

关于乔路铭科技股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市申请文件第二轮审核问询函
有关财务问题回复的专项说明

关于乔路铭科技股份有限公司 公开发行股票并在北交所上市申请文件第二轮审核问询函 有关财务问题回复的专项说明

中汇会函[2026]0078号

北京证券交易所：

根据贵所 2025 年 11 月 6 日出具的《关于乔路铭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》（以下简称问询函）的要求，我们作为乔路铭科技股份有限公司（以下简称公司或乔路铭公司或发行人）向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的申报会计师，对问询函有关财务问题进行了认真分析，并补充实施了核查程序。现就问询函有关财务问题回复如下：

如无特别说明，本问询函回复中的简称与《乔路铭科技股份有限公司招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

本问询回复的字体：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

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

问题 1. 收入真实性及资金流水核查充分性

根据申请文件及问询回复：（1）报告期内，保荐机构、申报会计师对发行人主要客户实施函证、走访、细节测试、收入截止性测试、期后回款等核查程序，其中 2025 年 1-6 月收入回函相符金额（含通过函证调节表确认相符金额）占营业收入的比例为 54.11%；各期应收账款回函不符金额占应收账款余额的比例分别为 29.20%、15.74%、77.33%和 56.76%，主要系入账时间差、暂估与发票差异及小数点尾差等事项所致。（2）报告期各期，发行人对比亚迪的销售收入分别为 56,843.55 万元、121,915.01 万元、185,245.98 万元和 60,546.32 万元，占营业收入比例分别为 36.42%、47.69%、54.89%和 42.49%，比亚迪仅于 2022 年接受了中介机构访谈，此后未同意接受访谈。（3）报告期内，保荐机构、申报会计师获取了发行人及子公司、其他关联法人主体、发行人实际控制人及其配偶、成年子女、发行人部分董事、原监事、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）说明采取的发函控制程序，是否独立发函、校对发函地址与工商登记地址是否一致、收函人是否为客户员工等；说明采取的回函控制程序，是否独立收函、校对发函时收件地址/联系人与收函时发件地址/联系人的一致性，不一致的客户名单，针对不一致的情况开展的核查程序；是否比对客户历史回函签章，是否存在将客户合同章或仅签字未盖章纳入回函有效的情况。（2）列示各期收入/应收账款发函、回函、回函不符、未回函的具体数量、金额及比例，说明回函相符比例较低的原因；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。（3）说明 2023 年及以后年度比亚迪不接受中介机构访谈的原因及合理性，比亚迪对其他供应商是否存在类似情况；对于发行人与比亚迪交易的真实性，中介机构采取的替代性核查程序及目前核查程序能否支撑核查结论。（4）说明资金流水专项核查意见中未包含发行人 2025 年 6 月 30 日新成立子公司晋中乔路铭汽车零部件有限公司的银行账户的原因，是否符合《北京证券交易所向不特定合格投

投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-18 资金流水核查的相关要求，补充核查并更新资金流水专项核查意见。（5）在资金流水核查专项说明中补充对发行人实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹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。（6）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。

请保荐机构提供资金流水核查、收入真实性核查相关工作底稿。

【中介机构回复】

一、说明采取的发函控制程序，是否独立发函、校对发函地址与工商登记地址是否一致、收函人是否为客户员工等；说明采取的回函控制程序，是否独立收函、校对发函时收件地址/联系人与收函时发件地址/联系人的一致性，不一致的客户名单，针对不一致的情况开展的核查程序；是否比对客户历史回函签章，是否存在将客户合同章或仅签字未盖章纳入回函有效的情况

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

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

1、对函证数据及其他信息进行检查，确保发函信息的准确性

对函证数据及其他信息核对无误后打印，并对打印过程保持控制。将纸质询证函交由发行人确认并盖章时，中介机构发函人员全程跟进，对盖章后的函证进行检查，相关信息确认无误后进行发函。

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

（1）获取发行人报告期各期的花名册，比对发行人提供的被函证单位的收

件联系人姓名及电话，核实函证收件联系人并非发行人员工；

(2) 通过公开信息查询被函证单位工商注册的名称和地址，并与发行人所提供的地址进行比对，如地址不一致，通过地图、客户官方网站等查询该地址是否为被函证单位的实际办公地址。

3、经发行人盖章后的询证函原件，由中介机构的函证中心联系快递公司独立寄发，并要求被函证单位直接回函至中介机构的函证中心，以此保证发函程序的独立控制。

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

1、说明采取的回函控制程序，是否独立收函、校对发函时收件地址/联系人与收函时发件地址/联系人的一致性

中介机构在实施函证程序过程中独立收函并充分履行了回函控制程序，具体如下：

(1) 验证收到的回函是否为原件，与函证中心系统中留存的发函电子版比对是否与发出的询证函是同一份；

(2) 检查回函是否由被函证单位直接寄至中介机构的函证中心，当被函证单位错将回函寄给发行人时，该回函将予以作废处理；

(3) 检查回函快递单中记录的寄件方名称、地址、联系人信息是否与发函联系信息一致，并比对回函寄件人是否为发行人员工；

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

2、不一致的客户名单，针对不一致的情况开展的核查程序

报告期内，发行人存在发函收件地址或联系人与收函发件地址或联系人不一致的情况，具体如下：

单位：个

不一致情况	2025年1-6月	2024年度	2022-2023年度
地址一致，联系人不一致	1	3	11
其中：吉利汽车	-	-	10
比亚迪	1	2	-
蔚来汽车	-	1	-
其他	-	-	1
地址、联系人均不一致	1	14	13
其中：吉利汽车	-	9	9
比亚迪	-	2	-
蔚来汽车	1	1	1
其他	-	2	3

注：2022-2023年度财务数据在同一份询证函中进行函证。

经核查，上述不一致的情况主要系对吉利汽车的函证对象涉及其集团内的多个主体，根据客户要求发函时寄至其统一地址，而回函时已经过其内部流转、分别处理，由函证的各个主体分别寄回，以及收件的联系人与寄件的联系人由其不同的员工收发所致。针对不一致的情况，中介机构开展的核查程序如下：

- (1) 通过公开信息查询客户的工商登记信息，比对与回函地址是否一致；
- (2) 通过地图查询地址是否为被函证单位的办公地址；
- (3) 核实联系人身份，了解不一致的原因。

除以上事项已经核实外，未发现其他异常情况。

(三) 是否比对客户历史回函签章，是否存在将客户合同章或仅签字未盖章纳入回函有效的情况

在实施回函控制程序的过程中，将询证函回函签章与客户历史回函签章进行对比，经统计，报告期内仅存在1家客户回函签章类型不一致的情况，主要系不同期间函证回函签章为公章或者财务专用章，不存在异常情形。报告期内客户回函均为公章或财务专用章，不存在将客户合同章或仅签字未盖章纳入回函有效的情况。

二、列示各期收入/应收账款发函、回函、回函不符、未回函的具体数量、金额及比例，说明回函相符比例较低的原因；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

(一) 列示各期收入/应收账款发函、回函、回函不符、未回函的具体数量、金额及比例，说明回函相符比例较低的原因

1、各期收入发函、回函、回函不符、未回函的具体数量、金额及比例

单位：万元、份

项目		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
总体	营业收入金额(A)	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
发函情况	发函数量	24	37	37	37
	发函收入金额(B)	138,890.36	333,663.73	251,522.12	143,411.92
	发函比例(C=B/A)	97.47%	98.87%	98.39%	91.89%
回函情况	回函数量	20	27	28	28
	回函收入金额(D)	108,428.34	310,772.89	229,091.34	121,533.23
	回函比例(E=D/A)	76.09%	92.08%	89.61%	77.87%
	未回函数量	4	10	9	9
	未回函收入金额(F)	30,462.01	22,890.84	22,430.77	21,878.69
	未回函比例(G=F/A)	21.38%	6.78%	8.77%	14.02%
回函相符情况	回函相符数量	8	6	11	11
	回函相符金额(H)	22,927.09	28,140.24	149,421.49	72,439.16
	回函相符比例(I=H/A)	16.09%	8.34%	58.45%	46.41%
回函不符情况	回函不符数量	12	21	17	17
	回函不符金额(J)	85,501.25	282,632.65	79,669.85	49,094.07
	回函不符比例(K=J/A)	60.00%	83.75%	31.16%	31.46%
回函确认情况	回函相符金额(H)	22,927.09	28,140.24	149,421.49	72,439.16
	回函不符但可确认金额(L)	73,832.23	83,996.25	4,723.94	3,304.26
	回函确认金额小计(M=H+L)	96,759.33	112,136.49	154,145.43	75,743.43
	回函确认金额比例(N=M/A)	67.90%	33.23%	60.30%	48.53%
回函不符	回函不符但调节相符数量	12	21	17	17

但调节相符的情况	回函不符但调节相符金额 (O)	85,501.25	282,632.65	79,669.85	49,094.07
	回函不符但调节相符比例 (P=O/A)	60.00%	83.75%	31.16%	31.46%
	回函相符及调节相符合计金额 (Q=H+O)	108,428.34	310,772.89	229,091.34	121,533.23
	回函相符及调节相符合计比例 (R=Q/A)	76.09%	92.08%	89.61%	77.87%
回函不符及未回函替代程序	回函不符及未回函数量	16	31	26	26
	回函不符及未回函金额 (S=F+J)	115,963.26	305,523.49	102,100.63	70,972.76
	替代测试金额	115,963.26	305,523.49	102,100.63	70,972.76
	替代测试比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注 1: 上述客户数量为客户单体口径, 非其所属集团口径。

注 2: 客户在部分回函不符的函证中注明了发生额, “回函不符但可确认金额 (L)” 系根据前述注明的发生额与发行人账面金额, 按照孰低原则确定。

2、各期应收账款发函、回函、回函不符、未回函的具体数量、金额及比例

单位: 万元、份

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
总体	应收账款余额 (A)	61,211.51	90,106.15	97,629.20	44,942.26
发函情况	发函数量	24	37	37	37
	发函金额 (B)	55,570.30	88,479.77	97,257.30	43,843.45
	发函比例 (C=B/A)	90.78%	98.20%	99.62%	97.56%
回函情况	回函数量	20	27	28	28
	回函金额 (D)	40,023.18	71,667.25	92,180.86	41,774.56
	回函比例 (E=D/A)	65.39%	79.54%	94.42%	92.95%
	未回函数量	4	10	9	9
	未回函金额 (F)	15,547.12	16,812.51	5,076.45	2,068.90
	未回函比例 (G=F/A)	25.40%	18.66%	5.20%	4.60%
回函相符情况	回函相符数量	8	6	11	11
	回函相符金额 (H)	8,482.39	3,243.76	76,874.01	28,970.85
	回函相符比例 (I=H/A)	13.86%	3.60%	78.74%	64.46%
回函不符情况	回函不符数量	12	21	17	17
	回函不符金额 (J)	31,540.79	68,423.49	15,306.85	12,803.70
	回函不符比例 (K=J/A)	51.53%	75.94%	15.68%	28.49%
回函	回函相符金额 (H)	8,482.39	3,243.76	76,874.01	28,970.85

确认情况	回函不符但可确认金额 (L)	17,848.49	31,994.28	4,590.77	2,828.45
	回函确认金额小计 (M=H+L)	26,330.88	35,238.04	81,464.78	31,799.30
	回函确认金额比例 (N=M/A)	43.02%	39.11%	83.44%	70.76%
回函不符但调节相符的情况	回函不符但调节相符数量	12	21	17	17
	回函不符但调节相符金额 (O)	31,540.79	68,423.49	15,306.85	12,803.70
	回函不符但调节相符比例 (P=O/A)	51.53%	75.94%	15.68%	28.49%
	回函相符及调节相符合计金额 (Q=H+O)	40,023.18	71,667.25	92,180.86	41,774.56
	回函相符及调节相符合计比例 (R=Q/A)	65.39%	79.54%	94.42%	92.95%
回函不符及未回函替代程序	回函不符及未回函数量	16	31	26	26
	回函不符及未回函金额 (S=F+J)	47,087.91	85,236.00	20,383.30	14,872.60
	替代测试金额	47,087.91	85,236.00	20,383.30	14,872.60
	替代测试比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：上述客户数量为客户单体口径，非其所属集团口径。

注 2：客户在部分回函不符的函证中注明了余额，“回函不符但可确认金额 (L)”系根据前述注明的余额与发行人账面金额，按照孰低原则确定。

3、回函相符比例较低的原因

报告期各期，针对营业收入函证的回函相符比例分别为 46.41%、58.45%、8.34%和 16.09%，针对应收账款函证的回函相符比例分别为 64.46%、78.74%、3.60%和 13.86%，回函相符比例整体较低的原因主要为：

(1) 客户零星质量扣款流程存在时间差，发行人收到扣款通知存在滞后性，导致发行人与客户出现入账时间差；

(2) 客户存在对尚未开票的暂估数据不予核对的情况，即便客户已就应收账款的已开票余额核对一致，但客户依然备注“暂估数据不予核对”等并在数据不符处盖章；

(3) 2022 至 2023 年度，发行人与客户比亚迪主要通过其成员企业深圳市比亚迪供应链管理有限公司进行交易，函证对象单一，业务规模和复杂度相对较小，对账沟通过程简单，回函相符；而 2024 年度，发行人与比亚迪旗下通过多

个成员企业进行交易，当期函证对象增加至 10 家，业务规模和复杂度相对较大，增加了函证对账的困难程度，且自 2024 年开始比亚迪在函证中回复对尚未开票的暂估数据不予核对；

(4) 发行人按照客户供应商管理系统发布的结算单的所属期间确认收入，而部分客户存在按照发票入账的情形，因期末发票的送达存在一定滞后性，导致与部分客户回函金额存在时间性差异。

(二) 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

报告期各期，针对营业收入函证的回函不符但调节相符的金额分别为 49,094.07 万元、79,669.85 万元、282,632.65 万元和 85,501.25 万元，占各期营业收入总额的比例分别为 31.46%、31.16%、83.75%和 60.00%，回函相符及回函不符但调节相符的金额合计分别为 121,533.23 万元、229,091.34 万元、310,772.89 万元和 108,428.34 万元，占各期营业收入总额的比例分别为 77.87%、89.61%、92.08%和 76.09%。

针对应收账款函证的回函不符但调节相符的金额分别为 12,803.70 万元、15,306.85 万元、68,423.49 万元和 31,540.79 万元，占各期应收账款余额的比例分别为 28.49%、15.68%、75.94%和 51.53%，回函相符及回函不符但调节相符的金额合计分别为 41,774.56 万元、92,180.86 万元、71,667.25 万元和 40,023.18 万元，占各期应收账款总额的比例分别为 92.95%、94.42%、79.54%和 65.39%。

基于汽车零部件行业特性，发行人主要采用寄售模式，主要客户均建立了供应商管理系统，客户按月定期在系统上发布结算单。月初新发布结算单通常只有上月实际结算数量、无结算单价，发行人根据结算单中客户结算数量、产品价格协议约定单价或未签订价格协议产品暂估单价，按照权责发生制原则，在客户结算产品所属期间确认收入。

发行人向客户函证的内容包括营业收入（包含暂估收入）、已开票部分的应

收账款结算余额、应收账款的暂估余额。由于客户实际结算产品所属期间和实际开票结算期间存在时间差，双方的记账时点可能存在差异，因此主要客户一般仅对函证中的已开票部分的应收账款结算余额进行明确回复，对应收账款暂估余额和包含暂估收入的营业收入不予明确回复。

1、对于客户已明确回复的应收账款已开票余额，其函证不符事项的调节过程列示如下：

(1) 2025 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	客户集团	应收账款-已开票余额			差异原因	差异金额对应时点				差异处理
			发函金额	回函金额	差异金额		发货时点	收入确认时点/公司入账时点	开票时点	客户入账时点	
1	湖南吉利汽车部件有限公司	吉利汽车	-0.81	-0.81	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额存在差异而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
2	西安吉利汽车有限公司		-1.75	-1.75	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额存在差异而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
3	四川领克汽车制造有限公司		284.46	-0.81	285.28	因客户往来科目挂账不同导致差异，将应收应付类科目相加或互抵后无差异	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理
4	浙江吉润梅山汽车部件有限公司		-2.00	-2.00	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额存在差异而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序

5	凯悦汽车大部件制造（张家口）有限公司		72.61	72.61	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额存在差异而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
6	杭州吉利汽车有限公司		-2.00	-2.00	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额存在差异而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
7	西安吉利汽车有限公司（由子公司发函）		18.64	-2.83	21.46	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	截止日后	2025年1-6月	2025年1-6月	发行人已于截止日后补充入账，金额影响较小
8	郑州比亚迪汽车有限公司	比亚迪	6,362.85	6,327.70	35.15	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	2025年1-6月	2025年1-6月	2025年1-6月	发行人已于2025年6月补充入账，入账后与客户余额调节一致
9	合肥比亚迪汽车有限公司		4,124.23	4,124.20	0.03	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	截止日后	2025年1-6月	2025年1-6月	发行人已于截止日后补充入账，金额影响较小
10	长沙市比亚迪汽车有限公司		3,482.75	3,477.66	5.10	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	2025年1-6月	2025年1-6月	2025年1-6月	发行人已于2025年6月补充入账，入账后与客户余额调节一致
11	常州比亚迪汽车有限公司		3,172.16	2,232.46	939.70	收入确认时间差；发行人已确认收入，因发票传递时间差对方尚未入账	2025年4月	2025年6月	2025年6月	截止日后	发行人收入确认准确；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
12	上海蔚来汽车有限公司	蔚来汽车	1,116.51	890.79	225.72	因客户往来科目挂账不同导致差异，将应收应付类科目	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理

						相加或互抵后无差异					
--	--	--	--	--	--	-----------	--	--	--	--	--

注：应收账款负数余额表示合同负债，下同。

(2) 2024 年度

单位：万元

序号	客户名称	客户集团	应收账款-已开票余额			差异原因	差异金额对应时点				差异处理
			发函金额	回函金额	差异金额		发货时点	收入确认时点/公司入账时点	开票时点	客户入账时点	
1	西安吉利汽车有限公司	吉利汽车	-119.26	-119.26	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
2	湖南吉利汽车部件有限公司		-26.42	-26.42	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
3	余姚领克汽车部件有限公司		-	-	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
4	宁波吉润汽车部件有限公司		-5.65	-5.65	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序

					符						
5	浙江极氪智能科技有限公司		285.99	-	285.99	收入确认时间差； 发行人已确认收入，因发票传递时间差对方尚未入账	2024 年度	2024 年度	2024 年度	2025 年度	发行人收入确认准确； 对发行人收入确认金额 执行替代核查程序
6	舒茨曼座椅(宁波)有限公司		109.90	109.71	0.19	客户零星质量扣款 入账时间差	不适用	2025 年度	2024 年度	2024 年度	发行人已于 2025 年度 补充入账，金额影响较 小
7	宝鸡吉利汽车部件有限公司		87.60	87.60	-	往来已开票余额无 差异；因暂估金额 存在差异而回函不 符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入 确认金额执行替代核 查程序
8	吉利汽车研究院(宁波)有限公司		1.20	-	1.20	收入确认时间差； 发行人已确认收 入，因发票传递时 间差对方尚未入账	2024 年度	2024 年度	2024 年度	2025 年度	发行人收入确认准确； 对发行人收入确认金额 执行替代核查程序
9	西安吉利汽车有限公司(由子公司发函)		-10.95	-21.47	10.52	客户零星质量扣款 入账时间差	不适用	2025 年度	2024 年度	2024 年度	发行人已于 2025 年度 补充入账，金额影响较 小
10	比亚迪汽车有限公司	比亚迪	13,875.50	13,596.90	278.60	因客户往来科目挂 账不同导致差异， 将应收应付类科目 相加或互抵后无差 异	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理
11	郑州比亚迪汽		7,305.05	7,230.21	74.83	因客户往来科目挂	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理

	车有限公司				账不同导致差异， 将应收应付类科目 相加或互抵后无差 异					
12	济南比亚迪汽 车有限公司	6,899.89	6,801.63	98.26	因发行人往来科目 挂账不同导致差 异，将应收应付类 科目相加或互抵后 无差异	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理
13	长沙市比亚迪 汽车有限公司	5,734.66	5,732.07	2.58	客户零星质量扣款 入账时间差	不适用	2025 年度	2024 年度	2024 年度	发行人已于 2025 年度 补充入账，金额影响较 小
14	常州比亚迪汽 车有限公司	2,994.08	2,967.15	26.93	因客户往来科目挂 账不同导致差异， 将应收应付类科目 相加或互抵后无差 异	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理
15	深圳比亚迪汽 车实业有限公司	1,206.93	1,206.93	-	往来已开票余额无 差异；因暂估金额 存在差异而回函不 符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入 确认金额执行替代核 查程序
16	长沙星朝汽车 有限公司	350.30	350.30	-	往来已开票余额无 差异；因暂估金额 不予核对而回函不 符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入 确认金额执行替代核 查程序
17	深圳市比亚迪	-587.63	-587.63	-	因发行人往来科目	不适用	不适用	不适用	不适用	发行人已于 2024 年度

	供应链管理有 限公司					挂账不同导致差 异，将应收应付类 科目相加或互抵后 无差异					进行调整，调整后与对 方一致
18	上海蔚来汽车 有限公司	蔚来 汽车	1,225.87	1,002.40	223.47	因客户往来科目挂 账不同导致差异， 将应收应付类科目 相加或互抵后无差 异	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理
19	蔚来汽车科技 (安徽)有限公 司		423.56	459.53	-35.97	收入确认时间差； 发行人尚未确认收 入	2024 年度	2025 年度	2024 年度	2024 年度	发行人已于 2025 年度 补充入账，金额影响较 小
20	零跑汽车有限 公司	零跑 汽车	402.21	361.52	40.69	客户零星质量扣款 入账时间差	不适用	2025 年度	2024 年度	2024 年度	发行人已于 2025 年度 补充入账，金额影响较 小
21	岚图汽车科技 有限公司	东风 岚图	176.18	57.49	118.69	收入确认时间差； 发行人已确认收 入，因发票传递时 间差对方尚未入账	2024 年度	2024 年度	2024 年度	2025 年度	发行人收入确认准确； 对发行人收入确认金额 执行替代核查程序

(3) 2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	客户 集团	应收账款-已开票余额			差异原因	差异金额对应时点				差异处理
			发函 金额	回函 金额	差异 金额		发货时点	收入确认 时点/公司	开票时点	客户入账 时点	

								入账时点			
1	浙江远景汽配有限公司	吉利汽车	-	-	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
2	西安吉利汽车有限公司		201.04	201.04	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
3	宁波远景汽车零部件有限公司		-0.14	-	-0.14	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	2024 年度	2023 年度	2023 年度	发行人已于 2024 年度补充入账，金额影响较小
4	宁波杭州湾吉利汽车部件有限公司		-0.73	-0.73	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
5	吉利汽车研究院（宁波）有限公司		29.45	-	29.45	收入确认时间差；发行人已确认收入，因发票传递时间差对方尚未入账	2023 年度	2023 年度	2023 年度	2024 年度	发行人收入确认准确；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
6	浙江吉润汽车有限公司		10.44	-0.20	10.64	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	2024 年度	2023 年度	2023 年度	发行人已于 2024 年度补充入账，金额影响较小
7	湖南吉利汽车部件有限公司		-	2.33	-2.33	因客户往来科目挂账不同导致差异，	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理

						将应收应付类科目相加或互抵后无差异						
8	山西吉利汽车部件有限公司		-	-	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用		无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
9	凯悦汽车大部件制造（张家口）有限公司		5.92	-	5.92	收入确认时间差；发行人已确认收入，因发票传递时间差对方尚未入账	2023年8月	2023年11月	2023年12月	2024年度		发行人收入确认准确；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
10	四川领克汽车制造有限公司		432.13	-1.24	433.36	收入确认时间差；发行人已确认收入，因发票传递时间差对方尚未入账	2023年6-11月	2023年11月	2023年12月	2024年度		发行人收入确认准确；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
11	舒茨曼座椅（宁波）有限公司		120.51	90.72	29.79	收入确认时间差；发行人已确认收入，因发票传递时间差对方尚未入账	2023年11月	2023年12月	2023年12月	2024年度		发行人收入确认准确；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
12	西安吉利汽车有限公司（由子公司发函）		743.30	503.39	239.91	收入确认时间差；发行人已确认收入	2023年度	2023年度	2023年度	2024年度		发行人收入确认准确；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
13	岚图汽车科技有限公司	东风岚图	232.64	211.17	21.48	收入确认时间差；发行人已确认收入，因发票传递时间差对方尚未入账	2023年度	2023年度	2023年度	2024年度		发行人收入确认准确；对发行人收入确认金额执行替代核查程序

14	岚图汽车销售服务有限公司		1.32	1.32	-	往来已开票余额无差异；因该份函证中其他年度数据有差异而统计为不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
15	上海蔚来汽车有限公司	蔚来汽车	1,155.31	931.84	223.47	因客户往来科目挂账不同导致差异，将应收应付类科目相加或互抵后无差异	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理
16	零跑汽车有限公司	零跑汽车	364.06	332.65	31.40	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	2024 年度	2023 年度	2023 年度	发行人已于 2024 年度补充入账，金额影响较小
17	北京集度汽车零部件有限公司	集度汽车	145.42	145.42	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额存在差异而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序

(4) 2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	客户集团	应收账款-已开票余额			差异原因	差异金额对应时点				差异处理
			发函金额	回函金额	差异金额		发货时点	收入确认时点/公司入账时点	开票时点	客户入账时点	
1	浙江远景汽配有限公司	吉利汽车	-42.35	-	-42.35	因客户往来科目挂账不同导致差异，	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理

					将应收应付类科目相加或互抵后无差异					
2	西安吉利汽车有限公司	-0.34	-0.34	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
3	浙江吉利汽车备件有限公司	0.64	0.64	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
4	宁波杭州湾吉利汽车部件有限公司	18.81	-0.89	19.70	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	2023 年度	2022 年度	2022 年度	发行人已于 2023 年度补充入账，金额影响较小
5	吉利汽车研究院（宁波）有限公司	2.26	2.26	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
6	浙江吉润汽车有限公司	-0.73	-0.73	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
7	湖南吉利汽车部件有限公司	-	-11.53	11.53	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	2023 年度	2022 年度	2022 年度	发行人已于 2023 年度补充入账，金额影响较小

8	山西吉利汽车部件有限公司		-25.43	-	-25.43	客户零星质量扣款 入账时间差	不适用	2022 年度	2022 年度	2023 年度	发行人已于当年度入账
9	凯悦汽车大部件制造（张家口）有限公司		-	-	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
10	四川领克汽车制造有限公司		-0.46	-0.46	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
11	舒茨曼座椅（宁波）有限公司		120.53	120.53	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额不予核对而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
12	西安吉利汽车有限公司（由子公司发函）		1.99	2.00	-0.02	客户零星质量扣款 入账时间差	不适用	2022 年度	2022 年度	2023 年度	发行人已于当年度入账
13	岚图汽车科技有限公司	东风 岚图	256.73	256.73	-	往来已开票余额无差异；因该份函证中其他年度数据有差异而统计为不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序
14	岚图汽车销售服务有限公司		4.09	-	4.09	收入确认时间差； 发行人已确认收入，因发票传递时间差对方尚未入账	2022 年 10 月	2022 年 11 月	2022 年 12 月	2023 年度	发行人收入确认准确； 对发行人收入确认金额执行替代核查程序

15	上海蔚来汽车有限公司	蔚来汽车	1,871.09	1,803.71	67.38	差异为增值税差，对方采购按不含税暂估应付账款，发行人按含税暂估应收账款，考虑税费后核对一致	不适用	不适用	不适用	不适用	无需处理
16	零跑汽车有限公司	零跑汽车	72.53	70.08	2.45	客户零星质量扣款入账时间差	不适用	2023年度	2022年度	2022年度	发行人已于 2023 年度补充入账，金额影响较小
17	北京集度汽车零部件有限公司	集度汽车	-	-	-	往来已开票余额无差异；因暂估金额存在差异而回函不符	不适用	不适用	不适用	不适用	无差异；对发行人收入确认金额执行替代核查程序

2、针对不予明确回复的部分，包括营业收入（包含暂估收入）和应收账款暂估余额，中介机构主要通过执行替代测试以验证其准确性。

结合发行人的行业特点和业务模式，中介机构有针对性地执行了如下核查程序：

(1) 了解发行人收入确认依据并与同行业可比公司比较

对于汽车零部件业务，发行人主要产品为汽车内外饰件，主要整车厂客户建立了完善的供应商管理系统，客户一般于每月月初在供应商管理系统中发布上月的结算信息，发行人依据汽车整车厂客户在其供应商管理系统中发布的结算单作为收入确认的外部证据。

同行业可比公司收入确认单据如下：

公司名称	收入确认单据
宁波华翔	未披露收入确认单据
模塑科技	未披露收入确认单据
新泉股份	公司客户一般于次月通过 SRM 系统（供应商管理系统）将上月实际装至整车的产 品明细以开票通知单的形式通知公司，公司登陆 SRM 系统并下载明细表， 核对无误后据此开具发票确认收入，并在“主营业务收入”科目核算
峰璟股份	未披露收入确认单据
常熟汽饰	公司每月通过客户系统专为供应商开放的端口查询并导出已生产耗用清 单，对该清单核对后，按照约定的销售单价，计算确认当月销售收入
神通科技	财务部根据每月与客户核对无误的对账单单据，确认营业收入并登记应收账 款和营业收入明细账
一彬科技	国内销售的汽车零部件产品，采用整车厂的供应链（商）系统、邮件或纸质 对账后确认收入

注：资料来自可比上市公司公告文件。

由上表可知，除宁波华翔、模塑科技、峰璟股份未明确收入确认单据具体形式外，同行业可比上市公司收入确认依据均存在通过客户提供的供应商平台数据进行确认的情况，与发行人收入确认单据一致，符合行业惯例。

(2) 主要客户结算数据与公司账面数据核对

报告期各期，发行人主要客户吉利汽车与比亚迪的内外饰件产品销售数量情况如下：

单位：万件

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
吉利汽车	5,027.45	8,242.78	6,176.64	4,513.67
比亚迪	3,645.01	9,829.40	5,692.48	2,431.73
小计	8,672.45	18,072.18	11,869.12	6,945.41
公司产品销售总量	8,730.11	18,307.75	12,192.36	7,556.20
占比	99.34%	98.71%	97.35%	91.92%

中介机构独立导出吉利汽车与比亚迪供应商管理系统中发布的产品结算数据，对结算数量与发行人账面销售数量进行了100%比对，核对结果如下：

1) 2025年1-6月

单位：万件

客户集团	客户名称	客户系统 结算数量	发行人销售 数量	其中：已开票 数量	暂估数量	差异
吉利汽车	湖南吉利汽车部件有限公司	1,333.64	1,332.99	1,081.21	251.78	0.65
	西安吉利汽车有限公司	1,091.40	1,117.52	1,011.76	105.76	-26.12
	四川领克汽车制造有限公司	694.98	690.95	579.28	111.67	4.03
	宝鸡吉利汽车部件有限公司	571.36	571.36	414.99	156.37	-
	长兴吉利汽车部件有限公司	394.62	395.61	303.80	91.81	-0.98
	浙江陆虎汽车有限公司	202.64	202.64	176.32	26.32	-
	凯悦汽车大部件制造（张家口）有限公司	148.22	148.94	108.40	40.54	-0.72
	余姚领克汽车部件有限公司	145.20	145.22	109.11	36.11	-0.02
	杭州吉利汽车有限公司	137.97	137.97	69.94	68.03	-
	浙江吉润汽车有限公司	77.91	77.84	57.83	20.01	0.07
	宁波吉润汽车部件有限公司	73.05	73.05	62.68	10.38	-0.01
	宁波杭州湾吉利汽车部件有限公司	54.91	35.12	26.82	8.30	19.79
	浙江吉利汽车备件有限公司	32.56	32.54	11.95	20.59	0.02
	浙江吉润梅山汽车部件有限公司	25.87	23.60	15.72	7.88	2.27
	贵州吉利汽车制造有限公司	21.73	14.84	8.00	6.84	6.89
	山西吉利汽车部件有限公司	7.76	13.17	10.95	2.22	-5.41
	领克汽车销售有限公司	7.29	7.26	3.85	3.40	0.04
	重庆睿蓝汽车制造有限公司	2.04	3.90	2.35	1.55	-1.86
武汉吉利汽车部件有限公司	0.86	0.86	0.74	0.12	-	

	宁波吉润汽车部件有限公司杭州湾新区备件分公司	0.49	0.50	0.02	0.48	-0.01
	浙江吉信资源循环科技有限公司	0.12	0.12	-	0.12	-
	济南吉利汽车有限公司	0.09	0.20	0.05	0.15	-0.11
	吉利汽车研究院（宁波）有限公司	-	0.47	0.47	-	-0.47
	精灵汽车销售（南宁）有限公司	-	-0.12	-0.12	-	0.12
	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	-	0.92	0.92	-	-0.92
	小计	5,024.71	5,027.45	4,057.05	970.39	-2.74
比亚迪	比亚迪汽车有限公司	1,248.34	1,246.78	1,076.74	170.04	1.56
	合肥比亚迪汽车有限公司	550.91	549.95	482.35	67.60	0.96
	郑州比亚迪汽车有限公司	546.25	538.68	488.57	50.12	7.56
	长沙市比亚迪汽车有限公司	387.88	387.83	423.42	-35.60	0.05
	济南比亚迪汽车有限公司	333.03	333.03	304.11	28.92	-
	常州比亚迪汽车有限公司	296.87	296.42	254.35	42.07	0.45
	抚州比亚迪实业有限公司	213.85	226.28	223.94	2.34	-12.42
	深圳比亚迪汽车实业有限公司	22.26	22.26	16.22	6.04	-
	长沙星朝汽车有限公司	13.26	13.26	11.33	1.93	-
	比亚迪汽车工业有限公司	2.40	3.44	3.14	0.30	-1.04
	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	30.24	27.07	27.07	-	3.17
	小计	3,645.29	3,645.00	3,311.24	333.76	0.29
合计		8,670.00	8,672.45	7,368.29	1,304.15	-2.45

2) 2024 年度

单位：万件

客户集团	客户名称	客户系统 结算数量	发行人销售 数量	其中：已开票 数量	暂估数量	差异
吉利汽车	西安吉利汽车有限公司	1,782.34	1,782.34	1,618.50	163.83	-
	湖南吉利汽车部件有限公司	1,384.52	1,384.52	1,176.11	208.42	-
	宝鸡吉利汽车部件有限公司	1,331.96	1,331.95	1,199.37	132.58	0.02
	长兴吉利汽车部件有限公司	870.89	871.08	784.44	86.64	-0.19
	余姚领克汽车部件有限公司	619.64	619.68	545.19	74.50	-0.04
	四川领克汽车制造有限公司	575.41	575.14	452.57	122.57	0.27
	凯悦汽车大部件制造（张家口）有限公司	406.19	406.21	385.77	20.43	-0.02
	宁波杭州湾吉利汽车部件有限公司	259.32	259.34	239.78	19.56	-0.02

	浙江远景汽配有限公司	210.60	211.35	211.35	-	-0.75
	宁波吉润汽车部件有限公司	189.77	189.77	168.56	21.21	-
	浙江陆虎汽车有限公司	184.64	184.61	144.17	40.44	0.03
	杭州吉利汽车有限公司	158.55	158.57	145.26	13.31	-0.03
	浙江吉润汽车有限公司	129.36	129.36	117.56	11.80	-
	浙江吉利汽车备件有限公司	57.56	57.56	37.85	19.71	-
	浙江吉润梅山汽车部件有限公司	25.43	25.43	21.97	3.46	-
	舒茨曼座椅（宁波）有限公司	15.15	15.25	15.25	-	-0.10
	山西吉利汽车部件有限公司	12.35	12.35	9.26	3.10	-
	领克汽车销售有限公司	8.68	7.67	4.55	3.11	1.01
	贵州吉利汽车制造有限公司	7.37	7.37	7.01	0.36	-
	重庆睿蓝汽车制造有限公司	2.90	2.75	2.63	0.12	0.14
	武汉吉利汽车部件有限公司	2.53	2.67	2.46	0.22	-0.14
	宁波吉润汽车部件有限公司杭州湾 新区备件分公司	1.12	0.34	-2.80	3.14	0.78
	山东吉利新能源商用车有限公司	-	-	-0.01	0.01	-
	吉利汽车研究院（宁波）有限公司	-	2.30	2.30	-	-2.30
	精灵汽车销售（南宁）有限公司	-	2.04	2.04	-	-2.04
	领克汽车科技有限公司	-	0.16	0.16	-	-0.16
	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	-	2.96	2.96	-	-2.96
	武汉路特斯汽车销售有限公司	-	0.01	0.01	-	-0.01
	余姚市常春汽车内饰件有限公司	-	-	-	-	-
	小计	8,236.28	8,242.78	7,294.27	948.52	-6.51
比亚迪	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	6,368.55	6,368.55	6,350.21	18.34	-
	比亚迪汽车有限公司	1,216.44	1,224.67	897.14	327.53	-8.23
	合肥比亚迪汽车有限公司	510.29	510.28	343.78	166.50	-
	长沙市比亚迪汽车有限公司	502.45	502.45	349.65	152.81	-
	济南比亚迪汽车有限公司	450.72	450.71	319.09	131.63	0.01
	郑州比亚迪汽车有限公司	430.03	426.19	286.09	140.10	3.84
	常州比亚迪汽车有限公司	164.92	164.91	129.74	35.18	0.01
	抚州比亚迪实业有限公司	103.75	103.75	63.55	40.20	-
	深圳比亚迪汽车实业有限公司	50.71	50.71	33.45	17.26	-
	长沙星朝汽车有限公司	26.03	26.03	22.06	3.98	-
	比亚迪汽车工业有限公司	0.67	1.13	0.30	0.82	-0.46

	小计	9,824.57	9,829.40	8,795.05	1,034.35	-4.83
合计		18,060.85	18,072.18	16,089.32	1,982.87	-11.34

3) 2023 年度

单位：万件

客户集团	客户名称	客户系统 结算数量	发行人销售 数量	其中：已开票 数量	暂估数量	差异
吉利汽车	西安吉利汽车有限公司	1,231.03	1,231.07	1,160.34	70.73	-0.04
	长兴吉利汽车部件有限公司	964.80	964.80	842.76	122.04	-
	宝鸡吉利汽车部件有限公司	910.26	910.26	797.13	113.13	-
	湖南吉利汽车部件有限公司	822.33	822.33	713.54	108.79	-
	四川领克汽车制造有限公司	626.48	626.48	538.44	88.03	-
	浙江吉润汽车有限公司	488.73	488.73	472.27	16.47	-
	余姚领克汽车部件有限公司	357.50	357.50	300.93	56.57	-
	宁波杭州湾吉利汽车部件有限公司	199.92	199.92	153.54	46.38	-
	宁波吉润汽车部件有限公司	154.43	154.43	135.01	19.42	-
	凯悦汽车大部件制造（张家口）有限公司	123.63	123.63	76.78	46.85	-
	浙江远景汽配有限公司	71.33	71.51	71.51	-	-0.19
	浙江陆虎汽车有限公司	69.08	69.08	57.81	11.28	-
	宁波吉润汽车部件有限公司杭州湾 新区备件分公司	50.49	50.74	38.69	12.05	-0.26
	杭州吉利汽车有限公司	47.35	47.35	25.52	21.83	-
	舒茨曼座椅（宁波）有限公司	21.00	21.00	17.92	3.08	-
	山西吉利汽车部件有限公司	11.78	11.37	8.78	2.59	0.41
	贵州吉利汽车制造有限公司	6.20	6.20	4.83	1.37	-
	领克汽车销售有限公司	5.73	6.74	2.10	4.64	-1.01
	浙江吉润梅山汽车部件有限公司	5.26	5.26	4.35	0.91	-
	重庆睿蓝汽车制造有限公司	3.97	3.97	2.72	1.25	-
	武汉吉利汽车部件有限公司	2.62	2.62	2.62	-	-
	山东吉利新能源商用车有限公司	0.01	0.01	-	0.01	-
	吉利汽车研究院（宁波）有限公司	-	2.41	2.41	-	-2.41
精灵汽车销售（南宁）有限公司	-	0.22	0.22	-	-0.22	
宁波吉利汽车研究开发有限公司	-	-	-	-	-	
武汉路特斯汽车销售有限公司	-	0.01	0.01	-	-0.01	

	长沙吉利汽车部件有限公司	-	-1.01	-1.01	-	1.01
	小计	6,173.93	6,176.64	5,429.20	747.45	-2.72
比亚迪	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	5,691.59	5,692.48	4,978.76	713.72	-0.89
合计		11,865.52	11,869.12	10,407.96	1,461.17	-3.61

4) 2022 年度

单位：万件

客户集团	客户名称	客户系统 结算数量	发行人销售 数量	其中：已开票 数量	暂估数量	差异
吉利汽车	长兴吉利汽车部件有限公司	810.10	821.50	853.23	-31.72	-11.40
	西安吉利汽车有限公司	801.33	801.15	838.51	-37.36	0.17
	四川领克汽车制造有限公司	620.11	620.10	629.97	-9.87	0.01
	宝鸡吉利汽车部件有限公司	408.60	408.62	381.71	26.91	-0.02
	浙江吉润汽车有限公司	352.70	361.70	189.20	172.50	-9.00
	湖南吉利汽车部件有限公司	346.20	346.20	348.01	-1.81	-
	余姚领克汽车部件有限公司	296.83	296.37	303.63	-7.26	0.45
	宁波杭州湾吉利汽车部件有限公司	174.86	174.86	166.67	8.20	-
	宁波远景汽车零部件有限公司	171.77	171.67	170.43	1.23	0.10
	浙江远景汽配有限公司	148.61	141.81	141.58	0.23	6.80
	宁波吉润汽车部件有限公司	129.48	129.73	132.69	-2.95	-0.25
	浙江陆虎汽车有限公司	51.15	52.55	56.48	-3.93	-1.40
	凯悦汽车大部件制造（张家口）有限公司	39.43	39.44	39.53	-0.09	-0.01
	杭州吉利汽车有限公司	38.59	39.06	39.06	-	-0.47
	宁波吉润汽车部件有限公司杭州湾新区备件分公司	35.62	35.83	32.96	2.87	-0.20
	山西吉利汽车部件有限公司	32.42	32.63	31.01	1.62	-0.21
	舒茨曼座椅（宁波）有限公司	17.09	17.09	17.09	-	-
	浙江吉润梅山汽车部件有限公司	8.43	10.01	8.42	1.59	-1.58
	重庆睿蓝汽车制造有限公司	4.15	4.15	3.96	0.19	-
	领克汽车销售有限公司	3.25	2.71	1.92	0.79	0.54
	贵州吉利汽车制造有限公司	3.13	3.18	1.88	1.30	-0.05
	山东吉利新能源商用车有限公司	1.25	1.26	1.26	-	-
	武汉吉利汽车部件有限公司	0.04	0.04	0.04	-	-
长沙吉利汽车部件有限公司	-	1.01	-	1.01	-	

	吉利汽车研究院（宁波）有限公司	-	0.78	0.78	-	-
	宁波吉利汽车研究开发有限公司	-	0.22	0.22	-	-
	小计	4,495.15	4,513.67	4,390.22	123.46	-16.52
比亚迪	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	2,431.68	2,431.73	1,963.18	468.55	-0.05
合计		6,926.83	6,945.41	6,353.39	592.01	-16.57

经核对，报告期各期，客户系统结算数量与发行人销售数量的差异分别为-16.57 万件、-3.61 万件、-11.34 万件和-2.45 万件，占发行人销售数量的比例分别为-0.24%、-0.03%、-0.06%和-0.03%，差异率极低，主要系发行人存在零星样品销售未通过客户供应商管理系统进行结算所致。

(3) 检查发行人报告期内的产品销售合同/销售订单、价格协议，查阅合同单价并检查价格执行情况。对于签订价格协议的产品，结算单价与价格协议一致；对未签订价格协议的产品，与期后开票的实际结算单价不存在较大差异。

(4) 检查暂估收入对应的期后实际结算情况

由于客户通常于每月月初通过供应商管理系统发布上月结算单，发行人于收到结算单当月开具发票，并按照结算所属期间暂估确认收入，报告期各期暂估收入与期后实际结算金额差异情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期末暂估收入	22,030.46	34,813.81	38,647.48	16,333.01
实际结算金额	22,144.79	35,803.15	38,854.26	16,777.34
暂估差异	-114.33	-989.34	-206.78	-444.33
暂估差异率	-0.52%	-2.76%	-0.53%	-2.72%

报告期内，发行人各期暂估差异金额为-444.33 万元、-206.78 万元、-989.34 万元和-114.33 万元，暂估差异率-2.72%、-0.53%、-2.76%和-0.52%，总体差异较小，且发行人各年度暂估收入金额相对谨慎，未对收入确认的准确性构成重大不利影响。

同时，中介机构还提高了常规核查程序的检查覆盖比例，具体情况如下：

(1) 对发行人报告期内产品销售收入执行细节测试，检查销售合同、结算单等收入确认相关证据，具体核查金额和核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
细节测试核查金额	138,286.14	329,517.25	235,337.45	142,619.15
细节测试核查比例	97.04%	97.64%	92.06%	91.38%

报告期内，通过执行细节测试核查发行人产品销售收入 142,619.15 万元、235,337.45 万元、329,517.25 万元和 138,286.14 万元，核查比例达 91.38%、92.06%、97.64% 和 97.04%。

(2) 对发行人报告期内产品销售收入执行截止性测试情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
截止测试核查金额	29,880.50	45,122.56	63,029.97	57,627.54
截止测试核查比例	20.97%	13.37%	24.66%	36.92%

对发行人报告期各期末前后确认的销售收入执行截止性测试，2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月核查金额分别为 57,627.54 万元、63,029.97 万元、45,122.56 万元和 29,880.50 万元，经核查，未发现发行人收入跨期的情形，发行人收入确认时间准确、合理。

(3) 检查期后回款情况

报告期各期末，发行人应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
期末应收账款余额	61,211.51	90,106.15	97,629.20	44,942.26
其中应收威马汽车	809.48	809.48	809.48	807.04
剔除威马汽车后的应收账款余额	60,402.03	89,296.67	96,819.72	44,135.22
截至 2025 年 10 月末回款	59,188.94	89,171.72	96,819.52	44,125.81
期后回款占剔除威马汽车后的应收账款余额的比例	97.99%	99.86%	100.00%	99.98%

注：应收威马汽车的款项已全额计提坏账准备。

截至 2025 年 10 月末，报告期各期末应收账款回款金额分别为 44,125.81 万

元、96,819.52 万元、89,171.72 万元及 59,188.94 万元，回款金额占剔除威马汽车后的应收账款余额的比例分别为 99.98%、100.00%、99.86%、97.99%。发行人各期回款情况良好，对个别已出现债务人经营情况恶化等减值情形的应收账款，发行人已按 100% 单项计提坏账准备。

在上述核查程序的基础上，针对模具开发业务及其他零星业务收入，中介机构执行了以下核查程序：

(1) 对于模具开发业务，发行人根据客户的要求开发设计模具，经客户验收后确认收入。报告期内，中介机构对客户验收单据进行检查，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
模具开发业务收入	447.54	5,506.27	7,609.67	5,811.41
营业收入总额	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
占比	0.31%	1.63%	2.98%	3.72%
抽查金额	411.90	2,136.05	3,186.92	1,741.04
抽查金额占模具开发业务收入的比例	92.04%	38.79%	41.88%	29.96%

注：2022 年度抽查金额占比较低主要系公司当年模具开发业务收入主要来自威马汽车，由于其经营情况恶化，部分合同提前终止并已于当年全额回款。

(2) 报告期内发行人还存在少量废料销售、转租收入，该类收入属于偶发性收入，大多在款到交货或租赁期达成时开具发票并确认收入，在此情形下，在发行人与客户的履约义务已经完成时即正常完成款项支付，未出具签收单等相关确认单据。该部分收入金额、占比均较低，中介机构抽查了相关发票和收款记录，对于发行人收入确认的真实性、准确性不构成重大影响。

综上所述，通过上述替代测试程序，中介机构验证了营业收入和应收账款的准确性。

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

针对各期末回函或回函不符客户，中介机构执行了以下核查程序，包括：了解发行人收入确认依据并与同行业可比公司比较；将主要客户结算数据与发行人账面数据进行核对；检查发行人报告期内的产品销售合同协议、查阅合同单价并

检查价格执行情况；检查暂估收入对应的期后实际结算情况；执行细节测试；执行截止性测试；检查期后回款情况；核查产品收入以外的模具开发业务收入、其他业务收入等，详见本回复问题 1 之“二、（二）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”之说明。

针对替代测试开展的完整性，中介机构独立导出主要客户供应商管理系统数据与发行人账面销售数量进行对比，核查比例为 100%；对各期末回函或回函不符客户执行替代测试，测试比例为 100%，因此替代测试的开展具有完整性；

发行人主要整车厂客户均建立了完善的供应商管理系统，该等系统由客户运营管理，通过系统定期对供应商发布订单需求、发布寄售结存报表、对账单等相关结算数据，该模式也是目前主要整车厂企业对供应商管理的通用模式，符合行业惯例。供应商管理系统发布的数据也是发行人收入确认的主要外部证据之一，中介机构主要通过核对该数据履行替代核查程序，具备有效性。

综上，我们认为，各期末回函或回函不符客户采取的替代测试程序完整、有效。

三、说明 2023 年及以后年度比亚迪不接受中介机构访谈的原因及合理性，比亚迪对其他供应商是否存在类似情况；对于发行人与比亚迪交易的真实性，中介机构采取的替代性核查程序及目前核查程序能否支撑核查结论

（一）2023 年及以后年度比亚迪不接受中介机构访谈的原因及合理性，比亚迪对其他供应商是否存在类似情况

报告期内，中介机构于 2022 年对比亚迪汽车进行了访谈，2025 年 5 月，中介机构再次通过邮件向比亚迪汽车相关人员沟通访谈事宜，被告知不接受访谈。2023 年及以后年度，比亚迪不接受中介机构访谈的原因，主要为：（1）报告期内，新能源汽车行业进入规模化快速发展阶段，比亚迪实现了产品的全面爆发，成为国内新能源头部车企，在行业内的地位越发高升，发行人虽然在业务合作层面与其建立了稳定合作关系，但访谈除需要与比亚迪业务人员对接沟通外，还需

取得比亚迪相关部门和集团高层领导的同意，整体沟通难度较大，导致 2023 年及以后年度直至第二轮审核问询出具日中介机构尚未成功完成对比亚迪的访谈；

(2) 发行人与比亚迪下属的多个子公司、多个产品线进行合作，其虽隶属同一集团，但各子公司、各个产品线经营相对独立，访谈内容涉及各个子公司、各个产品线的情况，整体协调难度进一步加大，增加了完成访谈的难度。

查阅公开信息显示，比亚迪也未接受其精密弹性件供应商立洲精密(873994)（《关于厦门立洲精密科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》）、检测设备供应商大鹏工业(873739)的访谈（《关于哈尔滨岛田大鹏工业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的回复》）。

综上，截至第二轮审核问询出具日，2023 年及以后年度比亚迪尚未接受中介机构访谈不具有单一针对性、具有合理性。

报告期各期，发行人对比亚迪营业收入分别为 56,843.55 万元、121,915.01 万元、185,245.98 万元和 60,546.32 万元，占营业收入的比例分别为 36.42%、47.69%、54.89%和 42.49%。中介机构通过核对比亚迪结算数据与发行人账面数据、细节测试、函证和应收账款期后回款测试等程序，已对发行人与比亚迪的交易进行了充分核查。出于对发行人与比亚迪交易真实性更谨慎核查的考虑，中介机构督促发行人与比亚迪就走访事宜进行了持续沟通。保荐机构、发行人律师、申报会计师于 2025 年 12 月 10 日对比亚迪进行了走访，对发行人与比亚迪的合作背景、业务往来、无关联关系等事项进行了确认，上述事项访谈获得的信息与报告期内发行人的相关信息记录或表述具有一致性。

(二) 对于发行人与比亚迪交易的真实性，中介机构采取的替代性核查程序及目前核查程序能否支撑核查结论

比亚迪建立了完善的供应商管理系统，此系统由比亚迪运营管理，通过系统定期对供应商发布订单需求、发布寄售结存报表、对账单等相关结算数据，该模式也是目前主要整车厂企业对供应商管理的通用模式，符合行业惯例。供应商管理系统发布的数据也是发行人收入确认的主要外部证据之一。

报告期内，发行人对比亚迪的营业收入分别为 56,843.55 万元、121,915.01 万元、185,245.98 万元和 60,546.32 万元，占营业收入比例分别为 36.42%、47.69%、54.89% 和 42.49%。除访谈外，中介机构已采取核对比亚迪结算数据、细节测试、函证、期后回款测试等核查手段确认发行人与比亚迪交易的真实性。

1、比亚迪结算数据与公司账面数据核对

中介机构独立导出比亚迪供应商管理系统中发布的产品结算数据，对结算数量与公司账面销售数量进行比对，核查比例各年均为 100%。

2、对比亚迪销售业务执行细节测试

中介机构对发行人与比亚迪的销售业务进行了细节测试，检查销售合同、结算单等收入确认相关证据，具体核查金额和核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对比亚迪营业收入金额	60,546.32	185,245.98	121,915.01	56,843.55
进行细节测试核实金额	51,803.48	166,029.26	119,517.45	46,149.62
核实比例	85.56%	89.63%	98.03%	81.19%
核实结果	未见异常	未见异常	未见异常	未见异常

注：细节测试样本从当年确认的收入中选取。

3、对比亚迪销售的函证情况

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对比亚迪营业收入金额	60,546.32	185,245.98	121,915.01	56,843.55
回函相符及调节相符合计金额	29,358.95	172,886.96	121,915.01	56,843.55
回函相符及调节相符合计比例	48.49%	93.33%	100.00%	100.00%

注：2025 年 1-6 月，回函相符及调节相符合计比例较低，主要系部分函证未回函。已回函证中，相符及调节相符合计比例为 48.49%。针对未回函部分，中介机构执行了替代测试，替代测试核实金额 30,462.01 万元，核实比例 50.31%。通过函证及替代测试，合计确认比例为 98.80%。

报告期内，存在对比亚迪收入函证回函不符但调节后相符的情况，主要原因

系比亚迪对暂估数据不予回复以及零星质量扣款入账时间差。针对回函不符情况，发行人结合销售明细表、结算单、发票、回款情况，核实差异原因，并编制函证差异调节表调节一致。

4、与比亚迪应收账款的期后回款情况

中介机构对发行人与比亚迪的销售形成的应收账款进行了期后回款测试，检查各期期后回款凭证，核查情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
期末应收比亚迪款项余额	34,419.68	68,990.68	56,686.91	-
截止2025年10月31日回款比例	99.79%	100.00%	100.00%	100.00%

注：2022年公司对比亚迪销售通过宁波双慎作为销售通道实现，2022年末公司对宁波双慎的应收账款余额为40,120.73万元，中介机构也进行了期后回款测试，期后已100%回款。

报告期内，中介机构独立导出比亚迪供应商管理系统中发布的产品结算数据，对结算数量与公司账面销售数量进行比对，核查比例为100%；对发行人向比亚迪销售进行了细节测试，测试比例分别为81.19%、98.03%、89.63%和85.56%，均未见异常；对向比亚迪的销售进行了函证，回函相符及调节相符合计比例100.00%、100.00%、93.33%和48.49%；对发行人各期末与比亚迪销售形成的应收账款进行期后回款测试，除2025年6月末余额未全部回款外，其余年份均已100%回款。综上，中介机构采取的替代性核查程序及目前核查程序可以证实发行人与比亚迪交易的真实性。出于对发行人与比亚迪交易真实性更谨慎核查的考虑，中介机构督促发行人与比亚迪就走访事宜进行了持续沟通。经比亚迪同意，保荐机构、发行人律师、申报会计师于2025年12月10日对比亚迪进行了走访，对发行人与比亚迪的合作背景、业务往来、无关联关系和未来合作计划等事项进行了确认，上述事项访谈获得的信息与报告期内发行人的相关信息记录或表述具有一致性。

四、说明资金流水专项核查意见中未包含发行人 2025 年 6 月 30 日新成立子公司晋中乔路铭汽车零部件有限公司的银行账户的原因，是否符合《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》2-18 资金流水核查的相关要求，补充核查并更新资金流水专项核查意见

第一轮审核问询回复申报会计师出具的《中汇会计师事务所（特殊普通合伙）关于乔路铭科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市资金流水核查的专项说明》中资金流水核查范围未列入发行人子公司晋中乔路铭汽车零部件有限公司，系该公司于 2025 年 6 月 30 日成立，其首个银行账户于 2025 年 7 月 7 日开立，资金流水核查报告期内该子公司不存在相关银行账户及资金流水。

截至本回复出具日，晋中乔路铭已开立的银行账户信息如下：

开户主体	账号	开户地	开户行	账户性质	开户日期
晋中乔路铭	86031386885888805	瑞安	宁波银行瑞安支行	基本户	2025.7.7
	14050170810800000746	晋中	建行晋中锦纶路支行	一般户	2025.7.17

申报会计师已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-18 资金流水核查的相关要求，对发行人、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体的资金流水进行核查。申报会计师已对补充发行人子公司晋中乔路铭汽车零部件有限公司（以下简称“晋中乔路铭”）报告期内的资金流水情况进行核查并履行了相应的核查程序，符合《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》2-18 资金流水核查的相关要求。

申报会计师已补充核查并将晋中乔路铭在资金流水核查报告期内不存在银行账户及资金流水的情况更新进入资金流水专项核查意见。具体参见申报会计师出具的《中汇会计师事务所（特殊普通合伙）关于乔路铭科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市资金流水核查的专项说明》。

五、在资金流水核查专项说明中补充对发行人实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹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

（一）在资金流水核查专项说明中补充对发行人实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹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

申报会计师已在资金流水核查专项说明中补充对发行人实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹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，保荐机构、申报会计师已针对前述事项更新并提交资金流水核查专项说明。具体参见申报会计师出具的《中汇会计师事务所（特殊普通合伙）关于乔路铭科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市资金流水核查的专项说明》。

（二）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

申报会计师对发行人实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等自然人报告期各期资金流水进行核查：

1、核查程序

（1）获取相关自然人提供的个人银行账户信息，使用银联云闪付、支付宝进行查询复核，并对相关个人账户间转账的所有交易对手方进行交叉核对，获取相关人员的银行账户开立情况；取得相关自然人出具《关于提供银行账户的完整性、银行流水的真实性、准确性、完整性的承诺函》，确认所提供个人银行账户的完

整性。

(2) 陪同相关自然人前往开户银行，现场打印获取所有已开立个人银行账户在报告期内银行流水；根据核查金额重要性水平及异常事项确定标准，对达到重要性水平的资金流水进行逐笔核查；

(3) 针对自然人主体银行流水大额取现、大额支付等异常情形，重点关注资金往来频繁度、合理性并获取相关证据，核查其是否与公司主要客户、供应商、关联方及其实际控制人、主要股东、董监高、法定代表人存在大额频繁资金往来；核查其是否与公司股东、公司员工等存在大额频繁资金往来；

(4) 针对与关联方重叠客户、供应商进行了匹配分析，核查与关联方重叠客户、供应商是否存在异常资金往来，确认相关交易的合理性；

(5) 对发行人主要客户、主要供应商进行访谈，确认其是否与发行人实际控制人、董事、报告期内时任监事、高级管理人员、主要关联方等存在资金往来、利益安排等情形，是否存在第三方支付、现金支付等涉嫌代垫成本费用、体外资金循环的情形；

(6) 对发行人主要客户、主要供应商的交易额和往来余额进行函证；

(7) 针对发行人与铭博股份的关联交易、独立性、重叠供应商、重叠客户等情况实施了审慎的核查和分析，并获取铭博股份财务报表，对财务报表的相关指标进行分析性复核。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等自然人与发行人关联方、客户、供应商、发行人其他员工等不存在异常大额资金往来等内容；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。

六、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

(一) 核查程序

就报告期内发行人收入的真实性、准确性、完整性，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、取得并查阅发行人报告期内收入成本明细表，分析主要客户报告期内收入变化情况及合理性；

2、访谈发行人管理层，了解收入确认政策和具体依据，并与同行业可比公司进行比较；

3、了解发行人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；

4、报告期内，中介机构已对主要客户实施实地走访，了解公司主要客户的基本情况、主营业务、与公司业务合作情况及与公司是否存在关联关系等。报告期各期，走访情况具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
实地走访客户收入金额	141,754.02	335,108.84	251,350.93	141,319.00
营业收入	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
实地走访核查金额占营业收入的比例	99.48%	99.29%	98.32%	90.55%

