销售额约1,300万元
6	绍兴市上虞明亮铜铝制管厂	2002-04-10	2022年、2023年、2024年、2025年1-6月	2022-2025年6月年平均销售额约1,600万元
7	杭州龙维液压科技有限公司	2011-04-20	2022年、2023年、2024年、2025年1-6月	2022-2025年6月年平均销售额约1,000万元
8	江苏华东三和兴模具材料有限公司	2013-01-08	2025年1-6月	2025年1-6月销售额约6亿元

从整体合作背景来看，上述供应商均非成立当年即成为公司主要供应商，亦不存在仅为公司服务的情形。多数供应商成立时间较早，如绍兴市上虞明亮铜铝制管厂成立于 2002 年、宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司成立于 2006 年，均具备多年行业积累，且形成了与自身业务模式匹配的经营规模，年销售额从 1,000 万元到超过 1 亿元不等。

其中，成立时间较晚的供应商为科裕精密，其于 2021 年 12 月成立，2023 年成为公司前五大供应商之一。该公司虽成立时间相对较短，但成为主要供应商具有合理的商业逻辑：其实际控制人叶书雷深耕模架行业多年，此前设立的南通科裕模具科技有限公司（2017 年成立，高新技术企业）本身存在模具钢采购需求，故向上游延伸设立科裕精密，具备扎实的行业资源；同时，其成立于钢材价格下行周期，存货成本优势显著，通过积极开拓市场、提供优质服务获得业内认可。经同行介绍与公司合作后，因产品优质、服务完善且价格具备竞争力，公司逐步增加采购额，2023 年成为第二大钢材供应商，此过程是基于商业价值的渐进式合作，并非“刚成立即成为主要供应商”。

从采购金额与供应商经营规模的匹配性来看，公司对主要供应商的采购额与其年销售额规模相适配。例如，年销售额超 1 亿元的宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司、年销售额 8,000 万元的江苏圣卓宇模具技术有限公司，对应公司的采购量级与其整体经营体量相匹配；对于其中 2023 年年销售额约 750 万元的科裕精密，公司对其采购额 341 万元也在其销售规模范围内，未超出其产能与供货能力，采购金额与供应商经营规模具有匹配性。

综上所述，公司主要供应商中不存在刚成立即合作或仅为公司服务的情形；原材料采购金额与供应商经营规模相匹配；主要供应商及其关联方与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等均不存在关联关系或其他利益往来。

（三）报告期内各类原材料采购金额及占比变动的原因，说明主要原材料采购、耗用、生产与销售的匹配性，结合前述情况分析直接材料成本占比逐年降低的合理性

1、报告期内各类原材料采购金额及占比变动的原因

报告期内，公司产品原材料主要为钢材、合金类等其他金属、阀针阀体等驱

动组件、加热器组件、包装耗材等，辅助材料包括刀具五金、设备配件等。公司主要原材料的采购金额、占比及变动情况如下：

单位：万元

原材料	2025年1-6月			2024年度				2023年度				2022年度	
	金额	占比(%)	占比变动(%)	金额	占比(%)	金额变动率(%)	占比变动(%)	金额	占比(%)	金额变动率(%)	占比变动(%)	金额	占比(%)
钢材类	1,365.38	39.07	-0.90	2,061.46	39.97	58.07	3.49	1,304.18	36.48	1.50	-2.75	1,284.93	39.23
铜材、合金等其他金属	574.02	16.43	3.24	680.36	13.19	23.11	-2.27	552.65	15.46	55.47	4.61	355.47	10.85
阀针阀体等驱动组件	422.14	12.08	2.84	476.58	9.24	52.33	0.49	312.85	8.75	12.64	0.27	277.75	8.48
加热组件	198.18	5.67	-0.29	307.37	5.96	83.02	1.26	167.94	4.70	-19.14	-1.64	207.68	6.34
包装耗材	240.78	6.89	-0.28	369.77	7.17	63.23	0.83	226.53	6.34	18.13	0.49	191.76	5.85
委外加工	149.86	4.29	-1.93	320.71	6.22	0.40	-2.72	319.44	8.94	51.50	2.50	210.85	6.44
其他	543.95	15.57	-2.68	941.32	18.25	36.15	-1.09	691.36	19.34	-7.45	-3.47	747.04	22.81
合计	3,494.31	100.00	-	5,157.58	100.00	44.27	-	3,574.96	100.00	9.14	-	3,275.48	100.00

报告期各期，公司原材料采购总额分别为 3,275.48 万元、3,574.96 万元、5,157.58 万元和 3,494.31 万元，其中，2023 年较 2022 年采购额增长 9.14%，主要系公司经营规模扩张相应增加了主要原材料的采购，而整体采购总额增加幅度较小一方面系主要原材料钢材价格在此期间有所下降所致，另一方面 2022 年因部分原材料物流较为紧张，公司为保证生产，对于部分供应时间较久、运输距离较远的产品予以一定备货，后续随着物流问题缓解，公司 2023 年减少了相应原材料采购量。2024 年公司主要原材料采购额较同期大幅增加，主要系公司产能大幅提升相应的材料备货增加所致，而其中不同材料变化增幅差异主要和原材料采购策略相关，部分原材料考虑公司新增产能已提前于 2023 年末采购备货所致。

报告期内公司各类原材料采购占比变动较小，各类原材料采购金额变动的原因如下：

主要原材料	2025年1-6月较上年同期采购金额变化	2024年较2023年采购金额变化	2023年较2022年采购金额变化	采购金额变动主要原因
钢材类	39.39%	58.07%	1.50%	钢材整体采购量提升，2023 年钢材采购价格较同期下降，使得 2023 年钢材采购额较同期增加较少；2024 年及 2025 年 1-6 月因新增较多

				产能，公司整体增加钢材类采购所致。
铜材、合金等其他金属	109.07%	23.11%	55.47%	采购金额逐年增加主要系（1）公司销售规模逐年增加；（2）2023 年增加较多主要系考虑公司新增产能，公司适当进行了备货；（3）2025 年 1-6 月较上年同期增加较多主要系公司为满足产品技术要求进行生产工艺改进，高单价合金采购增加。
阀针阀体等驱动组件	94.14%	52.33%	12.64%	报告期内，该类材料采购金额增长主要系采购数量增加所致。整体增长幅度与公司产量变化基本一致。2025 年 1-6 月增加较大公司系部分阀针进行采购未再自产。
加热器组件	39.50%	83.02%	-19.14%	2023 年加热器组件采购金额下降，主要系公司对于部分加热器组件进行自主加工，因此减少了相应的采购量；2024 年及 2025 年 1-6 月采购量增加主要系产能扩张及备货等因素。
包装物等耗材	31.81%	63.23%	18.13%	报告期内，该类材料采购金额增长主要系采购数量增加所致。整体增长幅度与公司产量变化基本一致。
委外加工	22.43%	0.40%	51.50%	2023 年及 2025 年 1-6 月增加较多系生产规模增加，相应委外加工也有所增加，2024 年度委外加工增加较少主要系部分工序公司自主加工完成。

2、说明主要原材料采购、耗用、生产与销售的匹配性

公司主要产品热流道系统具有高度定制化特点，采取“以销定产”的生产模式，根据客户具体订单安排生产，报告期内，公司热流道系统产销量情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产量（个点位）	26,717	39,117	24,211	21,674
销量（个点位）	25,284	37,407	24,219	20,949
产销率	94.64%	95.63%	100.03%	96.65%

根据上表，公司报告期内主要产品产销率保持在较高水平，产量、销量具有匹配性，与公司生产模式具有匹配性。

公司主要产品热流道系统的主要原材料包括钢材、铜材合金类其他金属、阀针阀体等驱动组件、加热器组件、包装物耗材等，受高度定制化影响，产品涉及的原材料部件较为繁杂且细分种类较多。其中，钢材类、铜材合金类等其他金属、阀针阀体等驱动组件为公司主要原材料，报告期内合计采购金额占比超过 50%。钢材类和铜材、合金类等其他金属、阀针阀体等驱动组件类别中主要原材料的采购、耗用、生产匹配性分析如下：

项目			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
钢材类	板材	本期采购（公斤）	573,626.82	853,207.11	508,733.00	420,491.73
		本期领用（公斤）	539,273.98	834,820.87	485,291.49	414,781.56
		其中生产领用（公斤）	513,299.94	787,871.62	452,070.53	390,029.90
		采购耗用比	1.06	1.02	1.05	1.01
		投入产出比	19.21	20.14	18.67	18.00
	S136H 圆棒	本期采购（公斤）	92,495.50	145,476.00	94,242.50	102,720.92
		本期领用（公斤）	86,210.21	143,649.66	95,830.03	81,683.69
		其中生产领用（公斤）	82,198.55	136,275.92	88,399.60	77,268.73
		采购耗用比	1.07	1.01	0.98	1.26
		投入产出比	3.08	3.48	3.65	3.57
	2316 圆棒	本期采购（公斤）	47,930.00	100,491.43	79,008.12	50,000.50
		本期领用（公斤）	43,007.60	95,913.74	59,125.28	39,481.30
		其中生产领用（公斤）	42,462.37	94,686.02	58,002.16	38,180.19
		采购耗用比	1.11	1.05	1.34	1.27
		投入产出比	1.59	2.42	2.40	1.76
铜材、合金等其他金属	铜管	本期采购（公斤）	27,590.80	40,477.00	24,585.60	19,882.32
		本期领用（公斤）	27,093.75	36,699.18	22,232.14	18,175.26
		其中生产领用（公斤）	25,847.25	34,848.42	21,091.06	17,272.62
		采购耗用比	1.02	1.10	1.11	1.09
		投入产出比	0.97	0.89	0.87	0.80
	铍铜	本期采购（公斤）	3,135.31	6,656.74	5,219.22	3,150.26
		本期领用（公斤）	3,122.67	7,401.17	5,499.35	3,300.62
		其中生产领用（公斤）	2,988.47	7,094.59	5,142.22	3,113.77
		采购耗用比	1.00	0.90	0.95	0.95
		投入产出比	0.11	0.18	0.21	0.14

注 1：板材包含公司采购的 2316 板材及其他规格型号的板材

注 2：采购耗用比=本期采购数量/本期领用数量

注 3：投入产出比=生产领用数量/产量（个点位）

（1）采购耗用比

根据上表，公司主要原材料的采购量与领用量相近，整体采购量和生产领用量具有匹配性。整体来看，板材、铜管、铍铜报告期各期采购耗用比变动较小，S136H 圆棒 2022 年度、2316 圆棒 2022 年度和 2023 年度采购耗用比较高主要系当期采购量提升。各期主要原材料采购量与耗用量具有匹配性，无显著异常情形。

（2）投入产出比

报告期内，S136H 圆棒 2022-2024 年度投入产出比变动较小，2025 年 1-6 月投入产出比较 2022-2024 年度下降主要系公司对热流道系统进行了部分工艺改进，故领用量减少相应投入产出比有所下降。

铜管报告期各期投入产出比变动较小，主要差异变化与公司产品具有高度定制化特点相关。

报告期各期，板材投入产出比分别为 18.00 公斤/点、18.67 公斤/点、20.14 公斤/点和 19.21 公斤/点，2022、2023 年度变动较小，2024 年较 2023 年增长主要系 2024 年汽车内外饰热流道系统产品中多点位产品增加，随着产品点位的增加，产品覆盖面积亦会增加，相应耗用量增加，2025 年 1-6 月汽车内外饰热流道系统产品中多点位产品有所下降，使得 2025 年 1-6 月单耗有所下降。

2316 圆棒的投入产出比各期分别为 1.76 公斤/点、2.40 公斤/点、2.42 公斤/点和 1.59 公斤/点，2023、2024 年较 2022 年有所增加主要系公司生产活塞等相关配件半成品备货量增加，2025 年 1-6 月下降系领用上期备货的半成品，故领用量减少相应投入产出比有所下降。

铍铜各期的投入产出比分别为 0.14 公斤/点、0.21 公斤/点、0.18 公斤/点和 0.11 公斤/点，2023 年投入产出比有所提高，主要系铍铜用于制造嘴芯半成品标准件，2023 年为了满足及时生产需求对嘴芯半成品标准件备货，故 2023 年铍铜领用量增加，相应铍铜嘴芯半成品库存提升，2024 年较 2023 年有所下降主要系 2023 年嘴芯半成品标准件有一定库存，故 2024 年铍铜领用量减少，相应投入产出比降低，2025 年 1-6 月下降主要系公司以其他合金材料代替，相应领用量减少。

综上所述，公司主要原材料采购量、耗用量和产量、销量具有匹配性。报告期各期主要原材料的采购耗用比基本较为稳定，变动差异主要系各期之间采购策略有所变化所致；投入产出比有所波动，主要系公司产品热流道系统具有高度定制化特征，下游需求不同导致使用原材料类型、产品结构存在差异，其次公司会结合下游需求及生产规划进行部分标准型号的半成品配件的生产备货，该部分材料生产为半成品进行备货，从而造成不同原材料的投入产出比有所变化，另外公司基于设计更新缩小材料规格、材料的替换也使得不同原材料的投入产出比有所

变化。

3、直接材料成本占比逐年降低的合理性

报告期内，公司主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
直接材料	2,646.77	36.32	4,031.57	35.17	2,622.72	34.86	2,618.20	42.01
直接人工	1,819.70	24.97	3,016.73	26.32	1,780.21	23.66	1,343.50	21.56
制造费用	1,312.36	18.01	2,129.96	18.58	1,804.88	23.99	1,324.01	21.24
运输费用	94.31	1.29	143.62	1.25	86.36	1.15	67.77	1.09
售后服务费	1,413.92	19.40	2,141.31	18.68	1,228.55	16.33	879.13	14.11
合计	7,287.05	100.00	11,463.19	100.00	7,522.72	100.00	6,232.60	100.00

公司产品的主营业务成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用、运输费用和售后服务费。报告期各期，公司直接材料金额分别为 2,618.20 万元、2,622.72 万元、4,031.57 万元和 2,646.77 万元，直接材料总额逐年增加，直接材料占比分别为 42.01%、34.86%、35.17%和 36.32%，呈先降后升的趋势。

由上文所述，报告期内公司热流道系统产销率较高，各期主要原材料采购量与耗用量具有匹配性，无异常情形，公司主要原材料采购量、耗用量和产量、销量具有匹配性，直接材料成本占比 2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月较 2022 年度降低主要系：①随着公司经营规模的扩大，公司相应增加生产人员，使得直接人工金额有所增加；②子公司莱瑟塔工厂建成并转固，同时公司新增机器设备等固定资产的投入使得制造费用金额有所上升。

综上所述，报告期内随着规模扩大，公司直接材料成本占比呈先降后升的趋势，2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月占比较 2022 年度下降较多，主要系主营业务成本构成中直接人工、制造费用增加综合所致，符合公司实际经营情况，具有合理性。

（四）报告期内主要原材料采购价格的公允性、变动的原因及合理性，与公开市场价格是否一致，向不同供应商采购同类产品价格是否存在较大差异

1、报告期内主要原材料采购价格的公允性、变动的原因及合理性，与公开市场价格是否一致

公司产品涉及的原材料部件较为繁杂且细分种类较多，公司采购的原材料中主要为钢材类和铜材、合金类等其他金属，报告期内合计采购金额占比超过 50%。

报告期内，钢材类和铜材、合金类等其他金属类别中主要型号原材料采购单价具体如下：

单位：元/公斤

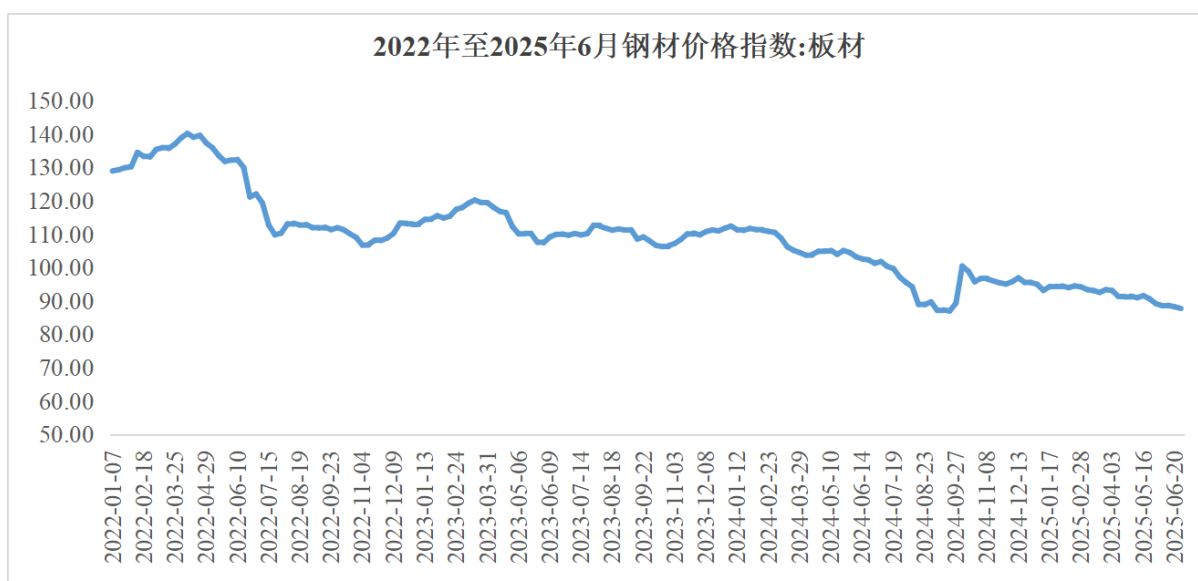
分类		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
钢材类	2316 板材	11.78	12.09	12.48	15.39
	S136H 圆棒	21.24	21.11	20.78	25.10
	2316 圆棒	10.54	11.08	12.49	14.86
铜材、合金等其他金属	铜管	59.29	60.72	59.95	58.23
	铍铜	248.46	252.98	236.43	185.10

（1）钢材类

报告期内，公司钢材类采购以 2316 板材、S136H 圆棒和 2316 圆棒等模具钢为主。报告期内，公司钢材类主要原材料采购单价整体呈下降趋势，主要系钢材市场价格于 2022 年整体呈下降趋势，公司主要钢材采购价格与钢材市场价格变动趋势总体保持一致，部分钢材价格变动存在差异主要系不同规格型号所致。

其中，S136H 圆棒 2024 年度平均价格较前期有所上升，与其他钢材采购价格变动趋势不同，主要系公司 2023 年度采购的 S136H 圆棒中包括和钢厂直接采购的原钢，后续需通过热处理加工才可达成公司生产可使用状态，这部分钢材价格偏低，后续公司结合钢材质量、成本效益等综合判断减少该方式采购，从而使得 2024 年度 S136H 圆棒整体单价较 2023 年度略有上升。若剔除 2023 年度直接从钢厂采购的原钢部分，2023 年度 S136H 圆棒的采购单价为 21.98 元/kg，2024 年采购单价较前期有所下降，与市场价格变动趋势一致。

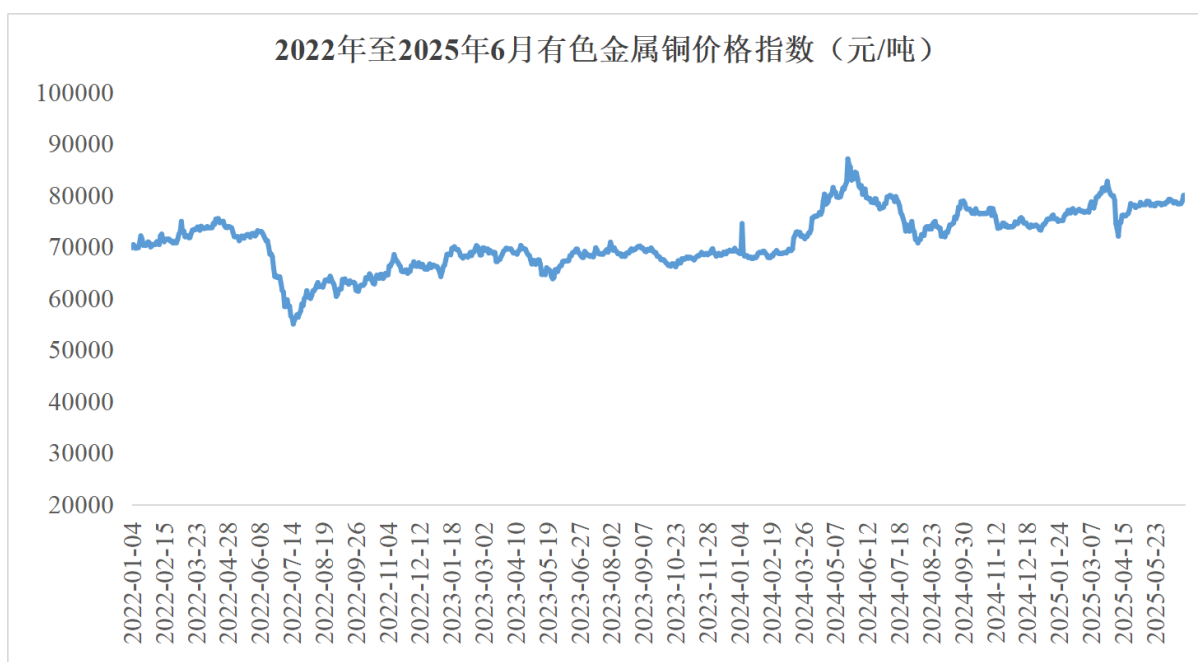
报告期内，钢材市场价格波动情况具体如下：



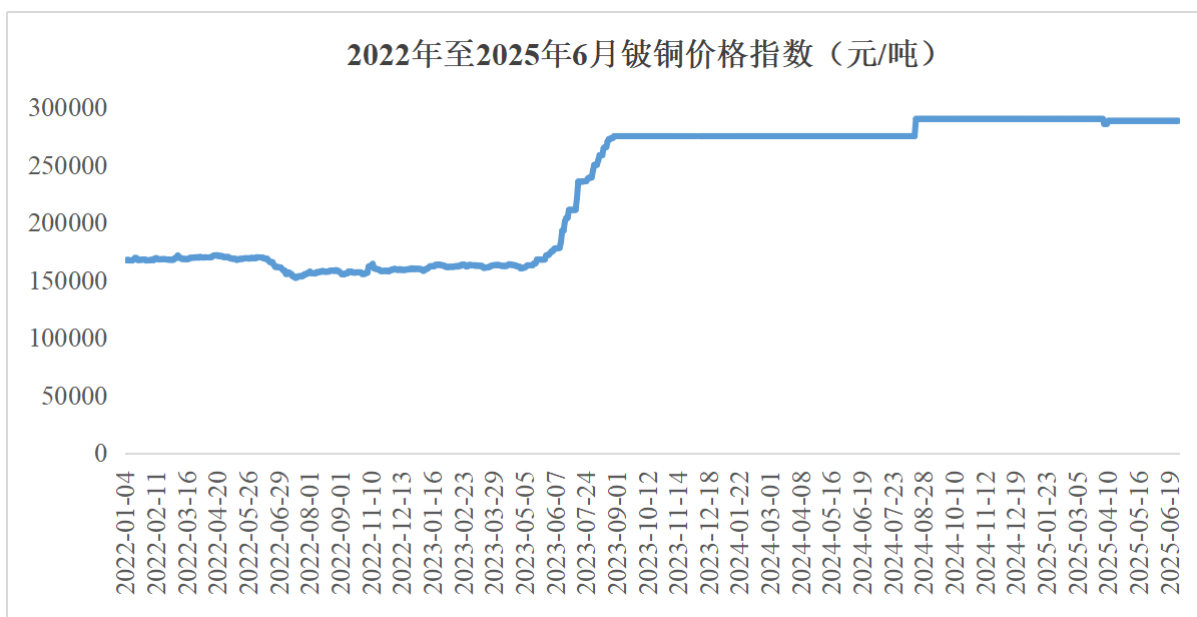
数据来源: Choice 数据库中“钢材价格指数: 板材”

(2) 铜材、合金等其他金属

报告期内, 公司铜材、合金等其他金属采购以铜管、铍铜为主, 其中铜管报告期各期采购均价分别为 58.23 元/kg、59.95 元/kg、60.72 元/kg 和 59.29 元/kg, 整体价格变化较为平缓, 和市场价格变动趋势基本一致; 铍铜报告期各期采购均价分别为 185.10 元/kg、236.43 元/kg、252.98 元/kg 和 248.46 元/kg, 整体呈上升趋势, 主要系受市场价格影响所致, 公司铍铜采购单价与市场均价变化一致。报告期内, 铜材、铍铜市场价格波动情况具体如下:



数据来源: Choice 数据库中“有色金属指数: 铜”



数据来源：Choice 数据库中“平均价：铍铜合金：含铍 3.0-3.6%：国产、进口”

综上所述，公司主要原材料报告期内采购单价存在一定波动，整体价格变动趋势主要受市场价格变动所致，采购价格与市场价格变动趋势一致，变动具有合理性。

2、向不同供应商采购同类产品价格是否存在较大差异

（1）钢材

公司主要采购钢材材料为 2316 钢材板材，报告期各期，公司主要钢材供应商采购的 2316 钢材板材均价情况如下：

单位：元/kg

供应商名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
宁波经济技术开发区天成模具材料有限公司	11.76	11.95	12.45	17.43
江苏圣卓宇模具技术有限公司	11.74	12.04	12.25	12.21
江苏华东三和兴模具材料有限公司	11.66	11.95	-	-
科裕精密工业（苏州）有限公司	12.58	12.71	12.49	12.57
东莞市志信模具钢材有限公司	-	-	12.96	16.18

根据上表，公司 2023 年-2025 年 6 月主要钢材供应商的采购均价整体保持稳定，价格差异较小，主要系由于 2023-2024 年钢材市场价格波动平缓、略有下降，而不同供应商之间 2023 年-2025 年 6 月的采购均价差异主要系钢材规格（标准尺寸与非标准尺寸）的不同所致。通常来说，标准尺寸因标准化原因需要工艺调整

和定制化服务较少，因而单价相对较低；非标准尺寸因定制化需求，导致单价较高。公司为方便管理，向宁波天成、江苏圣卓宇、华东三和兴主要采购标准尺寸钢材，向科裕精密主要采购非标准尺寸的钢材，从报价来看公司与上述四家针对相同尺寸的钢材报价保持一致，因采购不同尺寸的钢材，从而形成了供应商之间的采购价格差异的原因。

2022 年公司钢材类主要供应商采购均价差异较大，宁波天成、东莞志信的采购均价显著高于江苏圣卓宇、科裕精密，主要差异原因系市场价格波动、采购时段分布不同、供应商特性及公司采购策略共同作用的影响所致。具体来说：

①市场价格波动较大，采购时间存在差异：2022 年钢材市场价格整体呈下降趋势，上半年价格大幅高于下半年。公司向宁波天成、东莞志信的采购量主要集中在上半年高价阶段，导致其全年采购均价被拉高；而公司向科裕精密、江苏圣卓宇的采购量主要集中在下半年低价阶段，从而使得各方之间价格存在较大差异。

②为优化采购成本，公司调整采购策略：针对上述采购时间存在差异，主要系公司采购策略所致。2022 年，公司与宁波天成、东莞志信等长期合作的钢材类供应商协商下调钢价，但由于钢材类供应商价格调整与市场价变化存在一定滞后性且采购量未大幅增加，价格谈判空间有限。为优化采购成本，公司引入科裕精密等新供应商，利用新供应商的价格优势增加谈判筹码，推动老供应商降低价格。公司于 2022 年下半年逐步将采购量转移至科裕精密，2023 年宁波天成同意价格调整后，相关采购才逐步恢复。

其中，对于科裕精密的采购均价较低亦具有合理性。公司于 2022 年 6 月开始与科裕精密合作，当时已进入钢材价格下行的下半年。科裕精密作为行业新进入者，为开拓市场，在自身存货成本较低的基础上，愿意以更优惠的价格承接订单，并采用“量价挂钩”策略，即随着采购量增加给予公司更大折扣。公司逐步将采购重心向科裕精密倾斜，其采购量集中在价格较低的下半年，并随着采购量增加进一步获得价格折让，使得其全年采购均价显著低于宁波天成、东莞志信。而江苏圣卓宇的采购价格为 2022 年末的单月价格，处于全年低位，因此整体低于宁波天成、东莞志信，而与科裕精密采购价格相近。

综上所述，2022 年公司钢材采购中，宁波天成、东莞志信的采购均价高于科裕精密和江苏圣卓宇，符合钢材价格波动的客观规律，也体现了公司基于降本增效目标做出的合理采购选择。同时，引入新供应商的策略，提升了公司在采购谈判中的优势和力度。

（2）铜材、合金等其他金属

公司铜材、合金等其他金属主要采购材料为铜管、铍铜等，报告期各期，公司主要钢材供应商采购的 2316 钢材板材均价情况如下：

单位：元/kg

主要材料	供应商名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
铜材	绍兴市上虞明亮铜铝制管厂	59.29	60.72	59.95	58.23
铍铜	苏州冠颖金属材料有限责任公司	248.46	252.98	236.43	185.10

鉴于上述材料规格型号具有稳定性，且整体采购量相较于钢材整体规模较小，因此公司仅向一家供应商采购相应材料，无其他相同型号的供应商。

综上所述，发行人向不同供应商采购同类产品价格整体差异较小，具有合理性。

二、成本构成变动较大的原因

（一）分母公司、子公司莱瑟塔、合并口径说明报告期内生产人员数量、人均薪酬变动情况、与同行业或同地区工资水平的比较情况，各期生产人员人数与产品产量的匹配性，结合前述情况分析 2023 年及 2024 年直接人工成本大幅增长的原因及合理性

1、公司生产人员数量、人均薪酬变动情况

报告期内，公司分不同主体的生产人员数量、人均薪酬变动情况如下：

单位：万元、万元/人

主体	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额	变动[注 4]	金额	变动	金额	变动	金额
恒道科技	生产人员薪酬合计	1,631.08	17.29%	2,781.31	36.53%	2,037.09	32.29%	1,539.82
	生产人员平均人数	250	9.65%	228	31.79%	173	26.28%	137
	生产人员人均薪酬	6.52	6.97%	12.20	3.60%	11.78	4.76%	11.24

主体	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额	变动[注 4]	金额	变动	金额	变动	金额
莱瑟塔	生产人员薪酬合计	600.22	42.59%	841.86	502.65%	139.69	-	-
	生产人员平均人数	90	32.35%	68	161.54%	26[注 2]	-	-
	生产人员人均薪酬	6.67	7.74%	12.38	15.21%	10.75[注 3]	-	-
合并口径	生产人员薪酬合计	2,231.31	23.17%	3,623.18	66.45%	2,176.79	41.37%	1,539.82
	生产人员平均人数	340	14.86%	296	59.14%	186	35.77%	137
	生产人员人均薪酬	6.56	7.23%	12.24	4.59%	11.70	4.12%	11.24

注 1：公司生产人员人均薪酬=当年生产人员薪酬/各月生产人员平均人数，公司生产人员统计口径为各月工资结转进生产成本、制造费用大于 50%的员工

注 2：莱瑟塔于 2023 年 7 月正式投产，其下半年生产人员平均人数为 26 人，年化数据为 13 人，下同

注 3：2023 年莱瑟塔生产人员人均薪酬 10.75 万元/人为年化数据

注 4：公司 2025 年 1-6 月的薪酬变动系按年化后数据与 2024 年相比计算所得，下同

报告期内，母公司生产人员平均人数分别为 137 人、173 人、228 人和 250 人，莱瑟塔生产人员平均人数分别为 0 人、26 人、68 人和 90 人，均呈逐年上升趋势，主要系随着公司经营规模的扩大和产能的扩张，公司生产人员随之迅速增长。

报告期内，母公司生产人员人均薪酬分别为 11.24 万元/人、11.78 万元/人、12.20 万元/人和 6.52 万元/人，随着公司营业收入、利润的增长保持稳中有升。莱瑟塔生产人员人均薪酬分别为 10.75 万元/人、12.38 万元/人和 6.67 万元/人，呈增长趋势，2024 年增幅相对较大的原因主要系莱瑟塔工厂为 2023 年 7 月开始投产，2023 年 7-9 月，莱瑟塔生产人员中新入职、离职等变动人员的占比较高，相关变动人员每月仅领取部分工资，导致 2023 年生产人员人均薪酬较低。

整体而言，报告期内，公司生产人员数量快速增长，人均薪酬呈小幅增长趋势，因此 2023 年及 2024 年公司直接人工成本大幅增长具有合理性。

2、公司生产人员人均薪酬与同行业或同地区工资水平的比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司、其他对比公司生产人员人均薪酬对比情况如下：

单位：万元/人

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、同行业可比公司				
麦士德福	-	-	-	10.79
公司	6.56	12.24	11.70	11.24
二、其他对比公司				
曼恩斯特	8.93	23.09	23.51	17.52
优德精密	9.00	16.14	15.15	17.92
宁波方正	7.43	15.45	12.32	13.40
海泰科	9.54	17.29	16.38	16.32
算术平均值	8.73	17.99	16.84	16.29
公司	6.56	12.24	11.70	11.24

注 1：同行业可比公司、其他对比公司当期生产人员总薪酬=应付职工薪酬当期增加额-当期研发、销售、管理费用中的职工薪酬，数据来源为公开披露的招股说明书、定期报告等

注 2：同行业可比公司、其他对比公司的生产人员人均薪酬=当期生产人员总薪酬/期初期末生产人员平均人数；因其他对比公司未披露 2025 年 6 月末生产人员人数，其 2025 年 1-6 月人均薪酬的分母取用期初生产人员人数进行测算

