

目 录

一、关于经营情况.....	第 1—40 页
二、关于募投项目.....	第 41—63 页

问询函专项说明

天健函〔2025〕1328 号

深圳证券交易所：

由国泰海通证券股份有限公司转来的《关于浙江富特科技股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》（审核函〔2025〕020052 号，以下简称问询函）奉悉。我们已对问询函中需要我们说明的财务事项进行了审慎核查，并出具了《问询函专项说明》（天健函〔2025〕1183 号）。因富特科技公司补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报说明如下。

一、关于经营情况

报告期各期，发行人向前五大客户销售占比分别为 95.61%、96.14%、93.99% 和 83.91%，2023 年公司存在向单一客户销售收入超过总收入 50%的情形。报告期各期，公司境外收入分别为 97.68 万元、223.04 万元、13,193.96 万元和 25,964.28 万元，占同期主营业务收入的比例分别为 0.06%、0.12%、6.84%和 17.64%，占比增长较快。报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 40,292.98 万元、37,745.45 万元、79,690.59 万元和 115,606.26 万元，占营业收入的比例分别为 24.41%、20.57%、41.21%和 39.20%。报告期各期末，公司存货期末账面价值分别为 26,752.47 万元、32,243.46 万元、47,602.96 万元和 65,794.93 万元，占流动资产比例分别为 21.76%、24.87%、25.87%和 29.84%，报告期内，公司存货结构发生变化，最近一期末库存商品、合同履约成本占比大幅上涨。公司研发投入较大，报告期内研发费用为 11,326.86 万元、21,120.42 万元、20,008.29 万元和 12,091.95 万元，占营业收入的比例为 6.86%、11.51%、10.35%和 8.20%。请公司补充说明：（1）结合公司主要产品及业务、下游行业竞争格局、同行业公司情况，说明客户集中度高、向单一客户销售占比大的原因及合

理性，是否符合行业惯例。（2）结合公司竞争优势、与主要客户长期协议签署情况、公司在主要客户体系中的地位等，说明公司是否构成对主要客户或单一客户的重大依赖，本次募投项目产品目标客户情况，募投项目的实施是否会导致客户集中度进一步提升，公司改善客户结构的措施。（3）公司境外收入增长的原因及合理性，境外客户具体情况，包括是否为新增客户、客户开拓情况、合作年限、是否为可持续收入。（4）报告期内应收账款占收入比例增长的原因，是否符合行业发展惯例，结合应收账款账龄情况、前五大客户余额及是否存在异常情况、信用政策及坏账计提政策情况、期后回款情况等，说明应收账款坏账计提是否充分，信用政策及计提政策与同行业可比公司是否存在差异。（5）结合存货结构及库龄情况，说明存货结构和规模是否合理，结合存货订单覆盖率、是否属于通用商品或定制化商品、存货跌价准备计提政策、库龄合理性、期后结转情况等，说明公司存货各类别跌价准备计提充分性。（6）结合近两年合同履约成本对应项目的进展情况，说明合同履约成本大幅增长的原因及合理性，合同履约成本与研发费用的差异性，相关核算是否准确。（7）研发费投入较大的原因，与新增研发项目的匹配性，研发模式是否发生重大变化；研发费用资本化的会计处理、资本化条件的判断和选取是否与公司历史处理情况、同行业可比公司同类或相似业务存在差异；相关研发费用资本化的会计处理是否符合企业会计准则的有关规定，是否谨慎、合理。（8）自本次发行董事会决议日前六个月至今，新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的具体情况。

请公司补充说明（2）（3）（4）（5）相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见，对境外收入真实性进行专项核查。请年审会计师发表核查意见。（问询函第1条）

（一）结合公司主要产品及业务、下游行业竞争格局、同行业公司情况，说明客户集中度高、向单一客户销售占比大的原因及合理性，是否符合行业惯例

1. 客户集中度高的原因及合理性

公司主要从事新能源汽车高压电源系统研发、生产和销售业务，主要产品包括车载充电机（OBC）、车载DC/DC变换器、车载电源集成产品等新能源车载产品，同时包括液冷超充桩电源模块、智能直流充电桩电源模块等新能源非车载产品。报告期内，公司以新能源车载产品销售为主，相关产品占主营业务收入比例

分别为 92.35%、97.18%、94.48%和 96.25%。报告期内，公司向前五大客户销售占比分别为 95.61%、96.14%、93.99%和 81.79%，客户集中度较高，总体符合公司产品业务特征、符合新能源汽车竞争格局和新能源汽车零部件行业的特点。具体情况如下：

(1) 车载电源的产品特点与下游需求特性共同驱动了公司较高的客户集中度

车载高压电源系新能源汽车的核心零部件之一，在汽车零部件中属于价值量相对较高的零部件。车载高压电源在新能源汽车中具备不可替代性，其性能直接关系到新能源汽车的充电效率和安全，通常每辆新能源汽车均需配备一台车载高压电源。

车载高压电源行业具有开发周期长、资金投入大等特点，需要长时间的整零协作研发，具备较高的进入壁垒。根据 NE 时代公开披露数据显示，2025 年 1-6 月，包括公司在内的前十大车载电源产品零部件供应商的市场份额占比达到 91.5%，车载电源产品行业集中度亦相对较为显著。车载高压电源产品涉及整车安全，新能源整车厂亦需要投入较多资源进行搭载公司零部件的整车测试。在产品开发及量产过程中，主机厂客户出于对开发周期管控、发挥规模效应与成本控制、供应链管控的以及技术深度协同性等因素，通常仅选择一家或极少数几家作为核心零部件的供应商，例如公司车载高压电源产品在报告期内占据了国内知名主机厂蔚来汽车、广汽集团、小米汽车主力车型的主要份额，一定程度上提高了客户集中度水平。

(2) 新能源汽车行业高度集中的竞争格局促使产业链上游客户集中度较高

新能源汽车的研发、生产和销售具有较高准入壁垒，形成了下游新能源汽车产业较为集中的竞争格局，直接致使上游零部件企业普遍面临客户集中度较高的经营局面。

根据乘联会发布《新能源厂商零售销量排行榜》，在报告期内，我国前十名新能源汽车厂商零售销量占比分别为 72.26%、77.85%、77.86%和 76.74%，反映出头部厂商在终端市场销售中占据主导地位，市场集中特征显著。受此影响，上游新能源汽车高压电源行业亦呈现出较高的客户集中度。

(3) 同行业可比公司亦存在下游客户集中度较高情形

报告期内，公司同行业可比公司前五大客户集中度情况如下：

公司名称	2025年1-9月	2024年度	2023年度	2022年度
欣锐科技	未披露	76.34%	73.50%	75.90%
英搏尔	未披露	66.45%	62.73%	64.33%
威迈斯	未披露	69.42%	74.63%	57.37%
平均值	未披露	70.74%	70.29%	65.87%
公司	81.79%	93.99%	96.14%	95.61%

由上表可知，同行业可比公司亦存在前五大客户集中度较高的情形，公司的前五大客户集中度稍高于同行业公司主要受公司的市场策略以及产品结构的共同影响。

(4) 公司的市场策略和产品结构的共同使得客户集中度较高

公司的前五大客户集中度水平略高于同行业可比公司平均值，亦受到公司市场策略和产品结构的影响。

一是公司执行重点开发服务优质客户的市场策略。公司仍处于快速发展阶段，登陆资本市场时间较晚，结合自身财务资金状况、研发资源和生产能力，执行重点开发服务优质客户的市场策略，力争成为优质客户主要车型的主要配套供应商。公司结合该策略，凭借自身核心竞争优势与广汽集团、蔚来汽车、小米汽车、零跑汽车、小鹏汽车、长城汽车、长安汽车、雷诺汽车等客户实现稳定合作并致力于获取主要市场份额，前述客户均系报告期各期我国新能源汽车销量前十大或国内外知名主机厂。公司集中资源服务优质客户的策略，使得公司的客户数量相对集中，对主要客户的销售金额占比较高。

二是公司产品结构相对集中亦在一定程度提升了客户集中度。报告期内，公司主要面向新能源乘用车客户开发并销售车载高压电源产品，销售占比达 90%以上，其他产品或服务的收入占比较小，因此亦导致了公司的客户集中度较高。

(5) 优质客户群体扩大与海外销售突破，客户集中度逐步降低

报告期内，公司处于业务快速发展期，随着公司优质客户群体的持续扩大、适配车型的日益丰富、海外市场拓展取得积极进展，2025 年 1-9 月，公司前五大客户销售收入占比已经降低至 81.79%，未来随着业务规模的发展，预计公司客户集中度有望继续降低。

2. 向单一客户销售占比大的原因及合理性

报告期内，公司仅在 2023 年度存在向单一客户销售占比超过 50%的情形。2023 年，公司对广汽集团的销售收入占营业收入的比例超过 50%，主要原因系：一是公司以广汽集团作为战略客户，公司产品当年主要配套广汽集团埃安品牌等主力热销车型，并成为其电源产品的关键供应商，占据车载高压电源产品供应的主要份额；二是广汽集团相关的车型在 2023 年市场表现突出，销量增长显著，广汽埃安品牌车型销量相比 2022 年增长 77.02%，达到 48.36 万辆，广汽集团相应提升了向公司的采购规模；三是 2023 年公司虽然已经获取更多优质国内外客户的车型定点，但是产品尚处于开发验证过程中，当年尚未量产销售，收入贡献较小。

根据乘联会发布的《2023 年 1-12 月新能源厂商零售销量排行榜》显示，广汽埃安以 48.36 万辆位居第三位。具体如下：

单位：辆

新能源乘用车厂商	2023年零售数量	份额占比
比亚迪	2,706,075	34.98%
特斯拉中国	603,664	7.80%
广汽埃安	483,632	6.25%
吉利汽车	469,473	6.07%
上汽通用五菱	457,848	5.92%
长安汽车	384,915	4.98%
理想汽车	376,030	4.86%
长城汽车	236,856	3.06%
蔚来汽车	160,038	2.07%
零跑汽车	144,155	1.86%
合 计	6,022,686	77.85%

注：根据公开信息显示，比亚迪、特斯拉中国的车载高压电源产品通常为自制或自研

综上所述，公司客户集中度较高的情形符合行业惯例，并与公司当前的市场策略及产品特点、行业特征相适应，具备商业合理性；2023 年对单一客户销售占比较高的情形主要系单一客户采购需求的影响，具备合理性。未来，随着公司优质客户基础的扩大与产品矩阵日益丰富，预计客户集中度情况将持续改善。

3. 核查程序和核查意见

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下程序：

- 1) 获取公司的销售明细表，统计其向前五大客户的销售情况；
- 2) 查询同行业可比公司披露的定期报告，了解同行业可比公司的主要客户销售情况；
- 3) 查询乘联会发布新能源汽车厂商零售数据排行榜等资料，了解新能源汽车厂商的集中度情况。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：

- 1) 客户集中度较高情形契合公司产品和市场策略，亦与下游行业集中度较高的竞争格局相一致，同行业可比公司均存在客户集中度较高的情形，符合行业惯例；
- 2) 报告期内，公司仅在 2023 年度存在向单一客户销售占比超过 50%的情形，主要系客户自身采购需求的影响，具备商业合理性。

(二) 结合公司竞争优势、与主要客户长期协议签署情况、公司在主要客户体系中的地位等，说明公司是否构成对主要客户或单一客户的重大依赖，本次募投项目产品目标客户情况，募投项目的实施是否会导致客户集中度进一步提升，公司改善客户结构的措施

1. 结合公司竞争优势、与主要客户长期协议签署情况、公司在主要客户体系中的地位等，说明公司是否构成对主要客户或单一客户的重大依赖

(1) 公司凭借技术、质量、检测、快速响应等优势与客户保持稳定合作关系
公司凭借自身深厚的技术优势、可靠的产品质量、完善检测认证环境、快速响应客户需求等能力，能够在行业竞争中长期保持市场地位，持续拓展新客户、获取客户新项目、获得客户的广泛认可。

1) 技术优势

公司以技术创新赢得新客户、新项目。公司始终将研发创新置于核心战略地位，逐步积累建立了一支优秀的技术研发团队，通过持续的高强度研发投入，在电力电子变换技术、数字化及模块化的软件开发技术、高效能热管理和结构设计技术、车载电源功能单元的集成化、SiC 和 GaN 等第三代宽禁带半导体器件的应

用研究领域实现技术突破。公司通过技术创新，简化电路设计并提高开关频率，显著提升产品的功率密度，精准匹配客户对产品性能、可靠性及安全性能的参数指标要求，主动为客户提供可靠技术解决方案。公司凭借自身研发能力、技术创新实力赢得客户的高度认可，不断获得具有战略意义的新项目定点。

2) 产品质量优势

公司凭借产品质量优势增强客户粘性，深化彼此合作。新能源车载电源产品作为整车高压系统的核心枢纽，其安全性与可靠性直接决定了车辆的运行安全。公司自成立以来，始终坚持以“0 缺陷”作为公司设计、制造、供应的质量目标，在市场竞争中建立产品质量优势。①体系认证层面，公司已取得 IATF16949 质量管理体系认证，同时建立了车规级生产管理体系，有效保障产品的可靠性水平；②产品研发层面，公司产品研发均经过专业的性能测试、可靠性测试、安全测试及整车兼容性测试等，从源头上有效提升产品质量；③原材料采购层面，公司严格执行质量管理标准，通过品质保障能力深度评估、持续年度考核、客户反馈等不断对供应商环节进行优化改善，持续提升元器件可靠性水平；④在生产制造层面，公司通过生产执行系统（MES）开展物料及产品的全程质量追溯，确保过程受控。公司已成功获得多家主流整车厂的安全质量认可，其产品被广泛应用于多款旗舰车型，为提升终端整车的安全性市场竞争力提供了关键保障。

3) 可靠性验证优势

公司以产品研发可靠性验证能力取得客户信赖，与客户深度协同，优化产品设计。汽车零部件产业基于产品研发和生产可靠性需求，相关产品需经过客户认可的实验机构开展检测认证。公司累计投入大量资金，建立了产品研发验证的一整套高规格实验环境，形成了全面、快速、精密、准确的检测能力，覆盖 EMC 类、电气功能类、气候负荷类、机械负荷类四大领域。研发实验室包括 EMC 电波暗室、EMC 抗扰实验室、ATS 自动测试系统、HIL 半实物化验证系统、复合盐雾试验系统、快速温变试验系统、复合振动试验系统等先进设施，可全面评估产品的性能、可靠性和安全性，确保满足各类客户需求。公司实验室已通过 CNAS 权威认证，并获得蔚来汽车、长城汽车、小米汽车、小鹏汽车、比亚迪和欧洲主流豪华汽车品牌等知名企业的专项认证。实验室不仅能够满足国内外客户在 DV（设计验证）、PV（生产验证）方面的需求，更为产品质量提供了坚实保障，为平台

产品设计优化提供了有力支撑。

4) 快速响应优势

公司持续提升快速响应能力,及时响应和满足客户车型迭代及更高产品技术要求,助力客户打造市场竞争优势。新能源汽车行业当前正处于车型快速迭代的阶段,同时下游客户对产品的集成化程度、体积减小和高性能表现提出了更高的要求,供应商需要具备快速响应客户需求的能力。公司依托深厚的技术积累和丰富的开发经验,能够更加深刻、快速地理解和响应客户的服务要求。在产品开发环节,公司基于自身平台化、模块化的正向开发能力,并融合仿真设计、快速原型验证等方式,实现产品的快速迭代,确保能无缝对接客户不断升级的技术需求、定制化开发需求。在交付环节,公司以销售环节为依托,充分与客户开展沟通,能够有效协同采购、生产、质量等相关部门,确保及时响应客户的生产交付需求以及售后需求。

(2) 公司与主要客户通常签署长期协议,合作关系稳定、持续

报告期内,公司与现有主要客户签署长期协议情况如下:

序号	客户名称	协议	协议有效期
1	蔚来汽车	《一般条款》和《量产零部件长期采购框架协议》	分别自 2018 年 6 月、2021 年 4 月,长期有效
2	小米汽车	双方签署《采购通则》	2022 年 4 月 29 日起,长期有效
3	雷诺汽车	《雷诺公司采购零部件及服务通用条款及条件》	2023 年 8 月签署,长期有效
4	广汽集团	《零部件、直材采购基本合同》	2023 年 3 月 17 日至 2032 年 12 月 31 日,双方无异议自动续期
5	零跑汽车	《零部件采购通则》	2024 年 2 月 4 日起,叁年有效
6	长城汽车	《配套产品采购合同》	2022 年 10 月 20 日至 2027 年 6 月 8 日,双方无异议自动续期
7	小鹏汽车	《零部件采购合同》	2020 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日,双方无异议自动续期

