

## 目 录

一、收入核查充分性·····	第 1—39 页
二、进一步说明收入确认准确性·····	第 40—61 页
三、业绩增长可持续性·····	第 61—113 页
四、其他问题·····	第 113—132 页
五、附件·····	第 133—153 页

# 关于浙江恒道科技股份有限公司 公开发行股票第二轮审核问询函中 有关财务事项的说明

天健函〔2025〕1464号

北京证券交易所:

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第二轮审核问询函》(以下简称审核问询函)奉悉。我们已对审核问询函所提及的浙江恒道科技股份有限公司(以下简称恒道科技公司或公司)财务事项进行了审慎核查,现汇报如下。

## 一、收入核查充分性

根据申请文件及问询回复:(1)报告期内,发行人存在客户数量较多且分散的特点,各期发行人客户数量分别为628家、682家、776家和601家,其中交易金额在50万元以下的客户数量占比分别为87.10%、87.39%、85.56%和87.85%,收入占比分别为33.92%、33.34%、25.54%和34.01%;报告期各期,保荐机构、申报会计师对交易金额50万元以下的客户走访比例分别为27.02%、22.24%、20.89%和25.01%,发函比例分别为48.15%、50.85%、25.38%和46.59%。

(2)报告期内,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不一致的情况。(3)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%。(4)报告期内,保荐机构、申报会计师获取了发行人及其分公司、子公司、发行人实际控制人(曾经)控制的其他企业、发行人实际控制人及直系亲属、董事、时任监事、高级管理人员、关键岗位人员等的银行流水。

请保荐机构、申报会计师:(1)结合客户数量、客户销售金额、客户所在

地域等因素，说明函证、走访程序选取核查样本的方法，是否符合其内核规定或行业通用的抽样要求，核查收入金额和范围是否满足确定的重要性测试标准，对 50 万元以下客户收入核查是否充分，是否充分识别异常客户并针对性进行核查，说明目前核查比例是否能支撑核查结论，对 50 万元以下客户收入真实性发表明确意见。（2）逐一系列示客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人<sub>不一致的具体情况，包括客户名称、交易金额、发函地址、收件联系人、回函地址、回函联系人、回函金额、地址或联系人不一致的原因及核实方式，对前述情形涉及客户的交易真实性发表明确核查意见。（3）说明各期收入/应收账款回函不符但调节相符的金额及比例，按照客户名称、函证项目、发函及回函金额、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点逐项列示收入/应收账款回函不符事项，回函不符的调节过程、调节依据；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。（4）在资金流水核查专项说明中补充对发行人实际控制人及直系亲属、董事、时任监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人大额资金流水核查的具体情况，逐笔说明交易对手方与被核查对象关系、款项发生原因或背景等，并说明取得的相关说明或支撑性底稿，更新并提交资金流水核查专项说明；在问询回复中对前述主体与发行人关联方、客户、供应商、发行人其他员工等是否存在异常大额资金往来、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形发表明确核查意见。（5）结合前述核查情况对报告期内发行人收入的真实、准确、完整发表明确意见。（审核问询函问题 1）</sub>

（一）结合客户数量、客户销售金额、客户所在地域等因素，说明函证、走访程序选取核查样本的方法，是否符合其内核规定或行业通用的抽样要求，核查收入金额和范围是否满足确定的重要性测试标准，对 50 万元以下客户收入核查是否充分，是否充分识别异常客户并针对性进行核查，说明目前核查比例是否能支撑核查结论，对 50 万元以下客户收入真实性发表明确意见

1. 结合客户数量、客户销售金额、客户所在地域等因素，说明函证、走访程序选取核查样本的方法

（1）选取核查样本的主要考虑因素

1) 客户数量、客户销售金额分布

报告期各期，公司客户数量及客户销售金额分布情况如下：

期间	销售规模分层	客户数量 (家) [注]	数量占比	营业收入 (万元)	营业收入占比
2025 年 1-6 月	200 万元以上	11	1.83%	3,722.17	25.32%
	100-200 万元	22	3.66%	3,169.11	21.56%
	50-100 万元	40	6.66%	2,808.81	19.11%
	50 万元以下	528	87.85%	4,999.22	34.01%
	合计	601	100.00%	14,699.31	100.00%
2024 年度	200 万元以上	22	2.84%	8,758.89	37.36%
	100-200 万元	30	3.87%	4,186.42	17.86%
	50-100 万元	60	7.73%	4,511.64	19.24%
	50 万元以下	664	85.57%	5,989.60	25.54%
	合计	776	100.00%	23,446.54	100.00%
2023 年度	200 万元以上	11	1.61%	4,131.73	24.54%
	100-200 万元	28	4.11%	3,661.13	21.74%
	50-100 万元	47	6.89%	3,431.58	20.38%
	50 万元以下	596	87.39%	5,614.60	33.34%
	合计	682	100.00%	16,839.04	100.00%
2022 年度	200 万元以上	8	1.27%	2,682.88	18.82%
	100-200 万元	19	3.03%	2,780.20	19.50%
	50-100 万元	54	8.60%	3,957.88	27.76%
	50 万元以下	547	87.10%	4,835.85	33.92%
	合计	628	100.00%	14,256.81	100.00%

[注]客户数量统计口径为单体口径，下同

公司主要从事汽车领域注塑模具热流道系统及相关部件的研发、设计、生产和销售业务，产品具有定制化特征，且客户类型涵盖主机厂、汽车零部件厂和模具厂等。从客户类型看，公司直接客户以模具厂为主（数量占比在 80%以上），且模具行业呈现大行业、小企业、行业集中度较低的特点，因此客户群体总体呈现数量众多的特征。报告期各期，公司客户数量（单体口径）分别为 628 家、682 家、776 家和 601 家。

从客户销售金额分布看，交易金额 50 万元以上的大、中客户数量占比近 15%，营业收入贡献率约 70%；交易金额 50 万元以下的小客户数量占比超过 85%，营业收入贡献率约 30%。公司产品定制化程度较高、单笔订单金额小，导致客户集中度较低，尤其是交易金额 50 万元以下的小客户数量较多。公司在产能限制的情况下，优先保障同规模大、采购量稳定的大、中客户合作，以确保核心收入来源稳定；同时公司也服务较多小客户，以积累广泛的客户基础。

## 2) 客户地域分布

报告期各期，公司客户地域分布情况如下：

期间	客户地域 分层	客户数量 (家) [注]	数量占比	营业收入(万元)	营业收入占比
2025 年 1-6 月	华东区域	421	70.05%	10,041.12	68.31%
	华南区域	82	13.64%	3,404.41	23.16%
	其他区域	98	16.31%	1,253.78	8.53%
	合计	601	100.00%	14,699.31	100.00%
2024 年度	华东区域	552	71.13%	16,022.59	68.34%
	华南区域	108	13.92%	5,912.00	25.21%
	其他区域	116	14.95%	1,511.95	6.45%
	合计	776	100.00%	23,446.54	100.00%
2023 年度	华东区域	475	69.65%	12,243.32	72.71%
	华南区域	103	15.10%	3,443.20	20.45%
	其他区域	104	15.25%	1,152.51	6.84%
	合计	682	100.00%	16,839.04	100.00%
2022 年度	华东区域	472	75.16%	11,093.85	77.81%
	华南区域	65	10.35%	2,336.81	16.39%
	其他区域	91	14.49%	826.15	5.79%
	合计	628	100.00%	14,256.81	100.00%

[注]客户数量统计口径为单体口径

报告期内，公司主营业务收入主要来自境内地区，境内销售收入占主营业务收入的比例分别为 99.94%、99.89%、99.97%和 99.64%；从具体区域看，公司客户主要集中在华东、华南区域，各期合计收入占比在 90%以上，主要系上述地区已形成我国汽车产业的核心集群。华东地区以江浙沪皖为代表，构建了覆盖整车制造、关键零部件的完整产业链；华南地区则以广东为核心，凭借雄厚的工业基础与领先的新能源汽车产业生态，持续强化集聚效应。

## 3) 对存在异常情形的重点关注客户的识别

针对客户数量较多、集中度较低、部分客户交易规模较小的特点，我们为识别潜在风险，将满足以下任一标准（异常情形）的主营业务收入客户定义为“重点关注客户”（下文出现“重点关注客户”，其含义同此处），并对此进行了针对性核查：

- ① 经营规模较小的企业（指注册资本 50 万元以下的企业）；
- ② 报告期内新设立的企业；

③ 成立当年同公司存在业务往来的企业；

④ 个体工商户企业；

⑤ 报告期各期末存在较大长账龄应收账款余额的企业（指任一报告期期末，公司对其存在账龄 1 年以上且余额超过 10 万元的应收账款所对应的企业）。

对于前述①-③标准，若该单体客户的同一控制下主体、母公司或总公司同公司存在交易且不存在上述情形，则该单体客户不属于重点关注客户。

报告期各期，公司重点关注客户的数量及收入情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户总数（家）[注]	601	776	682	628
重点关注客户数量（家）[注]	137	174	129	121
数量占比	22.80%	22.42%	18.91%	19.27%
营业收入（万元）	14,699.31	23,446.54	16,839.04	14,256.81
重点关注客户收入金额（万元）	2,643.93	5,316.38	4,489.33	4,490.59
金额占比	17.99%	22.67%	26.66%	31.50%

[注]客户数量统计口径为单体口径

## （2）函证选取抽样样本的具体方法及结果

### 1) 函证选取抽样样本的方法

函证选取抽样样本的方法为：按照总量控制并考虑应收账款余额及占比、收入金额及占比，采取重要性水平与随意抽样相结合的选择方法，确保样本覆盖到各交易规模、各地区客户，并对重点关注客户针对性发函。

具体选择标准及选择过程如下：

① 根据确定的实际执行的重要性水平选择函证对象，对销售额或应收账款余额超过重要性水平的客户全部函证；

② 对未包括在上述函证样本中的客户，按照金额大小排序补充样本，确保报告期各期应收账款发函余额占期末余额、各期发函收入占总收入比例均不低于 80%；

③ 为确保样本覆盖到各规模、各地区客户，抽取客户实施函证程序；

④ 根据对异常情形的识别，对重点关注客户提升函证覆盖比例并进一步补充样本，保证该类客户的发函金额比例不低于 80%。

### 2) 函证结果

函证选样结果具体如下：

① 客户数量、客户销售金额

按照公司客户不同销售规模统计，具体函证情况如下：

客户销售规模分层	公司客户家数[注]	样本选取家数[注]	样本家数占客户家数比例	样本金额占该层级营业收入比例
2025 年 1-6 月				
200 万元以上	11	11	100.00%	100.00%
100-200 万元	22	22	100.00%	100.00%
50-100 万元	40	39	97.50%	97.74%
50 万元以下	528	131	24.81%	54.12%
合计	601	203	33.78%	83.96%
2024 年度				
200 万元以上	22	22	100.00%	100.00%
100-200 万元	30	29	96.67%	97.25%
50-100 万元	60	59	98.33%	98.65%
50 万元以下	664	117	17.62%	48.54%
合计	776	227	29.25%	86.10%
2023 年度				
200 万元以上	11	11	100.00%	100.00%
100-200 万元	28	28	100.00%	100.00%
50-100 万元	47	47	100.00%	99.54%
50 万元以下	596	132	22.15%	53.05%
合计	682	218	31.96%	84.25%
2022 年度				
200 万元以上	8	8	100.00%	100.00%
100-200 万元	19	18	94.74%	95.59%
50-100 万元	54	53	98.15%	99.36%
50 万元以下	547	132	24.13%	52.22%
合计	628	211	33.60%	82.76%

[注]客户家数及样本选取家数均为单体口径

报告期各期，公司客户发函覆盖收入金额比例分别为82.76%、84.25%、86.10%和83.96%，总体比例超过80%。对于50万元以上交易规模的大、中规模客户，样本覆盖度在90%以上，对于50万元以下交易规模的小客户，客户数量较多、单个客户收入金额较小，发函金额比例达到45%。

② 客户地域分布

根据公司客户不同地域分布统计，具体函证情况如下：

客户地域分层	公司客户家数 [注]	样本选取家数 [注]	样本家数占客户 家数比例	样本金额占该层级 营业收入比例
2025 年 1-6 月				
华东区域	421	163	38.72%	84.98%
华南区域	82	27	32.93%	85.97%
其他区域	98	13	13.27%	70.48%
合计	601	203	33.78%	83.96%
2024 年度				
华东区域	552	180	32.61%	85.50%
华南区域	108	33	30.56%	91.13%
其他区域	116	14	12.07%	72.92%
合计	776	227	29.25%	86.10%
2023 年度				
华东区域	475	175	36.84%	87.12%
华南区域	103	30	29.13%	82.69%
其他区域	104	13	12.50%	58.68%
合计	682	218	31.96%	84.25%
2022 年度				
华东区域	472	170	36.02%	84.39%
华南区域	65	30	46.15%	84.69%
其他区域	91	11	12.09%	55.59%
合计	628	211	33.60%	82.76%

[注]客户家数及样本选取家数均为单体口径

报告期各期，对于华东和华南区域客户的发函金额比例均超过 80%，其他区域客户发函金额比例总体超过 50%，保证了主要区域重点覆盖。

### ③ 重点关注客户

针对重点关注客户进行函证，具体情况如下：

期间	重点关注客户 家数[注]	样本选取家数 [注]	样本家数占重 点关注客户家 数比例	样本金额占重点关 注客户营业收入比例
2025 年 1-6 月	137	79	57.66%	89.90%
2024 年度	174	77	44.25%	90.50%
2023 年度	129	77	59.69%	93.29%
2022 年度	121	76	62.81%	93.48%

[注]客户家数及样本选取家数均为单体口径

报告期各期，该类客户发函金额比例分别为 93.48%、93.29%、90.50%和 89.90%，总体超过 85%。

### (3) 走访选取抽样样本的方法及结果

### 1) 走访选取抽样样本的方法

走访选取抽样样本的方法为：

① 对报告期各期合并口径下收入达到 200 万元以上的客户全部走访；

② 按照销售收入金额大小排序补充走访样本，选取排名靠前、金额较大的客户，累计选取样本覆盖收入金额达到各期营业收入的 70%以上；

③ 为确保样本覆盖到各销售规模、各区域客户，抽取客户进行走访；

④ 根据对异常情形的识别，对重点关注客户提升走访覆盖比例并进一步补充样本，保证该类客户的走访金额比例不低于 70%。

### 2) 走访结果

走访选样结果具体如下：

#### ① 客户数量、客户销售金额

按照公司客户不同销售规模统计，具体走访情况如下：

客户销售规模分 层	公司客户家 数	样本选取家 数	样本家数占客户 家数比例	样本金额占该层级营 业收入比例
2025 年 1-6 月				
200 万元以上	11	11	100.00%	100.00%
100-200 万元	22	22	100.00%	100.00%
50-100 万元	40	37	92.50%	93.42%
50 万元以下	528	158	29.92%	54.02%
合计	601	228	37.94%	83.11%
2024 年度				
200 万元以上	22	22	100.00%	100.00%
100-200 万元	30	28	93.33%	94.10%
50-100 万元	60	54	90.00%	89.81%
50 万元以下	664	140	21.08%	44.07%
合计	776	244	31.44%	82.70%
2023 年度				
200 万元以上	11	11	100.00%	100.00%
100-200 万元	28	28	100.00%	100.00%
50-100 万元	47	45	95.74%	96.44%
50 万元以下	596	141	23.66%	43.22%
合计	682	225	32.99%	80.34%
2022 年度				
200 万元以上	8	8	100.00%	100.00%
100-200 万元	19	19	100.00%	100.00%
50-100 万元	54	50	92.59%	93.72%

客户销售规模分层	公司客户家数	样本选取家数	样本家数占客户家数比例	样本金额占该层级营业收入比例
50 万元以下	547	124	22.67%	45.18%
合计	628	201	32.01%	79.66%

注 1：客户家数及样本选取家数均为单体口径

注 2：对某客户的走访，视同对其相关同一控制下主体的走访，并据此统计走访家数和走访金额，下同

报告期各期，公司客户走访金额比例分别为 79.66%、80.34%、82.70%和 83.11%，核查比例基本达到或超过 80%；对于 50 万元以上交易规模的大、中客户，实现样本覆盖度基本达到或超过 90%；对于 50 万元以下交易规模的小客户，客户数量较多、单个客户收入金额较小，走访金额比例超过 40%。

## 2) 客户地域分布

根据公司客户不同地域分布统计，具体走访情况如下：

客户地域分层	公司客户家数 [注]	样本选取家数 [注]	样本家数占客户家数比例	样本金额占该层级营业收入比例
2025 年 1-6 月				
华东区域	421	168	39.90%	82.24%
华南区域	82	33	40.24%	88.55%
其他区域	98	27	27.55%	75.25%
合计	601	228	37.94%	83.11%
2024 年度				
华东区域	552	178	32.25%	80.89%
华南区域	108	34	31.48%	87.99%
其他区域	116	32	27.59%	81.22%
合计	776	244	31.44%	82.70%
2023 年度				
华东区域	475	162	34.11%	82.23%
华南区域	103	33	32.04%	81.24%
其他区域	104	30	28.85%	57.57%
合计	682	225	32.99%	80.34%
2022 年度				
华东区域	472	153	32.42%	80.35%
华南区域	65	26	40.00%	84.37%
其他区域	91	22	24.18%	57.13%
合计	628	201	32.01%	79.66%

[注]客户家数及样本选取家数均为单体口径

报告期各期，对于华东和华南区域客户的走访金额比例均超过 80%，其他区

域客户的走访金额比例总体超过 50%，实现了对主要区域的重点覆盖。

3) 重点关注客户

针对重点关注客户进行走访，具体情况如下：

期间	重点关注客户家数[注]	样本选取家数[注]	样本家数占重点关注客户家数比例	样本金额占重点关注客户营业收入比例
2025 年 1-6 月	137	77	56.20%	90.52%
2024 年度	174	78	44.83%	90.30%
2023 年度	129	67	51.94%	87.32%
2022 年度	121	66	54.55%	91.20%

[注]客户家数及样本选取家数均为单体口径

报告期各期，针对重点关注客户实施走访程序所覆盖的金额比例分别为 91.20%、87.32%、90.30%和 90.52%，总体超过 85%。

(4) 抽样方法符合内核规定或行业通用的抽样要求，核查收入金额和范围满足确定的重要性测试标准

根据《中国注册会计师审计准则 1301 号——审计证据》第十四条和《中国注册会计师审计准则 1314 号——审计抽样》第十五条及应用指南的相关规定，选取测试项目的方法包括：选取全部项目、选取特定项目、审计抽样和一种或几种方法的组合。在运用审计抽样时，可以使用非统计抽样方法，也可以使用统计抽样方法，应当根据具体情况并运用职业判断进行确定，以最有效率地获取审计证据。

在确定与财务会计信息相关的重要性水平判断标准时，以报告期内经常性业务的税前利润的 5%作为合并报表整体的重要性水平，报告期各期的重要性水平分别为 208 万元、302 万元、300 万元和 237 万元，报告期内合并口径下收入满足上述重要性水平的客户分别为 8 家、7 家、13 家和 8 家。

我们对报告期各期合并口径下收入达到 200 万元以上的客户全部走访，对销售额或应收账款余额超过实际执行重要性水平的客户全部函证，故我们实现了对报告期各期重要性标准以上（含）的客户进行全部发函、走访。

对于重要性标准以下的客户，我们按照既定原则和方法抽样选取样本，各期走访金额占营业收入的比例超过 70%，各期发函金额占营业收入的比例超过 80%，且样本覆盖了不同销售金额区间、不同地域的客户，较为全面。同时，我们根据异常情形的识别明确了重点关注客户的范围，对该类客户的走访和发函金额比例

超过 85%。因此，样本选取符合内核规定或行业通用的抽样要求，核查收入和范围满足确定的重要性测试标准。

2. 对 50 万元以下客户收入核查是否充分、是否充分识别异常客户并针对性进行核查

(1) 对交易金额 50 万元以下客户收入核查充分性

除针对一般客户执行的：1) 内控有效性测试；2) 截止性测试；3) 公司资金流水核查（获取报告期内公司银行账户对账单和银行存款明细账，双向交叉核对检查销售及回款的真实性）外，我们对交易金额 50 万元以下客户执行的其他核查程序如下：

1) 客户函证

针对交易金额 50 万元以下客户，采用抽样方式选取样本并进行函证，函证其交易额、应收款项余额等，以核实收入的真实性、准确性及截止性，报告期各期，交易金额 50 万元以下客户发函金额比例分别为 52.22%、53.05%、48.54%和 54.12%。

公司交易金额 50 万元以下客户按销售规模进一步分层的函证情况如下：

客户销售规模分层	公司客户家数 [注]	发函家数[注]	发函家数占客户 家数比例	发函金额占该层级 营业收入比例
2025 年 1-6 月				
40-50 万元	16	16	100.00%	99.35%
30-40 万元	26	24	92.31%	93.23%
20-30 万元	43	24	55.81%	54.81%
10-20 万元	83	32	38.55%	38.06%
10 万元以下	360	35	9.72%	9.40%
合计	528	131	24.81%	54.12%
2024 年度				
40-50 万元	26	26	100.00%	99.64%
30-40 万元	30	22	73.33%	74.02%
20-30 万元	49	24	48.98%	50.18%
10-20 万元	94	18	19.15%	20.74%
10 万元以下	465	27	5.81%	8.70%
合计	664	117	17.62%	48.54%
2023 年度				
40-50 万元	21	21	100.00%	99.91%
30-40 万元	30	25	83.33%	83.95%
20-30 万元	45	24	53.33%	53.41%
10-20 万元	100	34	34.00%	35.65%
10 万元以下	400	28	7.00%	7.80%

客户销售规模分层	公司客户家数 [注]	发函家数[注]	发函家数占客户 家数比例	发函金额占该层级 营业收入比例
合计	596	132	22.15%	53.05%
2022 年度				
40-50 万元	21	20	95.24%	91.60%
30-40 万元	28	23	82.14%	82.82%
20-30 万元	33	15	45.45%	46.01%
10-20 万元	69	21	30.43%	31.98%
10 万元以下	396	53	13.38%	16.02%
合计	547	132	24.13%	52.22%

[注]客户家数及发函家数均为单体口径

对交易金额 50 万元以下客户的函证程序已覆盖各分层销售规模区间，发函选样具有全面性，核查较为充分。

## 2) 客户走访

针对交易金额 50 万元以下客户抽样实施走访，走访执行的主要核查程序包括查看客户的办公场所或生产经营场地，关注是否相应客户是否具备经营能力，是否真实采购公司产品用于生产制造或对外销售，报告期各期交易金额 50 万元以下客户的走访金额比例分别为 45.18%、43.22%、44.07%和 54.02%。

公司交易金额 50 万元以下客户按销售规模进一步分层的走访情况如下：

客户销售规模 分层	公司客户家 数[注]	走访家数 [注]	走访家数占客户 家数比例	走访金额占该层级营业收 入比例
2025 年 1-6 月				
40-50 万元	16	15	93.75%	94.02%
30-40 万元	26	19	73.08%	72.88%
20-30 万元	43	23	53.49%	52.01%
10-20 万元	83	41	49.40%	49.85%
10 万元以下	360	60	16.67%	19.14%
合计	528	158	29.92%	54.02%
2024 年度				
40-50 万元	26	23	88.46%	88.33%
30-40 万元	30	18	60.00%	59.97%
20-30 万元	49	19	38.78%	38.62%
10-20 万元	94	23	24.47%	24.98%
10 万元以下	465	57	12.26%	15.63%
合计	664	140	21.08%	44.07%
2023 年度				
40-50 万元	21	16	76.19%	75.39%
30-40 万元	30	14	46.67%	48.15%

客户销售规模 分层	公司客户家 数[注]	走访家数 [注]	走访家数占客户 家数比例	走访金额占该层级营业收 入比例
20-30 万元	45	23	51.11%	51.77%
10-20 万元	100	34	34.00%	33.09%
10 万元以下	400	54	13.50%	17.00%
合计	596	141	23.66%	43.22%
2022 年度				
40-50 万元	21	18	85.71%	85.33%
30-40 万元	28	16	57.14%	57.43%
20-30 万元	33	15	45.45%	46.31%
10-20 万元	69	18	26.09%	25.89%
10 万元以下	396	57	14.39%	17.87%
合计	547	124	22.67%	45.18%

[注]客户家数及走访家数均为单体口径

对交易金额 50 万元以下客户的走访已覆盖各分层销售规模区间，走访选择具有全面性，核查较为充分。

### 3) 销售细节测试

对于收入细节测试，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。报告期各期，交易金额 50 万元以下客户的细节测试情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
细节测试核查金额	3,747.65	3,913.04	3,796.22	3,202.29
营业收入	4,999.22	5,989.60	5,614.60	4,835.85
细节测试核查比例	74.96%	65.33%	67.61%	66.22%

### 4) 工商信息核查及其他程序

① 通过企查查等查询公司交易金额 50 万元以下客户的基本信息，分析客户的注册资本情况、成立时间情况、经营范围等，结合应收账款明细账对该等客户的账龄进行分析，识别有无异常情形；

② 对于交易金额 50 万元以下客户中属于重点关注客户的对象针对性核查，实施走访和函证等实质性程序，具体详见本说明一(一)2(2)之所述。

#### (2) 已充分识别异常客户并针对性进行核查

根据本说明一(一)1(1)3之所述，我们从经营规模、设立时间、同公司的合作年限、企业类型以及账龄情况等维度制定了异常情形的判定标准，并据此充分

识别出重点关注客户。

除针对一般客户所执行的核查程序外，我们对重点关注客户执行的其他核查程序如下：

1) 客户函证

对于重要性水平以上的重点关注客户全部发函，对于重要性水平以下的重点关注客户采用抽样方式选取样本并进行函证，函证其交易额、应收款项余额等，以核实收入的真实性、准确性及截止性。报告期各期，重点关注客户的发函金额比例分别为 93.48%、93.29%、90.50%和 89.90%，回函金额比例分别为 88.31%、83.88%、82.01%、83.58%，并对未回函的重点关注客户执行了替代测试。

具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当期重点关注客户家数[注]	137	174	129	121
发函家数[注]	79	77	77	76
发函数量比例	57.66%	44.25%	59.69%	62.81%
当期重点关注客户营业收入	2,643.93	5,316.38	4,489.33	4,490.59
发函金额	2,376.76	4,811.28	4,187.89	4,197.96
发函金额比例	89.90%	90.50%	93.29%	93.48%
回函家数[注]	70	68	69	70
回函收入金额	2,209.76	4,359.98	3,765.74	3,965.62
回函金额占发函金额比例	92.97%	90.62%	89.92%	94.47%
回函金额占营业收入比例	83.58%	82.01%	83.88%	88.31%

[注]客户家数、发函家数及回函家数均为单体口径

2) 客户走访

针对重点关注客户，优先选取排名靠前、金额较大的客户，再根据该类客户的销售规模分布情况，抽取客户实施走访。报告期各期，重点关注客户走访金额比例分别为 91.20%、87.32%、90.30%和 90.52%。

具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当期重点关注客户家数[注]	137	174	129	121
走访家数[注]	77	78	67	66
走访数量比例	56.20%	44.83%	51.94%	54.55%
当期重点关注客户营业收入	2,643.93	5,316.38	4,489.33	4,490.59
走访金额	2,393.30	4,800.92	3,920.25	4,095.44
走访金额比例	90.52%	90.30%	87.32%	91.20%

[注]客户家数及走访家数均为单体口径

### 3) 销售细节测试

针对走访、函证程序未覆盖到的其他重点关注客户并执行细节测试，报告期各期走访、函证程序未覆盖的其他重点关注客户，细节测试覆盖金额比例均超过70%。

3. 说明目前核查比例是否能支撑核查结论，对 50 万元以下客户收入真实性发表明确意见

报告期各期，公司营业收入金额分别为 14,256.81 万元、16,839.04 万元、23,446.54 万元和 14,699.31 万元。我们实施的收入实质性核查程序主要包括函证、走访及细节测试。

从核查比例看，函证、走访及细节测试等实质性核查程序的覆盖比例较高。截至目前，报告期各期，发函金额比例分别为 82.76%、84.25%、86.10%和 83.96%；走访金额比例分别为 79.66%、80.34%、82.70%和 83.11%；细节测试金额比例分别为 70.89%、70.20%、71.02%和 79.64%。

从核查范围看，核查范围较为全面。发函及走访对象包括了重要性水平以上的客户，且综合考虑了公司客户交易规模、地域及数量分布特点，核查对象实现了对不同交易规模区间（200 万元以上、100-200 万元、50-100 万元以及 50 万元以下）、不同地域（华东、华南以及其他区域）客户的覆盖；此外，我们还根据对异常情形的识别对重点关注客户进行针对性核查。因此，目前的核查比例及核查范围能有效支撑收入真实性结论。

因公司产品定制化程度较高、单笔订单金额小，导致交易金额 50 万元以下的小客户数量较多，报告期各期数量（单体口径）分别为 547 家、596 家、664 家和 528 家。报告期各期，公司交易金额 50 万元以下客户实现收入金额分别为

4,835.85 万元、5,614.60 万元、5,989.60 万元以及 4,999.22 万元，占公司当期营业收入的比例分别为 33.92%、33.34%、25.54%和 34.01%。我们对该类客户实施的收入实质性核查程序主要包括函证、走访及细节测试。

从核查比例看，函证、走访及细节测试等实质性核查程序的覆盖比例合理。截至目前，报告期各期，交易金额 50 万元以下客户发函金额比例分别为 52.22%、53.05%、48.54%和 54.12%；走访金额比例分别为 45.18%、43.22%、44.07%和 54.02%；细节测试金额比例分别为 66.22%、67.61%、65.33%和 74.96%。

从核查范围看，对交易金额 50 万元以下客户的走访、函证程序已覆盖各分层收入区间（40-50 万元、30-40 万元、20-30 万元、10-20 万元及 10 万元以下），且针对其中的重点关注客户实施了针对性核查，核查范围具有全面性。因此，我们对交易金额 50 万元以下客户的核查较为充分，能有效支撑 50 万元以下客户收入真实性结论。

综上所述，目前的核查比例能支撑核查结论；经核查，公司 50 万元以下客户收入具有真实性。

**（二）逐一系列客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的具体情况，包括客户名称、交易金额、发函地址、收件联系人、回函地址、回函联系人、回函金额、地址或联系人不一致的原因及核实方式，对前述情形涉及客户的交易真实性发表明确核查意见**

1. 逐一系列客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的具体情况，包括客户名称、交易金额、发函地址、收件联系人、回函地址、回函联系人、回函金额、地址或联系人不一致的原因及核实方式

报告期各期，公司客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致家数 136 家，本次补充发函后，不一致情况合计 140 家，具体如下：

序号	不一致情形	家数	原因	核查方式
1	联系人不一致	113	(1) 回函人员不一致主要系客户通过集团内部其他人员（包括高管、财务、采购、同一控制下其他公司人员等）回函； (2) 回函地址不一致主要系客户通过集团其他办公地址等（包括厂房、同一控制下其他公司地址等）回函。	取得客户确认函、邮件确认、电话核实等
2	地址不一致	9		
3	联系人、地址均不一致	18		

报告期内，公司客户函证中回函人员不一致主要系客户通过集团内部其他人

员(包括高管、财务、采购、同一控制下其他公司人员等)回函，回函地址不一致主要系客户通过集团其他办公地址等(包括厂房、同一控制下其他公司地址等)回函，相关发函、回函结果有效。具体详见附件一。

2. 对上述客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的情况，我们采取了如下核查程序：

- (1) 通过公开信息查询客户的工商登记信息，比对与回函联系地址是否一致；
- (2) 通过地图、企查查等公开网站查询回函地址是否为客户的办公地址；
- (3) 联系回函时的联系人与其进一步核实寄件人身份、寄件地址的真实性，了解回函地址与发函地址、工商地址存在差异的原因；
- (4) 取得客户确认函，核实发函收件联系人与回函寄件联系人均为客户员工，相关发函、回函结果有效；发函收件地址与回函寄件地址均系客户相关工作地点，相关发函、回函结果有效。

经核查，上述发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的情形涉及的客户交易情况真实。

**(三) 说明各期收入/应收账款回函不符但调节相符的金额及比例，按照客户名称、函证项目、发函及回函金额、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点逐项列示收入/应收账款回函不符事项，回函不符的调节过程、调节依据；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**

1. 说明各期收入/应收账款回函不符但调节相符的金额及比例，按照客户名称、函证项目、发函及回函金额、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点逐项列示收入/应收账款回函不符事项，回函不符的调节过程、调节依据

(1) 回函不符主要原因

针对回函不符的客户函证，我们实施了进一步核查程序，包括但不限于向公司财务人员、销售人员了解相关回函差异形成的原因，与客户进一步对账以获取客户回函金额对应的明细，并获取公司编制的函证余额调节表进行复核，核实调节表的信息与账面信息是否一致，获取证据以查验差异金额及原因是否合理。我们获取并检查了回函不符事项对应的销售合同/订单、销售出库单、送货单、提单等单据；通过查验佐证单据，确认上述回函差异不影响营业收入的，无需进行收入调整；存在需要调整的，根据送货单或提单等收入确认单据进行调整。经核

查，报告期内客户回函不符主要原因包括：

1) 时间差异：公司内销收入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。外销收入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。而客户存在以发票入账或实际入库时点作为采购入账依据的情形，使得客户核算的采购金额与公司核算的销售金额不一致；票据回款入账时间差异；

2) 尾数差异：客户对回函数字计算存在尾差；

3) 其他原因：双方对销售折让、手续费等账务处理时间存在差异；关联方单位往来串户；浙江世纪华通车业有限公司集团内部并账调整。

年度	项目	不符原因	不符差异金额（万元）
2025 年 1-6 月	应收账款	时间差异	682.95
		尾数差异	<0.01
		其他原因	2.86
	销售收入	时间差异	447.23
		尾数差异	<0.01
2024 年度	应收账款	时间差异	397.46
		尾数差异	<-0.01
		其他原因	10.54
	销售收入	时间差异	267.24
		尾数差异	<-0.01
2023 年度	应收账款	时间差异	205.46
		其他原因	2.94
	销售收入	时间差异	124.10
2022 年度	应收账款	时间差异	4.79
		其他原因	1.71
	销售收入	时间差异	2.54