（1）同行业可比公司比较情况

2022 年，公司生产人员人均薪酬为 11.24 万元/人，略高于同行业可比公司麦士德福的 10.79 万元/人，不存在显著差异。

（2）其他对比公司比较情况

报告期内，公司生产人员人均薪酬低于曼恩斯特、宁波方正等四家其他对比公司，主要原因包括：①曼恩斯特、优德精密、宁波方正处于广东深圳、江苏苏州、浙江宁波等经济较发达地区，当地平均工资水平相对公司经营所在地浙江绍兴、浙江台州较高；②公司目前尚未上市，资金实力相对较弱，且整体经营规模相对较小；上述其他对比公司生产经营规模相对较大且融资渠道畅通，可为员工提供较高的薪酬水平。

报告期内，公司生产人员人均薪酬与四家其他对比公司人均薪酬的平均值总体均呈现小幅上升趋势，变动情况基本保持一致。

（3）公司生产人员人均薪酬与同地区工资水平比较情况

公司生产人员人均薪酬与其经营所在地浙江绍兴、浙江台州的工资水平对比情况如下：

单位：万元/人

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
浙江省绍兴市城镇居民人均可支配收入	4.95	5.50%	8.36	3.96%	8.04	5.50%	7.62
浙江省台州市城镇居民人均可支配收入	4.49	4.84%	7.76	5.01%	7.39	4.44%	7.07
公司	6.56	7.23%	12.24	4.59%	11.70	4.12%	11.24

注 1：浙江省绍兴市、台州市城镇居民人均可支配收入数据来源分别为绍兴市统计局、台州市统计局公开数据

注 2：2025 年 1-6 月浙江省绍兴市、台州市城镇居民人均可支配收入变动幅度为其同比增长幅度

由上表可知，报告期各期，公司生产人员人均薪酬均高于同地区平均工资水平，主要系公司产品热流道系统为定制化，对工艺水平、加工精度及产品稳定性等方面有较高要求，公司通过提高人工薪酬福利的方式保持生产人员团队的稳定性，并进一步吸引当地高水平的车间工人。此外，报告期内，公司各期生产人员人均薪酬增幅保持在 4%-8% 左右，与同地区工资水平变动幅度不存在显著差异，具有合理性。

综上，公司生产人员人均薪酬略高于同行业可比公司、低于其他对比公司，具有合理性；公司产品热流道系统对工艺水平、加工精度及产品稳定性等方面有较高要求，故生产人员人均薪酬高于公司经营所在地工资水平，且报告期各期增幅与同地区工资增幅水平不存在显著差异，具有合理性。

3、公司生产人员人数与产品产量的匹配性

报告期内，公司生产人员人数与产品产量情况具体如下：

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
恒道科技	产量（点）	19,661	30,557	23,192	21,674
	生产人员平均人数	250	228	173	137
	人均产量（点/人）	78.64	134.02	134.06	158.20
莱瑟塔	产量（点）	7,056	8,560	1,019	-
	生产人员平均人数	90	68	26	-
	人均产量（点/人）	78.40	125.88	78.38[注]	-
合并口径	产量（点）	26,717	39,117	24,211	21,674

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	生产人员平均人数	340	296	186	137
	人均产量（点/人）	78.58	132.15	130.17	158.20

注：2023 年莱瑟塔生产人员人均产量 78.38 点/人为年化数据

报告期内，公司整体人均产量呈先下降后上升趋势主要系母公司影响，母公司人均产量分别为 158.20 点/人、134.06 点/人、134.02 点/人和 78.64 点/人，呈先下降后上升趋势，主要原因系 2022 年母公司产能利用率为 114.07%，生产处于相对饱和状态，公司通过生产人员多班倒机制、周末节假日加班、机器设备全工时运转等形式提高生产能力，以响应旺盛的订单需求，因此人均产量相对较高。公司 2023 年开始逐步新增设备、生产人员，以提高产品供应能力，2023 年产能利用率有所放缓，相应人均产量随之下降；除此之外，随着下游客户对于产品精细度要求的逐步增高，公司为提高产品平滑度，增加部分人工进行人工抛光，因此 2023-2024 年人均产量亦有所下降。2025 年 1-6 月，因订单需求旺盛，母公司产能利用率由 2024 年的 102.03% 上升至 109.23%，生产处于相对饱和状态，因此人均产量有所提高。

2023-2025 年 6 月，莱瑟塔人均产量分别为 78.38 点/人、125.88 点/人和 78.40 点/人，增幅较大，其主要原因系 2023 年 7-9 月，莱瑟塔生产人员中新入职、离职等变动人员的占比较高，相关变动人员生产效率较低，且变动当月的工作天数较少，因此人均产量较低，拉低了莱瑟塔 2023 年人均产量；2025 年 1-6 月，因订单需求旺盛，莱瑟塔产能利用率为 103.76%，相比 2024 年大幅提升，生产处于饱和状态，因此人均产量相对较高。

综上，报告期内，公司生产人员人均产量呈先下降后上升趋势，其中，2023 年相比 2022 年下降明显，2024 年基本保持稳定，2025 年 1-6 月有所上升，主要原因系 2022 年及 2025 年 1-6 月公司产能利用率较高，生产状态相对饱和，因此人均产量较高，具有合理性。

4、结合前述情况分析 2023 年及 2024 年直接人工成本大幅增长的原因及合理性

综上所述，公司 2023 年及 2024 年直接人工成本大幅增长原因主要系：

（1）2022-2024 年，随着公司生产经营规模的扩大以及产能的扩张，公司生

产人员数量逐年快速增长。2023-2024 年，公司生产人员人数与产品产量基本匹配，2022 年人均产量较高主要系当年产能利用率较高、生产处于相对饱和状态，具有合理性。

（2）2022-2024 年，随着公司营业收入、利润的增长，生产人员人均薪酬呈小幅增长趋势。2022-2024 年，公司生产人员人均薪酬与四家其他对比公司生产人员人均薪酬的平均值、以及同地区工资水平均呈现小幅上升趋势，整体变动情况保持一致，具有合理性。

（二）说明发行人与客户之间关于售后服务的具体约定及实际执行情况，售后服务费的计提原则、比例，与可比公司的计提方法及比例是否存在较大差异，目前计提金额能否覆盖每年实际支出，售后服务费计提是否充分

1、说明发行人与客户之间关于售后服务的具体约定及实际执行情况

报告期内，公司给予客户一定期间内（通常为一年）的售后服务，售后服务期内，公司提供零部件、整套热流道系统的免费安装、维修、更换或者退货在内的售后服务；售后服务期外，公司也持续对热流道系统的质量问题提供维修服务，但对维修所需费用酌情收取一定费用。报告期内，公司与前五大客户关于售后服务的具体约定如下：

序号	客户	售后服务约定
1	比亚迪股份有限公司	2.9 售后服务 2.9.1 除双方另有约定外，货物的质量保证期按国家或行业标准执行；无国家或行业标准的，货物的质量保证期为 12 个月；货物的质量保证期自甲方接收货物之日起计算。在货物质量保证期内，乙方按照所供货物的国家及行业标准、双方确定的货物质量标准承担货物质量保证责任。 2.9.2 不论是否在质量保证期内，当货物出现质量问题，乙方在接到甲方的通知后为甲方替换质量合格货物或依甲方要求进行维修，替换或维修工作应在双方约定的期限内（未约定或约定未能达成一致的，默认为 2 个工作日）完成。乙方应书面记录每次的维修情况，并由双方经办人在维修记录上签字确认，否则视为乙方未尽维修义务。若乙方未在本款规定的时间做出响应或处理，则乙方须承担逾期违约责任，同时甲方还有权视情况决定自行或者委托第三方对货物进行维修，由此产生的维修费用由乙方承担。 2.9.3 质量保证期内，乙方按照双方约定为甲方提供售后维修及保养服务，维修及保养过程中所需的零部件、配件、耗材等由乙方免费提供或承担；质量保证期届满后，乙方应继续提供售后维修及保养服务，但可在统一收费标准的基础上给予甲方最优惠价格的条件向下向甲方收取费用。

序号	客户	售后服务约定
2	台州汇力普模塑有限公司	质保与服务：本公司产品实行终身跟踪服务，一年内免费保修，一年后酌情收取工本费。若热流道有质量问题，本公司只承担热流道的费用，免费更换热流道配件或者更换整套热流道系统，其余费用由需方自行承担。
3	常州星宇车灯股份有限公司	
4	宁波吉海模具有限公司	
5	江苏星科精密模具有限公司	
6	台州市点睛模业有限公司	
7	浙江永明模具股份有限公司	
8	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	
9	珠海格力电器股份有限公司	8.3 本合同项下产品按行业保修标准保修，在此基础上根据不同机型适用不同保修年限，商用产品及大机组（如螺杆机、离心机等）保修 3 年，轻商机型（如多联机、风管机、热水机等）保修 6 年，家用产品保修 10 年，具体机型属性划分以甲方认定为准。自产品整机安装调试之日起计算。自保修期内的产品的配件由乙方免费提供，乙方提供更换的物料（产品）的质量、档次需高于或等于原供货的物料（产品），在此期间出现的产品质量（及安装）问题，由乙方承担因此产生的一切费用。若乙方与甲方的往来账款以及保证金不足以支付该费用，届时甲方可以在乙方与甲方的关联公司的往来账款中扣除相应费用，乙方对此无异议。针对所涉及的物料（产品）质量问题保修、更换等问题，乙方每次维修后需保证维修部件保用期限与该物料（产品）免费保修期限一致（保用期限自维修完成之日起计算）。保修期满，乙方应持续对乙方所供物料（产品）出现的质量问题提供维修服务。对维修所需费用，乙方应仅收取正常的成本费用。
10	芜湖安瑞光电有限公司	售后服务：乙方对甲方提出的质量问题，必须在接到该质量问题的信息后 12 小时内作出实质性响应，并于 24 小时内给出解决方案。
11	常诚车业江苏有限公司	未约定
12	广州中誉精密模具有限公司	未约定

2、售后服务费的计提原则、比例，与可比公司的计提方法及比例是否存在较大差异，目前计提金额能否覆盖每年实际支出，售后服务费计提是否充分

（1）售后服务费的计提原则、比例，与可比公司的计提方法及比例是否存在较大差异

公司与同行业可比公司、其他对比公司售后服务费计提方法及比例具体如下：

公司名称	计提比例	计提方法及比例
公司	4.00%、4.50%	公司热流道系统及相关配件产品质保期通常为一年，在产品交付后的一年内提供售后维修服务，公司当年销售的产品，一部分在当年已完成售后服务（该部分在当年发生时直接计入售后服务成本），剩下部分则在下一年完成售后服务（公司按照一定比例计提售后服务费）。公司综合考虑产品当年销售以及历史售后维护情况确定计提比例，当年售后服务费支出主要受到当年度及上年度产品销售数量影响，因此，公司按照当年销售收入金额与上年销售收入金额比例分摊当年实际发生的售后服务费。2022-2023 年，公司计提比例为 4.00%，2024 年考虑收入增长较快，预计售后服务会有所增加，因此提高了计提比例，按照 4.50%计提。
同行业可比公司		
麦士德福	2.50%	根据产品特性及公司历史经验，易损件的更换通常发生在售后的半年内，因此当年上半年销售的热流道产品售后费用通常在当年已经发生，费用发生时已直接计入费用，公司对下半年收入，按照简化原则，公司以过去 12 个月收入的 1/2 作为计算基数预提售后维修费，同时公司根据最近三年热流道系统发生的售后维护费占当年热流道系统实现的销售收入占比作为计提依据，并参考历史经验，将热流道系统售后维护费的计提比例确认为 2.5%（即全年 2.5%）。
其他对比公司		
宁波方正	2.50%	根据发行人的业务特性，基于谨慎性及收入、成本的配比性考虑，发行人每年末按照母公司过去 12 个月模具业务收入的 2.5%计提预计负债，作为售后服务中现场技术支持、调试、维修等可能发生费用的备抵，在财务报告中列报为产品质量保证。
曼恩斯特	未计提	-
海泰科	1.50%	公司对外出售的模具自验收完成、正式投入使用日起，提供一定的质保期限，考虑到质保期内可能发生售后服务支出，本着谨慎性原则，结合报告期各期实际发生的售后服务费情况，发行人每期末根据海泰科模具当期主营业务收入的 1.5%计提产品质量保证，计入预计负债；实际发生售后服务费时冲减预计负债。
优德精密	未计提	-

注：同行业可比公司与其他对比公司售后服务费计提方法及比例来自其公开披露的招股说明书等；公司自 2024 年 1 月 1 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 18 号》“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”规定，并对 2023 年度、2022 年度信息进行追溯调整，将计提的售后服务费计入其他流动负债

从同行业可比公司及其他对比公司计提的售后服务费比例来看，总体按照预计之后年度将要发生的售后服务费计提，具体计提比例按照企业经验或行业水平决定。同行业可比公司麦士德福按照上年收入的 2.50%计提，其他对比公司宁波方正、海泰科分别按照 2.50%和 1.50%计提，公司按照上年收入的 4.00%和 4.50%计提。

公司的售后服务费计提原则和方法与同行业可比公司、其他对比公司总体具有一致性，公司计提比例高于上述公司主要系产品类型存在差异。麦士德福热流

道系统主要涉及汽车内外饰、家电等，而公司主要产品下游领域主要涉及汽车车灯、汽车内外饰，相对需要更多售后维护费。宁波方正和海泰科主要产品包括注塑模具和塑料零部件等，而公司热流道系统相较于上述产品具有定制化程度高的特点，相应有较大售后服务需求，因此公司计提比例高于上述公司。

综上，公司售后服务费计提方法及比例总体与同行业可比公司及其他对比公司不存在较大差异，计提比例略高于上述公司具有合理性。

(2) 公司计提金额能否覆盖每年实际支出，售后服务费计提是否充分

2021-2023 年，公司针对下一年售后服务费计提金额分别为 312.33 万元、552.47 万元和 656.35 万元，而 2022-2024 年实际发生的售后服务费分别为 230.78 万元、514.00 万元和 737.97 万元。2022 年、2023 年，实际发生售后服务费金额未超过计提金额；2024 年，实际发生售后服务费金额超过上年计提金额，公司也随之将比例提高至 4.50%，调整后的比例可以覆盖实际支出。2024 年，公司针对下一年售后服务费计提金额为 1,030.14 万元，2025 年 1-6 月实际发生的售后服务费未超过上年计提金额。

综上，公司的售后服务费计提原则和方法与同行业可比公司、其他对比公司总体具有一致性，计提比例差异具有合理性。报告期内，公司计提的售后服务费总体可以覆盖每年实际支出，2024 年虽有所超出，但公司随之上调了计提比例，因此公司售后服务费计提总体较为充分。

(三) 结合子公司莱瑟塔在建工程转固后生产线的折旧情况和公司各期新增机器设备的情况，说明 2023 年及 2024 年营业成本中制造费用大幅增长的真实性

1、子公司莱瑟塔在建工程转固后生产线的折旧情况

莱瑟塔在建工程系莱瑟塔热流道系统车间建设项目，该项目主要包括房屋建筑物及设备，已于 2023 年 7 月建设完毕转固开始逐步投产使用，整体固定资产和机器设备规模于 2023 年末较前期大幅提升。报告期内，子公司莱瑟塔在建工程转固后生产线计入制造费用的折旧情况如下：

单位：万元

莱瑟塔在建工程转固后涉及折旧项目	计提金额	增长额	增长率	占总折旧增长额比率
------------------	------	-----	-----	-----------

莱瑟塔在建工程转固后涉及折旧项目	计提金额	增长额	增长率	占总折旧增长额比率
2025 年 1-6 月				
房屋建筑物折旧	76.01	-	-	-
设备折旧	65.71	-	-	-
合计	141.72	-	-	-
2024 年度				
房屋建筑物折旧	150.85	88.17	140.67%	52.82%
设备折旧	94.94	44.71	89.01%	26.79%
合计	245.79	132.88	117.69%	79.61%
2023 年度				
房屋建筑物折旧	62.68	62.68	-	46.59%
设备折旧	50.23	50.23	-	37.34%
合计	112.91	112.91	-	83.93%
2022 年度				
房屋建筑物折旧	-	-	-	-
设备折旧	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

根据上表，子公司莱瑟塔在建工程于 2023 年 7 月转固后，其中房屋建筑物与设备的折旧金额 2023 年、2024 年分别较前期增长 112.91 万元、132.88 万元，占总固定资产总折旧金额占比约 80%。因此，公司 2023、2024 年制造费用中折旧金额大幅增长受子公司莱瑟塔在建工程转固影响较大。

2、公司各期新增机器设备的情况

报告期各期，公司新增的主要机器设备名称与金额具体如下：

单位：万元

专用设备名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
数控车床	-	810.35	251.86	400.00
立式加工中心	32.28	529.42	91.59	-
四轴多功能机床	-	92.92	-	-
数控深孔钻/深孔钻	-	78.76	106.19	-
立式衍磨机	-	44.25	-	-
龙门加工中心	84.96	9.10	292.21	99.87
高速钻攻中心	-	5.31	18.81	57.30

专用设备名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
磨床	43.85	-	63.27	-
其他	114.56	83.15	271.83	110.89
小计	275.65	1,653.26	1,095.76	668.06

根据上表，公司 2023 年、2024 年新增机器设备金额均超过 2022 年，随着机器设备规模提升，相应公司生产相关设备折旧金额有所提升，与公司 2023 年、2024 年营业成本中制造费用大幅增长具有匹配性。

3、2023 年及 2024 年营业成本中制造费用大幅增长的真实合理性

报告期内制造费用的构成如下：

单位：万元

年度	2024 年度			2023 年度			2022 年度
	金额	增长额	变动比率	金额	增长额	变动比率	金额
机物料消耗	901.93	115.81	14.73%	786.12	206.88	35.72%	579.24
折旧与摊销费用	626.22	166.92	36.34%	459.30	134.53	41.42%	324.77
加工费	280.00	-27.82	-9.04%	307.82	76.78	33.23%	231.04
电费	217.74	43.48	24.95%	174.26	63.37	57.15%	110.89
其他	104.08	26.70	34.51%	77.38	-0.67	-0.86%	78.05
合计	2,129.97	325.09	18.01%	1,804.88	480.89	36.32%	1,323.99

根据上表，公司 2023 年、2024 年制造费用大幅增长主要系机物料消耗、电费以及折旧与摊销费用影响较大，相关变动原因如下：

（1）机物料消耗及电费的变动原因

2023 年机物料消耗较 2022 年增长 35.72%，2024 年较 2023 年增长 14.73%。制造费用中机物料主要为设备配件及耗材的使用，例如设备刀具、润滑剂切削液等，与设备投入数量相关。报告期内公司的产量分别增长 11.71%和 61.57%，公司设备的投入数量增长，增加了设备配件及耗材的使用，故机物料的消耗增加，同时设备投入数量的增长也使得电量耗用增长。

综上所述，制造费用中机物料的消耗和电费的增长具有真实合理性。

（2）折旧与摊销费用的变动原因

2023 年折旧与摊销费用增长 134.53 万元，占 2023 年总体增长额的 27.98%，

2024 年折旧与摊销费用增长 166.92 万元，占 2024 年总体增长额的 51.35%。折旧与摊销费用增加主要系子公司莱瑟塔在建工程转固，2023 年莱瑟塔项目计入制造费用的折旧增加金额占制造费用中折旧与摊销费用增加金额的 83.93%，2024 年莱瑟塔项目计入制造费用的折旧增加金额占制造费用中折旧与摊销费用增加金额的 79.61%。

综上所述，制造费用中折旧与摊销费用的增长具有真实合理性。

（四）说明各期发行人营业成本构成和可比公司是否存在较大差异，各期主要原材料单耗水平、产品单位能源耗用是否存在异常变动、与可比公司水平是否存在较大差异

1、说明各期公司营业成本构成和可比公司是否存在较大差异

（1）与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
直接材料	36.32%	35.17%	34.86%	42.01%
直接人工	24.97%	26.32%	23.66%	21.56%
制造费用	18.01%	18.58%	23.99%	21.24%
运输费用	1.29%	1.25%	1.15%	1.09%
其他	19.40%	18.68%	16.33%	14.11%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：其他包括售后服务费

报告期内，同行业可比公司麦士德福营业成本构成情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
直接材料	47.73%	47.63%	42.30%
直接人工	14.93%	14.57%	15.66%
制造费用	26.08%	25.37%	30.32%
运输费用	2.21%	2.57%	2.42%
其他	9.05%	9.87%	9.30%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：同行业可比公司数据取自招股说明书、定期报告

注 2：麦士德福业务主要包括注塑制品、热流道系统、精密注塑模具，为便于数据可比，上述数据仅为热流道系统构成

注 3：为便于对比，同行业可比公司外协加工费计入制造费用中进行对比分析；其他包括售

后服务费

由上表可见，2022 年公司与麦士德福热流道系统成本构成具有一致性，主要均包含直接材料、直接人工、制造费用和售后服务费等，构成比例来看存在一定差异，主要系售后服务费和直接人工占比影响。

公司下游领域主要系汽车车灯和内外饰领域，而麦士德福下游领域主要包括汽车内外饰、家电和 IT 电子领域，汽车热流道系统总体技术含量更高、更为复杂，因此需要更多直接人工以及售后服务费，导致成本占比高于麦士德福。此外，公司每套热流道系统点位数量总体低于麦士德福，导致直接材料占比相对低于麦士德福。

(2) 与其他对比公司对比情况

报告期内，公司与其他对比公司营业成本构成情况如下：

期间	项目	其他对比公司					公司
		曼恩斯特	优德精密	宁波方正	海泰科	平均值	
2025 年 1-6 月	直接材料	未披露					36.32%
	直接人工						24.97%
	制造费用						18.01%
	运输费用						1.29%
	其他						19.40%
	合计						100.00%
2024 年度	直接材料	未披露	72.37%	49.84%	41.02%	54.41%	35.17%
	直接人工		13.78%	10.30%	13.92%	12.67%	26.32%
	制造费用		13.86%	32.47%	38.04%	28.12%	18.58%
	运输费用		-	3.89%	7.03%	3.64%	1.25%
	其他		-	3.50%	-	1.17%	18.68%
	合计		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2023 年度	直接材料	未披露	72.35%	46.85%	43.90%	54.37%	34.86%
	直接人工		13.67%	10.03%	13.50%	12.40%	23.66%
	制造费用		13.98%	32.32%	33.47%	26.59%	23.99%
	运输费用		-	5.89%	7.46%	4.45%	1.15%
	其他		-	4.91%	1.66%	2.19%	16.33%
	合计		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

期间	项目	其他对比公司					公司
		曼恩斯特	优德精密	宁波方正	海泰科	平均值	
2022 年度	直接材料	64.15%	77.62%	42.81%	43.75%	57.08%	42.01%
	直接人工	7.48%	11.71%	12.97%	11.95%	11.03%	21.56%
	制造费用	28.00%	10.67%	33.96%	35.14%	26.94%	21.24%
	运输费用	-	-	6.39%	7.58%	3.49%	1.09%
	其他	0.36%	-	3.88%	1.58%	1.45%	14.11%
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：其他对比公司数据取自招股说明书、定期报告

注 2：为便于对比，同行业可比公司和其他对比公司外协加工费计入制造费用中进行对比分析；其他包括售后服务费

公司与其他对比公司营业成本构成存在差异，主要系产品结构差异所致，曼恩斯特主要业务分类为涂布应用类和能源系统类，产品包括涂布模头、氢能系统；海泰科主要产品为注塑模具；宁波方正主要产品为模具及锂电池精密结构件等；优德精密主要产品为精密模具零部件，产品结构不同相应营业成本构成亦存在差异，差异具有合理性。

2、各期主要原材料单耗水平、产品单位能源耗用变动情况及与可比公司对比情况

（1）各期主要原材料单耗水平变动情况与可比公司对比情况

①各期主要原材料单耗水平变动情况

报告期各期，公司主要原材料单耗水平如下：

项目		单位	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
			用量	变动率	用量	变动率	用量	变动率	用量
钢材类	板材	公斤/点	19.21	-4.61%	20.14	7.87%	18.67	3.76%	18.00
	S136H 圆棒	公斤/点	3.08	-11.69%	3.48	-4.66%	3.65	2.24%	3.57
	2316 圆棒	公斤/点	1.59	-34.34%	2.42	0.83%	2.40	36.36%	1.76
铜材、合金等其他金属	铜管	公斤/点	0.97	8.59%	0.89	2.30%	0.87	8.75%	0.80
	铍铜	公斤/点	0.11	-38.33%	0.18	-14.29%	0.21	50.00%	0.14

注 1：板材包含公司采购的 2316 板材及其他规格型号的板材

注 2：单位耗用=本期领用/产量

根据上表，报告期内，S136H 圆棒 2022-2024 年度单耗变动较小，2025 年

1-6月单耗较2022-2024年度下降主要系公司对热流道系统进行了部分工艺改进，故领用量减少相应单耗有所下降；铜管报告期各期单耗变动较小，主要差异变化与公司产品具有高度定制化特点相关。板材材料2023年单耗较2022年变动较小，2024年较2023年增长7.87%主要系2024年汽车内外饰热流道系统产品中多点位产品增加，随着产品点位的增加，产品覆盖面积亦会增加，相应耗用量增加，2025年1-6月汽车内外饰热流道系统产品中多点位产品有所下降，使得2025年1-6月单耗有所下降；2316圆棒单耗2023年较2022年增长36.36%主要系2316圆棒用于生产相关配件半成品备货量增加，相应领用量增加，2024年单耗较2023年变动较小，2025年1-6月领用量有所减少主要系领用前期备货的半成品，相应2025年1-6月领用量有所减少；铍铜单耗2023年较2022年增长50.00%主要系铍铜用于制造嘴芯半成品标准件，2023年为了满足及时生产需求对嘴芯半成品标准件备货，故2023年铍铜领用量增加，2024年较2023年减少14.29%主要系2023年嘴芯半成品标准件有一定库存，故2024年铍铜领用量减少，2025年1-6月下降主要系公司以其他合金材料代替，相应领用量减少。

②与同行业可比公司和其他对比公司对比情况

报告期内，公司主要原材料单耗水平如下：

单位	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	用量	变动率	用量	变动率	用量	变动率	用量
公斤/点	23.88	-8.30%	26.04	5.34%	24.72	5.99%	23.33
公斤/套	70.77	-7.66%	76.64	20.59%	63.55	10.01%	57.77

注：因公司第一大种类原材料为钢材，加热元器件和阀针种类繁多，故以材料模具钢（包括2316板材及其他规格型号的板材、S136H圆棒、2316圆棒）单耗水平进行对比分析

2020-2022年，同行业可比公司麦士德福原材料单耗水平如下：

单位	2022年度		2021年度		2020年度
	用量	变动率	用量	变动率	用量
公斤/套	61.84	-2.09%	63.16	0.99%	62.54

注1：报告期内，麦士德福披露模具钢、加热元器件和阀针单耗数据，其业务主要包括注塑制品、热流道系统、精密注塑模具，为便于数据可比，上述数据仅为热流道系统耗用数；其他对比公司未披露数据；

注2：同行业可比公司数据取自其招股说明书及其他公开资料

从每点耗用的主要钢材来看，报告期各期公司单点耗用量分别为23.33公斤、24.72公斤、26.04公斤和23.88公斤，变动主要系公司产品定制化程度较高，不

同产品的结构不同相应耗用的主要原材料数量亦有所不同，整体变化较小。从每套耗用的主要钢材来看，报告期各期公司单套耗用量分别为 57.77 公斤、63.55 公斤、76.64 公斤和 70.77 公斤，2022-2024 年呈上升趋势，其中 2024 年度公司单套耗用较 2023 年度增加较大，主要系 2024 年汽车内外饰热流道系统产品中多点位产品增加，随着产品点位的增加，产品覆盖面积亦会增加，相应耗用量增加，2025 年 1-6 月较 2024 年有所降低主要系 2025 年 1-6 月汽车内外饰热流道系统产品中多点位产品所有减少，且公司对热流道系统进行了部分工艺改进，导致单套热流道产品的材料耗用量有所减少。

A、与同行业可比公司对比情况

2020-2022 年度，同行业可比公司麦士德福模具钢单套耗用量介于 61.84 和 63.16 公斤之间，与公司 2022、2023 年公司单套耗用量差别不大，低于公司 2024 年度、2025 年 1-6 月单套耗用量，主要系 2024 年、2025 年 1-6 月公司汽车内外饰热流道系统产品中多点位产品增加使得单耗增加。

B、与其他对比公司对比情况

报告期内，其他对比公司未披露材料耗用情况，故未能进行对比分析。

(2) 各期产品单位能源耗用变动情况

公司生产过程中主要使用的能源为电，供应充足，报告期内，产品单位能源耗用变动情况对比如下：

单位：度/点

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	用量	变动率	用量	变动率	用量	变动率	用量
单位能源耗用	74.71	-12.76%	85.64	4.17%	82.21	52.65%	53.86

由上表，从点位单位用电量来看，2023 年度较 2022 年度增加较大，主要系 2023 年公司新增子公司生产基地，基础用电量大幅提升；2024 年度及 2025 年 1-6 月较 2023 年度有所增加，随着下游客户对于产品精细度要求的逐步增高，相应生产时间有所增加，用电也有所增加，2025 年 1-6 月较 2024 年下降主要系产能利用率提升，单位耗电量减少。

①与同行业可比公司对比情况

报告期内，同行业可比公司麦士德福能源耗用情况如下：

单位：万度、套、万件

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	用电量	产量	用电量	产量	用电量	产量	用电量	产量
热流道系统	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	2,149.77	13,506
精密注塑模具								365
注塑制品								115,531.62

同行业可比公司麦士德福业务主要包括注塑制品、热流道系统、精密注塑模具，2023、2024 年度、2025 年 1-6 月未披露数据，2022 年度按业务分类能耗数据未披露，由于其主要业务差别较大，计量单位及数量也差别较大，故未能进行有效对比分析。

②与其他对比公司对比情况

报告期内，其他对比公司未披露能源耗用情况，故未能进行对比分析。

三、主要产品毛利率高于可比公司的合理性及持续性

（一）说明可比公司选取的标准及选取标准是否合理，仅选取麦士德福作为可比公司是否充分，若否，请修改可比公司的选择

公司专注从事热流道系统的研发、生产和销售，热流道系统是下游热流道注塑模具的核心部件，产品下游主要使用领域为汽车车灯、汽车内外饰等行业。根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所属行业为“C35 专用设备制造业”下的“C3523 塑料加工专用设备制造”。

公司以可公开获取财务信息数据角度来看，目前所属行业内仅有麦士德福的部分主要产品与公司产品具有相似度，其他同行业竞争对手或未上市，或缺乏财务信息披露，无法作为有效参照；并且，麦士德福的产品特性、生产工艺与公司相似，且曾公开部分财务数据，为对比分析提供了可靠依据。因此，仅选择麦士德福进行对比具有合理性与充分性。

公司在同行业可比公司选取的标准与方式流程具体如下：

1、首先，根据公司所属行业内主要竞争对手的公开信息披露情况，选取同行业可比公司

公司所属行业的主要竞争对手目前系以境外品牌为主，主要包括柳道、圣万提、欧瑞康好塑、马斯特等，境内主要竞争对手为麦士德福、苏州好特斯，相关公司的基本情况以及公开财务信息可获取性如下：

序号	公司名称	基本情况	是否为上市公司
1	YUDO (柳道)	YUDO创于1980年，总部位于韩国，是专业从事高端注塑模具“热流道系统”制造的公司，其生产的热流道系统可应用于汽车、家电、3C电子、包装、医疗等领域。柳道万和（苏州）热流道系统有限公司是YUDO（柳道）于2002年在苏州成立的港澳台独资企业，注册资本为5,310万美元。	未上市。
2	Mold-Masters (马斯特)	Mold-Masters成立于1963年，总部位于加拿大，是美股上市公司Hillenbrand集团旗下的一家运营公司，主要生产热流道、控制器、辅助注塑设备等，产品终端应用领域包括汽车、大型白色家电/物流用品、医疗、包装、瓶盖、个人护理、消费品、电子、工程等领域；在全球28个国家或地区设有工厂或办事处等。马斯特模具有限公司是Mold-Masters（马斯特）于2003年在昆山成立的港澳台独资企业，是Mold-Masters（马斯特）在亚太地区的总部，注册资本为850万美元。	母公司Hillenbrand, Inc. [HI.N]已于纽交所上市。
3	Synventive (圣万提)	Synventive（圣万提）成立于1971年，于2012年被美股上市公司BARNES集团收购，是全球领先的塑料注射成型行业热流道系统制造商之一，其产品可应用于汽车、工业、电气和电子以及家用电器等众多领域。Synventive（圣万提）在北美、亚洲、欧洲都设有生产基地。圣万提注塑工业（苏州）有限公司是Synventive（圣万提）于2004年在苏州成立的外商独资企业，注册资本为1,186.728393万美元。	母公司B Barnes Group Inc.[B.N]已于纽交所上市，已于2025年1月退市。
4	Oerlikon HRSflow(欧瑞康好塑)	HRSflow成立于1987年，2021年被表面工程、聚合物加工和增材制造供应商欧瑞康收购，自此以Oerlikon HRSflow（欧瑞康好塑）为品牌名称进行运营，致力于为塑料注塑行业设计和制造热流道系统；其产品可应用于汽车、家电、包装、医疗、家具用品、食品等多个领域。Oerlikon HRSflow在全球设有3个生产工厂，50多个分支机构。英格斯模具制造（中国）有限公司是HRSflow于2006年在杭州成立的外商独资企业，注册资本为1,080万欧元。	母公司Oerlikon[OE RL]已于瑞交所上市。
5	麦士德福	深圳市麦士德福科技股份有限公司成立于2005年，注册资本为5,309.2784万元人民币，主要从事热流道系统、精密注塑模具和注塑制品的研发、设计、生产和销售。麦士德福主要产品热流道系统、精密注塑模具和注塑制品最终下游应用领域范围较为广泛，涵盖汽车、家电、IT电子、食品和日化包装、电子雾化器等行业。	未上市，曾于2021年12月申报深交所创业板，后于2023年7月撤回申请。
6	好特斯	苏州好特斯模具有限公司成立于2007年，注册资本为25,000万元人民币，是从事热流道系统研发、制造及销售	未上市。