由上表可知,公司与主要客户通常会签署框架协议,协议有效期通常为长期有效或者到期后双方无异议自动续期的情形。

车载高压电源作为核心零部件之一,涉及整车的行车安全,产品可靠性要求较高,通常具备开发周期长、资金投入大等特点,需要零部件供应商与主机厂客户耗用较长时间及资源开展整零协作研发,具备较高的进入壁垒。整车厂通常仅选择一家或极少数几家作为核心零部件的供应商,双方合作具备较强的稳定性。

截至 2025 年 9 月 30 日，公司累计获取了上百个定点项目，其中零跑汽车、蔚来汽车、广汽集团、雷诺汽车、Stellantis、欧洲某豪华汽车品牌客户的新车型、新项目均处于开发阶段，同时 2025 年公司在持续获取客户新项目定点。公司与主要客户合作关系稳定、持续，对公司未来收入增长形成支撑。

(3) 公司在主要客户中的地位

报告期内公司新能源车载产品的主要客户为蔚来汽车、广汽集团、小米汽车、零跑汽车、长城汽车、小鹏汽车以及雷诺汽车等。公司产品在主要客户中的份额情况如下：

单位：万辆

序号	客户名称	报告期内主要合作期间客户新能源汽车交付量/销量	公司市场份额说明
1	蔚来汽车	70.57	公司产品占据蔚来汽车的主要份额，产品销量略高于车型销量主要系零部件交付和整车厂整车销售存在时间性差异。
2	广汽集团	130.75	公司产品占据广汽埃安的主要份额。
3	小米汽车	40.28	公司产品占据小米汽车的主要份额，产品销量略高于整车销量主要系零部件交付和整车厂整车销售存在时间性差异。
4	雷诺汽车	23.73	公司产品占据雷诺汽车部分份额。公司产品主要适配雷诺汽车部分车型，因此公司产品销量低于整车销量。
5	零跑汽车	39.55	公司产品占据零跑汽车部分份额。公司产品系 2025 年首次在零跑车型实现量产销售，公司将持续满足客户要求，提升自身产品份额。
6	长城汽车	99.41	公司产品占据长城汽车部分份额。公司产品主要适配于长城汽车的欧拉好猫系列、魏牌高山系列车型，因此公司产品销量低于整车销量。
7	小鹏汽车	76.56	公司产品占据小鹏汽车部分份额。公司产品主要适配于小鹏汽车的 P 系列、G 系列的部分车型，因此公司产品销量低于整车销量。

注 1：交付量/销量数据来自于上述客户公告披露的年度报告、季度交付数据、产销数据以及官网披露的销售数据

注 2：广汽集团 2022 年-2025 年 9 月新能源汽车销量仅为广汽埃安品牌销量

注 3：上述期间通常指 2022 年至 2025 年 9 月的整车销量，其中：雷诺汽车、小米汽车新能源汽车销量仅为 2024 年、2025 年 1-9 月的新能源乘用车销量；零跑汽车新能源汽车交付量仅为 2025 年 1-9 月交付量

综上所述，公司与主要客户通常签署长期协议，持续获取客户新项目定点并持续拓展新客户，公司与主要客户彼此深度合作，积极适配客户在售车型以及迭代车型、新车型，具有较高的合作粘性，双方关系较为稳定。报告期内，公司优

质客户群体不断拓展，不存在对主要客户或单一客户重大依赖的情形。

2. 本次募投项目产品目标客户情况，募投项目的实施是否会导致客户集中度进一步提升，公司改善客户结构的措施

(1) 本次募投项目产品目标客户

本次募投汽车零部件三期项目主要产品为车载高压电源，与公司现有主营业务产品一致，公司作为国内较早从事新能源汽车高压电源产品业务的企业之一，相继配套并量产了广汽集团、蔚来汽车、长城汽车、小鹏汽车、小米汽车、长安汽车、零跑汽车等多家新能源整车厂商的多款车型，同时在海外市场亦有突破，雷诺汽车项目已实现了量产，Stellantis 及欧洲某主流豪华汽车品牌客户定点项目也在持续推进。本次募投项目的目标客户包括公司现有主要客户，同时在维持现有客户群体的合作关系的基础上，公司计划在国内及海外市场积极开拓市场，寻求新的与其他新能源汽车主机厂的业务机会。因此本次募投项目的目标客户明确，相较现有客户群体更加多元化，预计募投项目的实施不会导致客户集中度进一步提升。

(2) 公司改善客户结构的措施

公司积极推动新客户、新项目的拓展，除长期保持稳定合作的广汽集团、蔚来汽车等客户外，报告期内公司还定点并量产了小鹏汽车、小米汽车、长安汽车、零跑汽车等多家客户的项目，海外客户 Stellantis 及欧洲某主流豪华汽车品牌客户定点项目也已经开展，公司具备较强的新客户开拓能力。公司改善客户结构、拓展新客户的措施如下：

1) 优化国内市场客户结构，加速布局新车型业务机会

在持续深化与广汽集团、蔚来汽车等现有客户合作的基础上，公司通过主动拜访、积极开展商务接洽和前期技术交流等机会，积极接洽新能源整车厂，深入了解客户需求，有助于公司更精准把握行业动态和市场趋势，建立紧密的合作关系。从目标客户的选择开始，公司有针对性地选择终端消费者市场反响良好、车型销量高的新能源车品牌加以重点开发，积极获取其新推出车型或改款车型的定点项目，利用自身的技术积累开发新的产品以适配新的业务机会。在技术应用层面，及时掌握整车厂对车载电源的性能指标、智能化要求以及定制化需求，使公司产品设计更具针对性和差异化。同时，通过提供个性化解决方案和优质服务，

增强客户粘性，从而在激烈的行业竞争中稳固现有国内客户基础，建立或深化与国内其他优质客户的配套合作关系。该举措有助于公司切入新的车型定点机会，推动客户结构多元化发展，增强业务收入的稳定性和抗风险能力。

2) 积极参与海外竞争，把握海外新能源汽车产业发展机遇

公司在海外市场拓展的目标是积极与传统国际汽车电子巨头如展开竞争，通过启动设立海外基地筹建等工作，强化海外生产与服务能力，为欧洲及周边市场的高效交付提供坚实支撑，同时凭借在国内市场积累的行业经验和核心技术，逐步切入海外头部整车品牌的供应链，为公司营收增长带来新动能，提高公司在全球范围内的市场份额。报告期内，公司海外市场收入大幅度增加，2025 年 1-9 月公司直接出口的车载产品营业收入占比为 17.14%，标志着公司积极参与国际竞争、国际市场开拓取得了良好的成果，通过与雷诺汽车及其合资公司的合作，实现对欧洲新能源汽车市场的量产配套，Stellantis 及欧洲某主流豪华汽车品牌客户的定点项目也在持续推进。通过与国际主流汽车制造商、海外汽车零部件供应商建立合作关系，公司可以掌握海外市场的技术趋势与需求偏好，更有针对性地提供车载电源产品；同时借此机会进一步挖掘海外整车厂新的客户资源，丰富客户群体，改善客户集中度高的情况。

3) 高度重视研发建设，保持产品市场竞争力

公司自成立以来高度重视研发能力建设，提供具备竞争力的车载电源产品是赢得新客户和扩大市场份额的核心保障。公司致力于通过技术升级不断实现产品迭代，包括车载电源集成化的研究、第三代宽禁带半导体器件的应用、电力电子拓扑优化等方向，新技术、新产品的导入不仅能满足现有客户不断提升的需求，还能吸引新客户对公司创新能力的认可，为公司赢得更大的市场空间。

3. 核查程序和核查意见

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下程序：

- 1) 访谈公司管理层，了解公司竞争优势及客户拓展策略；
- 2) 获取公司与主要客户签署的框架协议，了解双方协议约定的合作期限等信息；

3) 查询公司主要客户披露的新能源汽车销量、交付量数据，获取公司向主要客户销售的产品明细以及对应的车型信息，统计公司产品销量与客户新能源汽车

车销量情况；

4) 查阅汽车零部件三期募投项目的可研报告，了解公司募投产品及目标客户情况。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：

1) 公司与主要客户签署的协议通常为长期协议，双方合作关系深入且稳定，公司凭借自身技术、质量、可靠性检测、快速响应等优势获取客户订单及客户认可，产品通常占据客户的主要份额。报告期内，公司优质客户持续拓展，不存在对主要客户或者单一客户重大依赖的情形；

2) 本次募投汽车零部件三期项目主要产品为车载高压电源，目标客户与公司现有客户相比构成更加多元化。公司已采取包括积极拓展国内外市场新客户，持续研发保持产品竞争力等措施改善客户结构，预计本次募投项目的实施不会导致客户集中度进一步提升。

(三) 公司境外收入增长的原因及合理性，境外客户具体情况，包括是否为新增客户、客户开拓情况、合作年限、是否为可持续收入

1. 公司境外收入增长的原因及合理性

报告期内，公司境外收入情况如下：

单位：万元				
项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度	2022年度
境外收入	43,769.83	13,193.96	223.04	97.68
同比变动	1,739.16%	5,815.51%	128.34%	

报告期内，公司境外收入占主营业务收入比例分别为 0.06%、0.12%、6.84% 和 17.14%。2024 年起，公司境外收入金额及占比呈现快速上升趋势，主要原因系：一是 2021 年公司获得雷诺车型的定点，并于 2024 年完成产品开发，2024 年公司产品在雷诺汽车公司实现量产销售，雷诺车型市场销量较好，带动公司境外收入增长，2024 年、2025 年 1-9 月公司的境外销售收入主要来自于雷诺汽车；二是公司顺应近年来国内汽车零部件厂商与主机厂持续深化海外布局的趋势，积极拓展海外市场，与多家全球知名主机厂客户建立合作关系并获得车型定点；三是在全球“碳中和”共识不断强化的背景下，新能源汽车产业在世界范围内加速发展，中国新能源汽车产业链成熟、具备较强竞争力，尤其在欧洲等市场优势明

显，为公司海外业务带来增长机遇。

2. 境外客户具体情况

公司境外客户主要为雷诺汽车、Stellantis 以及欧洲某主流豪华汽车品牌车企。

报告期内，公司主要向雷诺汽车销售新能源车载产品。公司于 2016 年开始和雷诺汽车进行接洽，2021 年获得雷诺汽车的项目定点，双方正式建立业务合作关系，并于 2024 年实现产品的首次量产销售。2024 年及 2025 年 1-9 月，随着产品持续稳定交付及双方合作关系深入，公司向雷诺汽车销售的产品数量及金额持续增长，已经占据雷诺汽车新能源汽车的重要份额。双方合作至今，公司凭借领先的技术优势、质量优势以及快速响应能力，获得客户多款主力车型、多个车型平台的产品定点，并预计在未来年度陆续实现量产，双方业务合作关系稳定，具备可持续性。

随着公司对境外客户产品开发项目不断推进，预计后续将在雷诺汽车的新车型以及 Stellantis、欧洲某主流豪华汽车品牌客户的多个项目实现量产，为公司营业收入增长提供支撑。

3. 核查程序和核查意见

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下程序：

- 1) 获取公司销售明细，统计公司向境外客户销售的情况；
- 2) 查询公司主要境外客户网站披露信息以及新能源汽车行业报告，了解主要境外客户、全球新能源汽车产业发展情况；
- 3) 获取公司与主要境外客户签署协议、定点情况，核实公司境外客户拓展、开发进展。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：

- 1) 公司 2024 年起境外收入快速增长主要系公司在雷诺汽车实现量产销售所致，境外收入的增长与我国新能源汽车行业出海趋势相一致，体现出我国新能源汽车产业链的成熟以及国际竞争力，境外收入快速增长具备合理性；
- 2) 公司与雷诺汽车合作进一步加强，多款主力车型和车型平台将陆续量产；同时随着公司对境外客户产品开发项目不断推进，预计后续将在 Stellantis 以

及欧洲某主流豪华汽车品牌客户实现量产，为公司境外营业收入增长提供支撑，具备可持续性。

(四) 报告期内应收账款占收入比例增长的原因，是否符合行业发展惯例，结合应收账款账龄情况、前五大客户余额及是否存在异常情况、信用政策及坏账计提政策情况、期后回款情况等，说明应收账款坏账计提是否充分，信用政策及计提政策与同行业可比公司是否存在差异

1. 报告期内应收账款占收入比例增长的原因，是否符合行业发展惯例

(1) 报告期内应收账款占收入比例增长的原因

报告期内，公司应收账款余额占营业收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 9 月末 /2025 年 1-9 月	2024 年末 /2024 年度	2023 年末/2023 年度	2022 年末/2022 年度
应收账款账面余额	127,708.93	79,690.59	37,745.45	40,292.98
营业收入	255,935.58	193,384.25	183,515.96	165,039.58
应收账款占营业收入比例（%）	37.42	41.21	20.57	24.41

注：截至 2025 年 9 月 30 日，应收账款占营业收入比例已年化处理

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 40,292.98 万元、37,745.45 万元、79,690.59 万元和 127,708.93 万元，占当期营业收入比重分别为 24.41%、20.57%、41.21%和 37.42%，2024 年末应收账款余额占营业收入比例有所上升。

1) 各期末公司应收账款与最近一季度收入匹配关系

2023 年、2024 年、2025 年 1-9 月，各期末应收账款余额与最近一季度主营业务收入匹配关系如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-9 月/2025 年 9 月末		2024 年度/2024 年末		2023 年度 /2023 年末
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
应收账款余额	127,708.93	60.26%	79,690.59	111.13%	37,745.45
其中：按组合计提坏账准备的应收账款余额①	125,240.93	60.87%	77,853.22	133.63%	33,323.06
营业收入	255,935.58	116.31%	193,384.25	5.38%	183,515.96
其中：最近一季度主营业务收入②	108,225.61	108.32%	77,045.11	75.03%	44,017.10
按组合计提坏账准备的应收账款余额占最近一季度	1.02		0.89		0.67

项目	2025 年 1-9 月/2025 年 9 月末		2024 年度/2024 年末		2023 年度/2023 年末
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
比例=①/②/1.13					

注：应收账款余额同比变动系各期末数据的同比变动比例，营业收入同比变动系相同期间营业收入同比变动比例

2023 年、2024 年和 2025 年 1-9 月按组合计提坏账准备的应收账款余额占比最近一季度主营业务收入（含税）比例分别为 0.67、0.89 和 1.02。

2) 应收账款余额占营业收入比例增加的原因分析

2024 年起公司应收账款余额大幅增长，应收账款余额占最近一个季度主营业务收入比例有所上升，主要系新增客户量产规模销售时间以及不同信用期客户结构的影响。

一是公司客户结构不断丰富，新增量产客户规模销售时间多在 2024 年第四季度及 2025 年 1-9 月，使得期末应收账款余额增长。2024 年起新增量产小米汽车、海外客户雷诺汽车等国内外知名主机厂客户，相关客户销售规模主要在第四季度放量销售；2025 年 1-9 月公司新增量产零跑汽车、长安汽车、中车集团等客户，相关客户主要在 2025 年实现放量销售。随着公司与上述新增客户交易金额持续扩大，2024 年末、2025 年 9 月末的应收账款余额随之增加。

二是不同信用期的主要客户结构变化，新增量产客户的信用期相对较长，期末时点尚未达到收款时点，使得应收账款规模增加。2023 年收货后 30 天回款的客户销售规模较高，结构性地使得账期相对较短，期末应收账款余额相对较低；2024 年、2025 年 1-9 月公司新增客户的信用期通常在 45-60 天，且部分新增量产客户在 2024 年第四季度、2025 年 1-9 月实现首次放量销售，结构性地使得应收账款余额增加。报告期内，公司主要客户的信用期不存在变化。

2023 年第四季度、2024 年第四季度、2025 年第三季度各季度前五大客户贡献收入中信用期分布情况如下：

单位：万元

信用期	2025 年第三季度		2024 年第四季度		2023 年第四季度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
30 天	5,761.45	6.73%	13,389.71	18.46%	28,313.64	65.39%

45 天	17,408.11	20.33%	10,814.07	14.91%		
60 天	40,859.69	47.73%	30,776.32	42.44%		
90 天	21,583.49	25.21%	17,545.14	24.19%	14,983.72	34.61%
合计	85,612.75	100.00%	72,525.24	100.00%	43,297.36	100.00%