(2) 针对公司客户销售回函不符的，下表按照客户名称、函证项目、发函及回函金额、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点逐项列示销售回函不符事项

1) 2025 年 1-6 月

单位：万元

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异金 额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
1	恒道科技	珠海格力精密模 具有限公司	应收账款	164.19	16.11	0.06	其他原因				
						6.65	时间差异	2024 年 7-8 月	2024 年 7-8 月	2024 年 11 月	2025 年 12 月
						141.36	时间差异	2025 年 1-5 月	2025 年 1-5 月	2025 年 3-6 月	暂未入账
			销售收入	211.74	189.41	141.36	时间差异	2025 年 1-5 月	2025 年 1-5 月	2025 年 3-6 月	暂未入账
						-119.03	时间差异	2024 年 8 月 -2024 年 11 月	2024 年 8 月 -2024 年 11 月	2024 年 11、12 月	2025 年
2	恒道科技	浙江世纪华通车 业有限公司	应收账款	23.00	13.01	8.52	时间差异	2025 年 2 月	2025 年 3 月	2025 年 3 月	暂未入账
						1.46	时间差异	2024 年 6 月	2024 年 7 月	2024 年 6 月	暂未入账
			销售收入	71.72	63.19	8.52	时间差异	2025 年 2 月	2025 年 3 月	2025 年 3 月	暂未入账
3	恒道科技	台州市菱远模塑 有限公司	应收账款	115.93	115.93	<0.01	尾数差异				
			销售收入	21.50	21.50	<0.01	尾数差异				
4	恒道科技	台州市凯华汽车 模具有限公司	应收账款	55.51	55.71	-0.20	其他原因				
			销售收入	20.80	20.80						
5	恒道科技	苏州市振业模具 有限公司	应收账款	345.55	190.12	155.43	时间差异	2024 年 11 月、 2025 年 2-6 月	2024 年 12 月、 2025 年 3-7 月	2024 年 11 月、 2025 年 3-6 月	2025 年 8 月
			销售收入	218.95	64.68	154.27	时间差异	2025 年 2 月 -2025 年 6 月	2025 年 3 月-7 月	2025 年 3-6 月	2025 年 8 月
6	恒道科技	苏州博创汽车零 部件有限公司	应收账款	114.72	83.05	30.45	时间差异	2025 年 2-3 月	2025 年 3-4 月	2025 年 4 月	2025 年 7 月
						1.22	时间差异[注]				
			销售收入	78.10	47.65	30.45	时间差异	2025 年 2-3 月	2025 年 3-4 月	2025 年 4 月	2025 年 7 月
7	恒道科技	台州市点睛模业	应收账款	428.62	417.57	11.05	时间差异	2025 年 5 月	2025 年 6 月	2025 年 6 月	2025 年 7 月

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异金 额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
		有限公司	销售收入	128.60	181.15	11.05	时间差异	2025年5月	2025年6月	2025年6月	2025年7月
						-63.60	时间差异	2024年11月	2024年12月	2024年12月	2025年
8	恒道科技	宁波福尔达智能科技股份有限公司	应收账款	11.90	9.65	-0.25	时间差异	2025年6月	2025年7月	暂未开票	2025年6月
						2.50	时间差异	2024年12月	2025年1月	暂未开票	暂未入账
			销售收入	37.65	47.20	-11.80	时间差异	2024年11月	2024年12月	2025年1月	2025年1月
						-0.25	时间差异	2025年6月	2025年7月	暂未开票	2025年6月
						2.50	时间差异	2024年12月	2025年1月	暂未开票	暂未入账
9	恒道科技	宁波方正汽车模具股份有限公司	应收账款	117.60	111.00	6.60	时间差异	2024年6月	2024年7月	2024年6月	2025年12月
			销售收入								
10	恒道科技	广州导新模具注塑有限公司	应收账款	81.64	83.24	-1.60	时间差异	2025年6月	2025年7月	2025年7月	2025年
			销售收入	159.44	161.04	-1.60	时间差异	2025年6月	2025年7月	2025年7月	2025年
11	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	应收账款	154.53	153.84	0.69	时间差异	2021年2月、2023年9月	2021年3月、2023年9月	2021年3月、2023年10月	暂未入账
			销售收入	107.14	107.70	-0.56	时间差异	2024年3月、5月	2024年3月、5月	2024年4月、7月	2025年
12	恒道科技	高创(苏州)电子有限公司	应收账款	37.02	30.30	6.72	时间差异	2025年6月	2025年6月	2025年7月	2025年7月
			销售收入	54.07	47.35	6.72	时间差异	2025年6月	2025年6月	2025年7月	2025年7月
13	恒道科技	常州星宇车灯股份有限公司	应收账款	520.72	223.73	296.99	时间差异	2024年10月、12月、2025年1-4月	2024年11月、25年1-5月	2025年4月、2025年6月	2025年7月
			销售收入	571.60	297.54	274.05	时间差异	2024年12月、2025年1-4月	2025年1-5月	2025年4月、2025年6月	2025年7月
14	恒道科技	比亚迪汽车工业有限公司	应收账款	142.62	128.13	14.49	时间差异	2025年5-6月	2025年5-6月	2025年7月	2025年7月
			销售收入	302.32	287.83	14.49	时间差异	2025年5-6月	2025年5-6月	2025年7月	2025年7月
15	莱瑟塔	台州市点睛模业	应收账款	1.70	1.05	0.65	时间差异	2025年5月	2025年6月	2025年6月	2025年7月

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异金 额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
		有限公司	销售收入	0.65		0.65	时间差异	2025年5月	2025年6月	2025年6月	2025年7月
16	莱瑟塔	常州华威模具有 限公司	应收账款	79.05	76.05	3.00	其他原因				
			销售收入	70.05	70.05						

[注]系客户于2025年6月30日通过迪链支付，公司于7月收票并入账

## 2) 2024 年度

单位：万元

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异金 额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
1	恒道科技	宁波吉海模具有 限公司	应收账款	529.33	524.93	4.40	时间差异	2024年6月	2024年6月	2024年7月	2025年
			销售收入	556.37	551.97	4.40	时间差异	2024年6月	2024年6月	2024年7月	2025年
2	恒道科技	台州市点晴模业 有限公司	应收账款	443.71	380.11	63.60	时间差异	2024年11月	2024年12月	2024年12月	2025年
			销售收入	414.21	350.61	63.60	时间差异	2024年11月	2024年12月	2024年12月	2025年
3	恒道科技	宁波华众模具制 造有限公司	应收账款	181.65	150.50	28.27	时间差异	2024年3月、5 月、7-10月	2024年4月、 6月、8-11月	2024年5-6月、9 月、11月、12月	2025年3月、 7-8月
						2.88	时间差异	2024年8月	2024年9月	2024年9月	暂未入账
			销售收入	340.60	309.45	28.27	时间差异	2024年3月、5 月、7-10月	2024年4月、 6月、8-11月	2024年5-6月、9 月、11月、12月	2025年3月、 7-8月
						2.88	时间差异	2024年8月	2024年9月	2024年9月	暂未入账
4	恒道科技	宁波远东制模有 限公司	应收账款	223.33	212.13	11.20	时间差异	2024年8月	2024年9月	2024年9月	2025年
			销售收入	287.71	276.51	11.20	时间差异	2024年8月	2024年9月	2024年9月	2025年
5	恒道科技	广东嘉利车灯有 限公司	应收账款	49.22	47.97	0.56	时间差异	2024年3月、5 月	2024年3月、 5月	2024年4月、2024 年7月	2025年
						0.69	时间差异	2021年2月、 2023年9月	2021年3月、 2023年9月	2021年3月、2023 年10月	暂未入账

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异 金额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
			销售收入	316.09	315.53	0.56	时间差异	2024年3月、5月	2024年3月、5月	2024年4月、2024年7月	2025年
6	恒道科技	宁波福尔达智能科技股份有限公司	应收账款	25.40	13.60	11.80	时间差异	2024年11月	2024年12月	2025年1月	2025年1月
			销售收入	233.00	221.20	11.80	时间差异	2024年11月	2024年12月	2025年1月	2025年1月
7	恒道科技	广州导新模具注塑有限公司	应收账款	113.54	113.54						
			销售收入	208.03	215.53	-7.50	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
8	恒道科技	深圳恒佳精密模具注塑有限公司	应收账款	143.49	131.39	12.10	其他原因				
			销售收入	155.60	155.60						
9	恒道科技	上海信羽电子科技有限公司	应收账款	153.41	110.07	43.34	时间差异	2024年10月、11月	2024年10月、11月	2024年12月	2025年
			销售收入	205.07	161.73	43.34	时间差异	2024年10月、11月	2024年10月、11月	2024年12月	2025年
10	恒道科技	浙江世纪华通车业有限公司	应收账款	13.86	16.78	-4.38	其他原因				
						1.46	时间差异	2024年6月	2024年7月	2024年6月	暂未入账
			销售收入	100.46	99.00	1.46	时间差异	2024年6月	2024年7月	2024年6月	暂未入账
11	恒道科技	苏州金莱克精密模塑科技有限公司	应收账款	147.00	14.35	132.65	时间差异	2024年7-11月	2024年8-12月	2025年1-5月	2025年
			销售收入	237.85	145.20	132.65	时间差异	2024年7-11月	2024年8-12月	2025年1-5月	2025年
						-40.00	时间差异	2023年7月、8月、10月	2023年8月、9月、11月	2024年1月、3-4月	2024年
12	恒道科技	广州斯坦雷电气有限公司	应收账款	38.24	38.10	0.14	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年4月	2025年
			销售收入	124.74	124.60	0.14	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年4月	2025年
13	恒道科技	宁波一彬电子科技有限公司	应收账款	7.95	5.51	2.44	时间差异	2021年8-9月、2022年6月	2021年8-9月、2022年6月	2022年10月	暂未入账
			销售收入	85.23	85.23						

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异 金额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
14	恒道科技	浙江捷众科技股份有限公司	应收账款	29.39	15.15	14.24	时间差异	2024年9-10月	2024年10-11月	2024年10月	2025年
			销售收入	67.60	53.36	14.24	时间差异	2024年9-10月	2024年10-11月	2024年10月	2025年
15	恒道科技	宁波金晟模塑有限公司	应收账款	82.10	81.60	0.50	时间差异	2024年6月	2024年6月	2024年7月	2025年
			销售收入	59.11	58.61	0.50	时间差异	2024年6月	2024年6月	2024年7月	2025年
16	恒道科技	珠海格力精密模具有限公司	应收账款	197.78	70.17	1.93	其他原因				
						119.03	时间差异	2024年8月-2024年11月	2024年8月-2024年11月	2024年11、12月	2025年
						6.65	时间差异	2024年7-8月	2024年7-8月	2024年11月	2025年12月
			销售收入	511.89	463.12	-76.91	时间差异	2023年7-11月	2023年7-11月	2023年10-12月	2024年
						119.03	时间差异	2024年8月-2024年11月	2024年8月-2024年11月	2024年11、12月	2025年
						6.65	时间差异	2024年7-8月	2024年7-8月	2024年11月	2025年12月
17	恒道科技	深圳市恒易源塑胶模具有限公司	应收账款	145.13	145.13	<0.01	其他原因				
			销售收入	57.33	57.33						
18	恒道科技	重庆南泰模具有限公司	应收账款	21.02	12.83	8.19	时间差异	2023年9月、11月、2024年8-9月	2023年10月、12月、2024年9-10月	2023年9月、11月、2024年10月	2025年
			销售收入	39.37	33.85	5.52	时间差异	2024年8-9月	2024年9-10月	2024年10月	2025年
19	恒道科技	台州市凯华汽车模具有限公司	应收账款	51.58	51.38	0.20	其他原因				
			销售收入	51.55	51.55						
20	恒道科技	芜湖安瑞光电有限公司	应收账款	22.41	21.72	0.69	其他原因				
			销售收入	33.67	33.67						
21	莱瑟塔	宁波福尔达智能	应收账款	49.88	61.46	-11.58	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异 金额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
		科技股份有限公司	销售收入	144.34	155.92	-11.58	时间差异	2024 年 12 月	2025 年 1 月	2025 年 1 月	2024 年
22	莱瑟塔	宁波建林模具有 限公司	应收账款	54.00	97.00	-43.00	时间差异	2024 年 12 月	2025 年 1 月	2025 年 2 月	2024 年
						<-0.01	尾数差异				
			销售收入	54.00	97.00	-43.00	时间差异	2024 年 12 月	2025 年 1 月	2025 年 2 月	2024 年
						<-0.01	尾数差异				

3) 2023 年度

单位：万元

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异金 额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时 点
1	恒道科技	高创（苏州）电子 有限公司	应收账款	95.60	85.15	10.45	时间差异	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2024 年 2 月	2024 年
			销售收入	179.02	168.57	10.45	时间差异	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2024 年 2 月	2024 年
2	恒道科技	宁波一彬电子科 技股份有限公司	应收账款	84.94	82.50	2.44	时间差异	2021 年 8-9 月、 2022 年 6 月	2021 年 8-9 月、 2022 年 6 月	2022 年 10 月	暂未入账
			销售收入	104.62	106.70	-0.24	时间差异	2021 年 8 月	2021 年 8 月	2022 年 10 月	2023 年 11 月
						-1.84	时间差异	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2023 年
3	恒道科技	沈阳法雷奥车灯 有限公司	应收账款	35.36	0.56	34.80	时间差异	2023 年 9 月	2023 年 9 月	2024 年 11 月	2024 年
			销售收入	35.36	0.56	34.80	时间差异	2023 年 9 月	2023 年 9 月	2024 年 11 月	2024 年
4	恒道科技	神通科技集团股 份有限公司	应收账款	6.35	2.41	1.26	时间差异	2023 年 9 月、11 月	2023 年 9 月、 10 月、12 月	2023 年 10 月、12 月	暂未入账
						2.69	时间差异	2023 年 7-11 月	2023 年 7-12 月	2023 年 10 月、12 月	2024 年 3-4 月
			销售收入	96.11	92.17	1.26	时间差异	2023 年 9 月、11 月	2023 年 9 月、 10 月、12 月	2023 年 10 月、12 月	暂未入账
						2.69	时间差异	2023 年 7-11 月	2023 年 7-12 月	2023 年 10 月、12 月	2024 年 3-4 月

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异金 额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时 点
5	恒道科技	深圳市恒易源塑 胶模具有限公司	应收账款	156.80	156.80	<0.01	其他原因				
			销售收入	103.20	103.20						
6	恒道科技	宁波吉海模具有限 公司	应收账款	44.24	38.24	6.00	时间差异[注 1]				
			销售收入	38.24	38.24						
7	恒道科技	成都航天模塑有限 责任公司成都 模具分公司	应收账款	112.49	93.36	17.91	时间差异[注 2]				
						1.22	其他原因				
			销售收入	145.25	145.25						
8	恒道科技	广州导新模具注 塑有限公司	应收账款	51.12	43.62	7.50	时间差异	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2024 年 1 月	2024 年
			销售收入	199.82	192.32	7.50	时间差异	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2024 年 1 月	2024 年
9	恒道科技	广东嘉利车灯有 限公司	应收账款	12.00	9.60	0.69	时间差异	2021 年 2 月、 2023 年 9 月	2021 年 3 月、 2023 年 9 月	2021 年 3 月、2023 年 10 月	暂未入账
						1.21	其他原因				
						0.50	其他原因				
			销售收入	168.09	168.09						
10	恒道科技	苏州金莱克精密 模塑科技有限公 司	应收账款	48.35	8.35	40.00	时间差异	2023 年 7 月、8 月、10 月	2023 年 8 月、9 月、11 月	2024 年 1 月、3-4 月	2024 年
			销售收入	85.00	45.00	40.00	时间差异	2023 年 7 月、8 月、10 月	2023 年 8 月、9 月、11 月	2024 年 1 月、3-4 月	2024 年
11	恒道科技	浙江沃辉模塑科 技有限公司	应收账款	56.36	55.56	0.80	时间差异	2023 年 10 月	2023 年 11 月	2023 年 10 月	2024 年
			销售收入	109.91	161.35	-52.24	时间差异	2022 年 9-10 月	2022 年 10-11 月	2022 年 10 月	2023 年
						0.80	时间差异	2023 年 10 月	2023 年 11 月	2023 年 10 月	2024 年
12	恒道科技	宁海金辉模塑有 限公司	应收账款	6.60	2.60	4.00	时间差异	2023 年 11 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2024 年 4 月
			销售收入	12.60	8.60	4.00	时间差异	2023 年 11 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2024 年 4 月

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异金 额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时 点
13	恒道科技	珠海格力精密模 具有限公司	应收账款	99.09	22.18	76.91	时间差异	2023 年 7-11 月	2023 年 7-11 月	2023 年 10-12 月	2024 年
			销售收入	159.48	82.57	76.91	时间差异	2023 年 7-11 月	2023 年 7-11 月	2023 年 10-12 月	2024 年

[注 1]系客户 2023 年 12 月支付票据，公司 2024 年 1 月收票并入账

[注 2]系客户 2023 年 12 月支付票据，公司 2024 年 1 月收票并入账

#### 4) 2022 年度

单位：万元

序号	交易主体	客户名称	函证项目	发函金额 (含税)	回函金额 (含税)	不符差异金 额	不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
1	恒道科技	宁波一彬电子科 技股份有限公司	应收账款	78.06	73.54	0.24	时间差异	2021 年 8 月	2021 年 8 月	2022 年 10 月	2023 年 11 月
						2.44	时间差异	2021 年 8-9 月、 2022 年 6 月	2021 年 8-9 月、2022 年 6 月	2022 年 10 月	暂未入账
						1.84	时间差异	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2023 年
			销售收入	93.36	90.82	0.70	时间差异	2022 年 6 月	2022 年 6 月	2022 年 10 月	暂未入账
						1.84	时间差异	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2023 年
2	恒道科技	广东嘉利车灯有 限公司	应收账款	112.63	110.65	0.27	时间差异	2021 年 2 月	2021 年 3 月	2021 年 3 月	暂未入账
						1.71	其他原因				
			销售收入	347.47	347.47						

截至本说明出具日，销售回函中收入入账时间差，客户 1 年以上暂未入账含税金额为 8.72 万元，主要系受客户内部流程影响所致。

#### (3) 回函不符的调节过程、调节依据

报告期内，客户回函金额存在差异主要由于公司收入确认与客户采购确认的时点不同、票据回款入账时间差异、公司与客户对销

售折让、手续费等入账时间不同、客户单位内部往来挂账调整、数字计算存在尾差等导致。对于回函不符的情形，我们通过询问公司财务人员、销售人员了解询证函回函差异的原因，并结合函证项目、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点等信息分析函证不符的具体原因及不符事项构成，查阅差异事项对应的销售发票、送货单等相关资料，并对调节过程进行重算。确认上述回函差异不影响营业收入的，无需进行收入调整；需要进行差异调整的，根据送货单等收入确认单据调整。调整过程具体如下：

1) 应收账款调节过程

① 2025 年 1-6 月

单位：万元

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函应付	B. 减：公司应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
1	恒道科技	珠海格力精密模具有限公司	16.11	-0.06			-0.06	148.02	148.02			164.19	164.19	否
2	恒道科技	浙江世纪华通车业有限公司	13.01					9.98	9.98			23.00	23.00	否
3	恒道科技	台州市菱远模塑有限公司	115.93					<0.01		<0.01		115.93	115.93	否
4	恒道科技	台州市凯华汽车模具有限公司	55.71					-0.20			-0.20	55.51	55.51	否
5	恒道科技	苏州市振业模具有限公司	190.12					155.43	155.43			345.55	345.55	否
6	恒道科技	苏州博创汽车零部件	83.05					31.67	31.67			114.72	114.72	否

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函应付	B. 减：公司应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
		件有限公司												
7	恒道科技	台州市点睛模业有限公司	417.57					11.05	11.05			428.62	428.62	否
8	恒道科技	宁波福尔达科技股份有限公司	9.65					2.25	2.25			11.90	11.90	否
9	恒道科技	宁波方正汽车模具股份有限公司	111.00					6.60	6.60			117.60	117.60	否
10	恒道科技	广州导新模具注塑有限公司	83.24					-1.60	-1.60			81.64	81.64	否
11	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	153.84					0.69	0.69			154.53	154.53	否
12	恒道科技	高创（苏州）电子有限公司	30.30					6.72	6.72			37.02	37.02	否
13	恒道科技	常州星宇车灯股份有限公司	223.73					296.99	296.99			520.72	520.72	否
14	恒道科技	比亚迪汽车工业有限公司	128.13					14.49	14.49			142.62	142.62	否
15	莱瑟塔	台州市点睛模业有限公司	1.05					0.65	0.65			1.70	1.70	否

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函应付	B. 减：公司应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
16	莱瑟塔	常州华威模具有限公司	76.05	-3.00			-3.00					79.05	79.05	否

② 2024 年度

单位：万元

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函应付	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	其他原因	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
1	恒道科技	宁波吉海模具有限公司	524.93					4.40	4.40			529.33	529.33	否
2	恒道科技	台州市点睛模业有限公司	380.11					63.60	63.60			443.71	443.71	否
3	恒道科技	宁波华众模具制造有限公司	150.50					31.15	31.15			181.65	181.65	否
4	恒道科技	宁波远东制模有限公司	212.13					11.20	11.20			223.33	223.33	否
5	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	47.97					1.25	1.25			49.22	49.22	否
6	恒道科技	宁波福尔达智能科技股份有限公司	13.60					11.80	11.80			25.40	25.40	否
7	恒道科技	广州导新模具注塑有限公司	113.54									113.54	113.54	否
8	恒道科技	深圳恒佳精密模具注塑有限公司	131.39	-12.10			-12.10					143.49	143.49	否
9	恒道科技	上海信羽电子科技有限公司	110.07					43.34	43.34			153.41	153.41	否

10	恒道科技	浙江世纪华通车业有限公司	16.78	4.38			4.38	1.46	1.46			13.86	13.86	否
11	恒道科技	苏州金莱克精密模塑科技有限公司	14.35					132.65	132.65			147.00	147.00	否
12	恒道科技	广州斯坦雷电气有限公司	38.10					0.14	0.14			38.24	38.24	否
13	恒道科技	宁波一彬电子科技股份有限公司	5.51					2.44	2.44			7.95	7.95	否
14	恒道科技	浙江捷众科技股份有限公司	15.15					14.24	14.24			29.39	29.39	否
15	恒道科技	宁波金晟模塑有限公司	81.60					0.50	0.50			82.10	82.10	否
16	恒道科技	珠海格力精密模具有限公司	70.17	-1.93			-1.93	125.68	125.68			197.78	197.78	否
17	恒道科技	深圳市恒易源塑胶模具有限公司	145.13	<0.01			<0.01					145.13	145.13	否
18	恒道科技	重庆南泰模具有限公司	12.83					8.19	8.19			21.02	21.02	否
19	恒道科技	台州市凯华汽车模具有限公司	51.38	-0.20			-0.20					51.58	51.58	否
20	恒道科技	芜湖安瑞光电有限公司	21.72	-0.69			-0.69					22.41	22.41	否
21	莱瑟塔	宁波福尔达智能科技股份有限公司	61.46					-11.58	-11.58			49.88	49.88	否
22	莱瑟塔	宁波建林模具有限公司	97.00					-43.00	-43.00	<-0.01		54.00	54.00	否

③ 2023 年度

单位：万元

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函应付	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	其他原因	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
1	恒道科技	高创（苏州）电子有限公司	85.15					10.45	10.45			95.60	95.60	否
2	恒道科技	宁波一彬电子科技股份有限公司	82.50					2.44	2.44			84.94	84.94	否
3	恒道科技	沈阳法雷奥车灯有限公司	0.56					34.80	34.80			35.36	35.36	否
4	恒道科技	神通科技集团股份有限公司	2.41					3.94	3.94			6.35	6.35	否
5	恒道科技	深圳市恒易源塑胶模具有限公司	156.80	<-0.01			<-0.01					156.80	156.80	否
6	恒道科技	宁波吉海模具有限公司	38.24					6.00	6.00			44.24	44.24	否
7	恒道科技	成都航天模塑有限责任公司 成都模具分公司	93.36	-1.22			-1.22	17.91	17.91			112.49	112.49	否
8	恒道科技	广州导新模具注塑有限公司	43.62	-7.50	-7.50							51.12	51.12	否
9	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	9.60	-1.71			-1.71	0.69	0.69			12.00	12.00	否
10	恒道科技	苏州金莱克精密模塑科技有限公司	8.35					40.00	40.00			48.35	48.35	否
11	恒道科技	浙江沃辉模塑科技有限公司	55.56					0.80	0.80			56.36	56.36	否

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函应付	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	其他原因	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
12	恒道科技	宁海金辉模塑有限公司	2.60					4.00	4.00			6.60	6.60	否
13	恒道科技	珠海格力精密模具有限公司	22.18					76.91	76.91			99.09	99.09	否

④ 2022 年度

单位：万元

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函应付	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	其他原因	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
1	恒道科技	宁波一彬电子科技股份有限公司	73.54					4.52	4.52			78.06	78.06	否
2	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	110.65	-1.71			-1.71	0.27	0.27			112.63	112.63	否

2) 销售收入调节过程

① 2025 年 1-6 月

单位：万元

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函收入	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
1	恒道科技	珠海格力精密模具有限公司	167.62				19.77	19.77		187.38	187.38	否
2	恒道科技	浙江世纪华通车业有限公司	55.92				7.54	7.54		63.47	63.47	否
3	恒道科技	台州市菱远模塑有限公司	19.03				<0.01		<0.01	19.03	19.03	否

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函收入	B. 减: 公司应调整事项	其中: 时间差异	尾数差异	C. 加: 被询证客户应调整事项	其中: 时间性差异	尾数差异	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
4	恒道科技	台州市凯华汽车模具有限公司	18.41							18.41	18.41	否
5	恒道科技	苏州市振业模具有限公司	57.24				136.52	136.52		193.76	193.76	否
6	恒道科技	苏州博创汽车零部件有限公司	42.17				26.95	26.95		69.12	69.12	否
7	恒道科技	台州市点睛模业有限公司	160.31				-46.50	-46.50		113.81	113.81	否
8	恒道科技	宁波福尔达智能科技股份有限公司	41.77				-8.45	-8.45		33.32	33.32	否
9	恒道科技	宁波方正汽车模具股份有限公司										否
10	恒道科技	广州导新模具注塑有限公司	142.51				-1.42	-1.42		141.10	141.10	否
11	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	95.31				-0.50	-0.50		94.81	94.81	否
12	恒道科技	高创(苏州)电子有限公司	41.91				5.94	5.94		47.85	47.85	否
13	恒道科技	常州星宇车灯股份有限公司	263.31				242.53	242.53		505.84	505.84	否
14	恒道科技	比亚迪汽车工业有限公司	254.71				12.83	12.83		267.54	267.54	否
15	莱瑟塔	台州市点睛模业有限公司					0.58	0.58		0.58	0.58	否
16	莱瑟塔	常州华威模具有限公司	61.99							61.99	61.99	否

② 2024 年度

单位：万元

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函收入	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
1	恒道科技	宁波吉海模具有限公司	488.47				3.89	3.89		492.36	492.36	否
2	恒道科技	台州市点睛模业有限公司	310.27				56.28	56.28		366.56	366.56	否
3	恒道科技	宁波华众模具制造有限公司	273.85				27.56	27.56		301.41	301.41	否
4	恒道科技	宁波远东制模有限公司	244.70				9.91	9.91		254.61	254.61	否
5	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	279.23				0.50	0.50		279.73	279.73	否
6	恒道科技	宁波福尔达智能科技股份有限公司	195.75				10.44	10.44		206.19	206.19	否
7	恒道科技	广州导新模具注塑有限公司	190.74	6.64	6.64					184.10	184.10	否
8	恒道科技	深圳恒佳精密模具注塑有限公司	137.70							137.70	137.70	否
9	恒道科技	上海信羽电子科技有限公司	143.12				38.35	38.35		181.48	181.48	否
10	恒道科技	浙江世纪华通车业有限公司	87.61				1.29	1.29		88.90	88.90	否
11	恒道科技	苏州金莱克精密模塑科技有限公司	128.50				81.99	81.99		210.49	210.49	否
12	恒道科技	广州斯坦雷电气有限公司	110.27				0.12	0.12		110.39	110.39	否
13	恒道科技	宁波一彬电子科技股份有限公司	75.42							75.42	75.42	否
14	恒道科技	浙江捷众科技股份有限公司	47.22				12.60	12.60		59.82	59.82	否

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函收入	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
15	恒道科技	宁波金晟模塑有限公司	51.87				0.44	0.44		52.31	52.31	否
16	恒道科技	珠海格力精密模具有限公司	409.84				43.16	43.16		453.00	453.00	否
17	恒道科技	深圳市恒易源塑胶模具有限公司	50.73							50.73	50.73	否
18	恒道科技	重庆南泰模具有限公司	29.96				4.88	4.88		34.84	34.84	否
19	恒道科技	台州市凯华汽车模具有限公司	45.62							45.62	45.62	否
20	恒道科技	芜湖安瑞光电有限公司	29.79							29.79	29.79	否
21	莱瑟塔	宁波福尔达智能科技股份有限公司	137.98				-10.25	-10.25		127.73	127.73	否
22	莱瑟塔	宁波建林模具有限公司	85.84				-38.05	-38.05	<-0.01	47.79	47.79	否

③ 2023 年度

单位：万元

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函收入	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
1	恒道科技	高创（苏州）电子有限公司	149.18				9.25	9.25		158.43	158.43	否
2	恒道科技	宁波一彬电子科技股份有限公司	94.42				-1.84	-1.84		92.58	92.58	否
3	恒道科技	沈阳法雷奥车灯有限公司	0.50				30.80	30.80		31.30	31.30	否

4	恒道科技	神通科技集团股份有限公司	81.56				3.49	3.49		85.05	85.05	否
5	恒道科技	深圳市恒易源塑胶模具有限公司	91.33							91.33	91.33	否
6	恒道科技	宁波吉海模具有限公司	33.84							33.84	33.84	否
7	恒道科技	成都航天模塑有限责任公司成都模具分公司	128.54							128.54	128.54	否
8	恒道科技	广州导新模具注塑有限公司	170.20	-6.64	-6.64					176.84	176.84	否
9	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	148.75							148.75	148.75	否
10	恒道科技	苏州金莱克精密模塑科技有限公司	39.82				35.40	35.40		75.22	75.22	否
11	恒道科技	浙江沃辉模塑科技有限公司	142.79				-45.52	-45.52		97.27	97.27	否
12	恒道科技	宁海金辉模塑有限公司	7.61				3.54	3.54		11.15	11.15	否
13	恒道科技	珠海格力精密模具有限公司	73.07				68.06	68.06		141.14	141.14	否

④ 2022 年度

序号	交易主体	被询证客户	A. 被询证客户回函收入	B. 减：公司应调整事项	其中：时间差异	尾数差异	C. 加：被询证客户应调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	D. 调节后金额	E. 公司账面金额	F. 调节后是否存在差异
1	恒道科技	宁波一彬电子科技有限公司	80.37				2.25	2.25		82.62	82.62	否
2	恒道科技	广东嘉利车灯有限公司	307.50							307.50	307.50	否

综上，整个回函不符的调节过程可靠，调节依据充分。

2. 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

(1) 报告期内，我们对公司的客户执行了函证程序，函证的客户数量及替代测试金额情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
未回函及回函不符涉及金额（万元）	1,246.40	2,338.21	1,433.90	1,236.40
营业收入金额（万元）	14,699.31	23,446.54	16,839.04	14,256.81
未回函及回函不符涉及金额占营业收入比例	8.48%	9.97%	8.52%	8.67%

(2) 对未回函或回函不符客户进行替代测试的具体程序

我们针对报告期内的未回函或回函不符客户函证执行了以下具体程序：

1) 取得对对应收入的销售合同、销售发票、送货单等资料，并检查产品、数量、单价、金额、客户名称以及送货单日期与账面记录是否一致，以确定公司销售收入确认时点、金额、记录是否准确恰当；

2) 对销售收入对应的应收账款期后回款情况进行检查，获取银行回单、承兑汇票等凭证，以确认收款记录准确无误。

综上，我们对未回函或回函不符的客户函证执行了相应的替代测试程序，对未回函或回函不符的客户选取项目检查相关支持性文件，确认公司相关收入的真实性和准确性。经过上述差异调节及替代性程序，报告期各期回函不符或者未回函情况已经得到充分核查，核查程序完整、有效，可以支撑收入真实性的核查结论。

**(四) 在资金流水核查专项说明中补充对公司实际控制人及直系亲属、董事、时任监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人大额资金流水核查的具体情况，逐笔说明交易对手方与被核查对象关系、款项发生原因或背景等，并说明取得的相关说明或支撑性底稿，更新并提交资金流水核查专项说明；在问询回复中对前述主体与公司关联方、客户、供应商、公司其他员工等是否存在异常大额资金往来、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形发表明确核查意见**

我们已在资金流水核查专项说明中补充对公司实际控制人及直系亲属、董事、时任监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人大额资金流水核查的具体情况，逐笔说明交易对手方与被核查对象关系、款项发生原因或背景等，并说明取得的

相关说明或支撑性底稿，并出具《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〕1463 号）。经核查，公司实际控制人及直系亲属、董事、时任监事、高级管理人员、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商、公司其他员工等不存在异常大额资金往来、不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形。

## **（五）结合前述核查情况对报告期内公司收入的真实、准确、完整发表明确意见**

### **1. 内控测试**

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。本所出具了《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。