序号	公司名称	基本情况	是否为上市公司
		服务的高新技术企业。好特斯产品可应用于汽车、电子、医疗等不同领域。	

根据上述竞争对手的可公开获取财务信息角度，从境外公司来看，虽然上述热流道系统领先品牌厂商的母公司已上市，具有一定的财务数据获取度，但鉴于其上市母公司业务板块众多，与公司在业务结构方面存在较大差异，热流道系统业务仅作为上述境外上市公司的其中一部分业务板块，且相关经营数据并未单独列示。因此，考虑到境外可比上市公司多业务经营且在公开信息中未披露热流道系统业务的财务信息详情，公司无法获得境外可比公司热流道系统业务的财务数据，因此并未选择上述境外公司作为同行业可比公司。

其次，公司境内主要竞争对手均未在 A 股上市或新三板挂牌，仅有曾申请创业板上市后终止的麦士德福的部分产品具有相似度，虽然其产品主要下游使用领域为 IT、家电、3C 等，与公司主要下游领域存在差异，但考虑到产品类型、加工工艺等方面与公司产品具有一定相似度；且麦士德福曾公开披露过其 2019 年至 2022 年财务数据以及财务核算的会计政策，从会计处理、业务模式等方面，具有一定参考性。因此，公司选择麦士德福作为同行业可比公司。

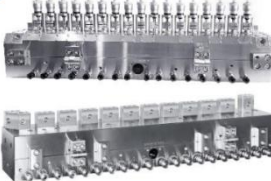
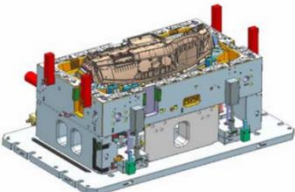
2、其次，在全部 A 股上市公司、新三板挂牌公司，检索经营范围、主营业务和主要产品中是否有与公司产品相同或相似的企业

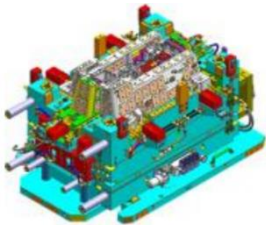
截至 2025 年 8 月末，根据 Choice 数据库，共有约 5,400 余家 A 股上市公司、近 6,300 家新三板挂牌公司，通过在其经营范围、主营业务和主要产品中检索“热流道”“热流道系统”等，未存在主营业务与公司相同或相似、主要从事热流道系统业务的上市公司或新三板挂牌企业。

3、公司主要产品是作为下游注塑模具的核心部件使用，下游应用于汽车注塑零部件。基于上述情况，公司选取“C35 专用设备制造业”的 A 股上市公司，结合其主要产品特性、应用领域、业务结构、经营模式及行业上下游产业与发行人相同或相似的企业，论证分析是否作为公司同行业可比公司

截至 2025 年 8 月末，根据 Choice 数据库，共有约 390 家“C35 专用设备制造业”的 A 股上市公司。其中，筛选与公司产品特点类似，即主要产品为设备的核心部件，且主要应用于汽车领域，或主要产品应用于汽车注塑零部件领域中

的企业，具体如下：

公司简称	主营业务及主要产品	主要产品图示	上下游情况	业务模式	是否选择为同行可比公司及原因
标准1：主要产品与公司产品定位相似，均系设备类的核心部件，主要应用于下游汽车领域					
曼恩斯特 (301325.SZ)	曼恩斯特所处行业为C35专用设备制造业，从事高精度狭缝式涂布模头、涂布设备及涂布配件的研发、设计、生产、销售。		上游主要原材料包括电气物料、钢坯、机加件、钣金件等；核心产品涂布模头主要应用在新能源汽车领域锂电池生产的涂布机设备中，下游应用于新能源汽车领域。	曼恩斯特核心产品亦是根据客户自身需求而生产品，是非标产品，具有定制化程度高特点，生产模式系“以销定产”，生产工艺包括设计、粗细打磨加工等。	否，主要产品不同，虽然其主要系涂布设备的核心部件，但其下游主要应用于汽车锂电池，产品不同且应用领域有所差异。
优德精密 (300549.SZ)	主营业务为汽车模具零部件、半导体计算机模具零部件、家电模具零部件等精密模具零部件的研发、生产及销售。其中，精密模具零部件，例如冲头、凹模、固定座、滑动与导向零件、斜楔机构及氮气弹簧等，在模具中用于冲切、翻边、定位、成型、导向等用途。		上游主要原材料包括氮气弹簧组件和模具钢，下游客户主要包括汽车模具厂以及零部件厂商。	区分定制件与标准件，按照订单驱动生产和计划生产模式执行，工艺流程主要以零部件机加工为主。销售模式采用直销为主、经销为辅。	否，主要产品不同，虽然其产品为汽车模具零部件，但主要为机加工的组件，并非系将模具钢、电气设备、加热组件等集成化产品，产品不同。
标准2：主要产品应用于汽车注塑零部件领域					
宁波方正 (300998.SZ)	汽车塑料模具、塑料件及配件、智能装备、锂电池精密结构件的研发、生产、销售，主要产品		上游主要原材料为模具钢、热流道、铝材、配件等，下游客户主要为汽车零部件供	采用“以销定产”的生产方式，系非标准化定制产品，采用订单式生产，工艺流	否，其主要产品系公司产品下游，虽然最终应用于生产汽车注塑零部

公司简称	主营业务及主要产品	主要产品图示	上下游情况	业务模式	是否选择为同行可比公司及原因
	包括大型注塑模具、精密注塑模具、吹塑模具、塑料件及配件、智能装备、锂电池结构件等。		应商或整车厂客户。	程以模具设计、工艺设计、模具生产加工、模具装配、调试为主。销售模式主要采用直销模式。	件,但因产品及产业链位置有所差异。
海泰科 (301022.SZ)	公司主要从事注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造和销售,主要产品包括注塑模具及塑料零部件。		上游原材料为模板/模具钢、模架/模具钢、热流道等,下游客户主要为汽车零部件厂商、汽车整车厂商。	采用“以销定产”的生产方式,系非标准化定制产品,采用订单式生产。生产流程包括模具设计、生产加工、模具装配、试模验证与检测。销售模式主要采用直销模式。	否,其主要产品系公司产品下游,亦是公司客户,虽然最终应用于生产汽车注塑零部件,但因产品及产业链位置有所差异。

综上所述,公司选取麦士德福作为可比公司具有充分性。一方面,麦士德福的产品特性、生产工艺与公司相似,且曾公开部分财务数据,为对比分析提供了可靠依据;另一方面,其他同行业竞争对手或未上市,或缺乏财务信息披露,无法作为有效参照;与此同时,不存在其他与公司主要产品相同或相似的行业可比公司,其他对比公司在产品类型、应用领域、产业链位置亦有所差异。因此,公司仅选择麦士德福公司仅选取麦士德福作为可比公司具有合理性与充分性。

(二) 量化分析各期汽车车灯热流道系统毛利率明显高于汽车内外饰热流道系统毛利率的原因,汽车车灯热流道系统较汽车内外饰热流道系统所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂的具体表现

报告期内,汽车车灯热流道系统与汽车内外饰热流道系统产品单价、单位成本和毛利率情况如下:

产品类别	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汽车车灯热流道系统	产品单价（元/点）	8,524.13	9,059.93	9,462.78	8,660.44
	产品单位成本（元/点）	3,089.32	3,179.35	3,276.75	3,002.99
	毛利率	63.76%	64.91%	65.37%	65.33%
汽车内外饰热流道系统	产品单价（元/点）	4,584.06	4,857.78	5,128.78	5,334.29
	产品单位成本（元/点）	2,735.94	2,935.88	2,923.07	2,826.19
	毛利率	40.32%	39.56%	43.01%	47.02%

报告期各期，汽车车灯热流道系统毛利率分别为 65.33%、65.37%、64.91% 和 63.76%，汽车内外饰热流道系统毛利率分别为 47.02%、43.01%、39.56% 和 40.32%，汽车车灯热流道系统毛利率明显高于汽车内外饰热流道系统主要系汽车车灯热流道系统产品单价明显高于汽车内外饰热流道系统。

报告期各期，汽车车灯热流道系统产品单价分别为 8,660.44 元/点、9,462.78 元/点、9,059.93 元/点和 8,524.13 元/点，汽车内外饰热流道系统产品单价分别为 5,334.29 元/点、5,128.78 元/点、4,857.78 元/点和 4,584.06 元/点，汽车车灯热流道系统产品单价明显高于汽车内外饰热流道系统主要系：1、汽车车灯热流道系统产品所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂；2、公司汽车车灯热流道系统产品与外资品牌直接竞争；3、公司在汽车车灯热流道系统领域具备竞争优势。具体分析如下：

1、汽车车灯热流道系统产品所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂

公司汽车车灯热流道系统的下游应用领域主要系汽车车灯。汽车车灯对外观美观性、结构复杂性、配光精准度有着较高标准，同时对透光度和平整度要求严苛，使得相应的热流道系统在设计理念、技术水准、结构布局和加工工艺等方面均需满足更高的标准。汽车车灯热流道系统与汽车内外饰热流道系统产品在前期设计、生产加工、温控要求和售后服务等方面的对比情况如下：

项目	汽车车灯热流道系统	汽车内外饰热流道系统
前期设计	（1）分流板流道走向、排布复杂：汽车车灯热流道系统产品结构复杂，对于多色面罩产品来说，要求采用角度进胶和多层分流板搭接的设计方式。传统的 2D 平面设计难以满足这一需求，需借助 3D 立体设计才能实现。 （2）多色系统集成度高，设计复杂：汽	（1）分流板为平面排布，相对简单：汽车内外饰热流道系统多数采用平面排布方式，可直接运用 2D 设计方法，设计与建模过程相对简单。 （2）可供热流道系统排布的区域较大，方便设计：汽车内外饰热流道系统模架整体尺寸较大，有利于热流道

项目	汽车车灯热流道系统	汽车内外饰热流道系统
	车车灯热流道系统产品中的多色零件设计需集成于同一模具中，相当于将多套热流道系统并置于单一模具内，大幅提升了设计的复杂性。	系统的设计排布。
生产加工	（1）加工标准高，要求所有内部流道加工完成后不存在任何偏差与死角：由于汽车车灯产品多为透明件，且需满足配光要求，因此对产品外观的要求严格，从而对热流道系统的加工标准较高，特别是在流道拐角处，必须确保无死角。 （2）抛光标准高：流道内壁的光洁度需达到较高标准，需要反复抛光后再进行流沙处理。	（1）加工要求低于汽车车灯热流道系统：汽车内外饰产品中，结构件和包覆件外观要求相对较低；部分外饰件需进行表面喷漆，基材的瑕疵可通过喷漆加以遮盖。因此，汽车内外饰产品外观要求相对低于汽车车灯产品，相应汽车内外饰热流道系统加工要求低于汽车车灯热流道系统。 （2）抛光要求低于汽车车灯热流道系统：汽车内外饰热流道系统的流道内壁初步抛光后流沙处理即可满足使用要求。
温控要求	成型材料的温度范围窄，对温度控制精度要求高： 汽车车灯产品的成型材料通常采用 PC 和 PMMA。若温度出现异常，可能会导致产品出现发黄等外观缺陷，因此对温控的准确性要求较为严格。	成型材料的温度范围较宽泛，对温控系统的要求相对较低： 汽车内外饰产品主要采用 PP 等低温材料，其成型温度范围较宽泛，温度波动对材料的流动性和物理性能影响较小，因而对温控系统的要求相对较低。
售后服务	汽车车灯热流道系统售后服务所需时间相对较长，售后服务复杂性相对较高，对售后人员的专业技能要求较高： 汽车车灯热流道系统及其配套模具结构复杂且精度要求较高，浇口位置需要仔细研配，保证阀针关闭时的封针效果，角度块搭接安装时整个面在同一平面，否则容易发生泄露；同时在售后维修时，拆装的步骤较为复杂且需要保证精度，否则会引起泄露。	汽车内外饰热流道系统售后服务所需时间及复杂性低于汽车车灯热流道系统： 汽车内外饰热流道系统采用带线架式设计，管线预先接驳完毕，能够整体通过行车吊装进入模具，且浇口位置无需额外研配，显著缩短了售后人员的工作时间；在后续拆装时，整体式的设计也相应减少所需时间。

综上，汽车车灯热流道系统在前期设计、生产加工、温控要求和售后服务等方面难度及要求均高于汽车内外饰热流道系统，因此整体技术含量要求更高、工艺更加复杂，从而产品单价高于汽车内外饰热流道系统具有合理性。

2、公司汽车车灯热流道系统产品与外资品牌直接竞争

从竞争格局而言，外资品牌热流道厂商起步早、技术沉淀深厚，品牌知名度高，占据国内热流道市场主要份额，尤其在高端热流道领域具有较强的竞争优势；内资企业通过多年研发积累，也开始占据部分市场份额。

汽车车灯热流道系统产品因所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂，主要以外资企业为主，公司作为国产品牌，与外资品牌圣万提、欧瑞康好塑、马斯特

等直接竞争。通过向公司主要客户发放问卷的形式了解到，80%以上客户反映外资品牌热流道系统价格高于公司，因此公司汽车车灯热流道系统与外资品牌相比总体具有一定价格优势，具体统计结果详见本问询函回复之“问题1”之“三、”之“（二）”之“1、”之“（3）产品价格对比”之回复。

综上，公司汽车车灯热流道系统产品与外资品牌直接竞争，与外资品牌相比具有性价比优势，因此汽车车灯热流道系统产品单价高于汽车内外饰热流道系统具有合理性。

3、公司在汽车车灯热流道系统领域具备竞争优势

公司深耕热流道行业多年，经过持续的研发投入和工艺积累，具备深厚的技术储备，已形成多色热流道系统技术、光导注塑模具的热流道系统技术、热流道系统成型与流道排布分析技术、热流道系统无死角技术、热流道系统精准温控技术、热流道驱动系统控制技术等多项核心技术，并且依靠多色热流道注塑核心技术的“尾灯三色热流道系统”产品获得“2023 年度浙江省首台（套）装备”认定。因此，公司在汽车车灯热流道系统领域具备竞争优势，且产品报价符合市场行情。

（三）说明发行人产品单价与国内外主要竞争对手单价的比较情况，结合发行人的产品技术含量、行业地位、市场占有率、发行人所处行业整体毛利率情况、产业链不同位置毛利率水平等，说明发行人产品保持高毛利率的合理性

1、说明发行人产品单价与国内外主要竞争对手单价的比较情况

鉴于公司热流道系统产品具有定制化程度高的特征，价格不具有普遍性，且公司国内外主要竞争对手未在公开渠道披露其按点位的具体价格信息，因此无法直接对比产品价格。公司通过向 2022-2024 年各期前三十大客户（累计 51 家）发放问卷的形式，了解公司产品与国内外主要竞争对手产品在主要客户中的价格差异情况，根据 44 家客户的反馈情况来看，具体如下：

（1）汽车车灯热流道系统

公司汽车车灯热流道系统产品与国内外主要竞争对手产品价格对比情况具体如下：

主要竞争对手	价格对比情况	占比
外资企业	(1) 比公司高	88.14%
	(2) 与公司基本持平	3.39%
	(3) 比公司低	8.47%

在汽车车灯热流道系统领域，公司的国内外主要竞争对手主要系外资品牌圣万提、欧瑞康好塑、马斯特等。由上表可知，公司汽车车灯热流道系统与外资品牌相比总体具有一定价格优势，80%以上客户反映外资品牌热流道系统价格高于公司。

(2) 汽车内外饰热流道系统

公司汽车内外饰热流道系统产品与国内外主要竞争对手产品价格对比情况具体如下：

主要竞争对手	价格对比情况	占比
外资企业	(1) 比公司高	59.52%
	(2) 与公司基本持平	28.57%
	(3) 比公司低	11.90%
内资企业	(1) 比公司高	13.16%
	(2) 与公司基本持平	71.05%
	(3) 比公司低	15.79%

在汽车内外饰热流道系统领域，公司国内外主要竞争对手主要包括柳道、圣万提、麦士德福和好特斯等。由上表可知，公司汽车内外饰热流道系统与外资品牌相比总体具有一定价格优势，60%左右客户反映外资品牌热流道系统价格高于公司；公司汽车内外饰热流道系统产品价格与内资品牌相比总体相当，70%以上客户反映内资品牌热流道系统价格与公司基本持平。

2、结合发行人的产品技术含量、行业地位、市场占有率、发行人所处行业整体毛利率情况、产业链不同位置毛利率水平等，说明发行人产品保持高毛利率的合理性

(1) 公司产品技术含量

①公司自主研发并形成多项核心技术，具有核心竞争力

经过多年的技术积淀与经验积累，公司已形成多项自主研发的核心技术，形

成了较强的核心竞争力，公司核心技术紧密围绕于生产过程中的精细化、产品需求的高效化等需求，符合所处行业的发展趋势，主要核心技术的创新特征具体如下：

序号	核心技术名称	核心技术创新特征
1	多色热流道系统技术	该项技术覆盖产品前期设计、细节加工等方面，首先在产品设计上，为满足角度进胶以及多层分流板搭接等复杂的结构要求，采用以 3D 立体设计替代原有的 2D 平面设计，将多色零件设计在同一模具内，对比原有方式具有较高的设计难度，但有利于体现复杂结构而提高生产制作效率。本技术为满足产品的高外观要求，采用精准的加工工艺，使流道拐角处无死角，流道内壁达到高光洁度要求，流道内壁粗糙度可达到 Ra0.2 μ m 以内；此外，为满足产品成型材料对温度准确性的高要求，避免温度异常导致的产品发黄等外观缺陷，通过对加热条的排布的计算研究及实际测试，得到不同区域的功率密度最优值，从而达到精准控制温度的目的。
2	光导注塑模具的热流道系统技术	该项技术在结构上创新得通过流线型嘴芯的设置，减少嘴芯对塑料熔体的阻力，并利用嘴芯流槽增加熔体过胶量，降低塑料熔体在流经流道时产生的压力损失。导流芯部伸入至嘴帽的浇口处，能够防止注塑时的浇口拉丝问题；嘴芯与热嘴主体、浇口司对接成无死角的熔体流道，使熔体顺畅经过且不产生滞留，解决了现有技术中因滞留区存在所造成的产品质量问题，节省成本。此外，所有的流道对接过程中，流道都无间隙对接，也没有中间能够产生滞流不容易被冲干净的区域；与普通的嘴芯相比较，流道过渡平顺，没有过多的直径变化，能有效防止滞流。
3	热流道系统成型与流道排布分析技术	本技术系通过对流道排布及走向的研究，改善料流的平顺性及压力损失，通过有限元分析及模拟建模，对产品的成型过程进行模拟分析，结合以往产品数据参数的大数据统计，能够获得最适合该产品的热流道类型，提高产品成型的合格率。除此之外，通过 3D 模拟建模，在初期设计阶段就将不合理的点改正，大大减少在实际生产后才发现问题的概率，减少试错所浪费的成本。
4	热流道系统无死角技术	本项技术系将转角对接处可视化加工，确保转接处无死角，避免熔体在流经分流板流道拐角处时发生的滞留，所导致的透明原料发黄发黑，从而提高产品的成型质量。镶件在加工完成后装入分流板，使用销钉与分流板定位确保流道方向对应，使用过盈配合，装配时镶件使用液氮冷却缩小，分流板加热膨胀，利于装配，待温度一致后恢复正常尺寸。同时，可通过导向套的改进设计，填充分流板流道的直角外转角处的熔体滞留区域，并利用导流孔的曲面进行导流，实现塑料熔体的无滞留导送，保证了制品的外观性能，提高了成型合格率。
5	热流道系统精准温控技术	本项技术系为解决塑胶在注塑过程中流动性保持稳定难的问题，通过大量的计算测试，以控制不同区域的加热丝密度来控制功率密度，从而确保各个区域的温度分别维持稳定，解决了现有技术中加热器的安装和贴合度间存在矛盾的问题；达到加热器便于安装，且和部件之间贴合紧密的技术效果。此外，通过设置专用补偿导线，对信号输出端进行信号补偿，可补偿连接点插芯处的温度对温控造成的影响，使温控更加精准。
6	热流道驱动系统控制技术	本项技术系为减少产品表面因阀针打开过速造成熔胶喷射，创新地增设了减压阀硬件，从而控制阀针打开的速度。在缸体顶部设置调节杆，在不拆卸气缸主体的情况下，即可对活塞行程进行调节。同时调节杆采用螺纹拧动的调节方式，圈数可任意调整，达到无极调节的效果，使调节数值的连续性更好。此外，研制的双气室气缸解决了现有技术中增压泵对气缸作用会影响气缸的使用寿命的技术问题；达到避免使用增压泵、增强气缸输出力量的效果。

序号	核心技术名称	核心技术创新特征
7	针对 PVC 管材料的热流道系统	本项技术系通过创新匹配使用特殊耐腐蚀钢材避免 PVC 材料降解对热流道的损害，同时采用特殊的铜套加热设计，以确保温度波动小、精准控制温度；并采用特殊的浇口结构，避免材料残留。
8	应用于分流板加工的扩散焊接技术	本项技术通过将传统一体式的分流板分为重组焊接结构，使得流道处于敞开式，可有更多的加工方法选择；流道的样式不再局限于单一的样式。本项技术有利于流道的抛光，避免死角的存在，流道的壁面可直观、方便地完成抛光加工，且便于检测；更光滑的流道壁面有利于塑料的填充降低注塑压力。相较于传统加工工艺，采用焊接结构以后分流板的外形更加紧凑，分流板的体积更小，同等条件下分流板的功率密度更高，温度的响应速度更迅速。

公司的核心技术涵盖了公司主要的生产环节及产品类型，核心技术均已应用到公司主要销售的产品中，有效提升公司在细分市场上的产品性能优势。

②公司以技术优化推动创新，产品指标具有技术优势

公司持续优化产品与技术，公司产品的技术指标能够达到或超过客户对产品性能和质量的高标准要求，形成了较为明显的产品竞争优势。公司主要产品的核心技术指标对比情况如下：

质量特性	技术指标		性能参数	客户要求指标标准
温控稳定	电加热系统	温控箱控制精度	±0.5%	±1%
		热流道温度均匀性	±3℃	±5℃
		升温速度	≥8℃/min	≥5℃/min
加热特性	管状加热器 JB/T2379-2016	过载能力	1.73 倍额定功率下承受 30 次循环过载试验而不发生损坏	1.73 倍额定功率下承受 30 次循环过载试验而不发生损坏
		使用寿命	连续加热≥5,000 次	连续加热≥3,000 次
车灯热流道 装配要求	喷嘴轴线与车灯弧面法线之间夹角		≤10°	≤10°
	嘴芯内阀针凸出产品面距离		≤0.4mm	≤0.5mm
	阀针与针套的配合间隙		≤0.006mm	≤0.009mm
性能要求	液压系统		1.2 倍额定压力下保压 5min 无泄漏	额定压力下保压 5min 无泄漏
	冷却系统		0.6MPa 压力不漏水	0.4MPa 压力不漏水
	喷嘴与分流板连接处密封性		通入 0.8MPa 气压，连接处无泄漏	通入 0.4MPa 气压，连接处无泄漏
	喷嘴加热丝耐久性		连续加热≥5,000 次	连续加热≥3,000 次
关键零件尺寸精度	流道孔内壁粗糙度 Ra		≤0.2μm	≤0.4μm
	平行度公差值		≤0.02mm	≤0.04mm

质量特性	技术指标	性能参数	客户要求指标标准
	出料孔间距极限偏差值	≤0.02mm	≤0.05mm
	板厚度极限偏差值	≤0.02mm	≤0.05mm

根据上表所示，公司主要产品的核心技术指标均已达到或超过客户通常要求的产品指标要求，公司亦不断创新投入，优化相应的技术与产品指标，产品具有技术含量。

③公司核心技术指标已基本接近外资品牌水平

公司在主要核心技术指标方面，基本达到或与外资品牌技术指标相近的水平，无显著差异，从核心技术指标的量化对比来看，公司在关键领域已展现出较强的竞争力。具体核心技术指标对比与分析详见本问询函回复之“问题1”之“三、”之“（二）”之“1、”之“（2）研发能力、主要技术指标对比”之回复。

综上，公司重视技术研发与创新，秉承市场需求与战略布局相结合的理念，不断优化研发体系并提升技术实力，为客户提供更全面、更可靠的产品，公司产品具有技术含量，为公司产品保持高毛利率夯实了基础。

（2）行业地位与市场占有率

公司热流道系统产品主要应用于汽车领域，覆盖汽车领域的车灯及内外饰等部件，主要竞争对手为外资品牌商。公司凭借自身技术优势与稳定的产品质量，经过多年市场耕耘与考验，已形成良好市场口碑的品牌效应，积累了丰厚的客户资源，先后成为国内外知名的汽车主机厂、汽车零部件厂和注塑模具厂的配套供应商，公司目前是国内主要的优秀热流道厂商之一。

2022-2024 年，公司主营业务收入分别为 1.42 亿元、1.68 亿元和 2.33 亿元，公司市场占有率测算具体如下：

单位：亿元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司主营业务收入	2.33	1.68	1.42
国内热流道市场规模	78.76	73.43	68.88
公司市场占有率	2.96%	2.29%	2.07%

2022-2024 年，公司国内热流道市场占有率分别为 2.07%、2.29%和 2.96%，得益于公司经营规模的不断扩大以及对技术研发与创新的高度重视，公司市场占

有率逐年提升。公司行业地位与市场占有率的不断提升，稳固了公司的品牌与客户资源优势，并为公司带来一定的议价能力，从而有利于公司保持高毛利率水平。

（3）公司所处行业整体毛利率情况

报告期内，公司主要产品为热流道系统，公司所处热流道系统行业内的同行业可比公司为麦士德福，2020-2022 年，麦士德福热流道系统毛利率情况具体如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
热流道系统毛利率	47.73%	50.36%	47.90%

注：同行业可比公司财务数据来自其公开披露的招股说明书等，麦士德福未披露 2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月财务数据，因此选取其 2020-2022 年数据进行分析

2020-2022 年，同行业可比公司麦士德福热流道系统毛利率分别为 47.90%、50.36%和 47.73%，总体保持较高水平，因此公司产品保持高毛利率具有合理性。

（4）产业链不同位置毛利率水平

报告期内，公司热流道系统下游应用领域主要为汽车车灯和汽车内外饰，因此公司主要客户群体集中在汽车领域，包括汽车主机厂、汽车零部件厂和注塑模具厂等。报告期内，公司与报告期内公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统前五大客户中的汽车主机厂、汽车零部件厂和注塑模具厂上市公司（以下简称“汽车产业链主要客户”）相应产品毛利率情况具体如下：

客户类型	公司名称	产品种类	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汽车主机厂	比亚迪	汽车、汽车相关产品及其他产品	20.35%	22.31%	21.02%	20.39%
汽车零部件厂	星宇股份	车灯	19.83%	19.93%	21.15%	22.35%
	宁波华翔	内饰件、外饰件	14.46%	14.97%	15.86%	15.90%
注塑模具厂	海泰科	注塑模具	17.28%	16.33%	22.99%	19.90%
平均值			17.98%	18.39%	20.25%	19.64%
公司		热流道系统	50.13%	50.87%	55.38%	56.44%

注：上述汽车产业链主要客户财务数据来自其公开披露的年度报告等；星宇股份 2025 年 1-6 月未披露车灯毛利率，因此选用其汽车零部件毛利率

报告期各期，上述汽车产业链主要客户相应产品毛利率平均值分别为 19.64%、20.25%、18.39%和 17.98%，公司热流道系统毛利率分别为 56.44%、55.38%、50.87%和 50.13%，高于上述汽车产业链主要客户主要系产品类型差异。

公司主要产品为热流道系统，是热流道注塑模具中核心加热组件系统，具有定制化程度高的特征，产品附加值相对较高。上述汽车产业链主要客户主要产品包括模具、汽车零部件等，模具因售后服务要求较少、货款结算周期较短，并且国内模具行业经过多年发展，竞争较为充分而毛利率低于热流道系统；汽车零部件主要为注塑制品，注塑制品为批量化机加工产品，较大程度上依赖于注塑生产模具和注塑机设备，自身加工环节较为简单，产品附加值相对较低，因此毛利率低于热流道系统。综上，公司产品保持高毛利率具有合理性。

综上所述，公司产品具有技术含量，行业地位和市场占有率不断提升，同行业可比公司热流道系统毛利率总体保持较高水平，公司热流道系统毛利率高于产业链不同位置毛利率具有合理性，因此公司产品保持高毛利率具有合理性。

（四）结合报告期各期产品结构变动、平均单位售价和单位成本变动等，说明汽车车灯热流道系统毛利率与汽车内外饰热流道系统毛利率变动趋势不一致的原因，不同产品单位成本变动趋势与主要原材料价格变动是否匹配

1、结合报告期各期产品结构变动、平均单位售价和单位成本变动等，说明汽车车灯热流道系统毛利率与汽车内外饰热流道系统毛利率变动趋势不一致的原因

报告期内，公司汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品单价、单位成本和毛利率变动情况如下：

产品类别	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
汽车车灯热流道系统	产品单价（元/点）	8,524.13	-5.91%	9,059.93	-4.26%	9,462.78	9.26%	8,660.44
	产品单位成本（元/点）	3,089.32	-2.83%	3,179.35	-2.97%	3,276.75	9.12%	3,002.99
	毛利率	63.76%	-1.15%	64.91%	-0.46%	65.37%	0.05%	65.33%
汽车内外饰热流道系统	产品单价（元/点）	4,584.06	-5.63%	4,857.78	-5.28%	5,128.78	-3.85%	5,334.29
	产品单位成本（元/点）	2,735.94	-6.81%	2,935.88	0.44%	2,923.07	3.43%	2,826.19
	毛利率	40.32%	0.75%	39.56%	-3.44%	43.01%	-4.01%	47.02%

报告期各期，汽车车灯热流道系统毛利率分别为 65.33%、65.37%、64.91% 和 63.76%。2023 年，汽车车灯热流道系统毛利率水平与 2022 年基本持平，单价与单位成本均有所上升且变动幅度相近；2024 年，汽车车灯热流道系统毛利率

水平较 2023 年下降 0.46 个百分点，主要系单价下降，单位成本下降但幅度小于单价；2025 年 1-6 月，汽车车灯热流道系统毛利率水平较 2024 年下降 1.15 个百分点，主要系单价下降，单位成本下降但幅度小于单价。

报告期各期，汽车内外饰热流道系统毛利率分别为 47.02%、43.01%、39.56% 和 40.32%。2023 年，汽车内外饰热流道系统毛利率水平较 2022 年下降 4.01 个百分点，主要系单价下降的同时单位成本上升；2024 年，汽车内外饰热流道系统毛利率水平较 2023 年下降 3.44 个百分点，主要系单价下降；2025 年 1-6 月，汽车内外饰热流道系统毛利率水平较 2024 年上升 0.75 个百分点，主要系单价和单位成本均有所下降，单位成本下降幅度小幅大于单价。

报告期内，汽车车灯热流道系统毛利率总体保持稳定，2024 年和 2025 年 1-6 月呈小幅下降，汽车内外饰热流道系统毛利率总体呈先下降后上升趋势，上述产品毛利率变动趋势不一致主要系产品结构变动、平均单位售价、单位成本变动存在一定差异导致，产品结构变动亦会导致平均单位售价和单位成本的变动，以下主要分析平均单位售价和单位成本的变动，具体如下：

(1) 平均单位售价

报告期各期，公司汽车车灯热流道系统产品销售单价分别为 8,660.44 元/点、9,462.78 元/点、9,059.93 元/点和 8,524.13 元/点，呈先上升后下降趋势。报告期各期，公司汽车内外饰热流道系统产品销售单价分别为 5,334.29 元/点、5,128.78 元/点、4,857.78 元/点和 4,584.06 元/点，呈下降趋势。2023 年汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品销售单价变动趋势不同导致 2023 年汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统毛利率变动趋势不一致。

2023 年，汽车车灯热流道系统产品销售单价较 2022 年上升 9.26%，主要系产品结构变动，2023 年高单价的针阀式热流道系统收入占比从 2022 年的 80.12% 增加至 2023 年的 86.23%，从而导致汽车车灯热流道系统产品销售单价上升。

2023 年，汽车内外饰热流道系统产品销售单价较 2022 年下降 3.85%，主要系市场竞争因素影响，汽车内外饰热流道系统市场竞争较为充分，从而导致产品销售单价有所下降。