5、对报告期内发行人的主要客户执行独立函证程序，函证事项主要包括应收账款余额和营业收入金额。其中，对于客户已明确回复的应收账款已开票余额，逐一了解回函差异的原因，获取并复核发行人编制的差异调节表，核查差异事项对发行人财务数据的影响；

6、针对客户回函中不予明确回复的部分，具体包括营业收入（包含暂估收入）和应收账款暂估余额，以及未回函的客户，中介机构主要通过执行替代测试以验证其准确性。结合发行人的行业特点和业务模式，中介机构有针对性地执行了如下第7-9的核查程序；

7、报告期内，中介机构独立导出发行人主要客户的供应商管理系统中发布的产品结算数据，对结算数量与发行人账面销售数量进行 100% 比对，比对差异率极低，主要系发行人存在零星样品销售未通过客户供应商管理系统进行结算所致；

8、获取报告期内发行人银行对账单及银行日记账，抽取样本，核查销售收款对应的银行流水，检查销售收入及回款的真实性；

9、检查发行人报告期内的产品销售合同/销售订单、价格协议，查阅合同单价并检查价格执行情况；

10、检查暂估收入对应的期后实际结算情况。由于客户通常于每月月初通过供应商管理系统发布上月结算单，发行人于收到结算单当月开具发票，并按照结算所属期间暂估确认收入，报告期各期暂估收入与期后实际结算金额差异情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
期末暂估收入	22,030.46	34,813.81	38,647.48	16,333.01
实际结算金额	22,144.79	35,803.15	38,854.26	16,777.34
暂估差异	-114.33	-989.34	-206.78	-444.33
暂估差异率	-0.52%	-2.76%	-0.53%	-2.72%

报告期内，发行人各期暂估差异金额为-444.33 万元、-206.78 万元、-989.34 万元和-114.33 万元，暂估差异率-2.72%、-0.53%、-2.76%和-0.52%，总体差异较小，且发行人各年度暂估收入金额相对谨慎，未对收入确认的准确性构成重大不利影响；

11、对发行人报告期内产品销售收入执行细节测试，检查销售合同、结算单等收入确认相关证据，具体核查金额和核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
细节测试核查金额	138,286.14	329,517.25	235,337.45	142,619.15
细节测试核查比例	97.04%	97.64%	92.06%	91.38%

报告期内，通过执行细节测试核查发行人产品销售收入 142,619.15 万元、235,337.45 万元、329,517.25 万元和 138,286.14 万元，核查比例达 91.38%、92.06%、97.64% 和 97.04%；

12、对发行人报告期内产品销售收入执行截止性测试情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
截止测试核查金额	29,880.50	45,122.56	63,029.97	57,627.54
截止测试核查比例	20.97%	13.37%	24.66%	36.92%

对发行人报告期各期末前后确认的销售收入执行截止性测试，2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月核查金额分别为 57,627.54 万元、63,029.97 万元、45,122.56 万元和 29,880.50 万元，经核查，未发现发行人收入跨期的情形，发行人收入确认时间准确、合理；

13、检查期后回款情况。报告期各期末，发行人应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期末应收账款余额	61,211.51	90,106.15	97,629.20	44,942.26
其中应收威马汽车	809.48	809.48	809.48	807.04
剔除威马汽车后的应收账款余额	60,402.03	89,296.67	96,819.72	44,135.22
截至 2025 年 10 月末回款	59,188.94	89,171.72	96,819.52	44,125.81
期后回款占剔除威马汽车后的应收账款余额的比例	97.99%	99.86%	100.00%	99.98%

注：应收威马汽车的款项已全额计提坏账准备。

截至 2025 年 10 月末，报告期各期末应收账款回款金额分别为 44,125.81 万元、96,819.52 万元、89,171.72 万元及 59,188.94 万元，回款金额占剔除威马汽车后的应收账款余额的比例分别为 99.98%、100.00%、99.86%、97.99%。发行人各期回款情况良好，对个别已出现债务人经营情况恶化等减值情形的应收账款，发行人已按 100% 单项计提坏账准备；

14、对于模具开发业务，发行人根据客户的要求开发设计模具，经客户验收后确认收入。报告期内，中介机构对客户验收单据进行检查，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
模具开发业务收入	447.54	5,506.27	7,609.67	5,811.41
营业收入总额	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
占比	0.31%	1.63%	2.98%	3.72%
抽查金额	411.90	2,136.05	3,186.92	1,741.04
抽查金额占模具开发业务收入的比例	92.04%	38.79%	41.88%	29.96%

注：2022年度抽查金额占比较低主要系公司当年模具开发业务收入主要来自威马汽车，由于其经营情况恶化，部分合同提前终止并已于当年全额回款。

15、对于报告期内发行人存在的少量废料销售、转租收入，该类收入属于偶发性收入，大多在款到交货或租赁期达成时开具发票并确认收入，在此情形下，在发行人与客户的履约义务已经完成时即正常完成款项支付，未出具签收单等相关确认单据。中介机构抽查了相关发票和收款记录，该部分收入金额、占比均较低，对于发行人收入确认的真实性、准确性不构成重大影响。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人收入真实、准确、完整，核查程序、核查依据可以支持核查结论。

问题 2. 业绩增长可持续性

(1) 最近一期对比亚迪销售金额同比下滑的原因。根据申请文件及问询回复：①报告期各期，发行人向比亚迪的销售金额分别为 56,843.55 万元、121,915.01 万元、185,245.98 万元和 60,546.32 万元，占当期营业收入的比重分别为 36.42%、47.69%、54.89%和 42.49%，2023 年、2024 年发行人对比亚迪的销售金额分别同比变动 114.47%、51.95%，2025 年 1-6 月同比变动-0.63%。②报告期内，发行人对比亚迪配套产品的平均销售价格分别为 23.38 元/件、21.42 元/件、18.85 元/件、16.61 元/件，呈现逐年下降的趋势。请发行人：①结合比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列车型上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况，说明发行人 2023 年及 2024 年对比亚迪销售金额大幅增长的真实合理性，分析说明发行人各期产品结构及销售情况与主要客户车型升级换代和新车型的销售情况是否匹配；前述车型是否为比亚迪的主要畅销车型，2025 年 1-6 月对比亚迪销售金额下滑的具体原因，前述车型及发行人配套产品销售是否存在大幅波动或减少的风险，以及发行人的具体应对措施。②说明 2025 年 1-6 月发行人对比亚迪供应份额下降的原因，具体说明发行人产品相较于该客户其他供应商的竞争优势，发行人向比亚迪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比亚迪销售下滑的风险并进行重大事项提示。③结合年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整、新老产品结构变化等因素量化分析对比亚迪销售单价下降的原因，说明报告期后产品价格是否有进一步下降空间，说明持续降价对公司经营业绩的影响。④说明各期获得比亚迪新定点项目的数量及对应产品销售金额，发行人是否具有持续获取比亚迪新定点项目的能力。⑤结合前述内容及期后向比亚迪销售的情况分析发行人对比亚迪的销售是否会出现进一步下滑，对发行人经营业绩的影响，发行人是否存在期后业绩下滑的风险，充分揭示相关风险并进行重大事项提示。

(2) 对吉利汽车销售增长的可持续性。根据申请文件及问询回复：①报告期各期，发行人对吉利汽车配套产品的销量从 2022 年 4,513.67 万件增长到 2024 年 8,242.78 万件，增长幅度为 82.62%；发行人产品主要配套吉利汽车的星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型，其中帝豪系列车型销售呈

现持续下滑趋势。②报告期各期，发行人产品在吉利汽车配套车型装车量占比分别为 92.16%、95.90%、99.07%和 89.42%。③报告期内，发行人对吉利汽车配套产品的平均销售价格总体呈下降趋势。请发行人：①结合吉利汽车星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型产品上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况说明报告期内发行人对吉利汽车销售金额大幅增长的真实性；前述车型是否为吉利汽车的主要畅销车型，前述车型及发行人配套产品销售是否存在大幅波动或减少的风险。②具体说明发行人产品相较于吉利汽车其他供应商的竞争优势，发行人向吉利汽车销售额是否稳定可持续，是否存在被其他供应商替代的风险。③量化分析发行人对吉利汽车销售单价下降的原因及合理性。④说明发行人各期获得吉利汽车新定点项目的数量及对应产品销售金额，发行人是否具有持续获取吉利汽车新定点项目的能力。⑤结合前述内容及期后向吉利汽车销售的情况分析发行人对吉利汽车的销售增长是否可持续。

(3) 与主要客户交易的公允性。根据申请文件及问询回复：①公司产品价格以成本加成原则作为报价基础，并根据市场竞争环境、客户合作关系以及订单规模等因素综合确定，最终与客户协商确定产品价格。②报告期内，发行人对比亚迪、吉利等主要客户的销售价格及毛利率存在一定差异。请发行人：①说明报告期内发行人与主要客户是否存在返利政策，如存在，说明各期约定的返利政策及其变化情况，量化分析返利政策对各期主要客户主要产品销售单价的具体影响，对应的会计处理是否符合企业会计准则相关规定。②列示各期发行人向主要客户销售产品的毛利率情况，分析不同客户毛利率差异原因及合理性。③结合前述情况补充论证发行人与主要客户的交易公允性。

(4) 进一步分析业绩增速高于可比公司的合理性。根据申请文件及问询回复，相较于可比上市公司，发行人的营业收入更加集中于快速增长的整车企业；除新泉股份外，其他可比上市公司的客户结构呈现传统燃油车为主、新能源车为辅，或者两者并重的特征，客户相对更加分散且下游客户组合整车销量增长幅度相对较低。请发行人：①逐一系列示报告期内可比上市公司的客户构成、客户整车销量增长情况、传统燃油车和新能源车的比重，进一步分析发行人 2022 年至 2024 年业绩增速高于可比公司的合理性。②说明 2022 年至 2024 年发行人

第四季度收入占比高于可比上市公司平均水平的原因，列示发行人第四季度收入的月份分布情况，是否集中于 12 月份及合理性。③说明发行人 2025 年 1-6 月业绩增速变缓且低于可比上市公司平均水平的原因及合理性。④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、定点项目开发进度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。

【公司回复】

一、最近一期对比亚迪销售金额同比下滑的原因

(一) 结合比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列车型上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况，说明发行人 2023 年及 2024 年对比亚迪销售金额大幅增长的真正合理性，分析说明发行人各期产品结构及销售情况与主要客户车型升级换代和新车型的销售情况是否匹配；前述车型是否为比亚迪的主要畅销车型，2025 年 1-6 月对比亚迪销售金额下滑的具体原因，前述车型及发行人配套产品销售是否存在大幅波动或减少的风险，以及发行人的具体应对措施

1、结合比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列车型上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况，说明发行人 2023 年及 2024 年对比亚迪销售金额大幅增长的真正合理性

报告期内，比亚迪销量稳居行业前列。根据比亚迪产销快报，2022 年度至 2024 年度，比亚迪整车销量由 186.85 万辆增长到 427.21 万辆，年均增长率为 51.21%。

比亚迪在汽车领域市场地位突出，拥有多个畅销车型，报告期内，比亚迪积极推动旗下车型的更新换代，详情如下：

年度	推出车型
2022 年度	推出元 PLUS、海豹、驱逐舰 05、护卫舰 07、腾势 D9 等车型

年度	推出车型
2023 年度	推出宋 L、海豹 DMI、海鸥、驱逐舰 05 冠军版、腾势 N7、仰望 U8、豹 5 等车型
2024 年度	推出元 UP、海狮 07EV、秦 L DM-i、宋 L DM-i、海狮 05DM-i、海豹 06GT 等车型
2025 年 1-6 月	推出秦 LEV、汉 L、唐 L、海豹 06EV、海狮 05EV、海狮 07DM-i 等车型

在比亚迪销量显著上升的同时，公司把握行业机遇，积极深化与比亚迪的合作程度，为比亚迪配套产品的宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等主要系列车型产品上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况具体如下：

单位：万辆、万件

项目	上市时间	公司开始供货时间	整车销量				配套产品销量			
			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
宋系列										
宋 MAX	2017.09	2021.02	-	-	0.18	1.11	-	-	0.87	9.33
宋 PRO	2019.07	2020.04	13.39	28.08	20.35	9.97	459.64	1,099.41	492.19	153.48
宋 PLUS	2020.09	2020.09	27.50	51.20	42.71	33.50	427.46	1,015.78	838.10	637.58
宋 L	2023.12	2023.11	7.87	20.36	1.00	-	24.69	69.75	2.23	-
元系列										
元	2016.04	2021.04	-	0.18	1.64	2.70	0.09	1.02	9.09	16.29
元 PLUS	2022.02	2021.07	9.43	30.95	41.22	20.21	177.98	755.92	727.25	160.89
元 UP	2024.03	2023.11	9.67	15.83	-	-	324.55	723.06	0.05	-
秦系列										
秦 PLUS	2021.03	2022.06	13.81	44.32	45.59	31.53	482.02	1,613.16	1,010.94	667.01
秦 L	2024.05	2023.11	13.44	28.43	-	-	66.57	169.13	0.04	-
海豚系列										
海豚	2021.08	2021.03	9.37	19.83	36.74	20.54	174.54	340.77	658.10	257.91
海豹系列										
海豹	2022.07	2022.06	2.04	6.06	12.73	5.12	116.83	362.53	417.63	300.56
海豹 06	2022.07	2023.12	13.00	25.48	-	-	237.85	842.00	0.02	-
海豹 07DMI	2024.08	2022.10	1.58	7.39	-	-	37.23	252.63	180.29	0.01
海鸥系列										
海鸥	2023.04	2023.05	28.44	47.93	28.02	-	864.79	2,033.40	850.97	-

注：客户整车终端销量来自 MarkLines。

2022-2024年，除海豚系列整车销量2024年出现下滑外，宋、元、秦、海豹、海鸥等系列车型的整车销量均呈现逐年上升的趋势。其中，宋PRO、宋PLUS、元UP、秦PLUS、秦L、海豹06、海鸥等车型的市场表现贡献了主要的力量。海豚系列的车型虽然在2024年销量下滑，但20万辆左右的年度销量也代表该车型依然存在一定的市场认可度。综合来看，宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥系列的整车销量于2022年-2024年期间整体保持增长态势。

综上所述，在比亚迪主要车型不断迭代及终端消费市场快速扩容的背景下，公司供应产品规模快速增长，与主要客户车型升级换代和新车型的销售情况匹配，2023年及2024年对比亚迪销售金额实现大幅增长具有真实性、合理性。

2、分析说明发行人各期产品结构及销售情况与主要客户车型升级换代和新车型的销售情况是否匹配

(1) 发行人产品情况

公司主要配套汽车内外饰件产品具体情况如下：

单位：件/辆

产品类型	细分种类	位置及功能	单车配套件数
内饰件	立柱内装饰板	前中后柱上下装饰板，是汽车内饰件的主要部分之一，用于增加乘客舒适度、提供优雅的内饰外观并且在车辆碰撞时起到吸收碰撞功能，降低对人体伤害程度的作用	10-14
	行李箱内装饰板	位于后备箱内部，以后围内饰板产品为代表，具有提升美观程度以及在发生交通事故时吸收部分撞击力，减轻乘坐人员所受伤害的作用	4
外饰件	车底护板	在车辆底盘下方，系车身装饰件的组成部分，主要功能系保护底盘免受磕碰和泥沙侵蚀，同时还能优化空气动力学	4-7
	侧裙	主要包括门槛护板、侧围裙板、装饰条及防擦条等，系车身装饰件的组成部分，在车身两侧底部，主要功能在于提升车身的美观度，还能优化空气动力学，减少风阻	4
	立柱外装饰板	安装于车身的A柱/B柱/C柱外侧，系车身装饰件的组成部分，主要功能系保护车身结构，同时提升外观的整体感和美观度	6-8
	扰流板	扰流板一般安装于尾门上侧，主要起平衡车身空气流动，降低车身风噪和装饰尾门外观的作用	1-3
	轮眉	安装于车轮上方的车身位，系车身装饰件的组成部分，主要功能系防护轮胎卷起的泥沙和石子损伤车身，同时也有一定的装饰作用	4-8

产品类型	细分种类	位置及功能	单车配套件数
	行李架	行李架一般安装于车顶，主要用于车顶重物承载和装饰	2

(2) 公司汽车内饰件销售结构及与配套车型销量的匹配情况

报告期内，公司为比亚迪配套的汽车内饰件产品结构如下：

单位：万元、万件

汽车内饰件类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量
立柱内装饰板	10,883.31	958.70	31,966.73	2,435.35	15,729.48	1,134.77	4,700.84	314.38
行李箱内装饰板	5,839.45	127.22	13,087.09	246.35	10,900.23	207.25	6,851.72	112.04
其他	225.95	84.65	510.20	166.80	190.58	58.28	1,149.77	95.38
总计	16,948.72	1,170.57	45,564.02	2,848.50	26,820.29	1,400.30	12,702.34	521.79

由上表可知，报告期内，公司为比亚迪配套的汽车内饰件主要包括立柱内装饰板、行李箱内装饰板等。前述内饰件产品销量与对应的比亚迪主要配套车型的整车销量的匹配情况具体如下：

1) 立柱内装饰板

报告期内，公司立柱内装饰板销量、比亚迪主要配套车型升级换代和新车型销量情况以及立柱内装饰板单车配套数量具体如下：

单位：万辆、万件、件/辆

项目	上市时间	公司开始供货时间	整车销量				配套立柱内装饰板销量				立柱内装饰板单车配套数量			
			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
宋系列														
宋 MAX	2017.09	2021.12	-	-	0.18	1.11	-	-	-	4.53	-	-	-	3.00
宋 PRO	2019.07	2023.03	13.39	28.08	20.35	9.97	117.76	231.09	32.24	-	6.70	8.02	7.96	-
元系列														
元 PLUS	2022.02	2021.12	9.43	30.95	41.22	20.21	74.24	297.08	215.85	41.23	6.90	7.36	7.62	8.12
元 UP	2024.03	2023.11	9.67	15.83	-	-	84.55	204.80	-	-	8.25	8.10	-	-
秦系列														
秦 PLUS	2021.03	2021.10	13.81	44.32	45.59	31.53	122.77	450.89	286.27	201.73	13.95	11.99	11.99	13.99
海豹系列														
海豹	2022.07	2022.10	2.04	6.06	12.73	5.12	17.97	60.28	76.46	58.19	11.22	12.78	12.31	11.32
海豹 06	2024.05	2023.11	13.00	25.48	-	-	98.22	356.91	-	-	10.34	9.97	-	-
海豹 07DMI	2024.08	2023.10	1.58	7.39	-	-	16.13	98.01	62.47	-	11.70	11.98	11.99	-
海鸥系列														
海鸥	2023.04	2023.09	28.44	47.93	28.02	-	368.90	674.87	405.02	-	10.32	10.00	10.00	-

注 1：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会；

注 2：公司配套立柱内装饰板销量中，包含根据客户需要配套的立柱堵盖、立柱气帘标识盖等其他配件；

注 3：单车配套数量=配套产品销量/产品装车量，其中，配套产品销量剔除了前述其他配件。

由上表可知，公司生产的立柱内装饰板配套了比亚迪宋、元、秦、海豹、海鸥系列的大部分车型，该产品对比亚迪主要车型的覆盖面较广。

立柱内装饰板，主要为前中后柱上下装饰板，是汽车内饰件的主要部分之一，用于增加乘客舒适度、提供优雅的内饰外观并且在车辆碰撞时起到吸收碰撞动能，降低对人体伤害程度的作用，一般单车耗用量为 10-14 件，因部分车型的立柱内装饰板并非由公司独家供应，存在该产品的单车实际配套数量少于一般单车耗用量的情形。

根据前表，各车型立柱内装饰板的单车配套数量，符合该产品一般单车耗用量，具有合理性。

2) 行李箱内装饰板

报告期内，公司行李箱内装饰板销量、比亚迪主要配套车型升级换代和新车型销量情况以及行李箱内装饰板单车配套数量具体如下：

单位：万辆、万件、件/辆

项目	上市时间	公司开始 供货时间	整车销量				配套行李箱内装饰板销量				行李箱内装饰板单车配套数量			
			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
宋系列														
宋 PRO	2019.07	2021.02	13.39	28.08	20.35	9.97	27.46	60.43	40.99	22.55	2.02	2.01	2.01	2.03
宋 PLUS	2020.09	2021.06	27.50	51.20	42.71	33.50	-	-	59.41	81.72	-	-	3.78	2.35
元系列														
元 PLUS	2022.02	2022.01	9.43	30.95	41.22	20.21	12.29	33.56	36.10	7.01	2.04	2.03	2.00	2.00
元 UP	2024.03	2023.11	9.67	15.83	-	-	16.55	35.33	-	-	2.01	2.00	-	-
海鸥系列														
海鸥	2023.04	2023.09	28.44	47.93	28.02	-	54.67	100.84	57.93	-	2.18	2.09	2.00	-

注 1：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会；

注 2：公司配套行李箱内装饰板销量中，包含根据客户需要配套的背门堵盖等其他配件；

注 3：单车配套数量=配套产品销量/产品装车量，其中，配套产品销量剔除了前述其他配件。

由上表可知，公司生产的行李箱内装饰板配套了比亚迪宋、元、海鸥系列的部分车型，该产品对比亚迪主要车型的覆盖面有限。

行李箱内装饰板，位于后备箱内部，以后围内饰板产品为代表，具有提升美观程度以及在发生交通事故时吸收部分撞击力，减轻乘坐人员所受伤害的作用，单车耗用量一般为4件。因部分车型的行李箱内装饰板并非由公司独家供应，会存在该产品的单车实际配套数量少于单车耗用量的情形。

根据前表，报告期内，公司为比亚迪各车型配套的行李箱内装饰板单车数量在合理范围内，具有合理性。

(3) 公司汽车外饰件销售结构及与配套车型销量的匹配情况

报告期内，公司为比亚迪配套的汽车外饰件产品结构如下：

单位：万元、万件

汽车外饰件类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量
车底护板	8,033.81	341.84	33,571.23	1,472.10	21,971.72	882.67	11,238.18	378.68
侧裙	10,595.78	623.02	28,551.95	1,366.42	17,481.44	842.67	7,473.71	261.04
立柱外装饰板	5,471.54	332.37	17,109.84	957.50	9,702.44	435.67	2,039.81	91.88
轮眉	5,810.58	389.54	13,397.51	846.22	8,950.87	584.74	4,350.81	273.28
扰流板	2,581.57	34.38	11,905.23	133.26	11,146.86	140.22	447.81	5.61
行李架	3,858.00	51.69	10,834.05	135.83	8,291.29	102.70	4,055.06	38.65
前舱装饰件	1,646.73	191.25	6,885.82	538.03	5,842.58	361.75	5,191.30	296.91
通风盖板	1,834.70	152.09	5,140.25	344.69	1,517.95	85.70	920.35	60.78
导流板	985.92	82.36	4,017.09	314.10	2,668.11	251.00	2,235.17	171.20
其他	2,779.04	275.90	8,269.00	872.76	7,521.46	605.06	6,189.01	331.92
总计	43,597.67	2,474.44	139,681.96	6,980.90	95,094.72	4,292.18	44,141.21	1,909.94

由上表可知，报告期内，公司为比亚迪配套的汽车外饰件主要包括车底护板、侧裙、立柱外装饰板、轮眉以及扰流板等，前述外饰件产品销量与对应的比亚迪主要配套车型的整车销量的匹配情况具体如下：

1) 车底护板

报告期内，公司车底护板销量、比亚迪主要配套车型升级换代和新车型销量情况以及车底护板单车配套数量具体如下：

单位：万辆、万件、件/辆

项目	上市时间	公司开始供货时间	整车销量				配套车底护板销量				车底护板单车配套数量			
			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
宋系列														
宋 MAX	2017.09	2021.09	-	-	0.18	1.11	-	-	0.87	2.07	-	-	-	-
宋 PRO	2019.07	2021.06	13.39	28.08	20.35	9.97	26.15	144.61	124.46	68.25	4.08	6.09	6.11	5.97
宋 PLUS	2020.09	2021.06	27.50	51.20	42.71	33.50	46.31	127.58	106.52	22.30	2.26	3.47	3.46	4.09
元系列														
元	2016.04	2021.03	-	0.18	1.64	2.70	0.08	0.84	7.37	10.93	-	5.15	4.27	3.16
元 PLUS	2022.02	2021.07	9.43	30.95	41.22	20.21	37.58	184.63	207.08	85.36	5.22	4.95	4.42	4.25
元 UP	2024.03	2023.11	9.67	15.83	-	-	39.69	107.78	0.01	-	2.33	4.00	2.15	-
秦系列														
秦 PLUS	2021.03	2022.05	13.81	44.32	45.59	31.53	2.18	76.19	83.20	29.05	3.77	4.87	4.00	5.45
秦 L	2024.05	2023.11	13.44	28.43	-	-	43.99	169.13	0.04	-	6.67	5.53	3.66	-
海豚系列														
海豚	2021.08	2021.03	9.37	19.83	36.74	20.54	39.00	110.67	230.27	110.91	1.27	5.36	5.09	5.58
海豹系列														
海豹	2022.07	2022.05	2.04	6.06	12.73	5.12	14.73	55.65	57.13	33.70	4.59	5.80	5.73	4.02
海豹 06	2024.05	2023.11	13.00	25.48	-	-	54.31	178.81	0.01	-	5.17	5.03	5.00	-
海豹 07DMI	2024.08	2023.05	1.58	7.39	-	-	3.88	24.81	15.72	-	4.49	4.11	4.02	-
海鸥系列														
海鸥	2023.04	2023.09	28.44	47.93	28.02	-	18.19	253.58	2.74	-	6.97	4.78	5.00	-

注 1：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会；

注 2：公司配套车底护板销量中，包含根据客户需要配套的地毯下护板、高压线护板总成等其他配件；

注 3：单车配套数量=配套产品销量/产品装车量，其中，配套产品销量剔除了前述其他配件。

由上表可知，公司生产的车底护板配套了比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥系列的大部分车型，该产品对比亚迪主要车型的覆盖面较广。

车底护板，在车辆底盘下方，系车身装饰件的组成部分，主要功能系保护底盘免受磕碰和泥沙侵蚀，同时还能优化空气动力学，单车耗用量一般为 4-7 件，因部分车型的车底护板并非由公司独家供应，存在该产品的单车实际配套数量少于一般单车耗用量的情形。

根据前表，报告期内公司为比亚迪各车型配套的车底护板单车耗用量在合理范围内。

2) 侧裙

报告期内，公司侧裙销量、比亚迪主要配套车型升级换代和新车型销量情况以及侧裙单车配套数量具体如下：

单位：万辆、万件、件/辆

项目	上市时间	公司开始供货时间	整车销量				配套侧裙销量				侧裙单车配套数量			
			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
宋系列														
宋 MAX	2017.09	2021.06	-	-	0.18	1.11	-	-	-	0.71	-	-	-	-
宋 PRO	2019.07	2023.05	13.39	28.08	20.35	9.97	86.66	96.61	9.73	-	1.18	0.92	-	-
宋 PLUS	2020.09	2021.10	27.50	51.20	42.71	33.50	-	-	-	12.57	-	-	-	1.45
秦系列														
秦 PLUS	2021.03	2021.08	13.81	44.32	45.59	31.53	45.59	205.51	131.06	89.77	2.16	2.00	2.00	1.99
秦 L	2024.05	2024.12	13.44	28.43	-	-	7.65	-	-	-	2.00	-	-	-
海豚系列														
海豚	2021.08	2021.03	9.37	19.83	36.74	20.54	58.94	96.31	154.92	51.30	2.37	2.10	2.03	2.21
海豹系列														
海豹	2022.07	2022.10	2.04	6.06	12.73	5.12	12.19	38.19	44.79	33.83	-	-	-	-
海豹 06	2024.05	2023.11	13.00	25.48	-	-	37.63	127.28	-	-	-	-	-	-
海豹 07DMI	2024.08	2023.10	1.58	7.39	-	-	9.70	55.37	35.31	-	1.32	1.03	1.01	-
海鸥系列														
海鸥	2023.04	2023.09	28.44	47.93	28.02	-	237.45	436.55	261.32	-	4.14	4.05	4.03	-

注 1：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会；

注 2：公司配套侧裙销量中，包含根据客户需要配套的侧围外装饰板、防擦条等其他配件；

注 3：单车配套数量=配套产品销量/产品装车量，其中，配套产品销量剔除了前述其他配件。

由上表可知，公司生产的侧裙配套了比亚迪宋、秦、海豚、海豹、海鸥系列的部分车型。

侧裙，主要包括门槛护板、侧围裙板、装饰条及防擦条等，系车身装饰件的组成部分，在车身两侧底部，主要功能在于提升车身的美观度，还能优化空气动力学，减少风阻，单车耗用量一般为4件，因部分车型的侧裙并非由公司独家供应，会存在该产品的单车实际配套数量少于一般单车耗用量的情形。

根据前表，报告期内公司为比亚迪各车型配套侧裙的单车数量均符合或少于该产品的一般单车耗用量，具有合理性。

3) 立柱外装饰板

报告期内，公司立柱外装饰板销量、比亚迪主要配套车型升级换代和新车型销量情况以及立柱外装饰板单车配套数量具体如下：

单位：万辆、万件、件/辆

项目	上市时间	公司开始供货时间	整车销量				配套立柱外装饰板销量				立柱外装饰板单车配套数量			
			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
宋系列														
宋 PRO	2019.07	2022.06	13.39	28.08	20.35	9.97	66.36	136.18	62.55	3.96	6.56	6.02	6.01	5.82
宋 PLUS	2020.09	2022.08	27.50	51.20	42.71	33.50	27.25	96.21	67.54	8.25	6.06	6.02	6.00	5.90
元系列														
元 PLUS	2022.02	2022.11	9.43	30.95	41.22	20.21	0.73	69.38	34.98	0.02	5.58	6.01	6.01	3.44
秦系列														
秦 PLUS	2021.03	2022.04	13.81	44.32	45.59	31.53	181.10	377.60	164.51	46.60	8.03	8.00	8.01	8.00
海豚系列														
海豚	2021.08	2022.09	9.37	19.83	36.74	20.54	19.30	34.31	64.05	3.27	2.31	2.02	2.01	1.91
海豹系列														
海豹	2022.07	2022.08	2.04	6.06	12.73	5.12	12.40	35.02	38.18	29.00	6.08	6.04	6.02	6.02
海豹 07DMI	2024.08	2023.10	1.58	7.39	-	-	2.08	14.33	0.04	-	-	5.39	-	-
海鸥系列														
海鸥	2023.04	2023.11	28.44	47.93	28.02	-	23.16	193.94	3.13	-	7.98	8.00	8.00	-

注 1：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会；

注 2：公司配套立柱外装饰板销量中，包含根据客户需要配套的门窗框装饰板、外立柱装饰配件等其他配件；

注 3：单车配套数量=配套产品销量/产品装车量，其中，配套产品销量剔除了前述其他配件。

由上表可知，公司生产的立柱外装饰板配套了比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥系列的部分车型，该产品对比亚迪主要车型的覆盖面较广。

立柱外装饰板，安装于车身的 A 柱/B 柱/C 柱外侧，系车身装饰件的组成部分，主要功能系保护车身结构，同时提升外观的整体感和美观度，单车耗用量一般为 6-8 件，因部分车型的立柱外装饰板并非由公司独家供应，会存在该产品的单车实际配套数量少于一般单车耗用量的情形。

根据前表，报告期内，配套车型的立柱外装饰板单车配套数量均符合或少于一般单车耗用量，具有合理性。

4) 轮眉

报告期内，公司轮眉销量、比亚迪主要配套车型升级换代和新车型销量情况以及轮眉单车配套数量具体如下：

单位：万辆、万件、件/辆

项目	上市时间	公司开始 供货时间	整车销量				配套轮眉销量				轮眉单车配套数量			
			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
宋系列														
宋 PRO	2019.07	2022.04	13.39	28.08	20.35	9.97	32.89	70.40	34.05	0.00	2.37	2.29	2.04	-
宋 PLUS	2020.09	2022.08	27.50	51.20	42.71	33.50	144.25	311.11	225.43	178.06	3.05	3.10	3.02	3.12
宋 L	2023.12	2024.08	7.87	20.36	1.00	-	9.85	32.25	-	-	1.49	2.24	-	-
元系列														
元 UP	2024.03	2023.11	9.67	15.83	-	-	75.90	142.33	-	-	4.12	4.03	-	-
海豚系列														
海豚	2021.08	2021.03	9.37	19.83	36.74	20.54	36.17	78.50	163.39	92.25	4.96	4.78	4.24	4.59
海鸥系列														
海鸥	2023.04	2023.09	28.44	47.93	28.02	-	88.03	200.28	118.06	-	3.52	4.19	4.08	-

注 1：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会；

注 2：单车配套数量=配套产品销量/产品装车量。

由上表可知，公司生产的轮眉配套了比亚迪宋、元、海豚以及海鸥系列的部分车型，该产品对比亚迪主要车型的覆盖面有限。

轮眉，安装于车轮上方的车身位，系车身装饰件的组成部分，主要功能系防护轮胎卷起的泥沙和石子损伤车身，同时也有一定的装饰作用，单车耗用量一般为4-8件，因部分车型的轮眉并非由公司独家供应，会存在该产品的单车实际配套数量少于一般单车耗用量的情形。

根据前表，报告期内配套车型的轮眉单车配套数量均符合一般单车耗用量，具有合理性。

5) 扰流板

报告期内，公司扰流板销量、比亚迪主要配套车型升级换代和新车型销量情况以及扰流板单车配套数量具体如下：

单位：万辆、万件、件/辆

项目	上市时间	公司开始 供货时间	整车销量				配套扰流板销量				扰流板单车配套数量			
			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
宋系列														
宋 PRO	2019.07	2022.04	13.39	28.08	20.35	9.97	1.38	43.33	50.21	0.00	2.96	2.44	3.00	1.61
元系列														
元 PLUS	2022.02	2022.11	9.43	30.95	41.22	20.21	2.69	35.06	23.07	0.01	1.00	1.00	1.00	1.00
海豚系列														
海豚	2021.08	2022.11	9.37	19.83	36.74	20.54	-	1.15	9.75	0.17	-	1.00	1.00	1.00
海豹系列														
海豹	2022.07	2022.11	2.04	6.06	12.73	5.12	0.00	0.01	0.05	0.04	-	-	-	-
海鸥系列														
海鸥	2023.04	2024.04	28.44	47.93	28.02	-	2.46	7.07	-	-	0.98	1.00	-	-

注 1：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会；

注 2：公司配套扰流板销量中，包含根据客户需要配套的扰流板组件、扰流板支架等其他配件；

注 3：单车配套数量=配套产品销量/产品装车量，其中，配套产品销量剔除了前述其他配件。

由上表可知，公司生产的扰流板配套了比亚迪宋、元、海豚、海豹、海鸥系列的部分车型，该产品对比亚迪主要车型的覆盖面有限。

扰流板，一般安装于尾门上侧，主要起平衡车身空气流动，降低车身风噪和装饰尾门外观的作用，单车耗用量一般为 1-3 件，因部分车型的扰流板并非由公司独家供应，会存在该产品的单车实际配套数量少于一般单车耗用量的情形。

根据前表，报告期内，配套车型的扰流板单车配套数量均符合或少于一般单车耗用量，具有合理性。

综上，配套车型的升级换代和新车型的推出为公司产品提供了新的市场需求，报告期内，公司汽车内外饰件的各主要产品在新老车型的单车配套数量均处于一般单车耗用量的合理范围内，公司产品结构及销售情况与比亚迪配套车型的升级换代以及新车型的销售情况相匹配。

3、前述车型是否为比亚迪的主要畅销车型

报告期各期，比亚迪汽车分车型销量排名情况具体如下：

单位：万辆

排名	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	车型	销量	车型	销量	车型	销量	车型	销量
1	宋系列	48.76	宋系列	99.63	宋系列	64.23	宋系列	49.27
2	海鸥系列	28.44	秦系列	73.23	秦系列	48.21	秦系列	34.91
3	秦系列	27.43	海鸥系列	47.93	元系列	42.86	汉系列	27.40
4	海豹系列	20.26	元系列	46.96	海豚系列	36.74	元系列	22.90
5	元系列	19.10	海豹系列	38.93	海鸥系列	28.02	海豚系列	20.54
6	汉系列	11.20	驱逐舰	26.36	汉系列	22.84	唐系列	15.08
7	海豚系列	9.37	汉系列	25.85	唐系列	13.72	驱逐舰	6.22
8	唐系列	8.26	海豚系列	19.83	腾势系列	12.78	海豹系列	5.12
9	腾势系列	7.98	唐系列	15.34	海豹系列	12.73	E2 系列	1.79
10	海狮系列	6.49	腾势系列	12.60	驱逐舰	9.20	腾势系列	1.00
	比亚迪合计	214.60	比亚迪合计	427.21	比亚迪合计	302.44	比亚迪合计	186.85

注：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会、比亚迪产销快报。

报告期内，前述宋、元、海鸥、海豹、秦、海豚系列车型销量均位列比亚迪

各系列销量前十名，为比亚迪主要畅销车型。

报告期各期，公司配套比亚迪各车型销售金额及占比情况具体如下：

单位：万元

车系类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
宋系列	15,514.38	25.62%	44,013.43	23.76%	33,149.36	27.19%	21,297.20	37.47%
元系列	11,018.23	18.20%	33,793.68	18.24%	20,205.97	16.57%	5,340.14	9.39%
海鸥系列	10,991.87	18.15%	29,048.83	15.68%	11,695.63	9.59%	-	-
海豹系列	6,657.63	11.00%	26,916.30	14.53%	10,884.97	8.93%	5,536.75	9.74%
秦系列	7,154.63	11.82%	24,719.18	13.34%	12,103.77	9.93%	9,626.13	16.93%
腾势系列	1,923.72	3.18%	6,785.64	3.66%	6,134.60	5.03%	478.01	0.84%
海豚系列	3,018.04	4.98%	6,306.11	3.40%	13,891.02	11.39%	6,167.12	10.85%
驱逐舰系列	1,090.12	1.80%	6,268.99	3.38%	1,955.55	1.60%	1,617.84	2.85%
汉系列	1,019.47	1.68%	5,091.56	2.75%	4,439.19	3.64%	4,803.11	8.45%
唐系列	45.28	0.07%	493.40	0.27%	998.32	0.82%	675.92	1.19%
海狮系列	278.62	0.46%	125.66	0.07%	-	-	-	-
方程豹系列	199.55	0.33%	114.36	0.06%	31.07	0.03%	-	-
E2系列	36.83	0.06%	54.70	0.03%	35.34	0.03%	8.07	0.01%
其他	1,597.93	2.64%	1,514.13	0.82%	6,390.22	5.24%	1,293.25	2.28%
总计	60,546.32	100.00%	185,245.98	100.00%	121,915.01	100.00%	56,843.55	100.00%

前述宋、元、海鸥、海豹、秦、海豚等比亚迪畅销车型系列为公司报告期内主要供应车型，公司对上述车型销售金额各期合计占比分别为84.38%、83.61%、88.96%、89.77%。此外，公司同时配套包括腾势、驱逐舰、汉、唐及海狮等在内的比亚迪其他车型。

4、2025年1-6月对比比亚迪销售金额下滑的具体原因

报告期内，公司对比亚迪主要配套系列车型的销售情况具体如下：

单位：万元、%

车型系列	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度	
	销售收入	占比	增长率	销售收入	占比	增长率	销售收入	占比	增长率	销售收入	占比
宋	15,514.31	25.62	-16.66	44,013.43	23.76	32.77	33,149.36	27.19	55.65	21,297.20	37.47

车型系列	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度	
	销售收入	占比	增长率	销售收入	占比	增长率	销售收入	占比	增长率	销售收入	占比
元	11,018.23	18.20	4.98	33,793.68	18.24	67.25	20,205.97	16.57	278.38	5,340.14	9.39
海鸥	10,991.87	18.15	21.28	29,048.83	15.68	148.37	11,695.63	9.59	-	-	-
海豹	6,657.69	11.00	-5.04	26,916.30	14.53	147.28	10,884.97	8.93	96.59	5,536.75	9.74
秦	7,154.63	11.82	28.18	24,719.18	13.34	104.23	12,103.77	9.93	25.74	9,626.13	16.93
海豚	3,018.04	4.98	65.47	6,306.11	3.40	-54.60	13,891.02	11.39	125.24	6,167.12	10.85
其他	6,191.55	10.23	-25.75	20,448.45	11.04	2.32	19,984.29	16.39	125.14	8,876.21	15.62
合计	60,546.32	100.00	-0.63	185,245.98	100.00	51.95	121,915.01	100.00	114.47	56,843.55	100.00

最近一期，公司配套的主要车型中，对元、海鸥、秦以及海豚系列的销售收入出现上升，宋以及海豹等系列出现下滑，公司对比亚迪各车型的销售金额合计为 60,546.32 万元，同比变动-0.63%，略有下降，主要系比亚迪调整采购策略所致。

5、前述车型及发行人配套产品销售是否存在大幅波动或减少的风险，以及发行人的具体应对措施

(1) 前述车型的整车销量大幅波动或减少的风险较小

单位：万辆、%

主要配套车型	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度	
	销量	占比	同比增长率	销量	占比	同比增长率	销量	占比	同比增长率	销量	占比
宋系列	48.76	22.72	19.95	99.63	23.32	55.10	64.23	21.24	30.38	49.27	26.37
秦系列	27.43	12.78	7.48	73.23	17.14	51.87	48.21	15.94	38.12	34.91	18.68
海鸥系列	28.44	13.25	48.88	47.93	11.22	71.04	28.02	9.26	/	/	/
元系列	19.10	8.90	11.96	46.96	10.99	9.57	42.86	14.17	87.14	22.90	12.26
海豹系列	20.26	9.44	152.54	38.93	9.11	205.79	12.73	4.21	148.68	5.12	2.74
海豚系列	9.37	4.37	9.94	19.83	4.64	-46.02	36.74	12.15	78.86	20.54	10.99
合计	153.36	71.46	29.00	326.51	76.43	40.26	232.79	76.97	75.37	132.74	71.04
合计整车销量	214.60	100.00	33.04	427.21	100.00	41.26	302.44	100.00	61.86	186.85	100.00

注：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会、比亚迪产销快报。

报告期各期，宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列车型合计销量分别为

132.74 万辆、232.79 万辆、326.51 万辆及 153.36 万辆；占比亚迪汽车整车销量比例分别为 71.04%、76.97%、76.43%及 71.46%，系比亚迪核心车型。报告期内，前述主要车型系列的整车销量均呈上升趋势，大幅波动或减少的风险较小。

(2) 发行人配套产品销售可能存在大幅波动或减少的风险

最近一期，公司对比亚迪销售金额为 60,546.32 万元，同比变动幅度为 -0.63%，与上年同期整体保持持平。2025 年 1-9 月，公司对比亚迪的销售金额为 90,420.31 万元，截至 2026 年 1 月 19 日，公司收到比亚迪汽车近期（2025 年 11 月至 2026 年 1 月）在手订单金额为 20,923.03 万元；预计 2026 年销售收入为 80,151.12 万元，并持续覆盖宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列车型。截至本回复出具日，公司对比亚迪期后订单执行情况良好。

依托出色的产品质量、高效的响应能力及优质的服务能力，公司得到了比亚迪的认可，经营规模实现快速增长。由于比亚迪的采购策略调整，公司最近一期配套比亚迪定点项目数量较大幅度下降。倘若未来公司未能取得比亚迪新定点项目，公司配套比亚迪产品销售可能存在大幅波动或减少的风险。

(3) 发行人的具体应对措施

1) 不断强化自身核心竞争力，提升客户服务能力

公司作为国家级专精特新“小巨人”企业、浙江省先进级智能工厂，重视现代化和高效率的企业管理。公司构建了较为完善、高效的自动化、智能化制造系统，形成了“内外饰件大规模定制自动化集成技术”“自动焊接技术”等多项核心技术，逐步实现了生产过程控制、设备管理和质量管理、智能化计划排产、供应链管理及仓库的自动化、智能化管理等功能信息化、可视化，全方位提升了公司的智能制造水平，有效地提升效率和质量稳定性，从而降低在生产环节的成本。在客户服务方面，公司目前主要生产基地已覆盖比亚迪国内整车生产基地超六成，极大提高了对客户的响应效率。公司区域布局不仅能够实现对整车厂商及时、高效供货，满足整车厂商对供货周期、采购成本的要求，而且便于公司听取客户对产品、服务的各种反馈意见，实现产品和服务的快速响应，还可以及时了解整车厂商的新车型、新产品相关新需求，实现与整车厂商的协同发展。

公司长期深耕汽车饰件行业，形成了较为稳固的发展基础。在此基础上，公司将进一步加强精细化管理，降本增效，提高生产效率，降低生产成本，并通过质量管理和信息化手段的应用增强产品一致性，提升产品质量及客户满意度；加大技术创新研发投入，重点加强公司技术人才团队建设，建立一支能够与客户正向同步开发的技术团队，增强客户服务能力。

2) 加强与客户联系，及时跟进业务机会

公司自 2020 年与比亚迪建立合作关系以来，凭借持续产品创新和稳定供应的能力，得到了比亚迪的认可。报告期内获得比亚迪 45 项新车型产品定点，并覆盖宋、元、秦、海豚、海豹以及海鸥系列的车型，业务合作关系稳定。2020 年度至 2024 年度，比亚迪销量由 39.46 万辆增长至 427.21 万辆，年均复合增长率达到 81.39%。公司准确识别新能源行业发展趋势，自 2020 年度起即接入比亚迪零部件业务，凭借突出的产品制造能力及优质的配套服务水平，得以承接比亚迪大规模的需求订单，产品销售规模大幅增加。

公司后续将继续加强与客户联系，及时跟进业务机会，具体举措如下：①持续积极参加客户技术创新交流会议，对前沿技术、新品开发、工艺创新等进行宣传讲解，保持与客户的紧密联系；②采取定期邀请和拜访客户的形式，加大沟通交流，及时介绍汇报公司战略规划、产品开发进度以及产品技术创新等情况；③积极参与客户新项目开发与询价，与客户保持信息畅通，及时了解客户需求、市场动态。

3) 持续开拓新客户、新产品，提高市场竞争地位

公司基于现有产品线布局，围绕市场需求与战略规划，通过技术研发与资源整合，在最近一期覆盖了顶棚、地毯等声学系统新品类，并进一步推动单车价值量更高的门内护板产品市场渗透率进一步提升。公司在丰富公司产品矩阵的同时进一步增强了公司盈利能力。相关产品已量产供应吉利汽车，顶棚部件取得了零跑汽车产品定点，侧围装饰件取得了奇瑞汽车的定点，并已与一汽大众达成了合作意向。

公司长期深耕汽车饰件行业，已形成了一定市场地位。公司将基于市场开拓

成功经验，继续提高核心客户车型覆盖率，不断完善客户、产品矩阵，为公司开辟新的业绩增量。

综上，报告期内，比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列车型的整车销量总体维持增长趋势，可以合理预计在未来一定期间内，前述车型的整车销量不存在大幅波动或减少的风险。由于比亚迪的采购策略调整，公司最近一期配套比亚迪定点项目数量较大幅度下降。倘若未来公司未能取得比亚迪新定点项目，公司配套产品销量预计存在大幅波动或减少的风险。对此，公司已经采取了有效的应对措施对冲相关风险，预计公司对比亚迪销售收入的下滑不会对公司整体经营业绩存在重大不利影响。

（二）说明 2025 年 1-6 月发行人对比亚迪供应份额下降的原因，具体说明发行人产品相较于该客户其他供应商的竞争优劣势，发行人向比亚迪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比亚迪销售下滑的风险并进行重大事项提示

1、说明 2025 年 1-6 月发行人对比亚迪供应份额下降的原因

公司产品在比亚迪配套车型装车量指安装了公司产品的配套车型的整车数量。报告期各期，公司对比亚迪配套销售产品的装车量占比分别为 60.94%、83.90%、86.92%、68.23%，最近一期公司对比亚迪装车量占比及销售金额占比有一定下滑。

公司最近一期对比亚迪供应份额下滑的主要原因系比亚迪采购策略调整所致。

2、具体说明发行人产品相较于该客户其他供应商的竞争优劣势

公司客户比亚迪 2024 年度实现整车销量 427.21 万辆，整体销量国内第一、全球第七，新能源汽车销量全球第一。比亚迪业务规模较大，公司的同类供应商较多，其中主要的已上市公司包括宁波华翔、新泉股份、常熟汽饰等。

（1）竞争优势方面

与该等竞争对手相比，公司的竞争优势主要体现在：

1) 覆盖比亚迪国内整车生产基地超六成，具有较强的配套服务能力及快速响应能力

比亚迪系整车行业领先企业，业务遍布全国，已在全国范围内建立包括深汕、抚州、长沙、襄阳、合肥、常州、济南、郑州及西安等在内的九大工厂。其在全国各地探索合适的配套产业链集群地，对产品供应及时性、服务及时性的要求较高。

为缩小市场服务半径，提升客户服务能力，及时跟进客户的生产需求同时压低运输成本，公司在报告期内快速扩张覆盖区域，先后在主要客户所在地以及全国汽车产业基地集群附近成立了十余家子公司，生产基地遍布浙江温州、浙江长兴、浙江宁波、江苏常州、湖南湘潭、陕西西安、陕西宝鸡及四川成都等地，已覆盖比亚迪国内整车生产基地超六成，极大提高了对比亚迪的响应效率，与比亚迪形成了良好的区域布局配套，能够有效保障产品的及时供应和服务的及时响应，与竞争对手相比具有突出的业务布局优势。

截至本回复出具日，公司主要配套服务比亚迪的基地情况、功能、主要产品类型及配套客户基地等情况具体如下：

序号	基地情况	所在地	基地功能	主要产品类型	主要配套比亚迪基地
1	西安乔路铭	陕西西安	生产、装配及仓储	注塑件	西安基地
2	常州乔路铭	江苏常州	生产、装配及仓储	注塑件	常州基地
3	河南乔路铭	河南开封	生产、装配及仓储	注塑件	郑州基地
4	济南乔路铭	山东济南	主要为仓储	无生产能力	济南基地
5	合肥新材料	安徽合肥	仓储及装配	无生产能力	合肥基地

注：西安乔路铭同时配套吉利汽车。

2) 公司长期深耕汽车饰件行业，积累了丰富经验，能够紧跟比亚迪快速扩张步伐，具有较强执行力优势

公司在汽车内外饰件行业深耕多年，拥有 IATF16949 等汽车零部件行业的认证，已经全面掌握必备的生产制造工艺全流程，制定出一套标准化的操作流程、精准识别关键质量控制节点和工艺参数。公司具备规模化生产能力，产品工艺技术路线可靠、生产制造工艺成熟、可满足生产要求，能够持续生产符合客户质量

要求的产品。

比亚迪作为全球知名整车制造商，在新能源汽车领域竞争优势突出。其总销量从 2020 年的 39.46 万辆快速增长至 2024 年的 427.21 万辆，五年销量约增长九倍。公司准确识别新能源行业发展趋势，自 2020 年度起即接入比亚迪汽车零部件业务，凭借突出的产品制造能力及优质的配套服务水平，能够紧跟比亚迪快速扩张步伐，得以承接其大规模的需求订单，产品销售规模大幅增加，具有较强执行力优势。

3) 公司具有较强的成本控制能力，在竞争中形成了一定优势

报告期各期，公司销售毛利率分别为 21.74%、21.80%、21.82% 及 23.39%。相比同行业可比公司，公司盈利能力处于行业中上游水平，主要系公司具有较强的成本管理能力。

公司对产品开发设计到零部件量产的全流程实施了精细化管理，持续在生产制造过程中进行生产工艺提升及精益成本控制，保证了公司的成本优势。同时，公司持续提升生产智能化程度，不仅积极引进各类先进的自动化生产制造设备，更致力于工装设备及配套软件的自主开发，构建了更为完善、高效的自动化、智能化制造系统，形成了“内外饰件大规模定制自动化集成技术”“自动焊接技术”“自动化传感喷涂技术”“全自动伺服三维拉弯技术”“自动打胶系统技术”等核心技术，逐步实现了生产过程控制、设备管理和质量管理、智能化计划排产、供应链管理以及仓库的自动化、智能化管理等功能信息化、可视化，全方位提升了公司的智能制造水平，有效的提升效率和质量稳定性，从而降低在生产环节的成本，在整车厂的零部件定点的招投标中具有一定的价格优势。

(2) 竞争劣势方面

与其他供应商相比，公司的竞争劣势主要在于：

1) 由于近年来公司发展较快，相应的基础建设存在一定滞后，致使公司在汽车内外饰件产品类型及车型覆盖等方面仍存在一定不足，整体市场竞争力尚有待进一步提升。

2) 公司自 2020 年起与比亚迪建立合作关系，产品品质与服务能力得到客户

的认可。但由于公司与比亚迪合作时间相对较短，公司产品整车渗透率有限，供应规模与其他同类供应商相比存在一定差距。

3) 同类供应商中已上市公司较多，与其相比，公司融资渠道相对单一，面对未来产能扩张所需的固定资产投资、产品研发、市场扩展及人才引进等方面存在一定劣势。

3、发行人向比亚迪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

公司自 2020 年与比亚迪建立合作关系以来，凭借持续产品创新和稳定供应的能力，得到了客户认可。截至本回复出具日，公司主要配套供应比亚迪存量定点项目，最近一期对比亚迪实现销售收入与上年同期整体持平，业务执行情况良好，稳定性较强，被前述其他主要同类供应商替代的风险较小。截至本回复出具日，由于采购策略的调整，比亚迪对公司的采购金额和采购份额有所下降，公司暂未取得比亚迪新车型定点项目。若未来仍无法取得比亚迪新定点项目，公司未来存在对比亚迪销售收入下滑的风险。

针对公司与主要客户的同类供应商相比可能存在的替代风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”和“第三节 风险因素”中披露了“被同类供应商替代的风险”，具体如下：

“（七）被同类供应商替代的风险

汽车零部件行业市场化程度较高，竞争激烈，行业内同类供应商（包括主机厂下属零部件企业或事业部）较多，若公司不能保持在技术研发、生产工艺、产品质量、客户服务等方面竞争优势，无法及时跟上行业内技术发展趋势和满足客户需求，或者主要客户的同类供应商在技术水平、产品成本等方面显著优于公司，使得公司丧失竞争力，则会导致公司存在被其他同类供应商替代，从而对公司的生产经营产生重大不利影响。”

根据比亚迪发布的定期报告，比亚迪将持续加深与产业链上下游的协同，积极推动多部门、多环节高效协同，进一步优化账期管理及渠道管理，积极营造与供应商、经销商等各方互利共赢局面。公司将持续加强与比亚迪的合作，积极争

取潜在的业务机会。

4、充分揭示对主要客户比亚迪销售下滑的风险并进行重大事项提示

截至本回复出具日，公司仅配套存量定点项目。若未来无法取得比亚迪新车型定点项目，公司存在未来对比亚迪销售收入下滑的风险。针对相关情况，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”和“第三节 风险因素”中充分揭示“公司对比亚迪销售收入下降的风险”，具体如下：

“（八）公司对比亚迪销售收入下降的风险

报告期各期，公司向比亚迪的销售金额分别为 56,843.55 万元、121,915.01 万元、185,245.98 万元和 60,546.32 万元，占当期营业收入的比重分别是 36.42%、47.69%、54.89%和 42.49%。由于比亚迪的采购策略调整，公司最近一期配套比亚迪定点项目数量较大幅度下降。倘若未来公司未能取得比亚迪新定点项目，将可能导致对比亚迪销售收入下降的风险。”

综上所述，伴随比亚迪业绩爆发，公司最近三年对其产品供应份额呈现快速增长趋势；最近一期，由于比亚迪采购策略调整导致的增量业务减少，公司对比亚迪供应份额相比有所下降。与其他主要同类供应商相比，公司配套服务能力较强，并得到了客户的认可，具有一定的竞争优势；同时，公司的竞争劣势主要系合作时间有限以及现有供应能力难以匹配发展速度导致的业务覆盖不足，对提升公司的整体市场竞争力等方面存在一定不利影响。公司与比亚迪的合作过程中，相关业务合作关系稳定，成熟的管理体系与质量控制优势，保证了良好的订单执行质量，在成本控制上的优势使公司在产品招投标具有一定的价格优势，被其他主要同类供应商替代的风险较小。但由于比亚迪采购策略调整，公司暂未能继续取得其新增定点项目，未来存在对其销售收入下滑的风险。公司围绕供应商替代、比亚迪销售收入下降等相关风险进行了充分揭示并已进行重大风险提示。

（三）结合年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整、新老产品结构变化等因素量化分析对比亚迪销售单价下降的原因，说明报告期后产品价格是否有进一步下降空间，说明持续降价对公司经营业绩的影响

1、结合年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整、新老产品结构变

化等因素量化分析对比亚迪销售单价下降的原因

报告期内，公司对比亚迪配套车型产品的销售单价及变动幅度情况具体如下：

单位：元/件、%

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	销售单价	变动幅度	销售单价	变动幅度	销售单价	变动幅度	销售单价
比亚迪	16.61	-11.88	18.85	-12.00	21.42	-8.38	23.38

报告期各期，公司对比亚迪销售单价分别为23.38元/件、21.42元/件、18.85元/件及16.61元/件，呈逐年下降的趋势，相关产品销售单价变动主要受年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整、新老产品结构变化等因素的影响，具体情况如下：

(1) 年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整

1) 年降政策对产品价格的影响

公司与比亚迪在销售合同中通常不会对价格年降做出明确约定，不存在触发条款和采购量承诺。实践中一般在产品实现批量供货后，每年公司与比亚迪对老产品的销售价格进行谈判，双方综合产品采购量、配件变动、原材料成本变动、工艺技术要求以及同类产品竞争对手情况等因素，协商确定年降幅度。

报告期各期，公司对比亚迪主营业务收入中，年降产品和非年降产品的销售收入及占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
年降产品	52,868.81	87.32	84,142.50	45.42	57,833.92	47.44	11,453.58	20.15
非年降产品	7,677.51	12.68	101,103.47	54.58	64,081.10	52.56	45,389.97	79.85
主营业务收入	60,546.32	100.00	185,245.98	100.00	121,915.01	100.00	56,843.55	100.00

注：年降产品指发行人当年度在与客户谈判后执行的价格较上年度价格下降后的产品。

公司年降产品为当年度执行年降政策的老产品，报告期内，公司对比亚迪年降产品收入分别为11,453.58万元、57,833.92万元、84,142.50万元和52,868.81万元，

占相应期间主营业务收入比例分别为20.15%、47.44%、45.42%和87.32%，总体呈上升趋势。

公司2022年度年降产品收入占比相对较低，主要由于此前尚未大规模供货，新产品定点相对较多，因此2022年度对老产品的年降较少；由于比亚迪采购策略调整，公司最近一期主要配套比亚迪存量定点项目，新产品较少，非年降产品比例下降。

伴随行业年降政策的影响，公司报告期内对比亚迪年降产品收入占比逐年提升，促使对比亚迪销售单价逐年下降。

2) 原材料价格变动的的影响

公司主要原材料为大宗商品塑料粒子。报告期内，PP 系列和 PP/EPDM 系列为公司应用最多的塑料类别，占塑料粒子采购总额的比例 70%-80%，PC/ABS 系列次之、占比 5%-15%，ABS 系列占比 2%-5%。各类别塑料粒子单价变动情况如下表所示：

单位：千元/吨

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
PP 系列	8.10	8.49	8.91	9.08
PP/EPDM 系列	8.20	8.34	8.88	8.73
PC/ABS 系列	14.82	15.89	17.28	18.63
ABS 系列	13.66	14.03	14.96	16.44

报告期内，公司主要原材料总体呈现波动下降的趋势。报告期内，塑料 PP（聚丙烯）系列与 ABS 系列现货价格情况如下图所示：



数据来源：同花顺iFinD

主机厂与公司商定产品价格时，相应考虑了原材料价格变动对产品价格的影响。报告期内，主要原材料市场价格波动下降成为主机厂制定年降幅度的重要考虑因素。

(2) 各期新老产品结构变化的影响

报告期各期，公司对比亚迪内外饰件产品的合计销售额分别为 56,843.55 万元、121,915.01 万元、185,245.98 万元和 60,546.32 万元，上述内外饰件产品按新产品和老产品进行划分，其收入结构变化情况如下：