### **2. 客户走访核查**

对公司主要客户进行走访，报告期各期走访核查金额比例分别为 79.66%、80.34%、82.70%和 83.11%，总体比例较高；上述核查对象覆盖不同销售规模（收入规模 50 万元以上的大中型客户、50 万元以下的小客户）、不同客户所在地域以及重点关注客户；其中，对于收入规模 50 万以下客户的走访核查金额比例分别为 45.18%、43.22%、44.07%和 54.02%，对于重点关注客户的走访核查金额比例分别为 91.20%、87.32%、90.30%和 90.52%，核查较为充分。

### **3. 客户函证**

对报告期内公司的主要客户执行了函证程序，函证的内容包括：报告期各期函证对象与公司的交易额、期末往来余额、交易期间等，并对所有未回函的函证执行了替代测试。报告期内公司回函及替代程序可确认金额占营业收入的比例分别为 82.76%、84.25%、86.10%和 83.96%；对于收入规模 50 万元以下客户的回函及替代程序可确认金额占收入规模 50 万以下客户的营业收入的比例分别为 52.22%、53.05%、48.54%和 54.12%；对于重点关注客户的回函及替代程序可确认金额占重点关注客户的营业收入的比例分别为 93.48%、93.29%、90.50%和 89.90%。

### **4. 销售细节测试**

对于收入细节测试，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。报告期各期，细节测试核查情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
细节测试核查金额	11,706.32	16,651.89	11,820.97	10,107.27
营业收入	14,699.31	23,446.54	16,839.04	14,256.81
细节测试核查比例	79.64%	71.02%	70.20%	70.89%

5. 销售截止性测试

对营业收入执行截止测试程序，选取报告期各期截止日前后 2 个月前十客户收入明细，检查对应的送货单或报关单、提单等收入确认相关单据，核查收入是否记录在正确的期间，核查结果不存在异常。

6. 期后回款测试

取得并查阅报告期内应收账款的期后回款明细表，核查应收账款的期后回款情况。报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

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
期后回款金额	11,866.98	15,120.36	13,370.92	10,528.51
期后回款比例	55.04%	84.64%	98.86%	99.49%

注：期后回款金额为截至 2025 年 12 月 16 日回款金额，下同

7. 资金流水核查

我们已按照《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出具《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〕1463 号），在专项报告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公司承担成本费用等情形发表了明确意见。经核查，公司及其他核查对象的资金流水不存在明显异常情形，公司不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

综上，我们认为：报告期内，公司收入真实、准确、完整。

## 二、进一步说明收入确认准确性

根据申请文件及问询回复：（1）发行人与主要客户（如比亚迪等）签订的销售合同约定“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”，但订单实际执行时未约定货物需要安装、调试，发行人以签收或者签收+异议期作为收入确认时点；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。（2）发行人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；报告期各期，发行人仅签字确认收入占比分别为 28.91%、26.38%、23.89%和 25.34%，无送货单确认收入占比分别为 0.66%、0.33%、0.18%和 0.15%，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。

请发行人：（1）逐一梳理报告期各期前 20 大客户的销售合同，列示合同条款是否明确要求发行人负责安装调试、安装调试相关条款是否实际履行、是否由客户自行或委托第三方进行安装调试、发行人是否发生指导安装或提供技术服务相关的成本费用及会计处理是否合规；说明前述销售合同条款设置安装调试条款的原因及约定安装调试条款的收入占比。（2）对照报告期各期前 20 大客户销售合同中约定的收款权相关条款，说明是否存在约定签收、安装调试、验收相关的进度收款权，列示不同节点的回款情况、结算进度。（3）结合合同实际履行情况，按照产品、合同类型及合同关键条款详细披露发行人具体收入确认政策，并严格对照企业会计准则相关规定，进一步说明发行人产品收入确认时点的合规性。（4）说明签收单仅签字未盖章的客户性质、相关签字人身份及判断依据、是否有权代表客户签字，报告期内发行人是否因签收单仅签字未盖章的效力问题与客户发生纠纷；发行人与客户对账的具体方式、内容，是否保留书面对账单，对账单是否经客户确认及确认的具体形式（签字或盖章），是否存在对账不一致的情形，如不一致，如何进行调整并进行会计处理，是否符合企业会计准则相关规定。（5）说明在缺失签收单的情况下发行人相关产品收入确认的具体时点及依据，发行人关于单据缺失现象采取的具体整改措施，是否实施有效，目前仍存在缺失单据情形的原因及合理性，前述情况是否说明发行人财务内控不规范，发行人关于收入确认相关的内部控制是否健全并有效。

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）就

合同实际履约情况对收入确认政策的影响发表明确意见。（3）说明收入确认单据仅签字情况下，中介机构对签字人员身份的核验过程及相关依据，签字人员是否有权代表客户确认产品控制权转移。（4）说明对缺失单据对应收入真实性采取的具体核查程序、核查比例及核查结论，发行人缺失单据产品对应收入确认时点是否符合企业会计准则相关规定。（审核问询函问题 2）

（一）逐一梳理报告期各期前 20 大客户的销售合同，列示合同条款是否明确要求公司负责安装调试、安装调试相关条款是否实际履行、是否由客户自行或委托第三方进行安装调试、公司是否发生指导安装或提供技术服务相关的成本费用及会计处理是否合规；说明前述销售合同条款设置安装调试条款的原因及约定安装调试条款的收入占比

1. 逐一梳理报告期各期前 20 大客户的销售合同，列示合同条款是否明确要求公司负责安装调试、安装调试相关条款是否实际履行、是否由客户自行或委托第三方进行安装调试、公司是否发生指导安装或提供技术服务相关的成本费用及会计处理是否合规

（1）前 20 大客户的销售合同相关情况

2022-2025年6月，公司前20大客户收入分别为4,802.92万元、5,908.84万元、9,018.28万元和5,983.40万元，收入占比分别为33.69%、35.09%、38.46%和40.71%。报告期各期前20大客户（共计39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	相关合同条款	是否明确要求负责安装调试	实际执行情况
1	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。	否	以签收+30 天异议期作为交付时点，并完成货物控制权转移
2	浙江永明模具股份有限公司			
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	浙江宇亚模具股份有限公司			
8	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司			
9	宁波华众汽车饰件科技有限公司			

序号	客户名称	相关合同条款	是否明确要求负责安装调试	实际执行情况
10	宁波远东制模有限公司			
11	苏州市振业模具有限公司			
12	台州金祥晟模塑有限公司			
13	成都航天模塑有限责任公司			
14	宁波德玛克电气科技有限公司			
15	青岛海泰科模具有限公司			
16	宁波福尔达智能科技股份有限公司			
17	宁波奥云德电器有限公司			
18	台州市黄岩星泰塑料模具有限公司			
19	骏艺精密模具（苏州）有限公司			
20	青岛海瑞德模塑有限公司			
21	浙江创英模具有限公司			
22	广州导新模具注塑有限公司			
23	湖北良诚汽车部件有限公司			
24	浙江友成塑料模具集团有限公司			
25	浙江世纪华通集团股份有限公司			
26	台州精创志和模具科技有限公司			
27	浙江艾彼科技股份有限公司			
28	比亚迪股份有限公司	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	否	<p>经确认，“上述条款为我公司采购签约时的惯用格式条款，其中关于“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。”为通用条款，旨在面对各类供应商、各类产品采购的通用场景。</p> <p>我公司向恒道科技采购热流道系统产品的产品控制权转移时点以收货签收确认为准。恒道科技热流道产品总体安装比较简单，安装调试系恒道科技承担的售后附随义务，不是控制权转移、最终验收和结算等的前置条件。双方合作过程中，部分热流道系统系我公司自行组织安装，部分由恒道科技现场派人指导、协助安装，但均不影响产品收货确认。”</p> <p>因此，公司以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移</p>

序号	客户名称	相关合同条款	是否明确要求负责安装调试	实际执行情况
29	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。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
30	中山市恒滨实业有限公司	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。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
31	珠海格力电器股份有限公司	乙方交货地点：甲方指定地点。产品的运输、卸吊、搬运、安装工作由乙方负责。乙方在甲方场地进行的搬运、卸吊等工作可请求甲方进行协助，在此期间产生的责任和风险均由乙方承担。 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。	是	经确认，“上述条款为我公司采购签约时的惯用格式条款，其中关于“运输、卸吊、搬运、安装工作由乙方负责”为通用条款，旨在面对各类供应商、各类产品采购的通用场景。我公司向恒道科技采购热流道系统产品的产品控制权转移时点以收货签收确认为准。恒道科技热流道产品总体安装比较简单，安装调试系恒道科技承担的售后附随义务，不是控制权转移、最终验收和结算等的前置条件。双方合作过程中，部分热流道系统系我公司自行组织安装，部分由恒道科技现场派人指导、协助安装，但均不影响产品收货确认”。因此，公司以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
32	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。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
33	浙江凯华模具有限公司	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。乙方必须在按时交付符合甲方要求的热流道，并将配件送到甲方公司或指定的其他地点。双方约定运输费由乙方承担，且乙方在送货前壹天通知甲方。热流道验收合格，甲方通知乙方。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
34	宁波双林汽车部件股份有限公司	由需方相关部门按国家相关标准及供需双方共同确认的图纸及相关技术要求进行验收。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
35	华域汽车系统股份有限公司	验收标准：乙方保证所有销售产品的质量，并提供相关的合格证明，例如：原厂质保书、品质保证书，检测报告等；无偿提供相关产品配件的安装、调试等技术服务。3.1 甲方应在货物交付时进行货物验收，包括对货物外检查及数量清点，过程中发现数量不足或有表面质量、技术等问题，乙方应负责按照甲方的要求在规定的期限内采取补足、更换或退货等处理措施。甲方对乙方货物所行驶的检验，并不能免除乙方对货物质量应承担的责任。属于保险或运输部门的责任，由乙方负责协商解决，甲方不负任何责任。3.2 乙方所供货物经验收合格的（验收标准：按甲方验收服务标准）。由甲方与乙方的指定	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移

序号	客户名称	相关合同条款	是否明确要求负责安装调试	实际执行情况
		人员共同书面确认，即视为乙方所供货物完成交付。甲方及乙方均应在交付凭证上由交接人员共同签字以示认可，共同签字版交付凭证作为合同货物完成交付与结算的书面唯一有效凭证。		
36	深圳市安盛模具有限	二、不良品处理：1、经本公司检验不合格，供方应于三日内更换或者返工，逾期本公司按废品处理；2、如此货物本司生产急用特采先用时，所产生之费用由供方承担。三、送货：由供方免费送货上门，及备注我司模号，否则退货处理。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
37	高创（苏州）电子有	如需方有验收要求的，需方或需方指定的第三方有权对合同产品进行到货验收。但供方了解，需方的到货验收仅为对合同产品数量、外观等表面瑕疵的验收，到货验收和需方按需进行的抽样检验通过并不代表免除或减轻供方对合同产品的品质责任，供方仍应按照合同或约定的其余标准承担品质责任。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
38	深圳市京鼎工业技术股份有限公司	验收方法：供方需严格按照国家标准组织生产，供方自检，需方验收。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移
39	常诚车业江苏有限	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。	否	以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移

注：关于上表验收条款，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

(2) 是否由客户自行或委托第三方进行安装调试、公司是否发生指导安装或提供技术服务相关的成本费用及会计处理是否合规

公司热流道系统总体安装比较简单，部分热流道系统系客户自行组织安装，部分由公司现场派人指导、协助安装，相关安装调试服务系产品签收完成后为提升客户服务水平而发生的售后服务，一般不涉及委托第三方进行安装调试。

公司热流道系统无安装调试义务，不构成单项履约义务，公司提供的安装调试系售后服务，因此公司将发生的指导安装或提供技术服务相关的成本费用如提供零部件、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及售后人员的相关费用计入营业成本-售后服务费，会计处理合规。

2. 说明前述销售合同条款设置安装调试条款的原因及约定安装调试条款的

收入占比

报告期内，公司与珠海格力电器股份有限公司购货合同存在设置安装调试条款，上述条款系客户采购签约时的惯用格式条款，相关安装调试条款为通用条款，旨在面对各类供应商、各类产品采购的通用场景。

报告期内，对于同一客户，各年合同基本保持一致，公司前20大客户的销售合同关于不同类别安装调试条款的确认收入金额及比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
合同未约定安装调试条款	5,728.32	95.74%	8,488.17	94.12%	5,729.48	96.96%	4,802.92	100.00%
合同约定安装调试条款[注]	255.09	4.26%	530.11	5.88%	179.35	3.04%		
前 20 大客户收入合计	5,983.40	100.00%	9,018.28	100.00%	5,908.84	100.00%	4,802.92	100.00%
营业收入	14,699.31		23,446.54		16,839.04		14,256.81	
占比	40.71%		38.46%		35.09%		33.69%	

注：即珠海格力电器股份有限公司

由上表可见，公司前20大客户的销售合同中，未设置安装调试条款占比较高，该类合同收入占比分别为100.00%、96.96%、94.12%和95.74%，设置安装调试条款合同收入影响较小。

（二）对照报告期各期前 20 大客户销售合同中约定的收款权相关条款，说明是否存在约定签收、安装调试、验收相关的进度收款权，列示不同节点的回款情况、结算进度

报告期各期前 20 大客户（共计 39 家）的销售合同的收款权相关条款、回款情况、结算进度情况如下：

序号	客户名称	收款条款	是否存在约定签收、安装调试、验收相关的进度收款权	回款情况	结算进度
1	比亚迪股份有限公司	到票月结 30 天	不存在	不适用	不适用
2	台州汇力普模塑有限公司	票到 6 个月付清			
3	浙江永明模具股份有限公司	票到 9 个月付清			
4	常州星宇车灯股份有限公司	发票入账 90 天付款 100%			
5	芜湖安瑞光电有限公司	货到票到 60 天			
6	中山市恒滨实业有限公司	月结 60 天			

序号	客户名称	收款条款	是否存在约定签收、安装调试、验收相关的进度收款权	回款情况	结算进度
7	宁波吉海模具有限公司	月结 90 天			
8	江苏星科精密模具有限公司	票到 90 天内付清			
9	台州市点睛模业有限公司	货到后 3 个月内付清			
10	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			
11	浙江宇亚模具股份有限公司	票到 3 个月付清			
12	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	预付 50%，余款票到 2 个月付清			
13	宁波华众汽车饰件科技有限公司	发票入账后 60 天内付清			
14	广州中誉精密模具有限公司	票到 90 天			
15	宁波远东制模有限公司	票到 90 天内付清			
16	苏州市振业模具有限公司	票到 60 天内付清			
17	台州金祥晟模塑有限公司	票到 3 个月付清			
18	浙江凯华模具有限公司	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			
19	常诚车业江苏有限公司	3 个月结			
20	宁波双林汽车部件股份有限公司	月结 120 天			
21	成都航天模塑有限责任公司	月结 90 天			
22	宁波德玛克电气科技有限公司	发货前付 80%，余款票到 3 个月内付清			
23	青岛海泰科模具有限公司	票到 60 天内付清			
24	宁波福尔达智能科技股份有限公司	票到月结 60 天			
25	宁波奥云德电器有限公司	月结 90 天			
26	台州市黄岩星泰塑料模具有限公司	货到后 6 个月内付清			
27	骏艺精密模具（苏州）有限公司	月结 180 天			
28	华域汽车系统股份有限公司	发票收到月结 90 天			
29	青岛海瑞德模塑有限公司	月结 90 天			
30	深圳市安盛模具有限公司	月结 120 天			
31	浙江创英模具有限公司	货到后 6 个月内付清			
32	广州导新模具注塑有限公司	月结 60 天			
33	高创（苏州）电子有限公司	电汇到货日月结 120 天 10 号付			
34	湖北良诚汽车部件有限公司	月结 90 天			
35	浙江友成塑料模具集团有限公司	月结 2 个月			

序号	客户名称	收款条款	是否存在约定签收、安装调试、验收相关的进度收款权	回款情况	结算进度
36	浙江世纪华通集团股份有限公司	票到 90 天内付清			
37	台州精创志和模具科技有限公司	预付 50%，余款票到 2 个月付清			
38	浙江艾彼科技股份有限公司	票到 3 个月内付清			
39	深圳市京鼎工业技术股份有限公司	每月 30 日结账，20 日定期付款，付款天数 90 天			

公司主要产品为热流道系统，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。报告期内，公司各期前20大客户不存在约定签收、安装调试、验收相关的进度收款权。

**(三) 结合合同实际履行情况，按照产品、合同类型及合同关键条款详细披露公司具体收入确认政策，并严格对照企业会计准则相关规定，进一步说明公司产品收入确认时点的合规性**

1. 结合合同实际履行情况，按照产品、合同类型及合同关键条款详细披露公司具体收入确认政策

(1) 公司具体收入确认政策

1) 主营业务收入

① 客户取得产品控制权的具体时点

对于内销热流道系统，客户取得产品控制权的具体时点系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；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。对于外销热流道系统，客户取得产品控制权的具体时点系公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移。

公司其他产品主要包括控制器、热流道系统配件和售后服务等，占主营业务收入比例较小。对于控制器、热流道系统配件客户取得产品控制权的具体时点与热流道系统一致；对于售后服务在为客户提供售后服务并经客户签收，根据合同与相关单据确认收入。

② 公司收入确认的具体政策

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	热流道系统、控制器、热流道系统配件	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）
	售后服务	公司已根据合同约定提供售后服务，取得相关单据，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。
外销	热流道系统、控制器、热流道系统配件	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) 其他业务收入

其他业务收入主要包括租金、废料收入和设计费等，金额较小。租金收入在租赁期内各个期间，采用直线法将经营租赁的租赁收款额确认为租金收入，废料收入按交付废料时点确认收入，设计费收入系公司向客户提供模流分析技术服务而获得的收入，公司在交付模流分析报告后确认设计费收入。

### (2) 主要客户合同条款约定及实际执行情况

报告期内，公司售后服务、租金、废料收入和设计费等收入金额小，占营业收入的比例较低。热流道系统、控制器、热流道系统配件主要客户合同条款约定及实际执行情况如下：

产品	合同类型	主要合同关键条款			实际执行情况		
		控制权转移条款	付款条件	售后或者质保	控制权转移条款	付款条件	售后或者质保
热流道系统、控制器、热流道配件	买卖合同	①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。	不在约定签收、安装调试、收关进收款	①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。若热流道系统质量问题，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	内销：以签收或签收+异议期作为交付时点，并完成货物控制权转移；外销：取得提单，即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移	主要开票，信用收款	一般包括指导安装或提供技术服务如提供零部件、整套热流道系统的免费安装、维修、更换或者退货等
		②2.4.1 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。		②自保修期内的产品的配件由乙方提供，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。			
		③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		③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			

产品	合同类型	主要合同关键条款			实际执行情况		
		控制权转移条款	付款条件	售后或者质保	控制权转移条款	付款条件	售后或者质保
		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。		质量保证责任。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。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甲方收取费用。			
		④其他条款。					

### 1) 控制权转移条款

#### ① 签收+异议期合同条款约定

公司与客户就热流道系统销售签订买卖合同并承诺将履行各自义务，报告期各期前 20 大客户的销售合同主要典型合同条款约定“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”，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时客户完全接受公司产品。

#### ② 比亚迪股份有限公司及珠海格力电器股份有限公司合同条款约定

比亚迪股份有限公司在框架协议中约定“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”及珠海格力电器股份有限公司在《年度购货合同（基地）》约定“乙方交货地点：甲方指定地点。产品的运输、卸吊、搬运、安装工作由乙方负责。乙方在甲方场地进行的搬运、卸吊等工作可请求甲方进行协助，在此期间产生的责任和风险均由乙方承担。”

上述条款系客户采购签约时的惯用格式条款，其中关于“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。”及“运输、卸吊、搬运、安装工作由乙方负责。”为通用条款，旨在面对各类供应商、各类产品采购的通用场景。公司热流道产品总体安装比较简单，安装调试系公司承担的售后附随义务，不是控制权转移、最终验收和结算等的前置条件。双方合作过程中，部分热流道系统系客户自行组织安装，部分由公司现场派人指导、协助安装，但均不影响产品收货确认。

#### ③ 其他合同条款约定

如本说明二（一）1（1）之所述，除上述主要条款外，还包括其他合同条款如：“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。”、“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。”、“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。”等。在实际执行过程中，公司以签收作为交付时点，并完成货物控制权转移。

综上，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，公司以客户签字确认的发货单作为收入确认依据与合同约定和会计准则要求相符。

## 2) 付款条款

报告期内，公司销售合同不存在约定签收、安装调试、验收相关的进度收款权，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，公司就该商品已经享有现时收款权利，客户也负有现时付款义务；同时，公司将产品交付给客户之后，物资数量、质量及完好性等该产品的所有权上的主要风险和报酬均转移至客户，客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。公司收入确认政策与合同约定中付款条件是匹配的。

## 3) 质保与服务条款

公司热流道产品总体安装比较简单，对于内销业务，部分系由公司现场派人指导、协助安装，相关安装调试服务系产品签收完成后为提升客户服务水平而发生的售后服务，一般包括指导安装或提供技术服务如提供零部件、整套热流道系统的免费安装、维修、更换或者退货等。

综上所述，结合公司主要客户销售合同包括控制权转移条款、付款条款及质保与服务条款，对于内销热流道系统业务，公司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、合规性。

## 2. 对照企业会计准则相关规定，进一步说明公司产品收入确认时点的合规性

### (1) 公司收入确认属于时点履约义务

公司营业收入主要来源于热流道系统销售，以签收或者签收+异议期作为收入确认时点。根据《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定，公司收入确认时点的确认方式如下：

收入确认的具体步骤	公司执行情况
识别与客户订立的合同	公司与客户已签订买卖合同并承诺将履行各自义务，合同中均明确了双方与所转让商品或提供劳务相关的权利和义务
识别合同中的履约义务	公司与客户的合同中明确规定公司提供商品或服务的履约义务，如交付商品的规格、数量，公司提供产品时是否存在其他不可单独区分的义务或关联事项
确定交易价格	合同中明确约定公司转让商品或提供服务有权可收取的对价及结算时间
分摊交易价格	合同中明确约定公司在交易构成中的履约义务，能够明确区分各公司商品的交易价格
确认收入	公司履约义务的实现方式为在将商品交付给客户签收时确认收入，不存在按照履约进度分期确认收入的情形

### (2) 公司控制权转移时点符合《企业会计准则》规定

基于公司与其客户的销售合同约定，将商品交付给客户并经签收时确认收入，符合《企业会计准则第 14 号——收入》中判断客户是否已取得商品控制权应考虑的迹象的相关规定，具体分析如下：

判断是否取得商品控制权应当考虑的迹象	公司情况说明	是否符合条件
(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	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时，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	符合
(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	根据合同约定，自交付日起，商品的所有权即转移给客户	符合
(三) 企业已将该商品实物转移给客户，即客户占有该商品	客户签收后，公司已将商品实物转移给客户	符合
(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	客户签收后，公司销售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	符合

(五) 客户已接受该商品	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	符合
(六) 其他表明客户已取得该商品控制权的迹象	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，公司在报告期各期执行一贯的收入确认的会计政策，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，在该时点确认收入符合企业会计准则的规定，具备合规性。

**(四) 说明签收单仅签字未盖章的客户性质、相关签字人身份及判断依据、是否有权代表客户签字，报告期内公司是否因签收单仅签字未盖章的效力问题与客户发生纠纷；公司与客户对账的具体方式、内容，是否保留书面对账单，对账单是否经客户确认及确认的具体形式（签字或盖章），是否存在对账不一致的情形，如不一致，如何进行调整并进行会计处理，是否符合企业会计准则相关规定**

1. 说明签收单仅签字未盖章的客户性质、相关签字人身份及判断依据、是否有权代表客户签字，报告期内公司是否因签收单仅签字未盖章的效力问题与客户发生纠纷

报告期各期，公司客户签收单（即经客户确认的公司送货单，下同）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%
	(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%

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
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]其他收入包含售后服务、租金、废料收入和设计费等

报告期各期，公司送货单仅签字未盖章收入分别为 4,122.29 万元、4,441.31 万元、5,602.25 万元和 3,724.47 万元，占当期营业收入比例分别为 28.91%、26.38%、23.89%和 25.34%。上述客户主要系模具厂和汽车零部件厂，具体如下：

单位：万元

客户性质	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
模具厂	3,395.79	4,534.56	3,976.55	3,858.21
汽车零部件厂	251.89	974.00	397.84	177.69
其他	76.78	93.69	66.93	86.39
仅签字未盖章合计	3,724.47	5,602.25	4,441.31	4,122.29

报告期各期，公司送货单仅签字未盖章客户主要为模具厂客户。针对相关签字人员身份及判断，以及是否有权代表客户签字，公司与客户就上述送货单进行了补充确认，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
仅签字未盖章收入金额 A	3,724.47	5,602.25	4,441.31	4,122.29
客户补充盖章确认金额 B	2,231.14	3,071.64	1,764.80	1,532.38
核查确认比例 C=B/A	59.90%	54.83%	39.74%	37.17%
剩余金额 D=A-B	1,493.33	2,530.61	2,676.51	2,589.91
期后回款金额 E	997.71	2,126.93	2,522.43	2,556.84
回款确认比例 F=E/A	26.79%	37.97%	56.79%	62.02%
合计确认比例 G=C+F	86.69%	92.79%	96.53%	99.20%

注：回款系截至2025年12月16日

公司通过补充盖章、发函核查等手段确认上述送货单金额比例分别为37.17%、39.74%、54.83%和59.90%，公司与客户就仅签字未盖章的送货单进行补充盖章，或发函确认签字人员系对方员工，且有权代表代表与公司对接办理涉及货物的签收、清点、检查、确认事宜，在送货单上签名确认收货的行为真实、合法、有效。

此外，由于公司客户数量众多，部分客户仅采购零星产品且目前已无合作，公司对于无法进一步确认签字人员，从期后回款方面确认送货单金额比例分别为62.02%、56.79%、37.97%和26.79%。

上述合计已确认送货单比例合计分别为99.20%、96.53%、92.79%和86.69%，送货单签字人员的有效性总体较高，报告期内，公司不存在因送货单仅签字未盖章的效力问题与客户产生纠纷或潜在纠纷的情形。

2. 公司与客户对账的具体方式、内容，是否保留书面对账单，对账单是否经客户确认及确认的具体形式（签字或盖章），是否存在对账不一致的情形，如不一致，如何进行调整并进行会计处理，是否符合企业会计准则相关规定

(1) 公司与客户对账的具体方式、内容，是否保留书面对账单，对账单是否经客户确认及确认的具体形式（签字或盖章）

报告期内，公司根据合同约定或交易习惯，以固定的对账周期或产品批次与客户进行对账，对账内容包括发货日期、送货单号、存货名称、规格型号、单位、数量、单价、金额等信息。除比亚迪股份有限公司、青岛海泰科模具有限公司、珠海格力电器股份有限公司、华域汽车系统股份有限公司等客户通过供应商管理系统对账外，公司一般通过微信、邮件等方式与客户核对前述信息，以报告期各期前二十大客户当期交易对账情况如下为例，具体情况如下：

单位：万元

对账方式	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
微信	2,881.66	48.86%	4,137.97	45.88%	2,623.04	44.39%	2,533.64	52.75%
供应商系统对账	1,667.27	28.27%	2,878.38	31.92%	1,288.13	21.80%	521.20	10.85%
邮件	842.76	14.29%	1,484.03	16.46%	1,639.06	27.74%	1,748.08	36.40%
飞书	505.84	8.58%	517.90	5.74%	358.60	6.07%		
合计	5,897.53	100.00%	9,018.28	100.00%	5,908.83	100.00%	4,802.92	100.00%
营业收入	14,699.31		23,446.54		16,839.04		14,256.81	
前 20 大客户收入合计占比	40.71%		38.46%		35.09%		33.69%	

由上表可见，报告期各期前二十大客户主要对账方式包括微信、供应商系统对账、邮件和飞书方式，对于通过对账系统或邮件对账的客户，公司保留系统内部对账记录，对于以其他方式进行对账公司一般不保留书面对账单。

(2) 是否存在对账不一致的情形，如不一致，如何进行调整并进行会计处理，是否符合企业会计准则相关规定

公司与客户对账过程中若存在不一致，一般系销售折扣、手续费等情形，公司财务人员核实原因后，调整相关收入及应收账款等，除此以外基本不存在不一致情况。调整后公司重新发送对账单与客户核对，并由双方对核对相符后的对账单进行确认，最终对账一致，相关账务调整符合企业会计准则的规定。

(五) 说明在缺失签收单的情况下公司相关产品收入确认的具体时点及依据，公司关于单据缺失现象采取的具体整改措施，是否实施有效，目前仍存在缺失单据情形的原因及合理性，前述情况是否说明公司财务内控不规范，公司关于收入确认相关的内部控制是否健全并有效

1. 在缺失签收单的情况下公司相关产品收入确认的具体时点及依据  
报告期各期，公司客户送货单缺失情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
无送货单金额	21.69	43.36	54.87	93.87
营业收入金额	14,699.31	23,446.54	16,839.04	14,256.81
比例	0.15%	0.18%	0.33%	0.66%

报告期各期，公司各期缺失送货单对应收入金额为93.87万元、54.87万元、43.36万元和21.69万元，收入占比分别为0.66%、0.33%、0.18%和0.15%，占比较小且逐年下降。公司的送货单信息（包括签收时间、货物等）均已录入公司系统，上述纸质送货单缺失主要系公司单据保存不善，遗失了一些零星客户的小额订单，因此不影响公司相关产品的收入确认时点。

针对上述纸质送货单缺失的情况，公司加强内部控制建设，积极整改，截至本说明出具日，上述缺失的纸质单据补充情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
无送货单金额	21.69	43.36	54.87	93.87
补充确认金额	21.69	43.36	54.87	93.87
比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

公司报告期内缺失的纸质单据均已向相关客户补充确认，公司相关产品收入确认具体时点和依据充分。

2. 公司关于单据缺失现象采取的具体整改措施，是否实施有效，目前仍存在缺失单据情形的原因及合理性，前述情况是否说明公司财务内控不规范，公司关于收入确认相关的内部控制是否健全并有效

报告期内，公司存在送货单缺失的内部不规范情形，主要系公司的送货单文件回收及保管的重视程度不够所致，但通过向客户追认、完善客户送货单管理等方式予以整改。2022年至2025年6月前述情形占比逐渐降低，且目前已整改，整改措施实施有效。自2025年6月以来，公司进一步严格要求业务部门需取得经客户确认的送货单并安排专人保管，财务部根据送货单等确认收入，相关收入内控制度得到了较好的执行，送货单等收入确认单据保存良好。除上述情形外，公司收入确认不存在其他不规范情形，公司关于收入确认相关的内部控制制度已建立健全并有效执行。

## **(六) 核查程序及结论**

### **1. 核查程序**

(1) 取得报告期各期前 20 大客户销售合同，查阅销售合同中有无安装调试相关条款及收款权相关条款，通过访谈客户、公司相关人员，了解相关条款是否实际履行，是否由客户自行或委托第三方进行安装调试，了解公司是否承担相关合同条款义务，公司是否发生指导安装或提供技术服务相关的成本费用，会计处理是否合规，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) 对公司报告期内主要客户的营业收入确认对应的送货单签署情况进行检查，检查其销售订单、送货单、对账单、销售发票、回款单等关键性单据；

(5) 了解公司报告期内送货单缺失的具体原因、整改完善情况；

(6) 通过走访了解公司与客户是否对账。

### **2. 核查结论**

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，前 20 大客户合同中，公司与珠海格力电器股份有限公司购货合同存在设置安装调试条款，其他客户合同无安装调试条款。相关安装调试条款为采购签约时的惯用格式条款，其中关于“运输、卸吊、搬运、安装工作由乙方负责”为通用条款，旨在面对各类供应商、各类产品采购的通用场景，双方合作过程中，部分热流道系统系客户自行组织安装，部分由公司现场派人指导、协助安装，但均不影响产品收货确认。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，会计处理合规；

(2) 报告期内，公司前 20 大客户的销售合同中，未设置安装调试条款占比较高，该类合同收入占比分别为 100.00%、96.96%、94.12%和 95.74%；

(3) 报告期内，公司各期前 20 大客户不存在约定签收、安装调试、验收相关的进度收款权；

(4) 报告期内，送货单仅签字未盖章对应的客户主要系模具厂和汽车零部件厂，通过走访、确认函等方式确认签收人均系客户员工，有权代表客户签字，报告期内公司未因送货单仅签字未盖章的效力问题与客户发生纠纷。公司主要通过微信、供应商系统等方式和客户核对发货日期、送货单号、存货名称、规格型号、单位、数量、单价、金额等信息，对于通过对账系统或邮件对账的客户，公司保留系统内部对账记录，对于以其他方式进行对账公司一般不保留书面对账单。除结算金额差异外基本不存在对账不一致情况，调整后公司重新发送对账单与客户核对，最终对账一致，相关账务调整符合企业会计准则的规定；

(5) 报告期内，公司少量送货单缺失主要原因系公司回收送货单后因少量单据保存不善使得单据遗失，公司回收送货单后进行登记，并以签收或签收+异议期作为交付时点，完成货物控制权转移作为相关产品收入确认的时点。对于缺失单据公司已通过向客户追认、完善客户送货单管理等方式进行整改，对销售管理流程与收入确认流程进行规范并严格执行。除上述情形外，公司收入确认不存在其他不规范情形，关于收入确认相关的内部控制已建立健全并有效执行。

#### **(七) 就合同实际履约情况对收入确认政策的影响发表明确意见**

公司在报告期各期执行一贯的收入确认的会计政策,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,在该时点确认收入符合企业会计准则的规定,具备合规性。

**(八) 说明收入确认单据仅签字情况下,中介机构对签字人员身份的核验过程及相关依据,签字人员是否有权代表客户确认产品控制权转移**

报告期内,仅签字确认收入占比分别为28.91%、26.38%、23.89%和25.34%,针对收入确认单据仅签字的项目进行核查,程序如下:

(1) 查阅《企业会计准则》的相关规定,检查与收入确认方法相关的条款,核实公司缺失单据项目的收入确认方法是否符合《企业会计准则》的相关规定;

(2) 了解公司关于产品签收以及收入确认的内部控制制度;

(3) 核查公司客户补充盖章送货单情况;

(4) 核查仅签字收入确认单据对应收入的回款情况,检查是否因送货单仅签字未盖章的效力问题与客户产生纠纷或潜在纠纷。

公司通过补充盖章、发函、回款核查等手段确认上述送货单金额比例分别为99.20%、96.53%、92.79%和86.69%,送货单签字人员的有效性总体较高,报告期内,公司不存在因送货单仅签字未盖章的效力问题与客户产生纠纷或潜在纠纷的情形,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。

**(九) 说明对缺失单据对应收入真实性采取的具体核查程序、核查比例及核查结论,公司缺失单据产品对应收入确认时点是否符合企业会计准则相关规定**

1. 对缺失单据对应收入真实性采取的具体核查程序、核查比例及核查结论

报告期内,缺失单据对应收入占比分别为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。

针对未取得单据确认收入的项目进行核查,程序如下:

(1) 查阅企业会计准则的相关规定,检查与收入确认方法相关的条款,核实公司缺失单据项目的收入确认方法是否符合企业会计准则的相关规定;

(2) 访谈公司财务负责人在未获取客户确认的送货单的情况下,收入确认具体时点及依据,分析收入确认时点的合规性;

(3) 了解公司关于产品签收以及收入确认的内部控制制度；

(4) 要求公司业务人员通过电话、微信及现场拜访等方式与客户沟通，补充送货单据；

(5) 取得缺失单据对应收入的项目的合同、发货单，核查收入确认时点前产品已完成发货和签收；

(6) 核查缺失单据对应收入的回款情况，确认项目收入的真实性。

经核查，报告期内，公司存在送货单缺失的内部不规范情形，主要系公司的送货单文件回收及保管的重视程度不够所致，但通过向客户追认、完善客户送货单管理等方式予以整改。2022年至2025年6月前述情形占比逐渐降低，且目前已整改，整改措施实施有效。自2025年6月开始，公司进一步严格要求业务部门需取得经客户确认的送货单并安排专人保管，财务部根据送货单等确认收入，相关收入内控制度得到了较好的执行，送货单等收入确认单据保存良好。

综上所述，公司缺失单据对应的收入具有真实性。

## 2. 缺失单据项目对应收入确认时点是否符合企业会计准则相关规定

公司在履行了合同中的履约义务且有权取得的对价很可能收回时，应当在客户取得相关商品控制权时确认收入。报告期内，公司少量送货单缺失主要系公司回收送货单后因少量单据保存不善使得单据遗失。公司回收送货单后进行登记，并以签收或签收+异议期作为交付时点，完成货物控制权转移作为相关产品收入确认的时点，同时在过往产品交付、开票及收款过程中未发生异常情形。

综上所述，公司缺失单据项目对应收入确认时点符合企业会计准则相关规定。

## 三、业绩增长可持续性

根据申请文件及问询回复：（1）发行人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；报告期内，发行人热流道系统产品主要应用于汽车领域。（2）报告期各期，发行人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，发行人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。(3) 2025 年 1-6 月, 发行人毛利率出现下滑趋势, 截至 2025 年 8 月末, 发行人在手订单金额为 4,911.01 万元, 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。

请发行人:(1) 按产品终端应用领域列示报告期各期热流道系统的收入构成情况, 说明各类产品收入变动情况与终端行业发展趋势、下游直接客户经营业绩是否匹配, 目前发行人产品终端应用领域主要集中在汽车领域的原因, 发行人是否具有向其他终端应用领域拓展的能力, 针对发行人产品终端应用领域较为单一的风险作风险揭示。(2) 说明作为终端主机厂的二级或三级供应商, 发行人是否能获知产品最终应用的终端主机厂名称、具体汽车部件及对应车型, 如是, 具体分析发行人汽车相关产品收入变动情况与终端主机厂相关车型的出货量、行业景气度是否匹配; 说明报告期内发行人业绩增长是否主要来源于终端主机厂车型的更新换代, 结合报告期内发行人产品对应终端主机厂及车型更新换代的具体情况, 说明发行人业绩增长的真实合理性。(3) 说明发行人产品在下游主要客户中的供应份额、相较于主要客户其他供应商的竞争优势, 发行人向主要客户的销售是否稳定可持续, 是否存在被其他供应商替代的风险, 充分揭示对主要客户销售波动的风险并进行重大事项提示。(4) 结合发行人不同产品的定价标准、原材料价格波动、产品结构变化(如针阀式热流道系统和开放式热流道系统的占比情况)等因素量化分析产品销售单价下降的原因, 终端主机厂年降政策对发行人产品价格及毛利率的影响, 报告期后产品价格是否持续下降及对公司经营业绩的影响。(5) 结合市场需求及变化趋势、行业竞争格局、发行人核心竞争力、期后业绩变动情况、毛利率变动趋势、主要客户经营情况及预计采购计划等充分论证发行人业绩增长是否具有可持续性, 相关风险揭示是否充分。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。(审核问询函问题 3)

(一) 按产品终端应用领域列示报告期各期热流道系统的收入构成情况, 说明各类产品收入变动情况与终端行业发展趋势、下游直接客户经营业绩是否匹配, 目前公司产品终端应用领域主要集中在汽车领域的原因, 公司是否具有向其他终端应用领域拓展的能力, 针对公司产品终端应用领域较为单一的风险作风险揭示

1. 按产品终端应用领域列示报告期各期热流道系统的收入构成情况，说明各类产品收入变动情况与终端行业发展趋势、下游直接客户经营业绩是否匹配

(1) 产品终端应用领域列示报告期各期热流道系统的收入构成情况

报告期内，公司产品终端应用领域主要为汽车领域，其余领域为家电、3C 消费电子和其他等。报告期各期，公司主营业务收入中热流道系统按应用领域分类具体情况如下：

单位：万元

应用领域	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
汽车领域	13,685.55	97.39%	22,142.94	98.03%	15,675.95	96.16%	13,343.89	97.27%
家电领域	106.16	0.76%	213.45	0.94%	182.08	1.12%	162.98	1.19%
3C 消费电子领域	45.51	0.32%	94.88	0.42%	161.71	0.99%	32.07	0.23%
电瓶车、管道、包装等其他领域	214.66	1.53%	137.19	0.61%	282.10	1.73%	179.35	1.31%
合计	14,051.87	100.00%	22,588.47	100.00%	16,301.84	100.00%	13,718.30	100.00%

报告期内，公司产品主要集中于汽车领域，汽车领域热流道收入占热流道收入的比例分别为 97.27%、96.16%、98.03%和 97.39%。公司业务亦涉及家电及 3C 消费电子领域，合计收入占比分别为 1.42%、2.11%、1.37%和 1.08%。此外，公司在电瓶车、管道、包装等其他注塑制品相关领域亦实现少量收入，占比分别为 1.31%、1.735%、0.61%和 1.53%。

(2) 各类产品收入变动情况与终端行业发展趋势、下游直接客户经营业绩相匹配

1) 各类产品收入变动情况与终端行业发展趋势相匹配

① 汽车领域

报告期各期，公司汽车领域的收入及变动情况具体如下：

单位：万元

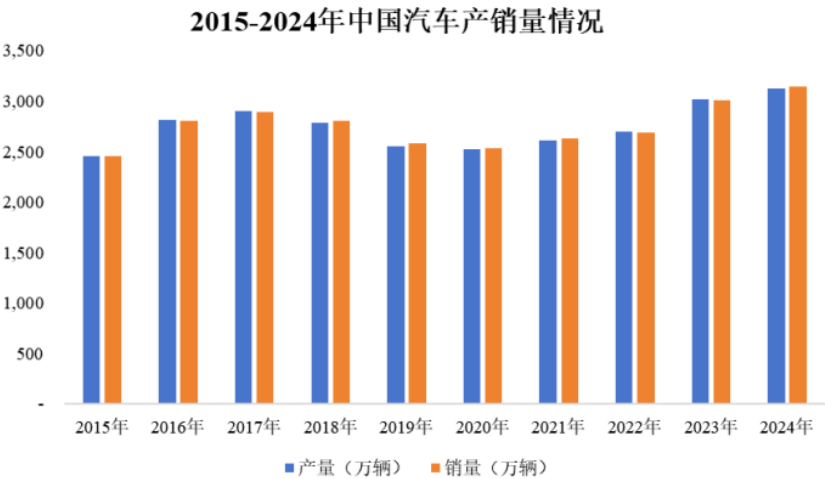
应用领域	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
汽车领域	13,685.55	33.96%	22,142.94	41.25%	15,675.95	17.48%	13,343.89

报告期内，公司汽车领域热流道收入分别为 13,343.89 万元、15,675.95 万元、

22,142.94 万元和 13,685.55 万元，同比增长率分别为 17.48%、41.25%和 33.96%，增长较快。公司产品在汽车热流道领域的持续增长也得益于汽车行业近年的持续发展，具体包括：一方面系国民经济持续增长，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，另一方面系汽车升级换代周期缩短带来新的市场机遇。

A 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

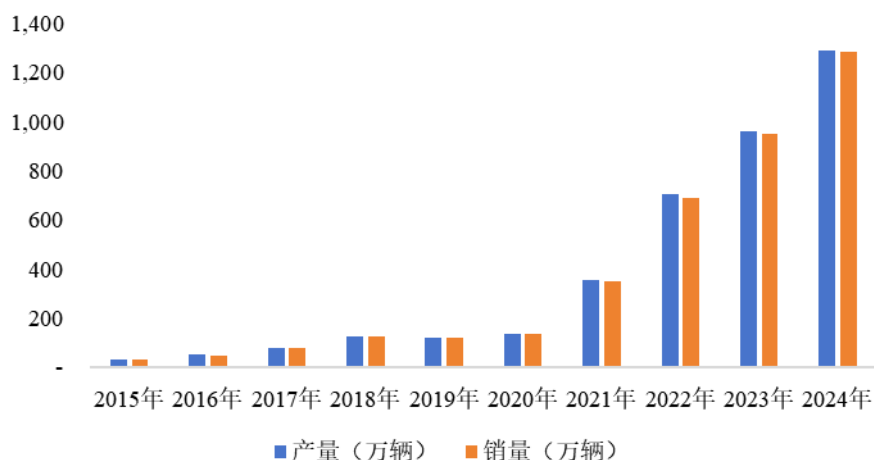
根据中国汽车工业协会数据，近五年我国汽车产量稳步增长，2024 年，中国汽车产销累计完成 3,128.2 万辆和 3,143.6 万辆，同比分别增长 3.7%和 4.5%，全年产销稳中有进，产销量继续保持在 3,000 万辆以上规模。具体情况如下：



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。

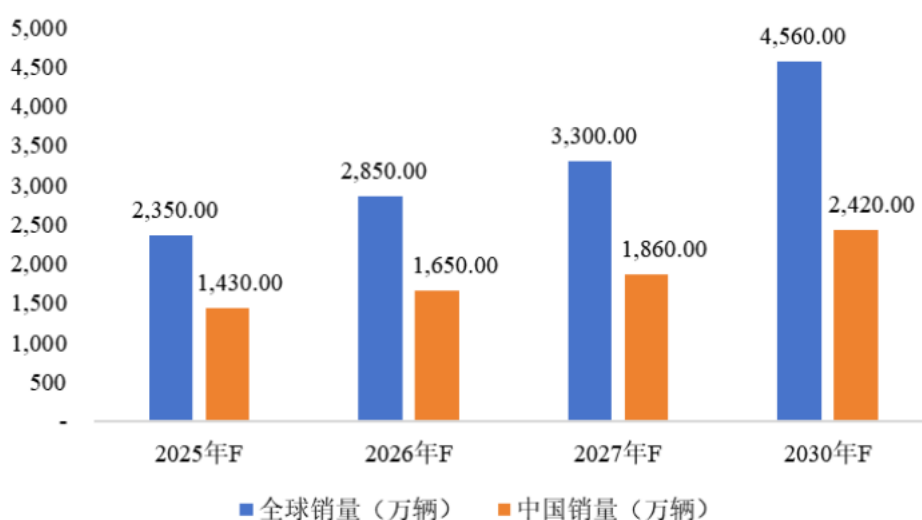
### 2015-2024年中国新能源汽车产销量情况



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）

B 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，汽车生产厂商通过车型的升级换代来吸引消费者，因此市场新车型投放频率加快，开发周期缩短。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。

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，新车型上市包括全新车型、换代车型、改款车型等。报告期内，公司产品最终对应的各期前五大主机厂（共涉及 8 家），更新换代频率总体较高，新车型推出的数量具体如下：

单位：款

序号	终端主机厂	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	比亚迪集团	36	50	24	15
2	上汽集团	27	65	86	123
3	奇瑞汽车	30	64	50	42
4	吉利控股	15	68	34	40
5	长安汽车集团	23	67	52	41
6	东风汽车集团	21	47	55	64
7	一汽集团	18	50	58	62
8	广汽集团	15	56	60	55
合计数		185	467	419	442

注 1：终端主机厂统计主要系公司通过客户提供信息、访谈等获取，新车型数量源自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统计

注 2：2025 年 1-11 月，上述八大终端主机厂更新换代的车型数量为 415 款

报告期各期，上述 8 家主机厂的新车型推出数量分别为 442 款、419 款、467 款和 185 款，款式更新换代总体较多，且比亚迪、奇瑞汽车等国产主机厂车型换代数量总体呈现上升趋势。

报告期内，公司汽车领域收入分别为 13,343.89 万元、15,675.95 万元、22,142.94 万元和 13,685.55 万元，呈现逐年上升的趋势，与行业发展趋势也总体较为匹配。

## ② 家电、3C 消费电子领域

报告期各期，公司家电、3C 消费电子领域热流道收入及变动情况如下：

单位：万元

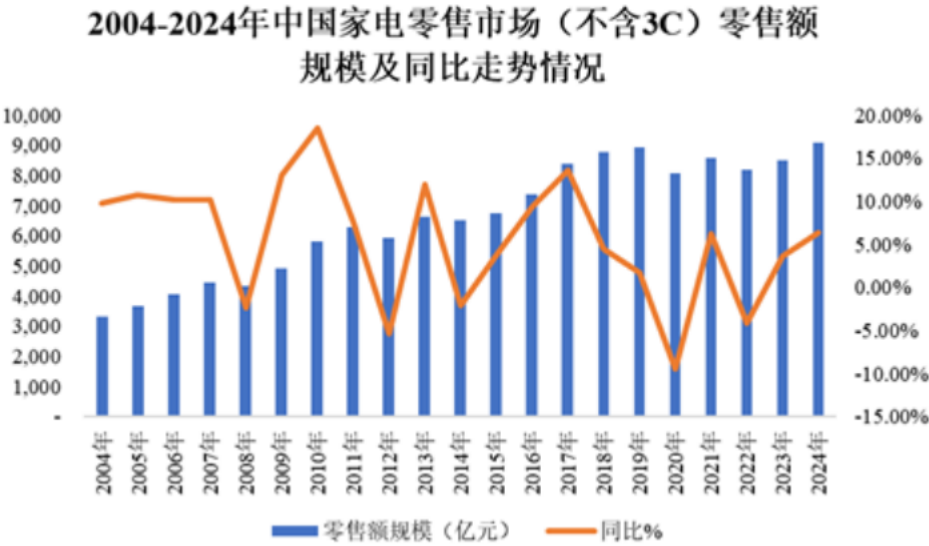
应用领域	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
家电领域	106.16	213.45	182.08	162.98
3C 消费电子	45.51	94.88	161.71	32.07

报告期内，公司家电领域热流道收入分别为 162.98 万元、182.08 万元、213.45 万元和 106.16 万元，公司 3C 消费电子领域热流道收入分别为 32.07 万元、161.71 万元、94.88 万元和 45.51 万元。公司家电、3C 消费电子领域销售规模相对较小，主要受制于产能资源等因素，随着公司产能逐步释放和资源优化配置，将积极把握家电、3C 消费电子热流道市场的广阔发展机遇。家电领域和 3C 消费电子领域亦是热流道主要下游市场，近年来发展趋势良好，具体如下：

A 家电行业发展趋势

a 内需扩大、供给优化，国内家电市场迎发展新机遇

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）数据，2024 年中国家电全品类（不含 3C 消费电子）零售额 9,071 亿元，同比增长 6.4%。9,071 亿元是继 2019 年 8,910 亿元之后的全新记录。



数据来源：奥维云网（AVC）

b. 家电新品迎“井喷”，多品类涨幅超 50%

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%；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%。

产品品类	2024 年新增数量（万种）	同比增长率（%）
空调	2.7	79.1
家用灶具	1.7	95.5
冰箱	1.5	30.8
热水器	1.5	132.4
吸油烟机	0.8	200.7
洗衣机	0.6	13.7

随着家电产品向轻量化、个性化和环保化方向发展，塑料不仅用于外观部件，还越来越多地用于内部结构件，未来家电行业景气复苏度有望延续，家电行业的复苏增长和新产品数量的增加也将进一步带动注塑模具市场和热流道行业的发展。

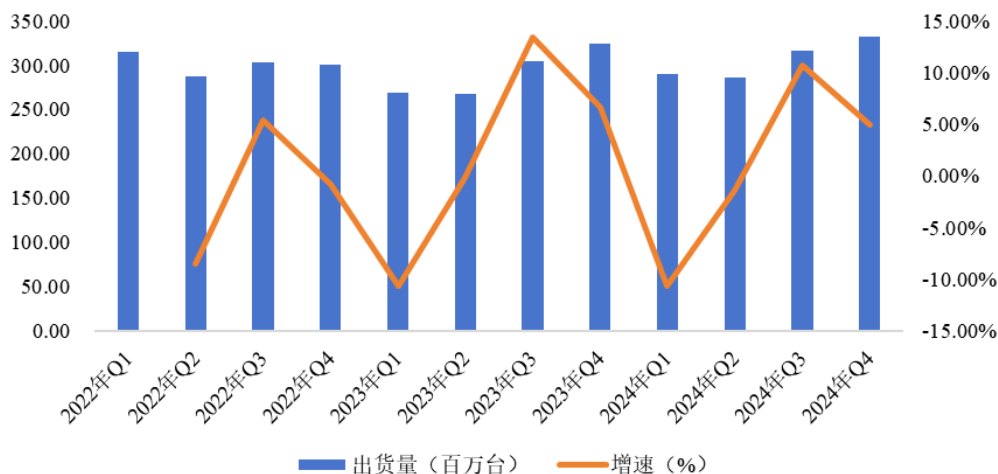
B 3C 消费电子行业发展趋势

a 技术迭代与场景创新为 3C 消费电子市场开辟新的增长格局

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。近年来，随着我国经济不断发展，3C 消费电子产品已广泛应用于居民生活的各个领域，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 消费电子行业市场规模巨大，行业的景气度长期向好。

以智能手机领域为例，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 亿台，连续第六个季度保持同比增长。2024 年全年同比增长 6.4%，出货量达到 12.4 亿台，这标志着在经历了两年充满挑战的下滑后，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

#### b 3C 消费电子推新加速，AI 赋能开启换机新浪潮

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 AIPC 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。

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的发布，全球 3C 消费电子市场有望迎来新一轮增长。在产品迭代加速、技术升级持续的背景下，市场对精密、高性能塑料零部件的需求不断提升，进而推动塑料模具与热流道技术向更高效、更精密的方向创新发展。

报告期内，公司家电、3C 消费电子领域热流道收入规模较小的主要原因为公司前期受产能资源所限，未对该细分领域进行重点布局。未来，随着产能逐步释放与资源配置优化，公司将积极把握 3C 热流道市场的广阔成长空间，重点推进相关技术研发与客户拓展，为整体业务增长注入新动能。

#### 2) 各类产品收入变动情况与下游直接客户经营业绩相匹配

##### ① 公司汽车领域下游直接客户经营业绩

2022-2025 年 6 月，公司汽车热流道领域各期前五大客户（合计共 12 家）的销

售金额及其经营业绩如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	是否匹配
1	比亚迪股份有限公司	销售额	1,260.99	2,113.40	1,108.78	332.59	匹配。公司与比亚迪销售额增长较快主要系：A. 比亚迪经营业绩稳定向好，且在行业内地位突出，对热流道产品的需求稳定；B. 公司凭借稳定的产品质量与良好的服务能力，成功进入比亚迪供应链体系，并与多家外资品牌展开竞争，逐步获得更多订单。
		营业收入	37,128,094.80	77,710,245.50	60,231,535.40	42,406,063.50	
		净利润	1,603,893.90	4,158,794.00	3,134,407.00	1,771,310.40	
2	台州汇力普模塑有限公司	销售额	301.59	564.47	349.04	264.58	匹配。台州汇力普整体经营业绩保持平稳，公司对其销售额实现较快增长，主要得益于公司凭借稳定的产品质量与良好的服务能力，获得了更多订单份额。
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	未透露				
3	珠海格力电器股份有限公司	销售额	255.09	530.11	179.35	60.31	匹配。格力电器整体经营业绩保持平稳，公司对其销售额实现较快增长，主要得益于公司凭借稳定的产品质量与良好的服务能力，获得了更多订单份额。
		营业收入	9,732,492.60	18,916,365.41	20,397,926.64	18,898,838.27	
		净利润	1,451,286.91	3,237,106.93	2,771,902.29	2,301,134.44	
4	常州星宇车灯股份有限公司	销售额	505.84	517.90	358.60	16.40	匹配。公司与星宇车灯销售额增长较快主要系：A. 星宇车灯经营业绩持续向好，业务规模的扩大带动了对热流道产品的需求提升；B. 凭借稳定的产品质量与良好的服务能力，获得了更多订单份额。
		营业收入	675,721.08	1,325,293.37	1,024,844.58	824,799.46	
		净利润	70,643.86	140,828.05	110,212.97	94,142.43	
5	宁波吉海模具有限公司	销售额	654.55	492.36	33.84	20.62	匹配。公司与宁波吉海模具销售额增长较快主要系：A. 该公司经营业绩持续向好，业务规模的扩大带动了对热流道产品的需求提升；B. 公司凭借稳定的产品质量与良好的服务能力，逐步获得更多订单。
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
6	芜湖安瑞光电有限公司	销售额	194.11	415.38	507.00	153.04	匹配。安瑞光电整体经营业绩保持平稳，公司对其销售额实现较快增长，主要得益于公司凭借稳定的产品质量与良好的服务能力，获得了更多订单份额。
		营业收入	114,026.05	221,971.10	230,254.28	199,715.36	
		净利润	7,776.67	13,702.72	12,503.69	8,915.70	
7	江苏星科精密模具有限公司	销售额	161.01	285.28	409.44	247.66	匹配。江苏星科精密整体经营业绩保持平稳，公司对其销售额有所波动，总体稳定。
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
8	台州市	销售额	114.38	367.49	394.58	327.52	匹配。台州市点睛模业整体

序号	客户名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	是否匹配
	点睛模业有限公司	营业收入	***	***	***	***	经营业绩总体向好，公司对其销售额总体稳定。
		净利润	***	***	***	***	
9	浙江永明模具股份有限公司	销售额	226.69	399.35	327.53	492.64	匹配。浙江永明模具整体经营业绩保持平稳，公司对其销售额有所波动，总体稳定。
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
10	常诚车业江苏有限公司	销售额	49.22	4.60	108.55	416.77	匹配。常诚车业整体经营业绩保持平稳，公司对其销售额有所下降，主要系自身业务转型等问题与公司减少合作。
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
11	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	销售额	96.58	291.12	156.88	320.69	匹配。嘉利股份整体经营业绩保持平稳，热流道需求相对稳定，对公司采购额也保持在稳定水平。
		营业收入	131,987.20	268,023.32	278,786.93	267,090.05	
		净利润	3,025.18	8,796.06	11,223.05	11,523.36	
12	广州中誉精密模具有限公司	销售额	393.69	301.28	6.06	32.17	匹配。广州中誉精密模具整体经营业绩保持平稳，2024 年对公司采购增加主要系加强与公司的合作。
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	未透露				

注：以上客户营业收入、净利润来源于上市公司定期报告、客户确认函等

公司汽车领域的主要下游客户多为汽车模具厂、零部件制造商和主机厂商。报告期内，公司主要客户经营业绩整体较为稳定。公司作为其供应商，凭借稳定的产品质量和定制化服务能力，与客户保持了长期良好合作关系，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。公司汽车热流道系统产品的收入变动与下游直接客户经营业绩相匹配。

② 公司家电、3C 消费电子领域下游直接客户经营业绩

2022-2025 年 6 月，公司家电、3C 消费电子领域主要客户（三年一期累计交易额 100 万元以上）热流道系统销售金额及其经营业绩如下表所示：

单位：万元

序号	客户	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计	经营情况	是否匹配
1	京东方 A（000725.SZ）	45.51	94.88	158.97		299.36	2022 年度-2025 年 1-6 月，京东方 A 营业收入分别为 1,784.14 亿元、1,745.43 亿元、1,983.81 亿元和 1,012.78 亿元；净利润-17.41 亿元、3.70 亿元、41.45 亿元和 30.29 亿元	匹配。京东方 A 整体经营业绩保持平稳上升，热流道需求有所上升，京东方 A 业务范围较大，与公司交易金额绝对值不高，存在合理性

序号	客户	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年 度	2022 年 度	合计	经营情况	是否匹配
2	昆山汉进源模具有限公司	57.47	16.14	52.18		125.79	2023 年度-2025 年 1-6 月，营业收入分别为***；净利润分别为***	匹配。整体经营业绩保持平稳，对公司采购额有所波动，总体金额较小，具有在合理性
3	昆山华起盛精密模具科技有限公司	32.99	52.08	23.81		108.88	2022 年度-2025 年 1-6 月，昆山华起盛精密模具科技有限公司收入大约分别为***，2022 年度-2025 年 1-6 月，公司净利润大约分别为***	匹配。昆山华起盛精密模具整体经营业绩保持平稳上升，热流道需求有所上升，对公司采购额有所上升
4	苏飞亚机械科技（苏州）有限公司		23.90	46.18	34.80	104.87	苏飞亚机械科技（苏州）有限公司成立于2016年12月30日，注册资本为6,475.4万元，经营范围包括汽车、摩托车及电子相关产品、塑料制品、塑胶模具、精密注塑、液晶背光模等。苏飞亚机械科技为高新技术企业，不属于失信被执行人，公司状态正常	匹配。苏飞亚机械科技（苏州）有限公司主要经营括汽车、摩托车及电子相关产品、塑料制品、塑胶模具，与公司供应的热流道系统相匹配，且正常经营，公司与苏飞亚机械科技（苏州）有限公司交易金额绝对值不高，存在合理性

注：以上客户经营情况来源于上市公司定期报告、工商信息查询、客户确认函等

公司家电、3C 消费电子领域的主要下游客户多为 3C 消费电子生产商、模具厂等。报告期内，公司上述主要客户经营业绩整体较为稳定。公司作为其供应商，凭借稳定的产品质量和定制化服务能力，与客户保持了长期良好合作关系，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。公司家电、3C 消费电子热流道系统产品的收入变动与下游直接客户经营业绩基本匹配。

2. 目前公司产品终端应用领域主要集中在汽车领域的原因，公司是否具有向其他终端应用领域拓展的能力

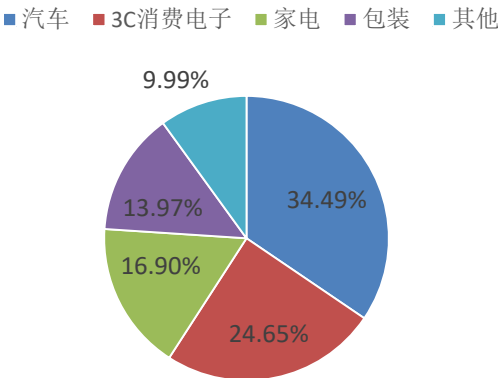
(1) 目前公司产品终端应用领域主要集中在汽车领域的原因

公司自 2010 年成立之初，主要从事家电等领域热流道系统业务。2014-2015 年，汽车业务持续增长并成为公司主要业务，此后公司主要应用领域集中在汽车领域。目前，公司产品终端应用领域主要集中于汽车领域，是公司在发展过程中，在产能有限的情况下，综合考量下游行业发展潜力、细分市场空间、经济效益等因素后所做出的决策，具体如下：

1) 汽车热流道系第一大热流道细分市场

根据 QYResearch 统计，2024 年度，汽车热流道系统在中国市场的市场份额情况占比为 34.49%，系热流道系统第一大应用领域，市场空间较大。

### 中国热流道系统按应用领域分布

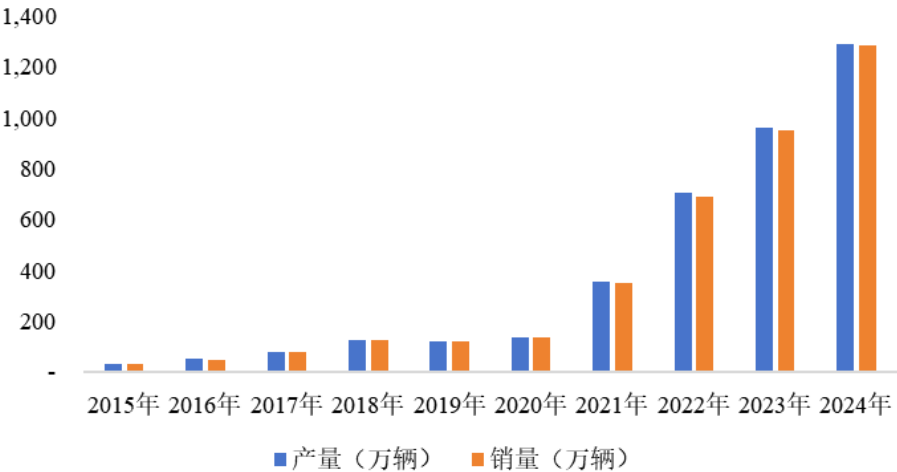


根据 QYResearch 研究报告显示，2024 年全球汽车领域（包括车灯、内外饰等）热流道系统市场收入为 96.78 亿元，预计到 2030 年全球市场规模将增至 132.93 亿元。2024 年国内汽车热流道市场规模为 27.16 亿元，预计 2030 年国内汽车热流道销售收入达到 41.06 亿元。

#### 2) 中国新能源汽车发展迅速

过去在燃油车时代，中国汽车工业因发动机、变速箱等核心技术积累不足而长期处于追赶地位。然而通过产业政策引导和市场驱动，中国成功抓住了汽车动力技术从化石燃料向电力驱动的历史性“弯道”，中国自 2015 年起成为全球最大的新能源汽车市场，并持续保持领先地位，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%。

### 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

汽车领域发展趋势参见本说明(一)1(2)1①之所述。新能源汽车行业兴起之初是关键机遇期，彼时市场格局尚未成熟，参与者具有更多机会。公司在分析中国新能源汽车产业的蓬勃发展趋势及新入者的机会后认为集中资源发展汽车领域热流道系统是驱动未来增长的关键引擎。

3) 汽车领域技术含量要求更高，产品定价更高

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。汽车领域热流道相较于其他领域技术含量要求更高，产品定价更高。报告期内，公司汽车领域热流道系统与家电领域热流道系统单价对比如下：

单位：元/点

应用领域	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汽车车灯热流道系统	8,524.13	9,059.93	9,462.78	8,660.44
汽车内外饰热流道系统	4,584.06	4,857.78	5,128.78	5,334.29
家电及 3C 消费电子领域热流道系统	3,340.84	3,614.71	3,688.76	3,854.86

报告期内，汽车车灯领域热流道系统单价分别为 8,660.44 元/点、9,462.78 元/点、9,059.93 元/点和 8,524.13 元/点，汽车内外饰领域热流道系统单价分别为 5,334.29 元/点、5,128.78 元/点、4,857.78 元/点和 4,584.06 元/点，高于其他领域（家电、3C 消费电子）单价。

4) 公司受限于产能瓶颈，优先满足汽车领域产品

公司自成立以来，通过购置核心生产设备、设立子公司及建设生产基地等方式扩大产能规模。随着公司深耕汽车热流道领域并积累了一定行业知名度，汽车领域订单亦增加较多，导致公司产能长期处于饱和状态。报告期各期，公司产能利用率分别为 114.07%、96.84%、94.37%和 107.73%，其中部分期间产能利用率超过 100%，主要系通过优化生产排班、提升生产效率等方式超负荷满足订单需求。

公司综合考量市场需求及资源优化配置原则，将有限的生产资源集中投向汽车领域。汽车行业对产品交付周期、质量稳定性要求严苛，公司通过优先保障汽车领域订单的交付效率与产品品质，逐步建立起在汽车热流道市场的良好口碑及品牌优势。此外，汽车领域技术迭代速度较快，公司持续加大研发投入，形成了核心技术

壁垒，进一步巩固了在该领域的市场地位。

未来，随着公司新增产能逐步释放，公司将具备平衡汽车领域与家电、3C 消费电子等其他领域订单需求的能力，推动各业务板块均衡发展，提升整体盈利水平。

(2) 公司具有向其他终端应用领域拓展的能力

1) 技术层面

报告期内，公司终端应用聚焦汽车领域，但凭借热流道技术的通用性基础、多年积累的核心技术储备，以及针对不同领域差异化需求的精准适配能力，具备向家电、3C 消费电子、日化包装、医疗耗材等多领域拓展的技术实力。

① 热流道系统的技术通用性奠定跨领域拓展基础

热流道系统的核心原理在于通过精准温控与流道优化实现塑料熔体的稳定成型，不同应用领域对热流道系统的核心诉求（成型一致性、温控稳定性、料流顺畅性、低废品率）具有本质共通性。公司深耕行业多年，构建的技术体系并非局限于汽车领域专属，其核心技术的原理与应用逻辑可广泛适配多场景需求，为跨领域拓展提供了直接技术支撑：