注 1：上述报告期各期最后一个季度前五大客户贡献收入占当季度收入比例分别为 98.31%、94.07%和 78.91%，因此选取各季度前五大客户贡献收入的信用期分布进行分析具备代表性

注 2：上述客户信用期条款约定的起算时点包括客户收货、见票入账等多种时点

由上表可知，2023 年第四季度的收入以 30 天账期为主，随着公司快速发展，新增量产客户数量快速增加，部分新增量产客户的信用期相对较长，45 天、60 天的账期客户贡献收入占比提升，结构性地使得公司客户的总体信用期略有延长。2024 年、2025 年 1-9 月，公司单一主要客户的信用期不存在变化，不存在通过放宽信用期刺激销售情形。

(2) 是否符合行业发展惯例

报告期内，公司应收账款占营业收入的比例与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2025 年 9 月 30 日 /2025 年 1-9 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
欣锐科技	39.57%	63.87%	64.95%	61.49%
英搏尔	32.37%	33.85%	40.78%	32.48%
威迈斯	29.96%	28.56%	27.22%	25.75%
平均值	33.96%	42.09%	44.32%	39.91%
公司	37.42%	41.21%	20.57%	24.41%

注：基于数据可获取性角度考虑，可比公司 2025 年 1-9 月的比例数据系采用应收账款账面价值计算，表中其余比例数据系采用应收账款账面余额计算

2024 年、2025 年 1-9 月公司应收账款占营业收入比例与同行业可比公司平均值不存在显著差异。2022 年、2023 年公司应收账款占营业收入比例与威迈斯基本持平，低于同行业可比公司平均值主要原因系公司当期的主要客户回款周期相对较短。2024 年末应收账款占营业收入比例显著上升，主要系公司新增客户

量产销售时间以及不同信用期客户结构的影响。

2. 结合应收账款账龄情况、前五大客户余额及是否存在异常情况、信用政策及坏账计提政策情况、期后回款情况等，说明应收账款坏账计提是否充分，信用政策及计提政策与同行业可比公司是否存在差异

(1) 应收账款账龄情况

报告期各期末，公司应收账款按账龄分布情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 9 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1 年以内	125,044.30	97.91%	76,895.73	96.49%	33,187.92	87.93%	35,473.56	88.04%
1 至 2 年	2,505.18	1.96%	2,127.40	2.67%	66.84	0.18%	38.27	0.09%
2 至 3 年	109.77	0.09%	66.84	0.08%	24.38	0.06%	24.33	0.06%
3 至 5 年	49.68	0.04%	25.52	0.03%	72.71	0.19%	947.87	2.35%
5 年以上			575.09	0.72%	4,393.59	11.64%	3,808.94	9.45%
合计	127,708.93	100%	79,690.59	100%	37,745.45	100%	40,292.98	100%

报告期各期末，公司应收账款随规模持续扩大而持续增长，账龄主要分布在 1 年以内且 1 年以内账龄的应收账款占比不断提升，应收账款账龄情况良好。公司账龄 1 年以内的应收账款占比分别为 88.04%、87.93%、96.49%和 97.91%，总体呈现上升趋势。2024 年末、2025 年 9 月末，1-2 年应收账款余额有所增加，主要系个别客户面临经营困境所致，公司已经对相应的应收账款单项计提了坏账准备。

(2) 前五大客户余额及是否存在异常情况、信用政策及坏账计提政策情况、期后回款情况等

报告期内公司主要客户信用期通常为 30-90 天。2025 年 9 月末，应收账款前五大客户余额、坏账计提政策及期后回款情况如下：

单位：万元

项目	应收账款余额	计提政策	期后回款金额	期后回款情况
客户 A	34,313.19	账龄组合计提	11,749.24	34.24%
客户 B	22,482.31	账龄组合计提	8,562.79	38.09%
客户 C	16,882.77	账龄组合计提	5,234.74	31.01%

项目	应收账款余额	计提政策	期后回款金额	期后回款情况
客户 D	13,809.32	账龄组合计提	12,864.54	93.16%
客户 E	10,375.03	账龄组合计提	2,738.07	26.39%
合计	97,862.61		41,149.38	42.05%

注：上述回款情况统计截至 2025 年 11 月 14 日

公司应收账款前五大客户中除 2022 年、2023 年末因个别客户债权重组原因，存在单项计提情形外，2022 年-2025 年 1-6 月前五大客户的回款情况较好，回款比例为 100%。2025 年 9 月末应收账款前五大客户回款比例为 42.05%，由于部分款项尚未到达根据信用期计算的回款时点，尚未回收的款项总体处于正常回款周期内。

(3) 公司的应收账款预期信用损失的确认标准和计提方法

1) 按信用风险特征组合计提预期信用损失的应收账款和合同资产

组合类别	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
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
合同资产——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，编制合同资产账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

2) 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	合同资产预期信用损失率
1 年以内（含，下同）	5.00%	5.00%
1-2 年	10.00%	10.00%
2-3 年	40.00%	40.00%
3-5 年	80.00%	80.00%
5 年以上	100.00%	100.00%

应收账款和合同资产的账龄自初始确认日起算。

3) 按单项计提预期信用损失的应收账款和合同资产的认定标准

对信用风险与组合信用风险显著不同的应收账款和合同资产，公司按单项计提预期信用损失。

对于客户信用风险状况出现恶化或者客户应收账款逾期未回款的情形，公司综合评估客户的回款能力并进行催收，对于预计无法完全收回或者预计无法收回的应收账款将及时按单项计提预期信用损失，应收账款坏账准备计提充分。

(4) 信用政策及计提政策与同行业可比公司是否存在差异

1) 公司的信用政策与同行业可比公司不存在差异

公司制定了严格的货款回笼期限，并遵循行业惯例，根据与合作年限、实际履约情况及客户行业口碑等，针对不同客户采用不同的信用政策。报告期内，公司以每月结算为主，公司主要客户账期通常为 30 天至 90 天不等。

公司同行业可比公司信用期情况如下：

公司名称	信用政策
威迈斯	对于首次合作、订单金额较小、经营规模较小的客户，一般采取先款后货的销售结算方式；对于长期合作、信誉资质较好的客户，公司通常给予一定的信用期限，主要采用“月结 30-90 天”的销售结算账期。
英搏尔	主要客户信用政策为：纯电动乘用车厂商信用期一般为 1-3 个月，根据客户的信用分级管理，部分客户现款现货。
欣锐科技	根据预期信用损失模型来确认应收账款的减值准备，通常会给与客户 1-3 个月的信用期。

由上表可知，公司给予客户的信用政策与同行业可比公司不存在差异。

2) 公司计提政策与同行业可比公司不存在显著差异

公司与同行业可比公司的应收账款账龄组合计提政策情况如下：

账龄	应收账款预期信用损失率				
	威迈斯	欣锐科技	英搏尔	平均值	公司
1 年以内（含，下同）	5%	5%	5%	5%	5%
1-2 年	10%	10%	10%	10%	10%
2-3 年	30%	30%	20%	26.67%	40%
3-4 年	50%	50%	50%	50%	80%
4-5 年	80%	80%	80%	80%	80%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%

如上表所示，除账龄 2-3 年和 3-4 年以外，公司与同行业可比公司的账龄组合计提的坏账准备政策一致。账龄 2-3 年和 3-4 年的应收账款公司分别按照 40% 和 80% 计提，高于同行业可比公司，公司应收账款坏账准备计提政策相对更为谨

慎。

综上所述，公司主要客户信用情况良好，期后回款比例较高，公司授予客户信用期与同行业可比公司一致，坏账计提政策相对更为谨慎，公司应收账款坏账准备计提充分。

3. 核查程序和核查意见

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1) 了解与应收账款减值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) 针对管理层以前年度就坏账准备所作估计，复核其结果或者管理层对其作出的后续重新估计；

3) 复核管理层对应收账款进行信用风险评估的相关考虑和客观证据，评价管理层是否恰当识别各项应收账款的信用风险特征；

4) 对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，复核管理层对预期收取现金流量的预测，评价在预测中使用的重大假设的适当性以及数据的适当性、相关性和可靠性，并与获取的外部证据进行核对；

5) 对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；评价管理层确定的应收账款预期信用损失率的合理性，包括使用的重大假设的适当性以及数据的适当性、相关性和可靠性；测试管理层对坏账准备的计算是否准确；

6) 核查公司营业收入和应收账款确认的真实性，以抽样的方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、产品出库单、发货单、运输单、对账单、结算单或签收单等；检查应收账款的期后回款情况，经核查确认公司营业收入及应收账款确认真实准确；对应收账款执行函证程序，结合应收账款函证以及期后回款情况，评价管理层计提坏账准备的合理性；

7) 通过公开披露信息查询同行业上市公司或者其他上市公司的坏账准备计提情况并与公司的单项坏账准备计提情况进行对比分析。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：

公司应收账款占营业收入比例的上升主要系新增客户量产规模销售时间以及不同信用期客户结构的影响，2024 年及 2025 年 1-9 月公司应收账款占收入的比例与同行业可比公司基本一致，符合行业发展惯例；公司主要客户经营情况、信用情况良好，期后回款比例较高，公司授予客户信用期与同行业可比公司一致，公司的坏账计提政策相对更为谨慎，应收账款坏账准备计提充分。

（五）结合存货结构及库龄情况，说明存货结构和规模是否合理，结合存货订单覆盖率、是否属于通用商品或定制化商品、存货跌价准备计提政策、库龄合理性、期后结转情况等，说明公司存货各类别跌价准备计提充分性

1. 结合公司存货结构和库龄情况，说明存货结构和规模是否合理

（1）公司存货结构和库龄情况

报告期各期末，公司各类别存货结构及库龄情况如下：

单位：万元

期间	存货类别	1 年以内	1-2 年	2 年以上	合计	占存货余额比例
2025 年 9 月 30 日	原材料	20,881.63	1,130.34	2,438.69	24,450.66	33.58%
	在产品及自制半成品	8,897.10	178.85	226.73	9,302.68	12.78%
	库存商品	18,862.09	1,604.77	401.30	20,868.16	28.66%
	发出商品	14,210.90	796.54	131.91	15,139.35	20.79%
	委托加工物资	2,453.84	104.25	500.38	3,058.47	4.20%
	合计	65,305.56	3,814.75	3,699.01	72,819.32	100.00%
	占期末余额比例	89.68%	5.24%	5.08%	100.00%	
2024 年 12 月 31 日	原材料	12,269.84	1,273.91	2,032.09	15,575.84	39.35%
	在产品及自制半成品	5,504.29	70.10	203.34	5,777.73	14.60%
	库存商品	8,617.36	398.19	390.37	9,405.92	23.76%
	发出商品	6,368.49	311.63	240.04	6,920.16	17.48%
	委托加工物资	1,289.59	334.41	281.11	1,905.11	4.81%
	合计	34,049.57	2,388.24	3,146.95	39,584.76	100.00%
	占期末余额比例	86.02%	6.03%	7.95%	100.00%	
2023 年 12 月 31 日	原材料	13,307.56	2,158.42	588.17	16,054.15	50.97%
	在产品及自制半成品	1,780.55	270.02	104.78	2,155.35	6.84%
	库存商品	3,580.92	449.43	103.86	4,134.21	13.13%
	发出商品	7,470.21	192.92		7,663.13	24.33%
	委托加工物资	1,178.69	311.60		1,490.29	4.73%
	合计	27,317.93	3,382.39	796.81	31,497.13	100.00%

	占期末余额比例	86.73%	10.74%	2.53%	100.00%	
2022 年 12 月 31 日	原材料	14,769.70	1,000.33	435.24	16,205.27	59.61%
	在产品 & 自制半成品	2,983.97	139.27	17.72	3,140.96	11.55%
	库存商品	2,887.82	93.14	28.85	3,009.81	11.07%
	发出商品	3,293.99			3,293.99	12.12%
	委托加工物资	1,533.94			1,533.94	5.64%
	合计	25,469.42	1,232.74	481.81	27,183.97	100.00%
	占期末余额比例	93.69%	4.53%	1.77%	100.00%	

注：表中各期末存货未包含合同履约成本

由上表可知，报告期各期末，公司期末结存的存货库龄主要在 1 年以内，库龄在 1 年以内的存货占比分别为 93.69%、86.73%、86.02%和 89.68%，一年以内的存货结存比例较高，存货库龄结构良好。

(2) 存货结构和规模是否合理

报告期内，随着公司经营规模不断扩大，公司存货总额整体呈上升趋势，具体存货变动情况分析如下：

1) 原材料

报告期各期末，原材料账面余额分别为 16,205.27 万元、16,054.15 万元、15,575.84 万元和 24,450.66 万元，分别占期末存货账面余额的 59.61%、50.97%、39.35%和 33.58%。报告期内，公司原材料按种类主要分为半导体器件、五金结构件、磁性元件、电容电阻等。随着公司经营规模不断扩大，原材料采购及备货增加较多，带动各期末公司原材料不断增加。2022 年-2024 年，公司原材料存货规模基本保持稳定。2025 年 9 月末，原材料余额增长较大，主要原因系 2024 年起成功获取雷诺汽车、小米汽车等新客户并进入量产阶段，同时小鹏汽车、蔚来汽车等存量客户的新项目需求亦同步增加，为确保持续稳定的产品供应，公司据此加大了原材料储备规模。

2) 在产品 & 自制半成品

报告期各期末，在产品 & 自制半成品账面余额分别为 3,140.96 万元、2,155.35 万元、5,777.73 万元和 9,302.68 万元，分别占存货账面余额的 11.55%、6.84%、14.60%和 12.78%，结构占比基本呈稳定状态。2024 年末及 2025 年 9 月末，公司在产品及自制半成品余额有所增加，主要原因系雷诺汽车、小米汽车等新客户项目陆续进入量产阶段，同时现有客户的新车型项目需求增长，且 2025

年新增量产客户零跑汽车，共同导致生产规模进一步扩大所致。

3) 库存商品

报告期各期末，库存商品账面余额分别为 3,009.81 万元、4,134.21 万元、9,405.92 万元和 20,868.16 万元，占存货账面余额的比例分别为 11.07%、13.13%、23.76%和 28.66%，随着公司经营规模不断扩大，报告期各期末公司库存商品持续增加。2024 年末、2025 年 9 月末，公司库存商品余额较大，主要原因系：一是受益于客户订单量的增长，期末在手订单充裕，公司需保持合理的库存以稳定交付；二是公司 2024 年度新增量产境外客户雷诺汽车公司的库存商品海运周期较长，公司根据客户的需求进行库存商品的备货，以保持交付的连续性并平滑物流周期的影响。

4) 发出商品

报告期各期末，发出商品账面余额分别为 3,293.99 万元、7,663.13 万元、6,920.16 万元和 15,139.35 万元，分别占存货账面余额的 12.12%、24.33%、17.48%和 20.79%。公司发出商品主要为在途运输或寄售模式下存放于第三方仓库的产品，随着公司经营规模扩大，客户合作不断深入，公司存放于三方仓的发出商品价值总体呈现增长态势。2023 年末发出商品余额有所增长，主要原因系广汽集团的量产订单需求较多，公司根据客户需求发货至三方仓所致；2025 年 9 月末，公司发出商品余额较高，主要系 2024 年度新增量产客户小米汽车、长安汽车，2025 年新增量产客户零跑汽车等客户 2025 年订单需求旺盛，公司存放于客户三方仓的发出商品增加。

5) 委托加工物资

报告期各期末，委托加工物资账面余额分别为 1,533.94 万元、1,490.29 万元、1,905.11 万元和 3,058.47 万元，分别占存货账面价值的 5.64%、4.73%、4.81%和 4.20%，结构占比基本呈稳定状态。

综上所述，为及时响应客户需求、保证连续交付，公司根据客户需求储备的存货有所增长。随着公司生产规模、销售规模持续扩大，产品种类和型号不断丰富，报告期内公司存货规模整体呈增长趋势。公司存货结构变化及规模增长具有合理性。

2. 结合存货订单覆盖率、是否属于通用商品或定制化商品、存货跌价准备

计提政策、库龄合理性、期后结转情况等，说明公司存货各类别跌价准备计提充分性

(1) 公司存货订单覆盖率情况

2025 年 9 月末，公司主要存货订单覆盖率情况如下：

单位：万元

存货类别	存货余额	有订单金额	订单覆盖率 (%)	呆滞品及售 后件金额	扣除呆滞品及 售后件的订单 覆盖率 (%)
在产品及自制半成品	9,302.68	8,918.72	95.87	383.96	100.00
库存商品及发出商品	36,007.51	31,915.18	88.63	1,967.96	93.76
合计	45,310.19	40,833.90	90.12	2,351.92	95.05