单位：万元、%

类别	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
新产品	4,848.64	8.01	59,164.10	31.94	43,568.49	35.74	33,296.80	58.58
老产品	55,697.75	91.99	126,081.87	68.06	78,346.52	64.26	23,546.75	41.42
合计	60,546.38	100.00	185,245.98	100.00	121,915.01	100.00	56,843.55	100.00

由上表可见，2022 至 2024 年度，随着公司业务规模的扩大，对比亚迪老产品的销售收入呈逐年增长趋势，由于公司产品种类数量及存量业务规模等基数逐年增加，导致新产品收入占比逐年下降。此外，由于比亚迪的采购策略调整，公司最近一期配套比亚迪定点项目数量较大幅度下降，导致最近一期比亚迪新产品销售收入占比进一步降低。

汽车零部件行业普遍存在价格年度调整惯例，在新产品量产后，随着订单的增加、生产工艺改善，规模效应逐渐显现，生产效率也会有所提高，单位生产成本相应降低。因此在项目量产后，通常会在后续一定年限内每年有一定幅度的价格下降。报告期内，公司对比亚迪的老产品销售占比逐年提高，拉低了平均单价水平。

2、报告期后产品价格是否有进一步下降空间

报告期后，公司对比亚迪产品销售单价情况如下：

单位：元/件、%

项目	2025年7-9月	2025年1-6月	变动幅度	2024年度
比亚迪	16.35	16.61	-1.55	18.85
其中：宋系列	17.29	17.01	1.63	20.14
元系列	18.14	21.92	-17.23	22.83
海鸥系列	13.37	12.71	5.21	14.29
海豹系列	18.89	16.98	11.27	18.47
秦系列	13.07	13.04	0.20	13.87
海豚系列	16.86	17.29	-2.47	18.51
其他	26.88	24.71	8.78	37.12

由上表可见，2025年7-9月公司对比亚迪产品销售单价总体略微下降，其中元系列期后单价下降幅度较大，主要系期后该车型系列中高单价产品行李架的供货份额下滑所致。在行业年降政策、市场环境、新老产品结构变化等多方面因素的影响下，预计产品价格仍有进一步下降的空间。

3、持续降价对公司经营业绩的影响

报告期各期，公司对比亚迪的营业收入与毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
对比亚迪的销售收入	60,546.32	185,245.98	121,915.01	56,843.55
占公司营业收入总额的比例	42.49%	54.89%	47.69%	36.42%
毛利率	22.35%	21.86%	24.32%	24.39%

由上表可见，报告期各期，公司向比亚迪销售产品的毛利率为 24.39%、24.32%、21.86%和 22.35%，其中 2022 年、2023 年毛利率较为稳定，2024 年度和 2025 年 1-6 月毛利率略有下降。报告期内，公司对比亚迪的销售单价主要在年降政策的影响下持续下降，对公司经营业绩具有一定不利影响，但总体影响较小，主要系在销售单价下降的同时也伴随着单位成本的下降。公司为了降低年降的不利影响主要采取以下应对措施：

(1) 公司与原材料供应商协商，通过原材料采购价格年降等方式降低采购成本，一定程度上将年降影响向上游传导；

(2) 公司通过提升生产工艺、优化生产工序、提高生产效率及降低外协比例等方式降低成本。

(四) 说明各期获得比亚迪新定点项目的数量及对应产品销售金额，发行人是否具有持续获取比亚迪新定点项目的能力

报告期各期，公司获得比亚迪新定点项目数量及产品销售金额具体情况如下：

单位：项、万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
新定点项目数量	-	-	15	29
产品收入	60,546.38	185,245.98	121,915.01	56,843.55
其中：新项目	4,848.64	59,164.10	43,568.49	33,296.80
已量产项目	55,697.75	126,081.87	78,346.52	23,546.75

注：新项目收入指当年度新增批量销售或处于样件销售阶段的产品收入；已量产项目收入是指上年度及以前年度已批量销售且当年度保持销售的产品收入。

2022 年度、2023 年度，公司获取比亚迪新增定点项目的数量分别为 29 项、15 项。由于客户车型有一定的迭代周期，公司报告期内产品收入以已量产项目为主。伴随比亚迪业绩快速增长，公司前期大量已定点项目逐步实现量产，已量产项目收入逐年增长，为公司实现收入提供了有效保障。

自 2024 年起，公司未获得比亚迪新增车型定点项目，仅获取比亚迪设计变更相关定点项目，最近一年及一期获取相关设计变更定点数量分别是 60 项、12 项。设计变更定点项目转化周期较短，对稳定公司存量定点项目的供应份额产生

积极作用。由于比亚迪的采购策略调整，致使公司最近一期配套比亚迪定点项目数量较大幅度下降，公司持续获取比亚迪新定点项目存在一定不确定性。

根据比亚迪发布的定期报告，比亚迪将持续加深与产业链上下游的协同，积极推动多部门、多环节高效协同，进一步优化账期管理及渠道管理，积极营造与供应商、经销商等各方互利共赢局面。公司未来将持续加强与比亚迪的合作，积极争取潜在的业务机会。

（五）结合前述内容及期后向比亚迪销售的情况分析发行人对比亚迪的销售是否会出现进一步下滑，对发行人经营业绩的影响，发行人是否存在期后业绩下滑的风险，充分揭示相关风险并进行重大事项提示

1、公司期后向比亚迪销售的情况

公司主要供应的宋、元、海鸥、海豹、秦、海豚等系列车型均为比亚迪汽车的主要畅销车型，近年来总体保持增长趋势。由于比亚迪采购策略的调整，公司最近一期对比亚迪的销售收入略有下滑。截至本回复出具日，公司期后向比亚迪销售的情况具体如下：

（1）期后销售收入情况

公司期后对比亚迪实现的营业收入情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度			2025 年 1-9 月			2024 年度	2024 年 1-9 月
	金额	同比变动金额	同比变动幅度	金额	同比变动金额	同比变动幅度		
比亚迪	116,730.85	-68,515.13	-36.99	90,420.31	-16,227.33	-15.22	185,245.98	106,647.64

注：2025 年度数据未经审计，2025 年 1-9 月数据已经审阅。

2025 年 1-9 月，公司对比亚迪实现的营业收入为 90,420.31 万元，同比变动幅度为-15.22%；2025 年度，公司对比亚迪实现的营业收入预计为 116,730.85 万元，同比变动幅度预计为-36.99%，期后对比亚迪销售收入同比相对有所下滑。

（2）期后在手订单情况

截至 2026 年 1 月 19 日，公司收到比亚迪近期（2025 年 11 月至 2026 年 1 月）在手订单金额为 20,923.03 万元。

(3) 预计采购计划

结合比亚迪释放的需求及管理层基于历史信息的预测，并综合考虑其年降政策影响的情况下，公司 2026 年度对主要客户预计销售金额情况如下：

单位：万元

客户名称	主要配套车型	2026 年度 预计销售金额 (不含税)
比亚迪	秦系列、唐系列、宋系列、元系列、鲨鱼皮卡系列、海鸥系列、海狮系列、海豚系列、海豹系列、方程豹系列、护卫舰系列、驱逐舰系列、腾势系列	80,151.12

比亚迪 2026 年度预计采购计划涉及的内外饰件金额预计为 80,151.12 万元。

2、结合前述内容及期后向比亚迪销售的情况分析发行人对比亚迪的销售是否会出现进一步下滑以及对发行人经营业绩的影响

最近三年，伴随比亚迪终端销量大幅增长，公司主要配套比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列畅销车型，并覆盖腾势、驱逐舰、汉、唐及海狮等在内的比亚迪其他车型，业绩规模实现快速扩张。报告期内，前述主要配套车型系列的整车销量总体呈现上升趋势，大幅波动或减少的风险较小。

最近一期，公司对比亚迪销售金额为 60,546.32 万元，同比变动幅度为 -0.63%，略有下降。目前公司主要执行比亚迪存量项目订单，期后订单执行情况良好。2025 年度，公司对比亚迪的销售金额为 116,730.85 万元；截至 2026 年 1 月 19 日，公司收到比亚迪汽车近期（2025 年 11 月至 2026 年 1 月）在手订单金额为 20,923.03 万元；预计对其 2026 年销售收入为 80,151.12 万元。与其他主要同类供应商相比，公司配套服务能力较强，得到了客户的认可，具有一定的竞争优势。公司与比亚迪的合作过程中，相关业务合作关系稳定，成熟的管理体系与质量控制优势，保证了良好的订单执行质量，在成本控制上的优势使公司在产品招投标具有一定的价格优势，被其他主要同类供应商替代的风险较小。

但由于比亚迪的采购策略调整，公司 2024 年起未取得纯新增定点项目，最近一期配套比亚迪定点项目数量较大幅度下降，导致公司对比亚迪供应份额有所下滑。倘若未来公司未能取得比亚迪新定点项目，公司对比亚迪的销售业绩存在

进一步下滑的风险。

公司对比亚迪的销售业绩存在进一步下滑的风险，将对公司的经营业绩产生一定不利影响。对此，公司采取了一系列措施以积极应对相关风险，对公司经营业绩整体影响较小，具体情况分析如下：

（1）公司持续深化与吉利汽车的合作关系。自合作起至今，公司与吉利汽车进一步增进互信，合作领域得到不断深化。最近一期，公司通过收购和自建等方式，成功开拓了顶棚、地毯等声学系统新产品条线，并在加大单车高价值量门内护板产品渗透率等方面取得了一定成效。2025 年度，公司对吉利汽车的销售收入预计为 200,233.32 万元，同比增长预计为 40.81%，保持持续增长。截至 2026 年 1 月 19 日，公司收到吉利汽车近期（2025 年 11 月至 2026 年 1 月）在手订单金额为 78,545.92 万元；预计 2026 年对吉利汽车实现的预计采购计划金额为 290,936.09 万元；后续将执行的尚未量产定点项目覆盖车型、产品种类广泛，期后订单充足、执行情况良好。

（2）公司在保持吉利汽车、蔚来汽车、零跑汽车等既有客户的合作关系基础上，在 2025 年度积极拓展了赛力斯汽车、一汽大众及上汽集团等优质主机厂新客户，相关客户均已实现量产。此外，公司期后持续拓展新项目，已陆续取得奇瑞汽车侧围装饰件、零跑汽车前保中部下装饰件总成等新车型产品定点，新客户、新产品拓展已取得一定成效。

（3）根据比亚迪发布的定期报告，比亚迪将持续加深与产业链上下游的协同，积极推动多部门、多环节高效协同，进一步优化账期管理及渠道管理，积极营造与供应商、经销商等各方互利共赢局面。公司将以过往良好合作关系为基础、在手存量项目为抓手，持续加强与比亚迪的合作，积极争取潜在的业务机会。

（4）公司将持续通过提升生产工艺、优化生产工序、提高生产效率及降低外协比例等方式实现降本增效。2025 年度，公司销售毛利率预计在 22.00%至 23.00%区间，同比增加区间预计为 0.18 至 1.18 个百分点。相比同行业可比公司，公司盈利能力处于行业中上游水平，主要系公司具有较强的成本管理能力。

综上所述，公司对比亚迪的销售存在进一步下滑的风险，将会对公司经营业

绩产生一定不利影响，但公司能够通过深化与核心客户合作关系、持续开拓新客户与新产品、增强降本增效能力等方式有效应对，公司总体经营业绩受比亚迪销售收入下滑的影响较小。

3、发行人是否存在期后业绩下滑的风险，充分揭示相关风险并进行重大事项提示

由于比亚迪的采购策略调整，2025 年，比亚迪对公司的采购金额和采购份额有所下降，公司最近一期配套比亚迪定点项目数量较大幅度下降。倘若未来公司未能取得比亚迪新定点项目，公司对比亚迪的销售业绩存在下滑的风险，将对公司经营业绩产生一定不利影响。但由于公司持续深化与吉利汽车合作关系、在拓展新客户及新产品等方面取得了一定成果，并在持续降本增效方面取得了一定成效，相关情况对公司总体经营业绩的影响较小。

针对公司对比亚迪的销售业绩存在下滑的风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”和“第三节 风险因素”中披露了“公司对比亚迪销售收入下降的风险”，进行了充分揭示相关风险并进行重大事项提示。

二、对吉利汽车销售增长的可持续性

(一) 结合吉利汽车星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型产品上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况说明报告期内发行人对吉利汽车销售金额大幅增长的真实性；前述车型是否为吉利汽车的主要畅销车型，前述车型及发行人配套产品销售是否存在大幅波动或减少的风险

1、结合吉利汽车星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型产品上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况说明报告期内发行人对吉利汽车销售金额大幅增长的真实性

历经长期发展，吉利汽车作为全球知名的汽车制造厂商，旗下拥有多个品牌和丰富的车型矩阵，覆盖从燃油车到新能源、从大众市场到高端豪华的全领域。其中包括较早推出的帝豪系列、博越系列；与沃尔沃于 2016 年联合创立的全球化高端汽车品牌领克系列；为年轻消费群体打造的小型 SUV 车型缤越系列；基于 CMA 基础模块化架构打造的首款高阶运动 SUV 星越系列。伴随新能源汽车市场快速扩容，吉利汽车新能源汽车产品不断迭代，近年来针对中高端新能源车、小型新能源车等细分市场分别推出银河系列、星愿系列等畅销车型。

报告期内，吉利汽车推出的新车型情况具体如下：

年度	推出车型
2022 年度	帝豪 GSE、帝豪 GS、帝豪 GLi、帝豪 GL；博越 PRO；几何 A；远景；星越 PRO 等
2023 年度	极氪 X、极氪 001 FR、极氪 007；银河 L6、银河 L7；领克 08 等
2024 年度	银河 E5、银河 E8、星舰 7；领克 07 EM-P、领克 Z10、领克 Z20；极氪 009 光辉、极氪 7X、极氪 MIX；星愿等
2025 年 1-6 月	极氪 007 GT、领克 900、星耀 8 等

注：根据吉利汽车公开披露的定期报告、业绩演示材料及网络公开资料整理。

公司业务发展前身成都双胜（现名“宁波双慎”，下同）自 2013 年成立时起即与吉利汽车开展合作，凭借产品质量、技术水平及优质服务得到客户的长期认可。依托优质的产品与技术，不断跟进吉利汽车产品迭代，产品主要供应星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型，并同时覆盖豪越、星瑞、星耀、极氪、精灵、远景、睿蓝、吉利 ICON 及沃尔沃 EX30 等系列车型。

吉利汽车星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型产品上市以来更新换代、不同系列车型的市场销售情况，及公司配套销售产品数量等情况具体如下：

单位：万辆、万件

项目	上市时间	公司供货时间	整车销量				配套产品销量			
			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
星越系列										
星越 S	2021.07	2021.06	-	1.01	2.33	1.69	0.66	30.09	56.25	54.16
星越 L	2021.07	2021.07	15.74	26.78	18.26	13.14	1,127.38	1,861.42	1,280.17	808.63
博越系列										
博越	2016.03	2015.08	5.52	10.18	8.45	11.79	332.04	610.43	568.57	610.43
博越 L	2022.10	2022.11	6.14	13.83	14.04	3.17	359.48	905.12	828.71	192.42
领克系列										
领克 01	2017.11	2018.11	1.40	2.29	2.77	3.65	42.58	59.38	148.24	291.68
领克 02	2018.06	2018.11	-	-	-	0.78	0.06	0.12	0.14	1.58
领克 03	2018.10	2018.11	3.50	5.47	7.04	5.39	13.69	23.54	29.32	37.41
领克 05	2020.05	2019.04	0.01	0.01	0.50	1.01	0.79	1.41	4.17	7.86
领克 06	2020.09	2020.01	2.40	5.76	7.02	4.78	155.90	409.82	524.42	308.56
领克 09	2021.10	2022.04	0.64	1.91	1.49	2.41	2.09	8.07	4.80	10.03
领克 08	2023.09	2023.08	1.88	7.93	3.21	-	100.23	493.89	193.33	-
领克 07	2024.05	2023.11	0.95	3.98	-	-	3.39	16.33	-	-
领克 Z20	2024.12	2024.08	2.89	0.54	-	-	168.78	70.37	-	-
缤越系列										
缤越	2018.10	2018.08	11.67	19.78	19.02	18.45	541.02	904.39	469.66	435.83
银河系列										
银河 L7	2023.05	2023.08	2.96	7.43	6.62	-	208.33	354.95	338.44	-
银河 L6	2023.09	2022.09	3.87	5.70	1.73	-	95.34	147.29	60.12	0.03
银河 E8	2024.01	2023.11	0.91	3.16	-	-	93.17	183.27	17.23	-
银河 E5	2024.08	2024.11	7.65	7.77	-	-	13.27	-	-	-
星舰 7	2024.12	2024.11	7.10	2.06	-	-	104.37	29.61	-	-
星耀 8	2025.05	2025.01	2.02	-	-	-	38.11	-	-	-
银河 A7	2025.08	2025.03	0.06	-	-	-	1.84	-	-	-
银河 M9	2025.09	2025.05	-	-	-	-	1.22	-	-	-

项目	上市时间	公司供货时间	整车销量				配套产品销量			
			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
帝豪系列										
帝豪	2009.08	2016.08	9.54	17.91	18.83	17.83	308.39	691.88	762.28	715.99
星愿系列										
星愿	2024.10	2024.08	20.55	5.27	-	-	932.45	225.97	-	-

注：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会。

公司供应吉利汽车主要车型报告期内销量总体呈现较大幅度增长，特别是星越系列、银河系列及星愿系列等畅销车型的逐步推出，带动公司销售规模同步快速扩张。2020年度至2024年度，吉利汽车销量由132.02万辆增长至217.66万辆，年化平均增长率为13.31%；公司配套吉利汽车，对其实现的销售收入由52,809.50万元增长至142,197.74万元，年化平均增长率为28.10%，与吉利汽车共同成长。

综上所述，在吉利汽车主要车型不断迭代及终端消费市场快速扩容的背景下，公司供应产品规模快速增长，与主要客户车型升级换代和新车型的销售情况匹配，报告期内对吉利汽车销售金额实现大幅增长具有真实性、合理性。

2、前述车型是否为吉利汽车的主要畅销车型，前述车型及发行人配套产品销售是否存在大幅波动或减少的风险

报告期各期，吉利汽车分车型销量排名情况具体如下：

单位：万辆、%

序号	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	车型	销量	车型	销量	车型	销量	车型	销量
1	银河系列	24.57	领克系列	28.54	博越系列	22.49	帝豪系列	23.89
2	星愿系列	20.55	星越系列	27.78	领克系列	22.03	缤越系列	18.45
3	星越系列	15.74	银河系列	26.12	星越系列	20.59	领克系列	18.01
4	领克系列	15.31	博越系列	24.01	帝豪系列	19.34	博越系列	14.96
5	缤越系列	11.67	极氪系列	22.21	缤越系列	19.02	星越系列	14.83
6	博越系列	11.67	缤越系列	19.78	星瑞系列	12.63	几何系列	12.13
7	帝豪系列	9.54	帝豪系列	18.29	极氪系列	11.87	星瑞系列	11.07
8	星瑞系列	9.40	星瑞系列	17.03	银河系列	8.35	极氪系列	7.19

序号	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	车型	销量	车型	销量	车型	销量	车型	销量
9	极氪系列	9.07	星愿系列	5.27	几何系列	7.02	缤瑞系列	6.05
10	豪越PRO系列	1.13	精灵系列	4.97	精灵系列	6.70	远景系列	4.15

注：客户整车终端销量来自 MarkLines、乘联会。

报告期内，星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型自上市以来即为吉利汽车主要畅销车型。

公司报告期内主要供应车型为星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列畅销车型。报告期各期，公司对吉利汽车分车型实现的汽车饰件销售收入及占比、同比增速等情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度	
	金额	占比	同比增速	金额	占比	同比增速	金额	占比	同比增速	金额	占比
星越系列	16,436.51	20.76	58.64	31,603.22	22.90	26.60	24,963.65	21.51	38.14	18,071.37	22.77
博越系列	11,801.96	14.91	6.25	28,913.44	20.95	-3.47	29,953.86	25.81	96.19	15,268.00	19.24
领克系列	9,334.43	11.79	44.07	21,408.83	15.51	24.67	17,172.87	14.80	78.62	9,614.43	12.12
缤越系列	7,833.51	9.90	49.19	14,347.27	10.39	27.08	11,289.58	9.73	-3.69	11,721.74	14.77
银河系列	9,560.65	12.08	128.72	12,913.62	9.36	41.53	9,124.42	7.86	1,471,580.65	0.62	0.00
帝豪系列	2,226.68	2.81	-3.37	5,313.70	3.85	-13.61	6,151.05	5.30	-4.55	6,444.18	8.12
星愿系列	14,878.04	18.80	-	3,614.43	2.62	-	-	-	-	-	-
小计	72,071.78	91.05	81.62	118,114.51	85.57	19.72	98,655.43	85.00	61.41	61,120.34	77.02
其他	7,084.18	8.95	-23.69	19,913.53	14.43	14.36	17,412.27	15.00	-4.53	18,237.55	22.98
合计	79,155.96	100.00	61.65	138,028.04	100.00	18.92	116,067.71	100.00	46.26	79,357.88	100.00

报告期各期，公司对吉利汽车星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型共实现销售收入分别为 61,120.34 万元、98,655.43 万元、118,114.51 万元及 72,071.78 万元，占比分别为 77.02%、85.00%、85.57%及 91.05%。上述畅销车型为公司主要供应吉利汽车的车型系列。此外，公司亦同时覆盖吉利汽车

旗下豪越、星瑞、星耀、极氪、精灵、远景、睿蓝、吉利 ICON 及沃尔沃 EX30 等其他系列车型。

根据本问题回复之“二、(一)、1、结合吉利汽车星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型产品上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况说明报告期内公司对吉利汽车销售金额大幅增长的真实合理性”可知，公司配套吉利汽车主要车型产品销量总体上与终端销量保持同向变动关系。具体地，伴随公司配套吉利汽车主要车型终端销量快速增长，特别是星越系列、银河系列及星愿系列等爆款车型的推出，推动公司配套产品销量持续增加。

综上所述，公司主要供应的星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型均为吉利汽车的主要畅销车型，近年来总体保持增长趋势，大幅波动或减少的风险较小。公司配套吉利汽车数十款车型，覆盖比例较高，受到单一车型终端销量变动的风险较小。并且，公司具备持续跟进吉利汽车产品更新迭代能力。2020 年度至 2024 年度，吉利汽车销量由 132.02 万辆增长至 217.66 万辆，年化平均增长率为 13.31%，2024 年度整车销量排名全球第十，在全球整车市场上占据重要地位。在吉利汽车终端销量未发生重大不利变化的情形下，公司配套产品销售大幅波动或减少的风险较低。

近年来，吉利汽车终端销量实现快速增长，在全球汽车市场领域占据重要地位。公司主要供应吉利汽车畅销车型，并同时覆盖其他主要车型，与吉利汽车实现共同发展，前述相关车型及公司配套产品销售大幅波动或减少的风险较小。出于谨慎性原则，针对下游行业可能存在的景气度下行风险，公司已在招股说明书之“第三节 风险因素”中进行提示，具体如下：

“(三) 下游行业景气度导致的风险

汽车饰件行业作为汽车零部件分支，处于产业链中游，受到下游整车汽车市场影响较大。而汽车行业容易受到国家宏观经济、产业政策、环保政策等因素影响，具有一定的周期性特征，对整个汽车产业链的发展有较大的影响。

根据中国汽车工业协会统计数据，2025 年 1-6 月，我国汽车产销量分别为 1,562.1 万辆、1,565.3 万辆，同比分别增长 12.5%、11.4%，其中新能源汽车产销

累计完成 687.2 万辆、693.7 万辆，同比分别增长 40.2%、40.3%，市场占有率达到 44.3%，保持持续增长态势；2024 年，我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%，其中新能源汽车产销累计完成 1,288.8 万辆和 1,286.6 万辆，同比分别增长 34.4%和 35.5%，市场占有率达到 40.9%，成为引领全球汽车产业转型的重要力量。未来，如果宏观经济出现较大波动、汽车行业特别是新能源汽车景气度下降，汽车行业产销量可能出现下滑，将对汽车零部件行业造成较大不利影响，进而对公司的经营业绩造成负面影响。”

（二）具体说明发行人产品相较于吉利汽车其他供应商的竞争优势，发行人向吉利汽车销售额是否稳定可持续，是否存在被其他供应商替代的风险

1、具体说明发行人产品相较于吉利汽车其他供应商的竞争优势

从汽车内外饰件产品整体来看，公司客户吉利汽车供应商较多，其中主要的已上市公司包括新泉股份、一彬科技及拓普集团等。

（1）竞争优势方面

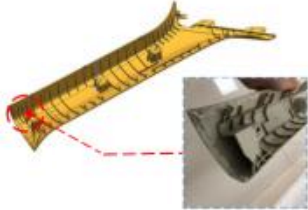
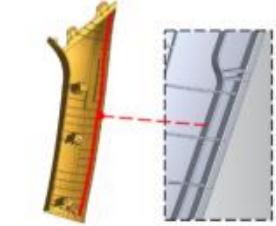
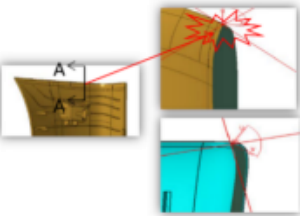
与该等竞争对手相比，公司的竞争优势主要体现在：

1) 依托全方位的综合服务能力，能够深度参与吉利汽车相关产品的更新迭代和创新开发

公司长期深耕汽车饰件行业，积累了丰富的产品开发和执行经验，形成了深刻的技术理解，从而能够为客户提供良好的配套开发、生产服务。并持续对生产工艺和流程进行创新、改进，已具备在原材料选取、模具制作、工艺方案设计 & 优化等方面的综合服务能力。凭借该能力，公司可以根据吉利汽车的产品需求为其提供一体化的综合解决方案，参与相关产品方案设计及落地。

公司一直将工艺技术创新及产品创新视作发展的关键驱动力，紧跟轻量化、舒适化、美观化等行业发展趋势，为客户提供性能可靠、成本最优的产品方案。公司拥有一支综合素质较高、经验较为丰富、动态快速响应市场需求的设计和研发团队，集 CAD/CAE/CAM 于一体完善的产品开发体系，具备在方案设计阶段与主机厂同步设计的能力。同时配备有独立的实验室和先进的自动化生产设备，并在满足客户设计要求的前提下，通过对产品结构、工程、工艺可行性进行分析，

以最快的速度支持客户前期设计研发及快速小规模量产, 实现对客户需求的快速响应, 提出质量可靠的最优成本方案。相关设计案例举例如下:

序号	客户遇到的问题	公司研发设计解决方案	图示
1	气帘点爆实验容易被打碎, 产生飞溅碎片	设计狗窝结构与侧壁连接在一起并增加导向筋, 并在尖角处倒角	
2	产品长方向强度不足没有加强筋, 易翘曲变形	如图所示, 增加纵向加强筋	
3	A 柱与顶棚配合处有开缝的风险	改为内扣形式, 型面下压, 压紧顶棚。	

2) 覆盖吉利汽车国内整车生产基地过半数, 具有较强的配套服务能力及快速响应能力

吉利汽车系整车行业领先企业, 业务遍布全国, 其在全国各地探索合适的配套产业链集群地, 对产品供应及时性、服务及时性的要求较高。

为缩小市场服务半径, 提升客户服务能力, 及时跟进客户的生产需求同时压低运输成本, 公司在报告期内快速扩张覆盖区域, 先后在主要客户所在地以及全国汽车产业基地集群附近成立了十余家子公司, 生产基地遍布浙江温州、浙江长兴、浙江宁波、江苏常州、湖南湘潭、陕西西安、陕西宝鸡及四川成都等地, 已覆盖吉利国内整车生产基地过半数, 并且其中主要系湘潭、杭州湾、宝鸡等核心工厂, 极大提高了对吉利汽车的响应效率, 与吉利汽车形成了良好的区域布局配套, 能够有效保障产品的及时供应和服务的及时响应, 与竞争对手相比具有突出的业务布局优势。

最近一期, 公司在山西晋中成立全资子公司晋中乔路铭, 承接吉利汽车银河

系列新车型定点项目，配套服务吉利汽车晋中基地。并且，公司近期已在辽宁沈阳、河北张家口等地陆续设立配套服务吉利汽车的新基地，进一步完善区域布局，提高全方位服务能力。

截至本回复出具日，公司配套服务吉利汽车的基地情况、功能、主要产品类型及配套客户基地等情况具体如下：

序号	时间	基地情况	所在地	基地功能	主要产品类型	主要配套吉利汽车基地情况
1	2013年	成都钼呈塑（原成都双胜）	四川成都	生产、装配及仓储	注塑件	成都基地
2	2015年	宁波致胜（原宁波鑫胜）	浙江宁波	生产、装配及仓储（目前为仓储、装配功能）	注塑件	春晓基地
3	2017年	湘潭品胜	湖南湘潭	生产、装配及仓储	注塑件	湘潭基地
4	2018年	宁波昌胜	浙江宁波	生产、装配及仓储	注塑件	杭州湾基地
5		宝鸡宝胜	陕西宝鸡	生产、装配及仓储	注塑件	宝鸡基地
6		温州一厂	浙江温州	生产、装配及仓储	行李架基材、注塑件	主要供应杭州湾、春晓、长兴、临海等浙江主要基地
7	温州二厂	浙江温州	生产（表面处理）、仓储	行李架（阳极氧化加工）、扰流板（喷涂加工）		
8	2021年	西安乔路铭	陕西西安	生产、装配及仓储	注塑件	西安基地
9	2022年	长兴乔路铭	浙江长兴	生产、装配及仓储	注塑件	长兴基地
10	2024年	宁波乔路铭	浙江宁波	在建，预计功能为汽车内外饰件的生产、装配及仓储		主要用于整合宁波昌胜及宁波吉鑫基地，形成集研发、生产、销售于一体的核心基地，配套供应吉利汽车杭州湾、春晓等基地
11	2025	贵阳乔路铭	贵州贵阳	生产、装配及仓储	顶棚、地毯隔音隔热系统	贵阳基地、重庆基地

序号	时间	基地情况	所在地	基地功能	主要产品类型	主要配套吉利汽车基地情况
	年				部件	
12		宁波吉鑫	浙江宁波	生产、装配及仓储	顶棚、地毯隔音隔热系统部件	杭州湾基地、春晓基地、长兴基地
13		晋中乔路铭	山西晋中	生产、装配及仓储	注塑件	晋中基地
14		温州超级工厂	浙江温州	生产（注塑、表面处理）、装配及仓储	注塑件、扰流板等（喷涂加工）	主要供应杭州湾、春晓、长兴、临海等浙江主要基地
15		沈阳乔路铭	辽宁沈阳		拟为注塑件	拟供应沈阳基地
16		张家口乔路铭	河北张家口	拟为生产、装配及仓储	拟为注塑件、及顶棚、地毯隔音隔热系统部件	拟供应张家口基地

3) 公司与吉利汽车保持长期合作，产品质量及服务能力得到客户认可，在长期服务过程中建立了较高的竞争壁垒

公司自业务发展前身成都双胜 2013 年成立时即与吉利汽车建立了业务关系，并持续合作至今。凭借持续产品创新和稳定供应的能力，公司产品质量和服务能力得到了吉利汽车认可，与其建立了长期稳定的合作关系。公司主要产品在吉利汽车中占据较高市场份额，具有一定市场定位。2020 年度至 2024 年度，吉利汽车销量由 132.02 万辆增长至 217.66 万辆；公司深度服务配套吉利汽车，对其实现的销售收入由 52,809.50 万元增长至 142,197.74 万元，年化平均增长率为 28.10%，与吉利汽车长期共同成长。

公司作为吉利汽车的核心供应商，获得吉利汽车颁发的“优秀供应商奖”“优秀合作开发团队”“优秀协同单位”“供应保障之星”“领克 E335 出海项目卓越贡献单位”“精诚合作奖”“西安吉利十佳合作伙伴”等二十余项荣誉。公司与吉利汽车形成了相互依存、共同发展的长期战略关系。

自合作起至今，公司与吉利汽车进一步增进互信，合作领域得到不断深化。最近一期，公司通过收购和自建等方式，成功开拓了顶棚、地毯等声学系统新产品条线，并在加大单车高价值量门内护板产品渗透率等方面取得了一定成效。公

公司及公司业务发展前身成都双胜与吉利汽车的整体合作历程情况具体如下：



在长期服务过程中，公司对吉利汽车产品质量、工艺、服务等方面的需求积累了充分的理解，可以及时响应客户需求，为其提供有针对性的产品方案设计、生产及服务，在与其他供应商的竞争中建立了较高壁垒。

(2) 竞争劣势方面

与其他同类供应商相比，公司的竞争劣势主要系：

1) 由于近年来公司发展较快，相应的基础建设存在一定滞后，致使公司在汽车内外饰件产品类型及车型覆盖等方面仍存在一定不足，整体市场竞争力尚有待进一步提升。

2) 公司目前产能较为紧张，产能扩充存在阶段性滞后，一定程度上影响了公司对吉利汽车的供应规模，导致公司对其供应份额存在阶段性小幅波动。

3) 公司 2025 年度切入吉利汽车声学系统产品及高价值量门内护板产品业务，相关生产与服务经验沉淀相对不足，与同类供应商相比仍存在一定差距。

4) 吉利汽车主要同类供应商中的已上市公司较多。与其相比，公司融资渠道相对单一，面对未来市场拓展所需的固定资产投资、产品研发及人才引进等方

面存在一定劣势。

综上所述，报告期内，公司对吉利汽车产品供应份额呈现持续增长趋势。与其他同类供应商相比，公司具有突出的竞争优势，能够深度参与其产品更新迭代和创新开发，并有效满足其对产品供应及服务及时性的需求，在长期服务过程中建立了较高的竞争壁垒；同时，公司的竞争劣势主要系基础设施建设滞后于业务发展、产能较为紧张、新业务开展经验不足及与已上市公司相比存在资源短板等。

2、公司向吉利汽车销售额是否稳定可持续，是否存在被其他供应商替代的风险

公司向吉利汽车销售额稳定可持续，被其他供应商替代的风险较小，具体情况如下：

(1) 公司与吉利汽车长期合作，得到了客户的高度认可

公司自业务发展前身成都双胜 2013 年成立时即与吉利汽车建立了业务关系，并持续合作至今。凭借持续产品创新和稳定供应的能力，公司产品质量和服务能力得到了吉利汽车认可，与其建立了长期稳定的合作关系。公司系吉利汽车立柱内装饰板、门槛内装饰板等数十项内外饰件产品的独家供应商，具有一定市场定位。2020 年度至 2024 年度，吉利汽车销量由 132.02 万辆增长至 217.66 万辆；公司深度服务配套吉利汽车，对其实现的销售收入由 52,809.50 万元增长至 142,197.74 万元，年化平均增长率为 28.10%，与吉利汽车共同成长。

公司作为吉利汽车的核心供应商，获得吉利汽车颁发的“优秀供应商奖”“优秀合作开发团队”“优秀协同单位”“供应保障之星”“领克 E335 出海项目卓越贡献单位”“精诚合作奖”“西安吉利十佳合作伙伴”等二十余项荣誉。公司与吉利汽车形成了相互依存、共同发展的长期战略关系。

(2) 吉利汽车对产品和服务要求较高，公司凭借稳定的品质及高效的服务能力建立了竞争壁垒

公司汽车内外饰件等产品在轻量化、舒适化、美观化等方面能够较高程度地实现客户要求，并与其形成了长期、稳定的合作关系，产品具备一定的竞争优势。公司作为浙江省企业研究院及浙江省知识产权示范单位，凭借较强的创新实力和

科技成果转化能力，荣获了浙江省科技型中小企业、浙江省省级工业设计中心、浙江省高新技术企业研发中心、浙江省高新技术企业创新能力 500 强等认证及荣誉，为公司健康发展和业绩持续增长奠定了坚实的基础。

吉利汽车系全球知名主机厂，对产品的质量稳定性、服务的及时性等要求较高。公司长期深耕汽车内外饰件行业，以优秀的技术性能指标、持续创新的作用和稳定的质量占据一定的市场地位，在产品及技术层面形成了一定竞争壁垒。

(3) 主机厂前期筛选供应商程序严格，并且生产连续性强，供应商切换成本较高

由于汽车对于安全性和可靠性具有严格的标准，公司需要经过严格的供应商资质认证和较长的审核周期，才能进入整车制造企业的供应商体系，从而获取客户订单。该认证过程往往需要耗费较大的时间和经济成本，前期投入较大。并且，由于主机厂生产连续性较强，对供应商供货的时效、配套服务要求较高，切换成本较大。因此，公司与整车制造企业客户确立供应关系后，其合作关系会保持相对稳定，公司难以被其他竞争对手轻易替代。

(4) 公司与吉利汽车共成长，报告期内业绩实现快速增长，期后订单执行情况良好，合作领域持续深化

最近三年，吉利汽车销售收入由 1,479.65 亿元增长至 2,401.94 亿元，年均复合增长率为 27.41%；公司对其实现的销售收入由 7.98 亿元增长至 14.22 亿元，年化平均增长率为 33.52%，与吉利汽车共同成长。

报告期后，公司对吉利汽车订单执行情况具体如下：

1) 期后在手订单情况

截至 2026 年 1 月 19 日，公司收到吉利汽车近期（2025 年 11 月至 2026 年 1 月）在手订单金额为 78,545.92 万元。

2) 预计采购计划

除上述月度订单外，公司大部分主要客户会向公司提供未来一段时间内的预计采购计划，作为公司制定原材料采购、生产和发货计划的参考，结合吉利汽车

释放的需求，并综合考虑主要客户年降政策影响的情况下，公司 2026 年度对其实现销售金额情况预计如下：

单位：万元

客户名称	主要配套车型	2026 年度 预计销售金额 (不含税)
吉利汽车	星越系列、博越系列、缤越系列、豪越系列、星愿系列、星瑞系列、极氪系列、领克系列、银河系列、帝豪系列、精灵系列、远景系列、沃尔沃 EX30、牛仔系列	290,936.09

3) 尚未量产定点项目情况

截至本回复出具日，公司处于图纸设计、模具开发、模具试样、客户试装等阶段汽车内外饰件产品已定点尚未量产产品的量产计划、投产进度情况如下：

序号	市面车型	产品类型	预计 量产时间	开发进度
1	博越系列	扰流板	2026/3	模具试样阶段
2	领克系列	立柱外饰板、顶棚、地毯等	2026/3	客户试装阶段
3		行李架	2026/4	客户试装阶段
4	银河系列	底护板、地毯、翼子板等	2026/3	模具试样阶段
5		挡泥板		客户试装阶段
6		底护板、地毯、顶棚等	2026/4	模具试样阶段
7		挡泥板	2026/5	模具开发阶段
8		行李架		客户试装阶段
9		顶棚、地毯	2026/6	图纸设计阶段
10		挡泥板		客户试装阶段
11		星愿系列	挡泥板、顶棚	2026/3
12	侧围饰板、背门护板、扰流板等		2026/5	模具试样阶段
13	星瑞系列	立柱饰板、底护板	2026/3	模具试样阶段
14		行李舱内饰、地毯、隔音垫	2026/8	
15	精灵系列	挡泥板、地毯、隔音垫等	2026/5	客户试装阶段
16	牛仔系列	立柱饰板、行李架	2026/6	模具开发阶段
17	帝豪系列	门内饰板	2026/7	模具开发阶段

综上，公司与吉利汽车共同成长，报告期内业绩实现快速增长，期后订单执行情况良好，公司被同类供应商替代风险小。出于谨慎性原则，针对公司与主要

客户的同类供应商相比可能存在的替代风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”和“第三节 风险因素”中揭示，具体如下：

“（七）被同类供应商替代的风险

汽车零部件行业市场化程度较高，竞争激烈，行业内同类供应商（包括主机厂下属零部件企业或事业部）较多，若公司不能保持在技术研发、生产工艺、产品质量、客户服务等方面竞争优势，无法及时跟上行业内技术发展趋势和满足客户需求，或者主要客户的同类供应商在技术水平、产品成本等方面显著优于公司，使得公司丧失竞争力，则会导致公司存在被其他同类供应商替代，从而对公司的生产经营产生重大不利影响。”

综上所述，公司对吉利汽车的销售额保持持续增长趋势，具有稳定可持续性，被其他供应商替代的风险整体较小，公司已充分提示相关风险。

（三）量化分析发行人对吉利汽车销售单价下降的原因及合理性

报告期内，公司对吉利汽车的销售单价及变动幅度情况具体如下：

单位：元/件、%

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	销售单价	变动幅度	销售单价	变动幅度	销售单价	变动幅度	销售单价
吉利汽车	15.74	-6.03	16.75	-10.86	18.79	6.88	17.58

报告期各期，公司对吉利汽车销售单价分别为 17.58 元/件、18.79 元/件、16.75 元/件及 15.74 元/件，总体呈现先上升后下降的趋势。报告期内，公司对吉利汽车销售单价变动主要受年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整及新老产品结构变化等综合因素影响，具体分析如下：

1、年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整

（1）年降政策对产品价格的影响

关于年降政策，实践中一般在产品实现批量供货后，每年公司与主要客户对老产品的销售价格进行谈判，双方综合经营业绩达成情况、降本规划、原材料价格走势、工艺技术要求以及同类产品竞争对手情况等因素，协商确定年降幅度。

公司报告期内执行的吉利汽车年降政策包括年度价格协商调整及销售返利两种形式。报告期各期，公司对吉利汽车的主营业务收入中的年降产品和非年降产品的销售收入及占比情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
年降产品	46,119.70	57.94	94,636.39	66.55	53,239.31	44.94	28,862.58	36.19
非年降产品	33,483.16	42.06	47,561.35	33.45	65,237.91	55.06	50,895.52	63.81
合计	79,602.86	100.00	142,197.74	100.00	118,477.22	100.00	79,758.10	100.00

注：年降产品指公司当年度在与客户谈判后执行的价格较上年度价格下降后的产品。

公司年降产品为当年度执行年降政策的老产品，报告期内，公司对吉利汽车年降产品收入分别为28,862.58万元、53,239.31万元、94,636.39万元及46,119.70万元，占相应期间主营业务收入比例分别为36.19%、44.94%、66.55%及57.94%，总体呈现增长趋势。公司2022年度、2023年度年降产品收入占比相对较低，主要系新产品定点相对较多，此前尚未大规模供货，销售单价有所上升。伴随公司老产品收入占比增加及行业年降政策的影响，公司最近一年及一期对吉利汽车年降产品收入占比维持较高水平，致使公司对吉利汽车销售单价逐步下降，但降幅最近一期有所收窄。

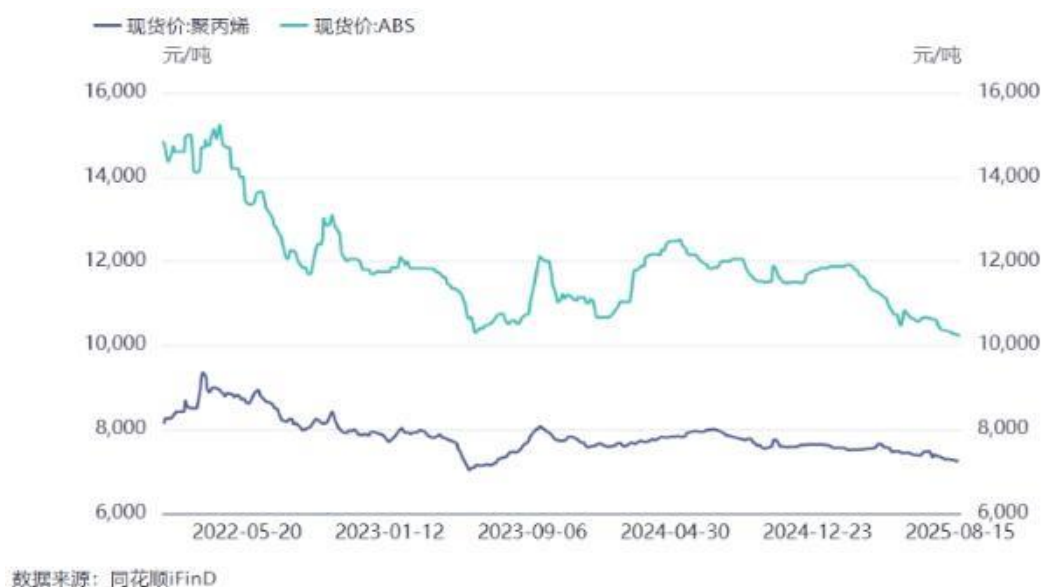
（2）原材料价格变动对产品价格的影响

公司主要原材料为大宗商品塑料粒子。报告期内，PP系列和PP/EPDM系列为公司应用最多的塑料类别，占塑料粒子采购总额的比例约为70%-80%，PC/ABS系列次之，占比约为5%-15%，ABS系列占比约为2%-5%。各类别塑料粒子单价变动情况具体如下：

单位：千元/吨

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
PP系列	8.10	8.49	8.91	9.08
PP/EPDM系列	8.20	8.34	8.88	8.73
PC/ABS系列	14.82	15.89	17.28	18.63
ABS系列	13.66	14.03	14.96	16.44

报告期内，公司主要原材料总体呈现波动下降的趋势。塑料 PP（聚丙烯）系列与 ABS 系列现货价格情况如下图所示：



主机厂与公司商定产品价格时，相应考虑了原材料价格变动对产品价格的影响。报告期内，主要原材料市场价格波动下降，成为主机厂制定年降幅度的重要考虑因素。

2、各期新老产品结构变化的影响

报告期各期，公司对吉利汽车内外饰件产品按新老产品进行划分，其收入结构变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
新产品	10,508.05	13.28	21,714.44	15.73	38,939.65	33.55	18,917.30	23.84
老产品	68,647.91	86.72	116,313.60	84.27	77,128.05	66.45	60,440.58	76.16
合计	79,155.96	100.00	138,028.04	100.00	116,067.71	100.00	79,357.88	100.00

注：“新产品”指当年度新增批量销售或处于样件销售阶段的产品；“老产品”指上年度及以前年度已批量销售且当年度保持销售的产品。

伴随公司业务规模的扩大，新产品与老产品销售规模均有所提升。报告期各期，公司新产品销售收入占比分别为 23.84%、33.55%、15.73%及 13.28%；老产品销售收入占比分别为 76.16%、66.45%、84.27%及 86.72%，新产品销售收入占

比总体呈现下降趋势，老产品销售收入占比总体呈现上升趋势。

由于公司报告期初产品种类数量及业务规模增加，致使 2023 年度新产品销售收入占比有所提升。但伴随销售增速回落，公司最近一年及一期老产品销售收入占比逐步提升，致使公司对吉利汽车销售产品价格呈现先升后降的变动趋势。

（四）说明发行人各期获得吉利汽车新定点项目的数量及对应产品销售金额，发行人是否具有持续获取吉利汽车新定点项目的能力

报告期各期，公司获得吉利汽车新车型定点项目的数量及报告期内对应产品销售金额情况具体如下：

单位：项、万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
新定点项目数量	57	40	43	39
产品收入	79,155.96	138,028.04	116,067.71	79,357.88
其中：新项目	10,508.05	21,714.44	38,939.65	18,917.30
已量产项目	68,647.91	116,313.60	77,128.05	60,440.58

注：新项目收入指当年度新增批量销售或处于样件销售阶段的产品收入；已量产项目收入是指上年度及以前年度已批量销售且当年度保持销售的产品收入。

报告期各期，公司产品收入以已量产项目为主，由于客户车型有一定的迭代周期，随着公司与客户合作项目的增加，已量产项目收入逐年增长。已量产项目的逐步积累为公司实现收入提供了有效保障。报告期各期，公司获取吉利汽车新定点项目数量分别为 39 项、43 项、40 项及 57 项，相关定点项目实现销售金额分别为 79,357.88 万元、116,067.71 万元、138,028.04 万元及 79,155.96 万元。公司与吉利汽车保持长期、稳定的合作关系，产品质量和服务能力得到客户的认可，报告期内持续获得吉利汽车定点。

公司具有持续获取吉利汽车新定点项目的能力，补充说明如下：

1、公司具备持续获取新订单的竞争优势，业务具有可持续性

为缩小市场服务半径，提升客户服务能力，及时跟进客户的生产需求同时压低运输成本，公司在报告期内快速扩张覆盖区域，先后在主要客户所在地以及全国汽车产业基地集群附近成立了十余家子公司，生产基地遍布浙江温州、浙江长

兴、浙江宁波、江苏常州、湖南湘潭、陕西西安、陕西宝鸡及四川成都等地，已覆盖吉利国内整车生产基地过半数，极大提高了对吉利汽车的响应效率，与吉利汽车形成了良好的区域布局配套，能够有效保障产品的及时供应和服务的及时响应。

具体情况见本问题回复之“(二)、1、(1)、2)覆盖吉利汽车国内整车生产基地过半数，具有较强的配套服务能力及快速响应能力”

2、在保持长期稳定合作的基础上，公司与吉利汽车的业务合作持续深化

公司自业务发展前身成都双胜 2013 年成立时即与吉利汽车建立了业务关系，并持续合作至今。凭借持续产品创新和稳定供应的能力，公司产品质量和服务能力得到了吉利汽车认可，与其建立了长期稳定的合作关系。公司系吉利汽车立柱内装饰板等数十项内外饰件产品的独家供应商，具有一定市场地位。最近一期，公司通过收购和自建等方式，成功开拓了顶棚、地毯等声学系统新产品条线，并在加大单车高价值量门内护板产品渗透率等方面取得了一定成效。

具体情况见本问题回复之“(二)、1、(1)、3)公司与吉利汽车保持长期合作，产品质量及服务能力得到客户高度认可，在长期服务过程中建立了较高的竞争壁垒”。

3、公司期后业务量充足，执行情况良好

截至本问询回复日，公司与吉利汽车业务开展情况良好。公司通过收购和自建等方式，成功开拓了顶棚、地毯等声学系统新产品条线，并在加大单车高价值量门内护板产品渗透率等方面取得了一定成效。最近一期，公司持续拓展经营版图，先后在贵阳、宁波及晋中等地新设全资子公司配套客户，不断提升服务能力，期后订单执行情况良好。

具体情况见本问题回复之“(二)、2、(4)公司与吉利汽车共成长，报告期内业绩实现快速增长，期后订单执行情况良好，合作领域持续深化”。

综上所述，公司各期获得吉利汽车新定点项目的数量及对应产品销售金额呈现持续增长趋势，公司具有持续获取吉利汽车新定点项目的能力。

(五) 结合前述内容及期后向吉利汽车销售的情况分析发行人对吉利汽车的销售增长是否可持续

1、公司期后向吉利汽车销售的情况

公司期后向吉利汽车销售情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度			2025 年 1-9 月			2024 年度	2024 年 1-9 月
	金额	同比变动金额	同比变动幅度	金额	同比变动金额	同比变动幅度		
吉利汽车	200,233.32	58,035.58	40.81	136,316.86	53,973.83	65.55	142,197.74	82,343.03

注：2025 年度数据未经审计，2025 年 1-9 月数据已经审阅。

2025 年 1-9 月，公司对吉利汽车实现的营业收入为 136,316.86 万元，同比变动幅度为 65.55%；2025 年度，公司对吉利汽车实现的营业收入预计为 200,233.32 万元，同比变动幅度预计为 40.81%，实现快速增长。

2、结合前述内容及期后向吉利汽车销售的情况分析公司对吉利汽车的销售增长是否可持续

结合前述内容及期后向吉利汽车销售的情况，关于公司对吉利汽车的销售增长是否可持续的具体情况如下：

(1) 吉利汽车具有较强市场竞争力，公司深度绑定优质客户，依托扎实的产品、技术及服务能力，具备持续跟进客户产品迭代能力，实现业绩持续增长；

(2) 公司深耕汽车饰件行业，稳定高效的服务得到了客户认可，数十项产品均由公司独家供应，并逐步拓展新业务板块，合作范围得到不断深化，形成了一定竞争优势，被其他供应商替代的风险较低；

(3) 由于行业产品年降惯例及近年来主要原材料价格下降等因素综合影响，公司对吉利汽车销售价格整体呈现下降趋势，但公司持续跟进客户产品更新，整体下降趋势有所缓和，对公司与吉利汽车的合作影响较小；

(4) 公司与吉利汽车保持紧密合作，报告期内持续获取新定点项目，且期后业务量充足，执行情况良好，具有持续获取吉利汽车新定点项目的的能力；

(5) 伴随公司与吉利汽车不断深化合作，期后对其销售实现持续稳定增长。

综上所述，自公司业务发展前身成都双胜 2013 年成立以来，公司即与吉利汽车建立业务关系，并保持持续、稳定的合作。公司的产品质量、技术水平及服务能力得到了客户的认可，并在区域布局、业务领域等方面不断深化合作关系，销售增长具有可持续性。

三、与主要客户交易的公允性

(一) 说明报告期内发行人与主要客户是否存在返利政策，如存在，说明各期约定的返利政策及其变化情况，量化分析返利政策对各期主要客户主要产品销售单价的具体影响，对应的会计处理是否符合企业会计准则相关规定

1、说明报告期内发行人与主要客户是否存在返利政策，如存在，说明各期约定的返利政策及其变化情况

报告期内，公司与吉利汽车、零跑汽车存在返利情况。基于公司历史经营实际，销售返利通常作为价格年降机制的组成部分。具体而言，部分客户会结合自身经营业绩达成情况、降本规划等动态因素，在行业通行的价格年降基础上，针对采购规模较大的产品与公司协商确定销售返利。但销售返利一般未在双方的销售协议中明确约定，其金额受客户当期经营目标完成度、降本计划推进节奏、价格年降比例、原材料价格走势等多重因素影响，最终由双方谈判确定，因此，各年度返利金额存在一定波动。

报告期内，公司与主要客户具体的返利金额情况如下：

单位：万元

客户	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
吉利汽车	7,430.00	14,446.35	1,362.17	2,150.64
零跑汽车	155.40	-	-	-

2、量化分析返利政策对各期主要客户主要产品销售单价的具体影响

报告期内，公司销售返利以吉利汽车为主。报告期各期，公司对吉利汽车返利金额为 2,150.64 万元、1,362.17 万元、14,446.35 万元和 7,430.00 万元，返利金额占各年对吉利汽车返利前销售收入的 2.63%、1.14%、9.22% 和 8.54%。选取公

司对吉利汽车销售的主要产品（占公司对吉利汽车销售收入的 70%左右）进行分析，公司对吉利汽车的返利金额对主要产品销售单价的影响情况如下：

单位：元/件

主要产品类别	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	该类产品收入占比	返利前均价	返利后均价	返利影响	该类产品收入占比	返利前均价	返利后均价	返利影响
立柱内装饰板	23.37%	15.97	14.52	-9.08%	23.32%	19.23	17.42	-9.41%
扰流板	16.46%	103.29	96.50	-6.57%	17.16%	112.75	103.72	-8.01%
侧裙	15.12%	21.06	19.58	-7.03%	12.71%	23.28	20.19	-13.27%
车身后部饰件	8.34%	16.19	14.75	-8.89%	8.87%	17.11	15.75	-7.95%
行李架	6.16%	51.14	47.42	-7.27%	6.58%	46.33	43.11	-6.95%
小 计	69.45%	-	-	-	68.64%	-	-	-
主要产品类别	2023 年度				2022 年度			
	该类产品收入占比	返利前均价	返利后均价	返利影响	该类产品收入占比	返利前均价	返利后均价	返利影响
立柱内装饰板	23.79%	21.63	21.42	-0.97%	23.53%	20.29	20.00	-1.43%
扰流板	17.65%	119.30	117.38	-1.61%	13.31%	99.77	97.28	-2.50%
侧裙	11.45%	20.79	20.59	-0.96%	12.47%	21.02	20.35	-3.19%
车身后部饰件	10.17%	19.45	19.19	-1.34%	11.25%	22.53	21.67	-3.82%
行李架	7.48%	46.48	45.75	-1.57%	8.08%	37.82	36.47	-3.57%
小 计	70.54%	-	-	-	68.64%	-	-	-

注：上表中返利对价格变动影响的百分比=（返利后单价-返利前单价）/返利前单价。

各年度公司对吉利汽车销售返利金额有所差异，主要原因为，销售返利作为价格年降之外客户实现其降本计划的组成部分，受客户当期的实际经营完成情况、降本计划、当期的价格年降情况及原材料价格走势等多种因素影响，最终由双方协商谈判决定。2023 年的价格调整主要以年度价格协商调整配合少量返利形式体现，2022 年、2024 年和 2025 年 1-6 月主要以销售返利形式体现。

报告期各期，销售返利对主要产品的销售单价的影响也有所差异，主要系双方协商确定整体返利金额之后，一般根据公司与吉利汽车各下属公司（生产基地）的销售开票情况和客户要求，协商确定返利对应的具体生产基地以及产品，冲减相应的应收账款；在返利协商环节，双方主要着眼于返利总额的确定，而对返利所对应的具体产品关注相对有限，因此报告期各期存在个别产品单位返利对该产品的销售价格影响较大。

报告期内，为降低包括返利在内的年降政策对公司的不利影响，公司一般通过降低供应商采购价格，提升生产工艺、优化生产工序和提高生产效率，持续获得新产品项目定点以及积极配合客户车型升级换代等措施，有效地降低年降政策对于公司毛利率及未来经营业绩的影响，未来毛利率不存在大幅波动的风险。报告期各期年降对毛利率影响为-0.71%、-1.22%、-0.83%和-0.58%，影响较小。分析详见《关于乔路铭科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》问题5之“二、（三）2、年降政策对发行人未来经营业绩、毛利率的潜在影响”。

3、对应的会计处理是否符合企业会计准则相关规定

公司根据与客户确认的返利金额，冲减所属期间主营业务收入，同时冲减该期末应收账款，具体会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：应收账款

根据《企业会计准则第14号——收入》第十六条规定，合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

根据《监管规则适用指引——会计类第2号》中“2-5 销售返利的会计处理”的规定，一般而言，对基于客户采购情况等给予的现金返利，企业应当按照可变对价原则进行会计处理。

公司于各资产负债表日根据与客户协商结果对返利进行账务处理，冲减当期收入的会计处理，符合《企业会计准则第14号——收入》及《监管规则适用指引——会计类第2号》的相关规定。

综上所述，发行人对客户的销售返利一般是作为年降的组成部分，未在与客户的销售框架协议中进行明确约定，受客户当期的实际经营完成情况、降本计划、当期的价格年降比例和原材料价格走势等多种因素影响，最终由双方谈判决定，故各年度销售返利金额有所差异。报告期内，发行人销售返利对象主要为吉利汽

车，销售返利对主要客户产品销售价格的影响较小。发行人销售返利的会计处理符合企业会计准则相关规定。

(二) 列示各期发行人向主要客户销售产品的毛利率情况，分析不同客户毛利率差异原因及合理性

报告期内，公司向比亚迪汽车、吉利汽车销售收入合计 136,601.65 万元、240,392.23 万元、327,443.72 万元和 140,149.18 万元，合计占公司销售收入的比率为 87.52%、94.04%、97.02% 和 98.35%。报告期内，公司向比亚迪汽车、吉利汽车销售的产品毛利率如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发行人毛利率	23.39%	21.82%	21.80%	21.74%
主要客户				
比亚迪汽车	22.35%	21.86%	24.32%	24.39%
吉利汽车	24.31%	21.45%	18.20%	19.29%

报告期内，公司对比亚迪和吉利汽车销售产品的毛利率总体接近，其中，最近三年，吉利汽车产品毛利率略低于比亚迪；最近一期，吉利汽车产品毛利率高于比亚迪，主要系：

1、公司对比亚迪和吉利汽车销售的新老产品结构存在差异

2022 年-2024 年，比亚迪新产品收入占比高于吉利汽车，而新产品的毛利率通常高于老产品，从而对 2022 年-2024 年公司向比亚迪销售产品的毛利率高于吉利汽车产生积极影响。

单位：万元、%

项目	类别	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
比亚迪汽车	新产品	4,848.64	8.01	59,164.10	31.94	43,568.49	35.74	33,296.80	58.58
	老产品	55,697.75	91.99	126,081.87	68.06	78,346.52	64.26	23,546.75	41.42
	小计	60,546.38	100	185,245.98	100	121,915.01	100	56,843.55	100
吉利汽车	新产品	10,508.05	13.28	21,714.44	15.73	38,939.65	33.55	18,917.30	23.84
	老产品	68,647.91	86.72	116,313.60	84.27	77,128.05	66.45	60,440.58	76.16

项目	类别	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
	小计	79,155.96	100	138,028.04	100	116,067.70	100	79,357.88	100