核心技术名称	技术原理	跨领域应用场景
多色热流道系统技术	多区域独立温控与阀针时序协同控制，实现多色/多材质一体成型	多色家电面板、3C 产品多色外壳（如手机按键、耳机充电盒）、日化包装双色瓶盖等
光导注塑模具的热流道系统技术	精准控制熔体温度与流动，减少光学缺陷	LED 灯具导光板、电子设备透光按键等光导类产品成型，保障透光均匀性
热流道系统成型与流道排布分析技术	通过模流与有限元分析，优化流道平衡及流动性	家电大型面板、3C 精密组件、日化/医疗多腔耗材成型优化，确保不同领域产品成型一致性
热流道系统无死角技术	流道结构优化设计，避免料流残留与死角	适配家电、3C 领域热敏性/阻燃材料，满足医疗洁净级材料、日化食品接触级材料成型需求，减少材料降解与污染风险
热流道系统精准温控技术	汽车领域已实现±0.5℃高精度温控，温度均匀性±5℃	覆盖家电、3C 领域温度均匀性与精度的需求，满足日化包装、医疗耗材对温控精度的严苛标准
热流道驱动系统控制技术	成熟的阀针同步控制与响应技术	3C 产品无痕成型，日化/医疗多腔模具同步启闭控制，保障多腔产品均一性
针对 PVC 管材件热流道系统技术	低温精准温控与防降解设计，适配 PVC 材料特性	建筑/市政用 PVC 给水管、排水管、穿线管等管材成型，避免材料降解
应用于分流板加工的扩散焊技术	高温高压下实现金属界面原子扩散结合	各领域热流道分流板精密加工，提升流道密封性与结构强度，适配不同领域压力与温度需求

② 差异化需求适配：技术优化与精准落地

不同领域产品在尺寸结构、生产特性、材料要求等方面存在差异化需求，公司基于汽车领域积累的技术沉淀，通过针对性的结构设计、工艺优化与模块升级，具有适配各领域的解决方案，具体对比与适配措施如下：

对比维度	汽车领域	家电、3C 消费电子领域	日化包装、医疗耗材领域
产品尺寸与结构	中大型复杂件，集成化程度高	中小型精密件，需微型化设计与加工	中等尺寸/超小型，多腔化设计
迭代与批量特征	批量大，产品迭代周期相对较长	多品种小批量，迭代周期短	批量较大，一致性与稳定性要求高
材料特性	以工程塑料为主，耐候性、抗老化要求高	通用塑料、热敏性材料、阻燃材料为主	食品接触级材料/医用级生物相容性材料，洁净要求高
核心技术指标	温度均匀性 $\pm 5^{\circ}\text{C}$ ，温控精度 $\pm 0.5^{\circ}\text{C}$ ，抗振动性能优异	温度均匀性 $\pm 8^{\circ}\text{C}$ ，温控精度 $\pm 3^{\circ}\text{C}$ ，成本敏感度高	温度均匀性 $\pm 3^{\circ}\text{C}$ ，温控精度 $\pm 0.5^{\circ}\text{C}$ ，洁净度与低废品率要求严苛

A 家电、3C 消费电子领域：该领域产品呈现“微型化、快迭代、多品种”特征，且部分使用阻燃材料、热敏材料（如 ABS 阻燃级、PC/ABS 等），这类材料易因局部过热、料流滞留发生降解。公司通过“结构优化+温控升级”双维度适配：借鉴汽车轻量化部件“内热式热咀”设计经验，将流道直径从汽车领域的 $\Phi 10\text{--}20\text{mm}$ 缩小至 $\Phi 4\text{--}8\text{mm}$ ，适配 3C 接插件、家电按钮等微型件；依靠汽车外观件的阀针控制技术基础，将浇口阀针直径缩小至 $\Phi 1.0\text{mm}$ ，实现无痕成型；流道采用全圆弧过渡设计，消除盲端与尖角，避免料流残留。此外，基于汽车领域 $\pm 0.5^{\circ}\text{C}$ 高精度温控技术，优化分区温控逻辑，通过热电偶测温反馈与动态 PID 调节，将熔体温度波动控制在 $\pm 1^{\circ}\text{C}$ 内，抑制热分解；优化加热元件布局，确保流道各段温度均匀性 $\leq \pm 2^{\circ}\text{C}$ ，避免局部高温。

B 日化包装、医疗耗材领域：该领域产品以多腔化、高一致性为核心需求，材料多为食品接触级或医用级材质，对洁净度与成型稳定性有明确要求。公司依托核心技术进行针对性适配：采用无死角流道结构与食品级/医用级接触材质，避免材料残留与污染；借助模流分析与有限元分析技术，优化多腔流道均布设计，保障成型一致性；升级温控与阀针同步控制技术，满足低废品率与高效量产需求。

C 其他领域：例如建筑/市政领域（PVC 管材），PVC 材料具有低温易降解的特性，公司通过低温精准温控技术与流道防降解设计，适配 PVC 给水管、排水管、穿线管等产品成型需求，解决传统热流道系统在 PVC 材料加工中易出现的降解问题。

根据不同应用领域的相通性与差异性，公司围绕跨领域拓展已开展系列前期准备工作：一方面持续优化核心技术与模块化适配体系，针对家电、3C、日化、医疗

等领域的典型应用场景完成技术方案设计，并开展小批量试产验证，初步验证了技术方案的可行性；另一方面积极推进市场对接，与部分潜在客户就技术适配需求进行沟通，为后续商业化拓展奠定基础。

综上所述，公司基于热流道技术的通用性基础，凭借在汽车领域积累的核心技术沉淀，通过对不同领域差异化需求的精准适配与技术优化，已具备向家电、3C 消费电子、日化包装、医疗耗材、建筑市政等多领域拓展的技术能力。

2) 客户渠道丰富

公司自成立以来，始终深耕热流道系统的研发与制造，业务范围长期覆盖家电、3C 消费电子等重要领域。公司成功与多家家电、3C 消费电子行业头部企业建立合作关系，例如在家电领域服务苏泊尔等知名品牌，在 3C 消费电子领域为京东方 A（000725.SZ）等优质客户提供高精度热流道解决方案。同时公司与非汽车领域客户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厂商的合作已持续近十年，体现了客户对公司技术实力、产品可靠性和服务能力的长期认可。

此外，公司现有的客户资源亦是开拓 3C、家电等新市场领域的强大渠道优势。公司的客户生产的模具不仅包括汽车注塑模具，也涵盖了 3C 消费电子、家用电器等精密注塑模具，具体如下：

客户名称	下游涉及领域
比亚迪	比亚迪集团主要从事以新能源汽车为主的汽车业务，手机部件及组装业务，二次充电电池及光伏业务，同时利用自身的技术优势拓展城市轨道交通业务领域。
格力电器	格力电器产业覆盖家用消费品和工业装备两大领域。消费领域覆盖家用空调、暖通空调、冰箱、洗衣机、热水器、厨房电器、环境电器、智能楼宇、智能家居；工业领域覆盖高端装备、精密模具、冷冻冷藏设备、电机、压缩机、电容、半导体器件、精密铸造、基础材料、工业储能、再生资源等。
台州市点睛模业有限公司	台州市点睛模业有限公司是专业设计与开发汽车灯具、保险杠、内外饰件、家用电器等塑胶模具的制造商。

公司可通过深化与这些既有客户的合作，将经过汽车行业验证的成熟热流道解决方案，适配应用于他们为家电、3C 消费电子产品所开发的模具中。这一路径可降低市场开拓的难度和成本，通过存量客户切入增量市场，为公司业务的多元化发展提供了最直接、最高效的扩张渠道。

3) 品牌优势

基于公司在汽车热流道领域积累的深厚品牌影响力和技术优势，未来可积极推

动相关能力向更广阔的应用场景延伸，逐步拓展至家电、3C 消费电子等市场。汽车工业作为对零部件品质、精度及可靠性要求最高的应用领域之一，公司产品在该领域的成功应用，是技术实力和品牌信誉的有力背书。公司热流道在汽车领域的品牌优势将降低公司进入家电、3C 消费电子等对精密注塑同样具有强烈需求的行业门槛，有助于客户快速建立产品信任，缩短市场导入周期。

#### 4) 在手订单层面

公司积极拓展业务，目前已通过海尔家电验厂并进入供应商名录，标志着公司在产品质量、生产管理与供应链体系上获得了行业头部企业的高度认可。此外，公司已与施耐德、德力西、公牛等品牌电气开关、连接器等产品生产的模具厂商签署意向性合作协议。截至 2025 年 12 月 18 日，公司在家电、3C 消费电子等领域的在手订单金额为 184.55 万元。

#### 3. 针对公司产品终端应用领域较为单一的风险作风险揭示

针对公司产品终端应用领域较为单一的风险，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“一、经营风险”之“（四）发行人产品终端应用领域较为单一的风险”中予以风险提示，具体如下：

“报告期内，公司热流道产品终端主要应用于汽车领域，汽车领域客户贡献的收入占各期主营业务收入的比例分别为 93.77%、93.30%、94.93%和 93.50%，家电领域、3C 消费电子等领域的收入总体占比较小，公司产品终端应用领域总体较为单一。汽车领域系热流道主要应用市场，报告期内公司综合考量市场需求及资源优化配置原则，将有限的生产资源集中投向汽车领域，优先保障汽车领域订单，逐步建立在汽车领域的良好口碑及品牌优势。但若汽车领域未来成长速度不及预期，或公司不能持续开拓家电领域、3C 消费电子等其他终端领域市场，将对公司的持续经营发展产生不利影响。”

（二）说明作为终端主机厂的二级或三级供应商，公司是否能获知产品最终应用的终端主机厂名称、具体汽车部件及对应车型，如是，具体分析公司汽车相关产品收入变动情况与终端主机厂相关车型的出货量、行业景气度是否匹配；说明报告期内公司业绩增长是否主要来源于终端主机厂车型的更新换代，结合报告期内公司产

## 品对应终端主机厂及车型更新换代的具体情况，说明公司业绩增长的真实合理性

1. 说明作为终端主机厂的二级或三级供应商，公司是否能获知产品最终应用的终端主机厂名称、具体汽车部件及对应车型，如是，具体分析公司汽车相关产品收入变动情况与终端主机厂相关车型的出货量、行业景气度是否匹配；

(1) 说明作为终端主机厂的二级或三级供应商，公司是否能获知产品最终应用的终端主机厂名称、具体汽车部件及对应车型

### 1) 终端主机厂名称的获取情况

报告期内，公司客户类型主要分为主机厂、汽车零部件厂及模具厂。针对不同类型客户，公司对产品最终应用的终端主机厂名称的获取情况存在差异，具体如下：

#### ① 主机厂客户：

报告期内，公司直接合作的主机厂客户为比亚迪、奇瑞汽车。以比亚迪为例，其业务覆盖模具、汽车零部件及整车制造等全环节，同时亦会向供应链各环节采购模具材料、整套模具、零部件等产品。公司向比亚迪销售热流道系统，用于其整套模具的生产制造。由于公司直接与主机厂建立合作关系，因此可直接获知产品最终应用的终端主机厂名称。

#### ② 模具厂、汽车零部件厂：

报告期内，模具厂、汽车零部件厂是公司的主要客户类型。公司作为终端主机厂的二级或三级供应商，核心是根据该类客户提供的图纸开展热流道系统定制化生产，不涉及汽车整车零部件总成的开发。客户提供的正式订单文件中通常不包含终端主机厂信息，仅部分客户会在产品设计、开发及技术交流过程中，零星提供主机厂名称或项目代号等信息。

关于产品最终应用的终端主机厂对应关系，公司主要通过两种方式确认：一是依托部分客户提供的项目代号等零散信息；二是主动与直接客户（模具厂、汽车零部件厂）沟通询问。

### 2) 具体汽车部件的获取情况

热流道系统对应的具体汽车零部件位置信息并非公司开展业务的必要需求，实际获取情况取决于客户是否会主动提供：部分客户可能因自身业务管理会通过设计图纸、合同等文件一并提供具体部件信息；另有部分客户未主动披露相关信息，原

因包括因操作流程简化未标注部件详情、对接部门关注技术实现可行性而无需额外提供，或是新项目合作场景下基于保密考量暂不披露等。

汽车零部件生产具有高度定制化特征，不同部件的外形结构、成型工艺差异，最终会直接体现为对热流道系统的技术参数、性能指标要求的不同。公司开展业务的核心依据为客户提供的技术要求、图纸等关键资料，精准识别并匹配特定汽车部件的成型需求，无需依赖具体汽车部件信息即可完成热流道系统的定制开发。公司结合客户提供的技术参数、模流分析结果等信息，可明确产品对应的汽车零部件大类（如汽车内外饰、车灯等）。

3) 对应车型的获取情况

公司作为终端主机厂的二级或三级供应商，一般无法获知产品最终应用车型，主要系：① 公司是汽车行业的二、三级供应商，终端主机厂基于保密原因，一般与一级供应商的订单中通常仅提供零部件代号，不涉及具体车型信息，公司在业务合作中无法获取产品最终应用车型信息；② 从产品适配性来看，部分汽车零部件具有标准化、通用化属性，同一款热流道系统生产的汽车零部件可适配多款终端车型，导致公司无法将热流道产品与终端车型进行一一对应。

根据公开披露材料，同行业可比公司麦士德福、汽车产业链二级供应商、三级供应商也存在产品与终端厂商和车型不能对应的情况，具体如下：

序号	同行业公司	主营业务	下游客户	产品与终端的对应情况
1	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，	主要为模具厂商、主机厂	麦士德福热流道系统汽车行业终端产品无法对应至具体车型，一方面系由于热流道系统作为模具的内置零部件，尚需要多道生产工艺流程才能产出最终塑料件成品；而公司作为热流道系统生产商，与汽车主机厂间通常相隔四到五个层级的供应商节点，在供应商和产品层层推进的过程中，公司无法直接与主机厂商或其一级供应商进行接触，无从得知产品最终的应用情况。另一方面，公司与下游客户接洽产品开发设计的过程中，下游客户基于行业惯例的保密性原则，仅提供最终产品示意图及相应的规格参数给公司进行热流道的设计和开发，不会提供额外更多关于产品应用情况的信息。此外，公司汽车领域的终端产品如中控周边、门把手、仪表盘等汽车零部件在不同车型中重复使用率较高，即不同车型所使用的模块和部件产品为同一款，因此难以将产品与终端车型进行一一对应。
2	德迈仕（301007）	汽车视窗系统、汽车动力系统和汽车车身及底盘系统等汽车精密零部件	主要为一级汽车零部件供应商	德迈仕不直接向整车厂商销售，客户基于保密原因，向德迈仕提交的产品订单信息只有项目代号不涉及具体车型信息；同时由于公司部分产品为平台项目，同一产品销售给客户后最终使用在不同整车制造厂的不同车型上；综上，德迈仕产品无法一一对应到

序号	同行业公司	主营业务	下游客户	产品与终端的对应情况
				整车制造商的具体车型。
3	星诺奇	精密注塑模具、精密注塑零件和执行传动系统组件	主要为一级汽车零部件供应商	报告期内，星诺奇汽车配套产品存在具体对应终端厂商。但是，由于公司在为下游汽车零部件一级供应商研发、生产和销售产品的过程中无法直接获取完整、准确的终端应用车型情况，因此星诺奇无法获取产品在终端客户的具体应用的主要车型情况及销量变化情况。
4	肇民科技（301000）	精密注塑件和精密注塑模具	主要为一级汽车零部件供应商	一方面，肇民新材为汽车二级供应商，属于“来图生产”模式，只针对汽车一级供应商提供的图纸定制化生产，并不针对汽车整车开发零部件总成；另一方面，肇民新材产品主要以发动机周边等核心功能性部件为主，在当今汽车整车平台化、模块化生产的背景下，肇民新材较难获知某个产品对应的终端销售情况，此外，由于肇民新材产品非内饰件或外饰件，而整车通常以外观分类车型，发动机周边、传动系统、制动系统等与内外饰等外观产品无相关性，因此公司产品不对应具体车型。
5	东利机械（301298）	汽车发动机减振器核心零部件	主要客户为汽车零部件一级供应商	公司存在部分产品不能与汽车品牌及发动机平台对应的原因主要系公司属于汽车零部件二三级供应商，下游客户存在一定的保密性要求，不会将终端汽车品牌或发动机平台告知公司。部分情况下，下游客户会在报价资料、产品定点资料及与公司交流过程中告知终端汽车品牌及发动机平台。
6	维科精密（301499）	汽车电子精密零部件（动力系统零部件、底盘系统零部件、汽车连接器及零部件）	主要客户为汽车零部件一级供应商	汽车电子业务领域，公司主要定位为汽车零部件二级供应商，汽车电子客户主要为联合电子、博世、博格华纳、意力速电子、科博达和双林股份等。公司不直接向整车厂商销售，客户基于保密原因，向公司提交的产品订单信息一般仅有项目代号不涉及具体车型或终端平台信息。同时由于公司多数产品为平台产品，如HDEV6高压喷油器部件、HPS高压传感器组件等。
7	林泰新材（873682）	自动变速器摩擦片研发、生产和销售。	主要客户类型为整车厂商、自动变速器生产商和再制造和维修厂商	公司自动变速器摩擦片产品无法与终端车型及数量完全一一匹配，主要原因包括： （1）客户基于保密原因，合同、订单等资料中不涉及具体车型信息； （2）同一车型可搭载多款不同类型自动变速器，而公开数据无以变速器类型为统计口径的产销量数据，难以精确匹配； （3）部分客户同时使用国内外企业产品，具体份额无法获知，导致公司销量与终端车型销量变化不一致； （4）部分终端产品用于出口，出口信息保密无法获取。
8	上海汽配（603107）	汽车空调管路、燃油分配管等汽车热管理系统及相关零部件研发、生产与销售。	主要客户为汽车零部件一级供应商	公司作为二级供应商，生产的燃油分配管属于发动机零部件，下游客户主要为发动机生产企业。由于同款车型可配置不同发动机，而不同发动机的燃油分配管由不同供应商提供，因此公司无法将产品销售情况与配套车型情况匹配分析。
9	斯菱股份（301550）	生产销售：轴承、汽车配件、五金配件及机械设备；货物进出口、技术进出口	主要客户为汽车零部件一级供应商	公司主机配套市场的主要产品无法准确对应至具体终端车型，主要原因包括： （1）基于汽车行业平台化发展趋势，单个轴承型号可适用于同一平台的多个车型； （2）主机厂及其一级供应商基于保密原因，订单中

序号	同行业公司	主营业务	下游客户	产品与终端的对应情况
		口。		仅提供零部件代号及图纸，不涉及具体车型信息。因此，公司无法通过产品信息准确获取与具体车型的对应关系。

(2) 具体分析公司汽车相关产品收入变动情况与终端主机厂相关车型的出货量、行业景气度是否匹配

1) 公司汽车相关产品收入变动情况与终端主机厂相关车型的出货量是否匹配

虽然公司产品无法与终端主机厂的具体车型一一对应，但公司可通过部分客户提供的主机厂相关信息及主动向客户询问等方式，了解热流道产品所应用的终端主机厂情况。报告期各期，公司产品最终对应的前五大主机厂（累计涉及 8 家）的具体情况，以及通过公开渠道查询的各主机厂对应出货量、车型更新换代数量情况，具体如下：

序号	主机厂[注 1]	公司产品收入（万元）				终端主机厂出货量（辆）[注 3]				终端主机厂新车型数量（款）[注 4]			
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	比亚迪[注 2]	5,564.99	6,941.36	3,538.54	1,464.99	214.60	427.21	302.44	186.85	36	50	24	15
2	上汽集团	1,743.21	3,531.72	2,446.41	3,308.28	205.26	401.30	502.09	530.26	27	65	86	123
3	奇瑞汽车[注 2]	995.52	1,935.78	1,444.09	636.30	126.01	260.39	188.13	123.27	30	64	50	42
4	吉利控股	792.40	632.78	759.34	782.06	140.92	333.65	279.00	230.00	15	68	34	40
5	长安汽车集团	744.92	1,157.03	763.46	458.83	135.53	268.38	255.30	234.62	23	67	52	41
6	东风汽车集团	559.69	863.63	540.01	1,063.53	105.51	248.00	242.10	246.45	21	47	55	64
7	一汽集团	499.89	1,697.17	1,057.68	663.38	157.10	320.00	344.00	320.00	18	50	58	62
8	广汽集团	470.48	977.72	831.76	668.47	75.53	200.31	250.50	243.30	15	56	60	55
合计		11,371.10	17,737.19	11,381.29	9,045.84	1,160.46	2,459.24	2,363.56	2,114.75	185	467	419	442

[注 1]除比亚迪、奇瑞汽车外，公司作为二级或三级供应商，生产的热流道产品经模具制造、零部件生产等环节，间接配套于相关终端主机厂

[注 2]比亚迪、奇瑞汽车为公司直接合作的主机厂客户，此处产品收入统计范围不仅包含与该等客户的直接交易收入，还包含通过供应链下游企业形成的间接配套收入

[注 3]终端车型出货量数据来源于上市公司公告、主机厂官方披露、行业公开报道等公开信息渠道发布的汽车销量数据

[注 4]数据来源为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

公司热流道系统收入与汽车整车销量之间不存在一一对应的关系，主要系：

① 热流道系统作为注塑模具的核心部件，属于生产特定汽车零部件的专用生产设备，其使用寿命通常长达数年，且在全生命周期内可稳定生产数十万甚至上百万个合格零件，无需随整车销量同步迭代；② 热流道系统的市场需求是主机厂新车型项目启动或生产线扩产的先行指标，其采购决策取决于主机厂的资本开支计划，因此热流道产品的采购与交付时间，与终端汽车上市销售存在的时间错配（热流道采购交付与模具同步，早于新车型上市）；③ 即便汽车总销量短期出现波动或持平，但在行业车型迭代加速、主机厂为提升市场竞争力持续推出新产品的背景下，新模具开发需求仍将保持稳定，热流道市场可维持相对活跃态势。

公司热流道系统与终端主机厂的总出货量总体存在一定正向关系，主要系高出货量主机厂对热流道的需求通常更高，具体原因如下：① 主机厂维持较高出货量，通常需要通过丰富的产品矩阵覆盖不同细分市场，车型数量越多，对应为各车型配套开发的新模具项目数量越多，进而直接拉动新热流道系统的采购需求；② 部分主机厂虽车型数量有限，但核心车型销量较高，为满足大规模生产需求，主机厂或其一级供应商需部署多套相同模具（即复制模具）同步生产，这将直接增加热流道系统的配套需求量。

公司热流道系统销量与主机厂终端车型更新换代频率呈现显著正相关性，主要系热流道系统在汽车制造产业链中的定位所决定：热流道系统作为注塑模具的核心部件，其需求直接由新模具开发量驱动，而新车上市、旧车改款是触发新模具开发的核心驱动因素。无论是外观升级（如保险杠、格栅、尾灯等）还是内饰革新（如仪表台、门板、中控台等），均需同步更新注塑模具及配套的热流道系统。结合上表数据可知，报告期内公司产品主要应用的终端主机厂，其车型更新换代数量整体呈现增长态势，这也为公司热流道系统销量增长提供了重要支撑。

## 2) 公司汽车相关产品收入变动情况与行业景气度是否匹配

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，同时汽车升级换代周期缩短带来新的市场机遇

具体参见本说明(一)1(2)1)①之所述。

② 报告期内，汽车行业固定资产投资逐年提高，同比增速可观

公司主要产品为热流道系统，主要应用于汽车领域。根据国家统计局的数据，报告期内，汽车制造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%

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固定资产投资规模

近年来，公司产品最终对应的前五大主机厂的固定资产投资也持续扩张，具体情况如下：

序号	主机厂名称	主要固定资产投资项目
1	比亚迪集团	南宁 45GWh 动力电池及储能系统项目（总投资 140 亿元）、东莞谢岗新能源汽车关键零部件项目（总投资 65 亿元）、西安新能源电池生产基地（总投资近 8 亿元）、深汕比亚迪汽车工业园二期（三期总投资 200 亿元）、常州基地二期扩建、巴西巴伊亚州工厂（项目总投资 55 亿雷亚尔）、印尼梳邦智能城市工厂（投资 10 亿美元）、柬埔寨西哈努克工厂（年产能 1 万辆）、土耳其马尼萨工厂（计划投资 10 亿美元）
2	上汽集团	南京电池工厂建设（规划年产超 24 万套动力电池）、上海临港“尚界”高端智能新能源车生产基地（整车生产项目首期投入约 60 亿元）
3	奇瑞汽车	青岛超级工厂（奇瑞青岛基地项目总投资 230 亿元）、宿州 20GWh 电池项目落地（总投资超百亿元）、北湾智能网联汽车产业基地建设项目（奇瑞超级工厂项目计划总投资 120 亿元）、与西班牙品牌 EVMOTORS 合资建厂
4	吉利控股	温州泰顺新能源商用车基地（总投资 10.9 亿元）、衢州极电项目（占地面积 1567 亩，建筑面积 146 万平方米，是迄今为止全球最大的三电及储能系统智能制造工厂）、山东极电新能源项目（总投资 10 亿元）。
5	长安汽车集团	长安汽车数智工厂（总投资 100 亿元）
6	东风汽车集团	东风汽车集团一体化压铸工厂（投资 2.26 亿元）、东风汽车商用车轮智能工厂项目（总投资 4 亿元）
7	一汽集团	红旗新能源汽车工厂（总投资 78 亿元）
8	广汽集团	长沙智能生态工厂（总投资超百亿）、因湃电池智能生态工厂（总投资达 109 亿元）

③ 国家政策为汽车行业的高质量发展与高景气度提供有力支撑

汽车行业的高景气度，与强有力的国家政策支持密不可分。政策一方面通过顶层规划与资源倾斜，在供给侧引导产业向电动化、智能化升级；另一方面通过购置税减免、基础设施建设等需求侧刺激，直接扩大市场规模。这种供需两端的协同发力，为行业创造了确定的增长环境，是维持高景气的核心动因。

政策名称	具体内容
------	------

《产业结构调整指导目录（2024 年本）》	将汽车关键零部件、轻量化材料应用、新能源汽车关键零部件等纳入鼓励类范畴
《质量强国建设纲要》	提高产业质量竞争水平。推动产业质量升级，加强产业链全面质量管理，着力提升关键环节、关键领域质量管控水平。加快传统制造业技术迭代和质量升级，强化战略性新兴产业技术、质量、管理协同创新，培育壮大质量竞争型产业，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。推动工业品质量迈向中高端。实施质量可靠性提升计划，提高机械、电子、汽车等产品及其基础零部件、元器件可靠性水平，促进品质升级。
《制造业可靠性提升实施意见》	围绕制造强国、质量强国战略目标，聚焦机械、电子、汽车等重点行业，对标国际同类产品先进水平，补齐基础产品可靠性短板，提升整机装备可靠性水平，壮大可靠性专业人才队伍，形成一批产品可靠性高、市场竞争力强、品牌影响力大的制造业企业。
《新能源汽车产业发展规划（2021—2035 年）》	提升产业基础能力。以动力电池与管理系统、驱动电机与电力电子、网联化与智能化技术为“三横”，构建关键零部件技术供给体系。开展先进模块化动力电池与燃料电池系统技术攻关，探索新一代车用电机驱动系统解决方案，加强智能网联汽车关键零部件及系统开发，突破计算和控制基础平台技术、氢燃料电池汽车应用支撑技术等瓶颈，提升基础关键技术、先进基础工艺、基础核心零部件、关键基础材料等研发能力。
《汽车产业中长期发展规划（工信部联装[2017]53 号）》	新能源汽车和智能网联汽车有望成为抢占先机、赶超发展的突破口。夯实零部件配套体系。引导行业优势骨干企业联合科研院所、高校等组建产业技术创新联盟，加快培育零部件平台研发、先进制造和信息化支撑能力。引导零部件企业高端化、集团化、国际化发展，推动自愿性产品认证，鼓励零部件创新型产业集群发展，打造安全可控的零部件配套体系。推进全产业链协同高效发展。构建新型“整车-零部件”合作关系，探索和优化产业技术创新联盟成本共担、利益共享合作机制，鼓励整车骨干企业与优势零部件企业在研发、采购等层面的深度合作，建立安全可控的关键零部件配套体系。推动完善国家科技计划（专项、基金等）项目遴选取向，建立关键零部件产业化及“整车-零部件”配套项目考核指标，鼓励整车和零部件企业协同发展。
《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》	为支持新能源汽车产业发展，促进汽车消费，对购置日期在 2024 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期间的新能源汽车免征车辆购置税，其中，每辆新能源乘用车免税额不超过 3 万元；对购置日期在 2026 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日期间的新能源汽车减半征收车辆购置税，其中，每辆新能源乘用车减税额不超过 1.5 万元。

报告期内，公司汽车相关产品收入分别为 13,343.89 万元、15,675.95 万元、22,142.94 万元和 13,685.55 万元，逐年上升，与汽车行业的景气度基本匹配。

2. 说明报告期内公司业绩增长是否主要来源于终端主机厂车型的更新换代，结合报告期内公司产品对应终端主机厂及车型更新换代的具体情况，说明公司业绩增长的真实合理性

(1) 说明报告期内公司业绩增长是否主要来源于终端主机厂车型的更新换代

报告期内，公司业绩增长主要来源于终端主机厂车型的更新换代。从收入结

构来看，公司客户针对单一汽车零部件对应的热流道系统，大多仅采购一套用于初始模具配套，通过复制模（多套相同模具配套）实现的收入占比较小。报告期各期，公司来自复制模的收入分别为 159.51 万元、306.27 万元、639.22 万元和 207.25 万元，占各期主营业务收入的比例均较低，对业绩增长的贡献有限。

公司业绩增长主要来源于终端主机厂车型的更新换代，主要原因如下：

1) 行业竞争加剧导致主机厂加速车型迭代

全球及国内汽车行业竞争持续加剧，一方面中国本土汽车品牌崛起，2005 年自主轿车品牌仅有 37 个，2024 年中国本土汽车品牌注册数量已超 130 个；另一方面造车新势力不断涌入，推动新能源汽车市场竞争白热化阶段。蔚来、理想、小鹏等头部新势力品牌自 2014 年后相继崛起，上汽智己、吉利极氪、东风岚图等传统车企新能源子品牌也在 2020 年后快速布局。激烈的市场竞争倒逼主机厂通过加速车型更新换代提升核心竞争力，进而直接拉动为新车型配套的热流道系统采购需求。

2) 消费需求升级与市场细分推动车型供给扩容，迭代频率提升

为满足消费者日益精细化的需求，各大汽车品牌均通过丰富产品矩阵覆盖不同价格区间及细分市场（例如 SUV 领域已细分为小型 SUV、紧凑型 SUV、中型 SUV、轿跑 SUV 等）。为抢占市场份额、维持品牌市场声量，主机厂大幅缩短车型生命周期及迭代周期：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，年度改款、中期大改款的频率显著提升。

根据中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会公开发布的新车上市信息，新车型上市类型涵盖全新车型、换代车型、改款车型等。报告期各期，公司产品最终对应的前五大主机厂（共涉及 8 家）车型更新换代频率整体较高，新车型推出数量分别为 442 款、419 款、467 款和 185 款；2025 年 1-11 月，上述终端主机厂更新换代的车型数量已达 415 款，持续为公司热流道系统需求提供支撑，进而推动公司业绩增长，具体如下：

序号	终端主机厂	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	比亚迪集团	36	50	24	15
2	上汽集团	27	65	86	123
3	奇瑞汽车	30	64	50	42
4	吉利控股	15	68	34	40
5	长安汽车集团	23	67	52	41

序号	终端主机厂	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
6	东风汽车集团	21	47	55	64
7	一汽集团	18	50	58	62
8	广汽集团	15	56	60	55
合计数		185	467	419	442

注：2025 年 1-11 月，上述八大终端主机厂更新换代的车型数量合计共 415 款

(2) 结合报告期内公司产品对应终端主机厂及车型更新换代的具体情况，说明公司业绩增长的真实合理性

汽车塑料零部件的注塑生产均需配套热流道系统，覆盖车灯、保险杠、行李架、车把手、仪表盘总成、遮阳板、顶棚等多个核心部件。根据思瀚产业研究院《2023-2028 年中国汽车模具行业深度调研及投资前景预测研究报告》数据，单款新车通常需配套约 500 套汽车注塑模具；结合公司报告期内热流道系统平均点位水平测算，一套注塑模具对应约 3 个热流道点位，据此推算单款新车需配套约 1,500 个热流道点位。以报告期内公司热流道系统平均单价约 6,000 元/点位取整测算，单款新车对应的热流道系统市场需求约 900.00 万元，上述测算可直观反映新车型对热流道系统的规模化需求，而主机厂新车型的持续投放将直接带动热流道配套需求增长。

1) 从终端主机厂合作及收入贡献来看，报告期内公司产品最终配套的前五大主机厂收入分别为 7,287.33 万元、9,318.47 万元、15,263.06 万元和 9,841.04 万元，占同期汽车热流道系统收入的比例分别为 54.61%、59.44%、68.93%和 71.91%，占比呈稳步提升态势，核心客户对公司业绩的支撑作用显著。上述前五大主机厂均为中国汽车工业协会统计的 2022-2024 年国内前十大汽车生产企业（集团），系国内市场销量领先、综合竞争力较强的主流主机厂，其新车型投放能力及热流道采购需求具有稳定性和可持续性。

2) 从车型更新换代频率及新车型投放规模来看，根据中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会公开发布的新车上市信息（含全新车型、换代车型、改款车等），报告期内，公司产品最终配套的各期前五大主机厂（累计涉及 8 家）新车型推出数量分别为 442 款、419 款、467 款和 185 款，整体保持较高投放规模，持续为公司带来稳定的热流道配套订单。结合单款新车热流道需求测算，主流主机厂高频次的新车型投放，为公司业绩增长提供了坚实的市场需求基础。