注：期末在手订单统计至 2025 年 10 月 31 日

由上表可知，公司期末在手订单充裕，存货订单覆盖率在 90%以上，订单覆盖率较高。

(2) 公司存货属性分析

定制化存货是指仅能在一个项目上使用的存货，通用型存货指在多个项目上均使用的存货。公司客户主要系新能源汽车领域的整车制造厂商，对应的产成品一般为定制专用件，部分半成品亦呈现定制化特征。公司原材料及委托加工物资等材料类存货多系通用性产品，库存商品及发出商品等成品类存货基本系定制化产品。

(3) 公司存货跌价准备计提政策

1) 报告期末各类存货跌价准备计提政策

资产负债表日，公司对存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个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合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，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) 存货跌价准备测试过程

按照上述存货跌价准备计提政策对存货减值测试的关键在于确定存货的未来可变现净值。报告期内，公司结合上述会计政策并根据实际经营情况对期末存货未来可变现净值的确定过程如下：

① 原材料、委托加工物资、自制半成品

在确定原材料、委托加工物资和自制半成品的未来可变现净值时，公司充分考虑对前述类型存货的持有意图来判断并确定未来可变现净值。对于直接对外出售的，根据该类存货的预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；对于用于继续生产的，根据该类存货的估计售价减去至完工时估计要发生的成本、销售费用及相关税费后的金额确定未来可变现净值。对于库龄长、呆滞的存货，出于谨慎性考虑，期末可变现净值谨慎根据废料的价格计算。

② 库存商品、发出商品

对于库龄较短、具有销售订单支持等正常结存的产成品，根据存货的预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；对于库龄较长，不具有销售订单支持且呆滞的产成品，出于谨慎性考虑，期末可变现净值根据废料的价格计算。

③ 在产品

公司对在产品的持有意图系用于加工成为产成品后对外出售，因此公司在确定在产品的未来可变现净值时，根据在产品的估计售价减去至完工时估计要发生的成本、估计的销售费用及相关税费后的金额确定未来可变现净值。

④ 合同履约成本

对于合同履约成本，公司以相关产成品估计剩余对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。

(4) 公司各期末存货库龄结构、存货跌价计提及期后结转情况

1) 报告期各期末，公司各类别存货跌价准备计提及期后结转情况

单位：万元

项目			2025年9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	账面余额		65,305.56	34,049.57	27,317.93	25,469.43
	存货跌价准备情况	金额	103.06	77.32	131.80	847.40
		计提比例	0.16%	0.23%	0.48%	3.33%

	期后结转 情况	金额	44,034.10	30,063.84	24,786.57	22,610.75
		结转 比例	67.43%	88.29%	90.73%	88.78%
1 年 以上	账面余额		7,513.76	5,535.18	4,179.20	1,714.55
	存货跌价 准备情况	金额	4,911.38	2,903.07	2,802.25	1,451.36
		计提 比例	65.37%	52.45%	67.05%	84.65%
	期后结转 情况	金额	502.56	741.27	790.29	232.53
		结转 比例	6.69%	13.39%	18.91%	13.56%
	账面余额小计			72,819.32	39,584.76	31,497.13
存货跌价准备小计			5,014.43	2,980.40	2,934.05	2,298.76
期后结转小计			44,536.66	30,805.12	25,576.87	22,843.27

注：各期末存货未包含合同履约成本，期末结转金额统计至 2025 年 10 月 31 日；2022 年末至 2024 年末的期后结转金额不包括呆滞品和售后件的期后结转金额

公司各期末 1 年以上的存货期后结转比例相对较低，但存货跌价准备计提比例较高。

同时，公司各期存在少量的 1 年以上、未计提跌价准备且截至 2025 年 10 月 31 日尚未结转的存货，主要系主机厂通常向消费者提供较长时间的质保服务，公司为各期的主机厂客户的各车型准备的各种产品备件库存，以持续向主机厂提供备件服务的能力。该等存货的构成较为分散，在报告期内处于持续消耗状态。

报告期各期末，公司计提的存货跌价准备主要系库龄 1 年以上且呆滞的存货，具体情况如下：

单位：万元

期间	存货类别	呆滞品期末余额				呆滞品计提跌价准备	
		1 年内	1 年以上	合计	占各类别存货 期末余额比例	跌价计提 金额	跌价计提 比例
2025 年 9 月 30 日	原材料及委托 加工物资	73.28	3,261.71	3,334.99	12.12%	3,195.59	95.82%
	在产品及自制 半成品	32.03	351.92	383.96	4.13%	358.79	93.44%
	库存商品及发 出商品	0.27	1,561.93	1,562.20	4.34%	1,460.05	93.46%
	合计	105.58	5,175.56	5,281.14	7.25%	5,014.43	94.95%
2024 年 12 月 31 日	原材料及委托 加工物资	5.44	2,389.70	2,395.14	13.70%	2,300.36	96.04%

	在产品及自制半成品	0.36	222.54	222.90	3.86%	210.11	94.26%
	库存商品及发出商品	77.29	423.25	500.54	3.07%	469.92	93.88%
	合计	83.08	3,035.49	3,118.58	7.88%	2,980.40	95.57%
2023年12月31日	原材料及委托加工物资	15.94	2,249.01	2,264.95	12.91%	2,207.65	97.47%
	在产品及自制半成品	4.60	343.89	348.50	16.17%	335.91	96.39%
	库存商品及发出商品	113.22	296.78	410.00	3.48%	390.49	95.24%
	合计	133.76	2,889.68	3,023.45	9.60%	2,934.05	97.04%
2022年12月31日	原材料及委托加工物资	566.51	1,229.76	1,796.27	10.13%	1,779.45	99.06%
	在产品及自制半成品	113.41	156.02	269.43	8.58%	265.38	98.50%
	库存商品及发出商品	202.66	65.58	268.24	4.26%	253.93	94.67%
	合计	882.57	1,451.36	2,333.94	8.59%	2,298.76	98.49%

注：各期末存货未包含合同履约成本

由上表可见，公司各期期末呆滞品占各类别存货期末余额比例相对较低，库龄主要系一年以上。各期期末对呆滞品的跌价准备计提比例均在93%以上，跌价准备计提较充分。

2) 最近一期期末，公司各类别存货跌价准备计提及期后结转情况

截至2025年10月31日，2025年9月末公司各类存货的账面余额、库龄结构及期后结转情况如下：

单位：万元

存货类别	账面余额			期后结转情况			
	账面余额	1年以内	1年以上	结转金额	结转比例(%)	呆滞品及售后件金额	扣除呆滞品和售后件的期后结转比例(%)
原材料及委托加工物资	27,509.13	23,335.47	4,173.66	16,834.33	61.20	3,334.99	69.64
在产品及自制半成品	9,302.68	8,897.10	405.58	8,544.36	91.85	383.96	95.80
库存商品及发出商品	36,007.51	33,072.99	2,934.53	19,157.96	53.21	1,967.96	56.09
小计	72,819.32	65,305.56	7,513.76	44,536.66	61.16	5,686.91	66.34

注：表中各期末存货未包含合同履约成本

公司主要采取“以销定产”的生产模式，根据对比各季度的订单情况、产品库存量来调整产品的生产计划及采购计划，保持合理的库存水平。2025 年 9 月末公司存货库龄主要在 1 年以内，库龄在 1 年以内的存货占比 89.68%，一年以内的存货结存比例较高。良好的库龄结构表明公司存货流转速度较快、存货呆滞情况较少，有效降低存货因积压呆滞而发生减值的风险。

截至 2025 年 10 月 31 日，公司 2025 年 9 月末存货的期后结转金额比例为 61.16%，扣除呆滞品和售后件的期后结转比例为 66.34%，期后结转情况良好。公司部分未结转的原材料和委托加工物资主要系基于销售预测对部分长周期采购物料备货所致；部分未结转的在产品及自制半成品主要系市场需求或客户需求变动暂时未被消耗，后续将继续被用于生产领用或改制消耗。除去呆滞品外，公司不存在存货长期未结转的情形。

公司存货的呆滞品主要系库龄一年以上的部分，库龄一年以上存货形成的主要原因系公司客户主要为新能源汽车领域的整车制造厂商，对应的产品一般均为定制件。受个别下游客户经营不善、终端车型停产或更替等因素影响，公司对应产品已不进行量产或者不在量产新车型中装配，只作为停产车型的备件，导致公司存在部分原材料及产成品形成长库龄，出现流动性低、呆滞的情况。对于该等存货，公司出于谨慎性考虑根据废料的价格计算可变现净值计提存货跌价准备。

(5) 公司各期末存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司各类型存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项 目	2025 年 9 月 30 日			2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	24,450.66	2,687.87	21,762.79	15,575.84	2,300.36	13,275.48
在产品及自制半成品	9,302.68	358.79	8,943.89	5,777.73	210.11	5,567.61
库存商品	20,868.16	1,134.23	19,733.93	9,405.92	469.92	8,936.00
发出商品	15,139.35	325.82	14,813.53	6,920.16		6,920.16
委托加工物资	3,058.47	507.72	2,550.75	1,905.11		1,905.11
合同履约成本	17,800.15	1,121.25	16,678.90	12,615.41	1,616.81	10,998.61
合 计	90,619.47	6,135.68	84,483.79	52,200.17	4,597.20	47,602.96
项 目	2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	16,054.15	2,207.65	13,846.50	16,205.27	1,779.45	14,425.82

在产品 & 自制半成品	2,155.35	335.91	1,819.44	3,140.96	265.38	2,875.58
库存商品	4,134.21	390.49	3,743.72	3,009.81	253.93	2,755.88
发出商品	7,663.13		7,663.13	3,293.99		3,293.99
委托加工物资	1,490.29		1,490.29	1,533.94		1,533.94
合同履约成本	5,672.44	1,992.07	3,680.37	2,956.98	1,089.72	1,867.26
合 计	37,169.58	4,926.12	32,243.46	30,140.95	3,388.48	26,752.47

由上表可知，报告期各期末，公司存货跌价计提比例分别为 11.24%、13.25%、8.81% 和 6.77%。存货跌价准备主要由合同履约成本、原材料和库存商品组成。

合同履约成本的减值主要原因系：由于项目开发工作量受开发人员经验、客户技术要求等多方面因素影响，难以事先准确评估，从而出现开发成本超出预期的情形。

库存商品和原材料的跌价准备主要系由于下游客户经营不善、终端车型停产或更替等因素影响，对应产品已不进行量产或者不在量产新车型中装配，作为停产车型的备件，导致公司存在部分原材料和库存商品形成长库龄，出现流动性低、甚至呆滞的情况。对于该等存货，公司出于谨慎性考虑根据废料的价格计算可变现净值计提存货跌价准备。

2022 年度，公司存货跌价准备相对较高主要系技术服务项目产生的减值准备较大以及个别车型项目停止接单，使得原材料呆滞金额较多所致；2023 年较 2022 年，存货跌价计提比例下降主要系公司产销量增幅较大，相应的存货余额结存增加较大所致。2025 年 9 月末和 2024 年末较 2023 年末，存货跌价准备比例下降主要系技术服务项目产生的减值准备减少及公司存货规模增加所致。

综上所述，报告期各期末，公司原材料及委托加工物资等材料类存货多系通用性产品、库存商品及发出商品等成品类存货多系定制化产品存货；期末存货在手订单充裕、订单覆盖率较高；公司存货库龄结构及期后结转情况均良好，存货跌价准备计提政策合理，存货跌价准备计提金额充分。

3. 核查程序和核查意见

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1) 与公司财务部、采购部、生产部、市场部相关人员访谈，了解公司的采购、生产、销售模式，备货政策及期末客户采购计划情况，分析存货属性、存货余额结构变动以及存货余额变动的原因及合理性；

2) 访谈公司财务人员，了解存货跌价准备计提政策，并查阅公司库龄信息和期后结转情况，获取公司存货跌价准备计提的明细表进行复核，评估管理层在存货减值测试中使用的相关参数的合理性，并对存货跌价准备的金额进行重新计算；

3) 查阅公司最近一期期末各类存货期末库龄结构、在手订单及期后结转情况，分析公司存货跌价准备计提是否充分。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：

1) 公司存货余额随着业务规模扩大而不断增长，与公司的实际经营情况相符，公司存货结构及规模具有合理性；

2) 公司期末存货订单覆盖率在 90%以上，订单覆盖率较高；

3) 公司原材料及委托加工物资等材料类存货多系通用性产品，库存商品及发出商品等成品类存货多系定制化产品；

4) 公司存货库龄基本在 1 年以内，期后结转情况良好，除去呆滞品以外，公司的存货不存在积压、滞销的情形；

5) 公司存货跌价准备计提政策合理，存货跌价准备计提合理且充分。

(六) 结合近两年合同履约成本对应项目的进展情况，说明合同履约成本大幅增长的原因及合理性，合同履约成本与研发费用的差异性，相关核算是否准确

1. 结合近两年合同履约成本对应项目的进展情况，说明合同履约成本大幅增长的原因及合理性

公司 2024 年末及 2025 年 9 月末的合同履约成本相关的委托开发项目中，合同履约成本余额大于 500 万的项目及对应客户情况如下：

单位：万元

客户名称	项目数量	项目进展情况	2024 年度合同履约成本				2025 年 1-9 月合同履约成本				
			期初余额	本期增加	期末余额	2024 年末余额占比	期初余额	本期增加	本期结转	期末余额	2025 年 9 月末余额占比
客户一	1	2024 年开始，持续开发中		2,617.84	2,617.84	20.75%	2,617.84	2,733.22		5,351.06	30.06%
客户二	3	2024 年开始，持续开发中		2,839.64	2,839.64	22.51%	2,839.64	2,355.09		5,194.73	29.18%

客户三	4	2024 年开始，持续开发中		2,451.97	2,451.97	19.44%	2,451.97	2,681.42		5,133.39	28.84%
客户四	2	2022 年开始，2025 年完成开发	1,723.85	1,489.37	3,213.22	25.47%	3,213.22	397.47	3,610.69		
	1	2024 年开始，持续开发中		149.39	149.39	1.18%	149.39	489.16		638.55	3.59%
客户五	1	2025 年开始，持续开发中						537.06		537.06	3.02%
总计			1,723.85	9,548.21	11,272.05	89.35%	11,272.06	9,193.42	3,610.69	16,854.79	94.69%

注：项目进展情况截至 2025 年 11 月 15 日

2024 年公司新投入的海外客户委托开发项目增加，主要包括雷诺汽车、Stellantis、欧洲某主流豪华汽车品牌等客户。自项目启动以来，公司持续投入资源推进相关开发工作。截至报告期末，各项目仍在有序开展过程中。

(1) 公司与海外客户开展委托开发项目的合理性

1) 汽车零部件“定点-开发-量产”行业流程需要

公司为海外客户提供委托开发项目，系基于汽车零部件“定点-开发-量产”的业务流程需求而展开。具体而言，根据汽车零部件行业惯例，产品的量产流程需要经过项目定点、项目开发、生产件批准程序（PPAP）、生产启动（SOP）环节。①项目定点为主机厂确定产品设计方向和技术规格需求，选择定点零部件供应商；②项目开发为公司根据定点要求进行产品定制化开发，包括原材料的选择和应用论证，以及产品的生产工艺的开发和验证，开发过程需经历多个验证测试流程和审核环节，包括原型样件（A 样）、工程样件（B 样）和正式样件（C 样）等；③公司定制开发的产品经各种测试评估获得客户批准，即为生产批准程序；④生产启动为产品正式量产上市。上述环节中，项目开发系后续产品量产的必经流程，公司基于海外客户的项目定点、后续的产品量产合作，为海外客户提供委托开发项目。

2) 公司开展项目的业务因素

在获取项目定点过程中，公司会与客户进行持续前期沟通，并综合多因素开展项目评估、议价、准备。项目评估方面，公司收到客户需求后会考虑客户的战略意义、品牌影响力、市场需求、产品规格等因素，由公司的销售、项目、技术等部门会进行技术方案匹配性、项目可行性、项目市场情况评估。项目议价方面，公司基于项目开发周期、项目开发难度、产品预计销量、预计毛利率等因素，由