最近一年及一期，吉利汽车销量明显提速，增速分别达到 29.06%和 47.30%，远超乘用车行业 6.12%和 12.70%的平均水平，中高端车型星越、领克等系列保持长期增速，2023 年和 2024 年新上市的银河、纯电小型车星愿系列增速亮眼，吉利汽车的车型的推陈出新、市场的良好反响，积极影响公司对其销售毛利率。公司对吉利汽车的销售毛利率自 2024 年起稳步上涨，2024 年毛利率水平与比亚迪接近，最近一期超过比亚迪。

单位：万辆、万件

配套车型	吉利汽车整车销量				公司对吉利汽车配套产品销量			
	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
星越系列	15.74	27.78	20.59	14.83	1,128.03	1,891.51	1,336.42	862.79
博越系列	11.67	24.01	22.49	14.96	691.52	1,515.54	1,397.28	802.85
领克系列	15.31	28.54	22.03	18.01	487.51	1,082.93	904.44	657.13
缤越系列	11.67	19.78	19.02	18.45	541.02	904.39	469.66	435.83
银河系列	24.57	26.12	8.35	-	555.65	715.12	415.79	0.03
帝豪系列	9.54	18.29	19.34	23.89	308.41	691.90	762.48	716.13
星愿系列	20.55	5.27	-	-	932.45	225.97	-	-
其他	31.72	67.87	56.83	53.16	382.86	1,215.42	890.57	1,038.91
合计	140.77	217.66	168.65	143.30	5,027.45	8,242.78	6,176.64	4,513.67

2、公司对比亚迪和吉利汽车销售的内外饰件产品结构存在差异

报告期内，公司外饰件总体毛利率 22.22%、22.12%、22.90%和 24.74%，内饰件总体毛利率 20.60%、20.24%、19.05%和 20.19%。报告期内，比亚迪外饰件收入占比高于吉利汽车，由于外饰件在产品工艺、生产流程、材料构成上较内饰件存在更高要求，因而外饰件的毛利率通常高于内饰件，从而使报告期内公司对比亚迪销售产品的毛利率高于吉利汽车。

单位：万元、%

项目	类别	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
比亚迪 汽车	内饰件	16,948.72	27.99	45,564.02	24.60	26,820.29	22.00	12,702.34	22.35
	外饰件	43,597.66	72.01	139,681.96	75.40	95,094.72	78.00	44,141.21	77.65
	小计	60,546.38	100	185,245.98	100	121,915.01	100	56,843.55	100
吉利汽车	内饰件	26,062.77	32.93	43,048.26	31.19	36,277.52	31.26	24,913.03	31.39
	外饰件	53,093.19	67.07	94,979.78	68.81	79,790.18	68.74	54,444.86	68.61
	小计	79,155.96	100	138,028.04	100	116,067.70	100	79,357.88	100

3、信用政策存在差异

比亚迪的信用政策为对账后 60 天内支付 3/6 个月迪链凭证，而吉利汽车的信用政策为对账后 60 天内支付现金或银承，吉利汽车销售的回款更及时，相应提高了吉利汽车向公司采购的议价能力。

综上，报告期内公司向不同客户销售产品的毛利率存在波动，主要系产品结构以及双方合作情况所影响，不同客户的毛利率波动和差异具有合理性。

（三）结合前述情况补充论证发行人与主要客户的交易公允性

1、主要客户产品销售价格

报告期内，公司向比亚迪汽车、吉利汽车销售收入合计 136,601.65 万元、240,392.23 万元、327,443.72 万元和 140,149.18 万元，合计占公司销售收入的比率为 87.52%、94.04%、97.02%和 98.35%。

汽车内外饰件产品具有定制化特点，公司根据客户具体车型、产品及技术参数等要求进行设计和生产，不同型号车型、不同部位的内外饰件产品、技术参数等存在差异，导致产品价格不同。

公司对报告期内主要产品不同客户间价格进行了对比，由于不同客户的车型、不同部位的内外饰件产品、技术参数等存在差异，相同类型的内外饰件产品价格存在差异，但整体差异合理，详见本回复问题 3 之“六、（二）1、销售价格是否公允”。

报告期内，公司对主要客户的交易具有公允性。公司与主要客户不存在关联关系，招标定点过程公开、公平、公正，在定价机制方面公司与主要客户的产品

定价具有公允性；报告期内，公司对主要客户销售单价变动受产品结构变化、年降政策及原材料价格变动等因素影响，变动具有合理性；报告期内，主要客户的毛利率差异和变动情况具有合理性。

2、价格年降及销售返利对价格变动的影响

根据行业惯例，在产品进入批量供货阶段后，随着订单的增加、生产工艺改善，规模效应逐渐显现，生产效率也会有所提高，单位生产成本会相应降低。主要客户每年会与公司就老产品的销售价格进行谈判，综合产品采购量、配件变动、原材料成本变动、工艺技术要求及同类产品竞争对手情况等因素协商确定年降幅度。报告期内，公司大部分老产品均执行了年降政策，年降幅度在 3%-6%，年降幅度较为稳定。

年降政策是汽车制造业的行业惯例，同行业的年降政策情况具备相似性。近期汽车零部件制造业审核案例中关于年降政策情况描述如下：

公司名称	所属板块	所属行业	主要产品	年降比例	信息来源
上海通领汽车科技股份有限公司	北交所	汽车零部件及配件制造	门板饰条、主仪表饰板、中控饰板等	报告期各期，年降金额占公司主营业务收入的比例分别为 2.53%、1.81%、2.40%和 1.99%	招股说明书
常州通宝光电股份有限公司	北交所	汽车零部件及配件制造	LED 车灯模组、驱动控制器、车灯总成、EPS 控制器、充配电总成等	公司主要客户的年降幅度均为 5% 以下	公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复
广西双英集团股份有限公司	北交所	汽车零部件及配件制造	公司产品主要分为汽车座椅、汽车内外饰件、模具	报告期内，年降产品综合年降幅度在 3%-6% 之间	公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复
广东富强科技股份有限公司	深交所主板	汽车零部件及配件制造	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成和机舱护板总成等五大类产品	报告期内，主要产品年降幅度在 2%-6% 之间	首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函之回复报告
河北世昌汽车部件股份有限公司	北交所	汽车零部件及配件制造	汽车燃料系统的研发、生产和销售，主要产品为汽车塑料燃油箱总成	报告期内，发行人大部分既有产品均执行了年降政策，年降幅度一般为 2%-6%	公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复

如上表所示，公司与同行业公司对整车厂客户执行的年降幅度基本一致，其中销售返利一般是作为价格年降的组成部分。因此，公司的价格年降及销售返利符合行业惯例，具有合理性。

报告期内，比亚迪价格年降对产品价格的影响详见本回复问题 2 之“一、(三) 结合年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整、新老产品结构变化等因素量化分析对比亚迪销售单价下降的原因，说明报告期后产品价格是否有进一步下降空间，说明持续降价对公司经营业绩的影响”；吉利汽车价格年降及销售返利对产品价格的影响详见本回复问题 2 之“三、(一) 2、量化分析返利政策对各期主要客户主要产品销售单价的具体影响”。

报告期内，公司大部分老产品执行了年降政策，老产品的平均售价呈小幅下降趋势，与年降政策相匹配。详见《关于乔路铭科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》问题 5 之“二、(一) 1、各期新产品与老产品的销量、销售收入及占比和变动原因”。

3、新老产品结构变动对产品价格的影响

在新产品量产后，随着订单的增加、生产工艺改善，规模效应逐渐显现，生产效率也会有所提高，单位生产成本相应降低。因此汽车零部件行业在项目量产后，通常会存在一定期限和幅度的价格下降。

报告期各期，公司主要客户新产品的平均售价一般高于老产品的平均售价；不同期间，主要客户老产品受年降政策的影响，总体呈小幅下降趋势。由于具体产品结构差异，存在报告期内老产品平均售价略有上涨或新产品平均售价低于老产品售价的情况。详见《关于乔路铭科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》问题 5 之“二、(一) 1、各期新产品与老产品的销量、销售收入及占比和变动原因。”

4、原材料价格变动对产品价格的影响

公司主要原材料为大宗商品塑料粒子。公司产品价格以成本加成原则作为报价基础，主机厂与公司商定产品价格时，相应考虑了原材料价格下降对产品价格的影响，同时原材料降价又消化了产品年降的负面影响。报告期内，公司产品价

格与大宗原材料价格变动情况基本一致，整体原材料成本呈现下降的趋势，成为主机厂与公司协商价格年降的考虑因素之一。

报告期内，公司主要原材料塑料粒子（PP（聚丙烯）、ABS）的价格走势情况如下：



数据来源：同花顺iFinD

5、对主要客户的产品毛利率差异和变动具有合理性

报告期内，公司对主要客户比亚迪和吉利汽车的产品毛利率差异和变动情况具有合理性，详见本回复问题 2 之“三、（二）列示各期发行人向主要客户销售产品的毛利率情况，分析不同客户毛利率差异原因及合理性”。

同时，对比公司与可比上市公司毛利率水平，公司毛利率总体处于行业合理水平，具体情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
宁波华翔	15.16%	16.60%	17.02%	17.04%
新泉股份	18.09%	19.64%	20.05%	19.73%
模塑科技	19.58%	18.09%	17.39%	17.62%
常熟汽饰	15.40%	15.33%	20.45%	21.66%
峰璟股份	29.52%	29.52%	29.02%	28.09%
神通科技	23.61%	18.53%	19.41%	19.52%
一彬科技	16.14%	20.15%	21.90%	20.99%

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
平均数	19.64%	19.69%	20.75%	20.66%
乔路铭	23.39%	21.82%	21.80%	21.74%

6、定价机制

公司主要客户一般通过招标定点的方式确定具体车型配套内外饰件的供应商以及产品价格，供应商的产品报价一般以技术方案为基础，结合预计生产成本、合理利润确定。报告期内公司客户以比亚迪汽车、吉利汽车、蔚来汽车、东风岚图等国内排名靠前的整车制造企业为主，参与上述客户招标定点的供应商包括公司及同行业的其他知名企业。公司通过与竞争对手在技术方案、产品报价、供应能力等方面的竞争获得项目定点，产品报价经过客户审核确认。公司与主要客户不存在关联关系，招标定点过程公开、公平、公正，在定价机制方面公司与主要客户的产品定价具有公允性。

此外，中介机构对于报告期内发行人主要客户进行了实地走访，通过访谈，向主要客户确认其向发行人的交易定价遵循市场价格，具备市场公允性。

综上所述，发行人与主要客户的定价机制以及相关价格年降、销售返利符合行业惯例，发行人向主要客户销售价格变动具有合理性，对主要客户的产品毛利率差异和变动具有合理性。因此，发行人与主要客户的交易具有公允性。

四、进一步分析业绩增速高于可比公司的合理性

（一）逐一系列示报告期内可比上市公司的客户构成、客户整车销量增长情况、传统燃油车和新能源车的比重，进一步分析发行人 2022 年至 2024 年业绩增速高于可比公司的合理性

报告期内，公司各可比上市公司的客户构成、客户整车销量增长情况、传统燃油车和新能源车的比重等情况具体如下：

1、客户构成

根据公开披露资料，各可比上市公司披露的客户情况具体如下：

公司名称	客户情况
------	------

公司名称	客户情况
宁波华翔	1、传统主机厂： 上汽大众、一汽大众、一汽集团、奔驰、宝马、奥迪、丰田、通用、沃尔沃、福特、捷豹路虎等 2、自主品牌和新能源汽车： T 车厂、比亚迪、赛力斯、奇瑞、吉利、小米、理想、蔚来、小鹏、零跑等新势力
新泉股份	1、商用车客户： 一汽解放、北汽福田、陕西重汽、中国重汽、东风汽车等 2、乘用车客户： 吉利汽车、奇瑞汽车、理想汽车、上海汽车、一汽大众、上海大众、广汽集团、比亚迪、蔚来汽车、小米汽车、长安福特、江铃福特、长城汽车、国际知名品牌电动车企业等
模塑科技	1、传统汽车客户： 宝马、北京奔驰、上汽奥迪、上汽通用、上汽大众、奇瑞捷豹路虎、沃尔沃、北京现代、神龙汽车、长安汽车、长城汽车、吉利汽车等 2、新能源客户： 北美知名电动车企、理想、比亚迪、赛力斯、国内新锐电动车企、蔚来、小鹏、极氪、智己、飞凡、岚图等
常熟汽饰	一汽大众、一汽奥迪、北京奔驰、华晨宝马、沃尔沃、奇瑞捷豹路虎、一汽红旗、长城汽车、广汽、奇瑞、吉利、上汽通用、蔚来、理想、小鹏、零跑、小米、北汽新能源、广汽新能源及国际知名新能源车企等
峰璟股份	一汽大众、一汽轿车、华晨宝马、北京奔驰、捷豹路虎、沃尔沃、上汽通用、上汽集团、上汽大众、长安福特、吉利、长城以及市场头部新能源汽车厂等知名整车厂商
神通科技	一汽大众、日产、宝马、北京现代、上汽大众、吉利控股、广汽集团、奇瑞捷豹路虎、东风公司、长城汽车等知名整车厂及延锋汽车饰件、佛吉亚、李尔、恩坦华等国内外知名汽车零部件企业
一彬科技	吉利汽车、广汽丰田、东风本田、李尔、广汽本田、广州小鹏、比亚迪、东风汽车、长安福特、诺博汽车、奇瑞汽车、一汽丰田、北京奔驰、华晨宝马等
公司	吉利汽车、比亚迪、零跑汽车、蔚来汽车、东风岚图、赛力斯、上汽集团、一汽集团、一汽大众、奇瑞汽车

注：来自可比上市公司公开披露资料。

最近三年，各可比上市公司前五大客户占比及明细情况具体如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	前五大客户占比	明细情况	前五大客户占比	明细情况	前五大客户占比	明细情况
宁波华翔	33.12%	一汽大众：16.03% 上汽大众：6.32%	38.74%	一汽大众：19.60% 上汽大众：8.52%	46.65%	大众：31.91% T 车厂：4.08%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	前五大客户占比	明细情况	前五大客户占比	明细情况	前五大客户占比	明细情况
		丰田：3.91%		奔驰：3.87%		奔驰：4.06%
		奔驰：3.67%		宝马：3.45%		丰田：3.91%
		宝马：3.19%		T 车厂：3.30%		南昌江铃：2.69%
新泉股份	74.55%	客户 1：22.57%	70.73%	客户 1：21.33%	76.95%	吉利汽车：26.49%
		客户 2：20.39%		客户 2：19.10%		国际知名品牌电动车企业：25.14%
		客户 3：17.49%		客户 3：16.13%		奇瑞汽车：16.41%
		客户 4：11.17%		客户 4：9.41%		上汽集团：5.35%
		客户 5：2.94%		客户 5：4.76%		比亚迪：3.57%
模塑科技	59.56%	客户 1：27.84%	62.05%	客户 1：24.67%	62.86%	客户 1：23.26%
		客户 2：14.46%		客户 2：13.28%		客户 2：14.58%
		客户 3：6.42%		客户 3：13.03%		客户 3：12.95%
		客户 4：5.91%		客户 4：6.71%		客户 4：6.06%
		客户 5：4.91%		客户 5：4.36%		客户 5：6.01%
常熟汽饰	58.86%	未披露	49.45%	未披露	48.39%	未披露
峰璟股份	56.95%	客户 1：27.79%	57.91%	客户 1：27.82%	62.29%	客户 1：31.19%
		客户 2：10.94%		客户 2：9.39%		客户 2：9.67%
		客户 3：8.50%		客户 3：9.07%		客户 3：8.36%
		客户 4：4.92%		客户 4：6.07%		客户 4：7.20%
		客户 5：4.80%		客户 5：5.56%		客户 5：5.87%
神通科技	61.79%	未披露	70.85%	未披露	73.65%	上汽集团与通用合营企业：28.72%
						中国第一汽车股份有限公司：17.89%
						上海汽车集团股份有限公司：12.84%
						大众汽车股份公司：9.77%
						A 客户：4.44%
一彬科技	52.33%	吉利汽车：13.96%	58.99%	东风本田：13.30%	57.77%	广汽丰田：14.09%
		广汽丰田：10.73%		广汽丰田：13.24%		东风汽车：13.77%
		比亚迪：10.07%		吉利汽车：11.90%		东风本田：11.20%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	前五大客户占比	明细情况	前五大客户占比	明细情况	前五大客户占比	明细情况
公司	99.48%	李尔：8.95%	98.97%	李尔：10.39%；	97.57%	吉利汽车：10.63%
		东风本田：8.62%		东风汽车：10.16%		李尔：8.08%
		比亚迪：54.89%		比亚迪：47.69%		吉利汽车：51.10%
		吉利汽车：42.13%		吉利汽车：46.35%		比亚迪：36.42%
		蔚来汽车：1.98%		蔚来汽车：3.73%		威马汽车：6.32%
零跑汽车：0.29%	集度汽车：0.65%	蔚来汽车：2.42%				
东风岚图：0.19%	零跑汽车：0.56%	东风岚图：1.31%				

注 1：2025 年 1-6 月可比公司前五名客户占比及明细情况均未披露，故未列示。

注 2：来自可比上市公司公开资料。

报告期内，各可比上市公司整体客户集中度较高，区间约为 33% 至 75%。

2、客户整车销量增长情况

报告期各期，国内整车销量前十大乘用车品牌销量增长情况如下：

单位：%

销量排名	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	主机厂	同比增速	主机厂	同比增速	主机厂	同比增速	主机厂	同比增速
1	比亚迪	31.5	比亚迪	41.1	比亚迪	61.8	比亚迪	153.5
2	吉利汽车	47.3	奇瑞汽车	41.0	一汽大众	2.6	一汽大众	0.0
3	奇瑞汽车	14.8	吉利汽车	32.0	奇瑞汽车	55.0	吉利汽车	7.9
4	长安汽车	3.8	长安汽车	3.4	吉利汽车	17.7	长安汽车	15.6
5	一汽大众	-1.1	一汽大众	-13.5	长安汽车	15.0	上汽大众	6.3
6	上汽通用五菱	50.5	上汽大众	-5.5	上汽大众	-8.0	上汽通用	-12.1
7	上汽大众	-3.9	长城汽车	2.7	长城汽车	16.7	奇瑞汽车	32.7
8	长城汽车	1.3	特斯拉中国	-3.3	上汽通用	-14.5	上汽通用五菱	5.6
9	一汽丰田	21.1	上汽通用五菱	8.3	上汽乘用车	16.6	广汽丰田	21.4
10	上汽乘用车	9.4	一汽丰田	-2.7	广汽丰田	-5.5	东风日产	-14.8

注：资料来自乘联会，由于各期销量前十大主机厂存在差异，部分主机厂可比期间数据无法取得，故直接采用乘联会公开资料中列示的同比增速数据。

根据乘联会数据显示，乘用车行业前十名主机厂市场占有率约为 60%，市场

集中度较高。其中，比亚迪、吉利汽车及奇瑞汽车在整体销量基数较大的基础上近几年保持了较高增长速度。

3、传统燃油车和新能源车的比重情况

根据公开披露资料，各可比上市公司报告期内传统燃油车和新能源车的比重情况具体如下：

公司名称	传统燃油车和新能源车的比重
宁波华翔	未披露
新泉股份	未披露
模塑科技	仅披露 2023 年度新能源汽车零部件收入占比为 29.43%
常熟汽饰	2025 年 1-6 月公司新能源销售占总销售比例达 51.15% 2024 年公司新能源销售占总销售比例达 39.54% 2023 年公司新能源销售占总销售比例已达 32.90% 2022 年公司新能源销售占总销售比例达 31%
峰璟股份	未披露
神通科技	2023 年公司新能源销售占总销售比例达 15.32% 2022 年公司新能源销售占总销售比例已达 11.04%
一彬科技	2024 年新能源销售占总销售比例为 16.39% 2023 年新能源销售占总销售比例为 3.57%
公司	2025 年 1-6 月新能源销售占总销售比例达 70.14% 2024 年新能源销售占总销售比例达 72.51% 2023 年新能源销售占总销售比例达 64.65% 2022 年新能源销售占总销售比例达 51.96%

注：资料来自可比上市公司公开资料。

结合前述各可比上市公司客户结构及传统燃油车和新能源车的比重情况，除新泉股份、常熟汽饰外，其他可比上市公司的客户结构呈现传统燃油车为主、新能源车为辅，或者两者并重的特征。

综上，公司 2022 年至 2024 年业绩增速高于可比公司的主要原因系：

(1) 除新泉股份、常熟汽饰外，其他可比上市公司的客户结构呈现传统燃油车为主、新能源车为辅，或者两者并重的特征。根据 iFind 数据显示，2020 年至 2024 年，我国汽车销量由 2,531.1 万辆增长至 3,143.6 万辆，年均复合增长率为 5.57%；我国新能源汽车销量由 132.98 万辆增长至 1,285.90 万辆，复合年均增长率为 76.34%，市场渗透率提升至 40.91%。整车行业持续发展，其中新能源汽

车加速渗透，保持高速增长态势。公司与行业高成长客户比亚迪、吉利汽车合作，获取了大量订单，实现销售规模快速提升，并高于可比公司平均水平。

（2）最近三年，同行业可比公司宁波华翔、新泉股份、模塑科技、常熟汽饰、峰璟股份、神通科技及一彬科技前五大客户销售占比区间为 33%至 75%，整体低于公司。作为非上市公司，公司可调配的各类资源相对有限，因此采取“集中资源攻坚行业重点龙头客户”的战略，且公司两大核心客户吉利汽车、比亚迪在报告期内取得了远超行业平均水平的销量增速，公司与核心客户共同成长，实现业绩快速增长。

(二) 说明 2022 年至 2024 年发行人第四季度收入占比高于可比上市公司平均水平的原因，列示发行人第四季度收入的月份分布情况，是否集中于 12 月份及合理性

1、说明 2022 年至 2024 年发行人第四季度收入占比高于可比上市公司平均水平的原因

2022 年至 2024 年，公司及可比上市公司各个季度的营业收入占比情况具体如下：

单位：%

项目	2024 年度				2023 年度				2022 年度			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
宁波华翔	21.59	22.47	24.84	31.10	19.95	23.99	26.67	29.39	21.38	20.14	29.73	28.76
模塑科技	25.36	24.38	23.82	26.45	20.27	24.20	25.68	29.85	20.21	21.12	27.84	30.83
新泉股份	22.97	23.50	25.94	27.58	20.55	23.26	25.41	30.77	21.45	19.05	27.46	32.04
峰璟股份	26.87	25.21	24.65	23.27	21.41	24.97	26.43	27.19	26.12	18.04	28.34	27.51
常熟汽饰	18.69	23.18	24.06	34.08	18.37	21.66	26.84	33.13	18.61	23.31	28.49	29.59
神通科技	21.63	26.34	21.66	30.37	18.19	23.45	22.60	35.76	22.78	18.67	28.11	30.44
一彬科技	21.81	25.20	24.72	28.26	19.66	24.97	23.93	31.45	21.70	22.96	27.87	27.46
可比公司平均	22.70	24.33	24.24	28.73	19.77	23.79	25.37	31.08	21.75	20.47	28.26	29.52
公司	17.96	23.29	25.41	33.34	17.85	19.98	25.37	36.80	14.64	21.32	26.11	37.93

由上表可知，2022 年度至 2024 年度，同行业可比公司均呈现第四季度销售收入占比较高的情形，主要原因系，汽车零部件行业的生产和销售受下游整车行业影响较大，汽车整车厂通常提前备货并在年底和农历春节前后加大市场销售力度，相应地，汽车零部件企业一般第四季度销售规模较大，符合行业惯例。

2022 年度至 2023 年度，公司第四季度营业收入占比略高于同行业可比水平，但呈现逐步下降的趋势，2024 年度处于可比公司覆盖区间内，整体与同行业可比公司相比不存在重大差异。存在该等差异的主要原因系，公司近年来业绩增长幅度较大并高于可比公司，考虑汽车零部件行业销售实现往往集中于第四季度，导致公

司第四季度销售占比相对较大。但伴随公司业绩增速逐步回落，相关差异亦逐步减小。

具体地，公司 2022 年度第四季度销售占比较高的原因系，当年公司配套比亚迪产品四季度开始逐步放量，导致年末结算金额增长较大；2023 年度销售占比较高的主要原因系，2023 年公司对比亚迪的销售收入激增，增幅达 114.47%，并受比亚迪内部价格审批流程复杂度等因素导致的结算周期拉长影响，年末销售金额占比整体较高。

2、列示发行人第四季度收入的月份分布情况，是否集中于 12 月份及合理性

2022 年度至 2024 年度，公司第四季度收入的月份分布情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
十月	40,221.26	35.69	23,526.75	25.05	14,202.12	23.94
十一月	34,287.85	30.42	29,355.76	31.26	22,233.52	37.48
十二月	38,192.36	33.89	41,019.10	43.68	22,878.79	38.57
合计	112,701.48	100.00	93,901.62	100.00	59,314.44	100.00

2022 年度至 2024 年度，十二月形成的销售金额分别为 22,878.79 万元、41,019.10 万元及 38,192.36 万元，占比分别为 38.57%、43.68% 及 33.89%，其中，2022 年度十一月及十二月销售收入占比较高，2023 年度十二月销售收入占比较高。

公司 2022 年度十一、十二月销售金额占比较高的主要原因系，当年公司配套比亚迪产品四季度开始逐步放量，导致年末结算金额增长较大；2023 年度十二月销售金额占比较高的主要原因系，2023 年公司对比亚迪的销售收入激增，增幅达 114.47%，并受比亚迪内部价格审批流程复杂度等因素导致的结算周期拉长影响，年末销售金额占比整体较高。

报告期内，公司存在暂估收入的情形，但暂估差异金额占各期营业收入的比率为-0.16%、-0.08%、-0.29%和-0.10%，总体差异较小，且公司各年度暂估收入金额

相对谨慎，未对收入确认的准确性构成重大不利影响，具体情况见本问询回复问题4之“一、（二）3、是否存在暂估确认收入的情形，如是，列示报告期各期暂估与实际入账金额及差异”。并且，公司期后回款情况良好。

综上所述，受下游整车消费市场影响，公司所处行业存在销售集中于年末的情形，由于公司业绩增速较快，导致第四季度销售比例稍高于可比公司平均水平，但伴随业绩增长趋于稳定，公司第四季度收入占比逐步降低。此外，由于公司自2022年末销售规模开始快速扩大及核心客户结算周期延长等因素综合影响，公司2022年度及2023年度存在十二月销售收入占比较高的情形，具有合理性。

（三）说明发行人2025年1-6月业绩增速变缓且低于可比上市公司平均水平的原因及合理性

单位：万元、%

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	营业收入	增长率	营业收入	增长率	营业收入	增长率	营业收入
宁波华翔	1,287,918.15	10.89	2,632,448.08	13.07	2,328,244.98	18.09	1,971,636.57
新泉股份	745,917.79	21.01	1,326,378.90	25.46	1,057,188.36	52.19	694,669.50
模塑科技	339,883.43	-4.24	713,613.03	-18.18	872,154.30	13.81	766,356.66
常熟汽饰	278,010.43	17.18	566,709.75	23.23	459,865.73	25.45	366,567.22
峰璟股份	141,842.97	-12.00	309,480.15	-14.06	360,091.99	0.63	357,841.90
神通科技	81,572.69	22.46	138,866.64	-15.22	163,793.26	14.63	142,883.68
一彬科技	92,821.30	-9.59	218,394.67	5.40	207,205.10	11.31	186,159.23
可比公司平均	423,995.25	9.90	843,698.75	8.39	778,363.39	21.45	640,873.54
公司	142,498.89	2.43	337,491.17	32.02	255,640.38	63.79	156,074.62
项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	净利润	增长率	净利润	增长率	净利润	增长率	净利润
宁波华翔	59,957.80	27.09	92,001.88	-1.60	93,501.88	3.27	90,542.40
新泉股份	41,547.52	1.20	96,905.24	20.46	80,444.90	73.68	46,317.87
模塑科技	24,193.56	-26.12	51,798.70	13.68	45,565.23	14.18	39,906.38
常熟汽饰	17,372.71	-29.71	36,841.40	-31.92	54,111.41	18.80	45,546.83

峰璟股份	10,657.41	-48.23	35,170.38	-27.98	48,836.05	13.11	43,173.96
神通科技	6,142.79	114.82	-3,608.02	-167.23	5,366.62	61.13	3,330.72
一彬科技	-3,105.41	-206.44	2,277.35	-73.41	8,566.03	-15.81	10,174.31
可比公司平均	22,395.20	-8.89	44,483.85	-7.43	48,056.02	20.57	39,856.07
公司	19,524.88	10.67	41,143.28	40.85	29,210.65	97.84	14,764.81

注：表中列示的净利润系扣除非经常性损益后的归属于母公司净利润。

最近一期，公司营业收入为 142,498.89 万元，同比增长 2.43%，低于可比公司平均增长率；扣除非经常性损益后的归属于母公司净利润（以下简称“扣非净利润”）为 19,524.88 万元，同比增长 10.67%，高于可比公司平均增长率。总体来看，公司营业收入、扣非净利润分别位于可比公司-5%至 23%、-207%至 28% 区间内，与可比公司相比不存在重大差异。

最近一期，公司营业收入增长率整体位于行业中位数水平，公司营业收入增速放缓并低于可比上市公司平均水平的主要原因系，公司拥抱吉利汽车、比亚迪汽车等行业高成长客户，前期业绩实现高速增长，经营规模快速扩大。最近一期，虽然公司在开拓新客户、新产品等方面取得一定进展，但存在对比亚迪销售收入增长速度下滑的情形，导致整体业绩增速相较此前有所下降。

综上所述，公司最近一期营业收入增速放缓并低于可比上市公司平均水平，具有合理性。

（四）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、定点项目开发进度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

针对汽车内外饰件行业市场容量大、市场集中度不高的特点，公司结合自身业务定位及发展阶段，立足于服务国内汽车市场，持续打磨产品与技术，做专做精汽车饰件产品，抓住新能源汽车快速发展、自主品牌加速崛起机遇期，紧跟汽车内外饰件产品轻量化、舒适化、美观化趋势，承接配套自主品牌车型、中高端车型及新能源车型项目逐年增多，销售规模及经营业绩呈稳步增长趋势，公司经营业绩具备

持续增长潜力。具体情况如下：

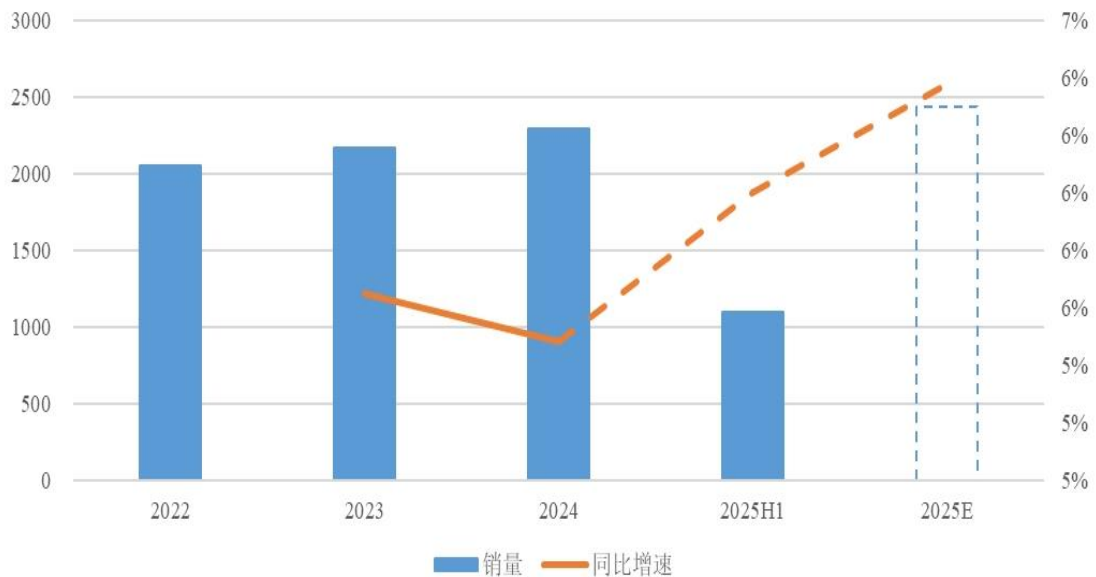
1、市场需求及变化趋势

(1) 我国汽车产业近年来持续增长，行业景气度处于较高水平

2024 年以来，汽车工业已成为我国第一大支柱产业，在国家工业体系中占据着举足轻重的战略地位。为促进产业高质量发展，国务院及相关部门相继颁布实施《汽车产业中长期发展规划》《汽车产业投资管理规定》《新能源汽车产业发展规划（2021-2035）》等政策，标志着政策支持力度达到新高度。这些政策从技术创新、产业升级、国际竞争力提升等多个维度构建了系统性的支持体系。

在政策引导下，近年来我国汽车产业保持良好的增长趋势。2022 年至 2024 年，我国汽车产量分别为 2,702.10 万辆、3,016.10 万辆、3,128.20 万辆，我国汽车销量分别为 2,686.40 万辆、3,009.40 万辆、3,143.60 万辆，已连续 16 年位居全球第一。公司的主要产品主要面向乘用车市场，乘用车作为当下家庭为满足日常出行和提升生活质量的主要耐用消费品之一，是我国汽车市场的主要组成部分。2022 年度至 2024 年度，我国乘用车零售销量由 2,054 万辆增长至 2,289 万辆，年均复合增长率为 5.57%。根据乘联会预测，2025 年上半年在国家和地方政府鼓励汽车消费、提振经济的多重利好政策加持下，预计 2025 年度乘用车销量将达到 2,435 万辆，同比增长 6.38%，保持持续增长趋势。

2022-2025 年中国乘用车零售销量、增速变化及预测情况（单位：万辆）



资料来源：乘联会

根据公安部发布的数据，截至 2024 年底，我国机动车保有量达到 4.53 亿辆，但由于人口基数较大，我国千人汽车保有量仅为 321.67 辆，根据 OICA 数据显示，2023 年新西兰、美国、波兰、意大利、澳大利亚千人汽车保有量分别为 869 辆、860 辆、761 辆、756 辆及 737 辆，我国与发达国家相比仍有较大差距。庞大的汽车保有量不仅反映了我国汽车产业的快速发展，也表明了我国人民对汽车出行需求的不断增加。然而与发达国家相比，我国的汽车普及率仍然相对较低，这意味着未来我国汽车市场仍有较大增长空间，加上中国汽车保有量巨大带来的以旧换新需求，以及汽车排放标准的不断升级，中国汽车存量市场具有较大的增长动力。

汽车产业正迎来增量和存量市场双重驱动下的广阔发展机遇。一方面，随着新能源汽车渗透率不断提升、消费升级持续深化，新车市场保持稳健增长；另一方面，我国汽车保有量较高但人均保有量较主要发达国家偏低，意味着仍存在庞大的增量及存量市场空间。下游整车行业持续保持高景气度的发展趋势，为汽车饰件行业带来可持续的增长动力。

(2) 新能源汽车增长速度远超整车市场的整体增长速度，渗透率有望进一步提升

汽车行业绿色低碳发展已成共识，在政策和市场的双重作用下，我国新能源汽车近年来实现高速发展，是下游整车市场持续增长的主要因素。2024 年我国新能源汽车产销分别完成 1,288.8 万辆和 1,286.6 万辆，分别同比增长 34.4% 和 35.5%，渗透率达到 40.9%。根据乘联会预测，受益于以旧换新和报废更新补贴等政策延续，2025 年国内新能源乘用车零售量将达到 1,330 万辆，增长约 20%，渗透率达 57%。伴随新能源汽车市场发展，消费者接受度不断提高，新能源汽车销量有望保持高速增长态势。

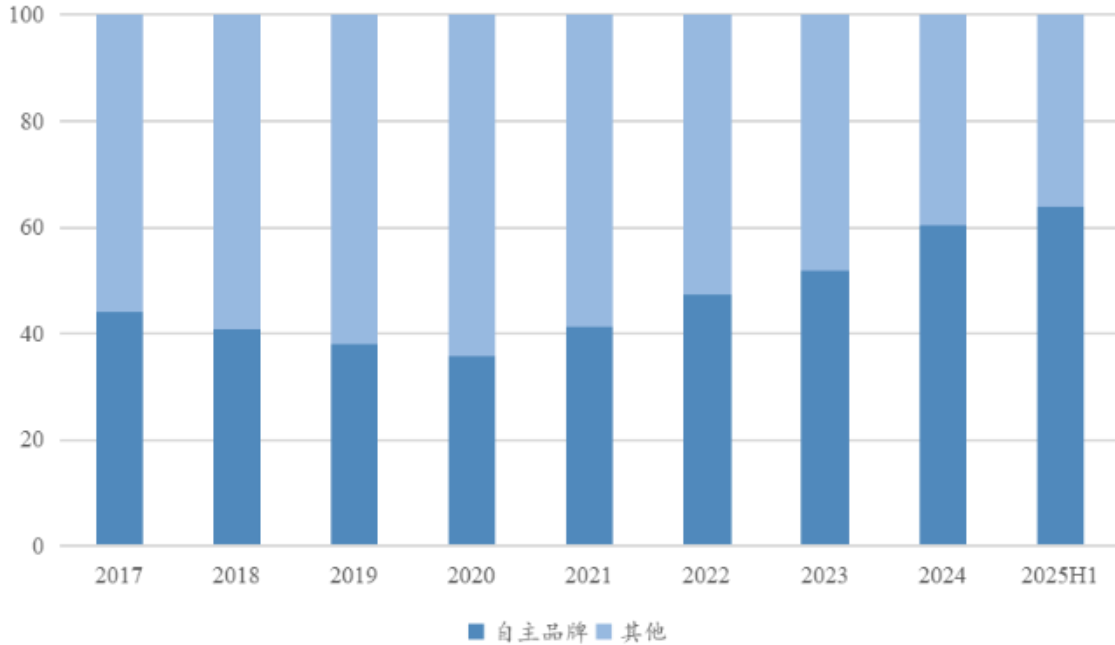
根据国际能源署（IEA）预计，在既定政策情景下，到 2030 年，全球电动汽车的销量将达到近 4,500 万辆，到 2035 年将接近 6,500 万辆，2035 年全球电动汽车销量相较于 2023 年的约 1,400 万辆年均复合增长率超过 10%。根据国际数据公司（IDC）预测，2028 年中国新能源乘用车市场规模将超过 2,300 万辆，年复合增长率为 22.8%。

公司准确把握时代发展趋势，配套车型以新能源车型为主，为公司快速发展及未来持续增长奠定了坚实基础。未来，公司将不断加大新能源领域汽车内外饰件产品的研发投入，顺应产业的发展趋势，积极把握新的产业发展方向，为公司持续发展提供充分保障。

（3）下游整车行业市场集中度高，龙头主机厂业绩分化明显且中国品牌乘用车市场份额不断提升

我国乘用车行业的市场竞争格局正呈现出前所未有的复杂性与动态性特征。传统燃油车时代由跨国车企主导的稳定格局已被彻底打破，市场进入自主品牌快速崛起的新阶段。一方面，德、日、美系合资品牌虽凭借其深厚的制造底蕴、成熟的供应链体系与广泛的渠道网络仍保有相当的市场份额，但其主导地位正持续受到挑战。另一方面，以比亚迪、吉利汽车等为代表的国内自主品牌强势崛起，依托其在新能源汽车领域的先发优势，实现了市场份额的快速扩张。与此同时，蔚来汽车、零跑汽车等造车新势力凭借差异化的产品定位和创新的用户生态模式，在高端细分市场占据一席之地。

2017-2025 年中国乘用车销量自主品牌市占率情况



资料来源：中国汽车工业协会

在自主品牌加速崛起的背景下，公司凭借紧贴主机厂的快速响应与协同优势、成熟产业链带来的成本控制能力，不断深化技术积累和品质提升，推动生产效率持续提升，正逐步成为具有行业竞争力的汽车饰件厂商，收入增长具有可持续性。

(4) 我国蝉联全球汽车出口第一，新能源汽车成为“中国制造”出海新名片

根据中国汽车工业协会数据，从 2018 年到 2020 年，中国汽车出口量徘徊在 100 万辆上下。2021 年，我国汽车出口量同比涨幅达 101%，首次突破 200 万辆；近年来，我国汽车出口量仍呈现快速提升的趋势，2022 年至 2024 年，我国汽车出口量分别为 310.5 万辆、485.4 万辆及 584.7 万辆，同比增长率分别为 54.9%、56.3% 及 20.5%。汽车生产和出口虽然受到宏观经济波动的影响，但仍延续了增长势头。我国汽车出口量增长主要受益于海外市场开拓及国产新能源车影响力增强，显示了国产汽车在国际市场上竞争力的提升。2025 年上半年，我国汽车出口市场表现亮眼，出口量达到 308.3 万辆，同比增长 10.4%。其中新能源汽车出口量达到 106.0 万辆，同比增长 75.2%，占汽车总体销量比重达到 34.4%，成为“中国制造”出海

新名片。

在整车行业全球竞争格局中，经过多年的产品布局、技术创新，以吉利汽车、比亚迪为代表的行业领先企业快速增长，进入规模化快速发展阶段，实现了产品的全面爆发，增速远超行业平均水平，已逐步发展成为全球整车行业领先企业。根据中国汽车报统计数据，2024年比亚迪与吉利汽车销量均进入全球前十，分别位列第7名、第10名。其中，在新能源汽车领域，比亚迪销售量位列全球第一。

公司进入吉利汽车、比亚迪等优质客户的供应体系后，依托客户在汽车整车市场的优势，获取大量订单，大幅提升了盈利水平和市场竞争力。并且，与知名整车厂商的业务合作关系增加了公司的市场认可程度，为公司开发其他客户提供了支持。截至本回复出具日，公司已与东风岚图、蔚来汽车、零跑汽车、赛力斯汽车、一汽大众、上汽集团等多个主机厂知名品牌达成合作，将成为今后汽车饰件产品收入的重要来源。

2、行业竞争格局

汽车内外饰件行业由于涉及部件品种较多，制造工艺技术要求多样，不同内外饰件涉及的制造工艺存在较大差异，内外饰件行业的单一企业难以布局所有细分产品，使得行业内企业整体较为分散。目前我国汽车内外饰件一级供应商主要包括三类：（1）外资在国内的合资企业及主机厂下属零部件供应商；（2）中大型独立民营企业如宁波华翔、新泉股份、常熟汽饰、模塑科技、一彬科技、乔路铭等上市或拟上市企业，该类企业凭借研发能力、响应速度、服务质量等优势占据了一定的市场地位；（3）小型民营企业，该类企业数量较多，因自身研发、生产能力等限制，市场份额相对分散。

伴随自主品牌汽车的快速发展，以及内外饰件企业服务能力的逐步增强，独立的民营企业在行业内的竞争地位逐步上升。对于具备整车厂配套能力的大中型内外饰件企业而言，配合自主品牌的发展战略，凭借自身较强的同步开发能力，积极融入自主品牌的正向开发体系，推进国产汽车的转型升级，将强化与主机厂的黏性，

从而在汽车产业链中占据更为有利的地位。公司与同行业可比公司主要产品、成长性 & 市场地位等情况具体如下：

公司简称	主营业务/主要产品	主要客户	2022-2024 年 度营业收入年 均复合增长率	全球/国 内市场 占有率
宁波华翔	汽车装饰条、主副仪表板、门板、立柱、顶棚等汽车饰件及金属件、电子件等	一汽集团、丰田、宝马、奔驰、福特、通用、沃尔沃、捷豹路虎等高端传统汽车，也包含 T 车厂、比亚迪、蔚来、小鹏、RIVIAN 新能源主流车企	15.81%	1.98% /4.99%
新泉股份	仪表板总成、顶置文件柜总成、门内护板总成、立柱护板总成、流水槽盖板总成和保险杠总成等汽车饰件	积累了诸如吉利汽车、奇瑞汽车、广汽集团、上汽集团、一汽集团、北汽福田、陕重汽、中国重汽、比亚迪以及国际知名品牌电动车企业等优质客户资源	38.18%	1.25% /3.16%
模塑科技	格栅总成、车身防擦条、轮眉、扰流板等汽车塑料饰件	已成为宝马、北京奔驰、特斯拉、上汽通用、上汽大众、奇瑞捷豹路虎、沃尔沃、北京现代、神龙汽车、蔚来、理想汽车、小鹏汽车、高合等众多知名品牌的定点厂商	-3.50%	0.65% /1.64%
常熟汽饰	门内护板总成、仪表板总成、副仪表板总成、立柱总成、行李箱总成、衣帽架总成、塑料尾门、底护板等汽车饰件	主要客户包括一汽大众、北京奔驰、华晨宝马、奇瑞捷豹路虎、上汽通用、奇瑞汽车、一汽红旗、长城汽车、北汽越野、吉利汽车等知名整车厂。在快速发展的新能源车领域，也已切入了奔驰 EQB、宝马 EV、大众 MEB、比亚迪、特斯拉、理想、小鹏、蔚来、集度、哪吒、零跑、ARCFOX、华人运通、奇瑞新能源、英国捷豹路虎、北美 ZOOX 等。	24.34%	0.59% /1.50%
峰璟股份	车门外水切、门框条、A/B/C 柱饰板、中控台总成、中控台装饰框、门把手装饰框等汽车饰件	产品用户包括一汽大众、一汽轿车、华晨宝马、北京奔驰、捷豹路虎、沃尔沃、上汽通用、上汽集团、上汽大众、长安福特、吉利、长城、比亚迪等知名整车厂商，并与头部主要新能源汽车厂取得了合作。	-7.00%	0.31% /0.78%
神通科技	门护板类、仪表板类、车身饰件等汽车饰件及汽车动力系统、光学镜片等	现已发展成为上汽通用、一汽-大众、上汽通用五菱、日产、宝马、蔚来汽车、三菱、北京现代、上汽大众、吉利控股、广汽集团、	-1.42%	0.10% /0.25%

公司简称	主营业务/主要产品	主要客户	2022-2024 年度营业收入年均复合增长率	全球/国内市场占有率
		奇瑞捷豹路虎、东风公司、长城汽车等知名整车厂的一级供应商以及延锋汽车饰件、佛吉亚、李尔、恩坦华等国内外知名汽车零部件企业的合格供应商		
一彬科技	仪表盘、副仪表盘、立柱护板、座椅件、机舱件、出风口、车内照明部件、门板及其他外饰件等汽车饰件及金属件、汽车电子件、新能源专用件及配套模具等	与东风汽车、上汽通用、吉利集团、广汽丰田、上汽大众、华晨宝马、北京奔驰、比亚迪等知名汽车企业建立了稳定的客户关系	8.31%	0.14% /0.35%
发行人	以立柱护板、后围护板、门内护板、顶盖内饰板等产品为代表的内饰件；以车身装饰件、格栅、扰流板、行李架等为代表的外饰件；汽车饰件配套模具	主要合作的整车厂商包括比亚迪、吉利汽车、东风岚图、蔚来汽车、零跑汽车等。	47.05%	0.36% /0.90%

资料来源：公司定期报告，占有率基于各可比上市公司内外饰件业务营业收入情况计算。

经过多年的经营积累，公司凭借持续的研发投入、稳定的产品质量和优质的售后服务，已发展成为吉利、比亚迪、东风岚图等诸多整车行业龙头企业的一级供应商，逐步开拓了蔚来汽车、零跑汽车、赛力斯汽车、小米汽车等知名新能源新势力整车客户，并已量产供应行业优质车企上汽集团、一汽集团及一汽大众。根据中国汽车报统计数据，2024 年公司前两大客户比亚迪与吉利汽车销量均进入全球前十，分别为第 7 名、第 10 名。其中，在新能源汽车领域，比亚迪销售量位列全球第一。目前，公司主要生产基地已覆盖吉利国内整车生产基地过半数，覆盖比亚迪国内整车生产基地超六成，极大提高了对核心客户的响应效率。

2022 年度至 2024 年度，公司营业收入从 15.61 亿元增长至 33.75 亿元，年均复合增长率为 47.05%，实现了快速扩张。根据国海证券研究报告数据显示，2023 年度全球、国内乘用车汽车饰件市场规模分别达 9,406 亿元、3,722 亿元，2024 年度公司主营业务收入为 33.64 亿元，据以测算公司汽车内外饰件销售业务占全球、

国内市场份额分别为 0.36%、0.90%。汽车内外饰件行业格局分散、集中度低，公司具有一定市场地位。

3、公司核心竞争力

公司不断强化自身核心竞争优势，在行业中形成一定市场地位，具体表现如下：

(1) 高效的技术研发和产品创新优势

随着新能源汽车市场的蓬勃兴起，整车厂商为满足消费者日新月异的需求，纷纷聚焦于新款车型的迭代升级，而汽车内外饰件的改良与优化成为其中关键之一。公司作为汽车饰件的优质供应商，内外饰件的产品种类范围广、型号数量多，丰富的产品开发和执行经验，帮助公司积累了大量技术技巧，形成了深刻的技术理解，从而能够为客户提供良好的开发、生产、测试服务。基于公司在汽车内外饰件领域丰富的项目执行经验，以及成熟的内外饰件技术研发和管理能力，可实现高效精准对接整车厂不断涌现的新需求。

公司拥有独立的研发中心、经验丰富的技术团队及完善的产品开发体系，掌握了包括双色高光注塑、低压注塑、气辅成型等特殊工艺技术，始终以最快的速度支持客户前期多元化研发及快速量产，实现对客户需求的快速响应。在模具开发方面，虽然公司主要内外饰生产模具系通过外购方式取得，但公司深度参与模具设计、开发、生产和制造过程，对于模具的工程匹配和后期管理拥有丰富的经验。公司通过模具开发为核心桥梁，构建了从研发端到制造端的一体化业务技术能力，从而在业务流程中的各个环节实现效率的提升和成本的降低，为公司新业务拓展带来积极贡献。目前，公司在售产品种类已超 3,000 多种。

公司作为浙江省企业研究院及浙江省知识产权示范单位，凭借在技术创新与研发设计上的突出表现，公司被浙江省科学技术厅和浙江省经济和信息化厅分别授予“浙江省高新技术企业研发中心”和“浙江省省级工业设计中心”。

(2) 成熟的管理体系与质量控制优势

公司高度重视产品品质，通过了 IATF16949:2016 质量管理体系认证、

GB/T45001-2020/ISO45001:2018 职业健康安全管理体系认证、GB/T29490-2013 知识产权管理体系认证、ISO14001:2015 环境管理体系标准认证、ISO9001:2015 质量管理体系认证，满足了国际汽车质量体系的要求。

公司始终将 IATF16949:2016 质量保证体系、行业相关标准及下游整车厂商的要求贯彻于研发、生产全过程，并根据汽车零部件行业质量控制的特点设计了以产品质量控制为目标、以过程质量控制为手段的质量控制管理措施。在产品开发、工艺设计、原材料采购、生产制造、质量检测等各个环节，通过设备自动化、防错等方式，实现在各环节对产品质量的有效控制，提高产品质量管理水平，确保产品质量满足下游客户的要求，取得了客户的认可。

(3) 公司持续提高生产数字化、智能化水平，规模效应逐步显现

在数字化时代，推动新一代信息技术与制造技术融合发展，着力发展智能装备和智能产品，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平，已成为国家发展战略的重点。

公司作为国家级专精特新“小巨人”企业，以及浙江省先进级智能工厂的典范，非常重视现代化和高效率的企业管理。公司不仅积极引进各类先进的自动化生产制造设备，更致力于工装设备及配套软件的自主开发，构建了更为完善、高效的自动化、智能化制造系统，形成了“内外饰件大规模定制自动化集成技术”“自动焊接技术”“自动化传感喷涂技术”“全自动伺服三维拉弯技术”“自动打胶系统技术”等核心技术，实现了生产过程控制、设备管理和质量管理、智能化计划排产、供应链管理及仓库的自动化、智能化管理等功能信息化、可视化，全方位提升了公司的智能制造水平，有效地提升效率和质量稳定性，从而降低在生产环节的成本。

为缩小市场服务半径，提升客户服务能力，及时跟进客户的生产需求同时压低运输成本，公司在报告期内快速扩张覆盖区域，先后在主要客户所在地以及全国汽车产业基地集群附近成立了十余家子公司，生产基地遍布浙江温州、浙江长兴、浙江宁波、江苏常州、湖南湘潭、陕西西安、陕西宝鸡、四川成都及河南郑州等地，直接服务吉利、比亚迪等主要整车厂商客户及长三角、华中、西南汽车产业群。目

前，公司主要生产基地已覆盖吉利国内整车生产基地过半数，覆盖比亚迪国内整车生产基地超六成，极大提高了对核心客户的响应效率。上述生产基地布局不但能够实现整车厂商及时、高效供货，满足整车厂商对供货周期、采购成本的要求，而且便于公司听取客户对产品、服务的各种反馈意见，实现产品和服务的快速响应，还可以及时了解整车厂商的新车型、新产品相关新需求，实现与整车厂商的协同发展。

(4) 公司积极拓展高价值产品板块并已取得一定成果

公司基于现有产品线布局，围绕市场需求与战略规划，通过技术研发与资源整合，在最近一期覆盖了顶棚、地毯等声学系统新品类，并进一步推动单车价值量更高的门内护板产品市场渗透率进一步提升。公司在丰富公司产品矩阵的同时进一步增强了公司盈利能力。相关产品已量产供应吉利汽车，顶棚部件取得了零跑汽车产品定点，并已与一汽大众达成了合作意向。此次产品拓展与深化不仅完善了产品体系的完整性，为客户提供了更全面的方案选择，增加了与相关客户的黏性，为公司开辟了新的业绩增量。

4、期后业绩变动情况、毛利率变动趋势

公司期后业绩变动、毛利率变动情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2025 年 1-9 月	2025 年 1-6 月	2024 年度
	金额	同比变动幅度			
营业收入	320,000.00~324,000.00	-5.18~-4.00	226,051.84	142,498.89	337,491.17
归属于母公司所有者净利润	41,700.00~43,200.00	0.07~3.67	29,883.12	20,135.48	41,671.89
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	40,500.00~42,000.00	-1.56~2.08	28,816.16	19,524.88	41,143.28
毛利率	22.00~23.00	0.18~1.18	23.68	23.39	21.82

注：2025 年度数据未经审计，2025 年 1-9 月数据已经审阅。

公司预计 2025 年营业收入较上年小幅下降,净利润总体规模与 2024 年同比较为接近,营业收入和净利润变动幅度较小。与历史情况相比,公司业绩及盈利能力整体保持稳定。

5、主要客户经营情况及预计采购计划、定点项目开发进度

报告期内,公司主要客户为比亚迪、吉利汽车、蔚来汽车、零跑汽车、东风岚图及赛力斯汽车,以国内排名靠前的整车制造企业为主,均系境内外交易所上市企业,其经营情况及预计采购计划、定点项目开发进度等情况具体如下:

(1) 主要客户经营情况

报告期内,公司主要客户为吉利汽车、比亚迪、蔚来汽车、零跑汽车、东风岚图及赛力斯汽车,以国内排名靠前的整车制造企业为主,均系境内外交易所上市企业,经营情况良好,具体情况如下:

主要客户	业务类型	经营情况
吉利汽车	主营乘用车及核心零部件的研发、生产和销售	2025 年 1-6 月整车销量为 140.92 万辆,同比增长 44.05%;营业收入 1,502.85 亿元,同比增长 40.05%;净利润 94.51 亿元,同比下降 8.98%。
比亚迪	整车研发、制造和销售	2025 年 1-6 月整车销量为 214.6 万辆,同比增长 33.04%;营业收入 3,712.81 亿元,同比增长 23.30%;净利润 160.39 亿元,同比增长 13.65%。
蔚来汽车	整车研发、制造和销售	2025 年 1-6 月整车批发销量 11.42 万辆,同比增长 30.57%;营业收入 310.43 亿元,同比增长 13.49%;净利润-117.45 亿元,同比减少 14.80%。
零跑汽车	整车研发、制造和销售	2025 年 1-6 月整车销量为 22.17 万辆,同比增长 155.68%;营业收入 242.50 亿元,同比增长 174.15%;净利润 0.33 亿元,同比增长 101.49%。
东风岚图	整车研发、制造和销售	2025 年 1-6 月整车销量为 5.61 万辆,同比增长 84.75%。
赛力斯	整车研发、制造和销售	2025 年 1-6 月整车销量为 15.22 万辆,同比增长 84.75%;营业收入 624.02 亿元,同比减少 4.06%;净利润 30.77 亿元,同比增长 126.42%。

注:主要客户整车销量来自 MarkLines 及乘联会;财务数据来自各上市公司公告,其中东风岚图未公开披露相关财务信息,故未列示。

(2) 主要客户预计采购计划

公司大部分主要客户会向公司提供未来一段时间内的预计采购计划,作为公司制定原材料采购、生产和发货计划的参考。结合主要客户释放的需求及管理层基于历史信息的预测,并综合考虑主要客户年降政策影响的情况下,公司2026年度对主要客户预计销售金额情况如下:

单位:万元

序号	客户名称	主要配套车型	2026年度 预计销售金额 (不含税)
1	吉利汽车	星越系列、博越系列、缤越系列、豪越系列、星愿系列、星瑞系列、极氪系列、领克系列、银河系列、帝豪系列、精灵系列、远景系列、沃尔沃 EX30、牛仔系列	290,936.09
2	比亚迪	秦系列、唐系列、宋系列、元系列、鲨鱼皮卡系列、海鸥系列、海狮系列、海豚系列、海豹系列、方程豹系列、护卫舰系列、驱逐舰系列、腾势系列	80,151.12
3	上汽集团	尚界系列、名爵系列、荣威系列	8,300.07
4	零跑汽车	B01、C10、C16、T03	4,140.30
5	蔚来汽车	ET5、ES6、EC6	3,394.70
6	东风岚图	岚图 FREE	719.11
7	奇瑞汽车	威麟系列	668.00
8	一汽集团	奔腾系列	661.39
9	赛力斯汽车	蓝电系列	459.80
10	一汽大众	捷达系列	246.21
合计			389,676.79

2026年度,发行人对主要客户销售汽车饰件金额预计为389,676.79万元,未来订单量充足。

(3) 主要客户定点项目开发进度

截至本回复出具日,公司处于图纸设计、模具开发、模具试样、客户试装等阶段汽车内外饰件产品已定点在研产品的量产计划、投产进度情况如下:

序号	客户	市面车型	产品类型	预计 量产时间	开发进度
1	吉利	博越系列	扰流板	2026/3	模具试样阶段

序号	客户	市面车型	产品类型	预计量产时间	开发进度
2	汽车	领克系列	立柱外饰板、顶棚、地毯等	2026/3	客户试装阶段
3			行李架	2026/4	客户试装阶段
4		银河系列	底护板、地毯、翼子板等	2026/3	模具试样阶段
5			挡泥板		客户试装阶段
6			底护板、地毯、顶棚等	2026/4	模具试样阶段
7			挡泥板	2026/5	模具开发阶段
8			行李架		客户试装阶段
9			顶棚、地毯	2026/6	图纸设计阶段
10			挡泥板		客户试装阶段
11			星愿系列	挡泥板、顶棚	2026/3
12		侧围饰板、背门护板、扰流板等		2026/5	模具试样阶段
13		星瑞系列	立柱饰板、底护板	2026/3	模具试样阶段
14			行李舱内饰、地毯、隔音垫	2026/8	
15		精灵系列	挡泥板、地毯、隔音垫等	2026/5	客户试装阶段
16		牛仔系列	立柱饰板、行李架	2026/6	模具开发阶段
17		帝豪系列	门内饰板	2026/7	模具开发阶段
18		上汽集团	尚界系列	立柱饰板	2026/4
19	扰流板			2026/5	模具开发阶段
20	名爵系列		导风罩	2026/4	模具开发阶段
21			扰流板、电动尾翼、翼子板	2026/5	模具开发阶段
22			前轮罩衬板总成		客户试装阶段
23			导风罩、立柱护板、车顶罩盖	2026/6	模具开发阶段
24			尾门饰板		模具试样阶段
25			前舱装饰板		客户试装阶段
26			荣威系列	导风罩	2026/3
27	底部护板支架			2026/4	模具开发阶段
28	立柱护板、立柱外饰板			2026/5	模具开发阶段
29	后轮罩衬板总成				客户试装阶段
30	立柱外饰板			2026/7	模具开发阶段

序号	客户	市面车型	产品类型	预计量产时间	开发进度
31	奇瑞汽车	威麟系列	侧围护板、防擦条、轮眉	2026/9	图纸设计阶段
32	一汽集团	奔腾系列	扰流板	2026/10	模具开发阶段
33	一汽大众	捷达系列	立柱外饰板	2026/10	模具开发阶段
34	零跑汽车	新车型系列	保险杠	2026/11	图纸设计阶段