3) 从客户合作粘性及市场认可度来看,公司与核心客户的合作关系持续深化,市场认可度不断提升。根据报告期各期前二十大客户(共计39家)中26家主要客户调研反馈结果显示,超过95%的客户在报告期内增加了对公司热流道系统的采购份额。核心客户采购份额的提升,不仅为公司收入稳步增长提供了扎实的订单保障,更直观体现了公司产品质量、技术能力及交付服务水平获得市场高度认可,市场渗透率持续提升。

综上所述,公司报告期内业绩增长具备真实合理性。一方面,国内汽车产业持续升级,主流主机厂为提升市场竞争力加速车型迭代,新车型年投放量维持较高水平,直接驱动热流道系统配套需求的持续、规模化增长;另一方面,公司深度绑定国内头部主机厂,核心客户收入占比稳步提升。报告期内,公司汽车领域收入分别为13,343.89万元、15,675.95万元、22,142.94万元和13,685.55万元,收入规模稳步增长,且增长逻辑与行业趋势、客户需求及公司自身竞争力提升相匹配。

**(三) 说明公司产品在下游主要客户中的供应份额、相较于主要客户其他供应商的竞争优劣势,公司向主要客户的销售是否稳定可持续,是否存在被其他供应商替代的风险,充分揭示对主要客户销售波动的风险并进行重大事项提示**

1. 说明公司产品在下游主要客户中的供应份额、相较于主要客户其他供应商的竞争优劣势

基于客户访谈及问卷调查情况,结合报告期内经营数据,公司在主要客户中的供应份额情况及竞争优劣势分析如下:

(1) 公司产品在下游主要客户中的供应份额及竞争对比情况

报告期各期,公司前五大客户共涉及12家主体。部分客户因内部管理要求,未披露公司产品在其采购体系中的具体份额。根据已获取的客户反馈信息,公司在报告期各期前五大主要客户的供应份额整体呈上升趋势。除此之外,通过向公司报告期各期前二十大名客户(共39家)发放问卷的形式,了解公司在客户热流道系统供应商中的份额,其中26家进行了回复,根据问卷反馈结果,其中25家客户反馈恒道科技占客户相同产品的供应份额在报告期内总体呈上升趋势,仅有1家客户反馈供应份额有所波动。

综上所述,公司产品供应份额占比整体呈上升趋势,体现了客户对公司产品竞争力的认可,也反映出双方合作关系的持续深化。

(2) 相较于主要客户其他供应商的竞争优劣势

公司在主要客户的供应体系中，面临外资品牌与国内同行业企业的双重竞争，结合客户反馈及市场调研情况，具体竞争格局及优劣势分析如下：

1) 主要客户供应商竞争格局及评价

报告期内，公司主要客户的其他竞争品牌供应商包括柳道、欧瑞康好塑、圣万提、马斯特等外资品牌，以及好特斯等内资品牌等。根据客户反馈，客户对公司竞争评价主要为公司产品在质量与技术方面具有良好优势，产品竞争能力强，相比外资品牌有价格、服务优势；相比部分内资品牌，技术和服务更优。

2) 公司与主要类型竞争对手的综合优劣势分析

公司主要竞争对手可划分为国外品牌（如柳道、英格斯等）与国内其他品牌两大类，结合技术、价格、服务等核心维度，优劣势对比分析如下：

① 与外资品牌对比分析

对比维度	公司竞争优劣势分析
技术能力	优势：在温度平衡性（ $\pm 5^{\circ}\text{C}$ ）、控制精度（ $\pm 0.5^{\circ}\text{C}$ ）等核心性能指标上已接近行业先进水平，能满足高端制造需求。 劣势：品牌全球影响力较弱；在超大型、极端复杂系统应用的经验与数据库积累方面存在提升空间。
产品价格	核心优势：根据客户问卷，在汽车车灯领域，88.14%的客户认为外资品牌价格高于公司，具备显著的性价比优势。
服务能力	核心优势：本土化服务网络覆盖 30 个城市，提供快速响应与深度协同开发，服务敏捷性与客户协同效率高。

② 与内资其他品牌对比分析

对比维度	公司竞争优劣势分析
技术能力	核心优势：在汽车车灯等高端领域深耕，技术积淀更深，产品稳定性已获比亚迪等头部客户验证，品牌声誉领先。 劣势：可能面临部分竞争对手更为激进的价格竞争压力。
产品价格	优势：定位介于高端外资与低端内资之间，以“性能达标、性价比优、服务响应快”满足客户平衡需求，市场切入点清晰。

综上，公司已构建起差异化竞争优势体系。相较于外资品牌，公司在核心性能指标上实现快速追赶，同时凭借成本控制优势与高效本土化服务，在市场竞争中占据有利地位；相较于内资其他品牌，公司依托扎实的技术积累、可靠的产品质量及优质的客户基础，形成了一定的竞争壁垒。上述竞争优势契合汽车产业链对产品性价比与服务响应效率的核心需求，为公司业务持续发展提供了充足的市场空间。

2. 公司向主要客户的销售是否稳定可持续，是否存在被其他供应商替代的

风险

(1) 公司向主要客户销售的稳定性与可持续性分析

报告期内，公司向主要客户的销售具备稳定可持续性，核心支撑因素如下：

1) 公司报告期各期前五大主要客户的销售具有稳定与可持续性

报告期内，公司前五大客户共涉及 12 家主体，各期销售金额具体情况如下表所示：

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
合计		4,213.74	6,282.74	3,939.65	2,684.99

报告期内，上述 12 家主要客户收入占公司营业收入的比例分别为 18.83%、23.40%、26.80%和 28.67%，占比呈持续上升趋势，充分体现核心客户对公司业务的认可度不断提升。整体来看，公司对主要客户的销售收入变动平稳，个别客户销售收入出现大幅波动，主要系客户自身业务转型、产品结构调整等因素导致，属于商业合作中的正常现象。

2) 公司报告期内在主要客户中供应份额逐步提升，印证合作稳定性

如前文供应份额数据所示，在已获取完整份额统计的核心客户中，公司产品供应占比呈现明确且持续增长态势，公司在比亚迪、汇力普模塑、宁波吉海、点睛模业、永明模具、中誉模具等客户中的采购占比均有所增加。为进一步验证供应份额变化趋势，公司向报告期各期前二十大客户（累计涉及 39 家）发放调研问卷，了解公司在其热流道系统供应商中的份额情况。其中 26 家客户予以回复，反馈结果显示：25 家客户认可公司在其相同品类产品中的供应份额于报告期内

总体呈上升趋势，仅 1 家客户反馈供应份额有所波动。

上述客户覆盖汽车零部件模具领域核心应用场景，其供应份额的显著提升，不仅直观反映了公司在产品质量稳定性、技术适配性、服务响应效率等核心维度的综合竞争力获得客户深度认可，更体现了客户在长期合作中对公司供应链价值的持续信赖。随着供应份额占比逐步提高，公司已成为多家核心客户的主要供应商乃至同品类第一大供应商，进一步印证了双方合作关系的稳定性与可持续性，为公司未来持续获取订单、扩大市场份额、提升盈利水平奠定了坚实基础。

### 3) 主要终端主机厂认可，为销售可持续性提供坚实支撑

报告期内，公司产品成功应用于比亚迪、上汽等行业头部终端主机厂。报告期各期，公司产品应用的前五大终端主机厂收入分别为 7,287.33 万元、9,318.47 万元、15,263.06 万元和 9,841.04 万元，占汽车热流道系统收入分别为 54.61%、59.44%、68.93%和 71.91%，收入规模及占比均呈显著上升趋势。主要主机厂对供应商的筛选标准严苛，合作关系一旦建立通常具备长期稳定性。来自主要主机厂的持续收入贡献，充分印证了公司产品的核心竞争力，为公司向主要客户销售的稳定性与可持续性提供了坚实基础。

### 4) 产品特性形成天然客户粘性，降低合作变动风险

热流道系统是注塑模具的核心组成部分，其性能直接决定最终产品的质量与生产效率。尤其是在公司下游主要应用的汽车行业领域，整车企业对供应链体系有着严格的资格认证标准。客户在完成供应商资质审核、产品验证并投入使用后，为保障生产线的连续性与稳定性，通常不会轻易更换供应商。更换供应商不仅需要承担新供应商的资质审核、产品测试等时间成本，还可能面临生产工艺调整、良品率波动等风险。因此热流道系统产品的技术特性，形成了天然的客户粘性，有利于保障公司下游销售的稳定与可持续性。

综上所述，依托于核心客户合作的稳定性、供应份额的持续提升、主要终端主机厂的深度认可，以及产品特性带来的天然客户粘性，公司对主要客户的销售具备扎实的稳定基础与可持续性。因此，公司在保持良好的内部运营效率，持续优化产品竞争力与稳定性，加强巩固与客户的合作关系的背景下，公司对主要客户的销售具有稳定与可持续性。

## (2) 公司产品定制化程度较高，被替代风险相对较低，且具备相应应对基础

综合产品特性、客户需求逻辑及市场竞争格局等因素，公司产品被其他供应

商替代的风险相对较低，具体分析如下：

1) 产品定制化程度高，具有一定替代门槛

热流道系统需与客户模具结构、成型材料特性、生产效率目标等进行精准适配，属于高度定制化产品。公司在合作中会形成针对客户特定需求的专属设计方案、工艺参数库及适配经验，新供应商若要实现替代，需从零开始完成技术对接、模具适配测试、生产工艺磨合等全流程工作，通常需投入较长的验证周期，且可能面临适配不当导致的生产中断、产品品质波动等风险。产品高度定制化带来的技术壁垒与时间成本，客观上提高了其他供应商的替代难度，形成了一定的替代门槛。

2) 长期合作积累的信任与协同优势增强合作粘性

公司与核心客户的合作时间较长，在长期配套中积累了丰富的应用数据、故障处理经验及协同开发案例，部分客户已将公司纳入核心供应商名录。从客户采购管理来看，核心客户会建立内部供应商准入审核机制，新供应商需通过样品测试、小批量试产、现场考察等多环节评估，才能进入正式采购体系。对于客户而言，长期合作形成的信任基础、响应效率及协同适配能力，叠加内部准入流程的时间成本，共同构成了替代决策的重要考量因素，公司通过深度参与客户前期模具设计、提供快速技术支持等方式，进一步深化了合作粘性。

3) 公司已针对潜在替代风险建立相应的措施

为进一步巩固竞争优势、降低潜在替代风险，公司已建立完善的应对机制。一方面，持续加大研发投入，优化产品技术方案与生产工艺，不断提升产品性能稳定性与综合性价比；另一方面，强化客户需求对接，提升定制化服务响应效率，深化与核心客户的合作粘性。

报告期内，公司通过产品质量、技术水平及服务能力的持续提升，有效维系了存量客户的订单需求。各期老客户数量分别为 298 家、390 家、401 家、412 家，老客户收入占比分别为 80.78%、84.85%、87.19%、92.70%，老客户群体及收入贡献均保持稳定增长。同时，公司通过主动拜访、行业口碑推介等方式积极拓展新客户，各期新增客户数量分别为 330 家、292 家、375 家、189 家。上述数据充分印证了公司风险应对措施的有效性。

综上，依托产品定制化形成的技术门槛、客户对生产稳定性的核心诉求，以及公司针对潜在替代风险建立相应措施，公司产品被其他供应商替代的风险相对

较低。

### 3. 充分揭示对主要客户销售波动的风险并进行重大事项提示

针对主要客户销售波动的风险，公司在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（七）下游主要客户销售波动的风险”与“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（五）下游主要客户销售波动的风险”中补充披露如下：

#### “（五）下游主要客户销售波动的风险

报告期各期，公司前五名客户合计收入金额分别为 1,890.21 万元、2,778.40 万元、4,218.24 万元和 3,116.66 万元，占营业收入的比例分别为 13.26%、16.49%、17.99%和 21.20%。公司前五名客户中，除比亚迪外其他主要客户变动较大，该等客户多为模具、零部件生产商；汽车行业竞争激烈，客户的采购需求易受自身展业情况、市场拓展成效及供应链合作策略等因素影响而发生变化。

若未来主要客户因自身经营恶化、战略调整，或公司在技术研发、产品质量及服务能力等方面无法持续满足客户需求、丧失竞争优势，可能导致公司对主要客户的销售收入大幅波动甚至下滑，进而对公司的经营业绩产生不利影响。”

**（四）结合公司不同产品的定价标准、原材料价格波动、产品结构变化（如针阀式热流道系统和开放式热流道系统的占比情况）等因素量化分析产品销售单价下降的原因，终端主机厂年降政策对公司产品价格及毛利率的影响，报告期后产品价格是否持续下降及对公司经营业绩的影响**

1. 结合公司不同产品的定价标准、原材料价格波动、产品结构变化（如针阀式热流道系统和开放式热流道系统的占比情况）等因素量化分析产品销售单价下降的原因

#### （1）公司不同产品的定价标准

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。

公司主要产品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，公司主要根据热流道系统的驱动方式分别报价，并综合考虑定制化因素，公司上述产品定价情况具体如下：

#### 1) 汽车车灯热流道系统

汽车车灯热流道系统根据驱动方式分为开放式和针阀式两类，报告期内，公司各类汽车车灯热流道系统实际平均销售价格总体与基础报价保持一致，其中针阀式产品单价总体高于开放式产品单价，主要系：① 开放式热流道系统，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；② 针阀式热流道系统，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。

报告期内，汽车车灯热流道系统产品报价受市场竞争因素存在一定下降，其中基础报价存在小幅下降，而支架、壳体等技术要求相对较低的产品报价下降幅度相对较大，从而导致报告期内汽车车灯热流道系统产品销售价格总体有所下降。

2) 汽车内外饰热流道系统

汽车内外饰热流道系统根据驱动方式分为开放式和针阀式两类，报告期内，公司各类汽车内外饰热流道系统实际平均销售价格总体与基础报价保持一致。

报告期内，汽车内外饰热流道系统报告期内产品报价受市场竞争因素存在一定下降，从而导致报告期内汽车内外饰热流道系统产品销售价格有所下降。

(2) 原材料价格波动

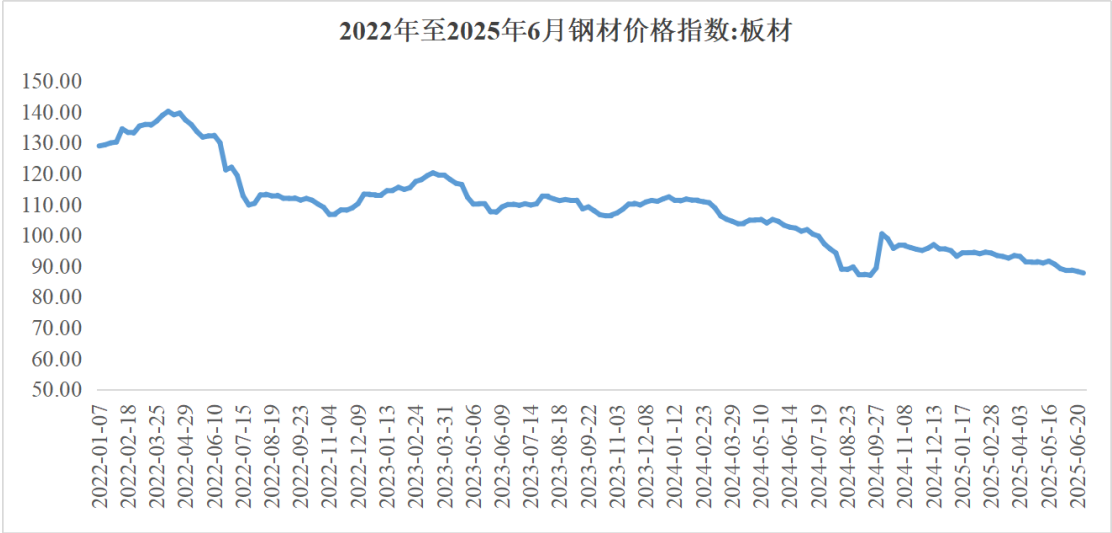
公司产品涉及的原材料部件较为繁杂且细分种类较多，其中钢材类为公司主要原材料，报告期内公司钢材类采购占比分别为 39.23%、36.48%、39.97%和 39.07%。报告期内，公司钢材类采购以 2316 板材、S136H 圆棒和 2316 圆棒等模具钢为主。报告期内，钢材类中主要原材料采购单价与热流道系统产品单价变动情况对比如下：

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
产品单 价	热流道系统	5,557.61	-7.96%	6,038.57	-10.29%	6,731.01	2.79%	6,548.43
	汽车车灯热流道系统	8,524.13	-5.91%	9,059.93	-4.26%	9,462.78	9.26%	8,660.44

	汽车内外饰热流道系统	4,584.06	-5.63%	4,857.78	-5.28%	5,128.78	-3.85%	5,334.29
--	------------	----------	--------	----------	--------	----------	--------	----------

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；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，整体呈下降趋势。

综上，公司产品涉及的原材料部件较为繁杂且细分种类较多，同时公司产品具有定制化程度高的特征，不同产品根据客户需求不同所耗用的原材料亦存在一定差异，因此原材料价格波动总体对公司产品单价变动影响程度相对较小。

(3) 产品结构变化

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		
	销售单价	变动幅度	收入占比	销售单价	变动幅度	收入占比
热流道系统	5,557.61	-7.96%	100.00%	6,038.57	-10.29%	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%

汽车内外饰热流道系统	4,584.06	-5.63%	53.38%	4,857.78	-5.28%	53.02%
------------	----------	--------	--------	----------	--------	--------

(续上表)

项目	2023 年度			2022 年度	
	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	6,731.01	2.79%	100.00%	6,548.43	100.00%
其中：汽车车灯热流道系统	9,462.78	9.26%	55.98%	8,660.44	51.14%
汽车内外饰热流道系统	5,128.78	-3.85%	40.19%	5,334.29	46.13%

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。上述产品根据公司不同产品的定价标准（即针阀式与开放式）的价格情况具体如下：

1) 汽车车灯热流道系统

报告期内，汽车车灯热流道系统分驱动方式的平均销售价格及变动情况具体如下：

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
开放式	4,339.65	-4.54%	13.96%	4,545.87	-2.79%	12.90%	4,676.38	1.08%	13.77%	4,626.50	19.88%
针阀式	10,104.33	-4.88%	86.04%	10,622.74	-6.08%	87.10%	11,310.75	2.35%	86.23%	11,050.52	80.12%
合计	8,524.13	-5.91%	100.00%	9,059.93	-4.26%	100.00%	9,462.78	9.26%	100.00%	8,660.44	100.00%

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，具体分析如下：

① 针阀式热流道系统

报告期各期，公司针阀式热流道系统产品销售单价分别为 11,050.52 元/点、11,310.75 元/点、10,622.74 元/点和 10,104.33 元/点，总体有所下降。2024 年和 2025 年 1-6 月产品销售单价有所下降主要系市场竞争因素影响。

② 开放式热流道系统

报告期各期，公司开放式热流道系统产品销售单价分别为 4,626.50 元/点、4,676.38 元/点、4,545.87 元/点和 4,339.65 元/点，总体有所下降。2024 年和 2025 年 1-6 月产品销售单价有所下降主要系市场竞争因素影响。

### ③ 对汽车车灯热流道系统价格的影响

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

报告期内，汽车内外饰热流道系统分驱动方式的平均销售价格及变动情况具体如下：

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
开放式	2,594.26	-7.85%	8.60%	2,815.23	-7.99%	9.53%	3,059.72	-2.10%	14.23%	3,125.49	14.56%
针阀式	4,940.55	-6.07%	91.40%	5,259.77	-8.95%	90.47%	5,776.71	-4.74%	85.77%	6,064.36	85.44%
合计	4,584.06	-5.63%	100.00%	4,857.78	-5.28%	100.00%	5,128.78	-3.85%	100.00%	5,334.29	100.00%

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。具体来看，开放式热流道系统产品销售单价分别为 3,125.49 元/点、3,059.72 元/点、2,815.23 元/点和 2,594.26 元/点，针阀式热流道系统产品销售单价分别为 6,064.36 元/点、5,776.71 元/点、5,259.77 元/点和 4,940.55 元/点，报告期内均呈下降趋势。

因此，报告期内，汽车内外饰热流道系统产品销售价格下降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；其中 2024 年和 2025 年 1-6 月，汽车内外饰热流道系统产品销售单价下降幅度分别为 5.28% 和 5.63%，低于开放式和针阀式热流道系统产品销售单价下降幅度，主要系高单价的针阀式热流道系统产品占比有所提升，从 2023 年的 85.77%，提升至 2024 年和 2025 年 1-6 月的 90.47% 和 91.40%。

#### 2. 终端主机厂年降政策对公司产品价格及毛利率的影响

公司通过向报告期各期前二十大客户（共 39 家）发放问卷的形式，了解终

端主机厂对主要客户的年降政策影响情况，根据 26 家客户的反馈情况来看，具体如下：

年降政策影响比例	客户家数	占比
(1) 5%以下	14	53.85%
(2) 5%-10%	8	30.77%
(3) 10%-15%	3	11.54%
(4) 15%以上	1	3.85%

由上表可知，根据公司主要客户反馈的受到终端主机厂年降政策的影响，50%以上客户反映终端主机厂年降政策影响在 5%以下。

报告期内，公司的主机厂客户主要系比亚迪，公司主要通过招投标方式获取比亚迪的订单，未签署年降政策相关协议。除主机厂客户外，公司主要客户为模具厂和零部件厂，且以模具厂客户为主，在产业链中，零部件厂为一级供应商，模具厂为二级供应商，公司为三级供应商。通常一级供应商受到主机厂年降政策影响，公司与模具厂和零部件厂客户协商定价时综合考虑产品技术含量、市场竞争程度、年降政策等因素。

#### (1) 汽车车灯热流道系统

以报告期内占比最多的多点针阀式产品为例，报告期内，产品单价分别为 11,084.31 元/点、11,360.71 元/点、10,660.78 元/点和 10,108.11 元/点，总体保持在较高水平。汽车车灯热流道系统因产品技术含量较高、公司具有竞争优势，相应议价能力较高，受主机厂年降政策影响相对较小，报告期内毛利率水平总体亦保持在较高水平，变动相对较小。

#### (2) 汽车内外饰热流道系统

以报告期内占比最多的多点针阀式产品为例，报告期内，产品单价分别为 6,051.01 元/点、5,751.72 元/点、5,230.58 元/点和 4,901.14 元/点，总体呈下降趋势。汽车内外饰热流道系统报告期内报价下降主要系汽车内外饰热流道系统领域竞争更为激烈，报价下降受到主机厂年降政策影响，产品价格下降导致报告期内毛利率亦有所下降。

### 3. 报告期后产品价格是否持续下降及对公司经营业绩的影响

2025 年第三季度，公司主要产品单价具体如下：

单位：元/点

项目	2025 年 7-9 月		2025 年 1-6 月
	产品单价	变动比例	产品单价
热流道系统	5,288.57	-4.84%	5,557.61
其中：汽车车灯热流道系统	7,989.01	-6.28%	8,524.13
汽车内外饰热流道系统	4,432.33	-3.31%	4,584.06

2025 年第三季度，公司主要产品热流道系统产品单价为 5,288.57 元/点，较 2025 年 1-6 月下降 4.84%；汽车车灯热流道系统产品单价为 7,989.01 元/点，较 2025 年 1-6 月下降 6.28%；汽车内外饰热流道系统产品单价为 4,432.33 元/点，较 2025 年 1-6 月下降 3.31%。

2025 年第三季度，公司热流道系统产品毛利率为 50.93%，较 2025 年 1-6 月上升 0.81 个百分点，在产品单价下降的情况下，随着公司规模效应的提升，单位成本下降，从而导致毛利率有所提升，公司经营业绩出现大幅下滑风险较小。

针对产品价格下降的压力，公司采取多项有效措施，具体如下：

(1) 专注技术研发，巩固车灯优势

作为一家专注于技术创新的国家高新技术企业，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。公司将持续进行研发投入和技术积累，聚焦热流道系统领域，深入研究热流道系统的结构设计、温控系统精准度优化、注塑工艺参数的优化以及新型材料的应用研究等方向，并把握在汽车车灯热流道系统领域的先发优势，提高产品竞争力，巩固行业前列地位，持续为公司发展提供新的动力。

(2) 强化客户粘性，拓展客户资源

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。公司将不断提高市场声誉和品牌影响力，与比亚迪、安瑞光电、嘉利股份、星宇股份、海泰科、格力电器等优质客户不断加深合作，强化客户粘性。同时，公司将不断拓展客户资源，聚焦新能源汽车，并逐步建立全球销售服务网络。

(3) 发挥成本优势，强化规模效应

凭借多年在热流道行业内的技术研发与改进，公司不断提升产品研发设计能力、工艺制造水平和快速响应能力等一系列核心竞争力，形成一套完善的规模化

生产模式，在保证产品质量和客户交货日期的前提下，将个性化的订单和规模生产有效结合，公司将通过自制标准化部件以及合理备货，不断提高生产效率并降低生产成本；同时，公司将不断优化生产工艺，提高良品率同时减少边角料，以最大限度地提高材料的综合利用率，降低产品的材料成本。此外，随着经营规模的不断扩大，子公司莱瑟塔的产能利用率将不断提升，规模效应逐步显现，生产成本相应降低。

**（五）结合市场需求及变化趋势、行业竞争格局、公司核心竞争力、期后业绩变动情况、毛利率变动趋势、主要客户经营情况及预计采购计划等充分论证公司业绩增长是否具有可持续性，相关风险揭示是否充分**

1. 结合市场需求及变化趋势、行业竞争格局、公司核心竞争力、期后业绩变动情况、毛利率变动趋势、主要客户经营情况及预计采购计划等充分论证公司业绩增长是否具有可持续性

（1）市场需求及变化趋势

1) 下游高端制造需求驱动热流道技术渗透加速，热流道市场空间广阔

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%，显示技术成熟与产业链完善将推动覆盖率持续提升。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。

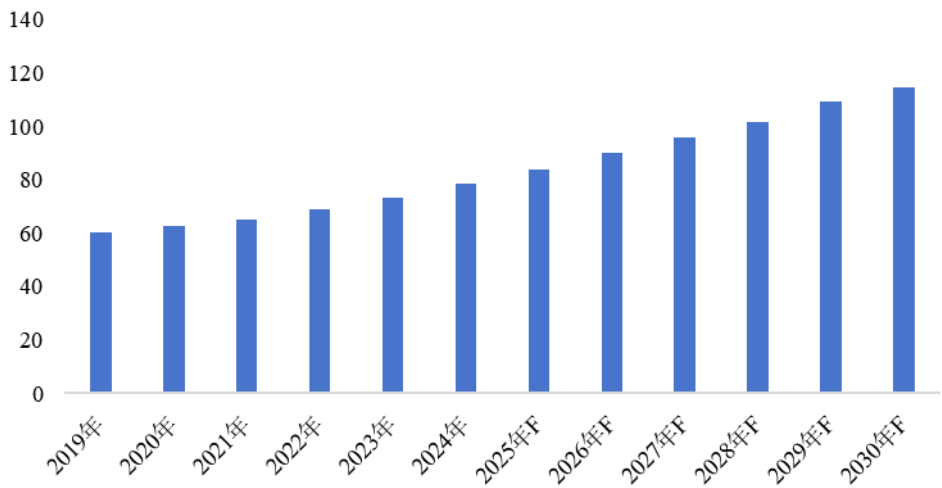
未来，随着汽车行业、3C 消费电子行业、家电行业、医疗行业等下游行业需求的增长趋势，以及下游市场对高性能产品需求的增加，热流道系统在注塑领域将进一步渗透，营业收入得到进一步提升。

2) 国内热流道市场近年来保持着稳定的增长，公司目前的市场份额不高，拥有较大提升空间

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）



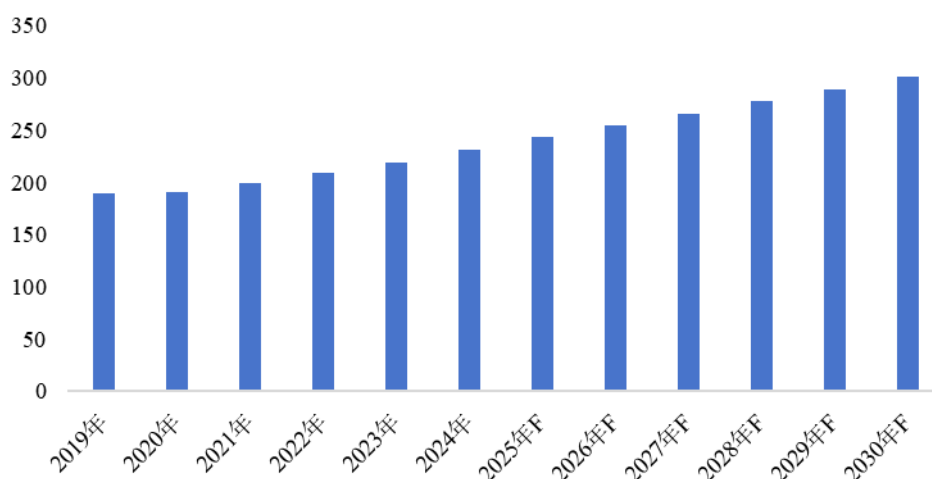
数据来源：QYResearch 研究报告

2022 年-2024 年，公司热流道系统相关收入分别为 1.42 亿元、1.68 亿元和 2.33 亿元，国内热流道市场占有率为 2.07%、2.29%和 2.96%，逐年上升，具有较大的提升空间。

3) 国际热流道系统市场容量较大，公司提高市场开拓能力积极开拓国际市场

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

公司已设立香港子公司，通过加大客户拜访频次、深度参与国外行业展会、完善境外服务团队体系建设等具体措施积极拓展海外业务并获得一定的境外订单，为海外市场的拓展提供保障。

下游高端制造领域对产品质量与生产效率的要求不断提升，将持续推动热流道技术渗透率加速提升，为行业带来可观的市场增量；国内外热流道市场销售规模稳步增长，公司目前市场拓展主要在国内，且市场份额不高，市场空间较大，并已通过设立香港子公司、积极参与国际展会、完善海外服务体系等措施积极开拓国际市场，为业绩增长提供新动能。综上，在行业持续扩张、公司市占率提升及海外业务拓展的共同驱动下，公司未来业绩具备充分的发展潜力。

## （2）行业竞争格局

### 1) 目前外资品牌热流道厂商仍占据国内热流道市场主要份额

全球及中国热流道系统市场近年来保持着稳定的增长，根据 QYResearch 统计，2024 年全球热流道市场销售规模为 231.54 亿元，国内热流道销售收入为 78.76 亿元。21 世纪初，随着中国制造业的崛起，外资品牌热流道厂商（包括圣万提、柳道、马斯特、欧瑞康好塑等）等纷纷通过在中国设厂等方式进入中国市场。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，根据 QYResearch 报告显示，2024 年国内热流道市场中外资品牌市场份额高达 70%-80%左右，尤其在高端热流道领域具有较强的竞争优势。

### 2) 国产品牌厚积薄发，逐步开始占据部分市场份额

当前，我国的热流道厂商以外资品牌为主，同时包括公司、麦士德福、好斯特在内的内资企业，通过多年研发积累，内资企业也开始占据部分市场份额。在日趋激烈的市场竞争环境下，模具行业等客户对热流道采购成本管控更为严格，内资热流道厂商价格优势和售后服务优势进一步凸显。

在目前的市场竞争格局下，公司依靠掌握的成熟热流道技术，已在汽车应用等领域实现大规模销售，2022-2024 年，公司热流道系统相关收入分别为 1.42 亿元、1.68 亿元和 2.33 亿元，国内热流道市场占有率为 2.07%、2.29%和 2.96%，逐年上升。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，实现市场占有率的不断提升，业绩具有持续性。

### （3）公司核心竞争力

#### 1) 技术优势

公司是国家级专精特新“小巨人”企业、浙江省拟重点支持的“专精特新”中小企业、浙江省“隐形冠军”企业、“浙江省创新型中小企业”。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。经过多年发展，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。

#### 2) 品牌与客户资源优势

热流道系统是热流道注塑模具中的核心部件，其质量及产品稳定性直接影响下游模具注塑过程的稳定程度与塑料件表面平整度等指标水平，因此下游客户针对热流道系统产品技术稳定性、制造工艺、质量管控能力等方面具有较高要求，更为重视热流道厂商品牌认可度。

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。公司主要客户包括比亚迪（002594.SZ）、安瑞光电（三安光电（600703.SH）之全资子公司）、嘉利股份（874616.NQ）、星宇股份（601799.SH）、海泰科（301022.SZ）、格力电器（000651.SZ）等知名企业，产品下游应用到比亚迪、上汽大众、上汽通用、理想、蔚来、奇瑞等知名汽车品牌。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，这也为公司带来长期稳定的产品订单。优质的客户资源为公司业绩的持续稳定增长提供了保障，有助于提高公司的市场声誉和品牌影响力，增强公司核心竞争优势。

### 3) 快速响应的服务优势

公司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，公司围绕不同类型产品已形成快速生产的产品配套能力，可实现对客户的一站式服务，充分满足下游客户更有效管理供应链的需求。

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，并在全国多个重点城市设立售后服务点，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。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。

### 4) 生产优势

公司产品具有定制化程度高的特点，生产流程涵盖产品设计、加工制造、品质检测、客户服务等过程，公司采用订单式生产管理。针对产品生产特点，凭借多年在热流道行业内的技术研发与改进，公司不断提升产品研发设计能力、工艺制造水平和快速响应能力等一系列核心竞争力，形成一套完善的规模化生产模式，在保证产品质量和客户交货日期的前提下，将个性化的订单和规模生产有效结合，