销售部门与客户进行多轮报价及协商，最后确定定点产品及项目开发价格。项目准备方面，公司财务、制造、销售、技术、项目部门就项目开发周期、项目投入人员、项目投资设备等因素进行商议和决策。整体而言，公司开展项目的内部决策由多环节、多部门、多因素组合而成，符合公司业务发展需求。

3) 海外客户项目开发付费的合理性

在海外客户与公司的价格协商过程中，基于海外客户习惯、项目开发周期长、开发难度高、产品定制化程度高等因素，同时考虑到量产实现具备一定不确定性，为合理保证零部件供应商的前期支出风险，海外客户通常在定点时除了约定产品量产价格外，还会与公司就委托开发项目另行进行付费约定。在此情况下，公司根据企业会计准则将尚未完成的委托开发项目的投入计入合同履约成本。

(2) 公司海外客户委托开发项目投入较大的原因

公司合同履约成本大幅增长，主要源于以下两方面原因：（1）业务策略方面，公司积极把握国际市场机遇，以国际化作为重要发展战略，主动拓展与国际知名车企展开业务合作。公司提供委托开发的主要海外客户均具备一定的行业知名度和市场影响力，雷诺汽车系法国百年汽车品牌；Stellantis 系标致雪铁龙集团（PSA）与菲亚特克莱斯勒集团（FCA）合并组建的跨国汽车集团；欧洲某主流豪华汽车品牌拥有丰富行业历史和全球业务布局，前述客户不断推动电气化转型并布局电动化汽车业务，对于新能源汽车高压电源系统产品有持续需求。公司重视海外客户技术开发项目以及后续的持续合作机会，对于相关项目投入较大。

（2）项目特点方面，主要海外项目为新增定制化项目，从开发难度看，海外项目对于产品参数、技术方案、验证要求较多，对人员配置、方案论证、产品验证投入要求较大，因此项目开发周期较长；从产品特点看，海外项目的车载充电机输出功率通常更高，国内通常为 6.6kW 而海外则为 11kW 以及更高的 22kW，海外项目还需要配备 EVCC 部件以实现不同充电标准的兼容，因此产品需求的差异导致海外项目需要更多的投入。

综上所述，公司合同履约成本的大幅增长主要系新增的海外委托开发项目开发周期长、开发难度高，使公司相关项目投入持续增加所致，具备合理性。

2. 合同履约成本与研发费用的差异性，相关核算是否准确

(1) 合同履约成本的确认

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第二十六条，公司为履行合同发生

的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：（1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；（2）该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；（3）该成本预期能够收回。

根据《监管规则适用指引——发行类第9号：研发人员及研发投入》受托研发支出相关规定，公司与客户签订合同，为客户提供受托研发，对于合同履行过程中发生的支出，若公司无法控制相关研发成果，公司应按照《企业会计准则第14号——收入》中合同履约成本的规定进行会计处理，最终计入营业成本，相关支出原则上不得计入研发支出。

公司确认为合同履约成本的项目，系公司受客户委托开展技术服务业务所产生的相关支出。该等项目成本主要依据公司与客户签订的技术服务协议，按照实际履约进度归集，主要包括职工薪酬、材料费等直接费用。上述成本符合合同履约成本的确认条件：其一，相关业务活动已取得客户合同作为依据；其二，成本的发生增加了企业用于履行履约义务所需的资源；其三，相关支出预期能够通过合同对价收回。因此，将该等支出计入合同履约成本符合企业会计准则的规定。

（2）研发费用的确认

公司根据战略发展需求以及结合自身的产品情况，自主开展相关研发活动。公司的研发活动主要涵盖三大核心环节：技术预研对关键技术和前瞻技术进行专项研究，重点探索新技术在产品层面应用的可行性和技术方案的验证；平台开发包括平台化产品的目标设定、技术方案设计与功能开发，通过了解技术动态、客户需求、市场及产品发展趋势进行平台产品的策划、开发排布；项目开发以商业化应用为目的进行定点项目开发，涵盖立项、设计、验证等环节。

在研发活动过程中，公司始终控制相关研发活动所形成的科技成果，并能够将其应用于其他产品或客户，预期可为公司带来经济利益。由于在整个合作过程中并未将研发成果的控制权转移给客户，因此相关活动不适用《企业会计准则第14号——收入》，而应遵循《企业会计准则第6号——无形资产》的规定进行会计处理。因此，公司将研发相关项目的支出在发生时全额计入当期损益，确认为研发费用，符合企业会计准则的规定。

综上，对于受托开发项目，公司将发生的相关费用于发生当期确认为合同履

约成本,待受托开发项目完成后确认收入并对应结转成本,会计处理方式符合《企业会计准则第 14 号——收入》规定,相关核算准确。对于研发项目,公司能够控制研发过程中所产生的科技成果,并将科技成果应用于其他产品和其他客户上,预期能够带来经济利益流入。公司自主开展研发活动且自担研发风险,所有研发支出均在发生时计入当期损益并确认为研发费用,符合企业会计准则的规定,相关核算准确。

3. 核查程序和核查意见

(1) 核查程序

针对上述事项,我们执行了以下程序:

1) 获取公司合同履行成本相关的项目明细表,查询相关项目情况,向公司业务人员和财务人员了解合同履行成本大幅增长的原因及合理性;

2) 获取公司研发费用明细表、合同履行成本相关的项目明细表、合同履行成本相关的部分项目协议,了解公司合同履行成本与研发费用的区分标准和核算方式,结合会计准则分析区分的合理性及核算的准确性。

(2) 核查意见

经核查,我们认为:

1) 公司合同履行成本大幅增长主要系公司新投入的海外客户委托开发项目增加所致。海外客户委托开发项目要求较高、开发周期长,公司积极把握国际市场机遇,重视海外客户技术开发项目及后续合作机会,相关项目投入较高具备合理性;

2) 公司合同履行成本与研发费用根据会计准则进行归集具备明确标准,能够准确核算。

(七) 研发费投入较大的原因,与新增研发项目的匹配性,研发模式是否发生重大变化;研发费用资本化的会计处理、资本化条件的判断和选取是否与公司历史处理情况、同行业可比公司同类或相似业务存在差异;相关研发费用资本化的会计处理是否符合企业会计准则的有关规定,是否谨慎、合理

1. 研发费投入较大的原因,与新增研发项目的匹配性,研发模式是否发生重大变化

(1) 研发费投入较大原因

报告期各期,公司研发费用分别为 11,326.86 万元、21,120.42 万元、

20,008.29 万元和 19,399.48 万元。公司研发费用投入较大主要原因为行业特点、公司策略及业务发展需求等多方面因素。从行业特点角度，新能源汽车零部件具备行业产品快速迭代的行业特征、多元化和高标准的业务需求、高性能和集成化的技术发展趋势。如产品性能向高功率演变，从 6.6kW 到 11kW 甚至更高的 22kW；充电系统高压化发展，从 400V 到 800V 升级；产品深度集成化要求不断增加，包括车载电源系统与电驱系统集成、车载电源系统与 EVCC 等功能模块集成；新材料和工艺持续迭代，新物料新工艺的应用可减少功率半导体和磁性元件数量、提升产品性能、减小产品体积。从公司策略角度，报告期内，公司持续以市场技术发展趋势和车企客户需求为导向，高度重视并不断加强进行研发投入，保持产品和技术竞争力。从业务发展需求角度，公司客户群体不断拓展，产品技术创新的需求持续增长，同时报告期各期公司营业收入分别为 165,039.58 万元、183,515.96 万元、193,384.25 万元和 255,935.58 万元，营业收入增速分别为 11.20%、5.38%和 76.46%（年化数据），持续增长的营业收入也能够支撑公司进行更多的研发投入。

(2) 与新增研发项目的匹配性

报告期内公司研发费用按主要项目分类的明细如下：

单位：万元

项目名称	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	项目进度
第五代 6.6kW 车载电源集成项目	5,027.33	4,257.31	3,242.18	240.90	在研
第四代 6.6kW 车载电源集成项目	1,591.05	2,969.16	4,632.62	2,737.54	在研
800V 车载电源系统项目	3,996.37	5,244.86	2,371.13	1,179.02	在研
11kW 车载电源集成项目	2,753.07	3,545.31	3,565.38	2,214.06	在研
深度集成产品项目	2,369.16	1,977.53	864.39	180.47	在研
车载电源深度集成产品研发项目	1,795.35	1,503.08	1,686.75	2,552.15	在研
直流充电桩项目	132.92	171.81	1,564.12	642.31	在研
其他项目	1,734.23	339.24	889.76	1,239.02	在研
新一代液冷超充电桩电源模块产品研发项目			1,308.71	206.19	已完结
移动储能产品研发项目			995.36	135.20	已完结
合计	19,399.48	20,008.29	21,120.42	11,326.86	

公司新增研发投入相应的项目主要围绕新能源汽车高压电源系统展开，与公司主营业务一致。公司积极顺应车载高压电源行业高集成化、高转换效率、高可靠性、高压化的趋势，持续保持对研发的投入力度以保证产品的竞争力和技术的创新性，公司研发费用投入与研发项目具备匹配性。

2023 年度公司研发费用支出增幅较为明显，2024 年及 2025 年 1-9 月公司研发费用整体较为稳定，保持稳定投入水平。2023 年度公司研发费用增加主要系第四代 6.6kW 车载电源集成项目、第五代 6.6kW 车载电源集成项目、800V 车载电源系统项目和 11kW 车载电源集成项目投入较多，公司通过技术预研、平台开发、项目开发不断进行技术和产品竞争力提升，以满足市场和客户的需求。其中：

1) 第四代 6.6kW 车载电源集成项目主要为研发满足市场更高层次需求的集成化、高性能、多功能 6.6kW 车载电源产品；2) 第五代 6.6kW 车载电源集成项目主要为基于第四代产品进行迭代，研发性能指标更优的 6.6kW 车载电源产品；3) 800V 车载电源系统项目主要为满足市场需求趋势，研发能够显著提高充电功率的 800V 平台架构；4) 11kW 车载电源集成项目主要为满足不同客户的需求，研发适用多种场景、性能指标进一步提升的高功率 11kW 车载电源产品。

(3) 研发模式是否发生重大变化

公司在长期发展过程中，形成了以市场技术发展趋势和车企客户需求为导向，平台化和定点项目开发相结合的研发模式。公司研发活动包括“技术预研、平台开发、项目开发”三大模块。

技术预研是对关键技术和前瞻技术进行专项研究，重点探索新技术在产品层面应用的可行性和技术方案的验证。平台开发为平台化产品的目标设定、技术方案设计与功能开发，通过了解技术动态、客户需求、市场及产品发展趋势进行平台产品的策划、开发排布。项目开发是以商业化应用为目的的定点项目开发，具体包括项目立项、产品设计开发、产品设计验证、产品过程开发、产品过程验证等环节。公司的研发模式实现了公司技术的持续创新、快速迭代，保证了公司的产品符合客户需求及行业趋势，实现质量可靠、成本最优、长期技术领先的研发目标。

报告期内公司研发模式较为稳定，未发生重大变化。

2. 研发费用资本化的会计处理、资本化条件的判断和选取是否与公司历史

处理情况、同行业可比公司同类或相似业务存在差异；相关研发费用资本化的会计处理是否符合企业会计准则的有关规定，是否谨慎、合理

报告期内，公司的研发支出均为费用化并计入当期损益，不存在将研发费用资本化处理的情形。

根据《企业会计准则第6号——无形资产》之规定，企业内部研究开发项目的支出，应当区分研究阶段支出与开发阶段支出。研究是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查，研究阶段是探索性的，为进一步开发活动进行资料及相关方面的准备，已进行的研究活动将来是否会转入开发、开发后是否会形成无形资产等均具有较大的不确定性。开发是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等。相对于研究阶段而言，开发阶段应当是已完成研究阶段的工作，在很大程度上具备了形成一项新产品或新技术的基本条件。

对于处于研究阶段的项目，相关研发投入在发生时计入当期损益；对于处于开发阶段但不符合资本化条件的项目，相关研发投入在发生时计入当期损益；对于处于开发阶段且符合资本化条件的项目，相关研发投入在发生时予以资本化，计入开发支出。资本化项目研发完成，达到商业运营时，于结项完成时点结转无形资产。无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

公司的研发活动包括技术预研、平台开发、项目开发，包括对部分行业前沿技术的探索、对平台化产品功能开发、基于商业化应用的定点项目开发。在实际的研发过程中，研究与开发活动通常交叉进行、相互渗透，难以对两个阶段的支出进行可靠区分与计量。基于会计处理的谨慎性原则，公司将研发过程中发生的全部支出予以费用化处理并计入当期损益，报告期内公司不存在研发费用资本化的情形，相关处理符合会计准则的规定。

根据同行业可比公司披露的定期报告，报告期各期，英搏尔和威迈斯研发支出全部费用化，不存在研发支出资本化的情况。整体来看，公司研发支出全部费用化处理与同行业可比公司不存在显著差异。

综上，报告期内，公司不存在研发费用资本化的情形，对于研发费用的相关会计处理符合企业会计准则的有关规定，具有谨慎性、合理性。

3. 核查程序及核查意见

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1) 向公司研发人员以及财务人员了解公司研发费用投入较大的原因，获取公司报告期内研发项目明细表，了解公司研发项目的变化情况以及与研发费用的匹配性；

2) 查阅公司定期报告等文件，了解公司研发支出资本化与费用化的情况，查阅同行业可比公司定期报告等公开资料，结合企业会计准则，分析公司研发支出会计处理的谨慎性、合理性。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：

1) 公司研发费用投入较大主要系行业特点、公司策略及业务发展需求等多方面因素所致，研发费用与研发项目具备匹配性，报告期内研发模式未发生重大变化；

2) 公司研发支出全部费用化，不存在研发费用资本化的情形，相关会计处理符合企业会计准则的有关规定，具有谨慎性、合理性。

(八) 自本次发行董事会决议日前六个月至今，新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的具体情况

1. 情况说明

2025年7月23日，公司召开第三届第十二次董事会审议通过本次向特定对象发行A股股票的议案。自本次发行董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况。

2. 核查程序及核查意见

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1) 获取公司财务报表和主要会计科目明细，核查公司财务性投资及类金融业务情况；

2) 向公司管理人员和财务人员了解公司是否存在财务性投资及类金融业务。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：自本次发行董事会决议日前六个月至今，公司不存在新

投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况。

(九) 对境外收入真实性进行专项核查

报告期内，公司各期境外收入金额分别为 97.68 万元、223.04 万元、13,193.96 万元和 43,769.83 万元。2022 年、2023 年主要以向客户销售样件产品为主。

1. 核查程序

针对境外收入事项，我们执行了以下程序：

(1) 了解与境外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) 检查主要外销客户的销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；

(3) 对境外销售收入执行细节测试，各期细节测试检查比例分别为 65.29%、68.37%、98.90%和 99.60%；

(4) 获取并查阅公司境外收入明细表，对报告期内境外变动执行实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

(5) 获取电子口岸信息及海关出具的《进出口数据证明》与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票、物流运输凭证等支持性文件。2024 年及 2025 年 1-9 月的海关报关数量、公司存放境外存货的数量与公司出口销售收入数量进行对比如下：

单位：台

项目	2025 年 1-9 月	2024 年	小计
期初存放境外的存货数量 (A)	15,026	162	162
海关报关数量 (B)	129,744	42,100	171,844
期末存放境外的存货数量 (C)	43,907	15,026	43,907
出口销售收入数量 (D)	100,859	27,214	128,073
差异 (E=A+B-C-D)	4	22	26
差异率 (F=E/B)	0.003%	0.05%	0.02%

经核查，公司各期报关产品数量与海外存货数量、海外销售数量之和，不存在显著差异。

(6) 实施函证程序，对主要外销客户进行函证，对于回函不符或未回函的项目，取得差异调节表，并实施替代程序，替代程序包括核查销售合同、出口报关

单、货运提单、银行回单等；函证和替代测试情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度
境外销售收入	25,964.28	13,193.96
函证发函金额	25,238.75	13,193.96
函证发函比例	97.21%	100.00%
回函及替代测试确认金额	25,238.75	13,193.96
回函及替代测试确认金额比例	97.21%	100.00%