6、公司业绩增长具有可持续性，相关风险揭示充分

在高景气度、新能源汽车加速发展及自主品牌快速崛起的背景下，公司与行业知名主机厂深度合作，在培育产品与技术核心能力的同时，加强内部管理与质量控制，并不断提升生产效率与配套客户服务水平，并在拓展新客户、新产品方面已取得一定成效，充分印证公司收入增长具备可持续性。

针对公司业绩增长相关情况，公司已在招股说明书中披露“市场竞争加剧风险”“下游行业景气度导致的风险”“新产品需求不及预期风险”“被同类供应商替代的风险”“公司对比亚迪销售收入下降的风险”等相关风险，风险揭示充分。

【中介机构回复】

一、核查程序

申报会计师已履行的核查程序包括：

（一）最近一期对比亚迪销售金额同比下滑的原因

1、查阅比亚迪公开资料、MarkLine 及发行人收入成本明细表，了解比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列车型产品上市以来更新换代、不同系列车型的市场销售及发行人配套供应产品等情况，访谈比亚迪采购部门的相关负责人，分析发行人 2023 年及 2024 年对比亚迪销售金额大幅增长的真实合理性，分析说明发行人各期产品结构及销售情况与主要客户车型升级换代和新车型的销售情况是否匹配；了解前述车型是否为比亚迪的主要畅销车型，分析 2025 年 1-6 月对比亚迪销售金额下滑的具体原因，并进一步分析前述车型及发行人配套产品销售是否存在大幅波

动或减少的风险，以及发行人的具体应对措施；

2、查阅可比上市公司公开资料及公司内部技术文档，并访谈公司总经理以及比亚迪采购部门的相关负责人，分析 2025 年 1-6 月发行人对比亚迪供应份额下降的原因，分析发行人产品相较于比亚迪其他供应商的竞争优势、发行人向比亚迪的销售是否稳定可持续及是否存在被其他供应商替代的风险，查阅招股说明书，核查是否已充分对主要客户比亚迪销售下滑的风险并进行重大事项提示；

3、查阅发行人收入成本明细表及主要原材料市场价格，了解比亚迪对发行人的年降政策，量化分析发行人对比亚迪销售单价下降的原因及合理性；

4、取得发行人定点说明书并访谈总经理，了解发行人各期获得比亚迪新定点项目的数量及对应产品销售金额情况，分析发行人是否具有持续获取比亚迪新定点项目的能力；

5、取得发行人期后销售明细表，并访谈发行人总经理、财务总监以及比亚迪采购部门的相关负责人，结合前述内容及期后向比亚迪销售的情况分析发行人对比亚迪的销售是否会出现进一步下滑，分析对发行人经营业绩的影响，分析发行人是否存在期后业绩下滑的风险，查阅招股说明书，核查是否已充分揭示相关风险并进行重大事项提示。

（二）对吉利汽车销售增长的可持续性

1、查阅吉利汽车公开披露文件、MarkLine 与乘联会公开数据资料及发行人收入成本明细表，了解吉利汽车星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型产品上市以来更新换代、不同系列车型的市场销售及发行人配套供应产品等情况，分析报告期内发行人对吉利汽车销售金额的匹配性及大幅增长的真实合理性；了解前述车型是否为吉利汽车的主要畅销车型，并进一步分析前述车型及发行人配套产品销售是否存在大幅波动或减少的风险；

2、查阅可比上市公司公开资料、访谈发行人总经理，分析发行人产品相较于吉利汽车其他供应商的竞争优势、发行人向吉利汽车销售额是否稳定可持续及是

否存在被其他供应商替代的风险；

3、查阅发行人收入成本明细表及主要原材料市场价格，并访谈公司财务总监了解吉利汽车年降政策相关情况，量化分析发行人对吉利汽车销售单价下降的原因及合理性；

4、取得发行人定点说明书并访谈总经理，了解发行人各期获得吉利汽车新定点项目的数量及对应产品销售金额情况，分析发行人是否具有持续获取吉利汽车新定点项目的能力；

5、查阅发行人期后销售明细表，结合吉利汽车产品更新换代与市场销售、发行人较同类供应商的竞争优势等相关内容及期后向吉利汽车销售的情况分析发行人对吉利汽车的销售增长是否可持续。

（三）与主要客户交易的公允性

1、向管理层了解发行人与客户的返利安排，获取主要客户销售框架协议、销售返利协议，分析销售返利对于产品销售价格的影响；

2、抽查销售返利相关会计凭证，分析会计处理是否符合企业会计准则相关规定；

3、获取发行人收入成本明细表，对比分析发行人报告期内产品价格变动情况；

4、查询同行业公司关于年降政策情况的公开资料，了解发行人与同行业公司的年降政策情况是否基本一致；对比发行人向主要客户的销售价格，对发行人主要客户进行实地走访，分析发行人与主要客户定价的公允性。

（四）进一步分析业绩增速高于可比公司的合理性

1、查阅发行人及可比上市公司定期报告、募集说明书等公开披露文件及乘联会公开统计文件等相关资料，了解报告期内发行人与可比上市公司的客户构成、客户整车销量增长情况、传统燃油车和新能源车的比重等相关情况，分析发行人 2022 年至 2024 年业绩增速高于可比公司的合理性；

2、查阅收入成本明细表、可比上市公司定期报告等资料，分析 2022 年至 2024 年发行人第四季度收入占比高于可比上市公司平均水平的原因，并进一步了解发行人最近三年第四季度收入的月份分布情况，分析是否集中于 12 月份及相关情况的合理性；

3、查阅发行人及可比上市公司定期报告，并访谈公司总经理、财务总监了解相关业务及财务情况，分析发行人 2025 年 1-6 月业绩增速变缓且低于可比上市公司平均水平的原因及合理性；

4、查阅中国汽车工业协会、乘联会等相关机构的行业研究调查报告及相关主管部门发布的政策文件，了解下游整车行业市场需求及变化趋势、汽车零部件行业市场竞争格局等情况；查阅主要客户公开披露文件、MarkLines 与乘联会等机构公开数据资料及主要客户定点通知书等相关资料，并访谈发行人总经理、财务总监，了解发行人核心竞争力、期后业绩变动情况与毛利率变动趋势、主要客户经营情况及预计采购计划、定点项目开发进度等情况，综合分析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。

二、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（一）最近一期对比亚迪销售金额同比下滑的原因

1、发行人已经结合比亚迪宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列车型上市以来更新换代及不同系列车型的市场销售情况，说明发行人 2023 年及 2024 年对比亚迪销售金额大幅增长的真实合理性；在比亚迪主要车型不断迭代及终端消费市场快速扩容的背景下，发行人供应产品规模快速增长，与主要客户车型升级换代和新车型的销售情况匹配，2023 年及 2024 年对比亚迪销售金额实现大幅增长具有真实合理性；报告期内，发行人汽车内外饰件的各主要产品在新老车型的单车配套数量均处于一般单车耗用量的合理范围内，发行人产品结构及销售情况与比亚迪配套车型的升级换代以及新车型的销售情况相匹配；宋、元、海鸥、海豹、秦、海豚等系列

车均为比亚迪旗下的主要畅销车型，整车销售大幅波动或减少的风险较小；由于比亚迪采购策略调整，致使发行人最近一期对比亚迪销售金额同比略有下降，若发行人未来仍无法取得比亚迪新定点项目，发行人配套产品销售将存在大幅波动或减少的风险，发行人对此已经采取了有效的应对措施；

2、发行人 2025 年 1-6 月对比亚迪供应份额下降主要系比亚迪采购策略调整所致；发行人已经具体说明发行人产品相较于该客户其他供应商的竞争优劣势；发行人目前主要配套供应比亚迪存量定点项目，最近一期对比亚迪实现销售收入与上年同期整体持平，业务执行情况良好，稳定性较强，被前述其他主要同类供应商替代的风险较小，但由于比亚迪采购策略调整，发行人暂未取得比亚迪新车型定点项目，若未来仍无法取得比亚迪新定点项目，发行人未来存在对比亚迪销售收入下滑的风险，已在招股说明书中充分揭示并进行重大事项提示；

3、发行人报告期内对比亚迪销售单价呈逐年下降的趋势，相关产品销售单价变动主要受年降政策、原材料价格波动带来的产品价格调整、新老产品结构变化等因素的影响，预计产品价格仍有进一步下降的空间；发行人报告期内对比亚迪的销售单价在年降政策的影响下持续下降，对发行人经营业绩产生一定不利影响，但总体影响较小，发行人已采取有效的应对措施；

4、发行人已说明各期获得比亚迪新定点项目的数量及相关产品销售金额情况，发行人持续获取比亚迪新定点项目存在一定不确定性；

5、由于比亚迪的采购策略调整，2025 年对发行人的采购金额和采购份额有所下降，发行人最近一期配套比亚迪定点项目数量较大幅度下降。倘若未来发行人未能取得比亚迪新定点项目，发行人对比亚迪的销售业绩存在进一步下滑的风险，将对发行人经营业绩产生一定不利影响。但由于发行人持续深化与吉利汽车合作关系、在拓展新客户及新产品等方面取得了一定成果，并在持续降本增效方面取得了一定成效，相关情况对发行人总体经营业绩的影响较小，发行人期后业绩下滑的风险较小。针对发行人对比亚迪的销售业绩存在下滑的风险，发行人已在招股说明书中充分揭示并进行重大事项提示。

（二）对吉利汽车销售增长的可持续性

1、在吉利汽车主要车型不断迭代及终端消费市场快速扩容的背景下，发行人供应产品规模快速增长，与主要客户车型升级换代和新车型的销售情况匹配，报告期内对吉利汽车销售金额实现大幅增长具有真实性、合理性；发行人主要供应的星越、博越、领克、缤越、银河、帝豪、星愿等系列车型均为吉利汽车的主要畅销车型，近年来总体保持增长趋势，大幅波动或减少的风险较小。发行人配套吉利汽车十余种车型，覆盖比例较高，受到单一车型终端销量变动的风险较小。并且，发行人具备持续跟进吉利汽车产品更新迭代能力。在吉利汽车终端销量未发生重大不利变化的情形下，发行人配套产品销售大幅波动或减少的风险较低；

2、发行人已具体说明产品相较于吉利汽车其他供应商的竞争优势，发行人对吉利汽车的销售额保持持续增长趋势，具有稳定可持续性，被其他供应商替代的风险整体较小；出于谨慎性原则，发行人已充分提示相关风险；

3、报告期内，发行人对吉利汽车销售单价变动主要受年降政策、原材料价格变动及新老产品结构变化等综合因素影响，具有合理性；

4、发行人已说明各期获得吉利汽车新定点项目的数量及相关产品销售金额情况；公司与吉利汽车保持长期、稳定的合作关系，产品质量和服务能力得到客户的认可，报告期内持续获得吉利汽车定点。并且，发行人与吉利汽车在区域布局、业务领域等方面不断深化合作关系、期后订单执行情况良好，销售增长具有可持续性，发行人具有持续获取吉利汽车新定点项目的能力；

5、自业务发展前身成都双胜 2013 年成立以来，发行人即与吉利汽车建立业务关系，并保持持续、稳定的合作。发行人的产品质量、技术水平及服务能力得到了客户的认可，并在区域布局、业务领域等方面不断深化合作关系，销售增长具有可持续性。

（三）与主要客户交易的公允性

1、报告期内，发行人销售返利对象主要为吉利汽车；发行人对客户销售返

利一般是作为价格年降的组成部分，未在与客户的销售框架协议中进行明确约定，受客户当期的实际经营完成情况、降本计划、当期的价格年降比例以及双方谈判情况等多种因素影响，各年度销售返利金额有所差异；销售返利对主要客户产品销售价格的影响较小；发行人销售返利的会计处理符合企业会计准则相关规定；

2、发行人已经列示了各期向主要客户比亚迪和吉利汽车销售产品的的毛利率情况；报告期内，发行人向不同客户销售产品的毛利率存在波动，主要系销售产品结构、新老产品结构以及双方合作情况所影响，不同客户毛利率存在波动具有合理性；

3、发行人与主要客户的定价机制以及相关价格年降、销售返利符合行业惯例，发行人向主要客户销售价格变动具有合理性，对主要客户的产品毛利率差异和变动具有合理性。因此，发行人与主要客户的交易具有公允性。

（四）进一步分析业绩增速高于可比公司的合理性

1、发行人已逐一系列示报告期内可比上市公司的客户构成、客户整车销量增长情况、传统燃油车和新能源车的比重；除新泉股份、常熟汽饰外，其他可比上市公司的客户结构呈现传统燃油车为主、新能源车为辅，或者两者并重的特征。发行人主要服务于新能源汽车领域客户，并与行业高成长厂商比亚迪、吉利汽车合作，获取了大量订单，实现销售规模快速提升；发行人采取“集中资源攻坚行业重点龙头客户”的战略，且公司两大核心客户吉利汽车、比亚迪在报告期内取得了远超行业平均水平的销量增速，公司与核心客户共同成长，实现业绩快速增长，公司 2022 年至 2024 年业绩增速高于可比公司具有合理性；

2、发行人已说明 2022 年至 2024 年第四季度收入占比高于可比上市公司平均水平的原因，并列示发行人第四季度收入的月份分布情况，分析是否集中于 12 月份及合理性。受下游整车消费市场影响，发行人所处行业存在销售集中于年末的情形，由于发行人业绩增速较快，导致第四季度销售比例稍高于可比公司平均水平，但伴随业绩增速逐步回落，发行人第四季度收入占比逐步降低。此外，由于发行人自 2022 年末销售规模开始快速扩大及核心客户结算周期延长等因素综合影响，发

行人存在 2022 年度十一、十二月及 2023 年度十二月销售收入占比较高的情形，具有合理性；

3、最近一期，公司营业收入增长率整体位于行业中位数水平，公司营业收入增速放缓并低于可比上市公司平均水平的主要原因系，公司拥抱吉利汽车、比亚迪汽车等行业高成长客户，前期业绩实现高速增长，经营规模快速扩大。最近一期，虽然公司在开拓新客户、新产品等方面取得一定进展，但存在对比亚迪销售收入增长速度下滑的情形，导致整体业绩增速相较此前有所下降，具有合理性；

4、发行人已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、定点项目开发进度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；在高景气度、新能源汽车加速发展及自主品牌快速崛起的背景下，发行人与行业知名主机厂深度合作，在培育产品与技术核心能力的同时，加强内部管理与质量控制，并不断提升生产效率与配套客户服务水平，在拓展新客户、新产品方面已取得一定成效，充分印证发行人收入增长具备可持续性。针对发行人业绩增长相关情况，发行人已在招股说明书中披露“市场竞争加剧风险”“下游行业景气度导致的风险”“新产品需求不及预期风险”“被同类供应商替代的风险”“公司对比亚迪销售收入下降的风险”等相关风险，风险揭示充分。

问题 3. 与关联方存在主要客户、供应商重叠

根据申请文件及问询回复：（1）报告期内，由于部分主机厂对供应商资质审查、对已完成定点的车型产品准入资格转移手续时间较长，为避免因主机厂供应商资质审查程序、已定点车型产品准入资格转移手续无法及时办理导致业务中断的情况，在履行完毕相关程序前，宁波双慎作为发行人的销售通道协助公司完成对部分主机厂的销售；报告期内，宁波双慎累计向发行人回款 142,521.83 万元，宁波双慎累计与发行人交易的金额为 123,718.91 万元。（2）在经营性层面，宁波双慎给予公司较好的信用支持，总体来说对公司的货款支付进度优于客户对宁波双慎的付款进度，宁波双慎已经将货款及时转入公司账户；在非经营性层面，宁波双慎向公司拆出资金，截至 2022 年末，公司已经全部归还对宁波双慎的资金拆借。（3）报告期内，发行人、宁波双慎存在重叠的供应商，发行人、宁波双慎与比亚迪节能的交易主要为指定的影像模组采购业务。（4）报告期内，发行人与关联方铭博股份存在主要客户重叠的情况，如吉利汽车、比亚迪；报告期内，发行人和铭博股份存在原材料、物流运输、器具、检具、房产租赁方面的主要重叠供应商。

请发行人：（1）说明报告期内宁波双慎累计向发行人回款金额大于交易金额的原因及合理性；结合发行人、宁波双慎、主机厂三方的合同签订、合作模式、货物流转、资金流转等说明招股说明书中关于前五大客户的信息披露是否准确。

（2）说明宁波双慎与发行人的具体结算政策，宁波双慎收取客户款项与宁波双慎向发行人支付款项的时间间隔，宁波双慎对发行人的货款支付进度优于客户对宁波双慎的付款进度的合理性。（3）说明报告期内发行人向宁波双慎拆入资金的具体背景，是否约定利息，相关会计处理是否合规。（4）逐月核对报告期内由公司通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款（含应收账款、应收票据）余额，与公司每月月末对宁波双慎应收账款余额（不抵销对宁波双慎的应付账款），进一步说明宁波双慎在经营性资金往来方面是否存在占用发行人资金的情形。（5）说明各期发行人、宁波双慎向比亚迪采购影像模组的具

体用途、对应的产品类型，列示发行人、宁波双慎向比亚迪采购同种物料的价格，进一步说明发行人、宁波双慎与重叠供应商交易的公允性。（6）说明报告期内发行人与铭博股份存在的客户重叠情况、销售内容和客户类型，各期发行人及铭博股份向重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况是否匹配，销售价格是否公允，销售产品是否存在显著差异，是否存在异常的销售情形。（7）说明报告期内发行人与铭博股份存在的供应商重叠情况、采购内容和供应商类型，各期发行人及铭博股份向重叠供应商的采购金额、内容与双方各自的经营情况是否匹配，采购价格是否公允，采购内容是否存在明显差异，是否存在异常的采购情形。（8）结合前述情况说明发行人与关联方是否存在代垫成本费用或利益输送的情形。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

请保荐机构、申报会计师结合发行人、控股股东、实际控制人及其关联方、董监高、关键管理人员、发行人主要关联方的大额资金流水核查情况，说明前述主体之间是否存在异常资金往来、前述主体与关联方重叠客户、供应商之间是否存在异常资金往来，是否存在通过关联方进行利益输送、代垫成本费用的情形，并发表明确意见。

【公司回复】

一、说明报告期内宁波双慎累计向发行人回款金额大于交易金额的原因及合理性；结合发行人、宁波双慎、主机厂三方的合同签订、合作模式、货物流转、资金流转等说明招股说明书中关于前五大客户的信息披露是否准确

（一）说明报告期内宁波双慎累计向发行人回款金额大于交易金额的原因及合理性

报告期内，宁波双慎累计向公司回款金额为 142,521.83 万元，公司累计向宁波双慎销售金额为 123,718.91 万元（不含税），差额 18,802.92 万元，系两个原因所致：一是货款回款金额为含税金额，报告期公司通过宁波双慎销售形成的收入对应的销

项税金额为 14,932.34 万元；二是报告期回款金额包含期初公司对宁波双慎的应收货款余额 3,870.58 万元。相关差异在报告期各期具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年	2021 年末	合计
销售金额（不含税）A	36.74	65,024.45	58,657.72		123,718.91
销项税 B	4.78	8,453.18	6,474.38		14,932.34
销售金额（含税）C=A+B	41.52	73,477.63	65,132.10		138,651.25
应收账款余额 D（注）				3,870.58	3,870.58
应收货款合计 E=C+D	41.52	73,477.63	65,132.10	3,870.58	142,521.83
宁波双慎累计向公司回款金额 F	12,029.56	88,842.41	41,649.86		142,521.83
差异 G=E-F	/	/	/	/	0.00

注：2021 年末公司对宁波双慎的应收账款余额为 3,870.58 万元，系 2021 年 11 月之前公司对宁波双慎存在部分销售，以及 2021 年 11 月公司完成对宁波双慎的业务收购后，宁波双慎作为公司对部分主机厂的销售通道实现销售所致。

截至 2024 年末，公司已经从宁波双慎收回全部货款。报告期宁波双慎累计向公司回款金额与公司应收货款合计一致，符合业务实际情况。

综上，报告期内宁波双慎累计向公司回款金额大于报告期交易金额具有合理性。

（二）结合发行人、宁波双慎、主机厂三方的合同签订、合作模式、货物流转、资金流转等说明招股说明书中关于前五大客户的信息披露是否准确

宁波双慎系公司控股股东、实际控制人黄胜全实际控制的公司。2021 年 11 月，公司完成对宁波双慎的业务收购，形成同一控制下的业务合并。在相关业务资质办理转移期间，报告期公司曾以宁波双慎作为销售通道对部分主机厂实现销售。

报告期发行人、宁波双慎、主机厂三方的合同签订、合作模式、货物流转、资金流转的情况如下：

项目	主机厂与宁波双慎	宁波双慎与公司
合同签订	宁波双慎与主机厂单独签订协议	发行人与宁波双慎单独签署协议，承接宁波双慎与主机厂协议中宁波双慎全部的权利和

		义务
合作模式	宁波双慎因为持有部分供应商代码以及历史形成的定点项目的采购合同，作为发行人向部分主机厂供货的合同主体	2021年11月，公司完成对宁波双慎的业务收购之后，宁波双慎仅作为历史形成的定点项目的销售通道协助公司对主机厂的销售
货物流转	公司根据主机厂发给宁波双慎的发货需求或指令将货物在规定时间内配送至主机厂指定接收地点，向主机厂提供的送货单上的送货单位由宁波双慎盖章，具体签署的经办人员为公司的员工或公司的外协供应商的员工。主机厂的接收人员在送货单签字。	公司与宁波双慎没有实质意义上的货物转移，公司实质上直接面向主机厂承担货物流转的相关工作和相关风险；宁波双慎没有实质性参与货物流转各环节的相关工作，没有实质性承担货物流转过程中相关风险
资金流转	主机厂将货款支付给宁波双慎	宁波双慎及时将货款支付给公司

2021年11月，公司完成对宁波双慎的业务收购之后，在公司与主机厂之间，宁波双慎仅是作为销售通道存在，本身并没有实质性享有相关权利和承担相关义务，收益及收益相关的风险全部由公司来承担。根据实质重于形式的原则判断，为避免投资者及其他相关主体对公司实际经营成果产生误解，报告期将宁波双慎对主机厂的销售视同公司对主机厂的销售来披露，因此招股书中披露的前五名客户中比亚迪汽车、东风岚图的销售金额包含通过宁波双慎实现的销售金额。

公司已经在招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（一）销售情况和主要客户”之“1、主要产品的产能、产量和销量”完善披露前五大客户及其销售情况如下：

“1、主要产品的产能、产量和销量

（1）公司向前五大客户销售情况

报告期内，公司对前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	年度销售额占比
2025年1-6月	1	吉利汽车	79,602.86	55.86%
	2	比亚迪汽车	60,546.32	42.49%
	3	蔚来汽车	1,517.48	1.06%
	4	东风岚图	254.69	0.18%

	5	赛力斯	131.34	0.09%
		合计	142,052.69	99.69%
2024 年度	1	比亚迪汽车	185,245.98	54.89%
		其中：以宁波双慎作为销售通道实现的销售金额	36.74	0.01%
	2	吉利汽车	142,197.74	42.13%
	3	蔚来汽车	6,682.82	1.98%
	4	零跑汽车	982.21	0.29%
	5	东风岚图	657.21	0.19%
		合计	335,765.96	99.48%
2023 年度	1	比亚迪汽车	121,915.01	47.69%
		其中：以宁波双慎作为销售通道实现的销售金额	65,024.45	25.44%
	2	吉利汽车	118,477.22	46.35%
	3	蔚来汽车	9,525.67	3.73%
	4	集度汽车	1,658.30	0.65%
	5	零跑汽车	1,432.39	0.56%
		合计	253,008.59	98.97%
2022 年度	1	吉利汽车	79,758.10	51.10%
	2	比亚迪汽车	56,843.55	36.42%
		其中：以宁波双慎作为销售通道实现的销售金额	56,843.55	36.42%
	3	威马汽车	9,862.18	6.32%
	4	蔚来汽车	3,784.18	2.42%
	5	东风岚图	2,040.39	1.31%
		其中：以宁波双慎作为销售通道实现的销售金额	581.78	0.37%
	合计	152,288.40	97.57%	

注：宁波双慎系公司控股股东、实际控制人黄胜全实际控制的公司。2021年11月，公司完成对宁波双慎的业务收购，形成同一控制下的业务合并。在相关业务资质办理转移期间，宁波双慎作为销售通道协助公司对部分最终客户实现销售，表格中统计的比亚迪汽车、东风岚图销售额包含了通过宁波双慎实现的销售金额。

.....”

二、说明宁波双慎与发行人的具体结算政策，宁波双慎收取客户款项与宁波

双慎向发行人支付款项的时间间隔，宁波双慎对发行人的货款支付进度优于客户对宁波双慎的付款进度的合理性

(一) 说明宁波双慎与发行人的具体结算政策，宁波双慎收取客户款项与宁波双慎向发行人支付款项的时间间隔

1、说明宁波双慎与发行人的具体结算政策

根据双方签订的协议，宁波双慎与发行人约定的具体结算政策如下：

(1) 宁波双慎收到主机厂支付的款项，同时等额支付给公司。

(2) 对于退出宁波双慎供应商体系的剩余货款处理方式：宁波双慎应在公司最后一次发货并收到发票时支付全部剩余货款。

2、宁波双慎收取客户款项与宁波双慎向发行人支付款项的时间间隔

2022年至2024年，宁波双慎累计向公司回款金额为142,521.83万元，相关款项具体回款方式及回款金额如下：

单位：万元

终端客户向宁波双慎支付货款的方式和金额			宁波双慎向公司支付货款的方式和金额	
对应的终端客户	支付货款的方式	金额	支付货款的方式	金额
比亚迪	迪链凭证	138,317.67	迪链转让	116,448.13
			银行汇款和银行承兑汇票	21,869.55
比亚迪以外的其他终端客户	银行汇款和银行	4,202.16	银行汇款和银行承兑汇票	4,204.16
合计		142,521.83		142,521.83

2022年至2024年比亚迪均以迪链凭证的方式支付货款。公司通过宁波双慎向比亚迪销售形成的回款金额为138,317.67万元，占比为97.05%，其中116,448.13万元由宁波双慎通过迪链凭证转让的方式支付给公司；由于公司对迪链系统的背书转让功能不熟悉，因此2022年8月底之前宁波双慎收到的迪链凭证由宁波双慎持有到期后收取款项，该部分迪链凭证对应的21,869.55万元销售款由宁波双慎以银行汇款和银行承兑汇票支付给公司。

2022年至2024年，公司通过宁波双慎向比亚迪以外的其他终端客户销售形成的回款金额为4,202.16万元，占比2.95%，由宁波双慎以银行汇款和银行承兑汇票支付给公司。

(1) 宁波双慎以迪链凭证转让方式向公司支付货款的时间间隔

2022年9月份开始，宁波双慎作为销售通道在取得比亚迪汽车支付的迪链后，均及时背书转让给乔路铭，不存在逾期支付的情况。2022年至2024年，宁波双慎累计通过迪链凭证背书转让的方式向公司支付货款116,448.13万元。

通过对比发行人取得宁波双慎的迪链凭证背书日期和比亚迪签发给宁波双慎迪链凭证的日期，报告期内宁波双慎通常在收到迪链凭证的当日或次日背书转让给发行人，个别特殊情况如遇到节假日、工作人员遗漏等情况会稍晚几天，但是鉴于迪链凭证的特点，上述间隔的几日内，并不会给宁波双慎带来经济价值、亦不会对乔路铭造成经济损失，不存在宁波双慎实质性占用发行人资金的情形。

(2) 宁波双慎以银行汇款和银行承兑汇票方式向公司支付货款的时间间隔

2022年至2024年，宁波双慎通过银行汇款和银行承兑汇票方式向公司支付货款合计26,073.71万元。其中，涉及比亚迪的货款回款21,869.55万元，涉及比亚迪以外的其他终端客户的货款回款累计4,202.16万元。

宁波双慎持有的迪链凭证到期后所获取的货币资金，以及从其他终端客户处收取的银行承兑汇票、银行汇款，与其自有资金共同构成了宁波双慎的可支配资金。彼时，并未区分用于支付货款的资金是自有可支配资金，还是终端客户回款资金。所以，宁波双慎通过迪链凭证背书转让以外的方式向公司支付的货款，无法在宁波双慎回收主机厂应收账款和支付公司应付账款明细之间实现明确对应。

2021年末、2022年末，公司资产负债率分别为85.40%、72.46%，处于较高的水平；流动比率分别为0.64、0.88，处于较低的水平；2022年、2023年公司营业收入的增速分别为79.33%、63.79%，业务处于快速发展的阶段，因此2022年、2023年公司运营资金非常紧张。而宁波双慎经过多年的经营积累以及出售业务资产给公

司，形成较大金额的自有资金积累，资金较为宽裕。

基于上述公司资金紧张、宁波双慎资金较为宽裕的背景，宁波双慎一方面在非经营性层面以资金拆借的方式向公司提供资金支持，一方面在涉及业务相关的事项上，允许公司分次逐步支付业务收购的收购款，同时在考虑应收账款与应付账款相抵后秉持不占用公司资金且根据自身资金富余情况适当给予公司信用支持的原则，使用可支配资金向公司支付货款。总体来说，宁波双慎支付货款给公司在前，收回主机厂的货款在后。

综上，宁波双慎以银行汇款和银行承兑汇票方式向公司支付货款的时间间隔总体来说是付款给公司在前，收回主机厂的货款在后；通过迪链凭证背书转让形式回款的，背书及时且收付一一对应；报告期内宁波双慎不存在构成资金占用的情形。

（二）宁波双慎对发行人的货款支付进度优于客户对宁波双慎的付款进度的合理性

报告期前期公司资金较为紧张，为了支持公司发展，宁波双慎在报告期尤其是前期对公司提供了较大的资金支持。在非经营性层面，宁波双慎向公司拆出资金，截至 2022 年年末，公司已经全部归还对宁波双慎的资金拆借。在经营性层面，宁波双慎给予公司较好的信用支持，在允许公司分次逐步支付业务收购的收购款基础上，保持对公司的货款支付进度优于客户对宁波双慎的付款进度的原则。

报告期内公司获得了快速的发展，实现了盈利和资金方面较大的积累，并通过股权融资公司引进了外部股东山高弘金、瑞安工业的资金。目前公司已经不再对控股股东和实际控制人及其控制的公司存在资金依赖，实现了资金方面的自我供给能力。

综上，宁波双慎对发行人的货款支付进度优于客户对宁波双慎的付款进度系实际控制人对公司前期发展的正常支持，具有合理性。

三、说明报告期内发行人向宁波双慎拆入资金的具体背景，是否约定利息，相关会计处理是否合规

报告期内，发行人从宁波双慎拆入资金的情况如下：

单位：万元

关联方名称	2022 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
宁波双慎投资有限公司	4,113.82	2,512.98	6,626.81	-
合计	4,113.82	2,512.98	6,626.81	-

报告期内发行人向宁波双慎拆入资金的具体背景是公司报告期前期业务规模快速增长，公司配套运营资金需求及资本支出需求快速增长导致资金紧张，实际控制人出于支持公司发展的目的，安排其控制的宁波双慎向公司出借资金。双方实际没有约定利息。

公司向宁波双慎拆入资金时双方未约定收取利息，公司财务处理上已经计提了财务费用，相关利息视同股东捐赠，公司实际没有支付，公司账面增加其他资本公积 57.99 万元。

公司相关会计处理合规，符合企业会计准则的规定。

四、逐月核对报告期内由公司通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款（含应收账款、应收票据）余额，与公司每月月末对宁波双慎应收账款余额（不抵销对宁波双慎的应付账款），进一步说明宁波双慎在经营性资金往来方面是否存在占用发行人资金的情形

报告期公司通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款（含应收账款、应收票据）余额，与公司每月月末对宁波双慎应收账款余额（不抵销对宁波双慎的应付账款）的对比情况如下：

单位：万元

日期	通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款余额（A）	公司对宁波双慎应收账款余额（B）	差额（A-B）
2022 年 1 月末	7,682.04	6,026.92	1,655.12
2022 年 2 月末	5,152.95	5,781.56	-628.61

日期	通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款余额 (A)	公司对宁波双慎应收账款余额 (B)	差额 (A-B)
2022年3月末	3,380.33	4,884.81	-1,504.48
2022年4月末	4,443.49	4,767.68	-324.19
2022年5月末	8,460.51	8,016.99	443.52
2022年6月末	13,043.88	11,234.35	1,809.53
2022年7月末	11,763.39	10,163.39	1,600.00
2022年8月末	8,638.03	5,408.80	3,229.23
2022年9月末	10,475.94	8,694.44	1,781.50
2022年10月末	9,532.53	8,659.67	872.86
2022年11月末	10,905.32	8,448.07	2,457.25
2022年12月末	18,279.40	14,447.93	3,831.47
2023年1月末	23,892.26	20,434.67	3,457.59
2023年2月末	20,727.31	17,882.28	2,845.03
2023年3月末	24,534.23	21,628.52	2,905.71
2023年4月末	32,647.15	29,717.49	2,929.66
2023年5月末	16,916.84	13,932.30	2,984.54
2023年6月末	16,454.94	13,469.21	2,985.73
2023年7月末	16,987.90	16,978.12	9.78
2023年8月末	9,941.50	9,914.21	27.29
2023年9月末	14,263.61	14,190.55	73.06
2023年10月末	14,769.47	14,658.17	111.30
2023年11月末	7,315.99	8,922.59	-1,606.60
2023年12月末	7,880.03	5,181.62	2,698.41
2024年1月末	6,053.92	1,598.56	4,455.36
2024年2月末	6,063.27	1,594.22	4,469.05
2024年3月末	10,535.52	7,842.91	2,692.61
2024年4月末	10,529.18	7,842.91	2,686.27
2024年5月末	10,529.18	7,842.91	2,686.27
2024年6月末	10,558.40	7,843.59	2,714.81

日期	通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款余额 (A)	公司对宁波双慎应收账款余额 (B)	差额 (A-B)
2024 年 7 月末	6,378.58	3,796.35	2,582.23
2024 年 8 月末	2,833.06	2,800.91	32.15
2024 年 9 月末	2,833.06	2,800.91	32.15
2024 年 10 月末	2,836.66	2,804.51	32.15
2024 年 11 月末	693.85	690.25	3.60
2024 年 12 月末	3.60	0.00	3.60

注：由公司通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联方应收货款余额（含应收账款和应收票据的余额），系剔除了宁波双慎原先自有业务遗留的余额后的应收货款余额。

2021 年末、2022 年末，公司资产负债率分别为 85.40%、72.46%，处于较高的水平；流动比率分别为 0.64、0.88，处于较低的水平；2022 年、2023 年公司营业收入的增速分别为 79.33%、63.79%，业务处于快速发展的阶段，因此 2022 年、2023 年公司运营资金非常紧张。宁波双慎经过多年的经营积累以及出售业务资产给公司，形成较大金额的自有资金积累，资金较为宽裕。

基于上述公司资金紧张、宁波双慎资金较为宽裕的背景，宁波双慎一方面在非经营性层面以资金拆借的方式向公司提供资金支持；另一方面在涉及业务相关的事项上，允许公司分次逐步支付业务收购的款项，同时在考虑应收账款与应付账款相抵后秉持不占用公司资金且根据自身资金充足情况适当给予公司信用支持的原则，使用可支配资金向公司支付货款。

报告期内，在不抵消应付账款的情况下，2022 年 2 月末、3 月末、4 月末和 2023 年 11 月末，个别月末出现了通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款余额小于公司对宁波双慎应收账款余额的情形，而考虑公司对宁波双慎的应付业务资产收购款后，通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款余额均大于公司对宁波双慎的净应收账款余额。

公司认为上述情形并不违背宁波双慎不占用公司资金的总体原则，因为从公司及宁波双慎双方角度来看，一般货物交易的款项与业务收购对应的资产转让款，本

质都是与业务相关的交易款项，公司及宁波双慎财务上均将其在应收账款/应付账款科目进行核算、列报。

综上，报告期内宁波双慎不存在通过经营性往来占用公司资金的情形。

五、说明各期发行人、宁波双慎向比亚迪采购影像模组的具体用途、对应的产品类型，列示发行人、宁波双慎向比亚迪采购同种物料的价格，进一步说明发行人、宁波双慎与重叠供应商交易的公允性

公司采购模式主要分为自主采购和指定采购，指定采购指整车厂商基于产品质量控制、供应链管理等方面的考量，要求公司向其名录范围内的供应商或其指定的供应商进行采购的模式，公司向广东比亚迪节能科技有限公司（以下简称“比亚迪节能”）采购影像模组属于上述后者情形。

报告期内，公司、宁波双慎向比亚迪节能采购影像模组均用于生产用途，宁波双慎采购之后平价卖给公司，公司通过与其他零件、子部件装配组成比亚迪汽车海豹、护卫舰07等车型的左A柱上护板总成件。报告期内，公司、宁波双慎与比亚迪节能的交易情况如下：

单位：万元（含税）

主体	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年	合计
乔路铭	1.04	57.33	447.94	412.39	918.70
宁波双慎	-	-	295.30	178.44	473.74

报告期内，公司、宁波双慎与比亚迪节能的交易开票情况如下：

主体	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年	合计
乔路铭开票金额（万元）	4.82	53.73	587.69	272.47	918.70
其中单价（元/件）：13462231-00	-	-	188.94	198.88	/
13466202-00	-	-	188.94	198.88	/
14923280-00	160.58	178.43	-	-	/
13475933-00	-	200.52	-	-	/
宁波双慎开票金额（万元）	-	-	-	473.74	473.74

其中单价（元/件）：13462231-00	-	-	-	198.88	/
13466202-00	-	-	-	198.88	/

注：表格内开票金额和单价均为含税

报告期内，公司、宁波双慎与比亚迪节能的交易只在2022年存在重叠，重叠的物料是13462231-00、13466202-00两种规格的影像模组，该两种规格型号影像模组均占公司、宁波双慎当年与比亚迪节能交易金额和种类的100%，并且公司、宁波双慎与比亚迪节能的交易价格相同。

报告期内，公司、宁波双慎向比亚迪节能采购同种物料的价格不存在重大差异，公司、宁波双慎与重叠供应商比亚迪节能的交易公允。

六、说明报告期内发行人与铭博股份存在的客户重叠情况、销售内容和客户类型，各期发行人及铭博股份向重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况是否匹配，销售价格是否公允，销售产品是否存在显著差异，是否存在异常的销售情形

（一）说明报告期内发行人与铭博股份存在的客户重叠情况、销售内容和客户类型，各期发行人及铭博股份向重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况是否匹配

1、说明报告期内发行人与铭博股份存在的客户重叠情况

（1）客户重叠基本情况

单位：万元

	重叠客户类型	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	合计
乔路铭	汽车整车制造厂商	140,149.88	327,443.72	242,061.50	146,463.83	856,118.93
	废料回收商	65.62	76.22	26.85	6.19	174.88
	合计	140,215.50	327,519.94	242,088.35	146,470.02	856,293.81
铭博股份	重叠客户类型	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	合计
	汽车整车制造厂商	*	*	*	174,742.64	*
	废料回收商	*	*	*	*	*
	合计	*	*	*	*	*

(2) 汽车整车制造厂商客户重叠情况

报告期内，公司与铭博股份存在的重叠客户包括吉利汽车、比亚迪汽车、威马汽车、长城汽车和集度汽车，详情如下：

单位：万元

乔路铭	重叠客户	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	合计
	吉利汽车	79,602.86	142,197.74	118,477.22	79,758.10	420,035.92
	比亚迪汽车	60,546.32	185,245.98	121,915.01	56,843.55	424,550.86
	威马汽车	-	-	-	9,862.18	9,862.18
	长城汽车	-	-	10.97	-	10.97
	集度汽车	0.70	-	1,658.30	-	1,659.00
	合计	140,149.88	327,443.72	242,061.50	146,463.83	856,118.93
铭博股份	重叠客户	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	合计
	吉利汽车	*	*	*	143,181.26	*
	比亚迪汽车	*	*	*	3,529.45	*
	威马汽车	*	*	*	13,370.09	*
	长城汽车	*	*	*	14,661.84	*
	集度汽车	*	*	*	-	*
	合计	*	*	*	174,742.64	*

注：铭博股份2022年数据为经审计公开披露数据，2023年、2024年和2025年1-6月合并口径数据未经审计。

报告期内，公司与铭博股份主要重叠的汽车整车制造厂商客户为吉利汽车和比亚迪汽车，关于其销售内容、销售产品及是否存在显著差异，销售价格是否公允等详见后文具体分析。

威马汽车：2022年公司与其交易金额较大，之后由于其申请破产重整，公司未再与威马汽车发生交易；2023年铭博股份与威马汽车的交易金额亦大幅下滑至100万元左右，最近一年一期铭博股份与威马汽车未发生交易。

集度汽车：公司报告期内与其交易集中于2023年，交易金额为1,658.30万元，最近一年一期的交易金额不足1万元；铭博股份报告期内与其交易集中于2023年和2024年，最近一期未再发生交易。

长城汽车：公司报告期内与其交易金额仅10余万元、金额占比很小。

由于前述威马汽车最近一年一期均未与公司、铭博股份发生交易，集度汽车、长城汽车与公司、铭博股份不存在双边交易金额较大的情形，出于重要性原则考虑，

后文不再分析。

(3) 废料回收商客户重叠情况

报告期内，公司与铭博股份存在 5 家废料回收商重叠的情形，公司主要废料类别为废塑料、废铝，铭博股份主要废料类别为废钢、废铝，公司、铭博股份向重叠废料回收商销售的废料类别情况如下：

重叠客户	公司销售废料类别	铭博股份销售废料类别
宝鸡金利微再生资源有限公司	废塑料	废铝
迟金钊	废塑料	废铝
瑞安市金瑞铝合金有限公司	废铝	废铝
台州市远阳再生资源有限公司	废铝	废铝
宁波奉化祥华再生资源有限公司	废铝	废钢、废铝

公司与重叠废料回收商的交易情况如下：

单位：万元

重叠客户	2025年 1-6月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计
宝鸡金利微再生资源有限公司	-	-	-	1.96	1.96
迟金钊	2.70	8.27	-	4.23	15.20
瑞安市金瑞铝合金有限公司	-	-	26.85	-	26.85
台州市远阳再生资源有限公司	32.59	-	-	-	32.59
宁波奉化祥华再生资源有限公司	30.33	67.95	-	-	98.28
合计	65.62	76.22	26.85	6.19	174.88

报告期内，公司与铭博股份重叠的废料回收商客户交易金额较小，不存在双边交易金额均超过 100 万元的情形。其中，公司、铭博股份向宝鸡金利微再生资源有限公司、迟金钊销售的废料类别不同且交易金额较小，公司销售废塑料、铭博股份销售废铝；公司、铭博股份向瑞安市金瑞铝合金有限公司、台州市远阳再生资源有限公司销售废料类别相同但公司与其交易金额较小；公司、铭博股份向宁波奉化祥华再生资源有限公司销售废料类别部分相同且交易金额均超过 50 万元。

公司与宁波奉化祥华再生资源有限公司交易主要发生在 2024 年，公司向其销售废铝的价格公允性分析如下：

单位：元/千克（不含税）

对比情况	销售单价
宁波奉化祥华再生资源有限公司	17.16
江西晶科铝业有限公司	16.89
上海企美再生资源回收有限公司	16.87
宁海弘伟再生资源有限公司	16.74

由上可知，公司向宁波奉化祥华再生资源有限公司销售废铝的价格与其他废料回收商相比不存在重大差异，交易价格公允。

由于公司、铭博股份与重叠废料回收商不存在双边交易金额超过 100 万元的情形，上文已分析公司、铭博股份销售的废料类别，并对双边交易金额超过 50 万元且销售废料类别相同的宁波奉化祥华再生资源有限公司进行了交易公允性分析，出于重要性原则考虑，后文不再重复分析。

2、说明报告期内发行人与铭博股份重叠客户的销售内容

最近一年一期，主要重叠客户吉利汽车、比亚迪汽车均为公司、铭博股份的前两大客户，公司、铭博股份向吉利汽车、比亚迪汽车的销售内容涵盖了其各自绝大部分的产品和服务。公司主要销售内容为汽车内外饰件及配套模具，铭博股份主要销售内容为冲压件、辊压件及配套模具，汽车内外饰件和冲压件、辊压件在产品类型、原材料、生产工艺等方面均存在显著差异。

(1) 资质覆盖业务范围和供应产品类型不同

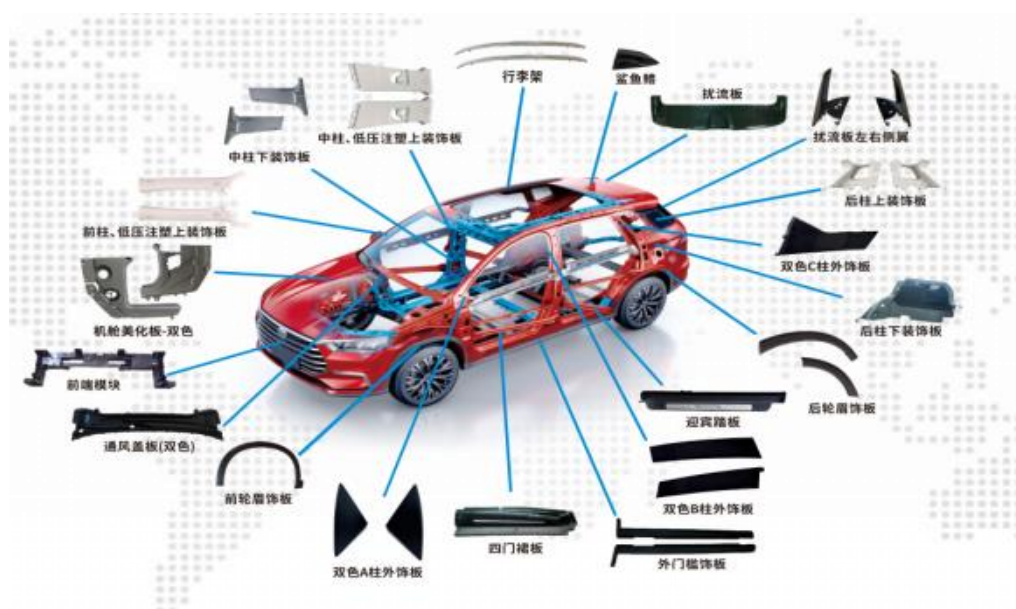
1) 资质覆盖业务范围不同

根据吉利汽车、比亚迪汽车的采购通则，主机厂为了确保汽车产品的质量和安全性，提高供应链的稳定性和可靠性，均要求其供应商通过 IATF16949 质量管理体系的认证，公司、铭博股份 IATF16949 质量管理体系认证覆盖的业务范围有所不同，分别为“行李架和内外饰件的设计和制造”“钢制车身结构件、底盘件的生产”，两者在产品业务范围有明确区分，并且分别对接吉利汽车和比亚迪汽车的不同物料组的采购部门，其采购决策相互独立，不存在向公司和铭博股份发送相同零

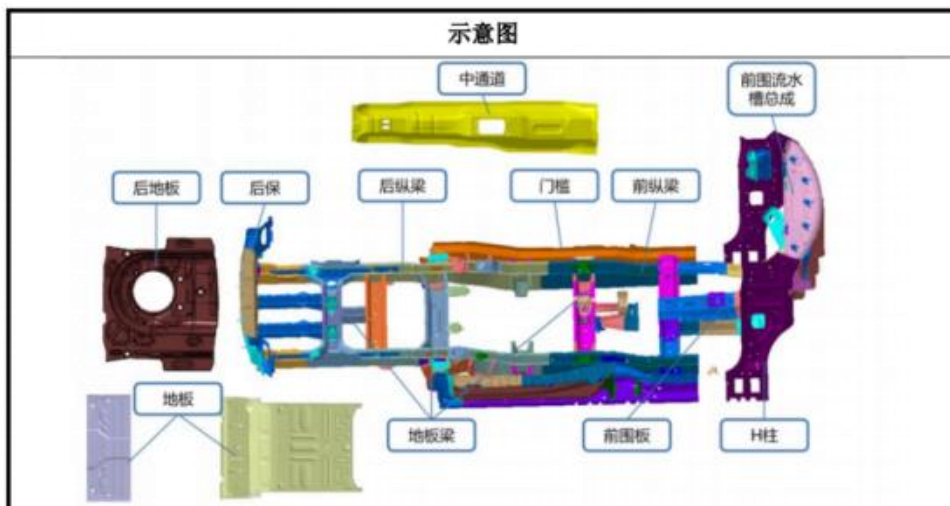
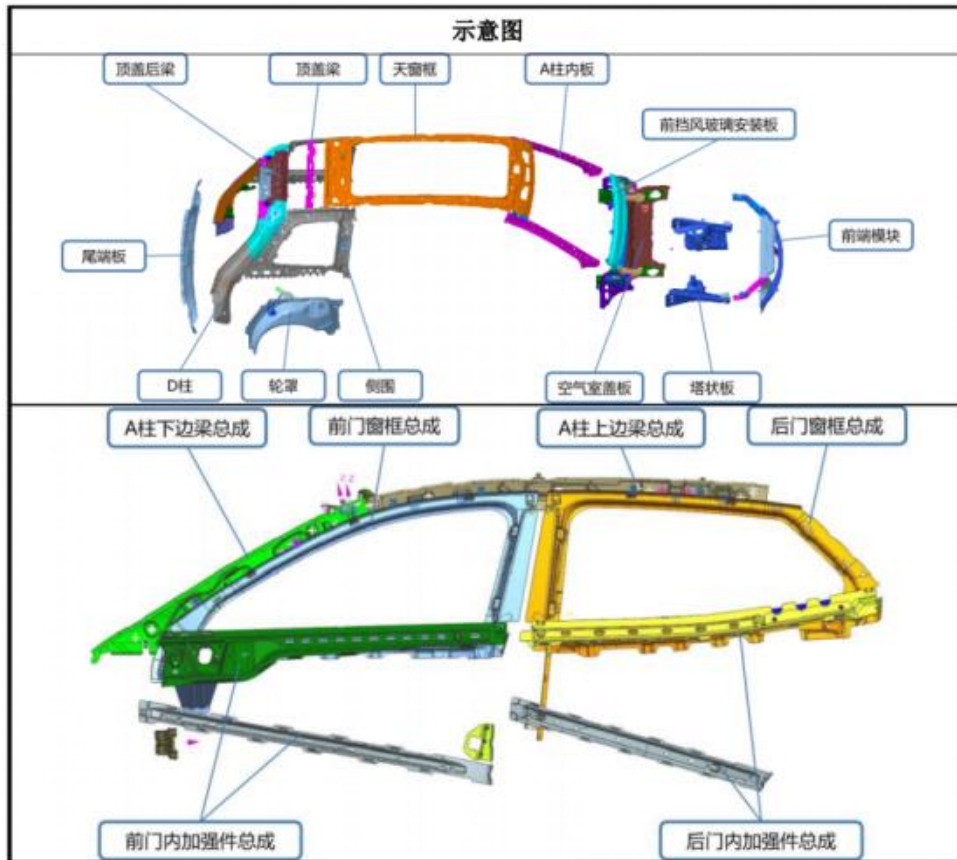
件订单的情形，公司和铭博股份亦无法超越资质范围之外供应对方的产品。

2) 供应产品类型不同

公司主要产品为汽车内饰件、汽车外饰件及配套模具，具体分类情况如下：以立柱内装饰板、行李箱内装饰板、门槛内装饰板等产品为代表的内饰件；以侧裙、车底护板、扰流板、行李架、立柱外装饰板、轮眉等为代表的外饰件及配套模具。铭博股份主要产品为汽车冲压白车身及排气管、隔热系统等部位的零部件，主要可分为汽车门窗框类、导轨类、隔热板类、车身外板类、车体内板类、立柱类和纵梁类等类别。汽车内外饰件图示如下：



公司和铭博股份分属于汽车零部件塑料件和冲压件两种不同类型产品，冲压件主要用于车框、承重部位等，而塑料件主要用于装饰类的 ABCD 柱、扰流板、门板、顶棚、格栅、亮条等，供应产品类型明显差异。冲压件图示如下：



资料来源：多利科技招股说明书，中泰证券研究所

(2) 配套车型存在重叠、但具体产品不存在重叠

1) 配套车型重叠情况

报告期内，公司与铭博股份主要重叠客户吉利汽车、比亚迪汽车存在配套车型重叠的情形；其中比亚迪汽车，公司 2019 年便进入其供应商体系（通过宁波双慎），并于 2020 年形成较大规模的销售收入，铭博股份系 2020 年进入比亚迪汽车供应商体系，于 2024 年形成较大规模的销售收入，公司配套比亚迪汽车车型与铭博股份存在部分重叠、数量多于铭博股份。具体情况如下：

客户	乔路铭定点车型	铭博股份定点车型
比亚迪汽车	宋 PLUS、宋 L、秦 L、秦 PLUS、夏； 海豹 07DMI、海豹 06、海豹 06GT、海豚、海鸥、海狮 07； 方程豹、鲨鱼皮卡、驱逐舰 05、腾势 N7 等	
	宋、宋 PRO、宋 MAX、元、元 UP、唐、汉、秦； 护卫舰 07、腾势 D9、腾势 Z9 等	铭博股份未配套左侧相关车型
吉利汽车	博越、博越 Cool、博越 L、缤越、缤瑞、星越 S、星越 L、星愿、星瑞、博瑞； 银河 L6、银河 L7、银河星舰 7、银河 E8； 领克 01、领克 02、领克 03、领克 05、领克 06、领克 07、领克 08、领克 09、领克 Z20； 极越 01、极氪 X、极氪 001、极氪 007； 精灵 1、精灵 3、精灵 5、帝豪、远景、几何、沃尔沃 EX30 等	

2) 具体产品不存在重叠

在吉利汽车和比亚迪汽车的系统中，整车厂商对其采购的产品有独立的产品物料编码。通过对比公司、铭博股份在整车厂商系统中供应产品的物料编码，确认公司、铭博股份报告期内在整车厂商系统中的产品物料编码均无重合。

报告期内，公司与铭博股份存在少量产品名称重合或接近的情况，但是配套车型不同、不属于具体产品重叠。另外，公司、铭博股份对吉利汽车存在三款产品（真空管支架、左前车门玻璃后导轨总成、右前车门玻璃后导轨总成）名称相同且对应车型相同，但公司供应的前述产品是塑料材质，铭博股份供应的是金属材质，实质不属于同一种产品。报告期内，公司前述三种产品产生的收入较小，真空管支架的收入分别为 36.27 万元、13.34 万元、12.09 万元和 0 万元，左前车门玻璃后导轨总成的收入分别为 41.19 万元、3.21 万元、5.78 万元和 3.31 万元，右前车门玻璃后导轨总成收入分别为 40.92 万元、3.37 万元、5.78 万元和 3.31 万元。

3、说明报告期内发行人与铭博股份重叠客户的客户类型

公司与铭博股份主要重叠客户比亚迪汽车和吉利汽车均属于国际知名汽车整车厂商，该类企业供应商准入门槛较高，且拥有完善的内部控制管理体系和评审标准，其对外采购采用招投标、比价等市场化方式确定项目定点和产品价格。

主要重叠客户	市场地位	财务数据	上市情况	关联关系	是否仅向公司和铭博股份采购
比亚迪汽车	2024 年度，乘用车整车批发销量 425.04 万辆，位列国内第一位、全球汽车行业第七位，新能源汽车销量位居全球第一位	2024 年营业收入 7,771.02 亿元，净利润 415.88 亿元	已在深交所（002594.SZ）和港交所（1211.HK）完成上市，经营情况透明且良好	通过查询工商信息、走访、个人卡核查等方式确认无关联关系和其他利益安排	否
吉利汽车	2024 年度，乘用车中国境内批发销量 217.66 万辆，位列国内第五位；吉利汽车整车累计销售 333.65 万辆，位列全球汽车行业第十位	2024 年营业收入 5,748.26 亿元，净利润 182.14 亿元	吉利汽车下属子公司吉利汽车控股有限公司（0175.HK）系香港上市公司，经营情况透明且良好	通过查询工商信息、走访、个人卡核查等方式确认无关联关系和其他利益安排	否

4、各期发行人及铭博股份向重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况是否匹配

（1）公司向重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况匹配

各期公司向重叠客户的销售金额分别为 146,470.02 万元、242,088.35 万元、327,519.94 万元和 140,215.50 万元，主要销售内容为汽车内外饰件及配套模具。其中，各期公司向吉利汽车的销售金额分别为 79,758.10 万元、118,477.22 万元、142,197.74 万元和 79,602.86 万元，2023 年、2024 年增长率分别为 48.55% 和 20.02%；各期公司向比亚迪汽车的销售金额分别为 56,843.55 万元、121,915.01 万元、185,245.98 万元和 60,546.32 万元，2023 年、2024 年增长率分别为 114.47% 和 51.95%。公司向吉利汽车、比亚迪汽车的销售金额、销售内容与其经营情况匹配，相关分析已在本次回复中“问题 2.业绩增长可持续性”中进行详细阐述。

（2）铭博股份向重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况匹配

各期铭博股份向重叠客户销售的主要为内容冲压件、辊压件及配套模具。

1) 吉利汽车匹配情况：2023 年、2024 年铭博股份向吉利汽车的销售增长率分别为 20.14% 和 30.06%，近两年铭博股份向吉利汽车的销售金额保持增长，得益于吉利汽车整车批发销量的持续增长。根据乘联会数据，吉利汽车（不含沃尔沃）乘用车汽车整车批发销量从 2022 年的 143.30 万辆增长到 2024 年的 217.66 万辆，增幅为 51.89%，铭博股份向吉利汽车的销售金额、销售内容与其经营情况具有匹配性。

2) 比亚迪汽车匹配情况：2023 年、2024 年铭博股份向比亚迪汽车的销售增长率分别为 53.50% 和 1,765.27%，近两年铭博股份向比亚迪汽车的销售金额保持增长、特别 2024 年增长幅度较大提高，一方面得益于比亚迪汽车整车批发销量的持续增长，根据比亚迪披露的公开信息，其汽车整车乘用车批发销量从 2022 年 186.26 万辆增长到 2024 年 425.04 万辆，增幅为 128.20%、较大幅度高于行业整体增幅和国内主要汽车主机厂的增幅；另一方面，铭博股份自 2020 年进入比亚迪汽车供应商体系后，前期主要通过提供加工服务的方式与比亚迪汽车合作，因此 2022 年和 2023 年的收入较低，2024 年开始由铭博股份自己购买原材料及生产、销售冲压件产品，实现了规模化供货和收入的快速增长，由于上年收入基数较低，对其收入增幅高于比亚迪汽车本身销量增幅、具有合理性，铭博股份向比亚迪汽车的销售金额、销售内容与其经营情况具有匹配性。

综上所述，各期发行人及铭博股份向重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况匹配。

（二）销售价格是否公允

1、公司、铭博股份向不同客户销售相同产品的价格对比

（1）公司向不同客户销售相同产品的价格对比

公司与铭博股份的主要重叠客户为吉利汽车和比亚迪汽车，吉利汽车和比亚迪汽车为公司前两大客户、各期收入合计占比达到 95% 左右。非重叠客户的销售金

额占比较小，公司向重叠客户与非重叠客户之间销售相同产品的情况并不普遍，可选的对比样本有限。吉利汽车和比亚迪汽车作为国内及全球的知名整车制造厂商，采购相关内部控制制度严格，对于项目定点和产品定价采用市场化竞争方式，价格具有可比性。因此，公司向不同客户销售相同产品的价格对比不再局限于重叠客户与非重叠客户之间。

报告期内，公司主营业务收入主要来源于内外饰件销售，内外饰件产品销售金额及结构如下：

单位：万元

内外饰件	类别	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
外饰件	侧裙	22,700.97	23.40%	46,695.05	19.86%	31,158.79	17.75%	18,033.06	17.69%
	车底护板	12,242.15	12.62%	41,517.94	17.66%	29,499.18	16.80%	17,933.59	17.59%
	扰流板	15,697.85	16.18%	36,304.66	15.44%	32,130.47	18.30%	11,438.81	11.22%
	行李架	8,891.12	9.16%	20,190.33	8.59%	17,157.40	9.77%	10,683.79	10.48%
	车身后部饰件	7,334.99	7.56%	14,627.99	6.22%	13,807.99	7.87%	10,322.71	10.13%
	轮眉	7,939.42	8.18%	17,947.19	7.63%	11,828.79	6.74%	5,028.91	4.93%
	立柱外装饰板	6,157.32	6.35%	19,164.94	8.15%	10,324.12	5.88%	2,258.81	2.22%
	前舱装饰件	5,450.27	5.62%	11,784.87	5.01%	9,481.47	5.40%	7,229.00	7.09%
	其他外饰件	10,613.57	10.94%	26,908.34	11.44%	20,157.99	11.48%	19,021.63	18.66%
	外饰件小计	97,027.66	100.00%	235,141.31	100.00%	175,546.21	100.00%	101,950.33	100.00%
内饰件	立柱内装饰板	30,029.41	67.18%	67,908.69	70.92%	48,483.00	68.26%	29,217.92	63.09%
	行李箱内装饰板	10,260.45	22.95%	20,523.04	21.43%	16,842.75	23.71%	11,351.14	24.51%
	其他内饰件	4,412.71	9.87%	7,318.06	7.64%	5,704.46	8.03%	5,744.63	12.40%
	内饰件小计	44,702.57	100.00%	95,749.78	100.00%	71,030.21	100.00%	46,313.68	100.00%