提出产品标准化部件使用标准规范，根据产品订单排产情况进行标准件备货式生产，提高生产效率；与此同时，公司仍不断优化生产工艺，提高良品率同时减少边角料，以最大限度地提高材料的综合利用率，降低产品的材料成本。

公司凭借在汽车热流道领域的技术优势，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，成功切入高端热流道市场并获得主流主机厂及一线零部件供应商的认证，同时通过定制化服务与快速响应机制，进一步强化客户合作黏性，通过高效生产能力将订单需求转化为高质量的交付能力。公司技术、客户、服务及生产优势环环相扣，共同构建了公司业务持续发展的正向循环，为未来业绩的持续性提供了坚实基础。

(4) 期后业绩变动情况

2025 年 1-9 月，公司主要业绩指标情况如下：

单位：万元

业绩指标	2025 年 1-9 月（经审阅）	2024 年 1-9 月（经审阅）	变动比例
营业收入	22,050.20	16,463.64	33.93%
净利润	6,070.54	4,935.62	22.99%
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	5,909.74	4,678.00	26.33%

2025 年 1-9 月，公司实现营业收入 22,050.20 万元，较上年同期增长 33.93%；

扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润较上年同期上升 26.33%，公司期后业绩总体保持稳定增长。

(5) 毛利率变动趋势

项目	2025 年 1 月-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）
热流道系统	50.13	96.00	50.87	96.84	55.38	97.03	56.44	96.41
其中：汽车车灯热流道系统	63.76	42.26	64.91	43.59	65.37	54.31	65.33	49.30
汽车内外饰热流道系统	40.32	51.24	39.56	51.34	43.01	38.99	47.02	44.47
其他热流道系统	20.79	2.50	34.41	1.91	39.33	3.73	49.26	2.63
其他	52.35	4.00	50.45	3.16	49.92	2.97	49.71	3.59
合计	50.21	100.00	50.86	100.00	55.22	100.00	56.20	100.00

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 56.20%、55.22%、50.86%和 50.21%。总体保持在较高水平，略有下降主要系：(1)产品结构变化：随着公司产能的提升，汽车内外饰热流道系统收入占比上升，汽车车灯热流道系统因所需的技术含量要求更高、工艺更加复杂而报价通常高于汽车内外饰热流道系统；(2)热流道系统单价有所下降：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。

报告期内，公司综合毛利率出现一定波动，但整体仍保持在合理区间，对经营业绩的可持续性未构成重大影响，主要系：(1)为进一步拓展市场份额、强化客户合作深度，公司主动对部分产品（主要为内外饰热流道系统）实施了价格策略优化，以带动订单规模的增长，为业务持续扩张奠定基础；(2)随着公司产能逐步释放，整体供给能力增强，公司具备充分条件承接更具规模的订单。尽管毛利率结构有所调整，但预计公司总体营业收入与净利润整体仍将保持稳定向好态势。

(6) 主要客户经营情况及预计采购计划

1) 公司报告期各期前五大客户经营情况及预计采购计划

单位：万元

序号	客户名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	预计采购计划
1	比亚迪股份有限公司	销售额	1,260.99	2,113.40	1,108.78	332.59	截至 2025 年 11 月末，比亚迪在手订单金额为 1,827.15 万元
		营业收入	37,128,094.80	77,710,245.50	60,231,535.40	42,406,063.50	
		净利润	1,603,893.90	4,158,794.00	3,134,407.00	1,771,310.40	
2	台州汇力普模塑有限公司	销售额	301.59	564.47	349.04	264.58	截至 2025 年 11 月末，台州汇力普模塑有限公司在手订单金额为 125.07 万元，根据客户反馈，预计未来合作计划有所上升
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	未透露				
3	珠海格力电器股份有限公司	销售额	255.09	530.11	179.35	60.31	公司与珠海格力电器合作稳定
		营业收入	9,732,492.60	18,916,365.41	20,397,926.64	18,898,838.27	
		净利润	1,451,286.91	3,237,106.93	2,771,902.29	2,301,134.44	
4	常州星宇车灯	销售额	505.84	517.90	358.60	16.40	截至 2025 年 11 月末，常州星宇
		营业收入	675,721.08	1,325,293.37	1,024,844.58	824,799.46	

序号	客户名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	预计采购计划
	股份有限公司	净利润	70,643.86	140,828.05	110,212.97	94,142.43	车灯股份有限公司在手订单金额为 296.48 万元，根据客户反馈，预计未来合作计划有所上升
5	宁波吉海模具有限公司	销售额	654.55	492.36	33.84	20.62	截至 2025 年 11 月末，宁波吉海模具有限公司在手订单金额为 177.66 万元，根据客户反馈，预计未来合作计划有所上升
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
6	芜湖安瑞光电有限公司	销售额	194.11	415.38	507.00	153.04	根据客户反馈，预计未来合作计划保持稳定
		营业收入	114,026.05	221,971.10	230,254.28	199,715.36	
		净利润	7,776.67	13,702.72	12,503.69	8,915.70	
7	江苏星科精密模具有限公司	销售额	161.01	285.28	409.44	247.66	根据客户反馈，预计未来合作计划保持稳定
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
8	台州市点睛模业有限公司	销售额	114.38	367.49	394.58	327.52	截至 2025 年 11 月末，台州市点睛模业有限公司在手订单金额为 226.77 万元，根据客户反馈，预计未来合作计划保持稳定
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
9	浙江永明模具股份有限公司	销售额	226.69	399.35	327.53	492.64	截至 2025 年 11 月末，浙江永明模具股份有限公司在手订单金额为 61.19 万元，根据客户反馈，预计未来合作计划保持稳定
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
10	常诚车业江苏有限公司	销售额	49.22	4.60	108.55	416.77	根据客户反馈，预计未来合作计划有所上升
		营业收入	***	***	***	***	
		净利润	***	***	***	***	
11	浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司	销售额	96.58	291.12	156.88	320.69	根据客户反馈，预计未来合作计划有所上升
		营业收入	131,987.20	268,023.32	278,786.93	267,090.05	
		净利润	3,025.18	8,796.06	11,223.05	11,523.36	
12	广州中誉精密	销售额	393.69	301.28	6.06	32.17	截至 2025 年 11 月末，广州中誉
		营业收入	***	***	***	***	

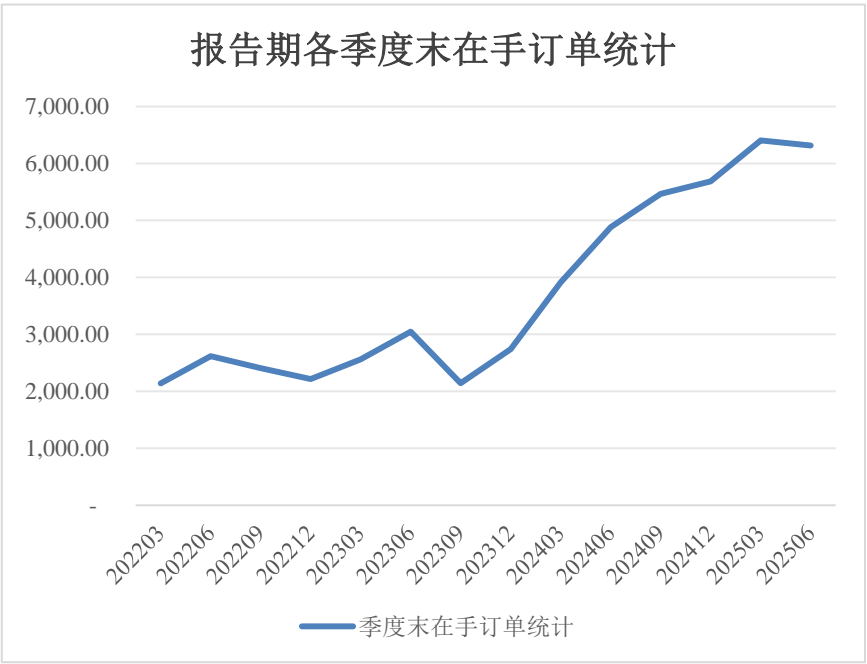
序号	客户名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	预计采购计划
	模具有限公司	净利润	未透露				精密模具有限公司在手订单金额为 158.50 万元，根据客户反馈，预计未来合作计划有所上升

注：以上客户营业收入、净利润、预计采购计划来源于上市公司定期报告、客户确认函等

报告期内，公司前五大客户自身业务发展健康、经营稳健，展现出良好的持续经营能力。公司主要客户目前在手订单储备充足，其未来的采购计划明确且可持续。因此，公司从主要客户处获得的业务需求预计将保持稳定或持续增长，从而为公司经营业绩的持续性提供保障。

2) 公司报告期各季度末在手订单情况

报告期各季度末在手订单的规模总体呈现出较快增长态势，公司业务发展的可持续性较强。截至 2025 年 11 月末，公司在手订单金额为 7,436.39 万元，公司市场拓展成效显著，持续获取订单的能力不断增强。



(7) 公司业绩增长具有可持续性

基于上述对市场需求及变化趋势、行业竞争格局、公司核心竞争力、期后业绩变动情况、毛利率变动趋势、主要客户经营情况及预计采购计划等的综合分析，下游高端制造领域对产品质量与生产效率的要求不断提升，持续推动热流道技术渗透率加速，公司目前已积极布局国际市场，通过香港子公司及海外服务体系开

拓新增长点，存量市场国产化及国际增量市场为公司业绩持续增长奠定了坚实基础；公司在核心技术上已达到或接近外资品牌水平，成功通过主流主机厂及一线零部件供应商认证，切入高端市场。通过定制化服务与快速响应机制构建了强客户粘性。2022-2024 年，公司国内市场占有率从 2.07%稳步提升至 2.96%，相关收入从 1.42 亿元增长至 2.33 亿元，体现其强劲的内生增长动能。公司计划向家电、3C 等新领域拓展，将进一步打开市场空间；公司期后业绩表现稳健，增长态势明确；各季度末在手订单规模呈上升趋势，主要客户经营稳健、采购计划明确，为业绩持续性提供稳定需求保障。报告期内毛利率有所波动但仍处于较高水平，公司业绩增长具有可持续性。

## 2. 相关风险揭示是否充分

针对公司业绩增长不具有持续性的风险，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”、“（六）经营业绩下滑风险”“（七）下游主要客户销售波动的风险”以及“第三节风险因素”中予以风险提示。

## （六）核查程序及结论

### 1. 核查程序

（1）获取报告期内公司分终端应用领域收入清单、客户清单；查询公司汽车、家电、3C 消费电子终端行业发展趋势；通过查阅上市公司定期报告、客户访谈等方式获取公司各领域主要下游客户的经营情况；对销售总监、研发总监进行访谈，询问公司发展历史，集中在汽车领域的原因，是否具有向其他终端应用领域拓展的能力；

（2）查询公司主要客户的订单和邮件，查看是否写明产品最终应用的终端主机厂名称、具体汽车部件及对应车型，获取公司主要汽车终端品牌的销售情况，查询主要终端品牌的出货量、更新换代的车型数量、固定资产投资、行业政策等；

（3）访谈公司主要客户、发放调查问卷等形式，核查公司产品在下游主要客户中的供应份额，并了解相较于主要客户其他供应商的竞争优劣势；结合公司报告期内主要客户销售情况、主要终端主机厂销售情况，分析公司主要客户销售的稳定与可持续性，了解是否存在被其他供应商替代的风险；

（4）访谈公司管理层、销售人员，了解公司不同产品的定价标准、终端主机厂年降政策对公司产品价格的影响、公司报告期后产品价格情况及其对公司经营

业绩的影响；获取公司采购明细表，分析主要原材料价格波动对公司主要产品价格的影响；获取公司报告期内的收入明细表，分析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中针阀式和开放式产品结构变化因素对产品价格的影响；获取经公司主要客户确认的问卷，分析终端主机厂年降政策对公司产品价格及毛利率的影响；获取公司报告期后的收入明细表，分析主要产品的价格变动情况以及对公司经营业绩的影响；

(5) 获取热流道市场需求及变化趋势的行业资料、内资和外资竞争格局及份额、对公司销售总监进行访谈，询问公司核心竞争力、查阅公司期后业绩报表及毛利率变动趋势、对主要客户进行访谈、查询定期公告、发放问询函等方式获取其经营情况及预计采购计划、获取公司在手订单情况。

## 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司产品主要集中于汽车领域，亦涉及家电及 3C 消费电子等领域。公司汽车行业收入变动情况与汽车行业发展趋势、下游直接客户经营业绩基本匹配，公司家电及 3C 消费电子收入规模相对有限，主要受制于产能资源等因素。随着公司产能逐步释放和资源优化配置，将积极把握家电、3C 消费电子等热流道市场的广阔发展机遇。公司针对产品终端应用领域较为单一的风险作风险揭示；

(2) ① 公司通过直接与主机厂交易及对非主机客户（如模具厂、汽车零部件厂）沟通询问等非正式方式，确认产品与最终应用的主机厂之间的对应关系；② 公司结合客户提供的技术参数、模流分析结果等信息，可明确产品对应的汽车零部件大类（如汽车内外饰、车灯等）；③ 公司作为终端主机厂的二级或三级供应商，无法获知产品最终应用车型；④ 公司热流道系统的销量与行业景气度相匹配，与汽车整车销量之间不存在一一对应的关系，但总出货量大的主机厂对热流道需求相对更大，公司热流道系统的销量与主机厂终端车型更新换代的频率关联度较高；⑤ 报告期内发行人业绩增长主要来源于终端主机厂车型的更新换代，一方面，国内汽车产业持续升级，主流主机厂为提升市场竞争力加速车型迭代，新车型年投放量维持较高水平，直接驱动热流道系统配套需求的持续、规模化增长；另一方面，公司深度绑定国内头部主机厂，核心客户收入占比稳步提升，公司业绩增长具有真实合理性；

(3) 公司产品在下游主要客户采购体系中占据一定供应比例,且在核心客户中份额实现显著持续增长,充分体现客户对公司产品竞争力的认可及合作关系的深化;相较于主要客户其他供应商,面对外资品牌,公司核心性能指标已实现快速追赶,同时凭借成本控制与高效本土化服务形成竞争优势,面对内资其他品牌,公司依托扎实技术积累、可靠产品质量及优质客户基础构建了差异化壁垒,上述优势精准契合汽车产业链对产品性价比与服务响应效率的核心需求,为业务持续发展提供充足空间。综上,依托产品定制化形成的技术门槛、客户对生产稳定性的核心诉求及公司针对潜在替代风险建立相应措施,公司产品被替代风险相对较低,向主要客户的销售具备稳定可持续性;

(4) 公司主要产品汽车车灯热流道系统和汽车内外饰热流道系统根据驱动方式分别报价,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报价受市场竞争因素存在一定下降,从而导致产品销售价格总体有所下降;原材料价格波动总体对公司产品单价变动影响程度相对较小;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,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;根据公司主要客户反馈的受到终端主机厂年降政策的影响,50%以上客户反映终端主机厂年降政策影响在5%以下;报告期内公司汽车车灯热流道系统受主机厂年降政策影响相对较小,毛利率变动相对较小,汽车内外饰热流道系统报价下降受到主机厂年降政策影响,产品价格下降导致报告期内毛利率亦有所下降;2025年第三季度,公司主要产品热流道系统产品单价较2025年1-6月有所下降,毛利率较2025年1-6月小幅上升,公司经营业绩出现大幅下滑风险较小;

(5) 随着下游高端制造领域对产品质量与生产效率的要求不断提升,持续推动热流道技术渗透率加速,公司目前已积极布局国际市场,通过香港子公司及海外服务体系开拓新增长点,存量市场国产化及国际增量市场为公司业绩持续增长奠定了坚实基础;公司在核心技术上已达到或接近外资品牌水平,成功通过主流主机厂及一线零部件供应商认证,切入高端市场。通过定制化服务与快速响应机制构建了强客户粘性。2022-2024年,公司国内市场占有率从2.07%稳步提升至2.96%,相关收入从1.42亿元增长至2.33亿元,体现其强劲的内生增长动能。公司计划向家电、3C等新领域拓展,将进一步打开市场空间;公司期后业绩表现稳健,增长态势明确;各季度末在手订单规模呈上升趋势,主要客户经营稳健、

采购计划明确，为业绩持续性提供稳定需求保障。报告期内毛利率有所波动但仍处于较高水平，公司业绩增长具有可持续性，相关风险揭示充分。

#### **四、其他问题**

**（1）进一步说明与外资企业的竞争情况。...**

**（2）应收款项回收风险。根据申请文件及问询回复：①报告期各期末，发行人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%。②发行人客户以注塑模具厂为主，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，存在部分货款超出信用期支付的情况。③发行人应收账款周转率低于可比公司，信用政策较可比公司更为宽松。请发行人：①列示截至问询回复日报告期各期末发行人前十大应收账款逾期客户的期后回款情况，是否存在回款不及预期或客户经营情况发生恶化、列为被执行人或失信被执行人等情形，对应应收款项坏账准备计提是否充分。②说明发行人信用政策较可比公司更为宽松的原因，对发行人的具体影响，有针对性进行风险揭示；结合市场供求趋势与竞争程度、客户合作情况等说明发行人是否存在进一步放松信用政策的可能，如客户提出进一步放松信用政策，发行人采取的应对措施及有效性。③结合前述情况有针对性地进行风险揭示和重大事项提示。**

**（3）与主要客户交易的公允性。根据申请文件及问询回复，报告期内，发行人对主要客户的销售价格及毛利率存在一定差异。请发行人结合产品差异等进一步分析不同客户毛利率、同一客户不同年度毛利率存在较大差异的原因及合理性，补充论证发行人与主要客户交易的公允性。**

**请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。（审核问询函问题 4 第（2）、（3）条）**

### （一）应收款项回收风险

1. 列示截至问询函回复出具日报告期各期末公司前十大应收账款逾期客户的期后回款情况，是否存在回款不及预期或客户经营情况发生恶化、列为被执行人或失信被执行人等情形，对应应收款项坏账准备计提是否充分

（1）2025 年 6 月 30 日前十大应收账款逾期客户期后回款情况

2025 年 6 月末，公司前十大应收账款逾期客户期后回款情况具体如下：

单位：万元

客户名称	逾期金额	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	是否存在客户经营 情况发生恶化、列为 被执行人或失信被 执行人等情形
宁波吉海模具有限公司	535.37	1 年以内	26.77	5.00	535.37		否
浙江永明模具股份有限公司	388.58	1 年以内	33.59	8.65	217.25	171.33	否
台州市点睛模业有限公司	310.42	1 年以内	15.52	5.00	151.05	159.37	否
江苏星科精密模具有限公司	272.01	1 年以内	13.60	5.00	272.01		否
苏州市振业模具有限公司	256.41	1 年以内	12.82	5.00	140.00	116.41	否
中山市恒滨实业有限公司	228.26	1 年以内	11.41	5.00	228.26		否
台州精创志和模具科技有限公司	180.06	1 年以内	9.00	5.00	30.00	150.06	否
浙江凯华模具有限公司	172.94	1 年以内 98.33 万元， 1-2 年 74.61 万元	16.87	9.76	164.54	8.40	否
芜湖安瑞光电有限公司	172.84	1 年以内	8.64	5.00	172.84		否
台州仁信模具有限公司	172.80	1 年以内 155.15 万元， 1-2 年 17.65 万元	11.21	6.49	105.00	67.80	否

客户名称	逾期金额	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	是否存在客户经营 情况发生恶化、列为 被执行人或失信被 执行人等情形
小计	2,689.70		159.45	5.93	2,016.33	673.37	

注：期后回款金额为截至本说明出具日回款金额，下同

(2) 2024 年 12 月 31 日前十大应收账款逾期客户情况

2024 年 12 月末，公司前十大应收账款逾期客户期后回款情况具体如下：

单位：万元

客户名称	逾期金额	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	是否存在客户经营 情况发生恶化、列为 被执行人或失信被 执行人等情形
浙江永明模具股份有限公司	363.28	1 年以内	31.21	8.59	363.28		否
浙江凯华模具有限公司	267.19	1 年以内 230.25 万元， 1-2 年 36.94 万元	21.39	8.01	267.19		否
苏州市振业模具有限公司	259.97	1 年以内	14.71	5.66	259.97		否
宁波吉海模具有限公司	212.91	1 年以内	10.65	5.00	212.91		否
中山市恒滨实业有限公司	192.78	1 年以内	9.64	5.00	192.78		否
宁波远东制模有限公司	175.05	1 年以内	8.75	5.00	175.05		否
台州市点睛模业有限公司	167.50	1 年以内	8.38	5.00	167.50		否
台州市黄岩进一模具有限公司	165.19	1 年以内	9.49	5.74	165.19		否
江苏星科精密模具有限公司	163.03	1 年以内	8.15	5.00	163.03		否
宁波周龙塑胶模具有限公司	159.31	1 年以内	7.97	5.00	159.31		否

客户名称	逾期金额	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	是否存在客户经营情况发生恶化、列为被执行人或失信被执行人等情形
小计	2,126.22		130.32	6.13	2,126.22		

(3) 2023 年 12 月 31 日前十大应收账款逾期客户情况

2023 年 12 月末，公司前十大应收账款逾期客户期后回款情况具体如下：

单位：万元

客户名称	逾期金额	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	是否存在客户经营情况发生恶化、列为被执行人或失信被执行人等情形
台州市点睛模业有限公司	313.45	1 年以内	15.67	5.00	313.45		否
浙江永明模具股份有限公司	266.92	1 年以内	25.51	9.56	266.92		否
台州汇力普模塑有限公司	216.78	1 年以内	11.38	5.25	216.78		否
浙江凯华模具有限公司	204.32	1 年以内 157.65 万元， 1-2 年 46.67 万元	17.72	8.67	204.32		否
江苏星科精密模具有限公司	154.35	1 年以内	7.72	5.00	154.35		否
宁波华众汽车饰件科技有限公司	138.22	1 年以内	6.91	5.00	138.22		否
台州金祥晟模塑有限公司	130.59	1 年以内	6.53	5.00	130.59		否
宁波远东制模有限公司	127.22	1 年以内	7.17	5.64	127.22		否
苏州海拓精密模塑有限公司	121.41	1 年以内	6.28	5.17	121.41		否
台州市黄岩精匠模塑有限公司	118.08	1 年以内	8.19	6.93	118.08		否
小计	1,791.34		113.08	6.31	1,791.34		

(4) 2022 年 12 月 31 日前十大应收账款逾期客户情况

2022 年 12 月末，公司前十大应收账款逾期客户期后回款情况具体如下：

单位：万元

客户名称	逾期金额	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	是否存在客户经营情况发生恶化、列为被执行人或失信被执行人等情形
常诚车业江苏有限公司	383.79	1 年以内	19.19	5.00	383.79		否
台州市点睛模业有限公司	333.44	1 年以内	18.48	5.54	333.44		否
浙江凯华模具有限公司	127.74	1 年以内	6.39	5.00	127.74		否
宁波远东制模有限公司	126.00	1 年以内	6.30	5.00	126.00		否
宁海创辉模塑有限公司	117.05	1 年以内 101.27 万元， 1-2 年 15.78 万元	8.28	7.07	117.05		否
深圳市安盛模具有限公司	104.50	1 年以内	5.23	5.00	104.50		否
浙江庄普模具有限公司	99.77	1 年以内	4.99	5.00	99.77		否
长春恒拓模具有限公司	84.67	1 年以内	4.23	5.00	84.67		否
台州市黄岩精匠模塑有限公司	73.13	1 年以内	4.85	6.64	73.13		否
浙江永明模具股份有限公司	72.46	1 年以内	5.56	7.67	72.46		否
小计	1,522.55		83.50	5.48	1,522.55		

截至本说明出具日，报告期各期末公司前十大应收账款逾期客户期后回款比例分别为 100.00%、100.00%、100.00%和 74.96%。前十大应收账款逾期客户均为报告期内公司主要客户，公司与其具有稳定、长期的合作关系，因行业终端客户整体回款进度较慢和主要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导致回款不及预期，实际付款时间拉长。

报告期内，公司针对应收账款建立并执行了有效的内控管理制度，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

其保持联络，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。客户逾期符合行业客观情况，上述客户经营状况正常，不存在经营情况发生恶化、列为被执行人或失信被执行人等情形。目前逾期款项正在持续回款中，历史整体期后回款情况较好，相关款项可回收性较高。

报告期内，公司建立并有效执行了应收账款管理内控制度，并严格按照企业会计准则及公司坏账准备计提政策，按信用风险特征组合计提预期信用损失；对于信用状况明显恶化且未来回款可能性较低的应收账款单项计提坏账准备。公司会持续关注客户信用状况变动，并结合舆情对应收款项可回收金额进行定性和定量评估，及时调整问题客户的预期信用减值损失，确保坏账准备计提的充分性。

综上，报告期内，公司对逾期款项加强催收，逾期应收账款得到持续收回，公司前十大应收账款逾期客户的不存在经营情况发生恶化、列为被执行人或失信被执行人等情形，对应应收款项坏账准备计提充分。

2. 说明公司信用政策较可比公司更为宽松的原因，对公司的具体影响，有针对性进行风险揭示；结合市场供求趋势与竞争程度、客户合作情况等说明公司是否存在进一步放松信用政策的可能，如客户提出进一步放松信用政策，公司采取的应对措施及有效性

(1) 说明公司信用政策较可比公司更为宽松的原因，对公司的具体影响，有针对性进行风险揭示

报告期内，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 1-6 月		2024 年度	
	金额	占比	金额	占比
0-30 天	2,058.89	14.01%	4,000.23	17.06%
45-60 天	2,553.35	17.37%	5,794.13	24.71%
90 天	6,832.50	46.48%	9,174.46	39.13%
120 天-180 天	2,881.37	19.60%	3,861.57	16.47%
180 天以上	373.20	2.54%	616.14	2.63%
合计	14,699.31	100.00%	23,446.54	100.00%

(续上表)

信用期	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
0-30 天	2,258.75	13.41%	1,368.80	9.60%
45-60 天	4,575.64	27.17%	4,260.74	29.89%
90 天	6,810.28	40.44%	5,744.93	40.30%
120 天-180 天	2,678.84	15.91%	2,302.97	16.15%
180 天以上	515.53	3.06%	579.37	4.06%
合计	16,839.04	100.00%	14,256.81	100.00%

公司与可比公司信用期政策对照如下：

公司名称	信用政策
1) 同行业可比公司	
麦士德福	大多数客户信用期为 30 天到 90 天不等
2) 其他对比公司	
曼恩斯特	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
优德精密	给予客户的信用期限一般不超过三个月
宁波方正	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

海泰科	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
公司	一般多为 30-180 天内不等

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

报告期内，公司信用期 90 天内的客户收入占比分别为 79.78%、81.03%、80.90% 和 77.86%，与同行业可比公司麦士德福信用期政策基本一致。公司信用政策和其他可比公司略有不同，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。整体来看，公司的信用政策与同行业可比公司和其他对比公司不存在明显差异，整体略宽松于可比公司，具体原因如下：

1) 公司规模与成长阶段差异

公司同行业可比公司麦士德福已完成多轮融资，其他对比公司曼恩斯特、优德精密、宁波方正、海泰科均已上市多年，经过资本市场助推业务发展已经成为行业内规模较大的企业。截至 2025 年 6 月，公司与可比公司的经营规模对比情况如下：

单位：万元

公司名称	总资产	净资产	营业收入
1) 同行业可比公司			
麦士德福[注]	70,758.97	36,864.23	55,711.57
2) 其他对比公司			
曼恩斯特	454,279.13	284,741.01	56,048.29
优德精密	73,464.49	54,758.57	16,569.23
宁波方正	282,788.88	141,824.75	58,162.15
海泰科	210,092.66	110,530.01	38,588.15
其他对比公司平均值	255,156.29	147,963.58	42,341.96
公司	44,841.54	36,201.81	14,699.31

[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 2022 年数据进行对比分析

根据上表可知，公司总资产、净资产和营业收入规模均远低于可比公司平均水平。公司在与下游客户进行商务谈判过程中话语权与大规模企业仍存在一定差距，因而可能给予部分客户略微宽松的信用期。同时，公司作为中小微企业，仍处于成

长阶段，需要不断的开发新产品、拓展新客户，提升客户黏性，不断提升企业知名度，促进企业快速发展，因而在早期获取客户的时候给予了部分客户略微宽松的信用期。报告期内，公司对于主要客户的信用政策未发生改变，不存在对主要客户延长信用期的情形。

2) 产品结构、应用领域和产业链位置差异

其他对比公司的主要产品结构、客户结构及最近一期主要业务收入占比情况如下：

公司名称	产品结构、客户结构及最近一期主要业务收入占比
曼恩斯特	公司所处产业链位置为涂布应用类和能源系统类中游设备商。涂布应用类下游客户主要为电池厂、设备厂及显示企业等，能源系统类下游客户主要为电网公司、发电企业、工商业用户、家庭用户等。2025 年 1-6 月涂布应用类收入占比为 20.94%，能源系统类收入占比为 77.92%。
优德精密	公司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以及自动化设备与医疗器材精密组件的研发、生产及销售。下游客户主要包括汽车模具厂以及零部件厂商。2025 年 1-6 月精密模具零部件收入占比为 84.05%。
宁波方正	公司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。下游客户主要为国内外知名汽车零部件生产企业。2025 年 1-6 月模具收入占比为 50.58%。
海泰科	公司主要从事汽车行业相关的注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造和销售。公司主要客户为国内外知名汽车零部件厂商。2025 年 1-6 月注塑模具收入占比为 84.05%。

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；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。

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，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，导致回款相对较慢。公司通常给予该类客户略微宽松的信用政策，以优化客户结构、提升境内行业影响力和提高市场占有率。

公司的汽车主机厂、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，由于公司该类客户规模较大，市场地位较高，通常处于相对强势地位，从而在商务谈判过程中具有更高的话语权，公司给予部分客

户略微宽松的信用期以保持稳定的战略合作关系。

综上所述，公司信用政策较可比公司略为宽松具有合理性，但与同行业可比公司和其他对比公司不存在明显重大差异，对公司生产经营不产生重大不利影响，具有商业合理性。

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”中有针对性进行风险揭示。

（2）结合市场供求趋势与竞争程度、客户合作情况等说明公司是否存在进一步放松信用政策的可能，如客户提出进一步放松信用政策，公司采取的应对措施及有效性

1) 市场供求趋势

① 热流道系统市场需求稳定增长，为公司的业绩发展夯实基础

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，市场需求稳步增长，从而带动对公司产品的需求增长。

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，相应促进对公司产品需求量的增加。

③ 公司在手订单持续增长，产能逐步提升

报告期各期末及截至 2025 年 11 月末，公司在手订单分别为 2,242.05 万元、2,762.71 万元、4,937.04 万元和 7,436.39 万元，总体保持持续增长，客户对公司产品需求旺盛。

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。

综上，热流道系统市场需求的稳定增长、下游应用领域的快速发展带动客户对公司产品需求量的增加，公司的在手订单持续增长并提升产能，有利于稳固公司的信用政策。

2) 竞争程度

报告期内，公司主要竞争对手包括柳道、马斯特、圣万提、欧瑞康好塑、麦士德福、好特斯，公司与竞争对手基本情况及 2024 年度市场份额对比情况具体如下：

序号	主要竞争对手	内外资品牌	主营业务及主要产品[注 1]	应用领域[注 1]	2024 年度市场份额[注 2]
1	柳道	外资品牌	专业从事高端注塑模具“热流道系统”的制造	汽车、家电、3C 消费电子、包装、医疗等领域	15.48%
2	马斯特		生产热流道、控制器、辅助注塑设备等	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	12.04%
3	圣万提		主营业务为塑料注射成型行业热流道系统制造商	汽车、工业、电气和电子以及家用电器等众多领域	8.52%
4	欧瑞康好塑		致力于为塑料注塑行业设计和制造热流道系统	汽车、家电、包装、医疗、家具用品、食品等多个领域	8.70%

序号	主要竞争对手	内外资品牌	主营业务及主要产品[注 1]	应用领域[注 1]	2024 年度市场份额[注 2]
5	麦士德福	内资品牌	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	汽车、家电、IT 电子、食品和日化包装、医疗耗品、电子雾化器等	2.56%
6	好特斯		从事热流道系统研发、制造及销售服务	汽车、电子、医疗等不同领域	未披露
7	公司		主要从事注塑模具热流道系统及相关部件的研发、设计、生产和销售	汽车车灯、汽车内外饰、3C 消费电子等领域	2.96%

[注 1]柳道、马斯特、圣万提、欧瑞康好塑、好特斯相关内容来自于官网，麦士德福相关内容来自于招股说明书

[注 2]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;QYResearch 报告中显示公司 2024 年热流道销售收入为 2.25 亿元，市场占有率为 2.86%，公司经审计的热流道相关收入为 2.33 亿元，对应市场占有率为 2.96%，与 QYResearch 报告差异较小，因公司经审计财务数据更为准确，因此采用 2024 年热流道相关收入/2024 年度国内热流道市场规模计算市场占有率

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，同时在内资品牌中市场份额具有一定优势。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。

此外，在汽车车灯热流道系统领域，因产品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。

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 2022-2024 年国内热流道市场占有率分别为 2.07%、2.29%和 2.96%，逐年提升。公司竞争优势的突显与行业地位的提升有利于公司巩固信用政策。

### 3) 客户合作情况

报告期各期，公司与新客户、老客户的合作情况如下：

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

报告期内，老客户实现收入占比分别为 80.78%、84.85%、87.19%和 92.70%，体现公司与客户的合作不断加深，具有较好的粘性。同时，报告期内，公司对于主要客户（各期前五大客户，共 12 家）的信用期未发生变化，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

公司主要客户包括汽车主机厂、汽车零部件厂和注塑模具厂的上市公司、上市公司子公司、新三板挂牌公司等中大型公司，报告期内，主要客户的信用政策保持稳定、均未发生重大变化，与主要客户之间的合作不存在放松信用政策的情形。