(7) 执行回款测试程序，获取公司各银行账户流水，对主要外销客户回款进行测试，回款测试情况如下：

单位：万元

项目		金额/比例
2024 年初外销客户应收账款余额 A		69.36
2024 年-2025 年 9 月期间应收账款增加额 B	确认收入金额	56,963.78
	确认税费金额	11,542.32
	小计	68,506.10
2024 年-2025 年 9 月回款金额 C		54,742.46
2024 年-2025 年 9 月回款核查金额 D		54,742.46
2024 年-2025 年 9 月回款核查比例 E=D/C		100.00%
2025 年 9 月末外销客户应收账款余额 F=A+B-C		13,833.00
期后回款金额 G		12,879.32
期后回款比例 H=G/F		93.11%
期后回款核查金额 I		12,879.32
期后回款核查比例 J=I/G		100.00%

注：期后回款金额统计截至 2025 年 11 月 14 日，部分款项因未达约定的回款账期尚未回款

(8) 实施截止测试程序，抽取资产负债表日前后重要性水平以上的外销收入凭证，对外销收入进行截止性测试。

2. 核查意见

经核查，我们认为：公司报告期各期的境外收入真实、准确。

二、关于募投项目

本次发行计划募集资金总额不超过 52,822.22 万元，其中 23,424.79 万元投向新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目（三期）（以下简称汽车零部件三期项目），15,500.00 万元投向新能源汽车车载电源生产项目第二基地购置项目（以下简称车载电源购置项目），3,642.43 万元投向新一代车载电源产品研发项目（以下简称电源研发项目），以及 10,255.00 万元用于补充流动资金。其中汽车零部件三期项目达产后可实现年产 72 万套车载高压电源系统产品，满产年份为公司增加年营业收入 107,058.03 万元（不含税）、净利润 4,637.20 万元，尚未完成环境影响登记，尚未获得节能审查意见。车载电源购置项目用于购买由安吉管委会代建的新能源汽车车载电源生产项目第二基地，该项目尚未签署资产购买协议，尚未确定交易价格。电源研发项目拟将募集资金用于应用 GaN 器件的新能源车载电源集成产品和第 5.5 代新能源汽车车载电源集成产品的研发和研发设备采购。报告期内，公司存在与上海蔚来汽车有限公司及其子公司等的关联交易，主要涉及新能源汽车产品、新能源非车载产品和技术服务费。募集说明书显示，募投项目土地取得情况为利用现有租赁厂房建设产线。

最近一次融资为 2024 年 8 月首次公开发行股票，募集资金净额为 30,423.14 万元，用于新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目、研发中心建设项目以及补充流动资金等 3 个项目。

请补充说明：（2）结合公司本募与前募的产能规划、扩产比例、下游行业空间、客户需求情况、在手订单或意向性合同、同行业竞争对手产能扩张情况等，说明本次募投项目产能规划合理性，是否存在产能消化风险。（3）车载电源购置项目的预计效益情况，结合募投项目效益测算中产品价格、毛利率等指标与公司现有业务、及同行业可比公司对比情况，说明募投项目效益测算谨慎。

（8）量化分析说明募投项目新增折旧摊销对业绩的影响。

请补充说明（2）（3）（4）（5）（8）相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，会计师核查（2）（3）（8）并发表明确意见，律师核查（1）（4）（5）（9）并发表明确意见。（问询函第 2 条）

（一）结合公司本募与前募的产能规划、扩产比例、下游行业空间、客户需求情况、在手订单或意向性合同、同行业竞争对手产能扩张情况等，说明本次

募投项目产能规划合理性，是否存在产能消化风险

1. 本次募投项目与前次募投项目的产能规划、扩产比例

本次募投项目与前次募投项目新增产能均为车载高压电源系统产品，由于下游订单需求较为饱满，现有产能水平预计难以满足未来市场需求，因此需要进一步扩充产能，包括本次募投以及前次募投在内的公司已有的和规划产能情况如下：

生产基地	募投项目		线体数量（条）	设计产能（万台/年）	已投产年总产能（万台/年）	产能规划
第一生产基地			10	120	120	在产
第二生产基地	前次募投	新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目（一期）	6	72	72	截至 2025 年 8 月末，项目产线已全部投产，设计产能为年产 72 万台车载高压电源系统产品。
		新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目（二期）	4	48	24	截至 2025 年 9 月 30 日，已有 2 条产线投产，剩余 2 条产线仍在建设中。
	本次募投	新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目（三期）	6	72	0	项目建设期为 3 年，建成后设计产能为年产 72 万台车载高压电源系统产品。T+2 年项目投产，生产负荷为 20%；T+3 年生产负荷为 50%，T+4 年达产，生产负荷为 100%。
合计			26	312	216	

注 1：出于统筹考虑未来战略布局和发展规划的原因，IPO 募投“新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目”分为两期项目建设，并调整实施面积及内部投资结构，拆分后项目变更为新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目（一期）、（二期），其中募集资金全部用于一期项目，二期项目设计产能 48 万台以自有或自筹资金建设

注 2：已投产年总产能为截至 2025 年 9 月 30 日情况

本次募集资金拟用于扩充产能 72 万台车载高压电源产品，截至 2025 年 9 月 30 日公司已有产线的设计年产能 216 万台，扩产比例为 33.33%；前次募集资金拟用于扩充产能 72 万台车载高压电源产品，扩产时公司已有产线的设计年产能 120 万台，扩产比例为 60%。产线设计产能系项目投建前的备案产能，由

于公司主营业务产品包括车载充电机、车载 DC/DC 变换器、车载电源集成产品等多种产品形态，不同产品生产所用时间存在一定差异，公司根据下游客户需求决定排产计划，因此相同生产线所生产的产品结构不同也会对公司的总体产能产生一定影响。上述项目的备案产能系结合备案时公司已有产线的生产能力结合对未来订单产品结构类型进行合理预测综合得出的结果。

公司的产能规划和扩产比例综合考虑了公司自身需求以及下游市场情况，本次募投与前次募投均系结合新能源产业发展阶段和自身客户业务拓展情况所确定，具备合理性。

2. 下游行业空间

(1) 新能源汽车市场蓬勃发展，下游需求旺盛

车载高压电源系统产品作为配套新能源汽车的上游零部件产品，其市场需求情况与新能源汽车市场相关性较强。全球新能源汽车销量从 2016 年的 75.1 万辆增长至 2024 年的 1,824 万辆，年复合增长率达 49.00%。EV Tank 预计到 2025 年，全球新能源汽车销量将达到 2,240 万辆，2030 年预计达到 4,405 万辆。中国作为全球新能源汽车销售最大市场，2024 年新能源汽车产销量双双突破 1,286 万辆，行业需求基数大，2025 年 1-9 月新能源汽车的产销量同比仍然增长 35.2% 和 34.9%，行业需求增速高。政策预期对行业需求也形成较强支撑。在全球碳中和目标的引导下，主要经济体纷纷调整其能源结构，明确提出交通领域低碳化、零排放的战略目标。以欧洲、美国为代表的发达国家不断提高新能源汽车的政策激励力度，我国在支持新能源汽车“走出去”的同时，也将其作为实现“碳达峰”、“碳中和”的战略支点，出台多项政策鼓励产业链自主创新，支持技术攻关和规模化生产，得益于各国政府对于新能源汽车产业的大力扶持，产业技术不断进步，相关配套基础设施逐渐完善，行业得到了快速发展。根据麦肯锡与中国电动汽车百人会发布的报告，全球新能源汽车正值高速增长阶段，到 2030 年全球乘用车市场规模预计超过 8,000 万台，其中新能源汽车渗透率将达 50% 左右，相应地车载高压电源的渗透率也随之提升。根据中国汽车工业协会数据，2025 年中国新能源汽车销量预计将超过 1,600 万辆，渗透率超过 50%，市场空间较为广阔。下游新能源汽车市场需求持续增长为公司的车载电源产品提供充足的产能消化空间。

(2) 车载高压电源行业规模持续扩大

车载高压电源作为新能源汽车的核心零部件之一，在新能源汽车中具备不可替代性，每辆新能源汽车都需要配备一台车载高压电源系统。高压电源技术的先进性直接关系到新能源汽车的续航里程和充电效率。高效的电源管理能最大程度减少能量损耗，提升效率。因此其市场规模和需求量将与新能源汽车整体增长保持同步。随着新能源汽车市场蓬勃发展，下游需求旺盛，车载高压电源产业链逐步完善，市场规模也持续扩大。公司作为领先的新能源汽车高压电源供应商，将直接受益于车载电源行业的持续扩张，产品销量及经营规模有望保持增长，未来产能消化也将得到保障。

(3) 中国自主品牌崛起，为本土车载高压电源厂商提供更大的发展空间

近年来，我国汽车产业经过多年培育与发展，取得了显著突破，推动了本土品牌的快速崛起。随着国产汽车企业积极把握新能源转型的机遇，力促车辆电动化、智能化升级，行业呈现出蓬勃发展的态势，本土汽车品牌逐渐成为行业的重要力量。根据中国汽车工业协会的统计数据显示，随着供应链体系不断完善、技术创新加速、产品设计与制造品质提升，以及品牌影响力的增强，国产品牌乘用车持续扩大市场份额。2024 年，中国品牌乘用车累计销售达到 1,797 万辆，同比增长 23.1%，市场份额达到 65.20%，比上一年提升了 9.2 个百分点。这一系列成就充分反映了中国自主品牌在行业中的崛起和持续向上的发展势头。与此同时，我国自主品牌出海的进程也在加快，2025 年 1-9 月，中国新能源汽车出口 175.8 万辆，同比增长 89.40%，海外市场为中国汽车品牌提供了广阔的增量空间，有助于在国内市场的基础上进一步提高销量，同时提供国产品牌的影响力和国际竞争力。

本土品牌的高速增长为车载高压电源企业提供了庞大的稳定订单基础，并且伴随着下游车型的不断丰富、产品线不断扩展，车载高压电源厂商也随之进行产能扩张和技术升级，配套产品在国内及海外市场均实现了较快增长，带动行业整体向更高质量发展。公司作为国内市场份额位居行业前列的车载电源厂商，直接为多家我国自主品牌供应车载高压电源产品，未来随着自主品牌在全球范围内竞争力逐渐提高，公司的产品需求也将持续增长，因此本次募投项目产能规划具有合理性，产能消化有保障。

(4) 车型迭代以及技术进步带来充分市场机遇

汽车零部件产品的开发主要源于整车更新换代、新车型或新客户的需求，随着汽车电动化的趋势加速到来，新能源汽车车型的更新换代速度显著提高，对于零部件供应商的车载高压电源厂商也提出了更高的要求，要求厂商具备高频率同步开发的能力，但同时也带来了新的机遇。包括 SUV、轿车、MPV、商用车等在内的不同车型对车载电源的功率、结构、功能有所不同，行业需要推出更具差异化、定制化的电源方案以适配不同车型，这为相关企业发挥创新能力，推动细分技术研发和新品类开发提供了空间，相关细分领域有充分的市场机遇供公司开拓。同时车型的频繁升级要求车载电源厂商与整车厂进行更紧密的合作，加快新品研发、测试和量产，构建更稳固的合作关系，从而给车载电源厂商带来与整车厂建立紧密合作的机会，提升产能利用率。

另一方面，车载高压电源系统的不断技术革新也在不断推动产品升级，为行业持续扩展提供技术支撑，不断的技术升级可以进一步降低成本、改善性能，扩大市场接受度，提升下游市场容量。整车的智能化、轻量化趋势促使电源系统向模块化、集成化方向发展，同时新一代车型普遍追求更高的续航里程、更强的智能化、以及更丰富的车载功能，如自动驾驶、车联网、智能驾驶辅助等。这些功能对车载高压电源的稳定性、效率和密度提出了更高要求，使得电源系统不仅仅是简单的能量传输，更加注重转换效率、能量密度等方面的创新，促使行业不断技术突破。由技术突破而涌现的多样化需求为车载电源行业开辟了广阔的创新和市场空间，行业正面临从单一基础配件向集成化、高性能方向转变的关键节点。这不仅促使包括公司在内的企业不断提升核心技术，还为开拓高端市场、实现差异化竞争提供了良好的机遇，公司作为具备自主核心技术、产品竞争力较强的车载高压电源企业，紧跟下游车型迭代对于车载电源产品要求的节奏，能够满足客户对于产品先进的性能及技术要求，产品在客户群体中认可度高，因此本次布局新的产能规划具备合理性，未来产能无法消化的风险较小。

(5) 未来市场空间可以容纳新增产能

1) 全球市场销量预测

根据 Ev Tank 发布的《中国新能源汽车行业发展白皮书（2025 年）》，2030 年全球新能源汽车销量有望达到 4,405 万辆。全球新能源汽车市场未来几年内仍

将保持较高增速增长，市场空间广阔。

2) 中国市场销量预测

就中国市场而言，根据中国汽车工业协会预测，2025 年中国新能源汽车销量将达到 1,600 万辆；基于如下假设，可测算出 2030 年我国新能源汽车销量有望达到 2,370 万辆：

假设 1：假设我国汽车销量 2030 年达 3,500 万辆。

根据公安部、国家统计局数据，2024 年我国人均汽车保有量约 0.25 辆/人，远低于发达国家水平，人口密度较高的日本 2022 年人均汽车保有量已达 0.64 辆/人，我国汽车保有量仍有较大的增长空间。根据中汽协数据，2020 年-2024 年我国汽车销量年复合增长率为 5.6%。根据长安汽车预测，2030 年我国汽车销量将达到 3,500 万辆，对应年复合增长率约为 1.81%。故此该假设谨慎且具备合理性。

假设 2：假设我国新能源汽车 2030 年渗透率为 67.71%。

根据中国电动汽车百人会联合麦肯锡发布研报，2030 年中国新能源乘用车渗透率有望接近 70%；根据中国电动汽车百人会专家预计，2030 年新能源商用车年销量约 200 万辆，渗透率将达 50%；故结合假设 1 进行测算，我国新能源汽车 2030 年渗透率为 67.71%。

根据 GGII 报告，预计至 2030 年中国新能源汽车市场销量将达 2,500 万辆，以假设 1、2 进行测算，2030 年中国新能源汽车市场销量为 2,370 万辆，故此上述假设谨慎且具备合理性。

3) 公司国内市场占有率

根据 NE 时代发布的 2025 年 1-6 月我国乘用车 OBC 装机量排行榜，公司市场份额为 8.30%，排名第三方供应商第三名；2025 年 7-9 月我国乘用车 OBC 装机量排行榜，公司各月市场份额分别为 11.00%、12.00%、12.40%，排名升至第三方供应商第二名。

4) 公司海外市场销量占比

报告期内，公司海外市场销售占比稳步提升，2025 年 1-6 月、2025 年 1-9 月，公司海外市场新能源车载高压电源产品销量占公司总销量的比例分别为 8.31%、7.82%，假设未来公司海外市场销售占比保持 8.31%不变。

5) 未来市场空间与公司产能扩张计划匹配

若公司目前产线投建计划实施完毕，募投项目预计建设、达产期为4年，则预计到2030年公司累计设计产能约为312万台新能源车载高压电源产品，考虑到公司部分生产线建设时间较久，预计到2030年部分产线的设备将会存在报废、更新的情况，则设计产能312万台为目前公司募投项目全部实施后届时理论最高产能。若公司2030年产能全部实现销售且海外销量占比不变，则公司国内市场的占有率为12.07%，与2025年9月公司在我国乘用车OBC装机量市场份额为12.40%基本一致。近年来公司收入增速较快，得益于持续深化的海外布局、海外市场的积极拓展，公司境外收入占主营业务收入比例逐年提升，并且与多家全球知名主机厂客户建立合作关系并获得车型定点，2025年1-9月公司境外收入占主营业务收入比例达到17.14%；国内市场方面，公司2025年以来国内市场占有率也在稳步提升，因此预计公司产能无法消化的风险较小，未来市场空间与产能扩张计划匹配。

3. 客户需求情况、在手订单及意向性合同

(1) 新能源整车厂客户销量持续增长

得益于国家政策频出支持发展新能源产业，新能源汽车的渗透率逐渐升高，新能源汽车销量逐年攀升，国内新能源汽车厂商的销量也以较快的速度增长，未来年度的销量展望也较为乐观。公司定点的整车厂客户包括广汽集团、小米汽车、蔚来汽车、零跑汽车、长安汽车、长城汽车、小鹏汽车等，公司的主要客户新能源汽车近期销量及未来展望情况如下：