由上可知，报告期内，公司外饰件主要包括侧裙、车底护板、扰流板、行李架等，公司内饰件主要包括立柱内装饰板、行李箱内装饰板等，该六大类别占内外饰件收入的比例约 70%，选取各类别中最近一年销售金额最大的产品，对比不同主要客户的销售价格如下：

1) 外饰件-侧裙-裙板

单位：万元、元/件

类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
比亚迪汽车	5,909.58	28.70	17,894.22	44.27	10,374.11	36.16	5,494.27	53.90
吉利汽车	3,319.89	42.22	3,305.10	47.20	1,244.09	32.69	1,274.88	33.53

2023年和2024年，公司向不同客户销售裙板的价格不存在重大差异。

2022年，公司向比亚迪汽车销售裙板的价格高于吉利汽车，吉利汽车主要集中在已供货时间较长的中低价位车型缤越系列产品，而比亚迪汽车当年新推出的驱逐舰05车型售价较高。

2025年1-6月，公司向吉利汽车销售裙板的价格高于比亚迪汽车，吉利汽车主要集中在中高价位车型领克系列以及新推出市场表现较好的星愿系列，当期星愿系列整车销量由2024年的5.27万辆增长至20.55万辆，比亚迪汽车占比最大的是中低价位的海鸥车型。

2) 外饰件-车底护板-挡泥板总成

单位：万元、元/件

类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
比亚迪汽车	7,496.46	28.40	31,904.42	27.48	21,508.30	27.05	10,608.79	29.88
吉利汽车	1,717.47	14.54	4,085.75	15.78	3,869.93	19.24	1,876.78	17.13
威马汽车	-	-	-	-	-	-	98.42	20.12

报告期内，公司向比亚迪汽车销售挡泥板总成的价格整体高于吉利汽车，2022年，公司向威马汽车销售挡泥板总成的价格位于比亚迪汽车和吉利汽车中间水平。挡泥板总成主要包括前轮挡泥板总成、后轮挡泥板总成、前副车架挡泥板总成、后副车架挡泥板总成、前地板挡泥板总成、后地板挡泥板总成等。

公司向比亚迪汽车销售挡泥板总成的价格整体高于吉利汽车，一方面，公司向比亚迪汽车和吉利汽车的销售内容不同，公司向比亚迪汽车销售前副车架挡泥板总

成的金额占比较大且该产品的价位较高,公司未向吉利汽车销售该产品;另一方面,在公司销售的前轮挡泥板总成和后轮挡泥板总成中,比亚迪汽车分散在宋、元、秦、海豚、海豹、海鸥等系列,单价区间相对稳定在 20 元/件-30 元/件,而公司主要向吉利汽车销售供货时间较长且售价较低的博越、星越、帝豪、远景、缤越等老款车型产品。

3) 外饰件-扰流板-背门扰流板

单位:万元、元/件

类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
比亚迪汽车	2,031.54	223.28	11,052.15	216.21	9,448.76	200.82	359.69	287.95
吉利汽车	11,479.95	185.33	20,624.70	207.89	17,827.71	243.15	9,135.79	199.79
小鹏汽车	-	-	-	-	52.07	246.79	246.22	246.79

2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月,公司向比亚迪汽车和吉利汽车销售背门扰流板的整体价差不大。

2022 年,公司向小鹏汽车销售背门扰流板的价格处于比亚迪汽车和吉利汽车中间水平;比亚迪汽车的销售价格高于吉利汽车,主要是因为 2022 年公司向比亚迪汽车销售背门扰流板的销售规模较小,且集中在中高端车型腾势系列、平均单价较高。

4) 外饰件-行李架

单位:万元、元/件

类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
比亚迪汽车	3,858.00	74.64	10,834.05	79.76	8,291.29	80.74	4,085.28	89.78
吉利汽车	4,739.97	64.61	8,918.32	65.50	8,412.58	71.01	5,906.86	67.93
赛力斯汽车	131.34	88.00	-	-	-	-	-	-

2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月,公司向比亚迪汽车和吉利汽车销售行李架的整体价差不大。2022 年,公司向比亚迪汽车销售行李架的价格高于吉利汽车,

比亚迪汽车集中在宋系列,吉利汽车价格较低的博越系列以及老款车型帝豪、远景、几何系列的占比较大。

2025年1-6月,公司与赛力斯汽车处于早期合作阶段且销售规模尚小,当期仅实现行李架收入131.34万元,因此售价偏高。

5) 内饰件-立柱内装饰板-立柱装饰板

单位:万元、元/件

类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
吉利汽车	17,011.95	17.41	30,495.94	20.72	25,702.70	25.67	17,536.15	23.66
蔚来汽车	363.78	33.11	1,568.68	34.09	2,895.39	27.60	3,118.81	72.10
零跑汽车	87.36	23.80	982.21	21.97	1,272.29	32.68	887.32	33.61

立柱装饰板主要包括A柱上装饰板、A柱下装饰板、B柱上装饰板、B柱下装饰板、C柱上装饰板、C柱下装饰板等。

2022年,公司向蔚来汽车销售立柱装饰板的均价较高为72.10元/件,原因系公司向蔚来汽车销售的主要内容为包覆麂皮面料的A柱上装饰板、B柱上装饰板和C柱下装饰板等。相比一般的塑料或包覆普通织物面料的立柱装饰板,包覆麂皮面料的立柱装饰板一方面原材料价格更贵,另一方面制造工艺更为精细、复杂,配套车型通常更为高端,因此整体价格较高。2023年、2024年和2025年1-6月,公司向蔚来汽车主要供应一般的立柱装饰板产品,价格较2022年降低。

2022年和2023年,公司与零跑汽车处于早期初始合作且销售规模尚小,立柱装饰板的价格偏高。

6) 内饰件-行李箱内装饰板-后围内饰板

单位:万元、元/件

类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
比亚迪汽车	5,558.54	50.50	12,761.09	56.09	10,844.28	52.99	6,722.63	66.76

类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
吉利汽车	469.97	11.60	784.00	14.50	796.54	15.57	688.30	18.46

报告期内，公司向比亚迪汽车销售后围内饰板的价格相比吉利汽车较高，主要是因为销售内容有差异，公司向比亚迪汽车主要销售后侧围护板总成，报告期内平均单价分别为 70.87 元/件、62.25 元/件、56.09 元/件和 51.26 元/件；公司向吉利汽车主要销售后围内饰板总成，报告期内平均单价分别为 18.46 元/件、15.57 元/件、14.50 元/件和 11.61 元/件，随着供货时间的拉长，价格有所下降，符合行业规律。后侧围护板总成平均单价高于后围内饰板总成一方面是因为其材料成本和加工制造费用较高，后侧围护板总成净重平均 2 公斤以上、需使用吨位 1600T 以上的注塑机生产，后围内饰板总成净重平均 0.9 公斤左右、使用吨位 650T 以上的注塑机生产；另一方面，由于后侧围护板总成尺寸体积较大，其包装成本较高，需要耗用较多的包装材料如网兜、安装座、吸音棉、卡扣、螺母、杜邦袋等。

公司向不同客户销售相同产品的价格存在一定差异，具有合理原因，包括具体销售内容差异、配套车型差异、颜色尺寸差异，以及客户开发战略、客户销售规模、整体定价原则、年降幅度和供货时长不同等。公司在争取优质客户和具有市场竞争力项目时，可能作出一定的价格折让；当客户的销售规模偏小，或者配套车型市场表现较好、产品供不应求时，公司则可能拥有相对较强的议价权；公司针对大客户的定价策略，可能不局限于某个产品或某款车型，而是根据综合整体毛利定价，以上因素均可能导致具体产品的价格波动。整体而言，公司对主要重叠客户的销售价格具有公允性。

（2）铭博股份向不同客户销售相同产品的价格对比

由于涉及商业秘密，铭博股份的销售收入结构以及向不同客户销售相同产品的单价已申请豁免披露。

针对报告期内发行人与铭博股份的主要重叠客户，铭博股份对其销售价格公允。

(3) 公司和铭博股份不存在向主要重叠客户销售相同具体产品的情况、两者之间价格不具有可比性

公司和铭博股份分属于汽车零部件塑料件和冲压件两种不同类型产品，公司主要销售内容为汽车内外饰件及配套模具，主要用于装饰类的 ABCD 柱、扰流板、门板、顶棚、格栅、亮条；铭博股份主要销售内容为冲压件、辊压件及配套模具，主要用于车框、承重部位等。公司和铭博股份供应产品的类型、采用原材料、生产工艺等方面均存在显著差异，两者之间的产品销售价格不具有可比性。另外，通过对比公司、铭博股份在整车厂商系统中供应产品的物料编码，确认公司、铭博股份报告期内在整车厂商系统中的产品物料编码均无重合，不存在向主要重叠客户销售相同具体产品的情形。

2、公司与铭博股份不存在共用销售渠道进行利益输送的情形

公司和铭博股份的产品具有显著性差异，拥有独立的供应商代码并且分别对接整车厂商不同物料组的采购部门，其采购决策相互独立，不存在向公司和铭博股份发送相同零件订单的情形，公司和铭博股份不存在共用销售渠道的情形。另外，主要重叠客户比亚迪汽车和吉利汽车作为国内及全球汽车行业的领军企业，拥有较为强势的市场地位，其配合公司和铭博股份进行利益输送的主观意愿较低。

3、公司通过投标或比价的市场化方式获取订单、价格具有公允性

报告期内，整车厂商在开发新车型时会向包括公司在内的合格供应商发出产品需求，公司根据整车厂商对产品的具体要求进行初步方案设计、成本核算并报价。整车厂商综合考虑供应商的报价、生产能力、供货能力和开发周期等因素后，通过比价或招投标方式进行新产品的定点。

公司通过整车厂商采购门户网站的招标模块、比价模块进行投标和参与比价，过程中由整车厂商掌握产品销售价格的决定权。根据最终定点通知，公司向客户的报价处于合理区间并获得了客户认可。公司与主要重叠客户的交易价格系市场化竞争的结果，符合汽车零部件行业惯例，价格具有公允性。

4、公司和铭博股份的综合毛利率等财务数据稳定、公司对主要重叠客户的销售毛利率合理

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 21.83%、21.71%、21.83%和 23.30%，整体稳定，公司已在招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“三、（三）毛利率分析”处披露毛利率与同行业上市公司对比不存在重大差异的情况。报告期内，公司对主要重叠客户比亚迪汽车的销售毛利率分别为 24.39%、24.32%、21.86%和 22.35%，对吉利汽车的销售毛利率分别为 19.29%、18.20%、21.45%和 24.31%，结合客户新老产品结构、内外饰件产品结构、原材料价格波动等因素分析，公司对比比亚迪汽车、吉利汽车的销售毛利率具有合理性，详见本次回复中“问题 2.业绩增长可持续性”之“三、（二）列示各期发行人向主要客户销售产品的毛利率情况，分析不同客户毛利率差异原因及合理性”。

由于涉及商业秘密，铭博股份财务数据已申请豁免披露。最近三年铭博股份的毛利率、净利率等财务数据不存在重大异常。

（三）销售产品是否存在显著差异

由本题六之（一）“2、说明报告期内发行人与铭博股份重叠客户的销售内容”可知，公司和铭博股份向主要重叠客户的销售产品存在显著差异。

（四）是否存在异常的销售情形

综上所述，报告期各期公司及铭博股份向主要重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况匹配，销售价格公允，销售产品存在显著差异，不存在异常的销售情形。

七、说明报告期内发行人与铭博股份存在的供应商重叠情况、采购内容和供应商类型，各期发行人及铭博股份向重叠供应商的采购金额、内容与双方各自的经营情况是否匹配，采购价格是否公允，采购内容是否存在明显差异，是否存在异常的采购情形

(一) 说明报告期内发行人与铭博股份存在的供应商重叠情况、采购内容和供应商类型，各期发行人及铭博股份向重叠供应商的采购金额、内容与双方各自的经营情况是否匹配

1、说明报告期内发行人与铭博股份存在的供应商重叠情况

(1) 重叠供应商整体情况（公司单边报告期内合计采购金额 300 万元以上）

公司报告期内合计采购金额 300 万元以上的重叠供应商共 45 家，其合计采购金额占全部重叠供应商采购金额的比例在 80%左右，45 家重叠供应商的采购金额占公司及铭博股份各类采购总额的比例情况如下：

主体	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计
乔路铭	12.24%	12.83%	11.33%	12.22%	12.20%
铭博股份	3.24%	4.65%	3.81%	2.10%	3.66%

注：重叠供应商已剔除国家电网有限公司下属分子公司

(2) 主要重叠供应商基本情况（公司、铭博股份双边报告期内合计采购金额 300 万元以上）

报告期内，公司、铭博股份双边报告期内合计采购金额 300 万元以上的主要重叠供应商共 11 家，其采购金额占公司及铭博股份各类采购总额的比例情况如下：

主体	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计
乔路铭	3.97%	5.23%	3.85%	2.97%	4.13%
铭博股份	3.09%	4.52%	3.66%	2.02%	3.53%

注：主要重叠供应商已剔除国家电网有限公司下属分子公司

由上表可知，公司、铭博股份与主要重叠供应商交易金额占各自各类采购总额的比例较低，各期比例在 2%-5.5%区间。

(3) 主要重叠供应商详细情况（公司、铭博股份双边报告期内合计采购金额 300 万元以上）

报告期内，公司与双边合计采购金额 300 万元以上的 11 家主要重叠供应商交

易情况如下：

单位：万元

主要重叠供应商	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	合计
江苏艾瑞尔精密铝业有限公司	1,284.12	3,688.15	2,553.45	1,812.96	9,338.68
江苏满运软件科技有限公司	1,548.29	2,275.76	2,681.87	1,674.54	8,180.47
浙江齐瑞建设集团有限公司	-	2,440.43	2,332.14	-	4,772.57
温州豪臣汽车部件有限公司	309.40	872.77	1,835.56	481.70	3,499.43
余姚华耀检具有限公司	-1.44	909.96	932.51	348.36	2,189.39
江苏胜铂优机械有限公司	201.86	502.88	442.23	284.19	1,431.15
成都高原汽车工业有限公司	-0.04	466.55	384.27	321.14	1,171.93
宁波高新区丰铄金属制品有限公司	325.15	278.65	540.54	311.13	1,455.47
上海启骏机电设备有限公司	127.22	552.53	327.09	34.24	1,041.08
钜亚汽车零部件科技（太仓）有限公司	30.09	26.68	65.31	311.88	433.95
上海普鹏物流有限公司	-	-	139.25	170.57	309.82
合计	3,824.63	12,014.37	12,234.21	5,750.70	33,823.92

注：江苏满运软件科技有限公司包含同一控制下的天津满运软件科技有限公司、宿迁满运软件科技有限公司

2、说明报告期内发行人与铭博股份重叠供应商的采购内容和供应商类型

报告期内，公司与铭博股份主要重叠供应商的类型和采购内容如下：

序号	主要重叠供应商	供应商类型	主要销售产品	乔路铭采购内容	铭博股份采购内容	是否明显差异	不存在明显差异的原因	采购内容是否为其主营业务	是否存在仅为公司和铭博股份服务的情况	是否存在关联关系或其他利益安排
1	江苏艾瑞尔精密铝业有限公司	铝型材供应商	铝型材	铝型材、铝管	铝板	否	公司用于行李架生产，铭博股份用于冲压件隔	是	否	否

							热板生产			
2	江苏满运软件科技有限公司	“互联网+物流”货运平台	运输物流	运输物流	运输物流	否	运输服务系生产经营必需	是	否	否
3	浙江齐瑞建设集团有限公司	建筑工程供应商	建筑工程	建筑工程	建筑工程	否	系温州瑞安本地的建筑公司，满足双方各自规模扩张和厂房建设需求	是	否	否
4	温州豪臣汽车部件有限公司	汽车零部件供应商	金属冲压件、压铸件	门槛金属饰板、门槛踏板装饰条、后围装饰板等	排气管安装罩	是	/	是	否	否
5	余姚华耀检具有限公司	汽车检具、工装夹具供应商	汽车零部件检具	塑料件检具	冲压件检具	否	检具系汽车零部件行业生产必需	是	否	否
6	江苏胜铂优机械有限公司	汽车零部件供应商	汽车紧固件	螺母、螺钉、螺栓、卡扣等	螺母、螺钉等	否	螺母、螺钉等系工业生产必需的低值易耗品	是	否	否
7	成都高原汽车工业有限公司	汽车整车制造商，吉利汽车持股 50%	汽车整车	厂房及附属设备租赁	设备及附属工装、模具设备租赁	否	均在吉利成都基地设有工厂，向其租赁厂房、设备	否	否	否
8	宁波高新区丰铄金属制品有限公司	金属制品供应商	料架等金属件	料架、隔离网、围板箱等	铁板箱、铁皮箱等	否	工位器具系汽车零部件行业生产必需	是	否	否
9	上海启骏机电设备有限公司	机电设备的销售、安装、维修	机电设备及安装工程	水电气管道安装工程、空气压缩机	水电气管道安装工程	否	日常水电气工程、管道工程为生产活动必需	是	否	否
10	钜亚汽车零部件科技（太仓）有限公司	汽车零部件及配件、金属模具供应商	汽车零部件模具、夹具及相关设备	行李架拉弯模具、行李架加工夹具、拉	窗框夹具、锯切机、焊接机器人	否	夹具系汽车零部件行业生产必需	是	否	否

				弯机						
11	上海普鹏物流有限公司	道路货物运输服务商	运输物流	运输物流	运输物流	否	运输服务系生产经营必需	是	否	否

由上表可知,公司和铭博股份主要重叠供应商类型和采购内容主要涉及生产经营所需的铝型材、运输物流、模检夹具、建筑工程、汽车零配件、房屋租赁等,具有合理性。

3、各期发行人及铭博股份向重叠供应商的采购金额、采购内容与双方各自的经营情况是否匹配

(1) 采购金额方面:公司和铭博股份向主要重叠供应商的采购金额占各类采购总额的比例较小,各期比例处于 2%-5.5%区间,采购金额不存在显著异常的情形。

另外根据对部分主要重叠供应商的实地走访、主要重叠供应商的公开披露资料等信息,主要重叠供应商不存在仅为公司和铭博股份提供产品或服务的情况。各期公司及铭博股份向主要重叠供应商的采购金额与双方各自的经营情况匹配。

(2) 采购内容方面:公司和铭博股份向主要重叠供应商的采购内容较为接近,主要涉及生产经营所需的铝型材、运输物流、模检夹具、建筑工程、汽车零配件、房屋租赁等,除了向成都高原汽车工业有限公司之外,公司、铭博股份向主要重叠供应商采购的内容均与其主营业务相关。

成都高原汽车工业有限公司主营整车制造,系吉利汽车合作伙伴,公司、铭博股份向其租赁位于吉利汽车成都基地的厂房和设备等开展配套生产,具有合理性。各期公司及铭博股份向主要重叠供应商的采购内容不存在显著异常的情形,与双方各自的经营情况匹配。

综上所述,各期公司及铭博股份向重叠供应商的采购金额、采购内容与双方各自的经营情况匹配。

(二) 采购价格是否公允

1、乔路铭采购价格是否公允

针对主要重叠供应商（公司、铭博股份双边报告期内交易金额合计均大于 300 万元），公司与其交易的公允性分析如下：

（1）江苏艾瑞尔精密铝业有限公司（以下简称“江苏艾瑞尔”）

报告期内，公司主要向江苏艾瑞尔采购铝型材，其与可比供应商的采购单价对比情况如下：

单位：万元、万元/吨

对比情况	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
江苏艾瑞尔精密铝业有限公司	1,284.26	2.40	3,688.15	2.43	2,553.45	2.14	1,785.93	2.38
瑞安市江南铝业有限公司	1,983.05	2.25	2,913.34	2.40	1,812.46	2.07	1,789.22	2.11
四川威亚金属材料有限公司	-	-	-	-	55.24	2.04	278.97	2.38

由上表可知，江苏艾瑞尔与瑞安市江南铝业有限公司等其他可比公司采购铝型材的价格不存在重大差异，少量差异是由于应用车型不同、运输距离远近、供应商采购规模大小等因素所致。铝板是铭博股份的主要原材料，公司采购铝型材则用于开展行李架业务，公司参考每日金属网实时价格采购铝型材、与市场价格不存在重大差异。

（2）江苏满运软件科技有限公司（以下简称“江苏满运”）

江苏满运（YMM.N）系一家互联网货运平台，运输报价公开透明。报告期内，江苏满运系公司运输物流服务的主要供应商，对比同期间其他运输商报价不存在重大差异，情况如下：

单位：元

对比情况	单程距离	吨位	单程价格（不含税）
江苏满运	约 140km	9.6 米飞翼	900-1,100
西安鑫盛佳物流有限公司	约 130 km	9.6 米飞翼	900-950
江苏满运	约 250km	9.6 米飞翼	1,400-1,600
宁波北仑福来物流有限公司	约 190km	9.6 米飞翼	1,500

对比情况	单程距离	吨位	单程价格（不含税）
西安鑫盛佳物流有限公司	约 180 km	9.6 米飞翼	1,400-1,500

(3) 浙江齐瑞建设集团有限公司（以下简称“浙江齐瑞”）

报告期内，浙江齐瑞向公司提供的建筑工程服务集中在长兴基地和瑞安总部，详情如下：

单位：平方米、万元、元/平方米

建筑工程	项目	建设内容	建筑面积	实际造价	平均造价
长兴基地	办公楼	钢筋混凝土结构，含水电、消防等安装工程	5,632.09	3,365.29	433.52
	厂房	钢结构	71,994.57		
瑞安总部	办公楼	钢筋混凝土结构，含水电、消防等安装工程和室外附属景观工程	8,956.86	6,010.92	457.45
	厂房	钢结构	122,443.20		

上述长兴基地和瑞安总部中，办公楼为钢筋混凝土结构、厂房为钢结构，经查询市场价格，单层钢结构厂房区分主钢架吨位、结构复杂程度、围护系统等造价在 350 元-650 元每平方米；根据瑞安市房屋重置价标准，钢筋混凝土结构厂房区分结构等级造价在 1,250 元-1,400 元每平方米。

由于长兴基地和瑞安总部工程总价难以准确区分办公楼和厂房单独的造价，但按照办公楼 1,300 元每平方米、厂房 350 元-400 元每平方米的合理水平测算，与上表实际造价接近，公司长兴基地和瑞安总部实际造价处于合理市场价格区间。

公司已在第一轮审核问询函的回复问题 8 之五、（二）“1、土建工程主要施工方款项支付进度情况及相关资金流向”中披露，公司向土建工程的主要施工方浙江齐瑞的付款进度与工程进度基本一致，或出于资金安排考虑付款进度略小于工程进度，符合行业惯例。

(4) 温州豪臣汽车部件有限公司（以下简称“温州豪臣”）

报告期内，公司主要向温州豪臣采购门槛金属饰板、门槛踏板装饰条、后围装饰板等。门槛金属饰板、门槛踏板装饰条无相关可比供应商，温州豪臣在 2023 年

存在后围装饰板的同类供应商慈溪市博宁汽车配件厂，具体情况如下：

单位：元、元/件

对比情况	2023 年	
	金额	单价
温州豪臣汽车部件有限公司	417,070.01	21.50
慈溪市博宁汽车配件厂	704,791.70	23.23

2023 年，温州豪臣采购后围装饰板的价格均为 21.50 元/件，慈溪市博宁汽车配件厂采购后围装饰板的年度平均价格均为 23.23 元/件，其中包含 25.50 元/件和 20.50 元/件的两种规格，与温州豪臣的采购价格不存在重大差异。

(5) 余姚华耀检具有限公司（以下简称“余姚华耀”）

报告期内，公司主要向余姚华耀购买各类型检具，对比报告期内其他可比供应商不存在重大差异，具体情况如下：

单位：元/付

供应商名称	检具名称	报价（含税）
余姚华耀检具有限公司	（左/右）前轮眉总成	30,000
长沙市奥思得精工模具有限公司		31,130
余姚华耀检具有限公司	（左/右）（前/后）轮挡泥板总成	33,000
江苏祥强机械设备有限公司		32,000

由上表可知，余姚华耀的产品价格与其他可比公司的价格不存在重大差异，少量差异主要系产品型号尺寸和材料不同所致。

(6) 成都高原汽车工业有限公司（以下简称“成都高原”）

报告期内，公司向成都高原租赁位于成都经济技术开发区车城东七路 366 号小涂装车间占地面积 5,783 平方米的厂房及附属设施设备，铭博股份向成都高原租赁冲压车间 B 线设备及附属工程、模具设备，两者之间租赁内容存在差异、价格可比性较弱。

根据公司与成都高原签订的租赁协议，对比其他租赁方的价格存在少量差异、主要系由于所处地段不同，具体情况如下：

单位：元/平方米/年

出租方	所处位置	单位面积租金（含税）
成都高原汽车工业有限公司	四川省成都经济技术开发区东城东七路 366 号小涂装车间	300.00
合肥市胜元威科技有限公司	长丰县岗集镇工业园区创业大道与岗淮路交叉口 5# 厂房	228.00
浙江铭博汽车部件股份有限公司	浙江省瑞安市塘下国际汽摩配工业区万景路 767 号车间、浙江省瑞安市塘下国际汽摩配工业区国泰路 666 号车间、办公楼	247.20
常州宝隆冶金设备制造有限公司	江苏省常州市新北区汤庄旺田路 21 号	348.66
西安经济技术开发区建设有限责任公司	陕西省西安市西安经济技术开发区泾渭新城吉利大道 1 号西安吉利配套零部件产业基地 C-7#	420.07

(7) 宁波高新区丰铄金属制品有限公司（以下简称“宁波丰铄”）

报告期内，公司主要向宁波丰铄购买料架、隔离网、围板箱等，选取下表存在可比供应商的料架产品，价格对比不存在重大差异，具体情况如下：

单位：元/台

供应商名称	产品名称	单价（含税）
宁波高新区丰铄金属制品有限公司	左右后门槛装饰板总成料架	3,000
湖南创毅机械设备有限公司		3,100

由上表可知，宁波丰铄的产品价格与其他可比公司的价格不存在重大差异

(8) 江苏胜铂优机械有限公司（以下简称“江苏胜铂优”）

报告期内，公司主要向江苏胜铂优购买螺母、螺钉、螺栓、卡扣等，2023 年和 2024 年公司向江苏胜铂优购买螺母的金额相对较大，对比同期间其他螺母可比供应商不存在重大差异，具体情况如下：

单位：万元、元/件

对比情况	2024 年		2023 年	
	金额	单价	金额	单价
江苏胜铂优机械有限公司	137.41	0.12	95.29	0.13
瑞安市振东汽车部件有限公司	190.08	0.12	79.67	0.13

对比情况	2024 年		2023 年	
	金额	单价	金额	单价
昆山仁之杰精密电子组件有限公司	60.77	0.15	30.74	0.18
宁波礼达汽车零部件有限公司	30.24	0.17	55.18	0.17

由上表可知，公司向江苏胜铂优采购螺母的价格，与其他可比公司对比不存在重大差异。

(9) 上海启骏机电设备有限公司（以下简称“上海启骏”）

报告期内，公司主要向上海启骏采购压缩机及安装工程等，对比报告期内其他可比供应商不存在重大差异，具体情况如下：

单位：元

供应商名称	产品名称	价格（含税）
上海启骏机电设备有限公司	空压机动力安装工程	500,000.00
上海功骋新能源科技有限公司	气体压缩机安装工程	500,000.00

由上表可知，公司向上海启骏采购压缩机及安装工程的价格，与其他可比公司对比不存在重大差异。

(10) 钜亚汽车零部件科技（太仓）有限公司（以下简称“钜亚汽车”）

报告期内，钜亚汽车主要为公司提供行李架相关模具、夹具设计和开发服务，公司与其交易主要发生在 2022 年，而铭博股份主要集中在 2024 年和 2025 年 1-6 月，不在同一期间，对比报告期内其他供应商价格不存在重大差异，情况如下：

单位：元/付

供应商名称	夹具名称	年度	单价（含税）
钜亚汽车	ST 左/右行李架铝杆铣加工夹具	2022 年	25,000.00
钜亚汽车	SA3F 左/右行李架铝杆铣加工夹具	2022 年	25,000.00
钜亚汽车	SX11 左/右行李架铝杆铣加工夹具	2022 年	25,000.00
瑞安市科派模具厂	G636 左/右行李架铝杆铣加工夹具	2023 年	24,000.00
瑞安市科派模具厂	SC3E 左/右行李架铝杆铣加工夹具	2023 年	24,000.00
温州市科诚精密机械部件有限公司	SA2FC 行李架铣切加工夹具	2024 年	24,000.00

供应商名称	夹具名称	年度	单价（含税）
温州市科诚精密机械部件有限公司	P145 行李架铣切加工夹具	2024 年	27,000.00

由上表可知，公司向钜亚汽车采购行李架相关夹具的价格，与其他可比公司对比不存在重大差异。2024 年温州市科诚精密机械部件有限公司 P145 行李架铣切加工夹具因为制造过程要求气缸加大、夹持位置加工、底板加大，价格相对略高。

(11) 上海普鹏物流有限公司（以下简称“上海普鹏”）

报告期内，上海普鹏主要为公司提供运输物流服务，交易集中发生在 2022 年和 2023 年，2024 年和 2025 年未再发生交易，对比同期间其他运输商报价不存在重大差异，情况如下：

单位：元

对比情况	单程距离	吨位	单程价格（不含税）
上海普鹏	约 28km	9.6 米飞翼	330
西安鑫盛佳物流有限公司	约 27 km	9.6 米飞翼	300-310
上海普鹏	约 37 km	9.6 米飞翼	395
余姚市李明海货运部	约 40 km	9.6 米飞翼	395

综上所述，针对主要重叠供应商（公司、铭博股份双边报告期内交易金额合计均大于 300 万元），公司与其交易具有公允性。

2、铭博股份采购价格是否公允

由于涉及商业秘密，铭博股份向不同供应商采购相同产品的单价及对比情况已申请豁免披露。

针对报告期内公司和铭博股份采购金额均超过 300 万元，以及铭博股份采购金额超过 1,000 万元的主要重叠供应商，铭博股份与其交易具有公允性。

3、乔路铭与铭博股份之间采购价格对比

虽然公司、铭博股份向双边合计采购金额 300 万元以上的 11 家主要重叠供应商采购的内容大部分不存在显著差异，但是存在部分具体采购的产品不同、价格可

比性较弱的情况，亦存在具体采购的产品相同或接近、价格可比的情况，详情如下：

序号	主要重叠供应商	乔路铭采购内容	铭博股份采购内容	是否明显差异	采购产品是否相同或接近	价格是否可比
1	江苏艾瑞尔精密铝业有限公司	铝型材、铝管	铝板	否	是	是
2	江苏满运软件科技有限公司	运输物流	运输物流	否	是	是
3	浙江齐瑞建设集团有限公司	建筑工程	建筑工程	否	是	是
4	温州豪臣汽车部件有限公司	门槛金属饰板、门槛踏板装饰条、后围装饰板等	排气管安装罩	是	否	否
5	余姚华耀检具有限公司	塑料件检具	冲压件检具	否	否	否
6	江苏胜铂优机械有限公司	螺母、螺钉、螺栓、卡扣等	螺母、螺钉等	否	是	是
7	成都高原汽车工业有限公司	厂房及附属设备租赁	设备及附属工装、模具设备租赁	否	否	否
8	宁波高新区丰铄金属制品有限公司	料架、隔离网、围板箱等	铁板箱、铁皮箱等	否	否	否
9	上海启骏机电设备有限公司	水电气管道安装工程、空气压缩机	水电气管道安装工程	否	是	是
10	钜亚汽车零部件科技（太仓）有限公司	行李架拉弯模具、行李架加工夹具、拉弯机	窗框夹具、锯切机、焊接机器人	否	否	否
11	上海普鹏物流有限公司	运输物流	运输物流	否	是	是

针对公司、铭博股份采购产品相同或接近、价格具有可比性的 6 家主要重叠供应商，公司、铭博股份之间采购价格的对比情况如下：

(1) 江苏艾瑞尔精密铝业有限公司

报告期内，公司主要向江苏艾瑞尔采购铝型材，铭博股份主要向江苏艾瑞尔采购主要原材料铝板，两者价格对比情况如下：

单位：万元/吨

对比情况	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
乔路铭	2.40	2.43	2.14	2.38
铭博股份	/	/	2.81	2.46

由上表可知，公司采购铝型材、铭博股份采购铝板的价格不存在重大差异，少量差异是由于塑料件和冲压件的加工费用不同。公司参考每日金属网实时价格采购铝型材，与市场价格不存在重大差异。

(2) 江苏满运软件科技有限公司

江苏满运（YMM.N）系一家互联网货运平台，运输报价公开透明。报告期内，江苏满运均向公司、铭博股份提供运输物流服务，两者同期间相同出发地和目的地的平台报价一致，价格经对比不存在重大差异，情况如下：

单位：元

对比情况	单程距离	吨位	单程价格（不含税）
乔路铭	约 480-500km	13 米 32 吨	2,900-3,000
铭博股份	约 500-550km	13 米 32 吨	2,900-3,000

(3) 浙江齐瑞建设集团有限公司

报告期内，浙江齐瑞均向公司、铭博股份提供的建筑工程服务，浙江齐瑞向公司提供的已完工建筑工程服务主要系长兴基地和瑞安总部，浙江齐瑞向铭博股份提供的已完工建筑工程服务主要系宣城基地，其单位建筑面积造价情况如下：

单位：元/平方米

主体	建筑工程	办公室建筑面积占比	平均造价
乔路铭	长兴基地	7.26%	450 元/平方米上下
乔路铭	瑞安总部	6.82%	450 元/平方米上下
铭博股份	宣城基地	10.85%	550 元/平方米上下

由上表可知，铭博股份宣城基地向浙江齐瑞采购建筑工程服务的单位建筑面积价格高于公司的长兴基地和瑞安总部，主要系因铭博股份宣城基地的办公室建筑面积占比较高，办公室采用钢筋混凝土结构、单位造价较大幅度高于钢结构车间厂房，

其整体平均造价符合市场价格正常区间。

(4) 江苏胜铂优机械有限公司

报告期内，江苏胜铂优均向公司、铭博股份销售螺母、螺钉等，对比两者购买螺母的价格情况如下：

单位：元/件

对比情况	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
乔路铭	0.11	0.12	0.13	0.16
铭博股份	0.10	0.10	0.07	0.19

由上表可知，公司、铭博股份向江苏胜铂优采购螺母的价格区间不存在重大差异，2023年度公司、铭博股份的采购价格存在少量差异，主要上表系螺母类别的年度平均价格，螺母的细分产品和规格型号较多、之间存在一定的价格差，细分产品包括平对六角铆螺母、盲孔铆螺母、拉铆螺母、大法兰拉铆螺母等。

(5) 上海启骏机电设备有限公司

报告期内，上海启骏均向公司、铭博股份提供水气管道及安装工程服务，对比两者新厂房相近水气管道安装工程的价格不存在重大差异，少量差异系由于建设内容略有差别，具体情况如下：

供应商名称	厂房	主要材料及建设内容	价格（含税）
乔路铭	长兴新增厂房	循环水给/回水主管、空压机、冷水机、水塔、水泵、热镀锌管及其他配件	48万元至51万元
乔路铭	河南新增厂房		48万元至51万元
铭博股份	贵阳新增厂房		48万元至51万元
铭博股份	钱塘新增厂房		48万元至51万元

(6) 上海普鹏物流有限公司

报告期内，上海普鹏均向公司、铭博股份提供运输物流服务，两者对比同期间、相近距离的价格不存在重大差异，情况如下：

单位：元

对比情况	单程距离	吨位	单程价格（不含税）
------	------	----	-----------

对比情况	单程距离	吨位	单程价格（不含税）
乔路铭	约 170km	9.6 米飞翼	1,100-1,150
铭博股份	约 170 km	9.6 米飞翼	1,100-1,150
乔路铭	约 240-260 km	9.6 米飞翼	1,500-1,600
铭博股份	约 240-260 km	9.6 米飞翼	1,500-1,600

针对公司、铭博股份采购产品相同或接近、价格具有可比性的 6 家主要重叠供应商，公司、铭博股份之间的采购价格不存在重大差异。

（三）采购内容是否存在明显差异

由本题七之（一）“2、说明报告期内发行人与铭博股份重叠供应商的采购内容和供应商类型”可知，公司和铭博股份存在向主要重叠供应商采购内容相同或接近的情形，系因同处于汽车零部件行业，采购生产经营所需的铝型材、运输物流、模检夹具、建筑工程、汽车零配件、房屋租赁等，具有合理性；公司和铭博股份向温州豪臣采购内容存在明显差异。

（四）是否存在异常的采购情形

综上所述，报告期各期公司及铭博股份向主要重叠供应商的采购金额、内容与双方各自的经营情况匹配，采购价格公允，虽然公司和铭博股份存在向主要重叠供应商采购内容相同或接近的情形，但如前所述具有合理性，不存在异常的采购情形。

八、结合前述情况说明发行人与关联方是否存在代垫成本费用或利益输送的情形。

1、公司与关联方宁波双慎不存在代垫成本费用或利益输送的情形

1) 结合回款情况

报告期内宁波双慎累计向公司回款金额大于报告期交易金额，系两个原因所致：一是货款回款金额为含税金额，报告期公司通过宁波双慎销售形成的收入对应的销项税金额为 14,932.34 万元；二是报告期回款金额包含期初公司对宁波双慎的应收货款余额 3,870.58 万元；截至 2024 年末，公司已经从宁波双慎收回全部货款，

报告期宁波双慎累计向公司回款金额与公司应收货款合计一致，符合业务实际情况。

2) 结合资金拆入情况

报告期内公司向宁波双慎拆入资金的具体背景是公司报告期前期业务规模快速增长，配套运营资金需求及资本支出需求快速增长导致资金紧张，实际控制人出于支持公司发展的目的，让其控制的宁波双慎向公司出借资金，截至 2022 年年末，公司已经全部归还对宁波双慎的资金拆借。

公司向宁波双慎拆入资金时双方未约定收取利息，公司财务处理上已经计提了财务费用，相关利息视同股东捐赠，公司实际没有支付，公司账面增加其他资本公积 57.99 万元。公司相关会计处理合规，符合企业会计准则的规定。

3) 结合应收账款余额情况

公司已经逐月核对报告期内由公司通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款（含应收账款、应收票据）余额，与公司每月月末对宁波双慎应收账款余额（不抵销对宁波双慎的应付账款），个别月末出现了通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款余额小于公司对宁波双慎应收账款余额的情形。考虑公司对宁波双慎的应付业务资产收购款后，通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款余额均大于公司对宁波双慎的净应收账款余额。

基于公司资金紧张、宁波双慎资金较为宽裕的背景，宁波双慎一方面在非经营性层面以资金拆借的方式向公司提供资金支持；另一方面在涉及业务相关的事项上，允许公司分次逐步支付业务收购的款项，同时在考虑应收账款与应付账款相抵后秉持不占用公司资金且根据自身资金充足情况适当给予公司信用支持的原则，使用可支配资金向公司支付货款。

报告期内，宁波双慎不存在通过经营性资金往来占用公司资金的情形。

4) 结合向重叠供应商采购情况

报告期内，公司、宁波双慎向比亚迪节能采购影像模组均用于生产用途，宁波双慎采购之后平价卖给公司，公司通过与其他零件、子部件装配组成比亚迪汽车海豹、护卫舰 07 等车型的左 A 柱上护板总成件。报告期内，公司、宁波双慎与比亚迪节能的交易只在 2022 年存在重叠，重叠的物料是 13462231-00、13466202-00 两种规格的影像模组，公司、宁波双慎与比亚迪节能的交易价格相同、交易公允。

结合前述情况，公司与关联方宁波双慎不存在代垫成本费用或利益输送的情形。

2、公司与关联方铭博股份不存在代垫成本费用或利益输送的情形

1) 结合客户重叠情况

报告期内，公司与铭博股份存在汽车整车制造厂商和废料回收商客户重叠情况，主要重叠客户为吉利汽车和比亚迪汽车，公司向其销售内容为汽车内外饰件及配套模具，铭博股份向其销售内容为冲压件、辊压件及配套模具，公司与铭博股份销售产品存在显著差异。各期公司及铭博股份向主要重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况匹配。

公司与铭博股份主要重叠客户均属于国际知名汽车整车厂商，该类企业供应商准入门槛较高，且拥有完善的内部控制管理体系和评审标准，其对外采购采用招投标、比价等市场化方式确定项目定点和产品价格。报告期各期公司及铭博股份向主要重叠客户销售的价格公允，销售产品存在显著差异，不存在异常的销售情形。

2) 结合供应商重叠情况

报告期内，公司与铭博股份存在供应商重叠情况，其中公司、铭博股份双边报告期内合计采购金额 300 万元以上的主要重叠供应商共 11 家，占各自各类采购总额的比例较低，各期在 2%-5.5% 区间。公司和铭博股份向温州豪臣的采购内容存在明显差异，此外公司和铭博股份向其他主要重叠供应商采购内容相同或接近，系因同处于汽车零部件行业，采购生产经营所需的铝型材、运输物流、模检夹具、建筑工程、汽车零配件、房屋租赁等，具有合理性。各期公司及铭博股份向主要重叠供

应商的采购金额、采购内容与双方各自的经营情况匹配。

报告期各期公司及铭博股份向主要重叠供应商采购的价格公允,不存在异常的采购情形。

结合前述情况,公司与关联方铭博股份不存在代垫成本费用或利益输送的情形。

综上所述,公司与关联方不存在代垫成本费用或利益输送的情形。

【中介机构回复】

一、请保荐机构、申报会计师核查上述情况并发表明确意见

(一) 核查程序

申报会计师已履行的核查程序包括:

1、获取宁波双慎 2022 年至 2024 年的应收票据、应收账款、应付账款明细账以及发行人与宁波双慎相关的应收账款、应付账款明细账,统计汇总宁波双慎的销售回款金额、宁波双慎向发行人回款金额;通过细节测试、核查发行人与宁波双慎银行流水、对发行人客户函证、访谈等核实回款金额的真实、准确、完整性;

2、了解发行人、宁波双慎、主机厂三方的合同签订情况,获取宁波双慎与主机厂签署的协议,发行人与宁波双慎签署的协议;了解、分析、判断发行人、宁波双慎、主机厂三方的合作模式;抽查获取发行人、宁波双慎、主机厂三方之间的发货单据,了解、分析、判断货物流转模式;获取宁波双慎的银行资金流水和银行承兑汇票、迪链凭证的流转记录了解资金流转情况;

3、根据宁波双慎与发行人签署的合同,了解宁波双慎与发行人的具体结算政策;根据宁波双慎 2022 年至 2024 年的应收票据、应收账款、应付账款明细账以及发行人 2022 年至 2024 年与宁波双慎相关的应收账款明细账,按照明细记录核查宁波双慎收款与付款之间的间隔时间并形成核查表;

4、对发行人财务负责人、实际控制人访谈,了解宁波双慎对发行人的货款支

付进度优于客户对宁波双慎的付款进度的原因；了解宁波双慎、发行人报告期不同阶段的资金需求、存量情况，分析判断宁波双慎对发行人的货款支付进度优于客户对宁波双慎的付款进度的合理性；

5、对发行人财务负责人、实际控制人访谈，了解报告期内发行人向宁波双慎拆入资金的具体背景、原因；了解宁波双慎、发行人报告期不同阶段的资金需求、存量情况，分析资金拆借的合理性；获取财务费用明细账核查是否计提利息并分析判断相关财务处理的合理性；

6、问询公司相关采购、生产人员，向比亚迪节能采购影像模组的用途和对应产出产品；

7、取得公司及宁波双慎向比亚迪节能采购影像模组的价格协议、发票列表；

8、对比分析公司、宁波双慎向比亚迪节能采购同种物料的价格是否存在重大差异，核查公司、宁波双慎与重叠供应商交易的公允性；

9、取得铭博股份及其子公司涵盖报告期的客户列表、供应商列表及盖章完整性说明，并与发行人的客户列表、供应商列表进行匹配，核查是否存在客户、供应商重叠情形；

10、取得发行人与主要重叠客户交易的明细，并分析主要涉及的重叠客户类型及销售内容；

11、查阅发行人和铭博股份的 IATF16949 质量管理体系认证证书，取得发行人和铭博股份的物料清单并进行匹配、核查是否存在配套车型以及物料编码重叠情形；

12、取得发行人与主要重叠供应商交易的明细，并分析主要涉及的重叠供应商类型及采购的产品或服务；

13、取得铭博股份及其子公司与主要重叠客户、主要重叠供应商的盖章交易数据；

14、分析发行人向不同客户销售相同产品的价格对比情况及差异原因，了解发行人获取订单和产品定价的方式；针对发行人与铭博股份双边报告期内采购金额合计均超过 300 万元的主要重叠供应商，并结合发行人相关交易原始凭证，通过对比同类第三方价格、市场价格等方式进行公允性分析，检索主要重叠客户和主要重叠供应商的公开资料；

15、对铭博股份财务总监进行访谈，了解铭博股份销售、采购业务的独立性；

16、取得发行人采购内部控制制度，对发行人采购业务进行控制测试，核查发行人采购人员的独立性；

17、对主要重叠客户吉利汽车、比亚迪汽车进行实地走访；对部分主要重叠供应商进行实地走访，包括江苏艾瑞尔、浙江齐瑞、温州豪臣、余姚检具等；

18、取得铭博股份报告期内的销售发票列表及采购发票列表，分析铭博股份与主要重叠客户、主要重叠供应商的交易内容；

19、结合铭博股份向不同客户销售相同产品的价格对比情况及市场价格情况，分析铭博股份销售价格的公允性；针对报告期内发行人和铭博股份采购金额均超过 300 万元，以及铭博股份采购金额超过 1,000 万元的主要重叠供应商，并结合相关交易原始凭证，通过对比同类第三方价格、市场价格等方式进行公允性分析；

20、针对主要重叠客户和主要重叠供应商，分析发行人和铭博股份的销售具体产品、采购具体产品是否相同或接近，核查两者之间的价格是否存在重大差异；

21、查阅铭博股份 2022 年公开财务数据，取得铭博股份 2023 年和 2024 年未经审计的财务报表。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已经说明报告期内宁波双慎累计向发行人回款金额大于交易金额的原因及合理性；报告期内宁波双慎累计向公司回款金额大于报告期交易金额具有合

理性；发行人已经结合发行人、宁波双慎、主机厂三方的合同签订、合作模式、货物流转、资金流转等说明招股说明书中关于前五大客户的信息披露是否准确；发行人已经在招股书完善披露前五名客户收入信息，前五名客户收入金额包含以宁波双慎为销售渠道向主机厂销售的金额，具有合理性，披露是准确的；

2、发行人已经对宁波双慎与发行人的具体结算政策，宁波双慎收取客户款项与宁波双慎向发行人支付款项的时间间隔作了说明；宁波双慎对发行人的货款支付进度优于客户对宁波双慎的付款进度系实际控制人对公司前期发展的正常支持，具有合理性；

3、发行人已经说明报告期内发行人向宁波双慎拆入资金的具体背景、是否约定利息和会计处理情况；报告期内发行人向宁波双慎拆入资金没有约定利息，发行人根据贷款市场报价利率计提了利息，计入资本公积，相关会计处理合规；

4、发行人已经逐月核对报告期内由公司通过宁波双慎向整车厂商供货而形成的宁波双慎对非关联客户的应收货款（含应收账款、应收票据）余额，与公司每月月末对宁波双慎应收账款余额（不抵销对宁波双慎的应付账款）；报告期内宁波双慎不存在通过经营性资金往来占用公司资金的情形；

5、发行人、宁波双慎向比亚迪节能采购影像模组均用于生产用途，宁波双慎采购之后平价卖给公司，公司通过与其他零件、子部件装配组成比亚迪汽车海豹、护卫舰 07 等车型的左 A 柱上护板总成件，发行人、宁波双慎向比亚迪节能采购同种物料的价格不存在重大差异，发行人、宁波双慎与重叠供应商比亚迪节能的交易公允；

6、报告期内，发行人与铭博股份存在汽车整车制造厂商和废料回收商客户重叠情况，主要重叠客户为吉利汽车和比亚迪汽车，发行人向其销售内容为汽车内外饰件及配套模具，铭博股份向其销售内容为冲压件、辊压件及配套模具，发行人与铭博股份向主要重叠客户销售的产品存在显著差异；各期发行人及铭博股份向主要重叠客户的销售金额、销售内容与双方各自的经营情况匹配；

7、报告期内，发行人与铭博股份主要重叠客户为国际知名汽车整车厂商，各期发行人及铭博股份向主要重叠客户销售的价格公允，不存在异常的销售情形；发行人与铭博股份不存在向主要重叠客户销售相同具体产品的情况，两者之间价格不具有可比性；

8、报告期内，发行人与铭博股份存在供应商重叠情况，其中发行人、铭博股份双边报告期内合计采购金额 300 万元以上的主要重叠供应商共 11 家，采购金额占各自各类采购总额的比例较低，各期比例在 2%-5.5% 区间；发行人和铭博股份向温州豪臣的采购内容存在明显差异，此外发行人和铭博股份向其他主要重叠供应商采购内容相同或接近，系因同处于汽车零部件行业，采购生产经营所需的铝型材、运输物流、模检夹具、建筑工程、汽车零配件、房屋租赁等，具有合理性；各期发行人及铭博股份向主要重叠供应商的采购金额、内容与双方各自的经营情况匹配；

9、报告期各期发行人及铭博股份向主要重叠供应商采购的价格公允，不存在异常的采购情形；发行人与铭博股份向主要重叠供应商采购产品相同或接近产品的采购价格不存在重大差异；

10、发行人与关联方不存在代垫成本费用或利益输送的情形。

二、请保荐机构、申报会计师结合发行人、控股股东、实际控制人及其关联方、董监高、关键管理人员、发行人主要关联方的大额资金流水核查情况，说明前述主体之间是否存在异常资金往来、前述主体与关联方重叠客户、供应商之间是否存在异常资金往来，是否存在通过关联方进行利益输送、代垫成本费用的情形，并发表明确意见

申报会计师已经对发行人、控股股东、实际控制人及其关联方、董监高、关键管理人员、发行人主要关联方的大额资金流水实施了核查，同时将各主体大额资金流水交易对手方与关联方重叠客户、供应商进行了匹配分析，核查与关联方重叠客户、供应商是否存在异常资金往来，确认相关交易的合理性。

经对上述账户超过重要性水平的大额资金流水进行核查，发行人、控股股东、实际控制人及其关联方、董监高、关键管理人员、发行人主要关联方之间的资金往来均基于正常生产经营、合理资金周转、家族财产安排和日常生活产生，不存在异常资金往来。

上述自然人与重叠客户、供应商之间不存在资金往来。发行人及主要关联方的大额资金流水中与重叠客户、供应商的资金往来均基于正常销售、采购业务产生，不存在异常资金往来，不存在进行利益输送、代垫成本费用的情形。

经核查，我们认为：报告期内发行人、控股股东、实际控制人及其关联方、董监高、关键管理人员、发行人主要关联方之间不存在异常资金往来，前述主体与关联方重叠客户、供应商之间不存在异常资金往来，不存在通过关联方进行利益输送、代垫成本费用的情形。

问题 4. 其他问题

(1) 原材料价格采购公允性。根据申请文件及问询回复，公司各供应商间塑料粒子采购均价存在差异的主要原因为塑料粒子有许多不同型号的产品，不同型号之间存在一定的价格差异。请发行人列示同种型号的产品向不同供应商采购的价格，是否存在较大差异，分析差异原因及合理性，进一步说明原材料采购价格的公允性。

(2) 寄售销售模式及收入确认依据有效性。根据申请文件及问询回复：①对于汽车零部件业务，公司根据客户的要求交付产品，交付的产品经客户领用后，根据客户出具的结算单确认收入。②对于模具开发业务，公司根据客户的要求开发设计模具，当模具开发结束并实现大批量生产，经客户验收后确认收入。请发行人说明：①各期寄售模式销售收入金额及占比，结合销售合同具体约定，说明寄售模式中异地仓库的管理模式，发出商品的管理机制，保管、灭失等风险承担机制，领用时的内部控制程序；说明报告期内寄售模式下存货仓储分布情况及对应具体客户，是否与客户定期对账。②是否存在客户领用后货物仍存放于异地仓库及领用后未及时登记出库的情形，是否存在次月取得外部证据导致收入跨期确认的情形，是否存在暂估确认收入的情形，如是，列示报告期各期暂估与及实际入账金额及差异。③前述收入确认单据是否均需客户签字并盖章，列示报告期内收入单据只有客户签字但未盖章的金额及比例，说明客户未盖章的原因及收入单据的有效性；发行人是否建立收入确认单据相关的内部控制制度并有效执行。

(3) 募投项目的必要性、合理性。根据申请文件及问询回复：①公司拟募集资金 65,820.17 万元，公司尚未取得乔路铭新能源汽车智能及轻量化内外饰件智造项目（一期）用地的使用权；汽车轻量化内外饰件智能制造项目（一期）已取得用地的《不动产权证书》，权利类型为海域使用权，用途为其他工业用海；拟将 5,000.00 万元用于补充流动资金。②2022 年至 2025 年 1-6 月，塑料件产能利用率分别为 93.34%、96.03%、96.76%、97.71%，行李架产能利用率分别为 76.56%、88.68%、94.63%、93.77%。请发行人：①补充说明募投项目用地性质及合规性，

土地使用权、环评等手续办理进度及是否存在障碍。②逐一说明各募投项目的必要性、合理性、可行性，是否存在新增产能消化风险、设备或场地闲置风险，并充分说明上述项目完工后对公司经营业绩的影响。③补充说明补充流动资金及融资规模测算依据是否充分、客观，是否存在资金闲置风险。

(4) 信息披露准确性、充分性。根据申请文件及问询回复，部分问题未按规定回答或未发表明确核查意见，部分核查意见存在矛盾或不一致等情形。请发行人补充说明：①注销多家子公司及关联企业或对外转让关联企业的原因、合规性，并逐一说明相关企业存续期间与发行人及其实际控制人、董监高、客户、供应商等主体资金业务往来情况及合规性，实际控制人及其家族对相关企业的功能定位。②劳务供应商情况，是否存在成立时间较短即与发行人合作或主要服务于发行人的劳务供应商，劳务供应商与公司及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系、资金业务往来或特殊利益安排。③结合实际控制人家族对家族成员持股或任职企业的规划安排、股权代持形成与解除情况、相关企业之间及相关企业与实际控制人家族成员之间资金业务往来等情况，重新回答首轮问询中的问题 1 和问题 4，并充分论证说明实际控制人及一致行动人认定是否准确、公司治理是否规范有效、是否存在影响公司独立性或独立面向市场的持续经营能力的情形。

请申报会计师核查事项 (1) (2)、发行人律师核查 (4) ①②并发表明确意见。

请保荐机构：(1) 核查上述事项并发表明确意见。

(2) 全面梳理申请及回复文件的核查意见是否明确，不同申请文件就同一事项的描述或核查结论是否存在矛盾、不一致，是否存在文件或文字错漏、未按规定回答问题等情形，并出具专项核查报告。

一、原材料价格采购公允性

【公司回复】

(一) 请列示同种型号的产品向不同供应商采购的价格，是否存在较大差异，分析差异原因及合理性，进一步说明原材料采购价格的公允性

报告期内，PP 系列和 PP/EPDM 系列为公司应用最多的塑料类别，占塑料粒子采购总额的比例 70%-80%，PC/ABS 系列次之、占比 5%-15%，ABS 系列占比 2%-5%，其他系列有 ASA 系列、TPV 系列等。塑料粒子各系列下分不同小类，小类下分不同规格型号，最近一期公司购买的塑料粒子规格型号超过 500 种，其中公司主要采购的塑料粒子 PP 系列、PP/EPDM 系列、PC/ABS 系列下分小类的概况如下：

系列	小类	最近一期系列内采购占比
PP 系列	PP-TD10、PP-TD20、PP-TD30	约 78%
	PP-GF20、PP-GF30、PP-GF40、PP-LGF20、PP-LGF30、PP-LGF40	约 7%
	其他 PP 系列小类	约 15%
	小计	100%
PP/EPDM 系列	PP+EPDM-TD10、PP+EPDM-TD15、PP+EPDM-TD20、PP+EPDM-TD30	约 95%
	其他 PP/EPDM 系列小类	约 5%
	小计	100%
PC/ABS 系列	PC/ABS	约 97%
	其他 PC/ABS 系列小类	约 3%
	小计	100%

同种系列不同小类的塑料粒子由于性能差异存在一定的价格差，同种规格型号的塑料粒子在相同期间向不同供应商采购的价格通常不存在较大差异。报告期内，公司各个规格型号的采购较为分散，同种规格型号向不同供应商采购的情形并不普遍，选取存在相关情况的分析如下：

1、PP 系列

单位：千元/吨（不含税）

小类	规格型号	料号	供应商名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
PP-TD10	PP-H1302, 颜色 JLC-B001 黑色	200101-0140	苏州禾昌聚合材料股份有限公司	7.73	8.05	8.23	8.50
			会通新材料股份有限公司	7.96	8.41	8.67	8.67

小类	规格型号	料号	供应商名称	2025年 1-6月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
PP-TD20	API-2118 JLP2B-M046 8(742) 玄黑 JLC-B001	200101-0 775	成都金发科技 新材料有限公司	8.42	8.58	9.03	10.62
			苏州禾昌聚合 材料股份有限 公司	7.73	8.05	8.67	/
PP-TD20	PP 7000-1415 JLC-B001 玄黑	200101-11 85	江苏沃特新材 料科技有限公司	8.33	8.50	8.85	/
			苏州禾昌聚合材 料股份有限公司	7.73	8.05	/	/
PP-TD20	PP 7000-1415-JL , 颜色代号: JLC-B001(黑 色)	200101-0 667	江苏沃特新材 料科技有限公司	8.50	8.72	8.98	9.11
			南京金杉合成材 料有限公司	8.52	/	/	/
			苏州禾昌聚合材 料股份有限公司	7.74	8.05	8.50	8.85
PP-LGF20	PP 7000-L3415, 颜色: 黑色	200101-11 66	会通新材股份 有限公司	9.54	/	/	/
			江苏沃特新材 料科技有限公司	9.54	9.73	/	/
PP+GF20	PP 7000-3415 V0674B; 颜 色: 黑色	200101-04 77	江苏沃特新材 料科技有限公司	9.11	9.29	9.47	9.73
			会通新材股份 有限公司	9.68	/	/	/

上述 PP 系列小类中，后缀 TD 指的是滑石粉，滑石粉的加入能显著提高材料的刚性和硬度，10 / 20 表示含量分别为 10% 和 20%，“-”或“+”通常表示“改性”或“填充”，两者常可互换使用，没有绝对严格的区别。GF 指的是短玻璃纤维，可以较滑石粉更大地提升材料的强度和刚性；LGF 指的是长玻璃纤维，相较于 GF 短玻璃纤维具有更高的冲击韧性。

PP 系列下分不同小类 PP-TD10、PP-TD20、PP+GF20、PP-LGF20 之间存在一定价格差，通常 PP-LGF20、PP+GF20 价格大于 PP-TD20、PP-TD10 价格，但排序并不绝对，同一塑料粒子小类内亦包含多种规格型号，由于配方复杂程度、技术难度、色母和颜色差异等因素，也会导致价格的波动。

由上表可知，同种规格型号的塑料粒子在相同期间向不同供应商采购的价格不存在较大差异，存在少量差别是因为供应规模、供应商行业地位、运输远近等其他因素导致。比如苏州禾昌聚合材料股份有限公司系公司 PP 系列规模最大的供应商，公司整体议价能力较高，因此苏州禾昌聚合材料股份有限公司相较于其他可比供应商，价格偏低。成都金发科技新材料有限公司作为我国资产规模、供应量前列的塑料粒子供应商，资信优良、产品品质稳定，其售价整体偏高。