(2) 单位成本变动

报告期各期，公司汽车车灯热流道系统产品单位成本分别为 3,002.99 元/点、3,276.75 元/点、3,179.35 元/点和 3,089.32 元/点，呈先上升后下降趋势。报告期各期，公司汽车内外饰热流道系统产品单位成本分别为 2,826.19 元/点、2,923.07 元/点、2,935.88 元/点和 2,735.94 元/点，呈先上升后下降趋势。2024 年汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品单位成本变动趋势不同导致 2024 年汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统毛利率变动幅度有所差异；2025 年 1-6 月汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品单位成本变动幅度不同导致 2025 年汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统毛利率变动趋势不一致。

2023-2025 年 6 月，汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品单位成本构成和变动幅度具体如下：

单位：元/点

项目	汽车车灯热流道系统					汽车内外饰热流道系统				
	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
直接材料	1,018.68	7.24%	949.92	-6.25%	1,013.23	1,033.31	-5.15%	1,089.40	0.84%	1,080.30
直接人工	710.22	-10.55%	793.99	3.55%	766.75	702.33	-11.65%	794.94	13.67%	699.32
制造费用	472.68	-11.38%	533.36	-27.94%	740.19	522.90	-7.73%	566.70	-22.71%	733.24
运输费用	54.92	-1.46%	55.74	15.94%	48.07	29.54	-1.41%	29.96	14.98%	26.05
售后服务费	832.82	-1.60%	846.34	19.45%	708.50	447.87	-1.54%	454.88	18.41%	384.16
合计	3,089.32	-2.83%	3,179.35	-2.97%	3,276.75	2,735.94	-6.81%	2,935.88	0.44%	2,923.07

2024 年，汽车车灯热流道系统产品单位成本较 2023 年下降 2.97%，汽车内外饰热流道系统产品单位成本较 2023 年上升 0.44%，变动趋势不同主要系直接材料和直接人工因素；2025 年 1-6 月，汽车车灯热流道系统产品单位成本较 2024 年下降 2.83%，汽车内外饰热流道系统产品单位成本较 2024 年下降 6.81%，变动幅度有所差异主要系直接材料因素。具体分析如下：

①直接材料

2024 年，汽车车灯热流道系统产品单位直接材料较 2023 年下降 6.25%，汽车内外饰热流道系统产品单位直接材料较 2023 年上升 0.84%，与汽车车灯热流道系统变动趋势不一致主要系 2024 年汽车内外饰热流道系统产品中 10 点及以上

多点位产品增加,该类产品收入占比从2023年的16.14%增长至2024年的22.21%。
随着产品点位的增加,产品覆盖面积亦会增加,导致单位点位直接材料金额增加。

2025年1-6月,汽车车灯热流道系统产品单位直接材料较2024年上升7.24%,
汽车内外饰热流道系统产品单位直接材料较2024年下降5.15%,变动趋势不一致主要系公司针对汽车车灯热流道系统产品进行工艺设计的改进,导致单位直接材料上升。

②直接人工

2024年,汽车车灯热流道系统产品单位直接人工较2023年上升3.55%,汽车内外饰热流道系统产品单位直接人工较2023年上升13.67%,均呈上升趋势主要系随着公司经营规模的扩大以及客户对于产品精细度要求逐步增高,公司相应增加生产人员,生产人员平均人数由2023年的186人增加至2024年的296人,生产人员增加导致单位直接人工增加。2024年汽车内外饰热流道系统产品单位直接人工增幅大于汽车车灯热流道系统主要系2024年汽车内外饰热流道系统销量增幅达93.01%,相应生产人员及直接人工增加。

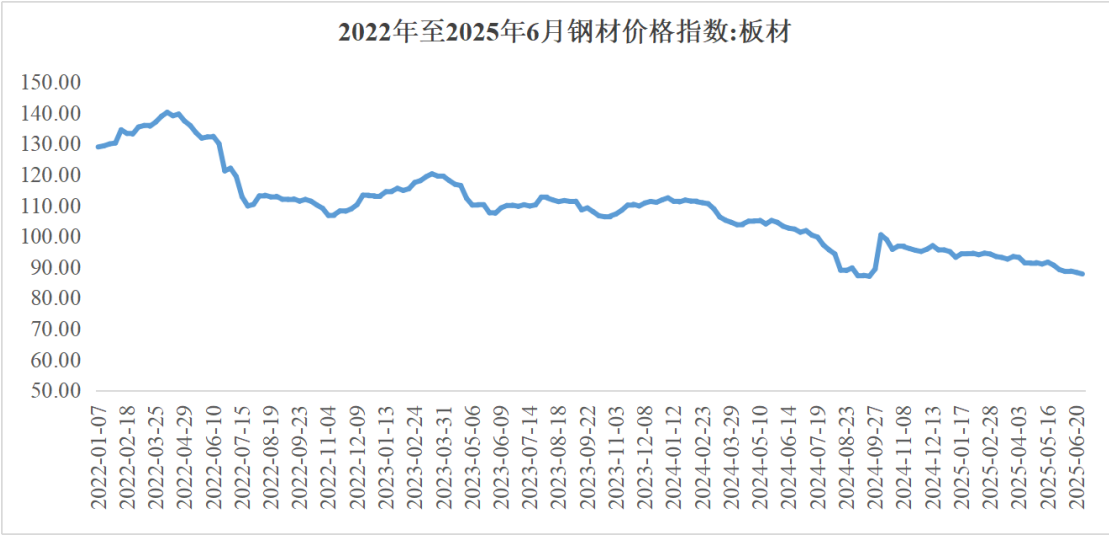
2、不同产品单位成本变动趋势与主要原材料价格变动是否匹配

公司原材料价格波动对产品单位成本具有一定影响,公司产品涉及的原材料部件较为繁杂且细分种类较多,其中钢材类为公司主要原材料,报告期内公司钢材类采购占比分别为39.23%、36.48%、39.97%和39.07%。报告期内,公司钢材类采购以2316板材、S136H圆棒和2316圆棒等模具钢为主。报告期内,钢材类中主要原材料采购单价与汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品单位直接材料变动情况对比如下:

单位:元/kg、元/点

项目		2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
钢材类主要原材料	2316 板材	11.78	-2.56%	12.09	-3.13%	12.48	-18.91%	15.39
	S136H 圆棒	21.24	0.62%	21.11	1.59%	20.78	-17.21%	25.10
	2316 圆棒	10.54	-4.87%	11.08	-11.29%	12.49	-15.95%	14.86
单位直接材料	汽车车灯热流道系统	1,018.68	7.24%	949.92	-6.25%	1,013.23	-10.46%	1,131.62
	汽车内外饰热流道系统	1,033.31	-5.15%	1,089.40	0.84%	1,080.30	-14.45%	1,262.75

报告期内，公司钢材类主要原材料采购单价整体呈下降趋势，与钢材市场价格变动趋势总体保持一致，部分钢材价格变动存在差异主要系不同规格型号所致。报告期内，钢材市场价格波动情况具体如下：



数据来源：Choice 数据库中“钢材价格指数：板材”

报告期各期，公司汽车车灯热流道系统单位直接材料金额分别为 1,131.62 元/点、1,013.23 元/点、949.92 元/点和 1,018.68 元/点，总体有所下降，变动趋势总体与钢材类主要原材料价格变动趋势保持一致，具有匹配性。2025 年 1-6 月单位直接材料有所上升主要系公司针对汽车车灯热流道系统产品进行工艺设计的改进，导致单位直接材料上升。

报告期各期，公司汽车内外饰热流道系统单位直接材料金额分别为 1,262.75 元/点、1,080.30 元/点、1,089.40 元/点和 1,033.31 元/点，总体有所下降，变动趋势总体与钢材类主要原材料价格变动趋势保持一致，具有匹配性。2024 年单位点位直接材料较 2023 年小幅上升主要系 2024 年汽车内外饰热流道系统产品中 10 点及以上多点位产品增加，该类产品收入占比从 2023 年的 16.14%增长至 2024 年的 22.21%，多点位产品的增加，导致单位点位直接材料金额增加，从而导致单位点位直接材料变动趋势与原材料钢材采购单价变动趋势存在一定差异，具有合理性。

（五）说明随着汽车内外饰热流道系统销售规模的增长及占比提高，发行人毛利率是否存在下降趋势，发行人高毛利率是否可持续

报告期内，公司热流道系统根据下游应用领域主要分为汽车车灯热流道系统

和汽车内外饰热流道系统。报告期各期，公司主要产品热流道系统毛利率分别为 56.44%、55.38%、50.87%和 50.13%，热流道系统毛利率的变动受到产品结构变动及汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统毛利率变动的影响。报告期内，公司主要产品热流道系统根据主要下游应用领域的收入、占比及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	金额	比例	毛利率	金额	比例	毛利率	金额	比例	毛利率	金额	比例	毛利率
汽车车灯热流道系统	6,185.11	44.02%	63.76%	10,167.05	45.01%	64.91%	9,124.96	55.98%	65.37%	7,015.82	51.14%	65.33%
汽车内外饰热流道系统	7,500.44	53.38%	40.32%	11,975.89	53.02%	39.56%	6,550.99	40.19%	43.01%	6,328.07	46.13%	47.02%
其他热流道系统	366.33	2.61%	20.79%	445.53	1.97%	34.41%	625.88	3.84%	39.33%	374.41	2.73%	49.26%
合计	14,051.87	100.00%	50.13%	22,588.47	100.00%	50.87%	16,301.84	100.00%	55.38%	13,718.30	100.00%	56.44%

1、汽车车灯热流道系统与汽车内外饰热流道系统产品收入情况

报告期各期，公司汽车车灯热流道系统销售收入分别为 7,015.82 万元、9,124.96 万元、10,167.05 万元和 6,185.11 万元，呈增长趋势。报告期内，公司持续发挥在汽车车灯热流道系统领域的竞争优势，与主要客户合作不断加深，产品收入保持稳定增长态势。

报告期各期，公司汽车内外饰热流道系统销售收入分别为 6,328.07 万元、6,550.99 万元、11,975.89 万元和 7,500.44 万元，占热流道系统收入的比例分别为 46.13%、40.19%、53.02%和 53.38%，呈先下降后上升趋势，主要系报告期前期，公司因产能受限，优先满足毛利率相对较高的汽车车灯热流道系统的订单，随着产能大幅释放，公司有余力承接更多汽车内外饰热流道系统的订单，产品销量上升明显；同时下游汽车领域快速发展，汽车内外饰热流道系统整体市场规模相对更大，从而带动产品销量上升。

总体来看，在汽车车灯热流道系统领域，公司将持续深耕技术研发与工艺优化，进一步巩固并强化自身在该领域的竞争优势，不断提升市场份额；在汽车内外饰热流道系统领域，公司将凭借多年积累的行业经验、品牌影响力、产品质量及服务优势，积极拓展市场。未来，公司汽车车灯热流道系统与汽车内外饰热流道系统两类产品将形成协同发展的良好态势，总体不存在汽车内外饰热流道系统

收入增幅持续显著高于汽车车灯热流道系统的情形。

2、汽车车灯热流道系统与汽车内外饰热流道系统产品毛利率情况

报告期各期，汽车车灯热流道系统毛利率分别为 65.33%、65.37%、64.91% 和 63.76%，汽车车灯热流道系统因所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂，报告期内毛利率保持较高水平，且毛利率变动较小，产品高毛利率具有持续性。报告期各期，汽车内外饰热流道系统毛利率分别为 47.02%、43.01%、39.56% 和 40.32%，总体有所下降主要系汽车内外饰热流道系统市场竞争较为充分，若未来市场竞争不断加剧，该产品毛利率或存在下降的风险。

从公司整体来看，公司 2024 年和 2025 年 1-6 月毛利率总体保持稳定，未呈现持续大幅下降趋势。随着莱瑟塔产能逐步释放，产能利用率不断提升，规模效应下单位成本相应下降；同时公司将持续发挥生产优势，专注技术研发，巩固和提升市场地位。因此，总体来看，公司毛利率持续下降风险较小，高毛利率具有持续性。

综上所述，从产品收入占比来看，公司汽车车灯热流道系统与汽车内外饰热流道系统两类产品将形成协同发展的良好态势，总体不存在汽车内外饰热流道系统增幅持续显著高于汽车车灯热流道系统的情形；从产品毛利率来看，报告期内，汽车车灯热流道系统毛利率保持较高水平且变动较小，汽车内外饰热流道系统毛利率有所下降，但随着公司规模效应的提升、生产优势的加强以及技术研发的强化，公司毛利率持续下降风险较小，高毛利率具有持续性。若未来汽车内外饰热流道系统收入增幅持续显著高于汽车车灯热流道系统，公司综合毛利率存在下降的风险。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（五）毛利率下降风险”与“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（二）毛利率下降风险”中予以风险提示。

（六）结合前述情况，进一步完善招股说明书中关于毛利率下降的风险，进行有针对性的重大事项提示与风险揭示

公司已进一步完善招股说明书中关于毛利率下降的风险，并在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（五）毛利率下降风险”与“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（二）毛利率下降风险”中补充披露

如下：

“热流道技术作为一项新型注塑成型技术近年来快速发展，随着行业的不断发展，越来越多的企业加入，公司面临的竞争日益加剧。市场竞争的加剧将可能导致产品价格逐渐降低。报告期各期，公司综合毛利率分别为 56.15%、55.17%、50.95%和 **50.31%**，总体保持较高水平。未来随着同行业企业数量的增多，市场竞争的加剧，行业供求关系可能发生变化，导致行业整体利润率水平产生波动，进而对公司的毛利率造成不利影响。

报告期内，公司热流道系统根据下游应用领域主要分为汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统。报告期各期，汽车车灯热流道系统毛利率分别为 65.33%、65.37%、64.91%和 63.76%，总体保持较高水平；汽车内外饰热流道系统毛利率分别为 47.02%、43.01%、39.56%和 40.32%，总体有所下降。若未来公司汽车内外饰热流道系统收入增幅持续显著高于汽车车灯热流道系统，公司综合毛利率将存在下降的风险。”

四、保荐机构、申报会计师核查程序及核查意见

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

（1）主要供应商规模较小的合理性及原材料采购价格公允性

①查阅公司报告期内采购明细及主要供应商清单，通过企查查等方式查询主要供应商成立时间、注册资本、实际控制人、股权结构等情况；

②访谈公司主要供应商并取得其关于经营情况的确认函信息，了解主要供应商的企业类型、注册资本、实缴资本、控股股东、实际控制人、员工人数及社保缴纳人数、主营业务及规模、与发行人业务合作时间等情况，并了解供应商为贸易商的，其采购终端供应商的名称及基本情况；了解主要供应商经营规模较小、实缴资本较小、参保人数较少的原因；了解是否存在刚成立即成为发行人主要供应商或仅为发行人服务的情形，原材料采购金额与供应商经营规模是否匹配；确认主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来；

③访谈公司采购负责人，了解发行人向经营规模较小、实收资本较小、参保人数较少的主要供应商采购的原因及合理性，了解部分原材料系通过贸易商采购的原因，了解主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系或其他利益往来；

④取得公司采购入库明细表，对采购入库数据进行分析，分析主要原材料的数量、金额、单价的变化情况，并对同类原材料在不同供应商之间的采购价格进行比较；

⑤查询主要原材料的市场公开价格，与公司采购价格进行比较，确认原材料采购价格是否存在异常。向公司采购部、财务部相关人员了解供应商变动情况及合作稳定性，了解主要原材料供应商和原材料采购变动的原因；

⑥取得公司原材料、库存商品收发存明细表、产品完工入库明细表，分析主要原材料的采购与消耗是否相匹配，产量与销量是否匹配；

⑦了解公司的生产流程、成本核算方法及过程，评估成本核算与结转方法是否符合公司实际经营情况，分析营业成本构成合理性；

⑧取得公司主营业务成本明细表，分析复核产品成本构成金额及各期变动情况，结合产品结构、材料采购成本和生产情况等因素分析各期成本项目变动的原因及合理性。

（2）成本构成变动较大的原因

①获取报告期内发行人生产人员名单、工资表，了解生产人员、薪酬的构成及变动情况；查阅同行业公司及其他对比公司的招股说明书、年度报告等公开资料，了解相关公司的人员构成、人均薪酬等，并与发行人进行对比分析；查阅同地区人均可支配收入等资料；分析各期生产人员与产品产量的匹配性；

②获取公司与主要客户签署的销售合同/订单，了解公司与客户之间关于售后服务的具体约定；获取报告期内售后服务的实际发生额，分析公司售后服务费计提原则和比例的合理性与充分性；获取同行业可比公司麦士德福及其他对比公司的公开披露文件，分析公司售后服务费的计提方法及比例与同行业可比公司及其他对比公司是否存在较大差异；

③获取在建工程明细表及相关合同，了解主要在建工程金额、建设期限等相关信息，获取在建工程转固台账，了解各期转入固定资产的内容、金额及依据，取得相关验收文件，评价其转固时点的准确性；取得新增机器设备采购合同、发票、验收单等资料，评价设备入账时点及金额的准确性；取得固定资产折旧计提分配表，复核其准确性；

④了解和测试公司关于生产管理、成本核算方面的内部控制制度，以确定生产管理、成本核算控制的设计和执行情况是否有效；

⑤了解公司的生产流程、成本核算方法及过程，评估成本核算与结转方法是否符合公司实际经营情况，分析营业成本构成合理性；

⑥取得公司主营业务成本明细表，分析复核产品成本构成金额及各期变动情况，结合产品结构、材料采购成本和生产情况等因素分析各期成本项目变动的原因及合理性；

⑦取得公司原材料收发存明细表、产品完工入库明细表，了解产品主要原材料的消耗情况和单位消耗情况，分析主要原材料的单耗水平是否存在异常变动；

⑧取得公司用电台账，分析产品单位能源耗用是否存在异常变动；

⑨查阅同行业公司及其他对比公司年报或者招股说明书，将公司营业成本构成、各期主要原材料单耗水平、产品单位能源耗用与可比公司进行对比分析，分析差异原因及合理性。

(3) 主要产品毛利率高于可比公司的合理性及持续性

①查阅公司行业内主要竞争对手、所属行业中与公司主营业务、主要产品、应用领域等相似的公司公开披露数据情况，了解其主营业务、主要产品及财务数据细分程度，判断公司选取同行业可比公司的合理性；查询公司同行业可比公司麦士德福公开披露信息，了解其主营业务及主要产品、下游应用领域等与公司的异同情况；

②获取公司报告期内的收入成本明细表，分析汽车车灯热流道系统毛利率明显高于汽车内外饰热流道系统毛利率的原因；访谈公司管理层，了解汽车车灯热流道系统较汽车内外饰热流道系统所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂的具

体表现；

③获取经公司主要客户确认的问卷，分析公司产品单价与国内外主要竞争对手单价的比较情况；访谈公司管理层，了解公司的产品技术含量、行业地位和市场占有率，了解公司产品保持高毛利率的合理性；查阅同行业可比公司麦士德福、产业链不同位置上市公司的公开披露文件，分析公司产品保持高毛利率的合理性；

④获取公司报告期内的收入成本明细表，分析报告期各期产品结构变动、平均单位售价和单位成本变动情况，分析汽车车灯热流道系统毛利率与汽车内外饰热流道系统毛利率变动趋势不一致的原因；获取公司采购明细表，分析不同产品单位成本变动趋势与主要原材料价格变动的匹配性；

⑤访谈公司管理层，了解公司关于汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统产品的发展策略，分析公司高毛利率的可持续性；

⑥查阅《招股说明书》，复核公司是否在招股说明书中进一步完善关于毛利率下降的风险，进行有针对性的重大事项提示与风险揭示。

2、核查意见

（1）主要供应商规模较小的合理性及原材料采购价格公允性

①公司各期主要供应商中宁波高新区诺科密封科技有限公司、杭州龙维液压科技有限公司为贸易商，公司通过其分别采购的材料为赫莱特外资品牌的密封件和榆次油研品牌的液压阀等原材料，上述品牌均为国内外知名品牌，由于这些品牌在各地区通常采用经销代理商或贸易商等渠道进行销售，且公司采购体量较小，整体为分批次采购，因此公司通过贸易商进行采购符合行业惯例，具有合理性；

②公司向经营规模较小、实缴资本较低、参保人数较少的供应商进行采购，是基于行业特性、企业自身需求及内部风控体系的综合决策，具有合理性；公司主要供应商中不存在刚成立即合作或仅为公司服务的情形；原材料采购金额与供应商经营规模相匹配；主要供应商及其关联方与公司及其控股股东、实际控制人、董监高等均不存在关联关系或其他利益往来；

③A、报告期内各类原材料 2023 年度较 2022 年度采购金额变动不大，2024 年度较 2023 年度增加较大主要系与销售规模增加相匹配，报告期内各类原材料

采购占比变动较小；B、报告期内公司热流道系统产销率较高，各期主要原材料采购量与耗用量具有匹配性，主要原材料单位耗用总体波动较小。因此公司主要原材料采购量、耗用量和产量、销量具有匹配性；C、直接材料成本占比 2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月较 2022 年度降低主要系：a 随着公司经营规模的扩大，公司相应增加生产人员，使得直接人工金额有所增加；b 子公司莱瑟塔工厂建成并转固，同时公司新增机器设备等固定资产的投入使得制造费用金额有所上升符合公司实际经营情况，具有合理性；

④公司主要原材料报告期内采购单价存在一定波动，整体价格变动趋势主要受市场价格变动所致，采购价格与市场价格变动趋势一致，变动具有合理性；公司向不同供应商采购同类产品价格整体差异较小，具有合理性。

(2) 成本构成变动较大的原因

①2023 年及 2024 年公司直接人工成本大幅增长，主要系生产人员逐年快速增长，人均薪酬小幅增长，具有合理性；生产人员人均薪酬与同行业可比公司不存在显著差异，低于其他对比公司，并高于同地区工资水平，具有合理性；2023-2024 年，公司生产人员人数与产品产量基本匹配，2022 年及 2025 年 1-6 月人均产量较高主要系生产相对饱和、产能利用率较高，具有合理性；

②报告期内，公司给予客户一定期间内（通常为一年）的售后服务，售后服务期内，公司提供零部件、整套热流道系统的免费安装、维修、更换或者退货在内的售后服务；售后服务期外，公司也持续对热流道系统的质量问题提供维修服务，但对维修所需费用酌情收取一定费用；报告期内，公司的售后服务费计提原则和方法与同行业可比公司、其他对比公司总体具有一致性，计提比例差异具有合理性；报告期内，公司计提的售后服务费总体可以覆盖每年实际支出，2024 年虽有所超出，但公司随之上调了计提比例，因此公司售后服务费计提总体较为充分；

③子公司莱瑟塔在建工程转固及报告期内公司新增机器设备对应折旧计提增加，因此 2023 年及 2024 年营业成本中制造费用大幅增长真实、合理；

④A、2022 年公司与麦士德福热流道系统成本构成具有一致性，构成比例存在一定差异，主要系受售后服务费和直接人工占比影响。公司下游领域主要系汽

车车灯和内外饰领域，而麦士德福下游领域主要包括汽车内外饰、家电和 IT 电子领域，汽车热流道系统总体技术含量更高、更为复杂，因此需要更多直接人工以及售后服务费用，导致成本占比高于麦士德福。此外，公司热流道系统点位数量总体低于麦士德福，导致直接材料和制造费用占比相对低于麦士德福；公司与其他对比公司营业成本构成存在差异，主要系产品结构差异所致；B、公司各期主要原材料单耗水平、产品单位能源耗用变动不存在异常情况，符合公司实际经营情况；主要原材料单耗水平：同行业可比公司麦士德福模具钢单套耗用量介于公司套耗用量之间，因热流道系统产品定制化程度较高，不同产品的结构不同相应耗用的材料数量亦有所不同，总体不存在较大差异，其他对比公司未披露材料耗用情况，故未能进行对比分析；产品单位能源耗用：同行业可比公司麦士德福未披露热流道系统能源耗用情况，其他对比公司未披露能源耗用情况，故未能进行对比分析；

(3) 主要产品毛利率高于可比公司的合理性及持续性

①从公开获取财务信息数据角度，目前公司所属行业内仅有麦士德福的部分产品与公司产品具有相似度，不存在其他与公司主要产品相同或相似的同行业可比公司。因此，仅选择麦士德福进行对比具有合理性；

②报告期内，汽车车灯热流道系统毛利率明显高于汽车内外饰热流道系统主要系汽车车灯热流道系统产品单价明显高于汽车内外饰热流道系统，汽车车灯热流道系统产品单价明显高于汽车内外饰热流道系统主要系：A、汽车车灯热流道系统产品所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂；B、公司汽车车灯热流道系统产品与外资品牌直接竞争；C、公司在汽车车灯热流道系统领域具备竞争优势；汽车车灯热流道系统较汽车内外饰热流道系统所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂的具体表现系在前期设计、生产加工、温控要求和售后服务等方面难度及要求均高于汽车内外饰热流道系统；

③通过向公司主要客户发放问卷的形式了解到，在汽车车灯热流道系统领域，公司的国内外主要竞争对手主要系外资品牌，80%以上客户反映外资品牌热流道系统价格高于公司；在汽车内外饰热流道系统领域，60%左右客户反映外资品牌热流道系统价格高于公司，70%以上客户反映内资品牌热流道系统价格与公司基本持平；公司产品具有技术含量，行业地位和市场占有率不断提升，同行业可比

公司热流道系统毛利率总体保持较高水平，公司热流道系统毛利率高于产业链不同位置毛利率具有合理性，因此公司产品保持高毛利率具有合理性；

④报告期内，公司汽车车灯热流道系统毛利率与汽车内外饰热流道系统毛利率变动趋势不一致主要系产品结构变动、平均单位售价、单位成本变动存在一定差异导致；汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统单位直接材料变动趋势总体与钢材类主要原材料价格变动趋势保持一致，具有匹配性，变动趋势存在一定差异具有合理性；

⑤从产品收入占比来看，公司汽车车灯热流道系统与汽车内外饰热流道系统两类产品将形成协同发展良好态势，总体不存在汽车内外饰热流道系统增幅持续显著高于汽车车灯热流道系统的情形；从产品毛利率来看，报告期内，汽车车灯热流道系统毛利率保持较高水平且变动较小，汽车内外饰热流道系统毛利率有所下降，但随着公司规模效应的提升、生产优势的加强以及技术研发的强化，公司毛利率持续下降风险较小，高毛利率具有持续性；

⑥公司已进一步完善招股说明书中关于毛利率下降的风险，进行有针对性的重大事项提示与风险揭示。

（二）说明对主要供应商采购真实性、原材料采购价格公允性、毛利率高于可比公司真实合理性的核查程序、核查比例和核查结论

1、核查程序

（1）访谈公司采购负责人，了解公司采购模式、供应商选择标准与管理机制、定价原则等，以及主要供应商的基本信息、双方业务合作模式、交易内容与金额；核查发行人及其股东、实际控制人、董监高、其他核心人员与供应商之间的关联关系及业务往来；了解相关原材料市场价格波动情况对采购成本的影响；

（2）取得并查阅公司报告期内采购明细及主要供应商清单，了解主要原材料与主要供应商采购单价变化情况，并通过企查查等方式查询主要供应商成立时间、注册资本、实际控制人、股权结构等情况；

（3）查询公司上游原材料的公开市场价格走势，分析原材料成本波动与公司采购价格的匹配关系以及对产品价格、毛利率的影响情况；

（4）对主要供应商进行实地走访，核实供应商的基本信息、双方业务合作细节、交易内容及金额，了解供应商与公司及其关联方之间的关联关系及业务往来；了解主要供应商向公司销售产品的定价策略及价格调整情况；报告期各期，材料供应商走访比例分别为 73.26%、74.05%、72.88%和 72.07%；

（5）对主要供应商执行函证程序，对报告期各期公司与供应商之间的交易额、往来款项等情况进行确认；报告期各期，材料供应商回函及替代测试确认采购比例分别为 68.96%、78.44%、82.91%和 78.29%；

（6）对主要供应商执行穿行测试，检查采购合同、发票、入库单以及付款流水等资料，验证采购业务流程的合规性与真实性；

（7）查询公司同行业可比公司麦士德福公开披露信息，了解其主营业务及主要产品、产品收入结构、下游应用领域、主要客户情况、毛利率等信息，对比分析公司与同行业可比公司在产品结构、下游应用领域等方面的差异情况，分析毛利率差异原因及其真实合理性；

（8）获取公司按照不同产品类型、不同下游应用领域、不同客户等维度的收入成本明细表，分析比较公司毛利率高于同行业可比公司的原因及其真实合理性；

（9）访谈公司董事长、财务负责人，了解公司毛利率与同行业可比公司的差异原因，并分析其合理性。

2、核查意见

公司与主要供应商发生的采购业务真实，采购原材料价格公允。公司毛利率高于同行业可比公司麦士德福主要系产品结构差异所致，差异原因具有真实合理性。

问题 5：其他财务问题

（1）向贸易商销售的具体情况。根据申请文件，发行人客户主要以生产商为主，贸易商客户各期收入占比均低于 5%。请发行人：①说明向贸易商销售的原因及合理性，可比公司是否存在向贸易商销售的情况。②说明各期主要贸易商客户的具体情况，包括主要贸易商合作情况、毛利率情况、贸易商期末库存

及终端销售实现情况等，是否存在为发行人大幅囤货的情形，是否实现终端销售。

(2) 存货跌价准备计提充分性。根据申请文件，报告期各期末，发行人存货账面余额分别为 2,875.85 万元、3,342.33 万元、4,038.25 万元，主要为原材料、自制半成品、发出商品。请发行人：①说明各类存货余额与公司订单的匹配情况，存货余额变动的合理性，存货结构与可比公司是否存在明显差异。②结合存货跌价准备计提方法、存货库龄、可比公司计提比例等，说明发行人存货跌价准备计提是否充分。③说明期后存货结转情况，存货规模及存货周转率与同行业可比公司相比是否存在较大差异。

(3) 在建工程转固的真实性及相关资金流向。根据申请文件，2023 年发行人存在大额在建工程转为固定资产的情况，主要系公司子公司莱瑟塔热流道系统车间建设项目转固所致。请发行人说明报告期内子公司莱瑟塔热流道系统车间建设项目的具体情况，主要供应商、施工方情况，是否与发行人存在关联关系或其他利益安排；在建工程款项支付进度情况及相关资金流向，是否存在通过在建工程转移资金的情况。

(4) 研发费用核算准确性。根据申请文件，报告期内发行人研发费用分别为 706.38 万元、778.11 万元和 1,008.23 万元，主要由职工薪酬、材料费用、委托外部研究开发费用构成。请发行人说明：①各期研发人员的数量、认定标准，是否存在兼职研发人员的情况，各类研发人员工时统计的相关内控制度及实际执行情况，各个研发项目的人员工时能否准确区分。②研发领料的具体去向、各期涉及金额，研发领料与生产领料予以区分的措施，不同去向的会计处理及合规性。③报告期内是否存在研发样机对外销售的情况，相关会计处理及合规性。④2022 年及 2024 年存在较多委托外部研究开发费用的原因，委外研发的具体内容及委外研发的成果归属，是否涉及产品的关键生产工序或核心技术。

(5) 关于财务内控不规范整改情况。根据申请文件，报告期内，发行人存在内控制度执行不规范、与关联方之间存在资金拆借等财务内控不规范情形。请发行人：①说明报告期各期各项财务内控不规范事项整改的具体措施、整改完毕的具体时间、相关财务内控不规范事项是否影响财务数据的真实性、准确性、完整性。②结合相关内部控制制度建设及运行情况说明发行人财务内控不

规范的整改是否充分。③进一步说明期后有无新增财务内控不规范行为的情况，发行人内控制度是否已完备并有效运行。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对存货、在建工程及固定资产等各类资产真实性的核查措施，如监盘程序、监盘比例、监盘结果以及其他核查程序等。（3）说明对研发费用真实完整性的核查程序、覆盖范围及核查结论。（4）对于财务内控不规范事项，按照《2 号指引》2-10 财务内控不规范情形的相关要求进行核查，并发表明确意见

回复：

一、向贸易商销售的具体情况

（一）说明向贸易商销售的原因及合理性，可比公司是否存在向贸易商销售的情况

1、向贸易商销售的原因及合理性

报告期内，公司客户以生产商客户为主，仅存在少量贸易商客户（报告期各期，公司对贸易商客户销售金额占营业收入的比例均不足 2%）。对于生产商和贸易商，公司均采用买断式的直销模式。

公司通过贸易商销售，主要系上述贸易商具有模具厂、汽车零部件厂等客户资源，相关客户在引入新供应商时，通常通过长期合作或较为信任的贸易商先行接触并开展业务。公司通过贸易商销售系借助其销售渠道和客户资源开拓业务，具有合理性。

2、可比公司向贸易商销售的情况

发行人同行业可比公司和其他对比公司的销售模式、贸易商销售情况对比如下：

类型	公司名称	销售模式	在公开披露文件中是否说明贸易商客户情况
同行业可比公司	麦士德福	直销	否
其他对比公司	曼恩斯特	直销	否
	优德精密	直销为主、经销为辅	是，经销模式下存在贸易商客户，系为拓展区域市场覆盖
	宁波方正	直销	否

	海泰科	直销	否
发行人		直销	是，直销模式下存在贸易商客户，系为借助其销售渠道、客户资源拓展业务

由上表可知，发行人、同行业可比公司和其他对比公司均采用直销（为主）的销售模式，不存在明显差异；各公司基于自身市场拓展策略和业务需求选择是否和贸易商客户开展合作，存在差异具有合理性。