客户集团	2024年新能源汽车销量（万辆）[注1]	2025年1-9月新能源汽车销量（万辆）	未来年度销量预计[注2]
广汽集团	45.47	26.83	争取在2030年全集团整车销量超475万辆，新能源汽车占比超过60%
小米汽车	13.69	26.60	2025年-2027年预计销量为40万辆、75万辆、120万辆
蔚来汽车	22.20	20.12	2025年-2027年预计销量为35.45万辆、52.75万辆、65.72万辆
零跑汽车	29.37	39.55	2026年预计销量100万辆
长安汽车	73.46	72.42	2025-2027年公司新能源自主品牌销量增速分别为94%、30%、19%，即销量分别为142.51万辆、185.27万辆、220.47万辆
长城汽车	32.18	27.85	2025年实现年销400万辆，新

客户集团	2024 年新能源汽车销量（万辆）[注 1]	2025 年 1-9 月新能源汽车销量（万辆）	未来年度销量预计[注 2]
			能源汽车占比 80%
小鹏汽车	19.01	31.32	2025 年-2027 年预计销量为 50 万辆、79.3 万辆、89.8 万辆
雷诺汽车	10.99	12.73	到 2030 年其电动车数量将占据其总量的 90%。
Stellantis	31.45		截至 2030 年时 100%欧洲销售车辆以及 50%美国销售车辆转变为纯电动汽车，拥有超过 75 款纯电动汽车车型，并实现全球年度纯电动汽车销量达 500 万辆。
欧洲某主流豪华汽车品牌	59.32	47.03	2030 年前纯电动车型交付量超过 50%。

注 1：2024 年、2025 年 1-9 月销量数据来源为客户公告、公开披露信息等，Stellantis 仅披露了 2024 年纯电动汽车销量

注 2：广汽集团、长城汽车销量预计来自公司公开披露信息

注 3：小米汽车、蔚来汽车、零跑汽车、长安汽车、小鹏汽车的销量预计分别来自平安证券、国盛证券、浦银国际、西南证券、民生证券研报

根据主要定点客户车企公布的销量数据和未来展望，未来几年内新能源汽车仍存在较大的产能需求，同时车载高压电源作为新能源汽车的关键零部件，将会受益于终端汽车销量的提升，车载高压电源产品的需求也将会同步提升。

（2）预计订单和合同匹配产能扩张节奏

1) 定点车型项目为产能扩张提供支撑

客户项目定点是公司市场开拓中将从客户接洽转化为产品收入重要环节，随着项目定点后整零双方开发的不断推进，项目一般逐渐步入量产，实现业务持续合作。一旦获取项目定点，意味着双方已完成前期认证等工作，业务资源投入已经相对深入，公司客户终止或变更合作关系的可能性较小。一方面，整车厂在选择零部件供应商时需要通过一系列严格的认证程序，整车厂引入新的供应商的成本较高；另一方面，由于公司产品主要为根据客户定制化需求进行开发，客户车型的开发和迭代在零部件技术需求上也具有一定延续性，因此双方普遍倾向于开展长期合作。

公司与广汽集团、蔚来汽车等主要客户保持了稳定的合作关系，该等客户主力车型在消费市场已具备相当的口碑声誉。得益于长期良好的合作历史，公司

能够快速响应客户需求，在已有产品基础上快速迭代，为该等客户车型不断改款保持市场竞争力提供保障。该等车型在市场上持续销售的同时，也为公司未来收入提供了基础。

报告期内，公司国内市场开拓卓有成效，客户数量不断增长，客户构成更加丰富，新增定点车型项目的陆续量产带动了公司收入实现持续增长。报告期内，公司新增配套的重点新车型，以及对应项目的定点时间和量产时间如下：

客户	车型	定点时间	量产时间
蔚来汽车	ET9	2022 年	2025 年
	萤火虫系列	2022 年	2025 年
	乐道 L60	2023 年	2024 年
	乐道 L90	2024 年	2025 年
小米汽车	Su7	2021 年	2024 年
	Yu7	2023 年	2025 年
零跑汽车	B 系列 B01/B10	2024 年	2025 年
	C 系列 C10/C11/C16	2024 年	2025 年
小鹏汽车	G 系列 G6/G7/G9	2024 年	2025 年
	新 P7	2024 年	2025 年
长安汽车	阿维塔 06/07	2023 年	2025 年
	深蓝 G318、S05、L06	2024 年	2025 年
长城汽车	魏牌高山 8	2024 年	2025 年
比亚迪	宋 L Dm-i	2023 年	2024 年
雷诺汽车	R5	2021 年	2024 年
	Megane-E	2021 年	2025 年
	Scenic-E	2021 年	2025 年
	Master	2021 年	2025 年
Stellantis	/	2023 年	预计 2026 年
欧洲某主流豪华汽车品牌	/	2024 年	预计 2027 年

未来公司与国内主要客户的定点项目正在持续推进中，将于 2026 年起陆续实现量产，从而提供新的收入来源。海外市场方面，公司陆续取得了雷诺汽车、Stellantis、欧洲某主流豪华汽车品牌的项目定点，截至本回复出具日，配套雷诺汽车 R5、Megane-E、Scenic-E、Master 等车型的定点项目已于 2024 年陆续实现了量产，为公司打开海外市场赢得了口碑声誉，其他正在开发中的定点项目预计将于 2026 年起陆续量产；其他海外客户的定点项目预计将于 2026 年、2027 年起陆续量产，为公司海外市场增长持续提供动力。

公司定点项目储备丰富，重点客户保持稳定合作关系，市场地位逐步稳固，同时能够通过新客户、新车型定点项目的量产不断增加市场份额，为未来产能消化提供新的支撑。

2) 公司产能利用率较高，客户需求稳步增长

公司作为车载高压电源领域的主要厂商，积累了丰富的行业经验和优质的客户资源，确立了在新能源汽车高压电源领域的优势地位。公司在与广汽集团、蔚来汽车、长城汽车等客户保持合作的基础上，陆续实现了对小鹏汽车、小米汽车、长安汽车、零跑汽车等新客户的配套量产，海外市场方面，公司还配套了雷诺汽车、Stellantis 等欧洲客户，实现了海外市场的拓展。报告期内，公司的产能利用分别为 83.34%、78.05%、89.84%、90.72%，最近一期末已超过 90%，公司面临一定的产能瓶颈，亟需通过扩充产能确保订单交付。

近年来，车载高压电源行业集中度逐渐提升，头部企业凭借深厚的技术积累以及大量的产品交付不断提升产品质量与可靠性，从而获取更大的市场份额，行业整合的趋势越发明显，部分新建企业或小规模企业产能利用率不足，而头部厂商由于与下游主流车企绑定保持较高负荷生产水平的节奏。公司作为全球范围内具有优势地位的车载高压电源厂商，具有较高的品牌知名度和较强的市场竞争力，同时在境内外市场均实现了销售，与主要客户合作关系稳定，能够就新车型配套项目开发保持持续合作，公司多次荣获客户颁发的“创新贡献奖”、“科技创新奖”、“技术创新奖”、“技术贡献奖”等奖项，凸显了客户对公司产品实力的认可和信任；公司还积极拓展新客户，陆续取得多个客户项目定点，为公司业务成长和订单消化提供有力保障。同时，根据前述销量预计展望，公司客户新能源汽车预计仍将保持高速增长，通过与上述客户的持久合作，公司产品的产能消化能力得到了进一步保障。

4. 同行业主要企业产能扩张情况

经过多年的发展，下游新能源汽车整车制造行业集中度在不断提升，车载电源行业通过与下游整车厂商展开深度合作，竞争格局也较为稳固，头部厂商的产量稳步提升，产能利用率也处在相对高的水平，但相对下游市场需求仍有进一步提升空间，国内同行业主要企业车载电源产品的产能情况如下：

单位：万台

公司名称	2025 年 1-9 月	2024 年	2023 年	2022 年
威迈斯	未披露	375.86	288.81	162.62
英搏尔	未披露	101.81	57.73	82.20
欣锐科技	未披露	121.96	82.36	67.21
联合动力	未披露	128.54	75.90	15.36
合计		728.17	504.80	327.39

注 1：威迈斯、欣锐科技、联合动力未披露 2025 年 1-9 月产能情况

注 2：英搏尔未披露报告期内产能情况，此处用产量进行替代

截至 2024 年末，公司已有产线设计产能为 120 万台车载电源产品，包括威迈斯、英搏尔、欣锐科技、联合动力以及公司在内的国内主要车载电源企业截至 2024 年的产能为 848.17 万台。2024 年我国新能源车销量为 1,286.60 万辆，下游市场容量仍然较大，剔除主要配套自有品牌使用的弗迪动力、特斯拉的车载电源市场份额 32%（根据 NE 时代发布的 2025 年 8 月我国乘用车 OBC 装机量排行榜，弗迪动力的市场份额为 26.8%，特斯拉的市场份额为 5.2%，合计为 32%），则第三方供应商的市场份额为 68%，对应的销量为 874.89 万台，高于主要车载电源企业产能，且上述企业产能水平系考虑到未来市场需求增长而未来进行了一定的产能储备，因此市场空间足够消化行业内企业产能。

在下游市场需求较为旺盛的前提下，产能为行业内公司抢占市场份额的重要支撑之一。近年来，同行业主要企业也基于行业需求、自身经营情况分别实施了一些产能扩张项目，具体情况如下：

公司简称	项目名称	产能扩张情况项目
威迈斯		2024 年下半年公司启动泰国生产基地建设项目，目前项目正常推进并已确定相关选址事宜[注]
英搏尔	2024 年向不特定对象发行可转债	募投项目新能源汽车动力总成自动化车间建设项目拟新增驱动总成产能 20 万套、电源总成产能 40 万套
	2022 年向特定对象发行股票	募投项目珠海生产基地技术改造及产能扩张项目完成后珠海生产基地将新增 20 万台电源总成的生产能力；山东菏泽新能源汽车驱动系统产业园项目（二期）将具备 20 万台套电源及电源总成的生产能力
欣锐科技	2022 年向特定对象发行股票	募投项目新能源车电源自动化产线升级改造项目拟新增车载 DC/DC 变换器、车载充电机、车载电源集成产品合计 41.62 万台产能；新能源车电源智能化生产建设项目（二期）项目拟新增各类车载电源集成产品共 108.93 万台产能
		公司拟在合庐产业新城（庐江台创园）投资欣锐科技年产 300 万套新能源汽车车载电源零部件生产基地项目。项目采取“一次规划、分期建设”的方式进行建设，规

公司简称	项目名称	产能扩张情况项目
		划用地面积约 80 亩，其中一期建筑面积约 3 万平方米，预计在 2026 年 9 月试生产；二期建筑面积约 3 万平方米，预计在 2027 年 6 月投入使用
联合动力	2025 年首次公开发行	募投项目新能源汽车核心零部件生产建设项目建设完成后，公司预计将在报告期末产能的基础上新增新能源汽车电源 29.07 万套、新能源汽车充电 10 万套产能

注 1：威迈斯产能扩张概况系 2024 年度报告披露的进展

注 2：欣锐科技年产 300 万套新能源汽车车载电源零部件生产基地项目情况系其 2025 年 10 月 28 日披露的对外投资项目的进展

若将上述车载电源主要企业及公司本次募投汽车零部件三期项目的产能扩张计划纳入未来产能计算，则截至 2030 年主要企业的产能将达到 1,589.79 万台（英搏尔山东菏泽新能源汽车驱动系统产业园项目（二期）已于 2024 年 6 月 20 日达到预定可使用状态，因此未将该部分产能纳入计算）。根据上述测算，2030 年我国新能源汽车销量有望达到 2,370 万辆，若配套自有品牌使用的弗迪动力、特斯拉市场份额维持不变，第三方供应商的市场份额仍为 68%，对应的车载电源销量为 1,611.60 万台，仍然大于主要车载电源企业的截至 2030 年的预计产能，行业内的产能消化有保证。但考虑到目前包括第三方供应商、整车厂自有品牌厂商在内的行业参与者纷纷扩充产能，若未来市场竞争加剧，则行业内参与者市场份额存在变动的可能性。

新能源汽车下游需求仍然较为旺盛且保持较高增速的前提下，车载电源全行业产能仍有一定产能扩张空间。公司本次募投项目拟新增车载高压电源产品产能 72 万台，系顺应行业发展趋势、符合加强公司自身竞争力需要的举措，达产后行业内的产能水平与下游市场需求匹配，有利于驱动公司抢占市场份额、扩大竞争力，具备合理性，未来产能无法消化的风险较小。

（二）车载电源购置项目的预计效益情况，结合募投项目效益测算中产品价格、毛利率等指标与公司现有业务、及同行业可比公司对比情况，说明募投项目效益测算谨慎

除补充流动资金项目外，本次募投包括汽车零部件三期项目、车载电源购置项目以及电源研发项目。其中汽车零部件三期项目系扩产新增车载高压电源产品产能，适用效益测算；车载电源购置项目系购买生产所用生产基地，包括土地及厂房，不适用效益测算情况；电源研发项目系对现有产品进行研究开发，不适用

效益测算情况。汽车零部件三期项目效益测算情况如下：

1. 募投项目总体效益情况

汽车零部件三期项目规划年产能 72 万套的车载高压电源系统产品，项目建设期 3 年（T+3），建设期间内产能逐步释放，预计第 2 年（T+2）、第 3 年（T+3）、第四年（T+4）达产率分别为 20%、50%、100%，自投产后第三年达产；前次募投新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目（一期）建设期 4 年，其中建设期内第 1 至第 3 年主要为厂房建设，第 4 年开始投产后产能逐步爬坡，当年达产率为 36.5%，第 5 年达产率为 80%，第 6 年达产率为 100%，自投产后第三年达产。不考虑建设期因素影响，本次募投项目与前次募投项目均为投产后第三年达产，但本次募投项目的投产后的分年度达产率低于前次募投项目，项目效益测算较为谨慎。项目税后内部收益率为 15.29%，税后投资回收期为 8.00 年，项目经济效益良好，预计未来满产年份为公司增加年营业收入 107,058.03 万元、净利润 4,637.20 万元。本项目效益测算总体情况如下：

单位：万元

项目	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8
营业收入	27,360.00	64,980.00	123,462.00	118,523.52	113,782.58	110,369.10	107,058.03
营业成本	22,220.87	51,782.42	97,915.28	94,393.89	91,013.35	88,553.50	86,153.20
税金及附加	13.98	161.35	386.77	440.13	421.97	408.89	396.21
期间费用	3,851.46	9,135.21	17,343.30	16,653.88	15,992.05	15,515.53	15,053.30
利润总额	1,273.69	3,901.02	7,816.66	7,035.61	6,355.21	5,891.18	5,455.32
所得税	191.05	585.15	1,172.50	1,055.34	953.28	883.68	818.30
净利润	1,082.64	3,315.87	6,644.16	5,980.27	5,401.93	5,007.50	4,637.02

注：本项目在 T+9 至 T+13 期间各年收入与 T+8 年一致

2. 预计效益参数测算情况

影响本次募投汽车零部件三期项目预计效益测算的参数主要包括预计单价、预计销量、预计毛利率、预计期间费用，具体测算情况如下：

(1) 单价

本项目产品预计单价参考公司同类产品的近期实际销售单价进行预测，考虑到行业竞争态势、以及产品开拓市场等因素，公司在测算募投项目效益时预计价

格从计算期第 2 年（T+2）开始每两年分别下降 5%、4%、3%，直至计算期第 8 年（T+8）后价格保持稳定，从而充分考虑了行业竞争因素和产品降价对效益测算的影响。本次募投项目计算器第 2 年（T+2）至计算期第 8 年（T+8）单价稳定年各年产品的单价预测如下：

单位：元/台

项目	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8
单价	1,900.00	1,805.00	1,714.75	1,646.16	1,580.31	1,532.90	1,486.92

注：项目产品单价预测系参考过往产品销售结构的加权平均价格，与报告期内公司产品单价可比

（2）销量

公司车载高压电源系统产品采取“以销定产”的生产模式，产品的预计销量根据项目建成投产后逐年达产率确定，预计第 2 年（T+2）、第 3 年（T+3）、第 4 年（T+4）销量分别为 14.40 万台、36 万台、72 万台。

（3）毛利率

本项目毛利率测算基于公司现有车载高压电源系统产品业务毛利率，考虑市场竞争以及同行业可比公司募投项目毛利率水平，具有合理性和谨慎性。本次募投项目计算期第 8 年（T+8）单价稳定年产品的预测毛利率为 19.53%。