2、PP/EPDM 系列

单位：千元/吨（不含税）

小类	规格型号	料号	供应商名称	2025年 1-6月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
PP+EPDM-TD15	PP 7000-2320- JL V0674B; 颜色: 黑色	200101- 0473	江苏沃特新材料 科技有限公司	8.67	8.85	8.85	9.29
			南京聚隆科技股 份有限公司	8.05	8.41	/	/
PP+EPDM-TD20	2040CT20 深黑	200101- 2042	苏州禾昌聚合材 料股份有限公司	7.84	/	8.50	8.85
			南京聚隆科技股 份有限公司	7.55	/	/	/
PP+EPDM-T20	NP-4455SS , 色号: BYDCP-B1 6 (深黑5)	200101- 1260	会通新材料股份 有限公司	8.43	8.41	/	/
			南京聚隆科技股 份有限公司	7.96	/	/	/
			成都金发科技新 材料有限公司	/	/	8.85	/
PP+EPDM-TD20	(G30979)(API-2010 BAP2B-G1 599)	200101- 0131	苏州禾昌聚合材 料股份有限公司	7.65	/	8.05	8.41
			成都金发科技新 材料有限公司	7.88	7.96	8.85	8.85
PP+EPDM-T30	APO-3012 BABK005(A)	200101- 0675	湖北华城科技有 限责任公司	6.59	7.17	7.83	8.14
			成都金发科技新 材料有限公司	7.17	7.17	7.79	/

PP/EPDM 系列内的价格排序与单纯 PP 系列不同，添加 EPDM 核心目的是大幅提高 PP 的冲击韧性，TD 滑石粉则增强材料的刚性、硬度和耐热性，为了达到要求的冲击强度，配方中需维持一个较高的橡胶总量，当价格较低的滑石粉含量提

高的时候，可能需添加更多价格更高的 EPDM。

PP/EPDM 系列下分不同小类的整体价格排序为 PP+EPDM-TD15 > PP+EPDM-TD20 > PP+EPDM-TD30，但排序并不绝对，同一塑料粒子小类内亦包含多种规格型号，由于配方复杂程度、技术难度、色母和颜色差异等因素，也会导致价格的波动。

由上表可知，PP/EPDM 系列下同种规格型号的塑料粒子在相同期间向不同供应商采购的价格不存在较大差异，存在少量差别是因为供应规模、供应商行业地位、运输远近等其他因素导致。

3、PC/ABS 系列

单位：千元/吨（不含税）

小类	规格型号	料号	供应商名称	2025年 1-6月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
PC/ABS	MAC-601 C2B-C001 1 (BP) ; 颜色: 领 克黑	200101- 0513	江苏本邦聚合物有限公司	13.82	14.87	/	/
			宁波理昊新材料有限公司	13.36	/	/	/
			江苏兆维塑料科技有限公司	/	/	16.81	17.35
PC/ABS	CA60	200101- 0622	湖北华城科技有限责任公司	12.39	13.27	/	/
			昆山富磊高分子材料有限公司	12.57	/	/	/
			余姚优信塑业有限公司	/	/	14.42	16.50
			克林斯曼新材料有限公司	/	/	14.42	14.60
			苏州禾昌聚合材料股份有限公司	/	/	15.04	15.49
PC/ABS	2000-100 HF NC (NBCS)	200101- 0822	江苏沃特新材料科技有限公司	15.21	/	17.70	/
			昆山富磊高分子材料有限公司	15.21	/	/	/
PC/ABS	HAC8250 (KI97455 0)	200101- 0463	江苏本邦聚合物有限公司	/	16.76	/	/
			上海锦湖日丽塑料有限公司	/	15.81	16.64	18.05
			江苏兆维塑料科技有限公司	/	/	16.81	17.35

PC/ABS 系列的价格整体高于前述 PP 系列和 PP/EPDM 系列，一方面是因为

PC/ABS 的材料成本较高，ABS 原料来源于三种单体（丙烯腈 A、丁二烯 B、苯乙烯 S），而 PP 仅来源于聚丙烯一种单体，PP/EPDM 为聚丙烯和三元乙丙橡胶 EPDM 的共聚物、虽然 EPDM 价格较贵但添加比例有限；另一方面，ABS 的生产工艺相对复杂，综合性能优异，在外观和光泽度优于 PP 和 PP/EPDM。

PC/ABS 系列为 PC 塑料和 ABS 的共混物，其中 ABS 又可细分多种产品，区分用途可用于内外饰件（素材）、电镀件、喷漆件等，电镀级 ABS 配方需做特殊处理以使表面能形成均匀、致密、深度适中的微孔，从而获得附着力良好的电镀层，加工难度更大且过程中采用的化学药水较贵，因此电镀级 ABS 价位略高，比如公司 2022 年向上海锦湖日丽塑料有限公司采购的电镀级 ABS 均价在 17-18 千元/吨。

由上表可知，PC/ABS 系列下同种规格型号的塑料粒子在相同期间向不同供应商采购的价格不存在较大差异，存在少量差别是因为供应规模、供应商行业地位、运输远近等其他因素导致。

综上所述，报告期内，公司同种型号塑料粒子在相同期间向不同供应商采购的价格不存在较大差异，存在少量差别是因为供应规模、供应商行业地位、运输远近等其他因素导致。市场上塑料粒子的供应商较多，公司选取其中规模较大、资信较好的供应商合作，同时参考大宗商品市场价格进行采购，公司原材料采购价格公允。

【中介机构回复】

（一）核查程序

申报会计师已履行的核查程序包括：

- 1、查阅发行人主要塑料粒子供应商的采购合同及采购明细；
- 2、统计分析发行人塑料粒子主要系列下分小类及规格型号概况；
- 3、对比分析发行人同一型号塑料粒子在相同期间向不同供应商采购的价格是否存在重大差异。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人同种规格型号的塑料粒子在相同期间向不同供应商采购的价格不存在较大差异，存在少量差异系由供应规模、供应商行业地位、运输远近等其他因素导致，发行人原材料采购价格公允。

二、寄售销售模式及收入确认依据有效性

【公司回复】

（一）各期寄售模式销售收入金额及占比，结合销售合同具体约定，说明寄售模式中异地仓库的管理模式，发出商品的管理机制，保管、灭失等风险承担机制，领用时的内部控制程序；说明报告期内寄售模式下存货仓储分布情况及对应具体客户，是否与客户定期对账

1、各期寄售模式销售收入金额及占比

单位：万元

项目名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
寄售模式收入	139,689.29	327,498.16	246,465.61	149,301.07
占比	98.03%	97.04%	96.41%	95.66%

报告期内公司寄售模式销售收入占营业收入比重分别为 95.66%、96.41%、97.04%及 98.03%，寄售收入占比较高，各期占比相对较稳定。

2、结合销售合同具体约定，说明寄售模式中异地仓库的管理模式

公司与主要寄售客户销售合同中关于仓储物流的约定条款如下：

客户名称	销售合同中关于仓储物流的条款
吉利汽车	卖方自行与买方及其关联公司以外的第三方签订的产品仓储保管协议的，产品毁损、灭失的风险由卖方自行承担；如卖方与买方及关联公司签订产品仓储保管协议，为其提供有偿的保管和仓储等相关服务的，产品的毁损、灭失的风险，依据仓储保管协议执行；卖方在确保正常生产的同时，应注意避免库存积压，并按照计划自行调整买方所需要的安全库存。

客户名称	销售合同中关于仓储物流的条款
比亚迪汽车	除非另有约定，需方采用寄售模式。供方依据需方提供的实际排产情况及需求计划将货物运送至寄售仓，由需方代为保管，需方根据其生产需求从中领用。货物在寄售仓保管期间，其所有权仍归供方所有。 需方按双方签署的仓储协议收取仓储费的，产品交付给需方后，发生的灭失或损毁由需方负责（产品由于不可抗力、自然属性、包装不善或潜在问题造成的灭失或损毁的除外），在此之前的产品灭失与损毁由供方负责。
蔚来汽车	合作伙伴应按照本手册和合作伙伴签署的《物流需求确认书》规定的合作伙伴物流运作要求，（1）将货物运送至蔚来指定的工厂生产准备区或工厂仓库（以下合称“工厂交货区”）或双方约定的运作配送中心（以下简称“配送中心”），送达工厂交货区或配送中心之前的运输、仓储及其他相关费用由合作伙伴承担；或者（2）在《物流需求确认书》规定或双方另行约定的出货地点（包括但不限于合作伙伴工厂或合作伙伴在蔚来工厂周边的中转库）（以下简称“出货地点”）将货物交给蔚来指定的第三方，交付第三方之前的仓储及其他相关费用由合作伙伴承担。货物到货验收合格前的一切损毁和灭失风险由合作伙伴承担；在到货验收合格后，货物的风险转移给蔚来。
东风岚图	采用“送货制”的零部件的运费包含在零部件的单价中，供应商应在岚图指定的时间内将指定数量的零部件提交到指定的地点；采用“取货制”的供应商分为上门取货和第三方物流中转库取货两种方式。采用上门取货的供应商零部件物流费用全部由岚图承担；采用第三方物流中转库取货的供应商零部件物流费由岚图和供应商按以下原则分担：从供应商到第三方物流中转库（含中转库）段的物流费用由供应商承担，从第三方物流中转库到岚图工厂段的物流费由岚图承担。采用“取货制”供应商应在岚图指定的时间内备齐指定数量的零部件，并装入到岚图指定的物流公司的运输车辆内。
赛力斯	供方配套零部件在需方厂内未装车库存的所有权为供方，供方有责任对此库存自行管理（包括由供方委托给第三方物流服务商进行管理），且供方对此库存的质量与数量负全部责任。 物流服务商与供方签订物流服务协议，代理供方从事仓储、包装、配送、帐料管理等物流服务工作，由供方对物流服务商的绩效结果承担全部责任，包括但不限于停线责任，仓储配送过程中产生的质量责任等。
零跑汽车	为确保供应商在接到零跑科技订单信息后能够在规定时间内完成交货，原则上要求供应商出货地位于零跑科技指定地址附近 15 公里之内，若超出该范围均要求进入零跑科技指定的第三方物流仓库完成物流配送。
集度汽车	卖方自行与买方及其关联公司以外的第三方签订产品仓储保管协议的，产品毁损、灭失的风险由卖方自行承担；如卖方与买方及关联公司签订产品仓储保管协议，为其提供有偿的保管和仓储等相关服务的，产品的毁损、灭失的风险，依据仓储保管协议执行。

根据主要寄售客户销售合同的约定，公司寄售模式下的异地仓库主要分为公司委托第三方物流管理的仓库（以下简称“三方仓”）和客户自有仓库两类，其中三方仓存货由公司委托其管理，客户自有仓库存货由客户统一管理。日常管理中，公司定期获取三方仓的进销存报表，以及定期查看客户供应商管理系统中发布的客户

自有仓库寄售存货的收发存信息，与公司账面记录进行核对，以核实寄售仓库存货数量；此外，公司会安排物流部人员不定期到现场查看寄售仓库存货的数量和状态等情况，从而对寄售仓库存货进行有效管理。

3、发出商品的管理机制，保管、灭失等风险承担机制

寄售模式下公司发出商品主要为存放于寄售仓库的存货以及少量已由寄售仓库发往客户指定交付地点但客户尚未领用结算的存货（以下简称“线边存货”）。

公司根据客户订单需求、发货频次等确定寄售仓库合理的存货数量以及发货计划，在保证客户日常生产需求的同时，控制发出商品数量，降低仓储成本，避免存货积压。

公司针对寄售模式下发出商品的主要管理措施如下：

（1）产品出库

物流部根据客户需求、发货频次等，先在客户系统中生成交货记录单，仓库配货员根据发货通知单中的产品名称、规格型号、数量信息等进行配货，发货员将配好的货物逐一核对并通知质量部检验，根据客户要求出具出厂报告，复核无误后填写送货单和物流公司托运单通知物流公司取货，等待出库。

（2）产品运输

公司与物流公司事先签订物流运输协议，明确责任和义务以及相应的条款。仓库根据发货通知单上列明的送货信息正确填写送货单，复核无误后通知物流公司取货。运输员与发货员逐一对运输单和货物进行核对，核对完毕，运输员将待发货物装车完毕后，在运输单上签字确认。在运输过程中，运输公司必须确保产品安全与完整，顺利把货物送到指定目的地。运输公司装货出发后，物流部告知寄售仓库发货清单、预计到达时间，并对货物跟踪直到寄售仓库收货、验收完毕。

（3）产品接收

运输公司将产品送达寄售仓库后，寄售仓库验收货物的数量、型号和包装情况

等信息是否与送货单一致，经核对无误后办理入库，并在送货单上签字确认。运输公司带回由寄售仓库仓管员确认签字的送货单。验收过程中如有异常及时与发货部门进行沟通，并对相关的单据进行签字确认，查明原因。

（4）产品出库

客户通过供应商管理系统等方式向公司发布需求计划。寄售仓库按照客户的需求情况，将产品送至客户指定地点，客户核对产品无误并领用后，会将产品使用数量情况反馈至客户供应商管理系统。

（5）账物核对

对于存放于寄售仓库的发出商品，公司物流部每日获取寄售仓库的产品进销存报表，并定期与客户供应商管理系统中的收货信息以及物流单据进行核对，以核实寄售仓库存货数量，以及通过安排公司物流部人员定期及不定期进行现场查看，核实寄售仓库存货的数量和状态等情况。

对于少量线边存货，公司通过客户的供应商管理系统及时跟踪客户对于产品的接收、实际使用、结存情况，将实际使用数量与寄售仓库的发货数量等数据进行核对，以核实线边存货数量。

对发出商品的管理，公司严格按照相关制度的要求，由相关业务部门对包括收到订单、排产、向寄售仓库发货、由寄售仓库向客户发货、客户确认结算数量、开具发票、收款在内的全过程进行有效跟踪管理，公司对于发出商品的管理制度有效实施，不存在重大风险。

根据公司与寄售模式客户签订的销售协议，不论产品存放于寄售仓库还是已发送至客户工厂，在客户实际使用前，其所有权归属于公司。对于公司存放于寄售仓库的发出商品，根据仓储服务协议的约定，寄售仓库负责公司发出商品的保管工作，由于仓储方管理不善等原因导致的产品损毁、灭失由寄售仓库负责。

4、领用时的内部控制程序

公司物流部根据客户发布的需求计划核对寄售仓库的发出数量是否一致，核对客户供应商管理系统的使用数量是否一致。核对过程中如存在差异，由相关人员负责，及时查找原因，查明责任归属，并按约定进行处理。

5、说明报告期内寄售模式下存货仓储分布情况及对应具体客户，是否与客户定期对账

报告期内，公司寄售模式下的存货主要存放于各寄售仓库，寄售仓库分两类：三方仓和客户自有仓。三方仓主要为临近客户厂区、配合客户生产而选取；客户自有仓为直接在客户厂区内的寄售仓，由客户直接进行管理。

寄售模式下三方仓存货仓储分布情况及对应具体客户情况如下：

仓储保管方	仓库坐落位置	对应客户	是否定期对账
比亚迪			
深圳市合创物流有限公司	广东省深圳市坪山区马峦街道江岭香江工业园	比亚迪汽车工业有限公司	是
西安联迪物流有限公司	陕西省西安市鄠邑区高新区草堂街道北转盘南 200 米路东	西安比亚迪汽车有限公司	是
陕西汇智创思供应链管理有限公司	江苏省常州市新北区宝塔山路 68 号	常州比亚迪汽车有限公司	是
上海旭津物流有限公司	江苏省常州市新北区盛意路 1 号	常州比亚迪汽车有限公司	是
睿程优事物流供应链江苏有限公司	江苏省常州市新北区宝塔山路 23 号	常州比亚迪汽车有限公司	是
吉利汽车			
浙江传化智联汽车供应链管理有限公司	浙江省湖州市长兴县太湖大道康迪电动汽车长兴有限公司	长兴吉利汽车部件有限公司	是
富日供应链科技有限公司	浙江省杭州市钱塘区大江东产业集聚区丰悦路 1555 号	杭州吉利汽车有限公司	是
贵州思创恒信供应链管理有限公司	贵州省贵阳市观山湖区金华镇观山湖十五号南侧	贵州吉利汽车制造有限公司	是
蔚来汽车			
合肥云盟供应链管理有限公司	安徽省合肥市蜀山区佛掌路 51 号	上海蔚来汽车有限公司	是
零跑汽车			
杭州裕方物流有限公司	浙江省金华市婺城区金星南街 1616 号	零跑汽车有限公司杭州分公司	是

仓储保管方	仓库坐落位置	对应客户	是否定期对账
浙江凌迅智慧物流有限公司	浙江省金华市婺城区新能源汽车小镇新宏路 1588 号	零跑汽车有限公司金东分公司	是
苏州飞力达华亚供应链管理有限公司	浙江省金华市婺城区南二环西路 2768-3	零跑汽车有限公司金东分公司	是
金华裕方供应链管理有限公司	浙江省金华市婺城区新宏路 1689 号	零跑汽车有限公司金东分公司	是
岚图汽车			
日通汽车物流（中国）有限公司武汉分公司	湖北省武汉市汉阳区永丰街道办事处什湖大道东 500 米	岚图汽车科技股份有限公司	是
赛力斯			
重庆万友物流有限公司	重庆市江津区双福新区九江大道 1 号赛力斯汽车(湖北)有限公司重庆分公司内	赛力斯汽车（湖北）有限公司重庆分公司	是
小鹏汽车			
重庆长安民生福永物流有限公司华南分公司	广东省广州市南沙区万顷沙镇南加东二纵路 6 号	肇庆小鹏新能源投资有限公司	是

如上表所示，公司三方仓的地域分布与主要客户生产经营所在地相匹配。公司每月获取三方仓的产品进销存报表，与公司账面记录、客户供应商管理系统中的收货信息进行核对，同时安排公司人员定期及不定期进行现场查看，以核实三方仓存货数量。

寄售模式下客户主要自有仓存货(报告期任意一期末存货结存余额 30 万元以上)仓储分布情况及对应具体客户情况如下：

客户名称	客户仓地址	是否定期对账
比亚迪汽车		
比亚迪汽车有限公司	陕西省西安市高新比亚迪集贤工业园三期 32#/33#厂房	是
常州比亚迪汽车有限公司	江苏省常州市新北区黄河西路 999 号	是
抚州比亚迪实业有限公司	江西省抚州市临川区保税大道 199 号	是
合肥比亚迪汽车有限公司	安徽省合肥市长丰县下塘镇凤湖东路与智慧大道交叉口向东 150 米	是
长沙市比亚迪汽车有限公司	湖南省长沙市雨花区同升街道环保东路 88 号	是

客户名称	客户仓地址	是否定期对账
深圳比亚迪汽车实业有限公司	广东省汕尾市海丰县深汕特别合作区红海大道1888号比亚迪小漠工业园	是
吉利汽车		
湖南吉利汽车部件有限公司	湖南省湘潭市经开区和平街道吉利西路6号	是
凯悦汽车大部件制造（张家口）有限公司	张家口市宣化区领克大街1号	是
宝鸡吉利汽车部件有限公司	陕西省宝鸡市高新开发区礄溪镇凤鸣街道9号	是
四川领克汽车制造有限公司	四川省成都经济技术开发区(龙泉驿区)柏合镇文柏大道1367号	是
西安吉利汽车有限公司	陕西省西安市高陵区经济开发区泾渭新城吉利大道666号	是
余姚领克汽车部件有限公司	浙江省宁波市余姚市小曹娥镇朗海北路与兴海路交叉口	是
长兴吉利汽车部件有限公司	浙江省湖州市长兴县太湖街道发展大道501号	是
浙江吉利汽车备件有限公司	浙江省宁波市慈溪市杭州湾新区滨海二路818号	是
浙江吉润梅山汽车部件有限公司	浙江省宁波市北仑区梅山街道港城路118号	是
浙江吉润汽车有限公司	浙江省宁波市北仑区春晓镇春晓大道188号	是
浙江陆虎汽车有限公司	浙江省台州市临海市吉利大道88号	是

公司根据客户需求情况，将一定量存货提前储备至客户厂区内指定仓库，客户按实际生产需求进行领取，公司定期查看客户供应商管理系统中发布的结算单数量、客户自有仓库寄售存货的收发存信息，核对客户自有仓产品进销存情况，以核实客户自有仓寄售的存货数量。

（二）是否存在客户领用后货物仍存放于异地仓库及领用后未及时登记出库的情形，是否存在次月取得外部证据导致收入跨期确认的情形，是否存在暂估确认收入的情形，如是，列示报告期各期暂估与及实际入账金额及差异

1、是否存在客户领用后货物仍存放于异地仓库及领用后未及时登记出库的情形

报告期内，公司不存在寄售客户领用后货物仍存放于异地仓库及领用后未及时登记出库的情形。

客户通过供应商管理系统等方式向公司发布需求计划，寄售仓库按照客户发布的需求计划备货并打印送货清单，将产品送至客户指定地点；客户确认无误后在寄售仓库送货单据上签收；寄售仓库根据送货情况及时更新库存报表。公司物流部要求三方仓每月提供产品进销存报表，同时定期与物流公司运输单据及客户供应商管理系统中的收货信息进行核对，及时跟踪、核对寄售仓库存货的出入库及结存情况。寄售客户领用产品后，一般每月定期在供应商管理系统中公布实际结算数量与结存数量。三方仓向客户送货数量与客户收货数量以及客户结算数量和结存数量具有严格的勾稽关系，公司向客户仓送货数量与客户收货数量以及客户仓结算数量和结存数量具有严格的勾稽关系。如有数量存在出入，公司能够及时发现并向三方仓和客户进行核对，不存在寄售客户领用后货物仍存放于异地仓库及领用后未及时登记出库的情形。

2、是否存在次月取得外部证据导致收入跨期确认的情形

报告期内，公司不存在次月取得外部证据导致收入跨期确认的情形。

在寄售模式下，公司市场营销部设专员负责每月初登录客户的供应商管理系统查询结算单信息，核实结算单中客户发布的结算数量并经主管复核无误后，将结算单和单价信息提交给财务中心，财务中心根据结算单中客户结算数量及单价信息，在客户结算产品所属期间确认收入，不存在次月取得外部证据导致收入跨期确认的情形。

3、是否存在暂估确认收入的情形，如是，列示报告期各期暂估与及实际入账金额及差异

报告期内，公司存在暂估收入的情形。由于客户通常于每月月初通过供应商管理系统发布上月结算单，公司于收到结算单当月开具发票，并按照结算所属期间暂估确认收入，报告期各期暂估收入与期后实际结算金额差异情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
期末暂估收入①	22,030.46	34,813.81	38,647.48	16,333.01

实际结算金额②	22,144.79	35,803.15	38,854.26	16,777.34
暂估差异③=①-②	-114.33	-989.34	-206.78	-444.33
暂估差异率④=③/②	-0.52%	-2.76%	-0.53%	-2.72%
营业收入⑤	142,498.89	337,491.17	255,640.38	156,074.62
暂估差异占营业收入比率⑥=③/⑤	-0.08%	-0.29%	-0.08%	-0.28%

报告期内，公司各期暂估差异金额为-444.33万元、-206.78万元、-989.34万元和-114.33万元，暂估差异率-2.72%、-0.53%、-2.76%和-0.52%，暂估差异金额占各期营业收入的比率为-0.28%、-0.08%、-0.29%和-0.08%，总体差异较小，且公司各年度暂估收入金额相对谨慎，未对收入确认的准确性构成重大不利影响。

(三) 前述收入确认单据是否均需客户签字并盖章，列示报告期内收入单据只有客户签字但未盖章的金额及比例，说明客户未盖章的原因及收入单据的有效性；发行人是否建立收入确认单据相关的内部控制制度并有效执行

1、前述收入确认单据是否均需客户签字并盖章，列示报告期内收入单据只有客户签字但未盖章的金额及比例，说明客户未盖章的原因及收入单据的有效性

公司主要产品为汽车内外饰件，主要整车厂客户建立了完善的供应商管理系统，客户一般于每月月初在供应商管理系统中发布上月的结算信息，公司依据汽车整车厂客户在其供应商管理系统中发布的结算单作为收入确认的外部证据。

同行业可比公司收入确认单据如下：

公司名称	收入确认单据
宁波华翔	未披露收入确认单据
模塑科技	未披露收入确认单据
新泉股份	公司客户一般于次月通过SRM系统（供应商管理系统）将上月实际装至整车的产品明细以开票通知单的形式通知公司，公司登陆SRM系统并下载明细表，核对无误后据此开具发票确认收入，并在“主营业务收入”科目核算
峰环股份	未披露收入确认单据
常熟汽饰	公司每月通过客户系统专为供应商开放的端口查询并导出已生产耗用清单，对该清单核对后，按照约定的销售单价，计算确认当月销售收入
神通科技	财务部根据每月与客户核对无误的对账单单据，确认营业收入并登记应收账款

公司名称	收入确认单据
	款和营业收入明细账
一彬科技	国内销售的汽车零部件产品，采用整车厂的供应链（商）系统、邮件或纸质对账后确认收入

注：资料来自可比上市公司公告文件。

由上表可知，除宁波华翔、模塑科技、峰璟股份未明确收入确认单据具体形式外，同行业可比上市公司收入确认依据均存在通过客户提供的供应商平台数据进行确认的情况，与公司收入确认单据一致，符合行业惯例。报告期内，公司收入确认单据形式具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
营业收入金额	142,498.89	100%	337,491.17	100%	255,640.38	100%	156,074.62	100%
其中：通过客户系统确认收入	140,647.32	98.70%	330,820.67	98.02%	246,515.81	96.43%	149,318.37	95.67%
通过客户盖章确认收入	-	-	118.98	0.04%	921.99	0.36%	524.03	0.34%
通过客户签字确认收入	1,498.90	1.05%	5,506.28	1.63%	7,609.67	2.98%	5,811.41	3.72%
其他	352.67	0.25%	1,045.24	0.31%	592.92	0.23%	420.81	0.27%

注：通过客户签字确认收入为模具开发业务，根据行业惯例，由客户的业务对接人进行签字确认，对接人具备专业能力，能够确认模具开发是否达到了合同约定的各项标准。相关验收单据在客户业务对接人签字后，上传客户的开发系统作为后续客户同意产品量产批准的依据，其相关签字单据证明效率较高。

除上述以客户供应商管理系统数据、客户盖章单据、客户签字单据等作为收入确认的依据外，报告期内公司还存在少量废料销售、转租收入和面向非整车制造企业客户的零散产品收入，该类收入属于偶发性收入，大多在款到交货或租赁期达成时开具发票并确认收入，在此情形下，在公司与客户的履约义务已经完成时即正常完成款项支付，未出具签收单等相关确认单据。公司不存在与客户之间因单据未盖章或无确认单据而产生纠纷或争议的情形。

报告期内，收入确认单据仅客户签字或按开票收款确认收入金额合计分别为6,232.22万元、8,202.59万元、6,551.52万元和1,851.57万元，占比分别为3.99%、

3.21%、1.94%和 1.30%，该等业务收入占比较低且逐年下降，其中模具开发业务确认单据虽只有客户签字，但其作为后续客户同意产品量产批准的依据，证明效率较高，剔除模具开发业务后，通过开票收款确认收入占比极低。前述单据对于公司收入确认的真实性、准确性不构成重大不利影响。

综上，公司主要依据汽车整车厂客户在其供应商管理系统中发布的结算单据作为收入确认的外部证据，与同行业可比公司收入确认依据一致，符合行业惯例，收入确认依据充分。由于客户交易习惯、业务属性等原因，报告期内公司存在少量收入确认单据仅客户签字或按开票收款确认收入的情况，该部分收入金额、占比均较低，且持续下降，对于公司收入确认的真实性、准确性不构成重大不利影响。

2、发行人是否建立收入确认单据相关的内部控制制度并有效执行

对于通过客户系统确认收入的业务，公司市场营销部设专员负责每月初登录客户的供应商管理系统查询发布的结算单等信息，核实结算单中结算数量并经主管复核无误后，将结算单和单价信息提交给财务中心，财务中心人员据此确认收入。对于通过客户签字确认收入的模具开发业务，公司市场营销部设置专员负责对接整车厂客户，在业务完成、获取经客户的业务对接人员签字的验收单据并经主管复核无误后，将相关验收单据及合同提交给财务中心，财务中心人员据此确认收入。

通过上述部门间的内部控制流程，提高了财务部门与业务部门的对接效率。为保证上述制度的完成效率，财务部门已设置专岗负责收入、应收账款的会计核算，督促业务部门及时、准确地收集证据，在上述内部控制制度下，财务部门根据业务部门提交的原始单据，计算并复核各业务合同项下客户确认的结算信息和所属期间，并确认销售收入。

综上，发行人建立了收入确认单据相关的内部控制制度并有效执行，在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

【中介机构回复】

（一）核查程序

申报会计师已履行的核查程序包括：

（1）获取发行人报告期内寄售产品收入明细表，统计报告期各期寄售模式销售收入情况，分析其变动情况；

（2）查阅发行人主要寄售客户的销售框架协议和寄售仓库的仓储协议，向发行人物流部相关人员了解寄售业务相关的内部控制业务流程，包括异地仓库的管理模式，发出商品的管理机制，保管、灭失等风险承担机制，领用时的内部控制程序；

（3）查阅寄售仓库的仓储协议，核查寄售模式下存货仓储分布情况及对应具体客户情况，以及对寄售商品的管理情况，了解寄售仓存货结存是否与客户定期对账；

（4）向发行人物流部相关人员了解是否存在客户领用后货物仍存放于异地仓库及领用后未及时登记出库的情形；

（5）结合发行人收入确认政策，执行截止性测试，检查是否存在次月取得外部证据导致收入跨期确认的情形；结合寄售模式下主要客户的销售框架协议、结算单等外部证据，检查是否存在暂估确认收入的情况，分析各期暂估收入与实际入账金额的差异；

（6）对发行人收入执行穿行测试、细节测试等程序，向发行人管理层了解发行人收入确认单据相关的内部控制制度及执行情况，了解客户未盖章的收入确认单据的原因并分析其有效性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人寄售模式销售收入占营业收入比重分别为 95.66%、96.41%、97.04%及 98.03%，寄售收入占比较高，各期占比相对较稳定；发行人寄售模式异地仓库包括三方仓和客户自有仓库两类，寄售仓库的地域分布与主要客户

生产经营所在地相匹配；寄售仓库制定并实施了有效的管理措施；发出商品的管理机制有效，发出商品保管、灭失的风险承担机制符合销售协议、仓储协议的约定；发出商品领用的内控程序有效；

（2）报告期内发行人不存在客户领用后货物仍存放于异地仓库及领用后未及时登记出库的情形；不存在次月取得外部证据导致收入跨期确认的情形；发行人存在暂估确认收入的情形，但客户已领用而按暂估单价确认收入的情形，报告期各期暂估收入与实际结算开票金额差异较小，未对收入确认的准确性构成重大不利影响；

（3）发行人主要依据汽车整车厂客户在其供应商管理系统中发布的结算单作为收入确认的外部证据，与同行业可比公司收入确认依据一致，符合行业惯例，收入确认依据充分。由于客户交易习惯、业务属性等原因，报告期内公司存在少量收入确认单据仅客户签字或按开票收款确认收入的情况，该部分收入金额、占比均较低，且持续下降，对于公司收入确认的真实性、准确性不构成重大不利影响。发行人建立了收入确认单据相关的内部控制制度并有效执行，在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

四、信息披露准确性、充分性

（三）结合实际控制人家族对家族成员持股或任职企业的规划安排、股权代持形成与解除情况、相关企业之间及相关企业与实际控制人家族成员之间资金业务往来等情况，重新回答首轮问询中的问题 1 和问题 4，并充分论证说明实际控制人及一致行动人认定是否准确、公司治理是否规范有效、是否存在影响公司独立性或独立面向市场的持续经营能力的情形。

在重新答复首轮问询中问题 1 和问题 4 的过程中，公司已结合实际控制人家族对家族成员持股或任职企业的规划安排、股权代持形成与解除情况、相关企业之间及相关企业与实际控制人家族成员之间资金业务往来等情况，概要说明如下：

问题 1 答复中的结合情况

结合要点	对应位置	具体内容
实际控制人家族对家族成员持股或任职企业的规划安排	问题 1、二、(三) 是否存在股权代持或特殊利益安排	在答复该问题时, 补充结合黄修业及其四名子女的持股和任职情况、相关企业的未来规划, 作为论证股权代持已经解除、不存在特殊利益安排的依据之一
股权代持形成与解除情况	问题 1、一、(一) 股权代持形成的背景及确立依据 问题 1、一、(四) 整改情况及是否存在替代性利益安排、纠纷或潜在纠纷	对代持形成的背景和确立依据进行了完善; 对股权代持解除的过程进行了补充说明, 进一步说明整改已经完成

问题 4 答复中的结合情况

结合要点	对应位置	具体内容
实际控制人家族对家族成员持股或任职企业的规划安排	问题 4、四、(一) 实际控制人家族成员对其持股企业的发展规划、管理安排	以列表的形式逐一就家族成员持股、任职的企业的发展规划和管理安排进行说明
相关企业之间及相关企业与实际控制人家族成员之间资金业务往来	问题 4、二、(八) 报告期内发行人与相关企业及实际控制人家族成员之间资金业务往来	结合公司与铭博股份等关联企业以及关联人的资金业务往来情况, 分析是否存在单方或相互代垫成本费用的情形
	问题 4、四、(二) 关于资金管理及防范资金占用的制度安排及执行情况	结合报告期内公司与实际控制人家庭成员及其持股、任职的企业的资金往来情况, 分析关于资金管理及防范资金占用的制度安排及执行情况

同时, 公司已就实际控制人及一致行动人认定是否准确、公司治理是否规范有效、是否存在影响公司独立性或独立面向市场的持续经营能力的情形等相关问题的论证过程进行了充实和完善。

1、首轮问询中的问题 1:

问题 1. 股权代持规范情况及公司治理有效性

根据申请文件: (1) 公司系黄胜全由其父提供资金支持成立的企业; 2018 年 4 月, 黄胜全安排其外甥(女) 陈剑翰、黄蔡榆代持公司全部股权; 2021 年 1 月, 黄胜全指定胞姐黄圣雪、黄莉芳代持公司全部股权; 2021 年 11 月解除代持。(2) 黄胜全与山高弘金、瑞安工业等曾签署特殊投资条款。(3) 目前, 控股股东、实际控制人黄胜全直接持有公司 67.13% 的股份, 并通过侨路铭投资、瑞安正盛间接

控制公司 20.97%、4.37%的股份，合计控制公司 92.4651%的股份。

请发行人：（1）说明股权代持形成的背景及确立依据，各主体代持及出资最终来源，是否存在规避竞业限制或约定的情形，整改情况及是否存在替代性利益安排、纠纷或潜在纠纷。（2）列表说明黄胜全及其亲属在公司任职及持股情况，股份限售安排及合规性，是否存在股权代持或特殊利益安排。（3）结合前述情况及黄胜全的父亲、配偶、兄弟姐妹、外甥（女）等亲属在公司设立、经营中发挥的作用，说明实际控制人及其一致行动人认定是否准确，股权是否明晰及是否存在纠纷或潜在纠纷。（4）说明山高弘金、瑞安工业等股东入股背景、时间、方式、定价依据及公允性、资金来源、入股交易价格是否存在明显异常，各主要股东之间是否存在关联关系或一致行动关系以及股份限售安排合规性。（5）说明特殊投资条款主要内容及合规性，是否已解除，是否存在股权代持、抽屉协议或其他特殊利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷，以及对公司的影响。（6）说明公司为防范实际控制人不当控制、保护投资者利益拟采取的措施及有效性，是否建立健全公司治理结构，内部控制制度是否完善并有效执行。（7）结合实际情况充分揭示风险。

请保荐机构、发行人律师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）结合资金流水核查情况就股权代持、特殊投资条款相关事项出具专项核查报告。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-15 的规定进行核查并发表明确意见。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-15 的规定进行核查并发表明确意见

经对照《适用指引第1号》“1-15股权集中企业的公司治理有效性、内控规范性与独立性”的相关规定，逐条核查情况如下：

序号	指引关注重点	查验情况
1	关注公司组织机构的合理设置与建立健全情况、决策程序运行情况，是否存在未履行审议程序、未按规定回避表决等问题以及相应规范整改情况	报告期内，发行人已建立健全完善的组织架构，发行人决策程序运行查验情况详见本回复重新回答的问题1之“中介机构回复”之“三、（一）、1、组织机构的设置和决策程序运行情况”
2	关注发行人股东、董事、监事（如有）、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系，任职是否符合法律法规、部门规章、业务规则 and 公司章程等的要求，以及是否影响公司治理的有效性	报告期内，发行人不存在直接股东、董事、高级管理人员之间互为亲属关系的情形，不会对公司治理和内控有效性构成重大不利影响
3	对于实际控制人及其亲属、有其他关联关系的关联方在发行人处任职较多的情形，还需关注相关主体是否具备履行职责必需的知识、技能和时间，是否勤勉尽责	发行人实际控制人及其亲属、有其他关联关系的关联方具备任职履行职责所必需的知识及学历、技能和投入的时间，能够勤勉尽责履行相关职责
4	发行人财务独立性、内控制度是否健全并得到有效执行	截至报告期末，发行人财务独立，内控制度完善且有效执行
5	对于发行人报告期内存在资金占用、违规担保等性质严重的内控问题，或者多次受到行政处罚或被采取监管措施，或者存在其他内控治理不规范问题未及时有效整改的，应当综合判断发行人是否存在内控缺陷	发行人改制为股份有限公司后不存在资金占用、违规担保等性质严重的内控问题，不存在因内部控制的有效性多次受到行政处罚或被采取监管措施的情形，不存在内控缺陷
6	对存在重大内控缺陷的，应当审慎核查发行人是否符合发行上市条件	根据中汇会计师出具的《内部控制审计报告》，发行人于2025年6月30日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制，不存在重大内控缺陷
7	发行人的控股股东、实际控制人及其亲属的对外投资情况，在发行人及发行人客户、供应商处任职或持股情况，相关关联交易、同业竞争情况，是否存在严重影响发行人独立性或显失公平的关联交易、对发行人构成重大不利影响的同业竞争，是否存在利益输送	报告期内，发行人对实际控制人控制的宁波双慎存在关联销售，对实际控制人亲属控制的相关企业存在关联采购；报告期内，不存在严重影响发行人独立性或显失公平的关联交易，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在利益输送

（一）公司治理的规范性

1、组织机构的设置和决策程序运行情况

（1）发行人组织机构的合理设置与建立健全情况

①组织机构健全

报告期内，发行人已建立健全公司的法人治理结构，已按照股份公司的规范治理要求设置股东会、董事会、审计委员会以及经营管理层等决策、执行及监督机构，并根据业务运作的需要设置了内部职能部门。上述架构的设置符合《公司法》等法律法规、规范性文件的规定以及分工明确、相互制约的治理原则；该等组织机构的组成符合法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定，发行人法人治理结构合法、合理。

②议事规则完备

发行人制定了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》以及《总经理工作细则》等规章制度，规定了召集召开股东会、董事会、总经理办公会的程序，并规定了会议的通知、提案、表决、决议等程序，该等制度符合相关法律法规、规范性文件的规定，合法有效。

③董事会人员构成符合要求

发行人董事会由7名董事组成，其中包括3名独立董事，发行人制定了《独立董事工作制度》。董事会下设审计委员会，其中独立董事人数超过二分之一并担任召集人。发行人设董事会秘书1名，负责股东会和董事会会议的筹备、文件保管以及股东资料管理，信息披露等工作。

④董事、高级管理人员具备任职资格

公司的董事、高级管理人员的任职资格符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，相关人员的选任、聘任履行了必要的内部审议程序，相关人员的任职资格合法、有效。公司董事、高级管理人员最近24个月内未发生对公司经营管理持续性构成重大不利影响的变化。公司的独立董事具备担任独立董事的资格，其任职情况符合相关法律法规及规章制度的规定。

(2) 发行人决策程序运行情况

报告期内，发行人公司治理存在的瑕疵及其整改情况如下：

(1) 2023年，发行人因改制为股份有限公司不久、缺乏关联交易管理经验，未及时履行与宁波双慎、温州铭谷之间关联交易的审议和披露程序，对此，发行人已召开第一届董事会第十七次会议、2023年年度股东大会会议，对上述关联交易进行补充审议，并相应进行披露。

(2) 发行人第一届董事会第一次会议审议高级管理人员薪酬标准时，因对关联交易回避表决要求尚不熟悉，黄胜全未回避表决，对此，发行人已经制定上市后生效的董事、高级管理人员薪酬管理制度，对董事、高级管理人员的薪酬管理的相关要求作出了明确的规定。

(3) 发行人2022年度、2023年度存在董事会定期会议未按照公司章程的要求提前10天发出会议通知的情况，但该等程序瑕疵不会对董事会会议决议的有效性产生实质性影响，公司自2024年1月以来已对上述情况进行有效整改，按时发出董事会定期会议的通知。

除上述情况外，发行人历次股东（大）会、董事会、监事会的召集、召开程序、决议内容及签署合法、合规、真实、有效，决策程序有效执行，不存在未履行审议程序、未按规定回避表决等问题。

鉴于：①上述公司治理瑕疵发生时间较早，2024年1月以来，发行人董事会、股东会的决策程序运行情况良好，没有再出现未履行审议程序、未按规定回避表决、未按章程规定提前发出会议通知等问题；②上述公司治理瑕疵已得到有效整改；③本次发行上市的中介机构在发行人完成辅导验收前已对发行人进行与公司治理相关必要的授课辅导；④发行人实际控制人、董事、高级管理人员已签署书面承诺，承诺将按照《公司法》、公司章程以及上市后适用的各项监管规则和要求的规定，持续完善公司治理，保证公司决策程序合规、有效运行，避免再次出现审议程序等相关的公司治理瑕疵，因此，公司报告期内存在的未履行审议程序、未按规定回避表决等问题已进行相应规范整改，上述公司治理瑕疵不会对本次发行上市构成实质障碍。

2、发行人股东、董事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系及任职

情况

除发行人间接股东陈冰清与实际控制人存在亲属关系外，其他股东之间不存在亲属关系，发行人董事、高级管理人员之间不存在亲属关系，相关人员的任职符合法律法规、部门规章、业务规则和公司章程等的要求，不会影响公司治理的有效性。

3、实际控制人及其关联方在发行人处的任职情况

在发行人处任职的实际控制人亲属仅包括其配偶、女儿、外甥、外甥女，不存在“实际控制人及其亲属、有其他关联关系的关联方在发行人处任职较多”的情形，且该等人员均未担任公司董事、高级管理人员，根据该等人员的学历背景和职业履历，其具备与所在岗位、所担任职务相匹配的知识、技能，并能够投入必要的时间，勤勉尽责履行相关职责。

（二）内控制度的有效性

1、财务独立性

公司实际控制人控制的企业瑞安正盛、侨路铭投资、宁波双慎报告期内曾存在委托发行人财务人员代为管理银行账户及记账的情形，截至报告期末，前述关联方已自行管理账户并委托第三方机构代为记账。

除上述情况，发行人财务独立的执行情况良好，公司拥有独立的财务部门，配备了专职的财务会计人员，并具备独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度；公司独立设立银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形；公司的财务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

2、财务内控规范性

报告期初，侨路铭有限存在向关联方拆出资金的情况，该等情况发生于公司股改之前，且已在当年完成整改，除该情况外，不存在资金占用、违规担保等性质严重的内控问题。

报告期内，发行人曾经存在通过关联方账户转贷、票据贴现，未按照公司印鉴管理制度填写印章使用申请表、部分用印登记记录缺失、内部审计制度执行不到位、研发人员工时记录与其考勤记录不一致四种内部控制制度执行不到位等内控不规范的情形，上述情况均已得到有效整改，整改完毕之后未再发生类似的不规范行为。

鉴于：①上述内控瑕疵已经得到有效整改；②发行人不存在多次受到行政处罚或被采取监管措施的情况，不存在其他内控治理不规范问题未及时有效整改的情况，不存在重大内控缺陷；③发行人已经根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引及其他相关法律法规的要求，对公司内部控制设计与运行的有效性进行了自我评价，中汇会计师出具了“中汇会审[2025]10690号”《乔路铭科技股份有限公司内部控制审计报告》，其认为公司按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制，因此，公司不存在重大内控缺陷，报告期内曾经存在的内控不规范的情形已得到有效整改，不会构成本次发行上市的实质障碍。

（三）独立性

报告期内，发行人存在与发行人控股股东、实际控制人及其亲属投资、任职的企业发生交易往来的情况。

1、经常性关联交易

（1）关联采购、关联销售

序号	企业名称	关联关系情况	交易类型	交易内容
1	宁波双慎	发行人之实际控制人控制的企业	向关联方购买商品	原材料、水电费等
			向关联方销售商品	产品销售
2	温州铭谷汽车零部件有限公司	发行人之实际控制人亲属历史上曾持股并任职的企业	向关联方购买服务	外协加工

序号	企业名称	关联关系情况	交易类型	交易内容
3	瑞安市华来科技有限公司	发行人之实际控制人亲属历史上任职的企业	向关联方购买商品	采购辅料
4	浙江新博汽车零部件有限公司	发行人之实际控制人亲属持股并任职的企业	向关联方购买商品	采购原材料
5	浙江屹华汽车零部件有限公司	发行人之实际控制人亲属持股并任职的企业	向关联方购买服务	外协加工
6	成都安胜汽车零部件有限公司	发行人之实际控制人亲属控制的企业	向关联方购买服务	外协加工
7	宁波安昌达物流有限公司	发行人之实际控制人亲属控制的企业	向关联方购买服务	运输服务
8	宁波睿泽餐饮管理有限公司	发行人之副总经理王佳亲属控制的企业	向关联方购买服务	餐饮服务

(续表)

单位：万元

序号	企业名称	交易类型	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
1	宁波双慎	向关联方购买商品	11.90	98.44	706.05	374.48
		向关联方销售商品	-	36.74	65,024.45	58,657.72
2	温州铭谷汽车零部件有限公司	向关联方购买服务	-	-	1,003.34	-
3	瑞安市华来科技有限公司	向关联方购买商品	110.78	230.24	148.28	-
4	浙江新博汽车零部件有限公司	向关联方购买商品	-	-	-	0.38
5	浙江屹华汽车零部件有限公司	向关联方购买服务	-	-	-	0.49
6	成都安胜汽车零部件有限公司	向关联方购买服务	-	-	-	48.11
7	宁波安昌达物流有限公司	向关联方购买服务	-	-	-	0.15
8	宁波睿泽餐饮管理有限公司	向关联	34.65	94.14	105.08	102.81

序号	企业名称	交易类型	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
	有限公司	方购买服务				

报告期内，公司经常性关联采购主要为公司向关联方采购原材料、支付水电费、支付加工费等。公司向宁波双慎支付的物料款系宁波双慎将出售业务资产后的剩余尾料、零星剩余固定资产出售给公司，以及由其代为垫付公司租用厂房的水电费；公司向温州铭谷、华来科技等关联方企业采购外协加工服务和部分辅料，交易的价格系参考产品构成、材料及工艺复杂程度等因素，定价方式合理、公允。公司副总经理王佳亲属控制的企业宁波睿泽餐饮管理有限公司（以下简称“睿泽餐饮”）向公司提供部分食堂餐饮服务，双方依据实际发生的食材、人工等食堂费用金额确定交易金额，定价公允。上述关联交易占公司各期主营业务成本的比例较低，不会对公司的财务状况和经营成果产生重大影响。

报告期内，宁波双慎曾作为公司的销售通道协助公司完成对部分主机厂的销售。宁波双慎对主机厂的产品售价与乔路铭对宁波双慎的销售价格相同，关联销售价格公允。

（2）关联方租赁（承租）

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金费用			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
宁波双慎	房屋及建筑物	-	-	42.45	-
宁波惠程贸易有限公司	房屋及建筑物	-	-	-	209.67

单位：万元

出租方名称	当期应支付的租金				承担的租赁负债利息支出				增加的使用权资产			
	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
铭博股份	152.25	304.51	295.64	295.64	36.57	72.82	82.75	92.21	-	-	-	-

出租方名称	当期应支付的租金				承担的租赁负债利息支出				增加的使用权资产			
	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
宁波双慎	-	-	340.20	473.06	-	-	3.82	44.83	-	-	-	-

报告期内，公司向关联方铭博股份、宁波双慎等租赁房屋及建筑物。双方租赁关系基于自愿原则，签订了相关租赁合同，交易真实有效。上述房屋的租赁价格与周边房屋的租赁价格不存在显著差异，交易具有公允性。

(3) 关联担保

报告期内，为支持公司业务发展，控股股东、实际控制人及其近亲属等为公司提供无偿担保，上述提供无偿担保情形不会对公司的财务状况、独立运行和经营构成重大不利影响，不存在损害公司及其它股东利益的情形。

2、偶发性关联交易

2023年1-6月，公司为取得银行流动资金借款，通过成都双胜汽车零部件有限公司进行资金周转，合计向成都双胜汽车零部件有限公司支付24,670万元，主要款项均于1日内收回。截至2023年6月30日，双方款项已结清。双方未计算收取利息。

3、关联方资金拆借

(1) 报告期内，发行人曾存在向发行人控股股东、实际控制人及其亲属投资、任职的企业拆出资金的情形，具体如下：

单位：万元

关联方名称	2022年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
宁波惠程贸易有限公司	552.03	413.74	965.77	-

(2) 报告期内，发行人曾存在向发行人控股股东、实际控制人及其亲属投资、任职的企业拆入资金的情形，具体如下：

单位：万元

关联方名称	2025年1-6月				2024年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额	期初余额	增加额	减少额	期末余额
黄圣雪	-	-	-	-	-	-	-	-
黄胜全	22.62	-	22.62	-	32.60	542.62	552.60	22.62
宁波双慎	-	-	-	-	-	-	-	-
侨路铭(宁波)投资有限公司	-	-	-	-	82.00	-	82.00	-

(续表)

关联方名称	2023年度				2022年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额	期初余额	增加额	减少额	期末余额
黄圣雪	1,505.26	-	1,505.26	-	4,703.14	131.92	3,329.80	1,505.26
黄胜全	370.00	14,480.60	14,818.00	32.60	-	21,837.20	21,467.20	370.00
宁波双慎	-	-	-	-	4,113.82	2,512.98	6,626.81	-
侨路铭(宁波)投资有限公司	88.00	12.00	18.00	82.00	-	100.00	12.00	88.00

注：截至2024年末，公司向关联方拆入资金应付余额为22.62万元，系公司实控人黄胜全日常工作相关的报销款，年末未及时支付所致。

上述关联交易中，除与宁波双慎之间的交易往来外，金额均较小。上述关联交易根据市场交易规则履行，交易条件不存在对交易之任何一方显失公平的情形，也不存在严重影响发行人独立性或损害发行人及其非关联股东利益的内容。

发行人与宁波双慎之间发生交易的背景情况如下：

2021年11月，发行人以公允价格收购了宁波双慎的资产、存货，同时宁波双慎原有的业务也转移至发行人及其子公司，考虑到部分主机厂对供应商资质审查、对已完成定点的车型调整供应商程序时间较长，为避免因主机厂供应商资质审查程序、已定点车型产品准入资格转移手续无法及时办理导致业务中断的情况，在履行完毕相关程序前，宁波双慎作为发行人的销售通道协助发行人完成对部分主机厂的销售。宁波双慎对主机厂的产品售价与发行人对宁波双慎的销售价格相同，关联销售价格公允。

发行人完成主机厂供应商资质办理、定点车型产品资质转移后，终止与宁波双慎的交易，实现对主机厂的直接销售。

2024年12月，宁波双慎名称由“成都双胜汽车零部件有限公司”变更为“宁波双慎投资有限公司”，经营范围变更为“一般项目：以自有资金从事投资活动；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业管理咨询；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；塑料制品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）”，不再涉及汽车零部件业务，并于2025年6月，变更为“一般项目：以自有资金从事投资活动；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业管理咨询；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）”，不涉及塑料制品销售业务。

此外，发行人实际控制人兄弟控制的铭博股份及其子公司所从事的业务与公司的主营业务均属于汽车零部件类别，但铭博股份及其子公司的主要产品与公司的主要产品类型存在区别，其从事该等业务不会对公司造成重大不利影响。

综上，报告期内，发行人不存在严重影响独立性或显失公平的关联交易，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在利益输送。

（四）核查程序

申报会计师已履行的核查程序包括：

1、查阅发行人的组织架构图、各部门职责说明、报告期内的“三会”会议文件以及包括“三会”议事规则在内的各项内部管理制度，了解发行人组织机构的设置情况以及决策程序运行情况；

2、查阅发行人报告期内的员工花名册，发行人实际控制人、董事、原监事、高级管理人员填写的调查表及相关承诺，了解发行人股东、董事、原监事、高级管理人员之间的亲属关系以及发行人实际控制人亲属是否在发行人处任职；

3、对于在发行人处任职的实际控制人亲属，核实其所在岗位、职务等相关情

况，查验其工作经历和学历背景等信息；

4、了解发行人财务部门的人员构成，查验发行人财务人员填写的声明，核实其是否在发行人实际控制人控制的其他企业存在兼职；

5、查阅发行人的银行账户清单，核实是否与发行人实际控制人及其控制的其他企业存在混同；

6、查阅报告期内发行人与关联方之间交易相关的合同、支付凭证，分析相关交易是否必要、合理、公允。

（五）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已建立健全完善的组织机构，决策程序运行情况良好，发行人报告期内存在的未履行审议程序、未按规定回避表决等问题已进行相应规范整改，上述公司治理瑕疵不会对本次发行上市构成实质障碍；

2、除发行人间接股东陈冰清与实际控制人存在亲属关系外，其他股东之间不存在亲属关系，发行人董事、高级管理人员之间不存在亲属关系，相关人员的任职符合法律法规、部门规章、业务规则 and 公司章程等的要求，不会影响公司治理的有效性；

3、在发行人处任职的实际控制人亲属仅包括其配偶、女儿、外甥、外甥女，不存在“实际控制人及其亲属、有其他关联关系的关联方在发行人处任职较多”的情形，且该等人员均未担任公司董事、高级管理人员，根据该等人员的学历背景和职业履历，其具备与所在岗位、所担任职务相匹配的知识、技能，并能够投入必要的时间，勤勉尽责履行相关职责；

4、发行人财务独立，不存在重大内控缺陷，报告期内曾经存在的影响财务独立的情况以及曾经存在的内控不规范的情形已得到有效整改，不会构成本次发行上市的实质障碍；

5、发行人不存在严重影响独立性或显失公平的关联交易，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，与关联方之间不存在利益输送；

6、发行人符合《业务规则适用指引第1号》1-15“股权集中企业的公司治理有效性、内控规范性与独立性”的相关要求。

2、首轮问询中的问题 4:

问题 4. 公司独立性及是否存在同业竞争

根据申请文件：（1）实际控制人黄胜全的父亲黄修业、兄长黄圣安控制铭博股份（2024年3月摘牌），与公司同处汽车零部件行业，均直接向整车厂实现销售，且报告期内与公司存在客户及供应商重叠的情形，并曾委托宁波双慎（即成都双胜）加工并对外销售。（2）宁波双慎等关联企业的财务账套曾存放于公司财务服务器，并由公司财务人员代为记账，公章、网银设备等存放于公司董秘办公室和财务办公室。（3）黄胜全曾任铭博股份董事、销售经理，同时实际控制宁波双慎。（4）公司系黄胜全由其父提供资金支持成立的企业。

请发行人：（1）列表说明公司与实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业是否存在相同或类似业务，是否存在上下游关系，上述企业出资最终来源，实际控制人是否在上述企业中享有利益。（2）逐一说明公司与铭博股份等关联企业在历史沿革及资产、人员、财务、业务、产品、技术、商标商号、专利、机构、销售渠道等方面的关系，是否存在合署办公、资产或人员混同、关键岗位人员交叉任职等情形，是否存在单方或相互代垫成本费用情形。（3）结合业务定位、客户类型、产品类型、核心技术等方面的异同以及供应商、客户重合情况，说明公司在业务拓展、订单获取、产品研发等方面是否对铭博股份等关联企业存在重大依赖，是否存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时是否存在利益冲突的情形。（4）结合实际控制人家族成员对其持股企业的发展规划、管理安排，以及公司关于资金管理及防范资金占用的制度安排及执行情况，说明实际控制人家族是否存在将其他企业的业务、资产、人员等合并入公司的计划，公司募集资金是否存在流入上述关

联企业的风险，是否存在占用公司资金、损害公司或中小股东利益的情形。(5) 结合前述情况说明是否存在应披未披的关联方、关联交易或同业竞争情形，是否存在影响公司独立性、独立面向市场的持续经营能力的情形。(6) 结合实际情况充分揭示风险。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。”

【公司回复】

一、列表说明公司与实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业是否存在相同或类似业务，是否存在上下游关系，上述企业出资最终来源，实际控制人是否在上述企业中享有利益

(一) 实际控制人持股或任职的企业

公司名称	关联关系情况	主营业务	是否存在相同或类似业务	是否存在上下游关系	出资最终来源	实际控制人是否在该等企业中享有利益
侨路铭(宁波)投资有限公司	实际控制人黄胜全持股 95%、外甥女陈冰清持股 5%	投资持股	否	否	黄胜全的出资最终来源为其取得的黄修业赠与的资金/陈冰清的出资最终来源为其父母提供的资金	实际控制人控制的企业
瑞安市正盛企业管理合伙企业(有限合伙)	侨路铭(宁波)投资有限公司持有 80.3342% 合伙份额并担任执行事务合伙人	股权激励平台	否	否	侨路铭投资的出资来源同上/其他合伙人的出资来源为其自有或自筹资金	实际控制人控制的企业
宁波双慎投资有限公司	实际控制人黄胜全持股 100%的企业	无实际经营	否	否	黄胜全取得的黄修业赠与的资金	实际控制人控制的企业

(二) 实际控制人父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业

截至本回复出具日，发行人实际控制人父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业情况如下：

公司名称	关联关系情况	主营业务	与公司是否存在相同或类似业务	与公司是否存在上下游关系	出资最终来源	实际控制人是否在该等企业中享有利益
铭博股份(包括子)	黄胜全的父亲黄修业及兄弟	汽车冲压件和	同属于汽车零部件行业但主	不存在	股东自行出资	黄胜全历史上曾持有铭博股份股权，已于 2005 年 5

公司名称	关联关系情况	主营业务	与公司是否存在相同或类似业务	与公司是否存在上下游关系	出资最终来源	实际控制人是否在该等企业享有利益
公司)	姐妹黄圣安控制,且黄圣安担任董事的企业	辊压件的生产和销售	营业务不同			月转让退出;曾持有铭博股份子公司上海硕铭 6.57%的股权,已于 2021 年 12 月转让退出,截至本回复出具日,黄胜全在铭博股份及其子公司未享有益
湖南铭博汽车零部件有限公司	实际控制人黄胜全的兄弟姐妹黄圣安持股 100%的企业	无实际经营	不存在	不存在	股东自行出资	黄胜全历史上曾持有湖南铭博 50%股权,已于 2021 年 12 月转让退出,截至本回复出具日,黄胜全在湖南铭博未享有益
浙江宝博投资有限公司	公司实际控制人黄胜全的兄弟姐妹黄圣安持有 20%的股权,黄圣安的配偶王秀华持有 80%的股权并担任执行董事、总经理	实业投资	不存在	不存在	股东自行出资	不涉及
上海植广股权投资合伙企业(普通合伙)	黄胜全的兄弟姐妹黄圣安为合伙人并持有 3.7037% 合伙份额	股权投资	不存在	不存在	合伙人自行出资	不涉及
浙江屹华汽车零部件有限公司	实际控制人黄胜全的兄弟姐妹黄圣雪持股 84.6408% 的企业	电镀加工	同属于汽车零部件行业但主营业务不同	历史上曾向公司提供电镀加工服务	股东自行出资	黄胜全曾于 2019 年 8 月、10 月合计受让取得浙江屹华 57%股权,并于 2019 年 12 月转让退出,截至本回复出具日,黄胜全在浙江屹华未享有益
浙江新博汽车零部件有限公司	实际控制人黄胜全的兄弟姐妹黄圣雪的配偶陈崇靖持股 98% 并任监事的企业	汽车冲压件的生产和销售	同属于汽车零部件行业但主营业务不同	历史上曾向公司提供 PTC 辅料	股东自行出资	不涉及