（二）说明各期主要贸易商客户的具体情况，包括主要贸易商合作情况、毛利率情况、贸易商期末库存及终端销售实现情况等，是否存在为发行人大幅囤货的情形，是否实现终端销售

1、各期主要贸易商客户的具体情况与合作情况

报告期内，公司存在 2 家贸易商客户，分别为宁波德玛克电气科技有限公司和上海恒越模塑科技有限公司。报告期内，公司通过贸易商销售实现的收入分别为 238.14 万元、186.17 万元、136.79 万元和 128.10 万元，占公司营业收入比例分别为 1.67%、1.11%、0.59%和 0.87%，占比较低。

报告期内，公司贸易商客户具体情况及合作情况如下：

（1）宁波德玛克电气科技有限公司

项目	内容
注册资本	100万元人民币
成立日期	2014-06-16
注册地址	浙江省宁波市象山县西周镇富源路22号（自主申报）
股权结构	泮杰赏持股60%；段银利持股40%
主要人员	段银利担任董事；泮杰赏担任经理；杨冬月担任财务负责人
实际控制人	泮杰赏
经营范围	电气设备的研发，电气设备、电子产品、电子元器件、汽车配件、润滑油、机械设备、化工原料及产品（除危险化学品）、胶带、胶水、文具用品、电线电缆、通讯设备、五金交电、模具、建材、家用电器、服装、日用品、工艺品的批发、零售，工业自动化技术的咨询服务，机械设备的安装、维修服务（特种设备凭有效许可证件经营）。
同公司是否存在关联关系	否
合作情况	公司向其主要销售热流道系统产品，产品对应的下游客户包括模具厂和汽车零部件厂，如宁波米勒模具制造有限公司、宁波劳伦斯电子有限公司等。双方合作关系稳定。

(2) 上海恒越模塑科技有限公司

项目	内容
注册资本	20万元人民币
成立日期	2020-05-28
注册地址	上海市青浦区外青松公路5515号B区1093室
股权结构	潘峰持股100%
主要人员	潘峰担任执行董事；杨海云担任监事；刘芝灵担任财务负责人
实际控制人	潘峰
经营范围	一般项目：从事模具科技领域内的技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，模具及配件、热流道系统、塑料制品、五金产品、塑料加工设备、工业自动化设备及配件的研发、销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
同公司是否存在关联关系	否
合作情况	公司向其主要销售热流道系统产品，产品对应的下游客户以模具厂为主，如上海新冠模塑科技有限公司、上海亚虹模具股份有限公司等。双方合作关系稳定。

2、各期主要贸易商客户的毛利率情况

公司同上述贸易商客户的销售金额、销售占比及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	序号	名称	销售的金额	占公司营业收入的比例	毛利率
2025年1-6月	1	宁波德玛克电气科技有限公司	84.61	0.58%	**
	2	上海恒越模塑科技有限公司	43.49	0.30%	**
	合计		128.10	0.87%	**
2024年	1	宁波德玛克电气科技有限公司	121.39	0.52%	**
	2	上海恒越模塑科技有限公司	15.40	0.07%	**
	合计		136.79	0.59%	**
2023年	1	宁波德玛克电气科技有限公司	156.53	0.93%	**
	2	上海恒越模塑科技有限公司	29.65	0.18%	**
	合计		186.17	1.11%	**
2022年	1	宁波德玛克电气科技有限公司	193.41	1.36%	**
	2	上海恒越模塑科技有限公司	44.73	0.31%	**

项目	序号	名称	销售的金额	占公司营业收入的比例	毛利率
		合计	238.14	1.67%	**

报告期内，贸易商客户毛利率水平和公司整体毛利率水平相比较低，主要系贸易商基于自身渠道获取订单资源，公司给予其合理利润。分客户来看，上海恒越模塑科技有限公司毛利率水平整体较为稳定，2025 年 1-6 月有所下降主要系较高单价和毛利率的针阀类产品收入占比下降导致；宁波德玛克电气科技有限公司 2024 年毛利率水平较低主要系当年其部分订单由子公司莱瑟塔生产，子公司产能尚未饱和，单位生产成本较母公司高。

3、贸易商期末库存及终端销售实现情况，不存在为发行人大幅囤货的情形，相关产品已实现终端销售

根据贸易商确认函，对于从公司采购的产品，报告期各期末贸易商无期末库存余额。因公司产品具有定制化的特点，除零星热流道配件外，通过贸易商销售的热流道产品通常由公司直接运输至贸易商下游客户（模具厂和汽车零部件厂等生产型企业）以实现终端销售。

因此，不存在贸易商为发行人大幅囤货的情形，报告期内通过贸易商销售的产品已实现终端销售。

二、存货跌价准备计提充分性

（一）说明各类存货余额与公司订单的匹配情况，存货余额变动的合理性，存货结构与可比公司是否存在明显差异

1、各类存货余额与公司订单的匹配情况、存货余额变动的合理性

报告期各期末，公司存货余额与公司订单变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	余额/金额	变动率	余额/金额	变动率	余额/金额	变动率	余额/金额
存货余额	4,533.16	12.26%	4,038.25	20.82%	3,342.33	16.22%	2,875.85
在手订单金额	6,315.94	27.93%	4,937.04	78.70%	2,762.71	23.22%	2,242.05

由上表可见，报告期各期末，公司存货余额与在手订单金额均持续增加，变

动趋势基本一致，具有匹配性。随着热流道行业持续发展，公司凭借自身技术优势与稳定的产品质量，经过多年市场耕耘，已形成良好市场口碑，积累了较多客户资源，订单金额逐渐增加，相应地，公司各期末存货余额也有所增加，存货余额变动具有合理性。

2、存货结构与可比公司比较情况及差异分析

(1) 与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
原材料	43.69%	43.65%	49.36%	63.43%
在产品	34.22%	36.02%	36.20%	20.57%
库存商品	1.03%	1.16%	0.95%	0.84%
发出商品	20.81%	18.64%	13.50%	15.16%
其他	0.25%	0.53%	-	-
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：其他包括委托加工物资

注 2：为便于比较，公司在产品与自制半成品合并存在在产品进行比较

2020 年至 2022 年年末，同行业可比公司麦士德福存货构成情况如下：

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
原材料	29.88%	28.72%	25.62%
在产品	47.60%	47.46%	57.05%
库存商品	16.47%	18.98%	12.77%
发出商品	6.05%	4.85%	4.56%
其他	-	-	-
合计	100.00%	100.00%	100.00%

注：同行业可比公司数据取自招股说明书，下同

公司与麦士德福存货构成存在一定差异，主要体现为：和麦士德福相比，公司在产品和库存商品占比较低，相应地原材料和发出商品占比较高。上述差异主要系双方产品结构不同所致，公司主要销售热流道系统，麦士德福主要产品除热流道系统外，还包括精密注塑模具（收入占比约 20%）和注塑制品（收入占比近 40%）。不同类产品的生产销售模式、生产周期存在差异，影响期末存货构成，具体分析如下：

①在产品及原材料：公司主要产品为热流道系统，其生产制造周期较短，故期末在产品占比较低、原材料占比较高；而麦士德福期末在产品以精密注塑模具为主（占比在 75%以上），热流道占比较小（占比约 5%），模具制造工序通常需经过设计、生产加工、装配、试模、调试等多道工序，且不同模具设计工艺、制造流程各不相同，和热流道相比，模具整体生产周期较长，故各期末在产品余额占比较高、原材料占比较高。

②库存商品及发出商品：公司的热流道产品具有定制化特点且交付及时性要求较高，公司主要采用以销定产的生产模式，通常根据销售订单及时安排产品生产且产品完工后即随后发货，故期末库存商品金额占比较低、发出商品金额占比较高；而麦士德福期末库存商品主要系生产完工入库尚未发货的注塑制品，其注塑制品收入近 40%，故期末库存商品金额占比较高、发出商品金额占比较低。

2023 年末、2024 年末及 2025 年 6 月末，公司存货结构中，在产品占比有所提升、原材料占比有所下降，主要系随着公司经营规模扩大，为提高生产效率，针对部分标准零部件公司结合销售订单情况提升备产力度，使得公司在产品余额和占比增加。报告期内，公司原材料和在产品合计金额占存货余额的比例分别为 84.00%、85.56%、79.66%和 77.91%，总体较为稳定。因此，上述差异具有合理性。

（2）与其他对比公司对比情况

报告期各期末，公司和其他对比公司存货构成情况如下：

截止日	项目	其他对比公司					公司
		曼恩斯特	优德精密	宁波方正	海泰科	平均值	
2025 年 6 月 30 日	原材料	7.59%	47.57%	10.99%	4.84%	17.75%	43.69%
	在产品	18.94%	31.12%	46.43%	48.36%	36.21%	34.22%
	库存商品	15.62%	18.43%	15.39%	3.77%	13.30%	1.03%
	发出商品	41.89%	0.00%	26.52%	42.84%	27.81%	20.81%
	其他	15.96%	2.87%	0.67%	0.19%	4.93%	0.25%
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2024 年 12 月 31 日	原材料	8.49%	47.95%	9.74%	4.56%	17.69%	43.65%
	在产品	20.68%	35.25%	42.75%	49.86%	37.13%	36.02%

截止日	项目	其他对比公司					公司
		曼恩斯特	优德精密	宁波方正	海泰科	平均值	
	库存商品	30.88%	13.98%	10.06%	5.36%	15.07%	1.16%
	发出商品	27.54%	0.00%	36.80%	39.86%	26.05%	18.64%
	其他	12.41%	2.81%	0.64%	0.37%	4.06%	0.53%
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2023年12月31日	原材料	8.77%	50.93%	7.57%	2.86%	17.53%	49.36%
	在产品	18.10%	32.64%	41.18%	50.59%	35.63%	36.20%
	库存商品	12.71%	14.32%	11.76%	4.95%	10.93%	0.95%
	发出商品	20.46%	0.00%	38.40%	41.40%	25.06%	13.50%
	其他	39.97%	2.11%	1.09%	0.21%	10.85%	-
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2022年12月31日	原材料	16.26%	50.83%	6.42%	4.41%	19.48%	63.43%
	在产品	10.89%	31.44%	64.15%	67.02%	43.38%	20.57%
	库存商品	21.54%	15.77%	6.15%	1.93%	11.35%	0.84%
	发出商品	49.77%	0.00%	23.29%	26.38%	24.86%	15.16%
	其他	1.53%	1.96%	0.00%	0.26%	0.94%	-
	合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：其他对比公司数据取自定期报告，下同

报告期内，公司与其他对比公司存货构成存在差异，主要系与各家公司生产周期、产品类型或销售模式等存在不同，以致存货结构存在一定差异。

（二）结合存货跌价准备计提方法、存货库龄、可比公司计提比例等，说明公司存货跌价准备计提是否充分

1、存货跌价准备计提方法

（1）存货可变现净值的确定依据

项目	确定可变现净值的具体依据	产品估计售价确定依据
原材料	相关产成品估计售价减去至完工估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定可变现净值	有订单的按订单价格，无订单的按报表日市场预计售价
在产品/自制半成品		
库存商品	相关产成品估计售价减估计的销售费用以及相关税费后的金额确定可变现净值	
发出商品		

公司对期末存货中，因产品更新等原因形成的长库龄存货，公司出于谨慎性

考虑按废料处理的价格确定估计售价。

(2) 公司存货跌价准备计提方法

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有订单价格约定、其他部分不存在订单价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

2、存货库龄结构

公司各期末存货的库龄情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内	3,899.76	86.03%	3,459.31	85.67%	2,857.65	85.50%	2,258.20	78.52%
1-2 年	357.02	7.88%	326.37	8.08%	263.16	7.87%	421.84	14.67%
2 年以上	276.38	6.09%	252.58	6.25%	221.53	6.63%	195.8	6.81%
合计	4,533.16	100.00%	4,038.25	100.00%	3,342.33	100.00%	2,875.85	100.00%

公司一年以内存货账面余额占比分别为 78.52%、85.50%、85.67%和 86.03%，存货库龄主要集中在一年以内。公司的存货库龄总体较短，主要原因是：（1）公司实施“以产定采+合理备货”和“以销定产”的管理模式，为减少对营运资金的占用，公司保持较高的生产效率、加快周转率；（2）热流道产品的生产周期较短，且为定制化产品，存货的生产和销售周转速度快。

公司一年以上的存货主要为原材料以及少量自制半成品和库存商品，系因产品更新等因素影响导致库龄较长，公司已计提相应的存货跌价准备。

3、公司存货跌价准备计提与同行业可比公司比较情况

(1) 与同行业可比公司比较情况

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
发行人	1.70%	1.78%	2.14%	1.14%

2020 年至 2022 年年末，同行业可比公司麦士德福存货跌价准备计提比例情况如下：

公司名称	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
麦士德福	4.78%	6.20%	14.79%

公司主要销售热流道系统，麦士德福除销售热流道系统外，还包括精密注塑模具、注塑制品。公司期末存货跌价准备计提比例低于麦士德福，主要系麦士德福为获取部分注塑客户的后续订单，与注塑客户签订的注塑生产模具合同价格会略低，相应地对期末在产模具计提了较大金额的跌价准备。

以麦士德福 2020-2022 年年末的平均存货跌价准备计提比例 8.59%，模拟测算对公司各期经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
资产减值损失影响金额（正数增加利润）	-37.52	-59.37	-1.40	-10.21
扣除所得税	-9.32	-13.80	5.76	-1.76
净利润影响额	-28.20	-45.57	-7.16	-8.45
当期净利润	4,030.72	6,887.18	4,867.76	3,870.27
占比	-0.70%	-0.66%	-0.15%	-0.22%

由上表可知，即使以麦士德福存货跌价准备计提比例测算公司的存货跌价准备金额，其对公司的经营业绩影响较小。

（2）与其他对比公司比较情况

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与其他对比公司比较情况如下：

公司名称		2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
其他对比公司	曼恩斯特	3.00%	2.81%	1.26%	0.81%
	优德精密	8.95%	9.46%	9.00%	7.82%
	宁波方正	2.81%	3.11%	1.98%	1.50%
	海泰科	6.26%	6.77%	5.95%	4.52%

公司名称		2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
	平均值	5.26%	5.54%	4.55%	3.66%
公司		1.70%	1.78%	2.14%	1.14%

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例低于其他对比公司，差异主要系产品类型、下游应用环节等不同所致，具有合理性。

4、公司存货跌价准备计提具有充分性

公司存货可变现净值的确定依据以及公司存货跌价准备计提方法合理；公司存货的库龄总体较短，期末存货主要集中在一年以内，存货减值风险较小；公司存货跌价准备计提比例小于同行业可比公司和其他对比公司，主要系产品结构不同导致，具有合理性；即使以同行业可比公司存货跌价准备计提比例测算公司的存货跌价准备金额，对公司的经营业绩影响也较小。

此外，（1）报告期内，公司主营业务毛利率分别为 56.20%、55.22%、50.86% 和 50.21%，较高的毛利率水平意味着公司生产经营的安全边际较高，存货成本与可变现净值之间的差额较大，存货发生减值的可能性较低；（2）公司采用“以产定采+合理备货”的采购模式和“以销定产”的生产模式，严格控制存货规模，存货周转和期后结转情况良好，存货发生减值的可能性较低。

综上所述，公司存货减值风险较低，公司存货跌价准备计提具有充分性。

（三）说明期后存货结转情况，存货规模及存货周转率与同行业可比公司相比是否存在较大差异

1、报告期内各期末各存货项目期后结转情况

报告期各期末，公司各存货项目的期后结转情况如下：

单位：万元

存货种类	账面余额	期后结转金额	结转比例
2025 年 6 月 30 日			
原材料	1,980.40	828.02	41.81%
在产品	1,551.25	725.22	46.75%
库存商品	46.75	30.25	64.71%
发出商品	943.32	920.95	97.63%
委托加工物资	11.45	11.45	100.00%

存货种类	账面余额	期后结转金额	结转比例
合计	4,533.16	2,515.88	55.50%
2024 年 12 月 31 日			
原材料	1,762.86	1,307.16	74.15%
在产品	1,454.52	1,031.41	70.91%
库存商品	46.81	44.94	96.01%
发出商品	752.84	752.84	100.00%
委托加工物资	21.22	21.22	100.00%
合计	4,038.25	3,157.57	78.19%
2023 年 12 月 31 日			
原材料	1,649.62	1,454.74	88.19%
在产品	1,210.03	1,040.57	86.00%
库存商品	31.62	30.45	96.29%
发出商品	451.07	451.07	100.00%
委托加工物资	-	-	-
合计	3,342.33	2,976.83	89.06%
2022 年 12 月 31 日			
原材料	1,824.03	1,719.73	94.28%
在产品	591.66	523.94	88.55%
库存商品	24.17	24.17	100.00%
发出商品	435.98	435.98	100.00%
委托加工物资	-	-	-
合计	2,875.85	2,703.82	94.02%

注：期后结转成本数据统计截至 2025 年 8 月末；公司在产品与自制半成品合并为在产品

由上表可见，报告期各期末，期后存货结转比例为 94.02%、89.06%、78.19% 和 55.50%，整体较高，结转情况较好。各期末期后存货结转比例有所下降，主要系随着公司业务规模的扩大，公司适当提升期末存货的备货力度；2024 年末及 2025 年 6 月末期后存货结转比例下降幅度较高，主要因统计周期较短所致。

2、存货规模及存货周转率与同行业可比公司

（1）存货规模与同行业可比公司比较情况

2020 年至 2022 年年末，同行业可比公司麦士德福存货余额情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
同行业可比公司	麦士德福	8,157.48	8,164.02	7,829.65

报告期各期末，公司与其他对比公司存货余额情况如下：

单位：万元

项目		2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
其他对比公司	曼恩斯特	79,547.21	68,375.50	45,577.54	18,566.67
	优德精密	6,758.29	6,513.97	6,127.67	7,942.80
	宁波方正	45,455.71	45,455.71	36,166.28	42,903.11
	海泰科	60,169.50	53,362.12	45,818.41	36,957.29
	平均值	47,982.68	43,426.82	33,422.48	26,592.47
公司		4,456.27	3,966.34	3,270.83	2,843.00

2020 年至 2022 年，同行业可比公司麦士德福收入规模比较情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
同行业可比公司	麦士德福	55,711.57	51,905.67	44,038.43

报告期内，公司与其他对比公司收入规模比较情况如下：

单位：万元

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
其他对比公司	曼恩斯特	56,048.29	169,896.25	79,503.51	48,847.14
	优德精密	16,569.23	34,708.77	34,176.24	39,670.73
	宁波方正	58,162.15	96,982.17	96,905.02	78,041.39
	海泰科	38,588.15	67,885.20	57,243.83	50,031.89
	平均值	42,341.96	92,368.10	66,957.15	54,147.79
公司		14,699.31	23,446.54	16,839.04	14,256.81

存货规模主要受销售规模影响，通常来说，营业收入越高，存货余额越大；因同行业可比公司和其他对比公司的营业收入均高于公司，故其存货余额也高于公司，具有合理性。

（2）存货周转率与同行业可比公司比较情况

①同行业可比公司对比情况

报告期各期，公司存货周转率情况如下：

单位：次/年

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司	3.41	3.12	2.43	2.22

注：2025 年 1-6 月为年化数据，下同

2020 年至 2022 年，同行业可比公司麦士德福存货周转率对比如下：

单位：次/年

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
麦士德福	4.13	4.11	3.28

公司存货周转率低于麦士德福，主要系业务结构和产品主要应用领域不同导致。麦士德福的注塑制品收入占近 40%，区别于模具和热流道这类需定制的产品，注塑制品的产品生产周期及交期时间较短，导致其存货的整体周转速度较快。

②与其他对比公司对比情况

报告期各期，公司与其他对比公司存货周转率对比如下：

单位：次/年

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
其他对比公司	曼恩斯特	1.09	2.27	0.76	1.06
	优德精密	3.31	3.62	3.18	3.05
	宁波方正	2.10	1.96	2.03	1.53
	海泰科	1.07	1.06	1.00	1.13
	平均值	1.89	2.23	1.74	1.69
公司		3.41	3.12	2.43	2.22

报告期内，公司存货周转率略高于其他对比公司平均值。存货周转率差异主要系与各家公司产品不同，相应生产周期及销售周期不同，差异具有合理性。

三、在建工程转固的真实性及相关资金流向

（一）报告期内子公司莱瑟塔热流道系统车间建设项目的具体情况，主要供应商、施工方情况，是否与公司存在关联关系或其他利益安排

1、子公司莱瑟塔热流道系统车间建设项目的具体情况

子公司莱瑟塔热流道系统车间建设项目系为更好地服务台州及周边区域客户、满足业务扩产需求而建设。本项目系通过在浙江省台州市黄岩区新前街道新建标准厂房，同时引进复合机床、加工中心、数控车床等先进设备，实施热流道

系统及其部件的生产。项目于 2021 年 5 月动工，2023 年 7 月达到预定可使用状态并转为固定资产。

2、主要供应商、施工方情况，与公司不存在关联关系或其他利益安排

2023 年度，子公司莱瑟塔热流道系统车间建设项目转入固定资产 3,167.21 万元，该建设项目的施工方和供应商包括主体建筑工程施工方及建筑配套设备供应商等。

报告期内，莱瑟塔对热流道系统车间建设项目的主要供应商、施工方（年采购金额在 50 万以上）的采购情况如下：

单位：万元

供应商/施工方	采购内容	采购金额	采购金额占比
2023 年度			
浙江黄岩城市建筑安装工程有 限公司	建筑工程施工	1,437.18	85.38%
台州市毕氏起重机械有限公司	起重机设备及安装	78.85	4.68%
合计		1,516.03	90.06%
2022 年度			
浙江黄岩城市建筑安装工程有 限公司	建筑工程施工	1,080.73	91.65%
合计		1,080.73	91.65%

注：采购金额占比系采购额（不含税）占当期在建工程总采购额（不含税）的比例

子公司莱瑟塔热流道系统车间上述主要供应商或施工方具体情况如下：

供应商/ 施工方	成立时间	注册地	注册资本	股权结构	服务的部分工程案例[注]	是否与 公司存 在关联 关系或 其他利 益安排
浙江黄岩城市建筑安装工程有 限公司	1998-10-13	浙江省台州市黄岩区西城街道复元 东路 51-69 号	2,708 万元	许仙唐 100%	（1）截至 2022 年 12 月末，宏鑫科技（301539.SZ）上攀一期基建工程向其累计支付 2,209.64 万元工程款； （2）2023 年 3 月，中标台州市河海水利开发有限公司的“黄岩区污水综合治理改造工程（一期）“污水零直排”提质扩面工程（院桥镇东家峰村）”项目，合同价款 261.63 万元； （3）2022 年 4 月，中标台州市黄岩利民建设有限公司“黄岩江口街道进港村安置房工程(二期)”项目，合同价款 366.31 万元；	否

					(4) 2020 年 10 月, 中标浙江省化学原料药基地临海投资开发有限公司的“临港新城道路网二期工程如意路(林荫大道-白沙湾大道)道路工程”项目, 合同价款 330.03 万元。	
台州市毕氏起重机械有限公司	2018-11-27	浙江省台州市黄岩区新前街道新塔村 191 号	100 万元	孔伟英 50%、毕卫明 50%	/	否

注：信息来自于供应商/施工方的企查查信息及相关上市公司公开披露文件

公司在建工程的主要供应商、施工方均系从事相关领域的企业。其中，浙江黄岩城市建筑安装工程有限公司除公司外，还为上市公司宏鑫科技(301539.SZ)的工程项目提供建筑施工服务（支付价款在 2,000 万以上），且中标了台州市河海水利开发有限公司、台州市黄岩利民建设有限公司、浙江省化学原料药基地临海投资开发有限公司等台州当地国有企业（及其下属单位）的工程项目，具备为公司提供相应建筑工程服务的能力。

公司与该等工程项目施工方及供应商不存在关联关系，亦不存在除工程合作协议或采购协议以外的其他约定或利益安排。

（二）在建工程款项支付进度情况及相关资金流向，是否存在通过在建工程转移资金的情况

报告期内，公司在建工程主要供应商、施工方支付进度情况如下：

单位：万元

供应商/施工方	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	累计支付金额	累计支付进度	累计支付金额	累计支付进度	累计支付金额	累计支付进度	累计支付金额	累计支付进度
浙江黄岩城市建筑安装工程有限公司	2,797.30	95.00%	2,797.30	95.00%	2,078.00	70.57%	1,378.00	36.70%
台州市毕氏起重机械有限公司	89.10	100.00%	89.10	100.00%	44.55	50.00%	-	-
合计	2,886.40	-	2,886.40	-	2,122.55	-	1,378.00	-

注：累计支付进度指累计支付金额/累计采购额（含税）；截至 2025 年 6 月 30 日，公司未支付浙江黄岩城市建筑安装工程有限公司款项为质保金

公司莱瑟塔热流道系统车间建设项目在 2023 年建设完成转为固定资产，截至报告期末，除少量质保金外，该项目工程款或采购款已大部分支付。相应资金均直接支付给对应供应商、施工方，不存在通过在建工程转移资金的情况。

四、研发费用核算准确性

（一）各期研发人员的数量、认定标准，是否存在兼职研发人员的情况，各类研发人员工时统计的相关内控制度及实际执行情况，各个研发项目的人员工时能否准确区分

1、各期研发人员的数量、认定标准，是否存在兼职研发人员的情况

（1）公司各期研发人员的数量

报告期各期末，公司研发人员数量及构成如下：

单位：人

项目	2025 年 6 月末		2024 年末		2023 年末		2022 年末	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
专职研发人员	16	40.00%	13	32.50%	7	24.14%	4	14.81%
兼职研发人员	24	60.00%	27	67.50%	22	75.86%	23	85.19%
合计	40	100.00%	40	100.00%	29	100.00%	27	100.00%

报告期各期末，公司研发人员数量分别为 27 人、29 人、40 人和 40 人，总体有所上升并趋于平稳。

（2）公司研发人员认定标准、兼职研发人员的情况

公司研发人员依据员工所属部门、具体承担的工作职责和工时情况进行认定，具体可分为专职研发人员和兼职研发人员。

其中，专职研发人员指在公司研发部门专职从事研究开发活动的人员；兼职研发人员指属于研发部门且当期研发工时占比高于 50% 的人员，相关人员主要工作职责为参与研发活动，在公司业务订单密集时根据安排适当协助生产设计图纸绘制。公司存在兼职研发人员系为提升人员利用率和研发生产效率，具有合理性。

公司研发活动系围绕行业发展方向 and 市场需求开展，不存在将单纯从事受托研发的人员认定为研发人员的情形，且公司研发人员均与公司签订了劳动合同，不存在临时聘用情形。

因此，公司研发人员的认定符合监管规定和公司实际情况，且存在辅助生产活动的兼职研发人员，具有合理性。

2、各类研发人员工时统计的相关内控制度及实际执行情况，各个研发项目的人员工时能否准确区分

（1）各类研发人员工时统计的相关内控制度及实际执行情况

公司与研发人员工时统计有关的内控制度主要包括《研发项目管理制度》及《研发费用核算管理制度》等，相关制度运行有效。

公司各类研发人员工时统计的实际执行情况如下：

①全职研发人员

全职研发人员需每天打卡考勤，并按周填制研发报工情况，经分管领导逐月汇总审批；财务核算时，根据经审核无误的研发人员分月分项目工时汇总表和人力考勤记录，将全职研发人员的薪酬分摊至各研发项目中。

②兼职研发人员

兼职研发人员需每天打卡考勤，并按周填制研发报工情况，经分管领导逐月汇总审批；同时，考虑到其兼职参与生产画图的情形，系根据相关人员绘制的生产图纸资料、交付情况等统计其生产画图工时并形成汇总记录；财务核算时，根据经审核无误的研发人员分月分项目工时汇总表、人力考勤记录以及生产画图工时汇总记录，将兼职研发人员的薪酬分摊至研发费用、生产成本及各个研发项目。

（2）各个研发项目的人员工时能准确区分

公司研发工作以项目制形式开展，所有研发人员均有隶属的研发项目；全职、兼职研发人员每日统计其参与相应研发项目的研发工时并据此按周填制研发报工情况，分管领导逐月对汇总的研发人员分项目工时汇总表进行审批。因此，各个研发项目的人员工时能够准确区分。

综上所述，公司建立了研发工时统计相关的内控制度并得到有效执行，各个研发项目的人员工时能够准确区分。

（二）研发领料的具体去向、各期涉及金额，研发领料与生产领料予以区分的措施，不同去向的会计处理及合规性

1、研发领料的具体去向、各期涉及金额

研发领料主要为研发过程中，出于技术验证的需要进行试制所领取的材料。报告期内，公司研发领料的具体去向主要包括客户送样、结存样品和研发废料。

其中，客户送样系公司为验证研发样品在实际应用场景中的性能表现，将其发送给客户用于外部检测、试验；结存样品指留存于公司内部用于检测、进一步开发改进及成果展示的研发样品；研发废料指研发活动所产生的丧失使用价值的报废材料、配件或样品，部分予以对外处置。

报告期内，公司研发领料各类去向的金额情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
客户送样	23.04	19.23%	46.49	18.74%	49.16	21.76%	50.71	27.48%
结存样品	25.76	21.50%	60.94	24.57%	47.59	21.07%	14.24	7.72%
研发废料	71.01	59.27%	140.60	56.69%	129.15	57.17%	119.60	64.81%
合计	119.81	100.00%	248.03	100.00%	225.90	100.00%	184.56	100.00%

2、研发领料与生产领料予以区分的措施

公司研发领料的流程如下：各个研发项目成员根据研发设计图纸下达领料申请单，由研发经理审核并经仓库确认后，从仓库领用对应材料，材料出库情况汇总在材料出库单列表，根据领料申请记录和材料出库记录对应至各个研发项目。公司研发领料系根据研发图纸，由研发项目成员经审批后完成领料，与研发项目对应，生产领料系根据生产图纸，由生产人员经审批后完成领料，因此公司明确区分了研发领料与生产领料。

3、不同去向的会计处理及合规性

报告期内，公司对研发领料不同去向的会计处理如下：

研发领料去向	公司会计处理
客户送样	仅用于技术验证目的，未对外销售，相关支出计入研发费用
结存样品	留存于公司，未对外销售，相关支出计入研发费用

研发领料去向	公司会计处理
研发废料	未出售废料：相关支出计入研发费用； 已出售废料：将废料销售收入计入其他业务收入，废料销售成本按照其销售收入从研发费用中转出，计入其他业务成本

根据《企业会计准则解释第 15 号》规定：“企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售（以下统称试运行销售的），应当按照《企业会计准则第 14 号——收入》《企业会计准则第 1 号——存货》等规定，对试运行销售相关的收入和成本分别进行会计处理，计入当期损益，不应将试运行销售相关收入抵销相关成本后的净额冲减固定资产成本或者研发支出。试运行产出的有关产品或副产品在对外销售前，符合《企业会计准则第 1 号——存货》规定的应当确认为存货，符合其他相关企业会计准则中有关资产确认条件的应当确认为相关资产。”

对于客户送样、结存样品以及未出售的废料，公司未对外销售且无相应收入，相关支出作为研发费用；对于出售的研发废料，公司已单独确认相关收入和成本，符合《企业会计准则解释第 15 号》的相关要求。因此，公司对研发领料不同去向的会计处理具有合规性。

（三）报告期内是否存在研发样机对外销售的情况，相关会计处理及合规性

由本问询函回复之“问题 5”之“四、”之“（二）”之“3、不同去向的会计处理及合规性”可知，公司存在研发样机对外销售的情况，即：对于研发活动中部分丧失使用价值的报废样品，公司予以处置并对外出售。相关会计处理为：公司将处置样品的销售收入计入其他业务收入，处置样品的销售成本按照其销售收入从研发费用中转出，计入其他业务成本。上述会计处理符合企业会计准则及《企业会计准则解释第 15 号》的相关规定。

（四）2022 年及 2024 年存在较多委托外部研究开发费用的原因，委外研发的具体内容及委外研发的成果归属，是否涉及产品的关键生产工序或核心技术

2022 年及 2024 年存在较多委托外部研究开发费用的原因主要系：报告期内，公司在自主研发基础上，为增强产学研技术交流、与合作方优势互补，同高校之间开展了合作研发项目，并确认相应的委托研发费用。

报告期内，公司委外研发费用涉及合作研发项目的具体内容、成果归属及与核心技术、关键生产工序的关系情况如下：

项目名称	合作单位	合作时间	具体内容	成果归属	合同金额 (万元)	与核心技术、关键生产工序的关系
定制化热流道产品智能配置设计系统	浙江大学	2023.10至2024.10	由公司负责开发定制化热流道产品智能配置设计系统，提供热流道设计历史数据并进行系统测试；合作方负责研究开发基于功能模块匹配与均衡的热流道产品族调节与生长技术、基于功-构映射的定制热流道功能求解与优化方法，热流道定制模块结构变异与重构设计技术等	合作一方独立完成的成果、知识产权、技术秘密归完成方所有，合作各方因履行本合同共同完成的研究成果、知识产权、技术秘密归合作各方共有	100.00	不涉及核心技术，系优化公司软件设计方法，达到降本增效目的；不涉及关键生产工序
尾灯三色热流道系统	浙江大学	2021.7至2022.10	由公司进行机械结构设计、制造与工艺试验研究工作；合作方负责制定热流道系统工艺设计与优化方案，建立产品质量预测模型、数值模拟分析数据库与热流道设计知识库，设计用于三色尾灯注塑成型的热流道系统等	合作一方独立完成的成果、知识产权、技术秘密归完成方所有，合作各方因履行本合同共同完成的研究成果、知识产权、技术秘密归合作各方共有	75.00	在该合作研发项目前，公司已自主研发并形成多色热流道系统技术，并已形成用于销售的产品；该合作研发项目系对已有技术和产品进行部分理论等方面的优化；不涉及关键生产工序