项目产品预计毛利率根据投产后各年营业收入与营业成本计算确定，营业成本的测算主要包括生产产品而直接发生的直接材料、直接燃料、人工工资及制造费用等。其中直接材料及直接燃料根据国内当前市场近期实际价格和价格的预计变化趋势，并结合本项目新增产能预计将使用的材料及能源数量确定；人工工资根据项目人员定岗安排、参照公司目前的人员岗位薪酬及福利制度水平估算；制造费用中固定资产折旧按照会计政策有关规定采用分类直线折旧方法计算，本项目建筑物装修改造折旧年限取 20 年，残值率取 5%，机器设备原值折旧年限取 10 年，残值率取 5%；项目新增软件按 10 年摊销，其他资产按 5 年摊销；其他制造费用参照公司历史水平并按照占项目收入固定比例估算。

（4）期间费用

本项目期间费用率包括销售费用、管理费用、研发费用，测算主要以报告期内公司期间费用率为依据，结合本项目实际情况进行调整，预测期各期期间费用

占营业收入比例固定，具体期间费用率情况如下：

项目	销售费用	管理费用	研发费用
期间费用占当期营业收入比例	1.55%	3.50%	9.00%

(5) 参数与现有业务、同行业可比公司对比情况

1) 单价

本项目拟新建车载高压电源系统产品产线，与公司现有产品一致，同行业可比公司亦有从事该产品业务的情况，项目预测产品单价与公司现有产品及同行业可比公司车载电源集成产品单价情况对比如下：

单位：元/台

公司	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
威迈斯	未披露	2,108.65	2,451.44	2,337.07
英搏尔	未披露	1,296.23	1,157.14	972.95
欣锐科技	未披露	2,049.21	2,339.22	2,961.37
可比公司平均值	未披露	1,818.03	1,982.60	2,090.46
公司	1,893.11	1,944.43	2,083.19	2,275.14
本次募投项目	T+2-T+8 年产品单价分别为 1,900.00、1,805.00、1,714.75、1,646.16、1,580.31、1,532.90、1,486.92			

注 1：威迈斯产品单价为车载电源产品单价，未披露 2025 年 1-9 月产品单价情况

注 2：英搏尔产品单价为车载电源产品价格，包括 DC-DC 转换器、车载充电机、电源总成，未披露 2025 年 1-9 月产品单价情况

注 3：欣锐科技产品单价为车载电源产品价格，包括车载 DC/DC 变换器、车载充电机、车载电源集成产品，未披露 2025 年 1-9 月产品单价情况

注 4：公司产品单价为车载电源产品单价，包括单一功能产品、二合一产品、三合一产品等多种产品加权平均价格

根据测算假设，本次募投测算产品预计价格从计算期第 2 年（T+2）开始每两年分别下降 5%、4%、3%直至第 8 年（T+8）保持稳定，从 T+8 年起车载高压电源产品预测价格为 1,486.92 元，低于报告期内公司车载电源产品单价，充分考虑了行业竞争加剧、客户年降要求等因素，测算具有谨慎性。

本次募投测算产品预计价格低于威迈斯及欣锐科技，高于英搏尔。威迈斯早

期销售的高功率产品比例高于公司，因此 2022 年、2023 年其产品单价高于本次募投项目预测单价，但报告期内随着新能源汽车主力市场从中高端车型向中低端车型逐步下探，形成高、中、低的全覆盖市场布局演变以及来自下游客户的降本需求等因素，威迈斯也相应地调整了定价策略，产品价格也在逐渐下降。欣锐科技产品量产时间较早，早期车载电源产品定点项目价格较高，产品平均单价具有一定延续性，但随着行业头部厂商竞争策略逐步优化、绑定下游整车厂商进一步展开品牌升级、成本控制，车载电源行业的竞争也变得更加激烈，欣锐科技的产品单价也出现了下滑趋势。英搏尔现有客户及市场订单以 A00、A0、A 级新能源汽车车型为主，产品主要以低功率的 2.2kW-3.3kW 电源总成产品、6.6kW-11kW 的电源总成产品为主，销售价格偏低，因此本次募投项目预测产品单价高于其单价具有合理性。综上，受产品定位、客户群体、产品量产时间等因素的影响，本次募投项目预测产品单价与可比公司产品单价存在一定差异，但均具备合理性，且本次预测产品单价充分考虑了行业趋势、公司现有客户群体等因素的影响，测算具有谨慎性。

2) 毛利率

报告期内各期，项目预测产品毛利率与公司现有产品及同行业可比公司车载电源集成产品毛利率情况对比如下：

公司	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
威迈斯		18.06%	18.91%	20.00%
英搏尔		15.39%	17.10%	13.66%
欣锐科技		9.57%	5.96%	9.28%
可比公司平均值		14.34%	13.99%	14.31%
公司	20.15%	23.07%	23.59%	19.78%
本次募投项目	计算期第 8 年（T+8）单价稳定年产品毛利率为 19.53%			

注 1：威迈斯毛利率为车载电源产品毛利率，未披露 2025 年 1-9 月车载电源业务相关数据，毛利率采用新能源汽车领域业务毛利率

注 2：英搏尔毛利率为车载电源产品毛利率，包括 DC-DC 转换器、车载充电机、电源总成，未披露 2024 年、2025 年 1-9 月车载电源产品相关数据，毛利率为电源总成产品毛利率

注 3：欣锐科技毛利率为车载电源相关产品毛利率，包括车载 DC/DC 变换器、

车载充电机、车载电源集成产品，未披露 2025 年 1-9 月车载电源相关产品毛利率

注 4：公司毛利率为车载电源产品业务毛利率

本次募投项目毛利率总体与公司现有产品毛利率水平保持一致，预计计算期第 8 年（T+8）单价稳定年产品毛利率为 19.53%，低于报告期内公司车载电源产品毛利率，充分考虑未来产品降价的可能性对效益测算的影响，测算具有谨慎性。

本次募投项目毛利率预测高于可比公司平均值，其中与威迈斯较为接近，高于英搏尔与欣锐科技。募投项目毛利率预测高于英搏尔主要系英搏尔主要以销售配套 A00、A0、A 级新能源车等低功率车载电源产品为主，单车价值量低且产品单价低，因此毛利率低具有合理性。募投项目毛利率预测高于欣锐科技主要系受客户结构、自身成本控制等因素的影响，欣锐科技的车载电源集成产品的毛利率报告期内一直处于较低水平，导致其车载电源业务的毛利率也较低。

3) 期间费用

本次募投项目期间费用率与报告期内公司期间费用率及可比公司对比情况如下：

项目	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
威迈斯				
销售费用率	1.15%	1.19%	2.36%	2.28%
管理费用率	2.93%	2.68%	2.47%	2.50%
研发费用率	6.72%	6.05%	4.87%	4.99%
合计	10.81%	9.92%	9.70%	9.77%
英搏尔				
销售费用率	1.39%	1.54%	2.09%	2.31%
管理费用率	3.32%	3.63%	3.37%	3.14%
研发费用率	7.92%	7.88%	7.42%	7.37%
合计	12.63%	13.05%	12.88%	12.82%
欣锐科技				
销售费用率	2.69%	2.41%	4.61%	3.37%
管理费用率	5.03%	5.09%	6.67%	6.69%

项目	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发费用率	9.66%	8.47%	8.85%	5.70%
合计	17.38%	15.97%	20.13%	15.76%
公司				
销售费用率	1.28%	1.54%	1.35%	1.18%
管理费用率	3.01%	5.10%	5.70%	5.55%
研发费用率	7.58%	10.35%	11.51%	6.86%
合计	11.87%	16.99%	18.56%	13.59%
本次募投项目				
销售费用率	1.55%			
管理费用率	3.50%			
研发费用率	9.00%			
合计	14.06%			

报告期内公司销售费用率、管理费用率、研发费用率合计均值为 15.00%，与本次募投项目测算参数 14.06%基本一致。公司 2025 年 1-9 月收入 255,935.58 万元，同比增长 116.31%，期间费用率为 11.87%，较 2024 年下降 5.12 个百分点，随着 2025 年 1-9 月收入较快增长，公司的期间费用率大幅下降，未来随着募投项目逐步达产，公司收入预计也将会保持增长，因此募投项目测算具有谨慎性。

本次募投项目期间费用率与英搏尔期间费用率水平较为接近，高于威迈斯、低于欣锐科技期间费用。募投项目预测期间费用率高于威迈斯，主要系报告期内公司一贯重视研发活动，保持了较高的研发投入力度，研发人员数量及薪酬均有所增加，公司的研发费用率高于威迈斯，因此本次募投项目参数测算延续了研发投入较高的假设，从而募投项目的研发费用率亦高于威迈斯，具备合理性。募投项目预测期间费用率低于欣锐科技，主要系报告期内欣锐科技加大了对市场营销和客户服务团队的投入，以增强品牌影响力和客户满意度，同时计提了较多的产品质量保证金，因此销售费用率较高；其在报告期内还引入了一系列先进的管理系统和工具，对内部流程进行了全面优化，在一定程度上提高了管理费用金额及管理费用率，因此本次募投项目期间费用率低于欣锐科技主要系其公司内部管理活动所致，具备合理性。

（三）量化分析说明募投项目新增折旧摊销对业绩的影响

1. 募投项目新增资产情况

公司募投项目中，汽车零部件三期项目、电源研发项目会新增固定资产和无形资产。车载电源购置项目将解决公司主要生产场地依赖租赁方式取得的问题，不新增资产。根据公司与安吉管委会签署的投资合同及补充协议：(1) 公司享有三年半免租期，免租期到期后公司可选择续租，具体条款另行协商；(2) 免租期内或结束后，公司随时享有购买厂房和建设用地使用权的权利，公司提出要求后安吉管委会无条件配合签署购买协议及办理产权过户。

根据《企业会计准则第 21 号——租赁》规定、前述协议约定以及公司的购置计划，公司对于车载电源购置项目的租赁构成融资租赁，公司已按新租赁准则进行会计处理如下：(1) 在租赁期开始日，公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。计算租赁付款额现值时采用公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额与其现值之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期各个期间内按照确认租赁付款额现值的折现率确认利息费用，并计入当期损益；(2) 使用权资产按照租赁负债的初始计量金额确认，按照直线法对使用权资产计提折旧和摊销。

综上所述，本次募投项目中汽车零部件三期项目、电源研发项目会新增固定资产和无形资产，车载电源购置项目不新增资产。

2. 募投项目新增折旧摊销对公司业绩的影响

公司汽车零部件三期项目、电源研发项目新增折旧摊销对公司业绩影响情况如下：

单位：万元

项目	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8 至 T+11	T+12	T+13
本次募投项目新增折旧摊销									
汽车零部件三期项目	740.76	1,293.33	1,806.90	1,806.90	1,806.90	1,781.05	1,741.71	1,026.81	513.57
电源研发项目		111.12	111.12	111.12	111.12	101.93			
本次募投项目新增折旧摊销合计（a）	740.76	1,404.45	1,918.02	1,918.02	1,918.02	1,882.98	1,741.71	1,026.81	513.57
对营业收入影响									
现有营业收入（b）	341,274.44	341,274.44	341,274.44	341,274.44	341,274.44	341,274.44	341,274.44	341,274.44	341,274.44
本次募投项目新增营业收入（c）	27,360.00	64,980.00	123,462.00	118,523.52	113,782.58	110,369.10	107,058.03	107,058.03	107,058.03
预计营业收入（d=b+c）	368,607.44	406,227.44	464,709.44	459,770.96	455,030.02	451,616.54	448,305.47	448,305.47	448,305.47
新增折旧摊销占预计营业收入比例（a/d）	0.20%	0.35%	0.41%	0.42%	0.42%	0.42%	0.39%	0.23%	0.11%
对净利润影响									
现有净利润（e）	18,261.28	18,261.28	18,261.28	18,261.28	18,261.28	18,261.28	18,261.28	18,261.28	18,261.28
本次募投项目新增净利润（f）	1,082.64	3,315.87	6,644.16	5,980.27	5,401.93	5,007.50	4,637.02	5,244.69	5,680.94

预计净利润（g=e+f）	19,343.92	21,577.15	24,905.44	24,241.55	23,663.21	23,268.78	22,898.30	23,505.97	23,942.22
新增折旧摊销占预计净利润比例（a/g）	3.83%	6.51%	7.70%	7.91%	8.11%	8.09%	7.61%	4.37%	2.15%

注 1：T+2 表示项目开始建设期第二年，以此类推

注 2：汽车零部件三期项目、电源研发项目存在工程中暂未明确对应固定资产和无形资产的预备费用，总额分别为 208.61 万元和 36.06 万元，基于谨慎性，假设预备费用形成资产并计入长期待摊费用并按照 5 年进行摊销计算

注 3：现有营业收入、净利润按照 2025 年 1-9 月公司营业收入、净利润金额*（4/3）后的年化后金额进行测算，并假设未来保持不变

注 4：上述假设仅为测算本次募投项目新增折旧摊销对公司未来经营业绩的影响，不代表公司对未来年度盈利情况的承诺，也不代表公司对未来年度经营情况及趋势的判断

根据上表测算，本次募投项目在完全达产（T+4）前，随着项目资产持续投入折旧摊销金额逐渐增加，新增折旧摊销占营业收入和净利润比例也随之增加。在完全达产后的主要阶段内（T+4 至 T+11），新增折旧摊销金额及其占营业收入和净利润比例相对稳定，新增的折旧摊销占营业收入最高比例为 0.42%，占净利润最高比例为 8.11%。随着项目稳定运营，后阶段（T+12 至 T+13）新增折旧摊销金额有所减少，其占营业收入和净利润比例随之降低。

本次募投项目新增折旧摊销占预计营业收入的比例为 0.11%-0.42%，占预计净利润的比例为 2.15%-8.11%。本次募投项目新增折旧摊销对公司财务状况和经营成果的影响相对有限，预计对公司业绩不会产生重大影响。

（四）核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下程序：

（1）查阅公司本次及前次募投项目可研报告、测算依据，获取公司现有产线及产能情况，了解募投项目产能规划、扩产比例等情况；

（2）取得新能源汽车以及车载高压电源产品的公开市场资料、行业分析报告及同行业公司公开披露信息，了解行业需求情况以及未来发展趋势、发展空间以及主要客户汽车销量情况，分析募投产品是否与行业需求契合；

（3）查阅公司销售明细表、与客户签订的销售框架协议，访谈公司管理层，了解公司与主要客户的合作和客户订单下达情况；

（4）查询同行业公司公开披露的年度报告、向特定对象发行股票募集说明书等资料，了解其车载电源产品产量以及产能扩张情况；

（5）查阅本次募投项目可研报告、效益测算过程和依据，复核测算过程依据的合理性；

（6）对公司报告期内产品单价、毛利率、期间费用率等销售、成本费用数据进行分析性复核，并与本次募投项目进行比对；

（7）查询同行业上市公司公开披露的可比产品业务信息，了解其产品销售情况，并与公司本次募投项目进行比对；

（8）查阅公司与安吉经济开发区管委会签署的投资合同及补充协议，了解并分析公司租赁第二生产基地的会计处理方式及合理性；

（9）查阅本次募投项目的可行性研究报告，核查募投项目具体明细、资产投

入以及折旧摊销政策；

(10) 结合公司的业绩情况和资产折旧摊销政策，分析募投项目新增折旧摊销对于公司未来业绩的影响，复核公司关于本次募投项目新增折旧摊销金额占预计营业收入和净利润的比重测算。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 报告期内行业整体维持较快发展，车载高压电源产品市场空间较大；公司具备一定竞争优势，产能利用率较高且客户需求较为旺盛，预计订单和合同能够匹配产能扩张的节奏，本次募投项目产能规划与市场需求相匹配，均为新增产能消化提供了保障，未来产能无法消化风险较小；

(2) 除汽车零部件三期项目存在适用效益测算外，本次募投其他项目不适用效益测算。公司本次募投汽车零部件三期项目效益测算的单价、毛利率、期间费用率等关键指标确定依据合理，单价、毛利率、期间费用率与公司及同行业上市公司同类业务存在一定差异，该等差异具有合理性，本次募投项目效益测算充分考虑了行业竞争情况、客户结构等因素影响，参数设计较为谨慎，因此本次募投项目效益测算具有谨慎性；

(3) 本次募投项目中汽车零部件三期项目、电源研发项目会新增固定资产和无形资产，车载电源购置项目不新增资产。本次募投项目新增折旧摊销对公司业绩预计不会产生重大影响。



天健会计师事务所（特殊普通合伙）

中国注册会计师：

陈焱



中国注册会计师：

周王飞



二〇二五年十一月二十六日