#### 4) 公司是否存在进一步放松信用政策的可能

结合前述市场供求趋势与竞争程度、客户合作情况，公司对于是否存在进一步放松信用政策的可能性分析如下：

① 公司制定了《销售管理制度》，综合考虑不同客户的经营情况、业务规模、信用状况、采购需求、合作历史等因素，与客户进行商务谈判确定信用期限。报告期各期，公司对于主要客户（各期前五大客户，共 12 家）的信用政策均未发生变化。

② 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，广泛应用于汽车车灯、汽车内外饰、3C 消费电子等领域。公司核心产品技术指标已具备与外资厂商直接竞争的實力，凭借不断提升的产品竞争力和快速响应的服务能力，在市场上形成了特有的竞争地位。报告期各期末，公司在手订单金额整体有所增长，业务可持续性较高。

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。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。

④ 报告期内，公司老客户实现收入占比分别为 80.78%、84.85%、87.19%和 92.70%，销售收入占比较高，公司与主要客户合作较为稳定，具有较好的客户粘性。同时，公司报告期内主要客户信用政策、信用条件保持稳定，不存在放松信用政策刺激销售的情况。

⑤ 党中央国务院持续加大对应收账款问题治理力度，2025 年 6 月 1 日修订实施的《保障中小企业款项支付条例》规定：“大型企业从中小企业采购货物、工程、服务，应当自货物、工程、服务交付之日起 60 日内支付款项。”政策推动车企密集承诺缩短账期后，中小汽车零部件企业有望舒缓资金压力，推动产业链良性发展，这也将为公司回款效率提升带来积极信号。

综上分析，公司主要综合考虑不同客户的经营情况、业务规模、信用状况、采购需求、合作历史等因素确定相应客户的信用政策。随着下游市场需求增加、公司

产品性价比、本土化服务等方面竞争优势的不断凸显，公司业务规模不断扩张，在手订单金额整体有所增长，业务可持续性较高。公司与主要客户合作较为稳定，具有较好的客户粘性，对主要客户不存在放松信用政策刺激销售的情况。同时，在国家政策推动下游厂商承诺缩短付款账期的背景下，公司回款效率有望得到提升。因此，公司可预见的未来进一步放松信用政策的可能性较小。

5) 如客户提出进一步放松信用政策，公司采取的应对措施及有效性

针对客户如果提出进一步放松信用政策的情况，公司制定了以下应对措施：

① 充分利用现有优质稳定的客户资源，巩固行业地位

基于长期技术研发积累，凭借优良的产品质量和售后服务，公司已与诸多国内外知名整车厂商、汽车零部件供应商及模具厂商建立了长期稳定的合作关系，品牌影响力得到逐步提升，主要客户涵盖上市公司、上市公司子公司、新三板挂牌公司等中大型公司。

报告期内，公司对主要客户信用政策未发生变化，但公司收入规模逐年增加。公司将不断深化与重点客户的合作，建立长期稳定的战略合作关系，筑牢发展根基；同时，在现有业务和客户群体的基础上，敏锐洞察市场与技术前沿，以客户需求驱动研发，持续强化竞争优势。

② 优化客户结构，降低对单一客户的依赖

公司在与现有客户建立了长期稳定的合作关系的基础上，持续开拓新客户，进一步保证了公司长期稳定的经营发展。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%，客户集中度较低，对单一客户不存在重大依赖。在新客户开拓方面，公司在保持汽车领域热流道系统竞争优势的基础上，紧跟行业发展趋势，积极拓展 3C 消费电子、家电等行业客户群体，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，优化客户结构和降低对单一客户的依赖，以增强经营稳定性和抗风险能力，从而降低客户提出放松信用政策对公司的影响。

③ 持续进行研发投入，进一步提升产品市场竞争力

公司在长期发展中重视研发能力的持续提升，始终把技术创新作为公司提高核心竞争力的重要举措，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。报告期各期，公司研发费用分别为 706.38 万元、778.11 万元、1,008.23 万元和 510.46 万元，占当期营业收入比例分别为 4.95%、4.62%、4.30%和 3.47%。

未来，公司将持续进行研发投入，以产品和技术创新驱动发展，进一步提升公司的自主研发水平和能力，以满足下游客户需求和适应行业变化趋势，提升产品的技术先进性和市场竞争力，从而增强客户粘性、提高公司商务谈判地位和议价能力，为公司实现长期盈利提供基础。

#### ④ 建立完善的营销体系，提升客户需求响应速度和服务质量

经过多年的经营与积累，公司建立了较为完善的营销体系。截至 2025 年 6 月 30 日，公司已经建立了稳定的销售团队，销售及售后人员规模达 126 人。公司在国内各个重要区域都设置了售后网点，能够保证售后人员能够迅速响应，保证及时服务。公司根据市场和政策趋势，定期制定销售计划，积极维护现有客户资源，持续深入挖掘客户潜在需求，进一步完善产品工艺技术和售前售后服务质量，不断提高客户对公司的满意度，以此增强客户采购粘性。

同时，公司将持续加强营销团队建设，通过引进人才、完善培养与激励机制，组建一只稳定高效的核心营销团队，以强化市场推广与商务谈判能力。

#### ⑤ 严格执行应收账款回款内控管理，加强回款催收力度

在国家政策推动下游厂商承诺缩短付款账期的背景下，在公司持续增强自身影响力和商务谈判议价能力的前提下，公司还将持续增强应收账款的催款力度，严格执行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。对于逾期未付款的客户，销售人员负责了解客户拖欠款项原因，并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。通过不断加强应收账款的回款管理，公司应收账款质量和周转效率将得到改善，从而有效提升资产运营效率。

综上，结合公司自身的产品竞争优势、研发创新能力和稳定长期的客户关系及市场拓展等因素，随着国家政策的助推和公司商务谈判议价能力的不断提升，公司可以有效降低客户提出放松信用政策的可能性，降低客户提出放松信用政策对公司的影响，相关措施具有有效性。

### 3. 结合前述情况有针对性地进行风险揭示和重大事项提示

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；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，相对不高。

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，公司客户以注塑模具厂为主，注塑模具厂因自身规模不大、单笔交易金额小等特点，受行业整体回款进度慢的影响，存在一定资金压力，且注塑模具厂更易因市场竞争加剧、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、放松信用政策，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。”

#### 4. 核查程序及结论

##### （1）核查程序

1) 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；询问公司对逾期应收款的管理制度、催收情况及执行效果；

2) 询问公司销售相关人员，了解报告期各期末前十大应收账款逾期客户的经营情况，并通过公开渠道查询相关客户是否存在经营风险；

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，对比分析公司信用政策与其信用政策的差异原因和影响；结合市场供求趋势与竞争程度、客户合作情况等分析公司是否存在进一步放松信用政策的可能和公司采取的应对措施；

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，评估其设计和执行是否有效；

5) 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，并有针对性地进行风险揭示和重大事项提示。

## (2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 报告期内，公司对逾期款项加强催收，逾期应收账款得到持续收回。截至本说明出具日，报告期各期末公司前十大应收账款逾期客户期后回款比例分别为100.00%、100.00%、100.00%和74.96%，对于尚未全部回款的客户，公司已经制定了回款计划并保持持续催收。公司前十大应收账款逾期客户的不存在经营情况发生恶化、列为被执行人或失信被执行人等情形，对应应收款项坏账准备计提充分；

2) 公司各期末应收账款逾期主要系行业终端客户整体回款进度较慢和主要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导致实际付款时间拉长，符合行业惯例。报告期内，公司对逾期款项持续加强催收，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；

3) 与同行业可比公司和其他对比公司相比，公司经营规模较小，仍处于成长阶段，在与下游客户进行商务谈判过程中话语权与大规模企业仍存在一定差距；同时，公司为优化客户结构、保持稳定长期的合作关系，给予部分客户较可比公司略微宽松的信用政策，但不存在重大差异，对公司不产生重大不利影响；

4) 公司综合考虑不同客户的经营情况、业务规模、信用状况、采购需求、合作历史等因素确定相应客户的信用政策。热流道系统市场需求的稳定增长、下游应用领域的快速发展带动客户对公司产品需求量的增加，公司的在手订单持续增长并提升产能，有利于稳固公司的信用政策；公司竞争优势的突显与行业地位的提升有利于公司巩固信用政策；公司与主要客户合作较为稳定，具有较好的客户粘性，对主

要客户不存在放松信用政策刺激销售的情况。同时，在国家政策推动下游厂商承诺缩短付款账期的背景下，公司回款效率有望得到提升。因此，公司可预见的未来进一步放松信用政策的可能性较小；

5) 如果客户提出进一步放松信用政策，公司将通过充分利用现有优质稳定的客户资源、巩固行业地位，优化客户结构、降低对单一客户的依赖，持续进行研发投入、进一步提升产品市场竞争力，建立完善的营销体系、提升客户需求响应速度和服务质量，严格执行应收账款回款内控管理、加强回款催收力度等一系列应对措施，有效降低客户提出放松信用政策的可能性，降低客户提出放松信用政策对公司的影响；

6) 公司已结合前述情况，进一步完善招股说明书中关于应收账款余额较大的风险，有针对性地进行风险揭示和重大事项提示。

**(二) 与主要客户交易的公允性。根据申请文件及问询回复，报告期内，发行人对主要客户的销售价格及毛利率存在一定差异。请发行人结合产品差异等进一步分析不同客户毛利率、同一客户不同年度毛利率存在较大差异的原因及合理性，补充论证发行人与主要客户交易的公允性**

报告期内，公司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，公司报告期各期汽车车灯热流道系统前五大客户中不同客户毛利率以及同一客户不同年度毛利率存在一定差异主要系产品价格存在一定差异，符合商业惯例，具有合理性。报告期内，公司与主要客户产品报价存在一定差异主要系基于合作时间、交易规模、双方议价能力等因素综合考虑，具有商业合理性，公司与上述主要客户交易具有公允性。

报告期内，公司报告期各期汽车内外饰热流道系统前五大客户中不同客户毛利率以及同一客户不同年度毛利率存在一定差异主要系产品价格与产品结构存在一定差异，符合商业惯例，具有合理性。报告期内，公司与主要客户产品报价总体均呈下降趋势主要系市场竞争因素影响，各客户之间产品价格存在一定差异主要系基于合作时间、交易规模、双方议价能力等因素综合考虑，具有商业合理性，公司与上述主要客户交易具有公允性。

## 1. 核查程序及结论

### (1) 核查程序

1) 访谈公司管理层、销售人员，了解公司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前五大客户中不同客户毛利率、同一客户不同年度毛利率存在一定差异的原因及合理性；

2) 获取公司报告期内的收入成本明细表，分析不同客户毛利率、同一客户不同年度毛利率存在一定差异的原因及合理性；

3) 获取公司报告期内的收入明细表，分析不同客户报告期内的报价差异情况，论证公司与主要客户交易的公允性。

### (2) 核查结论

报告期内，公司报告期各期汽车车灯热流道系统前五大客户中不同客户毛利率以及同一客户不同年度毛利率存在一定差异主要系产品价格存在一定差异，公司报告期各期汽车内外饰热流道系统前五大客户中不同客户毛利率以及同一客户不同年度毛利率存在一定差异主要系产品价格与产品结构存在一定差异，符合商业惯例，具有合理性；报告期内，公司与主要客户产品报价存在一定差异主要系基于合作时间、交易规模、双方议价能力等因素综合考虑，具有商业合理性，公司与主要客户交易具有公允性。

专此说明，请予察核。



天健会计师事务所（特殊普通合伙）

中国注册会计师：

尉建清



中国注册会计师：

周飞



二〇二五年十二月二十二日

附件一

序号	客户名称	发函单 体	函证期间	发函金额 （万元）				回函金额是 否一致	发函地址	回函地址	收件联 系人	回函联 系人	不一致 事项	不一致 原因	核实 方式				
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月												
1	台州汇力 普模塑有 限公司	恒道科 技	2024 年度			493.67		是	***		***	***	联系人 不一致， 地址一 致	回函 人员不 一致系 公司集 团内部 其他人员回函 （包括 财务、 高管、 采购、 同一控 制下其 他公司 人员 等） 回函地 址不一 致系公 司集团 其他办 公地址 （包括 厂房、 同一控 制下其 他公司 地址	确 认 函				
		2021-2023 年 度	264.58	349.04			是	***											
		莱瑟塔	2024 年度			70.80		是				***							
2	苏州市振 业模具 有限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月				193.76	否，2025 年 1-6 月回函 金额系 57.24 万元， 已调节相符	***		***	***				确 认 函			
			2024 年度			198.67		是				***							
3	浙江朔豪 科技股份 有限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月				44.83	是	***		***	***				确 认 函			
4	深圳恒佳 精密模具 注塑有限 公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月				63.19	是	***		***	***				确 认 函			
5	深圳市杰 美晟模具 有限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月				105.66	是	***		***	***		联系人 不一致， 地址一 致	回函 人员不 一致系 公司集 团内部 其他人员回函 （包括 财务、 高管、 采购、 同一控 制下其 他公司 人员 等） 回函地 址不一 致系公 司集团 其他办 公地址 （包括 厂房、 同一控 制下其 他公司 地址	确 认 函			
			2024 年度			171.71		是											
			2021-2023 年 度	7.79	114.78			是											
6	苏州千森 模塑科技 有限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月					是	***		***	***				联系人 不一致， 地址一 致	回函 人员不 一致系 公司集 团内部 其他人员回函 （包括 财务、 高管、 采购、 同一控 制下其 他公司 人员 等） 回函地 址不一 致系公 司集团 其他办 公地址 （包括 厂房、 同一控 制下其 他公司 地址	确 认 函	
			2024 年度			39.69		是											
			2021-2023 年 度	16.27	97.92			是											

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因等)	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
7	宁波继峰汽车零部件股份有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	9.23	68.61			是	***		***	***			确认函
8	台州市菱远模塑有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	31.88	66.68			是	***		***	***			确认函
9	神通科技集团股份有限公司	恒道科技	2022-2024 年 1-3 月	86.09	85.05			否，2023 年回函金额系 81.56 万元，已调节相符	***		***	***			邮件确认
10	浙江世纪华通车业有限公司	恒道科技	2022-2024 年 1-3 月	131.83	76.47			否，2022、2023 年回函未提供采购额明细，发函金额已全额做替代测试	***		***	***			确认函
11	宁波乾元利贞模塑有限公司	恒道科技	2024 年度			168.40		是	***		***	***			确认函
12	浙江艾彼科技股份有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				144.22	是	***		***	***			确认函
			2024 年度			43.11		是			***				
			2021-2023 年度	13.86	62.48			是			***				
13	宁波建林模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度		58.18			是	***		***	***			邮件及电话核实确认
14	宜兴旭瑞	恒道科	2021-2023 年	5.77	47.30			是	***		***	***			邮

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								件及电话核实确认
	华驰模具科技有限公司	技	度												
15	台州市三普模具股份有限公司	恒道科技	2024 年度			21.26		是	***		***	***			确 认 函
			2021-2023 年度	22.74	43.99			是							
16	台州市黄岩西尔亚模业有限公司	恒道科技	2024 年度			71.46		是	***		***	***			确 认 函
			2021-2023 年度	27.88	43.45			是							
		莱瑟塔	2024 年度					是							
17	浙江百康光学股份有限公司	恒道科技	2024 年度			97.49		是	***		***	***			确 认 函
			2021-2023 年度	37.94	43.19			是							
18	宁波斯穆汽车模具有限公司	恒道科技	2024 年度			99.12		是	***		***	***			确 认 函
			2025 年 1-6 月				13.54	是							
19	南通银宝山新科技有限公司	恒道科技	2022-2024 年 1-3 月	12.47	45.63			是	***		***	***			确 认 函
20	精诚工科汽车系统有限公司保定模具技术分公司	恒道科技	2022-2024 年 1-3 月	37.52	30.97			是	***		***	***			邮 件及 电话 核实 确认
21	沈阳法雷奥车灯有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***		***	***			确 认 函
			2022-2024 年		31.30			否, 2023 年				***			

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
			1-3 月					回函金额系 0.50 万元，已调节相符							
22	江苏美昀模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				24.12	是	***		***	***			确 认 函
			2024 年度			86.46		是				***			
23	宁波益首模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	48.27	41.68			是	***		***	***			确 认 函
24	台州市黄岩轴心模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	13.31	38.32			是	***		***	***			确 认 函
		恒道科技	2024 年度			27.49		是				***			
25	台州市润阳模塑有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	33.19	38.23			是	***		***	***			确 认 函
		恒道科技	2024 年度			38.72		是				***			电 话 核 实 确 认
26	台州市黄岩轩阳模塑有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	41.02	38.04			是	***		***	***			确 认 函
27	台州市黄岩佳腾模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	40.04	36.46			是	***		***	***			确 认 函
28	江苏新雷模塑有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	37.76	32.20			是	***		***	***			确 认 函
29	宁波日太	恒道科	2021-2023 年		30.00			是	***		***	***			确

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
	模塑有限公司	技	度												认函
30	苏州和合模塑科技有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	7.96	28.54			是	***		***	***			确认函
31	宁波富佳斯模塑科技有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	85.77	27.50			是	***		***	***			确认函
32	宁波慕德模塑科技有限公司	恒道科技	2021-2023 年度		21.24			是	***		***	***			确认函
33	台州正逸模塑有限公司	恒道科技	2021-2023 年度		21.11			是	***		***	***			确认函
34	深圳市宏立晟科技有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	0.40	17.82			是	***		***	***			邮件及电话核实确认
35	台州市黄岩威格模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	19.66	17.79			是	***		***	***			确认函
36	余姚市百思德模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	38.74	13.47			是	***		***	***			邮件及电话核实确认
37	铭昶（浙江）汽车	恒道科技	2021-2023 年度	32.92	13.19			是	***		***	***			确认函

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
	科技有限公司														
38	浙江铭威塑模有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	12.96	12.39			是	***		***	***			确认函
39	东莞市圣大模具实业有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	39.03	10.66			是	***		***	***			确认函
40	宁海腾博机械模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				34.62	是	***		***	***			确认函
			2021-2023 年度	30.26	6.42			是							
41	深圳信成模具有限公司	恒道科技	2022-2024 年 1-3 月	20.57	36.71			是	***		***	***			确认函
42	台州市点睛模业有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				113.81	否，2025 年 1-6 月回函金额系 160.31 万元，已调节相符	***		***	***			确认函
			2024 年度			366.56		否，2024 年回函金额系 310.27 万元，已调节相符							
			2023 年度		394.58			是							
			2021-2022 年度	327.52				是							
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				0.58	否，2025 年							

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
								1-6 月回函金额为 0 万元, 已调节相符							
			2024 年度			0.93		是							
43	宁波远东制模有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				134.82	是	***		***	***			确 认 函
			2024 年度			254.61		否, 2024 年回函金额系 244.70 万元, 已调节相符							
			2023 年度		121.85			是							
			2021-2022 年度	181.77				是							
44	浙江亚鑫模业有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				38.88	是	***		***	***			确 认 函
			2024 年度			97.20		是							
			2023 年度		86.28			是							
45	宁海县天盛汽车部件有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				20.77	是	***		***	***			确 认 函
			2021-2022 年度	71.90				是			***				
46	宁波固德模塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				32.92	是	***		***	***			确 认 函
47	浙江正立塑模有限公司	恒道科技	2023 年度		56.94			是	***		***	***			确 认 函
			2021-2022 年度	59.92				是							

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
48	台州市彤嘉茂模塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				6.19	是	***		***	***			确 认 函
			2024 年度			68.45		是				***			
			2023 年度		44.45			是				***			
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				66.36	是				***			
			2024 年度			78.13		是				***			
49	台州金祥晟模塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				54.78	是	***		***	***			确 认 函
			2024 年度			79.82		是							
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				13.26	是							
			2024 年度			13.04		是							
			2021-2023 年度	21.11	17.79			是							
50	常州市科尚模塑有限公司	恒道科技	2023 年度		14.82			是	***		***	***			确 认 函
			2021-2022 年度	52.52				是			***				
51	宁波兴利汽车模具有限公司	恒道科技	2023 年度		1.81			是	***		***	***			确 认 函
			2021-2022 年度	87.95				是							
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				54.47	是							
52	台州市黄岩赛佳模具有限公司	恒道科技	2023 年度					是	***		***	***			确 认 函
53	浙江宇亚模具股份	恒道科技	2025 年 1-6 月				131.64	是	***		***	***			确 认 函
			2024 年度			389.22		是			***				

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
	有限公司		2023 年度		199.82			是							
			2021-2022 年度	179.59				是							
			2024 年度			5.80		是							
		莱瑟塔	2024 年度												
54	上海盛智模具制造有限公司	恒道科技	2023 年度		61.86			是	***		***	***			确 认 函
			2021-2022 年度	62.96				是							电 话 核 实
			2024 年度			15.84		是			***				
55	浙江凯华模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				4.25	是	***		***	***			确 认 函
			2024 年度			37.90		是				***			
		莱瑟塔	2024 年度			37.70		是				***			
56	台州市黄岩天碧模具有限公司	恒道科技	2023 年度		39.84			是	***		***	***			确 认 函
			2021-2022 年度	63.54				是				***			
57	台州市黄岩星泰塑料模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				21.63	是	***		***	***			确 认 函
			2024 年度			277.21		是							
			2021-2023 年度	91.85	101.23			是			***				
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				54.34	是			***				
58	台州仁信模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				60.23	是	***		***	***			确 认 函
59	台州市黄	恒道科	2025 年 1-6 月				19.47	是	***		***	***			确

序号	客户名称	发函单 体	函证期间	发函金额 （万元）				回函金额是 否一致	发函地址	回函地址	收件联 系人	回函联 系人	不一致 事项	不一致 原因	核实 方式	
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月									
				岩卓易塑 模有限公司	技	2022-2024 年 1-3 月	49.47	8.30								
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月					是			***	***				
60	浙江创英 模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				172.99	是	***		***	***			确 认函	
61	浙江精卫 塑模有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***		***	***			电 话核 实确 认	
			2023 年度		81.02			是			***					
			2021-2022 年 度	81.12				是			***	***				
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				31.76	是			***	***				
62	宁海创辉 模塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				15.04	是	***		***	***			确 认函	
			2023 年度		35.73			是			***	***				
			2021-2022 年 度	76.76				是			***					
63	台州市黄 岩正谊模 具有限公司	恒道科技	2024 年度			5.42		是	***		***	***			确 认函	
			2021-2023 年 度	38.30	16.32			是				***				
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				28.85	是				***				***
			2024 年度			54.79		是								***
64	宁波吉海 模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				249.68	是	***		***	***			确 认函	
			2024 年度			492.36		否，2024 年 回函金额系 488.47 万 元,已调节相 符								

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
			2021-2023 年度	20.62	33.84			是				***			
65	宁海县阳超模塑厂（普通合伙）	莱瑟塔	2025 年 1-6 月				404.87	是	***		***	***			确 认 函
		恒道科技	2024 年度			30.29		是				***			
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				28.38	是				***			
			2024 年度			75.71		是				***			
66	杭州凯美模具有限公司	恒道科技	2024 年度			100.75		是	***		***	***			确 认 函
67	希捷模塑机械（宁波）有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	22.40	48.22			是	***		***	***			确 认 函
68	苏州弗欧得精密汽车配件有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	3.76	27.35			是	***		***	***			确 认 函
69	深圳市恒易源塑胶模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	96.81	91.33			是	***		***	***			确 认 函
70	上海凌田精密模塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				46.17	是	***		***	***			确 认 函
71	青岛海泰科模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				151.19	是	***		***	***			确 认 函
72	昆山晟信	恒道科	2024 年度			73.91		是	***		***	***			确

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
	谦精密机械有限公司	技	2021-2023 年度	43.80	19.61			是	***		***	***			确认函
73	苏飞亚机械科技（苏州）有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***		***	***			确认函
			2024 年度			40.82		是				***			
74	广州友成机工有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				72.83	是	***		***	***			确认函
			2021-2023 年度		37.04			是			***	***			
75	广州导新模具注塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				141.10	否，2025 年 1-6 月回函金额系 142.51 万元，已调节相符	***		***	***			确认函
			2024 年度			184.10		否，2024 年回函金额系 190.74 万元，已调节相符							
			2022-2024 年 1-3 月	41.06	176.84			否，2023 年回函金额系 170.20 万元，已调节相符							
76	常州星宇车灯股份有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				505.84	否，2025 年 1-6 月回函金额系 263.31 万元，已调节相	***		***	***			确认函

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
								符							
77	宁海力合模塑有限公司	恒道科技	2022-2024 年 1-3 月	53.36	3.01			是	***		***	***			确认函
78	东莞迪生塑胶制品有限公司	恒道科技	2022-2024 年 1-3 月		32.48			是	***		***	***			电话核实确认
79	台州市黄岩正鑫模塑科技有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***		***	***			确认函
			2024 年度			49.87		是			***				
			2022-2024 年 1-3 月					是			***				
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				24.82	是			***				
80	宁波轩杰伟锐模塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***		***	***			确认函
			2024 年度			69.81		是							
81	深圳市磐石立华机电有限公司	恒道科技	2024 年度			61.44		是	***		***	***			确认函
82	浙江特朗斯模塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				2.83	是	***		***	***			确认函
			2024 年度			4.08		是			***				
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				18.16	是			***				
			2024 年度			42.19		是			***				
83	宁波松亚汽车模塑有限公司	恒道科技	2024 年度			57.73		是	***		***	***			确认函
		莱瑟塔	2024 年度			26.50		是							

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
84	深圳市旭邦制造科技有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				91.54	是	***		***	***			确认函
			2024 年度			57.96		是							
85	常州齐创精工模具有限公司	恒道科技	2024 年度			48.10		是	***		***	***			确认函
86	宁海县富强塑料模具厂	恒道科技	2024 年度			47.98		是	***		***	***			确认函
87	宁海县富翔模塑厂	恒道科技	2021-2023 年度	6.99	18.19			是	***		***	***			确认函
88	宁波东吴汽车部件有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				39.98	是	***		***	***			电话核实确认
			2024 年度			44.09		是							
89	宁波博超模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				53.64	是	***		***	***			确认函
			2024 年度			95.40		是							
90	四川鑫宏毅模塑科技有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				5.49	是	***		***	***			确认函
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				12.20	是							
91	深圳市国成辉塑胶模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				124.64	是	***		***	***			确认函
			2024 年度			54.97		是							
92	浙江捷众科技股份有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				49.27	是	***		***	***			确认函
			2024 年度			59.82		否，2024 年回函金额系 47.22 万元，							

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
								已调节相符							
93	宁波盈弘模具科技有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				51.85	是	***		***	***			确认函
94	台州市黄岩耀普模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				38.94	是	***		***	***			电话核实确认
95	宁海佳运模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				1.33	是	***		***	***			确认函
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				20.49	是							
96	宁波瑞迅汽车部件有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***		***	***			确认函
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				1.75	是							
		恒道科技	2024 年度			17.37		是							
97	昆山庆宏欣精密模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				4.82	是	***		***	***			确认函
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				33.05	是							
98	宁波汇丰机械有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	28.65	28.24			是	***		***	***			电话核实确认
99	宁波市速通模塑有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	12.84	21.85			是	***		***	***			确认函
100	常州汇科模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	24.49	7.34			是	***		***	***			确认函

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
101	宁海县现代模具有限公司	恒道科技	2021-2022 年度	12.21				是	***		***	***			确认函
102	成都航天模塑有限责任公司成都模具分公司	恒道科技	2021-2022 年度	82.86				是	***		***	***			确认函
103	台州晶远汽车零部件有限公司	莱瑟塔	2025 年 1-6 月				42.43	是	***		***	***			电话核实
			2024 年度			60.92		是				***			
			2022-2023 年度		5.85			是				***			
104	台州志安汽车零部件有限公司	莱瑟塔	2025 年 1-6 月				36.11	是	***		***	***			确认函
105	宁海县进建模具有限公司	莱瑟塔	2025 年 1-6 月				15.27	是	***		***	***			确认函
106	浙江台州新雷模塑有限公司	莱瑟塔	2024 年度			83.50		是	***		***	***			电话核实
107	江苏荣泰模具有限公司	莱瑟塔	2021-2023 年度	24.30	40.22			是	***		***	***			确认函
108	浙江沃辉模塑科技有限公司	恒道科技	2023 年度		97.27			否，2023 年回函金额系 142.79 万元，已调节相符	***		***	***			确认函

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
109	广州毅远塑胶五金模具有限公司	恒道科技	2024 年度			141.80		是	***		***	***			确认函
110	台州市黄岩广超模塑有限公司	恒道科技	2024 年度			74.76		是	***		***	***			确认函
111	江苏润弘精密塑胶模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				86.54	是	***	***	***		联系人一致，地址不一致		确认函
			2021-2023 年度	69.73	41.44		是	***	确认函						
112	威派克技术（南京）有限公司台州分公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				190.03	是	***	***	***				确认函
			2024 年度			345.08	是	***							确认函
113	芜湖安瑞光电有限公司台州分公司	恒道科技	2024 年度			45.33		是	***	***	***				确认函
			2022-2024 年 1-3 月	152.85	500.70		是	确认函							
114	台州铂鑫模塑有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***	***	***				确认函
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				11.37	是							电话核实
115	宁波浩禄模具有限公司	莱瑟塔	2025 年 1-6 月					是	***	***	***				电话核实
116	广州斯坦雷电气有限公司	恒道科技	2024 年度			110.39		否，2024 年回函金额系 110.27 万元，差异已调	***	***	***				电话核实

序号	客户名称	发函单 体	函证期间	发函金额 （万元）				回函金额是 否一致	发函地址	回函地址	收件联 系人	回函联 系人	不一致 事项	不一致 原因	核实 方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
								节相符							
117	深圳市华 益盛模具 股份有限 公司	恒道科 技	2022-2024 年 1-3 月	73.38	0.11			是	***	***	***				确 认 函
118	江苏文光 模具技术 有限公司	恒道科 技	2023 年度		43.08			是	***	***	***				确 认 函
		恒道科 技	2024 年度			36.53		是	***	***			电 话 核 实		
119	浙江永明 模具股份 有限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月				54.00	是	***		***	***	联系 人、地址 均不一 致		确 认 函
			2021-2023 年	492.64	327.53			是	***	***	***				
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				172.69	是	***		***				
120	上海恒越 模塑科技 有限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月				43.49	是	***	***	***	***			确 认 函
			2024 年度			15.40		是		***				***	***
			2022-2024 年 1-3 月	44.73	29.07			是							
121	宁波周龙 塑胶模具 有限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月					是	***	***	***	***		确 认 函	
			2021-2023 年 度	24.34	49.54			是	***		***	***			
122	武汉博越 模具科技 有限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月				45.80	是	***	***	***	***		确 认 函	
123	苏州金莱 克精密模 塑科技有 限公司	恒道科 技	2025 年 1-6 月				39.25	是	***	***	***	***	联系 人、地址 均不一 致		确 认 函
			2024 年度			210.49		否，2024 年 回函金额系 128.50 万		***		***		***	

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额 （万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
			2021-2023 年度	10.35	75.22			否，2022 年回函金额系 8.05 万元，差异系未开票部分不予核对，做替代测试；2023 年回函金额系 39.82 万元，差异已调节相符		***		***			
124	上海良勤实业有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				51.42	是	***	***	***	***			确认函
125	台州市凯华汽车模具有限公司	恒道科技	2024 年度			45.62		是	***	***	***	***			电话核实确认
		莱瑟塔	2024 年度			0.99		是							
126	青岛英联精密模具有限公司	恒道科技	2022-2024 年 1-3 月	55.23	0.42			是	***	***	***	***			确认函
127	比亚迪汽车有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				354.03	是	***	***	***	***			邮件及电话核实确认
			2024 年度			111.35		是				***			电话核实

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式		
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								认		
128	重庆南泰模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***	***	***	***			确认函		
			2024 年度			34.84		否，2024 年回函金额系 29.96 万元，已调节相符			***						
		莱瑟塔	2025 年 1-6 月				23.14	是								***	***
			2024 年度			15.84		是	***		***						
		129	台州市黄岩金马泰模具有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月					是	***	***			***	***	
莱瑟塔	2025 年 1-6 月						11.72	是									
130	衡阳比亚迪实业有限公司	恒道科技	2025 年 1-6 月				0.26	是	***	***	***	***			电话核实		
131	常州市翰菁模塑有限公司	莱瑟塔	2025 年 1-6 月				25.68	是	***	***	***	***			确认函		
			2021-2023 年度	37.46	59.19			是		***		***					
132	丹阳市睿鸣精密模具有限公司	恒道科技	2024 年度			55.31		是	***	***	***	***					确认函
			2021-2023 年度	36.65	4.41			是									
133	宁波华众模具制造有限公司	恒道科技	2024 年度			301.41		否，2024 年回函金额系 273.85 万元，已调节相符	***	***	***	***	确认函				
134	宁波丰杰	恒道科	2024 年度			41.64		是	***	***	***			确			

序号	客户名称	发函单位	函证期间	发函金额（万元）				回函金额是否一致	发函地址	回函地址	收件联系人	回函联系人	不一致事项	不一致原因	核实方式
				2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月								
	有成模具有限公司	技	2021-2023 年度	43.20	21.72			是	***		***	***			认函
135	台州市黄岩伊若兰模塑有限公司	恒道科技	2021-2023 年度	84.41	13.58			是	***	***	***	***			确认函
136	慈溪诚毅模具有限公司	恒道科技	2021-2023 年度		42.48			是	***	***	***	***			确认函
137	台州元聚模具科技有限公司	恒道科技	2022-2025 年 1-6 月				20.00	是	***		***	***			电话核实
138	宁波阳超模具有限公司	恒道科技	2024 年度			27.49		是	***		***	***	联系人 不一致， 地址一致		电话核实
139	中山市德马汽车零部件有限公司	恒道科技	2024 年度			23.42		是	***		***	***			电话核实
140	友成（中国）模具有限公司	恒道科技	2022-2024 年度		24.78	1.15		是	***	***	***		联系人 一致，地 址不一 致		电话核实