公司上述合作研发项目旨在进一步优化公司产品技术、降本增效，均不涉及核心生产工序。定制化热流道产品智能配置设计系统项目不涉及公司核心技术，尾灯三色热流道系统项目系对已有技术和产品的优化。在合作研发前，公司已通过自主研发具备了多色热流道系统核心技术能力，且形成用于销售的尾灯三色热流道产品，公司不存在核心技术依赖于委外研发单位所形成的情形。

公司 8 项核心技术均为自主研发形成，且独立拥有核心技术相关专利/软件著作权的使用权。

五、关于财务内控不规范整改情况

(一) 说明报告期各期各项财务内控不规范事项整改的具体措施、整改完毕的具体时间、相关财务内控不规范事项是否影响财务数据的真实性、准确性、完整性

报告期内，公司存在转贷、关联方资金拆借、第三方回款、票据找零的财务内控不规范行为情形，其具体情况、整改的具体措施、整改完毕的具体时间以及相关财务内控不规范事项对财务数据的影响情况说明如下：

1、转贷

(1) 具体情况

报告期内，公司存在为满足贷款银行相关要求，将取得的贷款资金以采购货款名义支付给子公司，再将该等资金转回给公司的不规范使用银行贷款行为。报告期前，公司曾通过子公司莱瑟塔办理转贷 745.00 万元借款，并于 2022 年归还。2022 年和 2023 年公司通过子公司莱瑟塔办理转贷的金额分别为 1,760.00 万元和 760.00 万元，前述贷款资金已在 2023 年度归还完毕。

(2) 整改具体措施、整改完毕的具体时间、是否影响财务数据的真实性、准确性、完整性

截至 2023 年 12 月末，上述涉及转贷的借款已全部按规定还本付息，未发生违约行为，公司转贷行为得以整改规范。

为杜绝通过第三方进行资金周转贷款，公司制定并完善了《筹资管理制度》等内部控制制度，通过制度文件明确贷款融资管理要求，规范融资申请及用途审批流程等事项，并通过组织管理层和财务人员学习、定期自查等方式进一步贯彻执行相关制度。此外，转贷涉及银行已针对该事项出具文件，证明公司转贷事项相关借款合同均已履行完毕，不存在贷款逾期偿还等违约情形等；公司控股股东、实际控制人已就转贷事项出具承诺。

公司转贷事项不影响财务数据的真实性、准确性、完整性。

2、关联方资金拆借

(1) 具体情况

报告期内，公司与关联方之间存在资金拆借的财务内控不规范情形，拆借金额及往来情况如下：

①公司向关联方拆出资金

单位：万元

期间	关联方	期初余额	期内增加	期内减少	期末余额
2023 年度	爱慕斯	124.09	2.81	126.90	-
	千翊科技	0.79	0.01	0.80	-
	唐坚萍	3.29	-	3.29	-
2022 年度	爱慕斯	216.37	7.72	100.00	124.09
	千翊科技	-	0.79	-	0.79
	唐坚萍	3.29	-	-	3.29

注：上表中各项金额包括拆借款本金及利息

爱慕斯曾于报告期前从公司借入 210 万元，最终用于实际控制人个人临时周转。2022 年爱慕斯归还公司 100 万元；2023 年 10 月，鉴于爱慕斯已经注销且爱慕斯系公司实际控制人王洪潮控制的企业，王洪潮同公司结清爱慕斯所欠公司余下款项。

千翊科技于 2022 年 1-3 月租赁恒道科技部分厂房，应付未付租金 0.77 万元，因千翊科技系实际控制人曾经实际控制的企业，基于谨慎性原则，千翊科技所欠租金构成实际控制人对公司的资金占用。2023 年 6 月，王洪潮替千翊科技归还上述未付款项。

2023 年 8 月，唐坚萍同公司结清报告期期初 3.29 万元往来余额。

②公司由关联方拆入资金

单位：万元

期间	关联方	期初余额	期内增加	期内减少	期末余额
2023 年度	王洪潮	102.37	66.17	168.54	-
2022 年度	王洪潮	349.18	3.76	250.57	102.37

注：上表中各项金额包括拆借款本金及利息

公司存在因日常经营资金所需从实际控制人王洪潮拆入款项的情况，截至

2023 年 10 月，公司同王洪潮结清全部往来款项。

(2) 整改具体措施、整改完毕的具体时间、是否影响财务数据的真实性、准确性、完整性

截至 2023 年 10 月末，公司同关联方之间的资金拆借款项已全部结清，公司存在的关联方资金拆借行为得以全部整改规范。自 2023 年 11 月至今，公司不存在新增的关联方资金拆借情形。

针对上述情况，公司已建立健全法人治理结构，制定了《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《资金支付和费用报销管理制度》等内控制度文件，在资金管理、关联交易、对外担保等方面建立更为严格和完整的管理制度，明确相关决策权限和程序。同时，公司引入了独立董事并设置了董事会下属专门委员会，进一步建立健全公司的内部控制制度、提高公司治理水平。此外，相关主体已就避免资金占用、减少及规范关联交易出具承诺。

对于报告期内的关联方向公司拆借资金事项，发行人均已参照公司同期银行贷款利率计提并收取相关利息，且款项已结清，因此关联方资金拆借事项不影响财务数据的真实性、准确性、完整性。

3、关于第三方回款

(1) 具体情况

报告期内，公司第三方回款金额分别为 0.00 元、3.00 万元、43.30 万元和 13.55 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.00%、0.02%、0.18%和 0.09%，金额及占比较小。公司存在第三方回款主要系因少部分客户出于便利性等原因通过客户的关联方或其相关方回款。

(2) 整改具体措施、整改完毕的具体时间、是否影响财务数据的真实性、准确性、完整性

公司第三方回款具备合理商业理由，公司主要通过加强第三方回款内控进行有效管理，包括完善并加强落实应收账款管理制度，要求在前期接洽环节销售人员与客户明确规定结算方式，并要求必须通过客户银行账户支付货款，如后续出于特殊原因需第三方代付，则需进行书面确认。

上述第三方回款金额较小，且公司已将相关款项及时入账，不影响报告期内财务数据的真实性、准确性及完整性。

4、票据找零

票据找零的具体情况、整改具体措施情况详见本问询函回复之“问题3”之“一、”之“（四）”之“1、不规范情形”和“2、具体整改情况及有效性”之回复。

2024年1月及以后，公司不存在票据找零的情况，公司票据找零情况得以整改完毕。公司票据找零不影响财务数据的真实性、准确性、完整性。

公司已于招股说明书之“第六节 公司治理”之“三、内部控制情况”中予以补充披露。具体披露内容如下：

“4、票据找零

2022年和2023年，公司因票据收支的票面金额不匹配，存在与供应商、客户进行票据找零的情形。票据找零系：（1）公司以较大面额票据支付供应商采购款时，支付的票据票面金额超过当时应结算金额，供应商以自身小额票据或银行转账等形式进行找零；（2）公司客户以较大面额票据支付公司货款时，支付的票据票面金额超过当时应结算金额，公司以自身小额票据或银行转账等形式进行找零。具体情况如下：

（1）供应商找零给公司情况

单位：万元

年度	通过票据	通过银行转账
2023年	184.28	13.25
2022年	244.84	34.01

（2）公司找零给客户情况

单位：万元

年度	通过票据	通过银行转账
2023年	804.43	21.13
2022年	1,112.59	36.22

上述票据均已到期正常承兑，未因该事项给公司或其他相关方造成损失，报告期内，公司不存在因此而产生纠纷或受到相关主管部门处罚的情形。

截至2023年12月末，公司票据找零行为已整改完毕，2024年1月起，公

司未再发生票据找零行为。此外，公司建立完善了《营运资金管理制度》等内控制度，明确票据开立、签收、贴现等的流程和审批手续，进一步规范票据的使用。”

综上，除第三方回款之外，其他财务内控不规范事项已于 2023 年 12 月前整改完毕。公司第三方回款仍存在，但金额较小且具备商业合理性，且公司已制定相关内部控制措施加强管控。

（二）结合相关内部控制制度建设及运行情况说明公司财务内控不规范的整改是否充分

针对报告期内存在的财务内控不规范的情形，公司已建立并完善了相关内控制度并得到有效运行，对财务内控不规范的整改具有充分性。天健会计师出具了《内部控制审计报告》（天健审〔2025〕16488 号），公司于 2025 年 6 月 30 日在所有重大方面均保持了按照《企业内部控制基本规范》标准建立的与财务报告相关的有效的内部控制。

（三）进一步说明期后有无新增财务内控不规范行为的情况，公司内控制度是否已完备并有效运行

2024 年及以后，除少量具有合理原因的第三方回款外，公司不存在其他财务内控不规范情形。因此，公司对报告期内曾存在的规范性问题进行了有效的整改，公司内控制度完备且有效运行。

六、请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对存货、在建工程及固定资产等各类资产真实性的核查措施，如监盘程序、监盘比例、监盘结果以及其他核查程序等。（3）说明对研发费用真实完整性的核查程序、覆盖范围及核查结论。（4）对于财务内控不规范事项，按照《2 号指引》2-10 财务内控不规范情形的相关要求进行核查，并发表明确意见

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、贸易商销售的具体情况

（1）核查程序

①查阅公司销售成本大表，对贸易商客户实施函证，确认报告期内公司通过

贸易商销售的交易金额，统计并计算贸易商收入占比及毛利率情况；

②通过国家企业信用信息公示系统等网站查询贸易商客户的工商信息，访谈贸易商客户，核查贸易商客户的基本情况、和公司的合作情况；

③访谈公司相关人员，了解公司通过贸易商客户进行销售的原因和合理性；

④访谈贸易商客户、取得贸易商客户出具的书面文件，核查贸易商客户的期末库存、终端销售情况，确认不存在贸易商为发行人大幅囤货的情形。

(2) 核查意见

①公司通过贸易商的销售渠道、客户资源开拓业务；公司、同行业可比公司和其他对比公司均采用直销（为主）的销售模式，不存在明显差异；各公司基于自身市场拓展策略和业务需求选择是否和贸易商客户开展合作，存在差异具有合理性；报告期内，公司通过贸易商实现的销售收入金额较小，占公司营业收入比例较低，对贸易商销售的毛利率变动具有合理性；

②公司通过贸易商销售的产品通常由公司直接运输至贸易商下游客户以实现终端销售，报告期内通过贸易商销售的产品已实现终端销售，各期末贸易商无对公司产品的库存余额，不存在贸易商为公司大幅囤货的情形。

2、存货跌价准备计提充分性

(1) 核查程序

①了解公司关于生产、采购方面的内部控制并测试其有效性；

②与公司业务及财务相关人员访谈，了解公司的采购、生产和销售模式，了解成本核算及结转方法、存货跌价准备计提政策、存货可变现净值的确定依据等，分析其合理性、与公司业务情况的匹配性；

③取得期末存货余额及分类别/分库龄构成明细、各期末在手订单数据及各类存货的期后结转明细并进行复核，分析各类存货余额与公司订单的匹配情况、存货余额变动的合理性；

④查阅同行业公司及其他对比公司年报或者招股说明书，将公司的存货结构、存货跌价计提情况、存货规模及存货周转率与同行业公司进行对比，分析差异原因及合理性。

(2) 核查意见

①报告期各期末，公司存货余额随在手订单金额同步增加，存货余额和期末订单情况匹配，存货余额变动合理；公司存货结构与同行业可比公司和其他对比公司存在一定差异，系产品结构/类型、生产周期、销售模式导致，具有合理性；

②公司存货可变现净值的确定依据及公司存货跌价准备计提方法合理；公司存货的库龄总体较短，期末存货主要集中在一年以内，存货减值风险较小；公司存货跌价准备计提比例和可比公司及其它对比公司的差异具有合理性；以同行业可比公司存货跌价准备计提比例模拟测算公司存货跌价准备金额，对业绩影响较小；此外，公司毛利率较高、存货周转和期后结转情况良好；因此，公司存货减值风险较低，公司存货跌价准备计提具有充分性；

③报告期各期末，期后存货结转比例较高、结转情况较好；同行业可比公司和其他对比公司的营业收入均高于公司，故其存货余额也高于公司；公司存货周转率与同行业可比公司和其他对比公司存在一定差异，系业务结构、产品主要应用领域以及产品类型不同所致，具有合理性。

3、在建工程转固的真实性及相关资金流向

(1) 核查程序

①了解在建工程的项目背景，实地查看在建工程情况；

②获取并审核报告期内公司在建工程供应商、施工方清单，并通过公开渠道核查调查主要供应商、施工方的基本情况，确认与公司是否存在关联关系；

③获取公司在建工程的明细表，抽查大额入账凭证，检查工程建设施工合同、采购合同、款项支付单、发票、工程竣工决算资料等相关资料；

④取得公司及其关联方、关键人员报告期内资金流水并核查，确认核查对象同主要供应商、施工方之间不存在异常资金往来，在建工程款项已直接支付给相关施工方或供应商；

⑤对主要施工方、供应商实施函证程序；

⑥取得主要施工方、供应商确认相关交易真实以及其不存在和公司的关联关系或其他利益安排，不存在替公司承担成本费用/体外循环/资金流转提供便利等

书面文件。

(2) 核查意见

①子公司莱瑟塔热流道系统车间建设项目系为更好地服务台州及周边区域客户、满足业务扩产需求而建设；公司在建工程的主要供应商、施工方均系从事相关领域的企业，和公司不存在关联关系，亦不存在除工程合作协议或采购协议以外的其他约定或利益安排；

②截至报告期末，除少量质保金外，该项目工程款或采购款已大部分支付，相应资金均直接支付给对应供应商/施工方，不存在通过在建工程转移资金的情况。

4、研发费用核算准确性

(1) 核查程序

①查阅公司《研发项目管理制度》和《研发费用核算管理制度》；

②访谈公司相关负责人，了解并检查公司整体的研发内控流程和执行情况，包括研发人员认定标准、工时统计及职工薪酬的分摊情况、研发领料与生产领料的划分措施、研发领料不同去向、研发样机是否形成销售等；

③获取公司报告期内研发人员名单、工资表、各研发项目人员工时明细表、分月分项目研发工时汇总表等，检查研发人员工时及薪酬分摊情况；

④获取研发领料明细，抽查研发领料单据，比对企业会计准则，分析公司研发领料去向会计处理准确性；

⑤获取公司报告期内各研发项目研发样机明细，比对企业会计准则，分析公司会计处理准确性；

⑥获取公司合作研发合同、验收材料等资料，访谈项目的合作方，了解合作研发的原因、具体工作内容、交付成果、研发成果归属及是否涉及产品的关键生产工序或核心技术等。

(2) 核查意见

①公司研发人员依据员工所属部门、具体承担的工作职责和工时情况进行认

定，具体可分为专职研发人员和兼职研发人员（当期研发工时占比高于 50%），相关认定合理，符合监管规定和公司实际情况；研发工时统计相关的内控制度得到有效执行，各个研发项目的人员工时能够准确区分；

②公司研发领料的具体去向包括客户送样、结存样品和研发废料，不同去向的会计处理具有合规性；公司已采取措施明确区分研发领料与生产领料；

③公司存在研发样机对外销售的情况，即：对于研发活动中部分丧失使用价值的报废样品，公司予以处置并对外出售，相关会计处理具有合规性；

④2022 年及 2024 年存在较多委托外部研究开发费用的原因主要系开展合作研发项目并确认相应的委托开发费用；所涉及合作研发项目不涉及核心生产工序；定制化热流道产品智能配置设计系统项目不涉及公司核心技术；尾灯三色热流道系统项目系对已有核心技术和产品的优化，公司不存在核心技术依赖于委外研发单位的情形。

5、关于财务内控不规范整改情况

（1）核查程序

①获取公司报告期各期应收账款明细账，结合订单、发票和回单情况，统计第三方回款情况并取得其合理性的支持证据；

②取得公司、关联方报告期内资金流水，双向核查并逐笔梳理资金拆借的流水记录，确认资金拆借及清理情况；复核关联方资金拆借利息计算的准确性；

③取得货币资金明细账、票据明细账及台账，核查票据找零事项；

④取得公司及子公司的资金流水，查看贷款合同，核查转贷的资金流转过程，确认贷款已归还完毕；

⑤访谈公司相关人员，了解或评估报告期财务不规范行为的具体情况、整改措施及相关内控制度的运行情况；

⑥取得并查阅公司内部控制相关制度及相关主体出具的承诺或证明文件。

（2）核查意见

①报告期内，公司存在转贷、关联方资金拆借、第三方回款、票据找零的财

务内控不规范行为情形，公司实施了包括停止相关行为、建立并完善相关内部控制制度等方式予以整改；除第三方回款之外，其他内控不规范事项已于 2023 年 12 月前整改完毕；公司第三方回款仍存在，但金额较小且具备商业合理性；前述内控不规范事项不影响财务数据的真实性；

②相关内控制度得到有效运行，公司财务内控不规范情形整改充分；

③2024 年及以后，除少量具有合理原因的第三方回款外，公司不存在其他财务内控不规范情形；公司内控制度完备且有效运行。

（二）说明对存货、在建工程及固定资产等各类资产真实性的核查措施，如监盘程序、监盘比例、监盘结果以及其他核查程序等

1、存货真实性核查程序

- （1）了解公司关于生产、采购方面的内部控制并测试其有效性；
- （2）获取公司报告期内库存明细表，分析各类存货账面余额变动的合理性；
- （3）了解公司存货盘点制度及各期盘点差异情况，对公司存货进行实地监盘，检查存货的数量、状况，识别是否存在减值迹象；同时对公司主要的发出商品执行函证程序。

报告期各期末，公司存货监盘的具体情况如下：

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
监盘时间	2025 年 6 月 30 日、2025 年 7 月 1 日	2024 年 12 月 30 日	2023 年 12 月 30 日	2022 年 12 月 30 日
监盘地点	恒道科技厂区、莱瑟塔厂区	恒道科技厂区、莱瑟塔厂区	恒道科技厂区、莱瑟塔厂区	恒道科技厂区
监盘人员	保荐机构、会计师	保荐机构、会计师	保荐机构、会计师	会计师
监盘范围	原材料、在产品、自制半成品、库存商品	原材料、在产品、自制半成品、库存商品	原材料、在产品、自制半成品、库存商品	原材料、在产品、自制半成品、库存商品
监盘方法	实地监盘			
监盘金额（万元）	2,350.92	2,164.06	1,861.49	1,215.64
存货账面金额（万元） [注]	3,589.85	3,285.41	2,891.26	2,439.87
监盘比例	65.49%	65.87%	64.38%	49.82%

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
监盘结果	账实基本相符	账实基本相符	账实基本相符	账实基本相符

注：存货余额中不包含发出商品余额

报告期各期末，保荐机构、申报会计师未对发出商品执行监盘程序，系公司发出商品主要为客户已签收尚在异议期的商品；保荐机构、申报会计师对发出商品执行了检查、函证及替代测试程序，函证及替代测试金额占发出商品各期余额比例分别为 91.59%、79.28%、67.16%和 64.00%。

2、在建工程及固定资产核查真实性程序

针对公司固定资产、在建工程真实性、准确性、所有权归属情况，主要执行以下程序：

（1）了解和在建工程、固定资产相关的内部控制并测试其有效性；

（2）获取公司在建工程、固定资产明细表并进行复核，检查大额在建工程/固定资产的工程或采购合同、发票、入账凭证、付款记录，分析相关成本费用发生的真实性；

（3）对在建工程、固定资产执行监盘程序。主要包括：获取公司盘点计划评估盘点计划是否适当，并编制在建工程、固定资产监盘计划；获取盘点清单，与在建工程、固定资产清单核对；观察盘点进程，对照盘点表中在建工程、固定资产名称、数量、规格和存放地点，对实物进行逐项核对；关注是否存在毁损、老旧、报废、闲置等减值迹象。

报告期内，在建工程、固定资产监盘的具体情况 & 监盘结果如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
监盘日期	2025 年 6 月 30 日、2025 年 7 月 1 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 30 日	2023 年 6 月 1 日、2023 年 6 月 30 日
监盘地点	恒道科技及莱瑟塔厂区			
监盘人员	保荐机构、会计师	保荐机构、会计师	保荐机构、会计师	保荐机构、会计师
监盘范围	房屋及建筑物、专用设备、通用设备及运输设备等固定资产及在建工程			
监盘原值（万元）	10,695.33	10,194.73	9,225.18	5,934.67

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
固定资产及在建工程原值合计（万元）	12,192.79	11,883.44	9,999.26	7,125.42
监盘比例	87.72%	85.79%	92.26%	83.29%
监盘结果	账实相符	账实相符	账实相符	账实相符

3、核查意见

经核查，报告期各期末，公司存货、固定资产、在建工程等主要资产具有真实性。

（三）说明对研发费用真实完整性的核查程序、覆盖范围及核查结论

1、核查程序及覆盖范围

（1）查阅公司《研发项目管理制度》《研发费用核算管理制度》等研发相关内部控制制度，了解发行人的研发部门设置情况及研发人员认定情况；

（2）获取公司报告期内研发项目清单及研发费用明细，结合公司业务及可比公司情况，分析研发费用构成及其合理性；

（3）访谈公司相关人员，了解研发流程相关内部控制、研发项目的运作过程，执行研发穿行测试，评估研发内控设计的合理性和执行的有效性；

（4）获取公司报告期内研发人员名单，检查研发人员认定准确性，检查比例为 100%；

（5）获取公司报告期内研发人工费用分摊表，与各研发项目人员工时明细表、分月分项目研发工时汇总表、研发人员名单、考勤表等进行交叉比对，检查比例为 100%；

（6）获取公司报告期内研发设备折旧和能耗费用分摊表，与研发设备清单、分月分项目研发机器工时汇总表进行交叉比对，检查比例为 100%；

（7）获取公司报告期内研发材料明细表，与研发领料申请和材料出库记录，与各研发项目起止时间、领料申请人、出库数量等信息进行交叉比对，检查比例为 100%；

（8）获取公司合作研发合同、验收材料等资料，访谈合作研发单位，了解

研发原因、具体工作内容、成果交付等情况，访谈比例为 100%。

2、核查意见

经核查，公司报告期内研发费用真实、完整。

（四）对于财务内控不规范事项，按照《2 号指引》2-10 财务内控不规范情形的相关要求进行核查，并发表明确意见

报告期内，对照《2 号指引》2-10 财务内控不规范情形的相关要求，公司的财务内控不规范情形如下：

序号	财务内控不规范情形	公司是否存在	具体表现及整改情况
1	无真实业务支持情况下,通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道	是	公司存在转贷情形，截至 2023 年 12 月末整改完毕
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现获取银行融资	否	/
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	是	公司存在关联方资金拆借情形，截至 2023 年 10 月末整改完毕
4	频繁通过关联方或第三方收付款项,金额较大且缺乏商业合理性	是	公司存在第三方回款情形但具有商业合理性，主要通过加强第三方回款内控进行有效管理
5	利用个人账户对外收付款项	否	/
6	出借公司账户为他人收付款项	否	/
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金	否[注]	/
8	被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金	是	同序号 3 相关情况
9	票据与印章管理不规范	是	公司存在票据找零情形，截至 2023 年 12 月末整改完毕
10	会计账簿及凭证管理不规范，存在账外账	否	/
11	在销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中存在财务内控重大缺陷	否	/

注：报告期各期，公司现金收款金额分别为 34.39 万元、13.87 万元、28.21 万元和 4.02 万元，系废料处置等，金额较小且相关款项已入账，不属于违反内部资金管理规定实施大额现金收支的财务不规范情况

核查程序及核查意见如下：

1、核查程序

（1）查阅公司企业信用报告、银行对账单、借款清单等，核查公司是否存在转贷行为；

（2）查阅公司应收票据和应付票据明细表，核查公司是否存在通过向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据、通过票据贴现获取银行融资的情形；

（3）查阅公司其他应收款、其他应付款明细账，查阅公司大额银行流水，核查是否存在与关联方或第三方大额往来款或进行资金拆借、是否存在频繁通过关联方或第三方收付款项以及是否存在被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金等情况；

（4）核查公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心岗位人员的银行流水，核查是否利用个人账户对外收付款项；

（5）取得并查阅报告期内公司的开立账户清单及银行流水，将银行流水与序时账进行双向核对，识别公司是否存在出借账户为他人收付款项，是否存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金以及是否存在账外账的情形；

（6）了解、评价并测试发行人在销售、采购、研发、存货管理等方面的关键内部控制设计，并实施穿行测试和控制测试，检查内部控制设计和执行的有效性。

2、核查意见

经核查，报告期内公司已对转贷、关联方资金拆借、第三方回款、票据找零的情形进行整改，除此之外，公司不存在其他财务内控不规范的情形，不存在损害公司及其他股东利益的情形；公司的财务内控符合规范性要求，能够保证公司运营效率、合法合规和财务报告的可靠性。

三、募集资金运用及其他事项

问题 6：募投项目的必要性及合理性

根据申请文件，发行人拟募集资金 40,301.66 万元，用于年产 3 万套热流道生产线项目、研发中心建设项目和补充流动资金。其中，募集资金直接补充流动资金 3,000.00 万元，热流道生产线项目铺底流动资金 7,742.66 万元。报告期内，公司的产能分别为 19,000 个点位、25,000 个点位和 41,450 个点位，各期产能利用率在 94%以上。报告期内，子公司莱瑟塔将 2,252.49 m²的厂房出租给台州翼龙塑模有限公司，主要用于生产经营。

请发行人：（1）说明产能计算方式，募投项目年产 3 万套与点位的对应关系，新增产能能否消化及产能消化的具体措施。（2）说明子公司将闲置厂房出租的原因，承租方的具体情况，租赁厂房的用途，承租方与发行人及实控人、董监高等是否具有关联关系，租赁价格是否公允。说明在公司存在闲置厂房对外出租的情况下，募集资金购置土地并进行建设投资的合理性及必要性。结合下游行业需求、在手订单情况、市场竞争格局等，进一步说明募投项目的必要性和规模合理性。（3）说明热流道生产线项目中铺底流动资金的具体用途、测算依据及合理性，结合公司的现金流情况，说明是否为变相补流。结合发行人货币资金水平、生产经营流动性需求、现金分红情况等，说明拟将募集资金用于补充流动资金的具体用途、测算依据以及必要性、合理性。（4）结合研发中心建设项目拟开展的研发项目、研发计划、所需研发设备及与公司现有研发项目、设备、产品的关系，对现有技术、产品的提升作用，是否具备相应的人员、技术储备等，说明该项目建设的必要性与规模合理性。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、说明产能计算方式，募投项目年产 3 万套与点位的对应关系，新增产能能否消化及产能消化的具体措施

（一）公司现有产能计算方式

公司产能计算公式为：公司产能=产能核心设备每日产能*标准开工时间。其

中，标准开工时间按照每月 25 个工作日计算，产能核心设备是指生产加工热流道系统的核心部件分流板的加工中心机器设备。

报告期各期，公司产能计算如下：

类型	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产能核心设备月均数量（台）	20.67	17.75	10.83	6.33
产能核心设备平均产能情况（个点位/台/天）	根据产能核心设备登记使用状态情况，按照全天满产状态以 8-10 点位/天/台的生产能力衡量单台核心设备的产能情况			
生产天数（25 天/月*月份数）	150	300	300	300
产能（个点位）	24,800	41,450	25,000	19,000

上述产能计算情况的合理性分析如下：

1、将点位作为产能衡量标准的合理性

公司主要产品为热流道系统，在各报告期其收入占比均超过 90%，因产品与下游应用热流道的模具配套，定制化程度较高，每套产品的生产用时有所差异、不具有可比性。公司通常依据产能核心设备数量以及生产排班时间来确定点位数量，并据此制定接受订单和生产排产计划。因此，以点位数作为产能的衡量标准并以核心环节生产能力确定产能，符合公司产品特点以及生产实际情况。

2、产能核心环节选取的合理性

热流道系统由分流板、喷嘴、加热器、驱动部件等主要部件构成，公司使用各类加工中心、数控车床、数控铣床、数控深孔钻床、平面磨床等机器设备将所需的部件进行机加工处理，各零部件经检验后同配件进行组装装配。在各生产环节中，分流板的加工制造是最能体现产能瓶颈的环节，主要系：（1）公司热流道系统中带有分流板部件的产品的销量与产量占比各年度稳定在 90%左右，具有良好的可比性；（2）分流板的加工属于定制化的非标件，且主要依赖于立式加工中心、龙门加工中心设备进行逐个雕铣精加工，单个加工时间对比其他部件生产较长，相对于标准件的流水线工作更能体现产能瓶颈；（3）公司针对分流板加工有相对固定的生产设备，而其他配件的加工设备可能存在因生产排产要求有所调配；（4）公司制定年度生产计划亦系根据分流板加工制造设备的生产能力进行全年产能预计。

综上所述，公司采用以热流道系统核心部件分流板相关的加工设备使用情况

与生产产能为基础，根据产能核心设备每日产能和标准开工时间来计算现有产能，具有合理性。

（二）募投项目年产 3 万套与点位的对应关系

报告期内，得益于下游市场需求增加、公司竞争优势的不断凸显，公司业务规模不断扩张。公司报告期各期热流道系统销量分别为 20,949 点、24,219 点、37,407 点及 25,284 点，2022 年-2024 年销量年复合增长率为 33.63%。同时，报告期各期热流道系统产销率分别为 96.65%、100.03%、95.63%和 94.64%，产销率水平较高。考虑到下游需求、在手订单以及市场竞争格局等情况，公司拟进一步扩大产能。

公司结合报告期内销量增长、下游行业的发展需求及已有产能情况，拟投资建设年产 3 万套热流道项目，对应年产产能为 72,000 点。根据本募投项目不同种类产品的年达产套数以及单套对应的点位数，年产 3 万套与年产 72,000 点的具体对应关系如下：

产品种类	年产套数（套）	单套点位数（套/点）	年产点位数（点）
汽车车灯热流道系统	9,000	2.00	18,000
汽车内外饰热流道系统	14,000	3.00	42,000
其他热流道系统	7,000	1.71	12,000
合计	30,000	-	72,000

综上所述，公司结合报告期内销量增长、下游行业的发展需求及已有产能情况，拟投资建设年产 3 万套热流道项目，根据不同类产品的达产套数和单套对应的点位数，对应年产产能为 72,000 点。

（三）新增产能能否消化及产能消化的具体措施

公司新增产能可实现有效消化，公司对于新增产能的具体消化措施及其可行性分析如下：

1、持续深耕汽车热流道领域，巩固并提升与现有客户合作

随着汽车行业竞争加剧，下游客户对热流道产品的成本控制、本地化服务与质量稳定性提出更高要求，以公司为代表的内资厂商凭借性价比优势、技术实力和服务能力逐渐扩大市场份额，募投项目新增产能消化具有良好的市场基础。

发行人长期专注于汽车热流道领域，建立了稳定的客户资源体系，已成为国内外多家知名汽车主机厂、零部件及模具制造企业的配套供应商。公司与比亚迪、安瑞光电、嘉利股份、星宇股份等业内较大规模的客户均保持稳定合作。报告期内，前五大客户销售收入分别为 1,890.21 万元、2,778.40 万元、4,218.24 万元和 3,116.66 万元，占营业收入比例由 13.26% 提升至 21.20%，金额及占比持续增加，反映出公司与主要客户合作关系不断深化。

在此基础上，公司将依托多年积累的汽车热流道行业经验和竞争优势，通过多维度策略深化与现有客户的中长期合作：一方面，积极跟进下游新车型及新产线规划，通过协同开发、技术共创提升单客户渗透率；另一方面，通过优化供应链管理、实施精益生产，在保障产品质量稳定性的同时强化成本优势，巩固并提升在客户供应体系中的份额，为新增产能消化提供业务支撑。

2、提高市场开拓能力，积极开拓新客户和国际市场

除汽车领域外，3C 消费电子、家电、医疗等注塑领域市场需求较大，产品迭代速度快，对热流道产品的需求也在不断增长。此外，根据 QY Research 统计数据，2024 年海外热流道市场规模为 152.78 亿元，预计在 2030 年达到 187.25 亿元，显示出良好的发展潜力，募投项目新增产能消化具备相应的市场空间。

报告期内，公司各期新增客户数量分别为 330 家、292 家、375 家和 189 家，公司获客能力较强。此外，公司具备非汽车领域热流道产品的生产能力和客户资源，已通过设立香港子公司积极拓展海外业务并获得一定的境外订单，为新客户和海外市场的拓展提供保障。

因此，公司将通过加大客户拜访频次、深度参与国内外行业展会、提升境外子公司经营能力、完善服务团队体系建设等具体措施，全面提升市场开拓能力，积极拓展 3C 消费电子、家电等其他应用领域的新客户，同时深化国际化战略布局，持续获取新客户订单，有效促进新增产能的消化。

3、持续加强技术研发，提升产品市场竞争力

报告期内，公司持续注重研发创新，累计投入研发费用 3,003.19 万元，为技术积累与产品升级提供了坚实基础。凭借扎实的研发实力，公司先后获评浙江省经济和信息化厅认定的“浙江省拟重点支持的‘专精特新’中小企业”及“浙江

省“隐形冠军”企业”。截至本回复出具日，公司已拥有发明专利 14 项、实用新型专利 24 项、软件著作权 8 项，并积极参与行业标准建设，主导或参与制定了 2 项国家标准和 3 项团体标准。

公司将持续加强研发体系建设和项目管理，依托持续的技术升级实现产品迭代与性能提升，拓展现有产品应用领域，提升市场份额。同时，通过技术进步不断提升生产效率，降低综合成本，进一步增强产品市场竞争力，为募投项目新增产能消化提供技术支撑和产品保障。

4、合理规划募投项目投产进度

为保障募投项目产能得以消化，公司在募投项目规划时考虑了新增产能的释放过程，避免新增产能消化压力集中出现。项目建设周期预计为三年，建设期末年、运营期首期和运行期第二期达产率分别为 30%、70%和 100%，逐渐爬坡，至建设期完成后第二年才实现完全达产，合理释放产能。

综上所述，热流道生产线募投项目新增产能消化具备良好的市场基础，公司将通过巩固提升同现有客户合作、开拓新客户和国际市场、提升技术水平和产品市场竞争力、合理规划募投项目投产进度等措施实现新增产能消化，具有可行性和合理性。

二、说明子公司将闲置厂房出租的原因，承租方的具体情况，租赁厂房的用途，承租方与发行人及实控人、董监高等是否具有关联关系，租赁价格是否公允。说明在公司存在闲置厂房对外出租的情况下，募集资金购置土地并进行建设投资的合理性及必要性。结合下游行业需求、在手订单情况、市场竞争格局等，进一步说明募投项目的必要性和规模合理性

（一）说明子公司将闲置厂房出租的原因，承租方的具体情况，租赁厂房的用途，承租方与发行人及实控人、董监高等是否具有关联关系，租赁价格是否公允

1、出租情况及出租原因

截至本回复出具日，发行人子公司莱瑟塔存在将部分厂房向台州翼龙塑模有限公司（以下简称“翼龙塑模”）提供租赁的情况，具体情况如下：

出租方	承租方	租赁期间	租赁场地	租赁场地面积 (平方米)	租赁单价 (元/天/平方米, 含税)
莱瑟塔	翼龙塑模	2025年1月1 日至2025年 12月31日	莱瑟塔厂区一 楼部分车间	2,252.49	1.50

公司闲置厂房位于子公司莱瑟塔，莱瑟塔 2023 年开始投产以来，产能逐渐爬坡，综合考虑莱瑟塔产能利用率、资产使用率等情况，公司临时将闲置的厂房进行出租，系为阶段性提高总体资产利用率，具有合理性。

2、承租方具体情况、租赁用途，和发行人及其实控人、董监高等不存在关联

承租方翼龙塑模的具体情况如下：

项目	内容
公司名称	台州翼龙塑模有限公司
统一社会信用代码	91331003MABN6RCHXE
法定代表人	李延杰
股权结构	吴美琴持股39.00%、陈前龙持股26.00%、郑国丰持股25.00%、李延杰10.00%。
实际控制人	赵玲君[注]
注册资本	200万元人民币
成立时间	2022-05-16
注册地址	浙江省台州市黄岩区新前街道七里王村128号（自主申报）
经营范围	一般项目：塑料制品制造；塑料制品销售；模具制造；模具销售；照明器具制造；照明器具销售；汽车零部件及配件制造；汽车零配件批发；摩托车零配件制造；摩托车及零配件批发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
主营业务	主要从事试模和注塑生产加工业务
与发行人及实控人、董监高等是否具有关联关系	否

注：名义股东吴美琴为赵玲君配偶

翼龙塑模租赁莱瑟塔场地系用于自身生产、办公经营，其同与发行人及其实控人、董监高等之间不存在关联关系。

3、租赁价格具有公允性

经检索安居客网站，发行人对外出租的厂房和同地区类似物业租金价格比较情况如下：

出租方	承租方	租赁场地位置	租赁场地面积 (平方米)	租赁单价 (元/天/平方米, 含税)	同地区租金价格 (元/天/平方米, 含税)	同地区类似配置厂房的平均租金价格 (元/天/平方米, 含税)
莱瑟塔	翼龙塑模	浙江省台州市黄岩区新前街道乐业路96号	2,252.49	1.50	0.40-2.00	1.56

注：同地区租金价格统计日截至 2025 年 8 月 17 日，系通过安居客网站（<https://tai.sydc.anjuke.com/>）公开信息人工统计，在选择相应区位（台州市黄岩区新前街道），并剔除明显不合理价格的基础上，取其他厂房的租赁价格后得出

莱瑟塔向翼龙塑模出租厂房的定价水平处于同地区类似物业市场价范围内，该地区不同厂房因成新度、租赁面积、装修程度、配套设施等因素不同导致租赁单价有所差异，而同地区和莱瑟塔厂房具有类似配置（如已安装行车）的厂房平均租金价格与莱瑟塔租金价格水平较为接近。莱瑟塔向翼龙塑模出租厂房的定价系双方参考周边地区租金水平，并结合莱瑟塔场地实际情况（面积、层高、地理位置等因素）协商确定，具有公允性。

综上所述，子公司将闲置厂房出租系为阶段性提高资产利用率，承租方主要用于自身生产经营，与发行人及其实控人、董监高等之间不存在关联关系，租赁定价公允。

（二）说明在公司存在闲置厂房对外出租的情况下，募集资金购置土地并进行建设投资的合理性及必要性

公司募投项目购置土地并进行建设投资具有合理性和必要性，与现有厂房租赁安排不存在冲突，具体说明如下：

1、闲置厂房出租面积相对募集资金购置的土地较小，且仅为临时性出租

报告期内，公司营业收入分别为 14,256.81 万元、16,839.04 万元、23,446.54 万元和 14,699.31 万元，呈现较快的增长，公司产品的下游应用领域总体发展良好，结合公司现有产能利用率情况，公司现有的产能预计无法满足未来日益增长的客户需求，因此公司拟建设的热流道系统扩建项目具有必要性和合理性。

本次募投项目涉及建筑面积约 40,000 平方米，达产后将新增 3 万套热流道系统的产能，目前莱瑟塔临时出租的房产面积为 2,252.49 平方米，不足募投项目建筑面积的 5%，远小于本次募投项目用地，预计未来也无法填补公司产能缺口，

因此本次募集资金购置土地并进行建设投资具有必要性和合理性。

公司目前将闲置厂房出租主要系阶段性提高资产利用率，租赁合同为短期合同，同时公司也综合考虑了自身产能布局 and 整体产能释放情况。公司新建募投项目的建设和达产仍需一定时间，闲置厂房也为现有产能和新建产能之间的过渡提供了一定保障。

2、闲置厂房与募投项目地址区位不同，满足公司多样化战略布局

公司目前主要生产基地包括位于绍兴平水的母公司恒道科技，以及位于台州黄岩的子公司莱瑟塔。公司在 2020 年设立莱瑟塔主要系为了更好的服务台州地区的模具客户，黄岩被誉为“中国模具之乡”“中国模具产业升级示范基地”，有近 60 年的历史，广泛分布着各类大大小小的模具加工企业，生产用于汽车、家电、3C 消费电子等领域的模具。公司闲置厂房位于子公司莱瑟塔，综合考虑莱瑟塔产能爬坡情况、现有产能利用率和资产使用率等情况，公司临时将闲置的厂房进行出租。

公司母公司恒道科技作为总部，业务范围辐射全国，且配合经营管理团队、研发团队、销售团队等发挥其总部能量。公司募投项目用地位于绍兴平水，邻近现有生产基地，有利于依托现有的总部人力资源及物质资源优势，实现研发与生产协同，减少生产协同过程中的物流成本，实现降本增效的目的。

（三）结合下游行业需求、在手订单情况、市场竞争格局等，进一步说明募投项目的必要性和规模合理性

1、下游行业需求

热流道系统可广泛应用于汽车、3C 消费电子、家电等行业，其中，汽车领域是当前公司产品的主要应用领域。热流道系统各下游领域的需求及预计市场情况如下：

下游应用领域	相关行业需求及发展情况	该领域热流道预计市场规模（2030E）
汽车	随着汽车行业对轻量化、环保和节能的不断追求，塑料零部件的使用日益普及；国内新兴汽车制造商的快速崛起，以及汽车车型的频繁更新和改款，为热流道技术在汽车制造中的应用提供了市场增长空间。 根据中国汽车工业协会数据，近五年我国汽车产量稳步增	全球：132.93 亿元 国内：41.06 亿元

下游应用领域	相关行业需求及发展情况	该领域热流道预计市场规模 (2030E)
	长, 2024 年, 中国汽车产销累计完成 3,128.2 万辆和 3,143.6 万辆, 同比分别增长 3.7%和 4.5%, 全年产销稳中有进, 产销量继续保持在 3,000 万辆以上规模。 根据 GGII (高工产业研究院) 数据, 全球新能源汽车销量逐步攀升, 2024 年全球新能源汽车销量达 1,823.6 万辆, 其中中国占比超过 70%, 达 1,286.6 万辆; 预测 2030 年我国新能源销量将突破 2,420 万辆, 预计占全球新能源汽车销量的 53.07%。	
3C 消费电子	3C 消费电子产品往往要求塑料模具和热流道技术能够提供更精细、更复杂的成型能力。以智能手机、平板电脑、PC 等为代表的 3C 消费电子产品行业市场规模大, 对塑料零部件的需求也随之增长。 根据 IDC 数据, 2023 年全球 PC 出货量约为 2.5 亿台, 预计 2027 年有望恢复至 2.8 亿台; 全球可穿戴设备年出货量有望从 2024 年的约 5.6 亿台增长至 2028 年的 6.46 亿台。	全球: 63.89 亿元 国内: 29.09 亿元
家电	塑料制品在家电中的用量已占重量比的 40%。 根据奥维云网 (AVC) 数据, 2024 年中国家电全品类 (不含 3C) 零售额 9,071 亿, 同比增长 6.40%。随着促进消费政策出台, 家电行业景气复苏度有望延续, 进一步带动注塑模具市场和热流道行业的发展。	全球: 32.48 亿元 国内: 18.71 亿元
其他 (医疗器材、日化包装等)	热流道技术在医疗器材和日化包装等其他领域应用正逐渐扩大。根据 Frost&Sullivan (弗若斯特沙利文) 分析, 2022 年中国医疗耗材市场规模达到 5,940 亿元, 2017 年至 2022 年复合增长率为 17.2%, 预计 2030 年将达到 10,270 亿元; 中国日化市场预计至 2026 年日化行业市场规模将达到 8,443.39 亿元。	全球: 72.39 亿元 国内: 25.56 亿元

注: 各领域热流道市场规模预测数据来源于 QYResearch

可见, 随着汽车、3C 消费电子、家电等终端领域需求增加和产品更新迭代速度提升, 对热流道产品需求也将提升。在汽车制造领域, 随着轻量化趋势加速和新能源汽车渗透率快速提升, 对精密注塑件的需求增长, 为热流道技术提供了较广的市场空间。3C 消费电子领域产品迭代加速, 对高精度、复杂结构零部件的需求持续上升, 推动了对高性能热流道系统的采购需求。家电行业在消费升级和政策推动下保持稳定增长, 智能家电、个性化设计产品的普及进一步拓展了热流道的应用场景。此外, 医疗器材、日化包装等领域正处于快速发展阶段, 对精密注塑技术及热流道产品的需求呈现上升态势。

此外, 随着消费者对终端产品美观和高性能需求的不断增加, 塑料零件的加工精度和难度正在逐步提高, 下游领域对热流道系统的稳定性、可靠性和精密性等性能要求也越来越高。

2、在手订单情况

报告期各期末，公司在手订单金额分别为 2,242.05 万元、2,762.71 万元、4,937.04 万元和 6,315.94 万元，整体有所增长。

从订单可持续性来看，公司业务可持续性较高。在需求端，公司热流道系统产品主要应用于汽车领域，得益于汽车产销量持续增加、汽车款式迭代以及塑料件在汽车零部件中的广泛应用，对汽车热流道产品的需求有所提升；在供给端，公司已通过奇瑞、上汽、比亚迪、理想等知名整车厂商的认证，且报告期内公司与行业内知名企业的合作不断加深，公司主要客户如比亚迪、星宇股份、格力电器等订单量均有所上升。

3、市场竞争格局

我国热流道系统市场目前呈现外资品牌主导、内资品牌加速崛起的竞争格局。据 QY Research 统计，以柳道、马斯特、圣万提为代表的外资企业凭借先发优势与技术积淀，仍占据国内超过 70% 的市场份额，尤其在高端应用领域优势较为明显。近年来，内资品牌在技术和产品上有所突破，在性价比与本地化服务方面持续发挥优势。随着下游客户对热流道产品的成本控制和综合性能要求不断提高，内资企业凭借不断提升的产品竞争力和快速响应的服务能力，正在多个应用领域逐步扩大市场份额。

在汽车热流道领域，国内新能源汽车产业链日趋成熟，自主品牌整车企业快速崛起，为以发行人为代表的内资品牌带来发展机遇。公司核心产品技术指标已具备与外资厂商直接竞争的实力。在技术要求严苛的汽车车灯领域，公司凭借良好的密封性能、温控精度与流量稳定性，获得多家知名整车厂商和车灯总成供应商的认可与信赖，已成功进入比亚迪、奇瑞、理想等主流主机厂供应链体系，展现出在高端应用领域与外资品牌正面竞争、持续提升市场份额的能力。

4、募投项目的必要性

（1）市场需求角度，有利于把握下游市场需求增长带来的发展机遇

募投项目规划系基于下游多个应用领域市场需求扩大而做出的战略决策，具有必要性。募投项目的实施将有效支撑公司深化现有业务并开拓新领域，把握下游市场需求增长带来的发展机遇。一方面，有利于巩固和扩大公司在汽车领域的

供应能力；另一方面，有助于公司把握 3C 消费电子、家电、医疗器材等潜力市场的增量机遇，实现多领域协同发展。通过产能扩充和产品结构优化，公司可进一步增强整体抗风险能力，挖掘多元化的业绩增长点。

（2）在手订单角度，有利于突破产能瓶颈保障订单交付

报告期内，公司在手订单金额持续增长，反映出市场需求的稳健扩张及客户合作的深化，且订单可持续性较强；但与此同时，公司产能利用率始终处于高位，报告期内分别达 114.07%、96.84%、94.37%和 107.73%，现有产能已难以满足订单需求。本次募投项目通过新增设备和产线优化，将有效缓解当前生产压力，进一步提升订单交付质量和时效稳定性，增强供应链韧性。这不仅有助于巩固与现有客户的合作关系，更为公司承接更多订单、拓展市场份额提供基础。

（3）市场竞争角度，有利于提升市场竞争能力并抢占市场份额

面对当前热流道市场外资主导、内资崛起的竞争格局，本土企业亟需通过产能扩张和技术升级以把握行业发展机遇。本项目通过购置加工中心、数控车床等先进设备，将进一步提升产品加工精度和生产效率，全面提升生产能力。项目实施后，公司不仅能够巩固在汽车领域的竞争优势，更能依托提升的生产能力进一步拓展 3C 消费电子、家电等多领域市场，增强与外资企业的全面竞争能力，为实现市场份额持续提升提供坚实保障。

综上所述，热流道生产线募投项目的实施，将有助于公司把握下游市场需求增长带来的发展机遇，突破产能瓶颈保障订单交付，进一步提升市场竞争能力并抢占市场份额，具有必要性。

5、募投项目规模合理性

公司结合报告期内增长情况、下游行业的发展需求及已有产能情况，拟投资建设年产 3 万套热流道项目，对应年产产能为 72,000 点。在进一步考虑为实现该预计产能所需土地规模、设备用量以及相关投入的价格情况的基础上，公司对各项投入所需资金进行测算，募投项目规模设计具有合理性。具体分析如下：

（1）年产 3 万套热流道生产线项目募集资金总量

本项目计划投资总额 33,097.01 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	项目	总投资	占比
一	建设投资	25,354.35	76.61%
1	建设费用	24,615.87	74.37%
1.1	土地购置	2,097.07	6.34%
1.2	土建工程	11,604.40	35.06%
1.3	设备购置及安装费	10,914.40	32.98%
2	基本预备费	738.48	2.23%
二	铺底流动资金	7,742.66	23.39%
三	项目总投资	33,097.01	100.00%

(2) 本项目各项建设费用、基本预备费、铺底流动资金等支出的具体明细及规模合理性

①土地购置及土建工程

募投项目土地购置投资预算为 2,097.07 万元，系根据所需土地面积及预估单价（参考绍兴市柯桥区工业用地招拍挂交易市场价格）测算得出。

公司已就本募投项目拟使用地块参与了国有建设用地使用权挂牌竞价，依法竞得该地块的国有建设用地使用权。2025 年 8 月 28 日，公司与绍兴市自然资源和规划局签署了《国有建设用地使用权出让合同》，受让宗地为柯桥平水 2023-01 地块，宗地面积为 27,162 平方米，成交金额为 2,037.15 万元。该土地已取得浙（2025）绍兴市柯桥区不动产权第 0008262 号不动产权证书。

募投项目涉及的土建工程主要为生产车间、宿舍、办公室等生产办公场所的建设，建筑单价系结合市场价格等估算，具体如下：

建筑名称	建筑面积（平米）	建筑单价（元/平米）	金额（万元，含税）
1#车间	1,018.00	2,600.00	264.68
2#车间	5,561.00	2,600.00	1,445.86
3#车间	16,939.00	2,600.00	4,404.14
4#车间	13,624.00	2,600.00	3,542.24
小计	37,142.00	-	9,656.92
办公室	487.00	3,000.00	146.10
宿舍	6,230.00	2,802.58	1,746.00
门卫	50.00	2,600.00	13.00

建筑名称	建筑面积（平米）	建筑单价（元/平米）	金额（万元，含税）
其他配套	163.00	2,600.00	42.38
小计	6,930.00	-	1,947.48
合计	44,072.00	-	11,604.40

②设备购置及安装费

项目设备购置费用 10,606.50 万元，安装费用 307.90 万元，合计投入 10,914.40 万元。项目所需设备包括加工中心、数控机床等硬件设备及生产运营过程中所需的管理、设计软件。相关设备及软件的价格参考公司现有同类型设备价格和市场价格等进行测算。具体明细如下：

序号	设备名称	单价 (万元, 含税)	数量 (台套)	金额 (万元, 含税)
一	硬件		120	10,158.50
1	VMC-28300-II 立式加工中心	135.00	2	270.00
2	VMC-1000-II 立式加工中心	500.00	1	500.00
3	VMC-1300-II 立式加工中心	650.00	1	650.00
4	龙门加工中心（配操作台）	900.00	1	900.00
5	龙门加工中心	102.00	4	408.00
6	HPC-650-II 卧式加工中心	155.00	2	310.00
7	VMC-1200-II 立式加工中心	35.00	4	140.00
8	QUICK TURN200/1000 数控车床	78.00	4	312.00
9	QSM200ML/1000U 数控车床	97.00	4	388.00
10	QUICK TURN200/500 数控车床	72.00	8	576.00
11	QT200MAL/500 数控车床	92.00	8	736.00
12	QUICK TURN200/500 数控车床	100.00	8	800.00
13	QT200MAL/500 数控车床	120.00	8	960.00
14	SKD-1310 深孔钻	109.00	2	218.00
15	车铣复合加工中心	230.00	6	1,380.00
16	SKD-1010 深孔钻	98.00	2	196.00
17	SKD-1610 深孔钻	128.00	2	256.00
18	供油机	18.00	2	36.00
19	雕铣机	15.00	4	60.00
20	棒料深孔钻	29.00	4	116.00
21	炮塔铣床	3.00	4	12.00

序号	设备名称	单价 (万元, 含税)	数量 (台套)	金额 (万元, 含税)
22	面铣机	35.50	2	71.00
23	集成排水屑	400.00	1	400.00
24	平面磨床	23.50	1	23.50
25	磨床	90.00	1	90.00
26	流砂机	30.00	4	120.00
27	电磁吸盘	10.00	12	120.00
28	夹具配件	100.00	1	100.00
29	抛光机	0.30	10	3.00
30	喷砂机	1.00	1	1.00
31	流砂抛光	1.00	6	6.00
二	软件		39	448.00
1	防病毒软件	5.00	1	5.00
2	数据备份与恢复软件	8.00	1	8.00
3	企业资源计划 (ERP) 软件	50.00	1	50.00
4	客户关系管理 (CRM) 软件	20.00	1	20.00
5	产品数据管理 (PDM) 软件	20.00	1	20.00
6	办公自动化 (OA) 软件	20.00	1	20.00
7	项目管理软件	10.00	1	10.00
8	2D 设计软件	2.00	15	30.00
9	3D 设计软件	15.00	15	225.00
10	模流分析软件	30.00	2	60.00
三	总计	-	159	10,606.50

该募投项目的设备投入与公司现有设备投入产出情况相匹配，具有合理性。

具体对比如下：

项目	公司现有设备情况			募投项目情况
	2024 年	2023 年	2022 年	
设备原值（万元）	6,057.21	4,407.63	3,254.57	10,158.50
产量（点位数）	39,117	24,211	21,674	72,000
设备投入产出比（产量/设备原值）	6.46	5.49	6.66	7.09

注：设备原值为固定资产科目下专用设备和通用设备原值合计数

2022 年至 2024 年，公司单位设备投入产出比分别为 6.66、5.49 和 6.46，呈

现先降后升的趋势,其中 2023 年公司单位设备投入产出比有所下降,主要系 2023 年子公司莱瑟塔工厂建设完毕后设备逐步投产使用导致。而公司募投项目单位设备投入产出略高于公司报告期内设备投入产出比情况,系募投项目引进更先进的软硬件设备,可提升生产线数字化水平,提高生产效率,预计投产后将取得较好的效益。

③基本预备费

基本预备费用是针对在项目实施过程中可能发生难以预料的支出需事先预留的费用。基本预备费用=建设费用×基本预备费率。其中,基本预备费率按照不超过前述建设投资的 3%估算,本项目基本预备费用为 738.48 万元,具有合理性。

④铺底流动资金

铺底流动资金测算过程及金额规模具有合理性,参见本问询函回复之“问题 6”之“三、”之“(一)”之“1、热流道生产线项目中铺底流动资金的具体用途、测算依据及合理性”的回复。

综上所述,热流道生产线募投项目各项投资支出和公司现有规模及业务需求情况匹配,测算依据合理,具有规模合理性。

三、说明热流道生产线项目中铺底流动资金的具体用途、测算依据及合理性,结合公司的现金流情况,说明是否为变相补流。结合发行人货币资金水平、生产经营流动性需求、现金分红情况等,说明拟将募集资金用于补充流动资金的具体用途、测算依据以及必要性、合理性

(一)说明热流道生产线项目中铺底流动资金的具体用途、测算依据及合理性,结合公司的现金流情况,说明是否为变相补流

1、热流道生产线项目中铺底流动资金的具体用途、测算依据及合理性

(1) 具体用途

热流道生产线项目中的铺底流动资金是指项目达产前,为保证项目实施所需的必要资金,主要用于购买原材料、支付工资薪金、支付能源费用及其他生产经营费用等必不可少的周转资金。

(2) 测算依据

公司依据销售百分比法预测铺底流动资金的需求。①参考公司实际周转率指标，确定预测期内募投项目经营性流动资产和流动负债占营业收入的比例；②根据募投项目的预测营运资金占比和营业收入，得出营运资金需求；③根据《国务院关于固定资产投资项目试行资本金制度的通知》的要求及公司项目特点，按募投项目实现完全达产后的流动资金增加总额的 30%测算所需铺底流动资金。

具体测算明细如下：

单位：万元

项目		建设期	运营期				合计
		T+2	T+3	T+4	T+5		
一	流动资产①	9,524.93	21,654.25	30,751.25	30,722.49	-	
二	流动负债②	1,881.80	3,810.29	5,256.66	5,227.40	-	
三	流动资金③ =①-②	7,643.12	17,843.96	25,494.59	25,495.09	-	
1	流动资金本年增加额④	7,643.12	10,200.84	7,650.63	0.50	25,495.09	
2	铺底流动资金⑤=④ *30%	2,321.16	3,097.92	2,323.44	0.15	7,742.66	

注：T+0 发行人募投项目开始建设时间，T+2 至 T+4 的达产率分别为 30%、70%和 100%；T+0 至 T+1，及 T+6 后不存在流动资金缺口，故不列示

(3) 结合项目特点说明合理性

募投项目达产前需要一定的铺底流动资金支持，合理性在于：首先，热流道产品交期较为紧张，为保证交付时效，企业通常需提前采购钢材、合金等原材料用于嘴芯、嘴帽等标准件半成品备产；其次，运营初期项目需配置较为完善的销售、管理及生产团队，从事业务拓展、生产及其他经营管理活动，相应人员的工资及报销支出存在刚性；此外，本项目投入一定数量的加工设备，设备总能耗支出需占用一定资金。

(4) 结合已有投产项目经验说明合理性

子公司莱瑟塔热流道建设项目于 2023 年 7 月转为固定资产开始逐步投入使用，以该项目投产后一定期限内的产能和经营活动现金净流出情况作为参照，热流道生产线募投项目的铺底流动资金需求量也具备合理性。具体说明如下：

①莱瑟塔热流道建设项目情况

所属观测期间	2023 年 7 月至 2025 年 6 月
经营活动现金流出净额（万元）（①）	1,499.79
实现产能（万点位）（②）	2.08
流动资金需求量（元/点）（③=①/②）	721.05

②以莱瑟塔热流道建设项目情况测算热流道生产线募投项目铺底流动资金需求量

铺底流动资金是指项目实现达产前，为保证项目实施所需的必要资金。故在相应期间内，按照莱瑟塔每点位产能的资金需求量，计算本募投项目所需铺底流动资金需求量为 10,383.17 万元，高于销售百分比方法下得出的 7,742.66 万元。本募投项目铺底流动资金需求量符合已有投产项目经验，具有合理性。

具体测算过程如下：

所属预测期间	T+2 （建设期）	T+3 （运营期）	T+4 （运营期）
达产率	30%	70%	100%
当年产能（万点位）（①）	2.16	5.04	7.20
铺底流动资金需求量（假设同莱瑟塔热流道建设项目，单位：元/点）（②）	721.05		
所需铺底流动资金金额（万元） （③=①*②）	1,557.48	3,634.11	5,191.59
所需铺底流动资金总额（万元）	10,383.17		

（5）结合可比公司情况说明合理性

公司及同行业可比公司、其他对比公司公开发行股票并上市时的扩产类募投项目及铺底流动资金占比情况如下：

序号	公司	募投项目名称	铺底流动资金占比
同行业可比公司	麦士德福	麦士德福研发及产业化基地（一期）	4.23%
其他对比公司	曼恩斯特	安徽涂布技术产业化建设项目	16.92%
		涂布技术产业化总部基地建设项目	19.24%
	优德精密	精密模具零部件扩建项目	24.54%
		自动化设备零部件扩建项目	24.53%
		制药模具及医疗器材零部件扩建项目	14.37%
	宁波方正	扩建年产 280 套大型注塑模具车间项目	6.73%

序号	公司	募投项目名称	铺底流动资金占比
	海泰科	大型精密注塑模具数字化建设项目	14.54%
	公司	年产 3 万套热流道生产线项目	23.39%

上述其他对比公司存在募投项目铺底流动资金占比高于公司的情况。

综上所述，该募投项目铺底流动资金具体用途、测算依据具备合理性。

2、公司的现金流情况

报告期内，公司合并口径下经营活动相关现金收支情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动现金流入	9,625.07	14,851.90	9,966.00	7,619.40
经营活动现金流出	8,346.42	13,381.25	10,257.16	7,066.70
经营活动产生的现金流量净额	1,278.65	1,470.66	-291.16	552.69

公司在日常生产经营过程中，因原料采购、人工成本、制造费用等形成各类经营性支出，因相应资金投入和下游客户回款的间隔期较长，从而产生日常性流动资金需求。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 552.69 万元、-291.16 万元、1,470.66 万元和 1,278.65 万元，除 2023 年经营活动产生的现金流量净额为负外，总体呈增长趋势，反映出公司经营性现金流量有所改善。

报告期内，公司子公司莱瑟塔经营活动相关现金收支情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动现金流入	627.19	605.24	457.86	180.22
经营活动现金流出	1,133.95	1,457.67	811.89	325.58
经营活动产生的现金流量净额	-506.77	-852.43	-354.02	-145.36

子公司莱瑟塔热流道建设项目于 2023 年完工开始逐步投产，且报告期内莱瑟塔仅存在一个建设项目；故以莱瑟塔热流道项目投产后一定运营期间的净现金流出情况可较好反映一般情形下热流道生产建设项目的铺底流动资金需求量。参照子公司莱瑟塔热流道建设项目的实现产能和净现金流出情况，公司募投项目的铺底流动资金测算规模具有合理性，具体见本问询函回复之“问题6”之“三、”之“（一）”之“1、”之“（4）结合已有投产项目经验说明合理性”的回复。

3、公司募投项目铺底流动资金设计不存在变相补流

公司热流道生产线项目中的铺底流动资金设计具有合理性，不构成变相补流，主要系：

（1）铺底流动资金与补充流动资金对应了公司的不同资金需求，铺底流动资金仅用于热流道生产线项目这一募投项目，系为满足项目达产前的经营性资金需求；而补充流动资金主要用于公司整体业务，系为满足公司经营活动中产生的资金需求，不存在铺底流动资金变相补流的情况。

（2）项目铺底流动资金需求系基于募投项目运营期合理备产、人力团队组建以及设备能耗支出等客观需求产生，是为满足项目达产发生的必要支出；铺底流动资金测算系依据销售百分比法合理测算，也符合报告期内子公司莱瑟塔热流道项目的流动资金实际使用情况，铺底流动资金规模具有合理性。

（二）结合发行人货币资金水平、生产经营流动性需求、现金分红情况等，说明拟将募集资金用于补充流动资金的具体用途、测算依据以及必要性、合理性

1、发行人货币资金水平

报告期各期末，公司货币资金余额明细如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
库存现金	0.01	0.01	0.02	5.90
银行存款	4,620.16	5,204.30	3,677.57	373.58
其他货币资金	0.57	1.21	-	-
合计	4,620.74	5,205.51	3,677.59	379.48

报告期各期末，公司货币资金余额分别为379.48万元、3,677.59万元、5,205.51万元和4,620.74万元，占各期末流动资产比例分别为2.52%、16.15%、17.03%和13.33%。2023年末，公司货币资金余额较2022年末增长明显，主要系公司于2023年完成了9,000万元的外部股权融资。截至2025年6月30日，公司货币资金余额4,620.74万元，且主要为银行存款、可以自由支配，整体处于合理水平。

截至报告期末，公司短期借款余额为2,011.35万元，为保障公司短期偿债能

力，公司需为即将到期的银行借款预留一定的资金。未来随着业务规模的扩大，同时考虑技术研发投入、生产设备更新等额外资金的需求，公司对于流动资金的需求将进一步增加。根据本问询函回复之“问题 6”之“三、”之“（二）”之“2、生产经营流动性需求”对未来的营运资金缺口的测算，公司 2025 年预计流动资金缺口为 4,305.96 万元。

因此，公司期末可自由支配的货币资金不能充分满足未来短期内资金需求，使用募集资金用于补充流动资金具有合理性和必要性。

2、生产经营流动性需求

根据发行人 2024 年经营情况为基础进行合理假设，使用销售百分比法测算未来营业收入增长所导致的相关经营性流动资产和经营性流动负债的变化，进而测算 2025 年度至 2027 年度公司营运资金缺口。

公司 2022 年至 2024 年营业收入复合增长率为 28.24%。综合考虑行业及公司实际业务开展情况，谨慎采用 20%作为假设的营业收入增长率，根据 2024 年末经营性流动资产及经营性流动负债科目占营业收入的比例，测算未来 3 年的营运资金缺口，具体测算如下：

单位：万元

项目	2024 年	占营业收入的比例	2025 年 E	2026 年 E	2027 年 E
营业收入	23,446.54	100.00%	28,135.85	33,763.02	40,515.62
应收票据	303.56	1.29%	364.27	437.12	524.55
应收账款	16,748.33	71.43%	20,098.00	24,117.60	28,941.12
应收款项融资	4,284.86	18.27%	5,141.83	6,170.19	7,404.23
预付款项	33.96	0.14%	40.75	48.90	58.68
存货	3,966.34	16.92%	4,759.61	5,711.53	6,853.84
合同资产	-	0.00%	-	-	-
经营性流动资产合计	25,337.04	108.06%	30,404.45	36,485.34	43,782.41
应付票据	-	0.00%	-	-	-
应付账款	3,771.24	16.08%	4,525.49	5,430.59	6,516.70
预收款项	-	0.00%	-	-	-
合同负债	35.98	0.15%	43.18	51.81	62.17
经营性流动负债合计	3,807.22	16.24%	4,568.67	5,482.40	6,578.88
经营性营运资金金额	21,529.82	91.83%	25,835.79	31,002.94	37,203.53

项目	2024 年	占营业收入的比例	2025 年 E	2026 年 E	2027 年 E
流动资金缺口	-	-	4,305.96	5,167.16	6,200.59
未来三年流动资金缺口			15,673.71		

根据上表测算结果，公司未来三年（2025-2027 年）的流动资金需求预计为 15,673.71 万元。公司本次募投项目补充流动资金金额为 3,000 万元，不超过未来三年公司资金需求的上限。因此，本次募集资金用于补充公司流动资金符合发行人生产经营流动性需求，具有合理性和必要性。

3、现金分红情况

报告期内，公司股利分配情况如下：根据 2023 年 5 月 18 日股东会决议审议通过的利润分配预案，公司决定派发现金股利 300.00 万元（含税）。本次股利分配于 2023 年 10 月实施完毕，共计派发现金股利 300.00 万元。为满足业务发展情况下的持续性资金需求，报告期内公司的现金分红金额较少，仅占报告期内利润总额的 1.30%。

根据公司本次公开发行股票并上市后生效的《公司章程（草案）》，本次发行并上市后，在满足现金分红的条件下，公司每年以现金方式累计分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，或任意连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。结合公司目前实现利润情况，公司需要保留一定的现金以满足上市后股东对现金分红的要求，公司募投项目补充流动资金存在必要性和合理性。

4、补充流动资金的具体用途、测算依据以及必要性、合理性

（1）具体用途

发行人本次募集资金中的补充流动资金拟用于公司日常经营活动中的原材料采购、员工薪酬支付、制造费用支付等经营性支出，为公司持续发展提供资金支持。

（2）测算依据

根据销售百分比法，经测算预计公司未来三年新增营运资金需求 15,673.71 万元，本次募集资金补充流动资金的金额为 3,000 万元，未超过未来营运资金需求，补充流动资金规模具有合理性。具体测算过程参见本问询函回复之“问题 6”

之“三、”之“(二)”之“2、生产经营流动性需求”的回复。

(3) 必要性和合理性

补充流动资金的必要性和合理性如下：(1) 公司期末可自由支配货币资金不能充分满足发行人短期内营运资金和短期偿债需求；(2) 报告期内，随着公司营业收入的较快增长，相关经营性支出较大，随着现有产能释放和募投项目新增产能投产，预计未来该等经营性支出将保持在较高水平，补充流动资金将有助于保障公司营运能力，实现业务可持续发展；(3) 报告期内，公司现金分红金额和比例很小，根据上市后利润分配政策并结合公司现有利润实现情况，公司需保留一定现金满足上市后股东对现金分红的要求；(4) 流动资金的增加有助于降低公司资产负债率，进一步优化财务结构，降低经营风险。

因此，补充流动资金有利于缓解公司的营运资金压力、保证公司经营活动的正常开展和优化公司资本结构，具有合理性、必要性。

四、结合研发中心建设项目拟开展的研发项目、研发计划、所需研发设备及与公司现有研发项目、设备、产品的关系，对现有技术、产品的提升作用，是否具备相应的人员、技术储备等，说明该项目建设的必要性与规模合理性

(一) 研发中心建设项目拟开展的研发项目、研发计划情况及与公司现有研发项目、产品的关系，对现有技术、产品的提升作用

研发中心建设项目拟围绕光学产品热流道技术、精密多腔热流道技术、高效节能热流道系统、复杂工况下自适应可调节系统、多材料成型技术、智能化热流道设计系统搭建等六大技术方向，开展多个具体的研发项目。具体拟开展的研发项目、研发计划情况及与公司现有研发项目、产品的关系，对现有技术、产品的提升作用如下：

技术方向	主要研发项目	研发计划	与现有研发项目的关系	与公司现有产品的关系及对相应产品的提升作用	项目研发成果对公司现有技术的提升作用
光学产品热流道技术	无流痕注塑技术、纳米材料填充应用、超洁净热流道设计	为满足光学领域对注塑件公差精度与表面质量的较高要求，解决异色、流痕问题，研究开发相应的热流道技术	在已有“高光件热流道技术”“厚壁光导热流道系统”等研发项目基础上，对光学件系统的流道从构造以及实体表面处理上进行升级	将提升现有产品的性能指标，包括降低流道内壁粗糙度、减少光学畸变、减少流道内熔体摩擦阻力及注塑压力；在现有车灯热流道产品基础上，开发出满足其他光学领域复杂注塑需求的产品，扩大产品应用领域	光学件对尺寸精度和光学性能要求高，在现有的光导注塑模具的热流道系统技术上进一步突破，研发出新型热流道结构以提高性能参数和生产效率
精密多腔热流道技术	多腔平衡控制技术、分级减压流道设计、伺服同步控制技术	对精密多腔产品来说，充填的一致性以及尺寸稳定性是关键，通过对熔体通道的设计以及阀针的实时控制，突破精密多腔体充填注射一致性以及尺寸统一性的技术难题	在已有“多头嘴进浇热流道系统”“侧进浇喷嘴热流道系统”等研发项目基础上，通过主流道直径逐级递减，同时研究多腔体间的平衡参数，动态调整流道尺寸和注射参数，消除多腔注射时序偏差	精密多腔产品可应用于医疗等领域，公司现有精密多腔热流道产品尚未形成大规模销售，研发成果将提升产品工艺和性能指标的稳定性，帮助实现产品量产营销，丰富产品品类、扩大产品应用领域	公司已在精密多腔热流道技术方面有一定储备，研发成果将帮助提升该项技术的成熟度
高效节能热流道系统	模块化热流道设计、节能加热元件、闭环冷却系统与余热回收技术	响应“双碳”政策，对产品生产过程中的热量进行管理，降低能耗与材料浪费，进一步推动热流道产品模块化设计，提升生产效率	在已有“管式连接热流道系统”“区域功率密度可调节加热器”等研发项目的基础上，对热流道内部元件结构、功能进行改进，达到模块化要求，同时节省材料使用，实现热量回收管理	现有产品部分部件的互换通用性还有提升空间，研发成果通过模块化设计，方便嘴芯、嘴帽等部件快速拆卸更换，提高部件通用性和生产经济性；此外，研发成果将减少热流道系统表面温差、降低能耗	本研发成果将在已有嘴型标准化设计规范基础上，实现更多关键部件的标准化设计规范；在现有热流道系统精准温控技术的基础上，关注能耗情况，减少生产环节的碳排放
复杂工况下自适应可调节系统	宽温域自适应热流道系统、流道截面动态调整系统、活塞打开行程自由调节机构	通过多传感器融合与结构动态调整，进一步提升复杂制造场景下热流道的稳定性与自适应性，以满足不同场景下的使用要求	在已有“一种可自由调节加热器”“一种打开行程可调节气缸”等研发项目的基础上，对更加复杂工况下（如提升熔体流动、宽温域、高压等）热流道自适应功能进行开发	公司现有产品规格相对固定，无法达到自适应调控目标，研发成果通过对热流道截面的调整，适应不同材料粘度和制品厚度需求，同时通过分阶段行程控制，减少剪切应力并缩短冷却时间，提升产品性能	在现有热流道驱动系统控制技术基础上引入阀针打开自动调节功能，实现升级；研发成果将在温控控制精度及尺寸公差等方面改善技术指标，并扩大生产工艺窗口

技术方向	主要研发项目	研发计划	与现有研发项目的关系	与公司现有产品的关系及对相应产品的提升作用	项目研发成果对公司现有技术的提升作用
多材料成型技术	多组分热流道系统、连续纤维增强材料注塑系统	适应“多材料共注”的行业技术发展方向，开发可实现多材料成型的热流道系统，研究材料界面融合技术，完成多组分成型试制验证	在已有“螺旋混料进浇热流道”“热流道分流调节机构”等项目的基础上，深入研究多种材料同步注塑的热流道技术，探索连续纤维增强热塑性复合材料注塑系统等研发方向	公司已有多色热流道产品，其在成型过程中不同颜色的材料结合度等指标方面仍有提升空间，研发成果将进一步提升产品性能；此外，研发成果将研发出如软硬胶产品等的热流道产品，丰富产品品类	多色热流道与多材料热流道在技术底层逻辑和系统构成上具有较高相通性，两者均需为每种材料/颜色设计物理隔离的流道系统，防止熔体在机筒内提前混合，且都需要研究熔体前沿的温度、压力及剪切速率对界面结合强度的影响；本研发项目在已有多色热流道技术的基础上进行多材料共注的研究，向多材料成型技术领域进一步拓展
智能化热流道设计系统搭建	智能温控系统、实时监控与诊断平台、自学习设计系统	通过算法设计与实时数据交互等技术，实现热流道设计、生产过程的自优化与预测性维护，达到智能调控效果	在已有“定制化热流道产品智能配置设计系统”“可监测熔体压力热流道系统”等研发项目基础上，构建热流道数字模型、深入研究智能检测与调控的技术	公司现有产品研发设计依赖工程师经验，周期相对较长；智能化热流道设计系统的搭建，将集成设计参数、历史数据，通过仿真、自学习筛选最优产品设计方案，进一步提升产品性能指标；同时通过适应性调整设备运行参数，提升产品良率和质量稳定性	在热流道系统成型与流道排布分析技术基础上，引入更先进的算法和数据分析技术，整合、优化已积累的设计、生产参数和数据，提升设计能力和生产能力

研发中心建设项目拟布局的六大研发方向及研发项目与公司现有技术、产品和研发项目形成紧密的延续与升级关系,均基于公司已有技术积累(如精准温控、多色注塑、光导系统等)进行深化与拓展,旨在系统化提升产品性能、丰富产品组合并突破关键技术。

(二) 研发中心建设项目所需研发设备及与公司现有设备的关系

截至报告期末,研发中心建设项目所需研发设备及同公司现有研发活动使用设备的关系情况如下:

募投项目设备类型	募投项目设备情况	现有研发活动使用设备情况	与现有设备关系
硬件	试验检测类:三坐标测量仪/机、高度仪、工业内窥镜、粗糙度测量仪、视频显微镜、洛氏硬度计、红外热像仪、影像仪; 试制类:数控车床、立式加工中心、磨粒流体抛光机、压管机、切管机、磁性排屑机、注塑机、空气增压泵、液压工作站	试验检测类:测量仪、测高仪、工业内窥镜 试制类:数控车床、立式/铣车复合/龙门加工中心、液压工作站	1) 在公司现有试验检测设备基础上,新增视频显微镜、洛氏硬度计等,并补充各类测量仪、内窥镜数量; 2) 新增试制设备专门用于研发环节的产品验证和小批量试制环节,有助于实现技术闭环验证和技术成果转化; 3) 新购置的设备性能指标相对更高,能满足试验检测的精度要求以及试制的性能要求,提升研发效率
软件	设计软件、模流分析软件	设计软件、模流分析软件	相关软件为热流道研发设计环节的必要工具,且研发活动对其可靠性、多功能性要求更高;公司拟补充购置设计软件、模流分析软件,并开通较高级的功能模块,以提升研发设计精度和分析效率

公司现有研发使用的设备及软件包括加工中心、数控车床和各类测量仪等,用于研发环节的试验、检测及研发样品试制工作。现有设备可基本保障研发活动的正常实施,但存在部分种类设备数量相对较少、部分设备使用年限较久或性能无法满足较复杂研发需求的问题。研发中心建设项目的软硬件采购系对公司已有研发活动设备及软件的数量补充、种类丰富和性能提升,具有必要性。

(三) 公司具备研发中心建设项目相应的人员、技术储备

报告期末,公司研发人员人数 40 人,占员工总数的比例为 7.19%;公司核心技术人员为王洪潮、吉勇二人,具有丰富的理论基础和实践经验。公司研发技术人员储备能够为研发中心项目建设提供有力的人员支持。研发中心项目建成后,

公司对研发技术人才的吸引力将进一步增强，拟补充模流分析工程师、热流道设计工程师、测试工程师等相关技术人才，进一步优化研发人员结构。

本次研发中心建设项目拟围绕光学产品热流道技术等六大技术方向展开，就具体的研发项目而言，均是在公司已有技术成果和研发项目基础上的阶梯式提升。公司深耕热流道行业多年，经过持续的研发投入和工艺积累，已形成多色热流道系统技术、光导注塑模具的热流道系统技术、热流道系统成型与流道排布分析技术、热流道系统无死角技术、热流道系统精准温控技术、热流道驱动系统控制技术等多项核心技术，为项目推进奠定了成熟的技术基础。

（四）说明该项目建设的必要性

1、从研发方向看，有利于提升核心竞争力并驱动多元布局

实施研发中心建设项目在技术前瞻布局、产品升级、跨领域拓展及智能化增效四方面有助于提升企业核心竞争力。具体体现为：

（1）项目实施将助力公司前瞻性布局行业技术演进方向，积极应对产业变革。通过聚焦节能化、智能化、多功能性等主流趋势，开展前沿技术储备，使公司能够快速适应未来市场需求变化；

（2）项目将系统推动技术升级与产品迭代，持续增强市场竞争力。通过提升产品模块化程度、增强复杂环境下的适应能力、优化产品表面质量与性能一致性，显著强化产品综合性能，巩固并提高公司的市场份额；

（3）项目将突破现有产品与应用领域的边界，开拓全新的成长空间。通过布局或优化多材料成型技术、光学产品热流道技术、精密多腔热流道技术等，推动公司业务从汽车领域延伸至高端光学、消费电子、医疗等其他领域，有效实现多元化布局，增强企业抗风险能力；

（4）项目将构建智能化研发与生产体系，提升运营效率。通过引入数据驱动的设计系统，减少对人工经验的依赖，缩短研发周期，提高产品良率与生产稳定性，从而实现降本增效，强化整体竞争力。

2、从研发资源投入看，有利于构建面向未来的研发体系

研发中心建设项目的实施，将通过系统性升级软硬件设施与优化人力资源配

置，为公司构建更加高效、专业的技术创新体系提供支撑。

（1）在软硬件设备方面，公司当前研发条件已难以满足日益增长的研发任务需求。项目计划新增专用机器设备和专业设计分析工具，提升研发精度与效率，缩短设计验证周期，为光学产品热流道技术、精密多腔热流道技术等技术攻关和相应的产品创新提供必要保障。

（2）在人力资源方面，公司拟重点引进模流分析、热流道结构设计、测试等领域的专业人才，组建具备跨学科技术背景的研发团队。新引进人才将与公司现有技术团队形成良好的互补效应，共同突破多材料界面融合、智能化设计等技术难题。

通过打造“先进设备+专业人才”的研发创新体系，进一步提升公司在前瞻技术研究、高端产品开发和跨领域应用拓展方面的系统化能力，为提升竞争优势提供支撑。

综上，研发中心建设项目有利于提升核心竞争力并驱动多元布局，构建面向未来的研发体系，具有必要性。

（五）说明该项目建设的规模合理性

通过本次募投项目的实施，发行人将通过新建研发基地，配置相应的研发设备、引入技术人才的方式满足未来技术方向和研发项目的需求，各项投资支出规模合理，具体分析如下：

1、研发中心项目募集资金总量

本项目计划投资总额 4,204.65 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	总投资	占比
1	研发基地建设	884.00	21.02%
2	设备购置	1,689.00	40.17%
3	人员费用	1,080.00	25.69%
4	研究开发费用	423.00	10.06%
5	基本预备费	128.65	3.06%
合计		4,204.65	100.00%

2、本项目研发基地建设、设备购置、人员费用等支出的具体明细及规模合理性

（1）研发基地建设

本项目拟新建研发中心，基地建设费用合计 884.00 万元，新建建筑面积 2,600.00 平方米，主要包括研发办公区、实验室以及产品开发设计区域等，用以满足研发人员日常办公需求、测试实验需求以及研发产品试制需求等，并进一步改善研发人员工作环境。考虑到公司已有研发人员及项目新增研发人员，以及拟增加的研发设备的场地需求，上述规划具有合理性。

（2）设备购置

本次募投项目设备购置费用为 1,689.00 万元，其中硬件设备投资 989.00 万元，软件投资 700.00 万元。本项目拟购置的硬件设备和软件系对公司已有研发使用设备及软件的数量补充、种类丰富和性能提升，同现有研发设备的关系参见本问询函回复之“问题 6”之“四、”之“（二）研发中心建设项目所需研发设备及与公司现有设备的关系”的回复。相关设备及软件的价格参考公司现有同类型设备价格和市场价格进行测算，具有合理性。

软硬件设备的具体情况如下：

序号	设备名称	单价 (万元, 含税)	台(套)数	金额 (万元, 含税)
一	硬件设备明细	-	47	989.00
1	MQ 系列三坐标测量仪	24.00	5	120.00
2	三坐标测量机	85.00	1	85.00
3	高度仪	3.00	5	15.00
4	液压工作站	1.00	8	8.00
5	内窥镜	2.00	2	4.00
6	空气增压泵	3.00	2	6.00
7	注塑机	150.00	3	450.00
8	QT200MAL/1000 数控车床	80.00	1	80.00
9	TL-1580 立式加工中心	55.00	1	55.00
10	磨粒流体抛光机	21.00	1	21.00
11	CK-6140 数控车床	14.00	1	14.00

序号	设备名称	单价 (万元, 含税)	台(套)数	金额 (万元, 含税)
12	QT200L/500 数控车床	50.00	2	100.00
13	工业内窥镜	1.50	2	3.00
14	XG-350S 数控机床	12.50	1	12.50
15	压管机	1.50	1	1.50
16	切管机	0.50	1	0.50
17	磁性排屑机	1.00	1	1.00
18	粗糙度测量仪	3.50	1	3.50
19	视频显微镜	0.50	2	1.00
20	洛氏硬度计	0.50	2	1.00
21	红外热像仪	1.00	2	2.00
22	影像仪	2.50	2	5.00
二	软件设备明细	-	52	700.00
1	2D 设计软件	2.00	20	40.00
2	3D 设计软件	15.00	20	300.00
3	模流分析软件	30.00	12	360.00
三	合计	-	99	1,689.00

(3) 人员费用

本项目拟新引入研发人员 35 名，人员类型及薪酬情况如下：

职能/岗位	人数	人员工资(万元/年)	年数	合计(万元)
研发主管	1	40.00	1.5	60.00
模流分析工程师	10	20.00	1.5	300.00
热流道设计工程师	20	20.00	1.5	600.00
测试工程师	4	20.00	1.5	120.00
合计	35	-	-	1,080.00

截至报告期末，公司研发人员数量为 40 名，本项目拟新引进研发人员 35 名，实现对现有研发团队的补充，以满足未来技术研究方向的人力需求。

(4) 研究开发费用及预备费

本项目研究开发费用为 423.00 万元，包括研发耗材费用、能耗费、合作开发费用、试验费用等研发过程中的必要合理的支出。预备费 128.65 万元系根据研发基地建设、设备购置总和的 5%进行合理估算。

综上所述，研发中心建设项目各项投资支出与公司需求相匹配，测算依据合理，规模具有合理性。

五、请保荐机构核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

（1）访谈发行人相关负责人，了解发行人生产工序、主要设备、生产管理模式、瓶颈工序、产能计算方式等，查阅发行人报告期内产能核心设备的实际运行记录，分析发行人产能计算方式的合理性、机器设备与产能匹配关系的合理性；查阅发行人生产线具体工序说明、报告期内产能核心设备的实际运行情况；获取公司报告期内主要产品的套数与点位数的对应关系；

（2）取得莱瑟塔同翼龙塑模的租赁协议，访谈公司相关人员，确认对外出租场地的具体约定、租赁背景和定价情况等；访谈翼龙塑模及其实际控制人，取得对方签署盖章的书面文件，通过国家企业信用信息公示系统等网站查询翼龙塑模的工商信息，核实承租方的基本情况、租赁用途和定价情况；查阅安居客房屋租赁网站，了解租赁房产所在地的厂房租赁市场价格水平，判断租赁价格定价公允性和合理性；

（3）查阅公司下游应用领域的市场报告，了解发行人产品下游市场需求及竞争格局情况；取得发行人报告期内收入明细，分析发行人主要客户和新增客户情况，获取公司各期末在手订单情况；了解发行人未来的市场开拓计划以及对新增产能的消化措施；

（4）获取公司本次各个募投项目的测算表，核查各项支出的具体用途，测算是否具有合理依据，项目规模是否具有合理性；根据发行人财务报表，核查公司货币资金水平、生产经营流动性需求相关指标以及报告期内现金分红等情况，查阅发行人上市后公司章程，确认未来分红计划；核查子公司莱瑟塔热流道建设情况的投产和运行情况，查阅子公司财务报表，分析其现金流情况，进一步分析并核查公司热流道生产线项目中铺底流动资金、补充流动资金的合理性和必要性；

（5）获取公司报告期内的设备清单、研发项目、研发人员以及研发投入情况；对公司相关人员进行访谈，了解研发中心建设项目拟开展的研发项目、研发计划、所需研发设备及与公司现有研发项目、设备、产品的关系，对现有技术、

产品的提升作用，是否具备相应的人员、技术储备等。

2、核查意见

（1）公司产能主要根据产能核心设备每日产能和标准开工时间计算所得。公司结合报告期内销量增长、下游行业的发展需求及已有产能情况，拟投资建设年产3万套热流道项目，根据不同类产品的达产套数和单套对应的点位数，对应年产能可为72,000点。公司新增产能能够实现消化，主要措施包括：持续深耕汽车热流道领域，巩固并提升与现有客户合作；积极开拓新客户和国际市场，提高市场开拓能力；持续加强技术研发，提升公司产品市场竞争力；考虑现有产能情况，合理规划募投项目投产进度；

（2）子公司将闲置厂房对外出租的原因系公司为阶段性提高资产利用率。承租方台州翼龙塑模有限公司租赁莱瑟塔场地系用于其生产、办公经营，承租方和发行人及其实控人、董监高等无关联关系，双方租赁定价具有公允性。子公司对外租赁系提高资产使用效率的阶段性行为，和募投项目购置土地不冲突，主要系闲置厂房出租面积相对募集资金购置的土地较小，且仅为临时性出租；闲置厂房与募投项目地址具有差异性；

公司产品广泛应用于汽车、3C 消费电子、家电等行业，上述终端应用领域发展情况良好，市场空间较广；报告期各期末，公司在手订单金额整体有所增长，且具有可持续性；我国热流道厂商以外资品牌为主，内资品牌市场份额逐渐提升；本次募投项目的实施，将有助于公司把握下游市场需求增长带来的发展机遇，突破产能瓶颈保障订单交付，进一步提升市场竞争能力并抢占市场份额，具有必要性；募投项目各项投资支出和公司现有规模及业务需求情况匹配，测算依据合理，具有规模合理性；

（3）热流道生产线项目中的铺底流动资金主要用于购买原材料、支付能源费用、支付工资薪金及其他生产经营费用等必不可少的周转资金。铺底流动资金的测算采用销售百分比法，测算依据合理。铺底流动资金设计不存在变相补流。

发行人本次募集资金中的补充流动资金拟用于公司日常经营活动中的原材料采购、员工薪酬支付、制造费用支付等经营性支出。考虑到公司货币资金水平、生产经营流动性需求以及报告期及未来的现金分红情况，补充流动资金有利于缓

解公司的营运资金压力、保证公司经营活动的正常开展和优化公司资本结构，具有合理性、必要性；

(4)公司研发中心建设项目拟开展的研发项目、研发计划与公司现有技术、产品和研发项目形成紧密的延续与升级关系。项目软硬件采购系对公司已有研发活动设备及软件的数量补充、种类丰富和性能提升，具有必要性。公司具备研发中心建设项目相应的人员、技术储备。项目有利于提升核心竞争力并驱动多元布局，构建面向未来的研发体系，具有必要性。项目各项投资支出与公司需求相匹配，测算依据合理，规模具有合理性。

问题 7：其他问题

关联方代持子公司股份的原因及合理性。根据申请文件，2021 年 9 月，发行人将子公司江西恒道 100%股权转让给千翊科技，本次股权转让系通过股权转让方式委托关联方千翊科技代为持有。2022 年 12 月，千翊科技将股权转回至发行人，委托持股关系解除。千翊科技为发行人实控人王洪潮曾经控制的公司，江西恒道曾为发行人的控股子公司，两家公司均于 2023 年 3 月注销。请发行人说明：①千翊科技和江西恒道的基本情况，包括但不限于成立时间、主要股东、主营业务、经营情况等，两家公司是否有业务往来。②千翊科技代江西恒道持股的原因及合理性，两家公司注销的原因，发行人及子公司与关联方千翊科技是否有利益输送或其他利益往来。

请保荐机构及发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、千翊科技和江西恒道的基本情况，包括但不限于成立时间、主要股东、主营业务、经营情况等，两家公司是否有业务往来

（一）千翊科技

截至千翊科技注销时，其基本情况如下：

名称	绍兴千翊科技有限公司（曾用名“浙江千翊科技有限公司”）
统一社会信用代码	91330104MA2HYWJ93R
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	浙江省绍兴市柯桥区平水镇平江村何山小学旁西首第四间

注册资本	100 万元
成立日期	2020 年 7 月 10 日
营业期限	2020 年 7 月 10 日至长期
注销日期	2023 年 3 月 21 日
经营范围	一般项目：家用电器研发；家用电器销售；家用电器制造；家用电器零配件销售；电子产品销售；日用家电零售；日用品销售；母婴用品销售；塑料制品销售；五金产品零售；通用零部件制造；塑料制品制造；机械零件、零部件加工；机械零件、零部件销售；五金产品制造；金属加工机械制造；专业设计服务；网络技术服务；信息技术咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；物联网技术服务；物联网技术研发；厨具卫具及日用杂品研发；金属制品研发；五金产品研发；软件开发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：货物进出口；技术进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。
股权结构	王美枝认缴出资 85 万元，持股占比 85%[注]； 许永良认缴出资 15 万元，持股占比 15%

注：王美枝系王洪潮的侄女，其所持千翊科技 85%的股权系代王洪潮持有，故千翊科技系王洪潮控制的企业

千翊科技原从事生活小家电塑料制品的 OEM 制造、销售业务。报告期内，除少量库存产品处理和尾款收回等外，该公司已无实际经营。2022 年度和 2023 年度，千翊科技营业收入分别为 24.05 万元和 0 万元。

（二）江西恒道

截至江西恒道注销时，其基本情况如下：

名称	江西恒道科技有限公司
统一社会信用代码	91361121MA37N6F81D
类型	其他有限责任公司
住所	江西省上饶市广信区（上饶茶亭产业园）发展大道以北
注册资本	305 万元
成立日期	2017 年 12 月 26 日
营业期限	2017 年 12 月 26 日至 2037 年 12 月 25 日
注销日期	2023 年 3 月 27 日
经营范围	电子产品研发、生产、加工、销售；热流系统及配件、汽车配件、模具、注塑产品、电子产品、电器、钢材、金属材料销售；熔喷布、无纺布的生产、销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	恒道科技认缴出资 300 万元，持股占比 98.3607%； 王鑫认缴出资 5 万元，持股占比 1.6393%[注]

注：王鑫系王洪潮的堂侄，其所持江西恒道 1.6393%的股权系代王洪潮持有

报告期内，江西恒道主要从事注塑模具热流道系统及相关部件制造、销售业务。2022 年度和 2023 年度，江西恒道营业收入分别为 35.32 万元和 26.28 万元。

报告期内，千翊科技与江西恒道之间不存在业务往来。

二、千翊科技代江西恒道持股的原因及合理性，两家公司注销的原因，发行人及子公司与关联方千翊科技是否有利益输送或其他利益往来

（一）千翊科技代江西恒道持股的原因及合理性

千翊科技本次代持江西恒道股权的背景和原因是，2022 年初，江西恒道与项目建设工程施工方江西中环建设集团有限公司就工程事项存在争议并发生诉讼纠纷，为避免前述事项给发行人带来不利影响，发行人将股权转让给王洪潮控制的关联方千翊科技代为持有。本次股权代持实施前，发行人持有江西恒道 100% 的股权，认缴出资 1,000 万元，实缴出资 300 万元，其余部分尚未出资。

2022 年 10 月 31 日，经上饶市广信区人民法院调解，江西恒道与江西中环建设集团有限公司达成协议，上饶市广信区人民法院作出（2022）赣 1104 民初 463 号《民事调解书》。后江西恒道根据该《民事调解书》的要求结清工程款，双方就本案不再存在纠纷或潜在纠纷。

发行人为避免江西恒道的诉讼纠纷给其来不利影响，采用股权代持方式使江西恒道名义上不再是其子公司，具有合理性，且股权代持并非《民法典》《公司法》等法律法规明文禁止的行为，《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国公司法〉若干问题的规定（三）》亦认可在股权代持情形下实际出资人对公司享有投资权益。

（二）两家公司注销的原因

1、千翊科技注销的原因

王洪潮曾参与投资设立千翊科技主要系受朋友邀请，在小家电领域进行创业尝试。后来，考虑到千翊科技本身经营情况不佳，继续维持经营意义不大，且王洪潮的工作重心在恒道科技，投入千翊科技的精力有限，因此王洪潮及其他股东决定注销千翊科技。2023 年 3 月，千翊科技完成注销登记。

2、江西恒道注销的原因

2017 年 12 月，发行人受江西上饶当地招商引资政策吸引，在上饶茶亭汽车产业园投资设立江西恒道，开展注塑模具热流道系统及相关部件的生产和销售业务。后因当地汽车产业园的配套及发展情况不及预期，为提高公司管理效率并考虑公司未来发展战略，故于 2023 年 3 月将江西恒道予以注销。

（三）发行人及子公司与关联方千翊科技是否有利益输送或其他利益往来

报告期内发行人及子公司与千翊科技之间的关联交易情况如下：

1、关联租赁事项：2022 年 1-3 月，千翊科技出于自身需要，向恒道科技租赁少部分厂房用于仓储和临时办公，租赁金额为 0.73 万元。后王洪潮作为千翊科技的实际控制人，将上述租金及产生的资金占用利息一并支付给发行人。上述关联租赁系发行人将当时闲置的部分厂房合理利用，租赁价格系双方结合场地用途、环境条件协商确定，具有公允性；千翊科技拖欠租金的行为构成资金占用，但总体金额较小，且发行人已对其进行清理和规范，并参考欠款同期银行贷款利率计收了资金占用费，不存在利益输送情形，不存在损害发行人及全体股东、特别是中小股东利益的情况。

2、股权代持还原事项：鉴于发行人曾于 2021 年 9 月将持有的江西恒道 100% 股权转让给千翊科技，委托千翊科技代为持有。为此，发行人于 2021 年 9 月 24 日、26 日向千翊科技提供资金合计 300 万元；同日，千翊科技以支付股权转让款名义将取得的前述 300 万元款项转回发行人。为实施股权代持还原，千翊科技于 2022 年 12 月将代发行人持有的江西恒道全部股权（对应认缴出资额 300 万元，实缴出资额 300 万元）转让给发行人。2022 年 12 月 26 日、27 日，发行人以支付股权转让款的名义向千翊科技转账合计 300 万元。同日，千翊科技将取得的前述 300 万元款项转回恒道科技。

报告期内千翊科技为发行人代持江西恒道股权期间，未从江西恒道分配利润，未从发行人及其子公司获取过报酬，亦不存在为江西恒道、发行人及其他子公司代垫成本费用的情形。

报告期内发行人及子公司与关联方千翊科技之间的上述关联交易具有合理性，关联交易定价具有公允性，相关不规范情形均已清理和规范，公司董事会、

独立董事、监事会和股东会均已对其必要性和公允性作出审查确认，发行人及子公司与关联方千翊科技之间不存在利益输送或其他利益往来。

三、请保荐机构及发行人律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

1、查阅千翊科技、江西恒道的营业执照、工商档案资料、公司章程，通过国家企业信息信用公示系统、企查查网站对千翊科技、江西恒道的工商登记信息进行了查询；

2、查阅报告期内发行人、千翊科技、江西恒道的财务报表、相关财务记账凭证；

3、查阅发行人与千翊科技之间关于江西恒道的股权转让协议；

4、查阅王洪潮、千翊科技、发行人及其子公司（含过往子公司江西恒道）的银行流水记录；

5、访谈王洪潮、王美枝，取得股权代持事项的确认函；

6、查阅江西恒道与江西中环建设集团有限公司之间（2022）赣 1104 民初 463 号民事纠纷案件的相关资料及民事调解书；

7、查阅江西恒道所在地主管部门、人民法院、上饶仲裁委员会出具的证明文件，并查询了江西恒道所在地政府部门网站、中国裁判文书网、中国执行信息公开网；

8、查阅发行人与千翊科技之间的租赁合同、发行人出具的说明文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

报告期内，千翊科技和江西恒道不存在业务往来；发行人委托千翊科技代为持有江西恒道的股权系为避免诉讼纠纷给其带来不利影响，具有合理性，且诉讼纠纷已妥善调解结案，不存在因股权代持给第三方造成损害的情形；报告期内，发行人及子公司与关联方千翊科技之间的关联交易具有合理性，关联交易定价具有公允性，相关不规范情形均已清理和规范，公司董事会、独立董事、监事会和

股东会均已对其必要性和公允性作出审查确认，发行人及子公司与关联方千翊科技之间不存在利益输送或其他利益往来。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申报文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定进行审慎核查。

经核查，发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（以下无正文）

（本页无正文，为浙江恒道科技股份有限公司《关于浙江恒道科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件的审核问询函的回复》之签字盖章页）

法定代表人：


王洪潮

浙江恒道科技股份有限公司

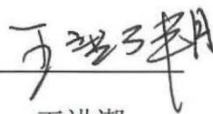


2025年9月24日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于浙江恒道科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，确认本次审核问询函回复内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对审核问询函回复内容的真实性、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：


王洪潮

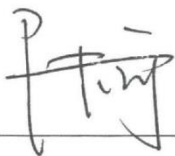
浙江恒道科技股份有限公司

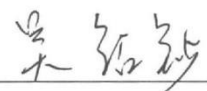
2025年9月24日



（本页无正文，为国泰海通证券股份有限公司《关于浙江恒道科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件的审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：


陆 奇


吴绍钊



2025 年 9 月 24 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于浙江恒道科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，了解本问询函回复涉及问题的核查程序、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，本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。

法定代表人（董事长）：



朱 健



国泰海通证券股份有限公司

2025 年 8 月 24 日