注 1: 黄胜全向黄圣安转让湖南铭博股权时,双方对该公司的投入均较小,该公司累计亏损的金额较大,转让时未开展经营且不存在开展经营的计划,因此经双方协商后黄圣安未实际向黄胜全支付转让对价;

注 2: 实际控制人黄胜全的兄弟姐妹黄圣雪的配偶陈崇靖另有一家担任董事的企业上海乔雅国际贸易有限公司,该公司自 2008 年起处于吊销未注销的状态,未开展实际经营业务,与公司不存在相同或类似业务,与公司不存在上下游关系,实际控制人在该企业中不享有利益。

综上，实际控制人控制的其他企业与公司不存在相同或者类似业务，不存在上下游关系，该等企业实际控制人的出资来源于其父亲黄修业的赠与，实际控制人真实享有在该等企业中其所持股权/出资份额的权益；实际控制人的父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业中，铭博股份（包括其子公司）、浙江屹华、浙江新博与公司同属汽车零部件行业但主营业务不同，不存在竞争关系，其他企业与公司不存在相同或者类似业务，不存在上下游关系，该等企业出资最终来源于其股东/合伙人自行出资，实际控制人在该等企业中不享有利益。

二、逐一说明公司与铭博股份等关联企业在历史沿革及资产、人员、财务、业务、产品、技术、商标商号、专利、机构、销售渠道等方面的关系，是否存在合署办公、资产或人员混同、关键岗位人员交叉任职等情形，是否存在单方或相互代垫成本费用的情形

截至本回复出具日，公司实际控制人及其亲属持股或任职的企业包括铭博股份及其子公司、浙江新博、浙江屹华、宁波双慎、侨路铭投资、瑞安正盛、湖南铭博汽车部件有限公司（以下简称“湖南铭博”）、浙江宝博投资有限公司、上海植广股权投资合伙企业（普通合伙）。

除前述企业外，报告期内曾与公司存在关联交易的其他关联企业还包括温州铭谷、华来科技、宁波惠程、睿泽餐饮。

上述企业在历史沿革及资产、人员、财务、业务、产品、技术、商标商号、专利、机构、销售渠道等方面与公司的关系如下：

（一）历史沿革

序号	关联企业	历史沿革
1	铭博股份（包括子公司）	铭博股份由黄胜全之父黄修业、哥哥黄圣安和姐姐之配偶陈崇靖创立于 1994 年，于 2008 年改制为有限责任公司，2015 年整体变更为股份有限公司，并于 2016 年 11 月至 2024 年 3 月期间在全国股转系统挂牌并公开转让。黄胜全于 1999 年至 2005 年期间持股 23.44%，其他时间未持有铭博股份的股份。
2	浙江新博	成立于 2017 年 7 月，注册资本 1,000 万元，陈剑翰、赵明亮分别持有 98%、

序号	关联企业	历史沿革
		2%股权；2021年12月，陈剑翰将其持有的98%股权转让予陈崇靖，截至目前陈崇靖持有浙江新博98%股权。
3	浙江屹华	<p>(1) 成立于2003年7月，注册资本为500万元，成立时的股东为吴振宇、戴雅各；</p> <p>(2) 2019年8月，黄胜全通过受让当时股东吴振宇、钱升俊、姜泽军合计46%的股权成为浙江屹华股东，2019年10月，黄胜全受让戴金辉持有的浙江屹华11%股权，合计持有浙江屹华57%股权；</p> <p>(3) 2019年12月，黄胜全将其持有的浙江屹华57%股权转让予黄圣雪，因黄胜全取得浙江屹华股权时所支付的款项来自于黄圣雪，本次股权转让黄圣雪未再向黄胜全支付转让对价；</p> <p>(4) 2020年11月，黄圣雪与陈爱国签署股权转让协议书，约定黄圣雪将其所持浙江屹华30%的股权转让给陈爱国，此后因其他股东不配合签署办理工商变更登记的相关文件导致本次股权转让尚未办理工商变更登记；</p> <p>(5) 2022年1月，戴金辉将其持有的浙江屹华40%股权转让予黄圣雪及其他14名股东，其中黄圣雪受让12.2541%股权；</p> <p>(6) 2024年8月，浙江屹华办理了李方安等多名股东将其持有的浙江屹华15.3867%股权转让予黄圣雪的工商变更登记。本次股权转让的背景情况如下：黄圣雪、陈爱国分别受让了部分股东所持浙江屹华的股权，由于仍存在个别股东不配合签署办理工商变更登记的相关文件的情况，由此，经陈爱国与黄圣雪协商，先行将已完成收购的股权过户到黄圣雪名下。</p>
4	宁波双慎	<p>(1) 成立于2013年4月，成立时注册资本50万元，黄胜全持股100%；</p> <p>(2) 2014年6月，黄胜全将其持有的宁波双慎100%股权转让给黄圣雪；</p> <p>(3) 2016年10月，宁波双慎注册资本由50万元增加至1180万元；2018年2月，宁波双慎注册资本由1,180万元增加至3,888万元；</p> <p>(4) 2021年12月，黄圣雪将其持有的宁波双慎100%股权转让予黄胜全，截至目前，黄胜全仍持有宁波双慎100%股权。</p>
5	侨路铭投资	成立于2021年11月，注册资本为3,000万元，黄胜全、陈剑翰分别持有95%、5%股权；2024年1月，陈剑翰将其持有的侨路铭投资5%股权转让予陈冰清，截至目前黄胜全、陈冰清分别持有侨路铭投资95%、5%股权。
6	瑞安正盛	成立于2021年12月，出资额为1,590万元，系公司实施员工股权激励的平台，侨路铭投资一直为执行事务合伙人。
7	湖南铭博	<p>成立于2012年9月，注册资本200万元，黄胜全、黄圣安各持有50%股权，2021年12月，黄胜全将其持有的50%股权全部转让予黄圣安，截至目前，黄圣安持有湖南铭博100%股权。</p> <p>黄胜全向黄圣安转让湖南铭博股权时，双方对该公司的投入均较小，该公司累计亏损的金额较大，转让时未开展经营且不存在开展经营的计划，因此经双方协商后黄圣安未实际向黄胜全支付转让对价。</p> <p>截至本回复出具日，湖南铭博100%的股权均由黄圣安真实持有，不存在股权</p>

序号	关联企业	历史沿革
		代持的情况。
8	浙江宝博投资有限公司	成立于2021年1月，注册资本5,000万元，黄圣安及其配偶王秀华分别持有20%、80%股权，截至目前未发生股权变化。
9	上海植广股权投资合伙企业（普通合伙）	成立于2011年6月，出资额共27,000万元，黄圣安认缴出资份额1,000万元，截至目前黄圣安的认缴出资未发生变化。
10	温州铭谷	成立于2022年6月，注册资本200万元，成立时的股东为陈爱国、陈勇、吴礼勇；2023年12月，吴礼勇将其持有的48%股权转让予陈勇；2024年7月，陈勇将其持有的96%股权转让予阮忠道，截至目前，阮忠道、陈爱国分别持有温州铭谷96%、4%股权。
11	华来科技	成立于2023年1月，注册资本50万元，陈勇、林锋分别持有华来科技90%、10%股权；2023年4月，林锋将其持有的华来科技10%股权转让予李蝶；2024年1月，陈勇将其持有的华来科技90%股权转让予陈洪锦；2024年4月，陈洪锦、李蝶将其持有的股权转让予阮晓文、王碎姆，截至目前，阮晓文、王碎姆分别持有华来科技90%、10%股权。
12	宁波惠程	成立于2015年10月，注册资本100万元，并于2023年4月注销，注销时黄胜全、陈剑翰分别持有宁波惠程90%、10%股权。
13	睿泽餐饮	成立于2021年4月20日，注册资本10万元，翁磊持股80%并担任执行董事兼总经理、经理、财务负责人，王伶俐持股20%并担任监事，截至目前股权未发生变化。

基于上述情况，在历史沿革方面，截至本回复出具日，①实际控制人控制的侨路铭投资、瑞安正盛持有公司股份，其他关联企业未持有公司股份，公司亦未持有关联企业的股权；②实际控制人的家族成员中，除外甥女陈冰清通过侨路铭投资间接持有公司股份外，其他家族成员未持有公司股份；③公司实际控制人持有宁波双慎、侨路铭投资、瑞安正盛的股权/出资份额，未持有其他关联企业的股权/股份。

（二）资产、商标商号、专利

截至本回复出具日，公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、房屋、机器设备、注册商标、专利及著作权等主要资产的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司拥有的不动产、商标、专利独立完整，资产产权关系清晰，不存在与上述关联企业共用资产或相互转让的情形，具体分析如下：

1、不动产

截至本回复出具日，公司及子公司独立拥有 4 处房产及 1 处海域使用权。

公司虽存在租赁铭博股份厂房、办公室用于生产办公的情形，但上述关联租赁已支付合理费用，且经公司股东会审议通过并披露，公司向铭博股份租赁的厂房、办公室合计为 13,427.01 平方米，占公司自有及向第三方租赁的生产办公场地总面积的 3.20%，占比较低，且公司位于瑞安市塘下镇国际汽摩配产业园罗凤北工业园区的总部大楼已建设完成，现已正式投入使用，公司已将主要职能部门的办公场所迁至上述总部大楼，因此，上述关联租赁不会对公司资产完整独立造成重大不利影响。

除铭博股份外，公司目前不存在向上述其他企业租赁不动产的情况，亦不存在合署办公或资产混同。

2、商标商号

公司主要使用“乔路铭”作为商号，并围绕“乔路铭”及“QLM”等图形申请多项商标，铭博股份主要使用“铭博”商号，商标多以“铭博”文字形式，公司与铭博股份在商标商号方面存在显著区分。

除铭博股份外，上述其他企业亦使用各自名称为商号，未拥有注册商标，与公司存在显著区分。

3、专利

公司及子公司目前拥有的技术及对应专利主要运用于公司的主要生产环节，即注塑环节，并运用于扰流板等主要产品。

铭博股份及其子公司的发明专利主要围绕冲压、焊接环节，运用于防撞梁等车身结构件及其他金属件，公司与铭博股份的专利技术及其应用领域、应用产品存在明显区分，且与其各自注塑件生产和冲压件生产的主营业务相吻合。

除铭博股份外，上述其他企业中，浙江新博拥有的专利均为实用新型，且主要

围绕汽车座椅支架，与公司存在差异，其他企业未拥有已授权专利。

综上，公司与铭博股份等关联方在资产、商标商号、专利方面独立。

（三）人员

序号	公司名称	董监高任职情况
1	铭博股份（包括子公司）	董事：黄圣安、陈崇靖、王秀华、黄莉芳、徐从旺 高级管理人员：周建兵、徐从旺 监事：薛孝清、何平、曹杰
2	湖南铭博	执行董事：黄圣安 经理：付定成 监事：李宗青
3	浙江宝博投资有限公司	执行董事兼总经理：王秀华 监事：黄圣安
4	上海植广股权投资合伙企业（普通合伙）	执行事务合伙人：方金湖
5	浙江屹华	执行董事、经理张海强；监事陈爱国
6	浙江新博	执行董事兼总经理：赵明亮 监事：陈崇靖
7	侨路铭投资	经理、财务负责人：张丽萍 董事：黄胜全
8	宁波双慎	经理,董事,财务负责人：张丽萍
9	瑞安正盛	执行事务合伙人：侨路铭投资
10	华来科技	执行董事兼总经理：阮晓文 监事：王碎媪
11	温州铭谷	执行公司事务的董事，经理：阮忠道
12	宁波惠程	已注销
13	睿泽餐饮	执行董事兼总经理,经理,财务负责人：翁磊 监事：王伶俐

截至本回复出具日，公司的高级管理人员均未在上述铭博股份等关联企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在铭博股份等关联企业处领薪。

经对比上述与公司同为经营汽车零部件业务的关联方或实际控制人控制的企业的花名册，截至报告期末，公司与该等关联方不存在关键岗位人员交叉任职，公司的财务人员也未在铭博股份等关联方兼职，公司与铭博股份等关联企业人员相互独立。

此外，实际控制人黄胜全及其亲属在公司任职情况如下：

姓名	亲属关系	目前任职情况
黄胜全	本人	董事长、总经理
陈鹏娜	黄胜全之配偶	综合管理部部长
黄之乔	黄胜全之女	总经办职员
陈冰清	黄胜全兄弟姐妹黄圣雪之女	财务中心融资主管
陈剑翰	黄胜全兄弟姐妹黄圣雪之子	集采中心总监

如上表所示，除黄胜全及其配偶和子女外，黄胜全的兄弟姐妹以及其兄弟姐妹关系密切家庭成员中，仅黄胜全姐姐黄圣雪的女儿陈冰清、陈剑翰在公司任职，且并未担任董事、高级管理人员等核心岗位，在较大程度上避免了直系亲属分别在公司和铭博股份等关联方的关键岗位任职而可能导致的利益冲突。

（四）财务

1、财务独立情况

公司拥有独立的财务部门，配备了专职的财务会计人员，并具备独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度；公司独立设立银行账户，不存在与铭博股份等关联企业共用银行账户的情形；公司的财务独立于铭博股份等关联企业。

2、报告期内财务独立性瑕疵情况

（1）事项描述

报告期曾存在公司股东侨路铭投资、瑞安正盛以及公司实控人控制的宁波双慎的财务账套存放于公司财务服务器，并由公司财务人员代为记账，公章、网银设备等存放于公司董秘办公室和财务办公室的情形。

（2）公司规范、整改情况及财务影响

前述关联方已于 2025 年 6 月 9 日与第三方代理机构签订《代理记账服务委托合同》，约定由代理机构为其提供代理记账服务，并由该等公司自行保管公章、网

银设备。上述情况对公司的经营成果和财务状况不会产生实质性影响。

（五）机构

公司建立了健全的内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与铭博股份等关联企业之间不存在机构混同的情形，公司的机构独立。

（六）业务、产品与技术

1、公司与铭博股份

铭博股份报告期内主要从事汽车冲压件和辊压件产品的生产和销售。公司主要从事汽车内外饰件的研发、生产和销售。从产品类别、生产工艺、独立性及上下游企业等方面看，铭博股份与公司均存在一定差异，具体情况如下：

业务方面，报告期内，公司主要从事汽车内外饰件的研发、生产和销售业务，主要围绕汽车塑料件；铭博股份主要从事汽车冲压件和辊压件产品的生产和销售业务，主要围绕汽车金属件。

产品方面，公司主要产品为汽车内饰件、汽车外饰件及配套模具，具体分类情况如下：以立柱内装饰板、行李箱内装饰板、门槛内装饰板等产品为代表的内饰件；以侧裙、车底护板、扰流板、行李架、立柱外装饰板、轮眉等为代表的外饰件及配套模具。铭博股份主要产品为汽车冲压白车身及排气管、隔热系统等部位的零部件，主要可分为汽车门窗框类、导轨类、隔热板类、车身外板类、车身内板类、立柱类和纵梁类等类别。

技术方面，公司拥有“内外饰件大规模定制自动化集成技术”“自动焊接技术”“自动化传感喷涂技术”“全自动伺服三维拉弯技术”“自动打胶系统技术”等核心技术，主要围绕塑料内外饰件。铭博股份的技术研发主要围绕冲压件和辊压件，致力于开展相关产品关于性能、外观、环保特性等优化研发。

综上，公司与铭博股份在主营业务、产品及相关技术方面均存在差异。

2、公司与宁波双慎

宁波双慎原先的汽车零部件生产和销售业务与公司业务类似，因此主要产品相似。2021年11月，宁波双慎将其持有的与汽车零部件相关的业务转让至公司，本次转让内容主要涉及宁波双慎的设备类固定资产、长期待摊费用与存货。并购完成后，公司已承继及承接宁波双慎与汽车零部件相关的资产、业务、人员。目前，宁波双慎已无实际经营，亦不开展汽车零部件业务，公司与宁波双慎不存在业务、产品、技术上的关系。

由于部分主机厂对供应商资质审查、对已完成定点的车型调整供应商程序时间较长，为避免因主机厂供应商资质审查程序、已定点车型产品准入资格转移手续无法及时办理导致业务中断的情况，在履行完毕相关程序前，宁波双慎作为公司的销售通道协助公司完成对部分主机厂的销售。宁波双慎对主机厂的产品售价与公司对宁波双慎的销售价格相同，关联销售价格公允，不会导致公司与宁波双慎之间存在利益输送、相互或者单方让渡商业机会等情形，不会对公司构成重大不利影响。

2023年底，公司的主机厂供应商资质办理、定点车型产品资质转移最终全部完成，公司终止与宁波双慎的交易，实现对所有主机厂的直接销售。2024年12月，宁波双慎已变更经营范围，不再开展汽车零部件业务。

3、公司与其他关联企业

浙江新博主要从事汽车冲压件产品的生产与销售，主要产品包括汽车冲压件；浙江屹华主要从事电镀加工业务，主要产品包括车型标识、功率标牌、文字商标等车标标牌及其他电镀加工产品；温州铭谷曾经为公司的喷漆外协供应商；宁波惠程曾开展汽车零部件业务，公司于2021年12月收购其资产，宁波惠程于2023年4月注销；华来科技主要从事无纺布生产销售，主要产品为无纺布；睿泽餐饮、侨路铭投资、瑞安正盛、浙江宝博均不涉及汽车零部件生产与销售业务。

公司在业务、产品、技术方面独立于铭博股份等关联企业。

（七）销售渠道

销售渠道方面，公司与铭博股份独立获取客户。公司与铭博股份各自拥有独立

的供应商系统代码，对接吉利、比亚迪等主机厂客户不同的采购部门，不存在同时获取产品业务机会的情形，不存在共用销售渠道。除铭博股份外，上述其他从事汽车零部件业务的关联方经营规模较小，且产品、客户或者客户结构与公司存在明显差异。

公司经过多年持续积累，通过了主要客户的合格供应商认证并长期保持良好合作关系，在全国多省市设立子公司，实现精细化管理，形成了面向知名品牌汽车整车或零部件制造商独立且完善的销售渠道。在销售渠道方面，公司独立于上述铭博股份等关联企业。

公司与铭博股份及其子公司、宁波双慎、浙江新博、浙江屹华存在部分重叠客户，但公司相关销售均系基于实际经营需要，公司与该等关联方无异常资金往来，不存在与公司单方或相互代垫成本费用情形；公司与上述其他关联方中的湖南铭博、浙江宝博、上海植广股权投资合伙企业（普通合伙）、侨路铭投资、瑞安正盛、温州铭谷、华来科技、睿泽餐饮不存在重叠客户，公司与该等关联方亦无异常资金往来，不存在与公司单方或相互代垫成本费用情形。

（八）报告期内发行人与相关企业及实际控制人家族成员之间资金业务往来

报告期内，发行人与相关企业及实际控制人家族成员之间的资金业务往来情况如下：

1、发行人与相关企业之间的业务往来

报告期内，发行人与相关企业之间发生的业务往来主要包括关联采购、关联销售、关联租赁，具体情况如下：

（1）关联采购、关联销售

单位：万元

序号	企业名称	关联关系情况	交易类型	交易内容
1	宁波双慎	发行人之实际控制人控制的企业	向关联方购买商品	原材料、水电费等

序号	企业名称	关联关系情况	交易类型	交易内容
			向关联方销售商品	产品销售
2	温州铭谷	发行人之实际控制人亲属历史上曾持股并任职的企业	向关联方购买服务	外协加工
3	华来科技	发行人之实际控制人亲属历史上任职的企业	向关联方购买商品	采购辅料
4	浙江新博	发行人之实际控制人亲属持股并任职的企业	向关联方购买商品	采购原材料
5	浙江屹华	发行人之实际控制人亲属持股并任职的企业	向关联方购买服务	外协加工
6	成都安胜汽车零部件有限公司	发行人之实际控制人亲属控制的企业，铭博股份的子公司	向关联方购买服务	外协加工
7	宁波安昌达物流有限公司	发行人之实际控制人亲属控制的企业，铭博股份的子公司	向关联方购买服务	运输服务
8	睿泽餐饮	发行人副总经理王佳亲属控制的企业	向关联方购买服务	餐饮服务

(续表)

单位：万元

序号	企业名称	交易类型	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
1	宁波双慎	关联采购	11.90	98.44	706.05	374.48
		关联销售	-	36.74	65,024.45	58,657.72
2	温州铭谷	关联采购	-	-	1,003.34	-
3	华来科技	关联采购	110.78	230.24	148.28	-
4	浙江新博	关联采购	-	-	-	0.38
5	浙江屹华	关联采购	-	-	-	0.49
6	成都安胜汽车零部件有限公司	关联采购	-	-	-	48.11
7	宁波安昌达物流有限公司	关联采购	-	-	-	0.15
8	睿泽餐饮	关联采购	34.65	94.14	105.084	102.81

报告期内，发行人关联采购主要为发行人向关联方采购原材料、水电费、支付加工费等。发行人向宁波双慎支付的物料款系宁波双慎将出售业务资产后的剩余尾料、零星剩余固定资产出售给公司，以及由其代为垫付公司租用厂房的水电费；发

行人向温州铭谷、华来科技等关联方企业采购外协加工服务和部分辅料，交易的价格系参考产品构成、材料及工艺复杂程度等因素，定价方式合理、公允。公司副总经理王佳亲属控制的企业睿泽餐饮向公司提供部分食堂餐饮服务，双方依据实际发生的食材人工等食堂费用金额确定交易金额，定价公允。上述关联交易占发行人各期主营业务成本的比例较低，不会对发行人的财务状况和经营成果产生重大影响。

报告期内，宁波双慎曾作为发行人的销售通道协助公司完成对部分主机厂的销售。宁波双慎对主机厂的产品售价与乔路铭对宁波双慎的销售价格相同，关联销售价格公允。

(2) 关联方租赁（承租）

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金费用			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
宁波双慎	房屋及建筑物	-	-	42.45	-
宁波惠程贸易有限公司	房屋及建筑物	-	-	-	209.67

单位：万元

出租方名称	当期应支付的租金				承担的租赁负债利息支出				增加的使用权资产			
	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
铭博股份	152.25	304.51	295.64	295.64	36.57	72.82	82.75	92.21	-	-	-	-
宁波双慎	-	-	340.20	473.06	-	-	3.82	44.83	-	-	-	-

报告期内，公司向关联方铭博股份、宁波双慎等租赁房屋及建筑物。双方租赁关系基于自愿原则，签订了相关租赁合同，交易真实有效。上述房屋的租赁价格与周边房屋的租赁价格不存在显著差异，交易具有公允性。

2、发行人与相关企业之间的资金往来

报告期内，发行人与相关企业之间发生的资金往来主要包括因业务往来而发生

的资金收付以及因转贷、关联方资金拆借而发生的资金往来。

(1) 因业务往来而发生的资金收付

发行人因业务往来而与关联企业发生的资金往来系根据相关交易合同、约定而执行，不存在异常的情况。报告期各期末，发行人对关联企业的应收应付情况如下：

单位：万元

单位名称	2025年	2024年	2023年	2022年
	收付款金额	收付款金额	收付款金额	收付款金额
应收款项：			-	-
宁波双慎	-	12,029.56	88,842.41	41,649.86
应付账款：				
宁波睿泽餐饮管理有限公司	39.33	102.48	118.13	0.23
宁波惠程贸易有限公司			3.50	1,416.13
瑞安市华来科技有限公司	194.86	218.43	106.88	
温州铭谷汽车零部件有限公司		0.18	1,136.04	
宁波双慎投资有限公司	12.20	111.24	1,430.27	3,523.15
浙江新博汽车零部件有限公司			0.38	

注：应收款项列示的金额为收款金额，应付账款列示的是付款金额。

(2) 因转贷而发生的资金收付

2023年1-6月，公司为取得银行流动资金借款，通过宁波双慎进行资金周转，合计向宁波双慎支付24,670万元，主要款项均于1日内收回。截至2023年6月30日，双方款项已结清。双方未计算收取利息。

(3) 资金拆借

报告期内，发行人曾存在向发行人控股股东、实际控制人及其亲属投资、任职的企业拆出资金的情形，具体如下：

单位：万元

关联方名称	2022 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
宁波惠程贸易有限公司	552.03	413.74	965.77	-

报告期内，发行人曾存在向实际控制人控制的其他企业拆入资金的情形，具体如下：

单位：万元

关联方名称	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额	期初余额	增加额	减少额	期末余额
宁波双慎	-	-	-	-	-	-	-	-
侨路铭（宁波）投资有限公司	-	-	-	-	82.00	-	82.00	-

（续表）

关联方名称	2023 年度				2022 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额	期初余额	增加额	减少额	期末余额
宁波双慎	-	-	-	-	4,113.82	2,512.98	6,626.81	-
侨路铭(宁波)投资有限公司	88.00	12.00	18.00	82.00	-	100.00	12.00	88.00

3、发行人与关联自然人之间的业务往来

报告期内，为支持公司业务发展，控股股东、实际控制人及其近亲属等为公司提供无偿担保，上述提供无偿担保情形不会对公司的财务状况、独立运行和经营构成重大不利影响，不存在损害公司及其它股东利益的情形。除接受关联自然人担保外，报告期内发行人与关联自然人之间不存在业务往来。

4、发行人与关联自然人之间的资金往来

报告期内，发行人与关联自然人之间发生的资金往来主要包括发行人向在公司任职的实际控制人及其家庭成员支付报酬以及关联方资金拆借，报告期内，发行人曾存在向实际控制人及其亲属拆入资金的情形，具体如下：

单位：万元

关联方	2025年1-6月				2024年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额	期初余额	增加额	减少额	期末余额
黄圣雪	-	-	-	-	-	-	-	-
黄胜全	22.62	-	22.62	-	32.60	542.62	552.60	22.62

(续表)

关联方	2023年度				2022年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额	期初余额	增加额	减少额	期末余额
黄圣雪	1,505.26	-	1,505.26	-	4,703.14	131.92	3,329.80	1,505.26
黄胜全	370.00	14,480.60	14,818.00	32.60	-	21,837.20	21,467.20	370.00

注：截至2024年末，公司向关联方拆入资金应付余额为22.62万元，系公司实控人黄胜全日常工作相关的报销款，年末未及时支付所致。

上述关联交易根据市场交易规则履行，交易条件不存在对交易之任何一方显失公平的情形，也不存在严重影响公司独立性或损害公司及其非关联股东利益的情形。

综上所述，在历史沿革方面，①实际控制人控制的侨路铭投资、瑞安正盛持有公司股份，其他关联企业未持有公司股份，公司亦未持有关联企业的股权；②实际控制人的家族成员中，除外甥女陈冰清通过侨路铭投资间接持有公司股份外，其他家族成员未持有公司股份；③公司实际控制人持有宁波双慎、侨路铭投资、瑞安正盛的股权/出资份额，未持有其他关联企业的股权/股份。同时，公司资产（包括商标商号、专利）完整，与铭博股份之间的关联租赁不会对公司资产完整独立造成重大不利影响，与铭博股份等关联企业在人员、财务、业务、产品、技术、机构、销售渠道等方面相互独立，报告期内公司与铭博股份等关联企业发生的关联交易根据市场交易规则履行，交易条件不存在对交易之任何一方显失公平的情形，也不存在严重影响公司独立性或损害公司及其非关联股东利益的情形，不存在合署办公、资产或人员混同、关键岗位人员交叉任职等情形，不存在单方或相互代垫成本费用的情形。

三、结合业务定位、客户类型、产品类型、核心技术等方面的异同以及供应商、客户重合情况，说明公司在业务拓展、订单获取、产品研发等方面是否对铭博股份等关联企业存在重大依赖，是否存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时是否存在利益冲突的情形

截至本回复出具日，发行人实控人及其亲属持股或任职的企业中，宁波双慎报告期曾经作为公司向部分主机厂的销售通道，与公司之间存在较大金额的关联交易；从事汽车零部件业务的公司主要包括为铭博股份及其子公司、浙江新博、浙江屹华，除前述企业外，发行人实际控制人及亲属控制或任职的其他企业包括湖南铭博、浙江宝博、侨路铭投资、瑞安正盛，均不存在实际开展汽车零部件业务的情况，且经营规模较小。

报告期内曾与公司存在关联交易的其他关联企业中，黄胜全配偶的兄弟姐妹已于2024年7月转让其持有的温州铭谷股权、2024年1月转让其持有的华来科技股权且前述企业经营规模较小（其中华来科技年销售额不到500万，温州铭谷年销售额约1,000万）；宁波惠程业务、资产被公司收购后已于2023年注销；睿泽餐饮业务与公司存在明显差异且经营规模较小。

结合业务定位、客户类型、产品类型、核心技术等方面的异同以及供应商、客户重合情况分析，宁波双慎、铭博股份（包括其子公司）、浙江新博、浙江屹华与公司之间在业务拓展、订单获取、产品研发等方面，对铭博股份等关联企业不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形，具体情况如下：

（一）公司与宁波双慎的关系

宁波双慎系公司控股股东、实际控制人黄胜全实际控制的公司。2021年11月，公司完成对宁波双慎的业务收购，形成同一控制下的业务合并。在相关业务资质办理转移期间，报告期公司曾以宁波双慎作为销售通道对部分主机厂实现销售。在此期间，公司对宁波双慎的产品销售价格与宁波双慎对下游主机厂的销售价格一致，与宁波双慎作为公司销售通道的定位相匹配，销售价格公允。

2023 年底，公司的主机厂供应商资质办理、定点车型产品资质转移最终全部完成，公司随后终止与宁波双慎的交易，实现对所有主机厂的直接销售。2024 年 12 月，宁波双慎已变更经营范围，不再开展汽车零部件业务。

综上，虽然宁波双慎报告期内曾作为公司的销售通道，以实现公司对主机厂的销售，但截至报告期最后一年公司已实现对主机厂的直接销售，公司对宁波双慎不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形，公司与宁波双慎之间不存在利益输送、相互或者单方让渡商业机会等情形，不会对公司构成重大不利影响。

（二）公司与铭博股份的关系

公司与铭博股份同属于汽车零部件行业，且均为面向整车厂销售，主要客户类型相近，报告期内，公司与铭博股份存在客户、供应商重叠的情况。

报告期内，公司与铭博股份存在汽车整车厂商重叠客户，主要为吉利汽车、比亚迪，均属于国际知名汽车整车厂商；双方也存在废料回收商重叠客户，但金额较小，不存在双边交易金额均超过 100 万元的情况。公司与铭博股份各自拥有独立的供应商代码并且分别对接整车厂商不同物料组的采购部门，不存在共用销售渠道的情形；双方亦不存在整车厂商系统中物料编码重合，销售相同具体产品的情形。公司主要销售内容为汽车内外饰件，铭博股份主要销售内容为冲压件、辊压件，两者在产品类型、原材料、生产工艺等方面均存在显著差异。

公司和铭博股份向主要重叠供应商采购主要涉及铝型材、运输物流、模检夹具、建筑工程、汽车零配件、房屋租赁等，均为公司和铭博股份生产经营所需，相关供应商重叠具有合理性。报告期内，公司、铭博股份双边报告期内合计采购金额 300 万元以上的主要重叠供应商共 11 家，公司、铭博股份各期向其采购金额占各自采购总额的比例均在 2%-5.5% 区间、比例较低。

尽管存在主要客户类型相近、客户供应商重叠的情况，但公司与铭博股份在业务定位、产品类型、工艺流程、核心技术、资质认证等方面存在显著差异，公司在

业务拓展、订单获取、产品研发等方面对铭博股份不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形，具体理由如下：

1、业务定位、产品类型不同

公司主要从事汽车内外饰件的研发、生产和销售业务，主要产品为注塑件；铭博股份主要从事汽车冲压件和辊压件产品的生产和销售业务，两者业务定位不同。

公司主要产品为汽车内饰件、汽车外饰件及配套模具，具体分类情况如下：以立柱内装饰板、行李箱内装饰板、门槛内装饰板等产品为代表的内饰件；以侧裙、车底护板、扰流板、行李架、立柱外装饰板、轮眉等为代表的外饰件及配套模具。铭博股份主要产品为汽车冲压白车身及排气管、隔热系统等部位的零部件，主要可分为汽车门窗框类、导轨类、隔热板类、车身外板类、车身内板类、立柱类和纵梁类等类别。

由于公司与铭博股份均系汽车零部件厂商，其共同主要服务于知名汽车整车厂商吉利、比亚迪具有合理性，同时，因公司与铭博股份分属注塑件与冲压件产品生产，存在配套主要客户相同车型的情形。但公司与铭博股份的产品功能、用途相互之间不存在替代性和竞争性或利益冲突，客户的需求形态存在明显差异，不存在竞争商业机会的情形。

2、核心技术及产品研发存在差异

(1) 公司与铭博股份的工艺流程不同

公司生产工艺流程主要有：第一，将塑料粒子（一般经过造粒、染色、加入添加剂等处理后的颗粒料）放入料筒中，经过加热塑化，使之成为高粘度的流体；第二，将流体注入模具的模腔中；第三，经过冷却、凝固后从模具脱出，成为塑料制品。

铭博股份生产工艺流程主要有：第一，将钢板拉延（将板料毛坯在具有一定圆角半径的凸凹模作用下加工成各类形状复杂的零件）；第二，修边（将零件周边多

余的部分废料切除，加工成所需形状的零件)；第三，冲孔（从板料或零件上冲出所需形状的孔)；第四，翻边（在坯料的平面部分或曲面部分上，利用模具的作用，使之沿封闭或不封闭的曲线边缘形成有一定角度的直壁或凸缘）。

公司与铭博股份的工艺流程存在明显不同。

(2) 公司与铭博股份的产品在主机厂核心需求导向、产品研发及工艺重点等技术方面均有不同

项目	公司汽车内外饰件	铭博股份汽车车身冲压件
主机厂核心需求导向	提升用户体验、塑造品牌形象	保障车身强度、精度及安全性
关键性能	轻量化、舒适化、美观化	材料强度、尺寸精度、抗疲劳性
材料需求	高分子材料（如塑料粒子）为主	金属材料（如钢材）为主
产品工艺重点	注塑成型工艺、表面处理工艺	冲压工艺、热成型技术
供应链要求	快速设计响应、支持个性化配置	规模化本地化配套，成本控制严格
质量管控	气味检测、色差管理、功能测试	尺寸测量、拉伸试验、腐蚀测试

公司与铭博股份在上述产品性能、材料需求、产品工艺重点、供应链要求、质量管控上均存在明显差异。铭博股份主要围绕冲压件和辊压件，致力于开展相关产品关于性能、外观、环保特性等优化研发工作。公司主要围绕注塑件，自主研发形成了“双色高光注塑技术”“低压注塑技术”等注塑生产技术及“内外饰件大规模定制自动化集成技术”“自动焊接技术”等自动化装配及表面处理等相关技术，与铭博股份存在显著差异。且公司拥有独立的研发流程、研发人员，基于自身汽车内外饰件的研发需求，形成了独立的研发体系，独立于铭博股份。

3、资质认证范围不同

根据吉利汽车、比亚迪的采购通则，主机厂客户为了确保汽车产品的质量和安全性，提高供应链的稳定性和可靠性，均要求其供应商通过 IATF16949 质量管理体系的认证，具体条款如下：

客户	文件名	具体条款内容
----	-----	--------

比亚迪	乘用车生产性物料采购通则	5.1.2 供方有义务按汽车行业的要求建立 IATF169492016 质量管理体系，并且有责任维持这个体系的零缺陷目标和不断地改进服务。供方在批量供货前必须通过 IATF16949 质量管理体系的认证。属于国家汽车零部件强制性认证范围内的零部件/备件必须通过相关产品认证，并在批量供货前向需方提供有效的认证证书复印件，且批量供货后，每年提供认证证书复印件保证证书必须在有效期范围内。
吉利汽车	采购合同通用条款	9.01 质量标准与要求卖方在制造、生产和销售产品中应不断提高质量。卖方应遵守买方就提供产品或与产品性质相似的服务的供应商设定的质量保证程序、检验要求和标准。这些标准包括但不限于买方的 GOE、VOE 质量计划、ISO/TS16949 或 OS-9000、ISO14001、中国强制认证 CCC 认证、ELV (End-of-Life Vehicle, 即报废车辆指令) 以及买方针对卖方的其他要求。 9.03.1 卖方有义务按汽车行业的要求建立 IATF169492016 质量管理体系，并且有责任维持这个体系的零缺陷目标和不断地改进服务。

公司、铭博股份 IATF16949 质量管理体系认证覆盖的业务范围分别为“行李架和内外饰件的设计和制造”“钢制车身结构件、底盘件的生产”，两者在产品业务范围有明确区分。其中，公司不具备客户所要求的铭博股份主营业务相关的“钢制车身结构件、底盘件的生产”的体系认证，铭博股份亦不具备客户所要求公司主营业务相关的“行李架和内外饰件的设计和制造”的体系认证，均无法对对方的产品进行供货。因此，公司与铭博股份在核心技术及相关资质认证方面存在显著区分。

4、主机厂针对汽车内外饰和车身冲压件的采购部门不同

针对重叠客户比亚迪，公司和铭博股份分别对接比亚迪的资源开发部和十一事业部；针对重叠客户吉利汽车，公司和铭博股份分别对接吉利汽车的塑料装饰采购部门和车身件采购部门，均呈现采购部门间明显差异。

此外，公司客户均为知名品牌汽车整车厂商，均有严格且规范的采购管理制度及供应商管理体系，针对不同类别产品采购决策相互独立。不存在主机厂向公司和铭博股份发送相同零件订单的情形，公司亦未收到主机厂发布的汽车冲压件相关产品订单。

因此，公司与铭博股份无法同时联合获取产品业务机会或让渡商业机会。

5、公司与铭博股份获取主机厂供应商代码及项目定点流程独立

主机厂在导入内外饰合格供应商时，主要考虑行业知名度、历史配套经验、开发能力、生产组织能力、质量管控能力和企业管理能力等综合能力因素，公司在经

过客户审核验厂后，进入主机厂合格供应商名单，并形成独立的供应商代码。

在新车型项目选取供应商时，主机厂根据项目需求，结合供应商是否具备产品生产能力在供应商系统向特定合格供应商发送零件需求包。公司根据主机厂对产品的具体要求进行初步方案设计、技术方案交流、成本核算并报价。主机厂综合考虑供应商的报价、生产能力、供货能力和开发周期等因素后，通过比价或招标方式进行新产品的定点。

公司与铭博股份具有各自独立的供应商代码，在新车型项目选取供应商时，因公司（从事汽车内外饰件）与铭博股份（从事汽车车身冲压件）相关的产品和技术不存在重叠情形，故双方无法在供应商系统同时获取主机厂发送的相同零件需求包。

6、公司已建立独立的采购体系

公司与铭博股份上述主要重叠供应商均不存在仅向公司及铭博股份提供产品的情形。

公司建立了关于采购相关的内部控制制度，公司采购模式主要分为指定采购和自主采购。“指定采购”指整车厂商基于产品质量控制、供应链管理等方面的考量，要求公司向其名录范围内的供应商或指定的供应商进行采购的模式，公司主要塑料粒子供应商多为指定名录范围内的采购。自主采购为通过介绍或主动接洽等方式经商务谈判确定合作关系，公司主要重叠供应商均为自主采购模式。

公司原材料主要由集采中心统一集中采购，采购完成后供应商将原材料运输至各生产基地。集采中心负责对供应商进行调查，对其供货能力和生产体系进行审核，寻求有合作意向的填写供应商基本资料表并交集采中心负责人和总经理签字审批，集采中心后续负责供应商从准入、到样件供应、直至批量供应的全过程。集采中心根据批准的请购签发月度订单，订单上注明求购商品或劳务的具体项目、价格、数量、交货时间等，送交供应商并表明购买意愿。

铭博股份有独立的采购体系，主要采取按照客户订单向原材料供应商询价的采

购模式。按照客户订单所列产品的要求，通过 ERP 采购管理系统对比质量、价格、服务、地理位置等多方面因素选定原材料供应商。同时对供应商进行持续管理，供应商根据订单按期提供货物，经检验合格后入库。

因此，虽然公司与铭博股份存在部分供应商重合，但在供应商遴选、订单下达等采购管理流程中与铭博股份保持独立。

综上所述，公司在业务拓展、订单获取、产品研发等方面对铭博股份不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形。

（三）公司与浙江新博、浙江屹华的差异及相关情况分析

1、公司与浙江新博

浙江新博主要从事汽车冲压件产品的生产与销售，主要产品包括汽车座椅金属件等，业务规模较小，2024 年营业收入与公司营业收入相比不到公司的 1%，且主要客户为汽车零部件企业，不存在吉利、比亚迪等整车厂客户，公司与浙江新博报告期内不存在重叠原材料供应商或劳务供应商、外协供应商、建筑供应商。报告期内浙江新博与公司存在的重叠客户为舒茨曼座椅（宁波）有限公司，报告期内各期公司对舒茨曼座椅（宁波）有限公司的销售收入占公司当期营业收入的比例均低于 0.2%。

公司与浙江新博的业务定位、客户类型、产品类型、核心技术等方面均存在显著差异，主要客户亦存在区别；公司在业务拓展、订单获取、产品研发等方面对浙江新博不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形。

2、公司与浙江屹华

浙江屹华主要从事电镀加工业务，主要客户包括长城汽车、中国重汽等整车厂客户，主要提供车型标识、功率标牌、文字商标等车标标牌及其他电镀加工产品。

报告期内，公司与浙江屹华各自采购额累计均在 200 万以上的重叠供应商为金桥德克新材料股份有限公司（以下简称“金桥德克”），报告期内，浙江屹华于 2023 年、2024 年向金桥德克采购原材料，采购金额合计约为 486.06 万元，公司于报告期内 2023 年、2024 年向金桥德克采购原辅料合计金额约为 295.62 万元，金桥德克为创业板申报公司，主要销售功能性涂层材料，浙江屹华、公司与金桥德克的采购往来均为基于其自身采购需求。

报告期内，公司与浙江屹华存在重叠客户长城汽车和比亚迪，但公司与浙江屹华不存在同一年度向前述重叠客户销售均超过 50 万元的情况，同时，公司对长城汽车仅为零星销售，其非公司报告期内主要客户，浙江屹华报告期内对公司主要客户比亚迪的销售额低，仅有 2022 年零星电镀产品销售。

公司与浙江屹华的业务定位、产品类型、核心技术等方面均存在显著差异，主要客户亦存在一定区别，公司在业务拓展、订单获取、产品研发等方面对浙江屹华不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形。

四、结合实际控制人家族成员对其持股企业的发展规划、管理安排，以及公司关于资金管理及防范资金占用的制度安排及执行情况，说明实际控制人家族是否存在将其他企业的业务、资产、人员等合并入公司的计划，公司募集资金是否存在流入上述关联企业的风险，是否存在占用公司资金、损害公司或中小股东利益的情形

（一）实际控制人家族成员对其持股企业的发展规划、管理安排

实际控制人家族成员主要基于其各自投资决策自主投资或退出相关持股企业，并自行制定发展规划和开展管理，实际控制人家族成员对其持股企业的发展规划和管理安排具体情况如下：

公司名称	关联关系情况	主营业务	发展规划	管理安排
一、存在实际经营的企业				
铭博股份（包括	黄胜全的父亲黄	汽车冲压件和	继续聚焦其现有	由黄圣安主要负

公司名称	关联关系情况	主营业务	发展规划	管理安排
子公司)	修业及兄弟黄圣安控制的企业	辊压件产品的生产和销售	主营业务，开展汽车冲压件和辊压件产品相关业务	责经营管理，并已建立相对完备且与发行人独立的组织机构
浙江屹华汽车零部件有限公司	黄胜全的姐姐黄圣雪持股的企业	电镀加工	维持现有的业务和资质，并择机进行转让	由陈爱国负责管理
浙江新博汽车零部件有限公司	黄胜全的姐姐黄圣雪的配偶陈崇靖控制的企业	汽车冲压件产品的生产与销售	继续聚焦其现有主营业务，开展汽车冲压件产品相关业务	由陈崇靖自行管理
二、无实际经营或仅开展股权投资、作为股权激励平台的企业				
侨路铭（宁波）投资有限公司	实际控制人黄胜全控制的企业	投资持股	继续作为黄胜全的持股公司使用，不开展其他业务	黄胜全自行管理，继续委托第三方机构代为记账
瑞安市正盛企业管理合伙企业（有限合伙）		股权激励平台	继续作为发行人员工持股平台使用，不开展其他业务	黄胜全自行管理，继续委托第三方机构代为记账
宁波双慎投资有限公司		无实际经营	已停止开展业务，拟实施注销	在注销前由黄胜全自行管理，继续委托第三方机构代为记账
湖南铭博	黄胜全的兄弟黄圣安控制的企业	无实际经营	暂无明确的展业计划	由黄圣安自行管理
浙江宝博	黄胜全的兄弟黄圣安及其配偶王秀华控制的企业	实业投资	拟实施注销	注销前由黄圣安自行管理
上海植广	黄胜全的兄弟黄圣安该合伙企业的合伙人	股权投资	继续作为股权投资平台使用	按照该合伙企业的合伙协议的约定由合伙人自行管理

上述关联企业中，铭博股份有独立进入资本市场证券化的规划，其他企业经营规模均较小，没有进入资本市场证券化的规划。

该等公司的管理与运营独立，其管理人员与公司的董事、高级管理人员不存在重合的情形，公司无进一步将实际控制人家族成员持股的其他企业的业务、资产、人员等合并入公司的计划；实际控制人家族成员也不存在将持股企业的业务、资产出售给侨路铭的计划。

（二）关于资金管理及防范资金占用的制度安排及执行情况

公司已建立了《关于防范控股股东及其他关联方占用公司资金制度》等防范资金占用相关制度，并且制定了内部管理制度，对于资金支付授权审批、货币资金授权审批、现金管理、银行存款管理、票据管理等事项的决策权限和程序作明确规定，同时，制定了《关联交易管理办法》对与关联方资金往来等事项的决策权限进行规定。

报告期内，公司与实际控制人家庭成员及其持股、任职的企业的资金拆借情况如下：

1、拆出资金

单位：万元

关联方名称	2022 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
宁波惠程	552.03	413.74	965.77	-

向宁波惠程拆出资金发生于报告期初、公司整体变更为股份有限公司之前，已于当年收回，整体变更为股份有限公司之后，公司未再发生向关联方拆出资金的情况。

2、拆入资金

单位：万元

关联方名称	2025 年 1-6 月				2024 年			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额	期初余额	增加额	减少额	期末余额
黄圣雪	-	-	-	-	-	-	-	-
黄胜全	22.62	-	22.62	-	32.60	542.62	552.60	22.62
宁波双慎	-	-	-	-	-	-	-	-
侨路铭投资	-	-	-	-	82.00	-	82.00	-

(续表)

关联方名称	2023 年度				2022 年			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额	期初余额	增加额	减少额	期末余额
黄圣雪	1,505.26	-	1,505.26	-	4,703.14	131.92	3,329.80	1,505.26
黄胜全	370.00	14,480.60	14,818.00	32.60	-	21,837.20	21,467.20	370.00
宁波双慎	-	-	-	-	4,113.82	2,512.98	6,626.81	-
侨路铭投资	88.00	12.00	18.00	82.00	-	100.00	12.00	88.00

注：截至 2024 年末，公司向关联方拆入资金应付余额为 22.62 万元，系公司实控人黄胜全日常工作相关的报销款，年末未及时支付所致。

截至本回复出具日，公司不存在资金被关联方占用的情况。

根据中汇会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“中汇会审[2025]10690 号”《乔路铭科技股份有限公司内部控制审计报告》，公司于 2025 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》的相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

综上，公司已制定资金管理的内部控制制度、防范资金占用的制度，且该等制度整体执行情况正常。

（三）募集资金管理相关内部控制情况

本次募集资金拟投资项目已经发行人第一届董事会第二十四次会议和 2025 年第一次临时股东大会审议通过，并由董事会负责实施。

公司已根据相关法律法规的要求制定了《募集资金管理制度》，将募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，其存放、使用、变更、管理与监督将根据公司募集资金管理制度进行，并制定了上市后适用的《募集资金管理制度》。

本次发行募集资金到账后，公司将开设董事会决定的募集资金专项账户，并与开户行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司在上市前及上市后将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理制度》的规定，在进行募集资金项目投资时，履行资金支出审批手续，明确各控制环节的相关责任，按项目计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行内部考核与审计。

（四）实际控制人家族是否存在将其他企业的业务、资产、人员等合并入公司的计划，公司募集资金是否存在流入上述关联企业的风险，是否存在占用公司资金、损害公司或中小股东利益的情形

根据发行人实际控制人及其亲属的书面确认，实际控制人家族不存在将其他企业的业务、资产、人员等合并入公司的计划，公司募集资金不存在流入上述关联企业的风险，截至本回复出具日，公司控股股东、实际控制人及其关联方不存在占用公司资金、损害公司或中小股东利益的情形。

五、结合前述情况说明是否存在应披未披的关联方、关联交易或同业竞争情形，是否存在影响公司独立性、独立面向市场的持续经营能力的情形

（一）公司不存在严重影响独立性以及独立面向市场的持续经营能力的情形

发行人按照《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市规则》及中国证监会、北交所的有关规定，结合实际控制人、董事、原监事、高级管理人员所填写的调查表确定关联方的具体名单，并通过查询国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，确认、复核关联方是否已经完整填报，公司、公司实际控制人及其家族成员、董事、原监事、高级管理人员已完整披露了与其存在关联关系的个人、企业以及相关关联企业对应的主营业务情况，公司已在定期报告、公开转让说明书、招股说明书等公开信息披露文件对相应期间的关联交易进行了披露，不存在重大遗漏，对公司与相关关联企业是否构成同业竞争进行了审慎分析，公司不存在应披未披的关联方或关联交易、同业竞争情形。

鉴于：

（1）实际控制人父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业出资最终来源与公司、公司实际控制人无关，公司实际控制人在其亲属持股、任职的企业中不享有利益。

（2）铭博股份（包括子公司）、浙江屹华、浙江新博与公司同属于汽车零部件行业，但各自的主营业务存在差异；宁波双慎报告期内曾开展汽车零部件业务，属

于汽车零部件行业，后续已终止相关业务并变更经营范围；除前述情况外，公司与实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业不存在从事相同或类似业务，不存在上下游关系。

(3) 尽管公司与铭博股份主要客户类型相近，且存在客户供应商重叠的情况，但公司与铭博股份在业务定位、产品类型、工艺流程、核心技术、资质认证方面存在显著差异，双方业务不存在替代性或竞争性，公司在业务拓展、订单获取、产品研发等方面对铭博股份不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形。

浙江新博主要从事汽车冲压件产品的生产与销售，公司与浙江新博的业务定位、客户类型、产品类型等方面均存在显著差异，双方业务不存在替代性或竞争性，公司在业务拓展、订单获取、产品研发等方面对浙江新博不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形。

浙江屹华主要从事电镀加工业务，公司与浙江屹华的业务定位、产品类型等方面均存在显著差异，公司在业务拓展、订单获取、产品研发等方面对浙江屹华不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形。

(4) 公司历史沿革中存在实际控制人亲属为其代持公司股权的情况，但该等代持已在 2021 年 11 月解除，截至本回复出具日，除实际控制人外甥女陈冰清间接持有公司股份外，实际控制人其他亲属在公司均不享有权益。且截至本回复出具日，公司在历史沿革中①实际控制人控制的侨路铭投资、瑞安正盛持有公司股份，其他关联企业未持有公司股份，公司亦未持有关联企业的股权；②实际控制人的家族成员中，除外甥女陈冰清通过侨路铭投资间接持有公司股份外，其他家族成员未持有公司股份；③公司实际控制人持有宁波双慎、侨路铭投资、瑞安正盛的股权/出资份额，未持有其他关联企业的股权/股份。公司资产（包括商标商号、专利）完整，与铭博股份之间的关联租赁不会对公司资产独立造成重大不利影响，与铭博股份等

关联企业在人员、财务、业务、产品、技术、机构销售渠道等方面相互独立，报告期内公司与铭博股份等关联企业发生的关联交易根据市场交易规则履行，交易条件不存在对交易之任何一方显失公平的情形，也不存在严重影响公司独立性或损害公司及其非关联股东利益的情形，不存在合署办公、资产或人员混同、关键岗位人员交叉任职等情形，不存在单方或相互代垫成本费用的情形。

（5）实际控制人家族不存在将其他企业的业务、资产、人员等合并入公司的计划，公司已建立严格的募集资金管理制度，不存在获得募集资金后流入上述关联企业的风险，截至本回复出具日，公司控股股东、实际控制人及其关联方不存在占用公司资金、损害公司或中小股东利益的情形。

（6）发行人报告期内曾存在的独立性问题已完成整改；发行人已建立相关制度并采取一系列内部控制措施确保本次发行上市前后均保持独立性。

综上，公司不存在严重影响独立性以及独立面向市场的持续经营能力的情形。

（二）实际控制人及关联方关于避免同业竞争的承诺

铭博股份、黄修业、黄圣安已出具《避免同业竞争的承诺函》，黄圣雪、陈崇靖已出具《避免同业竞争的承诺函》，公司实际控制人黄胜全已出具《关于避免同业竞争的补充承诺函》，相关承诺的具体内容如下

出具主体	承诺内容
铭博股份、黄修业、黄圣安	<p>1、本人、铭博股份及其子公司、本人控制的其他公司现在及未来将继续从事汽车冲压件和辊压件产品的研发、生产与销售业务，保证现在没有、未来也不会以任何方式（包括但不限于投资、收购、新建产能、自己经营、为他人经营、协助他人经营等）从事、拓展与乔路铭主营业务存在同业竞争的业务。若铭博股份及其子公司、本人控制的其他公司存在上述行为的，本人、铭博股份及其子公司、本人控制的其他公司将立即终止和/或促成该等经营实体终止该等相同或相似业务的参与、管理或经营。</p> <p>2、铭博股份如采取并购上市公司、重组上市等方式进入资本市场的，在筛选合作的上市公司时，应确保其不会从事与乔路铭主营业务构成同业竞争的业务。</p> <p>3、本人、铭博股份及其子公司、本人控制的其他公司保证在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面均独立于乔路铭，本人、铭博股份及其子公司保证不会与乔路铭发生任何形式的利益输送，如与乔路铭发生业务或资金往来的，将保证关联交易的合理性、必要性和公允性。且铭博股份及其子公司不存在与乔路铭及其子公司之间的非公平竞争或单方让渡商业机会的情形。</p> <p>4、如乔路铭进一步拓展其产品和业务范围，本人、铭博股份及其子公司承诺将不与乔路铭拓展后的产品或业务相竞争；若出现可能与乔路铭拓展后的产品或业务产生竞争的情形，本人、铭博股份及其子公司将通过包括但不限于以下方式退出与乔路铭的竞争：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；（3）将相竞争的资产或业务以合法方式置入乔路铭；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（5）采取其他对维护乔路铭权益有利的行动以消除同业竞争。</p> <p>5、本人、铭博股份及其子公司、本人控制的其他公司若违反上述承诺将积极进行整改，若整改无效导致出现同业竞争或者导致不利影响进一步扩大的，本人、铭博股份及其子公司、本人控制的其他公司将按照因违反承诺获得的经济收益对乔路铭进行赔偿。</p>
黄圣雪、陈崇靖	<p>1、本人、本人控制的企业，保证现在没有、未来也不会以任何方式（包括但不限于投资、收购、新建产能、自己经营、为他人经营、协助他人经营等）从事、拓展与乔路铭主营业务存在同业竞争的业务。若本人控制的公司存在上述行为的，本人、本人控制的公司将立即终止和/或促成该等经营实体终止该等相同或相似业务的参与、管理或经营。</p> <p>2、本人、本人控制的企业保证在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面均独立于乔路铭，本人、本人控制的企业保证不会与乔路铭发生任何形式的利益输送，如与乔路铭发生业务或资金往来的，将保证关联交易的合理性、必要性和公允性。且本人控制的企业不存在与乔路铭及其子公司之间的非公平竞争或单方让渡商业机会的情形。</p> <p>3、本人、本人控制的企业若违反上述承诺将积极进行整改，若整改无效导致出现同业竞争或者导致不利影响进一步扩大的，本人、本人控制的企业将按照因违反承诺获得的经济收益对乔路铭进行赔偿。</p>

出具主体	承诺内容
公司实际控制人黄胜全	<p>1、本人及本人控制的企业将采取一切有效措施避免乔路铭与铭博股份及其他关联方互相让渡商业机会或发生任何形式的利益输送。</p> <p>2、本人及本人控制的企业将不向业务与乔路铭业务构成竞争的其他公司、企业、组织或个人提供技术信息、工艺流程、销售渠道等商业秘密，或参与同乔路铭经营业务构成潜在的直接或间接竞争的业务或活动（包括但不限于研制、生产和销售与乔路铭研制、生产和销售产品相同或相近似的任何产品以及以任何方式为乔路铭的竞争企业提供资金、技术、人员等方面的帮助）。</p> <p>3、本人作为发行人股东及董事，将积极采取一切有效措施促使发行人安排审计委员会对铭博股份及其实际控制人黄修业、黄圣安及其他关联方相似业务的发展情况和铭博股份及其实际控制人黄修业、黄圣安履行其作出的关于避免同业竞争的承诺的情况定期（以6个月为时间周期）进行查询了解及审议，并按北交所规定在定期报告中披露承诺的履行情况。一旦审计委员会发现铭博股份及其他关联方在本期内拓展与乔路铭相似的汽车内外饰系统塑料部件业务，或以任何方式将乔路铭的客户在汽车内外饰系统塑料部件业务范围内发展成为铭博股份或其他关联方客户，或出现与乔路铭发生异常资金或业务往来，进行利益输送等扩大同业竞争不利影响的情形，由审计委员会立即通知本人，本人将负责与铭博股份及其他关联方协商解决；</p> <p>4、如果出现铭博股份及其他关联方生产与乔路铭相同的产品（即汽车内外饰系统塑料部件业务），因此导致发行人与铭博股份及其他关联方出现同业竞争或者导致不利影响进一步扩大的，本人及本人控制的企业持有的发行人股份不得转让，乔路铭亦有权将本人、本人控制的企业现金分红予以暂时扣留，直至导致乔路铭与铭博股份及其他关联方的同业竞争不利影响扩大的上述情形消除。</p> <p>5、如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，则本人、本人控制的其他企业由此所得的收益归乔路铭，同时，本人将承担由于违反上述承诺给乔路铭造成的直接、间接的经济损失、索赔责任及额外的费用支出。</p> <p>6、本人确认本承诺及本人此前作出的《关于避免同业竞争的承诺函》所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其它各项承诺的有效性。</p>

发行人实际控制人黄胜全、铭博股份、黄修业、黄圣安、黄圣雪、陈崇靖已作出避免同业竞争的承诺，相关承诺有效、可执行。

六、结合实际情况充分揭示风险

如上所述，公司可独立面向市场，在历史沿革、资产、人员、财务、业务、产品、技术、商标商号、专利、机构、销售渠道等方面与关联方保持独立，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间以及与控股股东、实际控制人关系密切家庭成员控制的企业之间均不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，上述情况不会对公司及本次发行产生重大不利影响。基于该等情况，公司未在招股说明书“第三节风险因素”就相关问题进行风险揭示。

【中介机构回复】

一、核查程序

申报会计师已履行的核查程序包括：

1、取得实际控制人填写的调查问卷，了解实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业情况；

2、访谈发行人实际控制人的父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股的主要企业相关负责人，了解该等企业的经营情况及业务情况；

3、了解实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属向其持股的企业出资的情况，获取相关出资凭证或资金流水；

4、取得实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的主要企业的工商资料、人员名单、产品清单、销售明细、采购明细、客户清单、供应商清单；查询国家信用信息公示系统，获取公示的关联企业董事、监事、高级管理人员信息；

5、查询实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的主要企业拥有的商标、专利情况，与发行人取得的资产对比；

6、访谈发行人研发负责人，确认发行人拥有的专利、技术的来源情况；

7、查阅发行人目前正在履行的租赁合同、在建工程情况；

8、查阅实际控制人控制的企业提供的与第三方机构就代记账签订的合同、查阅发行人的银行账户、花名册及财务人员配备情况；

9、网络查询发行人及实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的主要企业的认证资质情况；

10、访谈发行人采购负责人，了解发行人关于采购的内部控制体系及采购流程、采购人员设置情况；

11.访谈发行人销售负责人,了解发行人取得不同主机厂供应商资质的时间、方式及具体流程;对主要客户进行访谈;

12、查阅发行人及子公司、发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行流水;

13、访谈发行人实际控制人及其部分亲属,了解其对持股企业的发展规划、管理安排;

14、查阅发行人制定的《关于防范控股股东及其他关联方占用公司资金制度》《关联交易管理办法》《募集资金管理制度》等内部控制制度、文件;

15、取得发行人实际控制人黄胜全、铭博股份、黄修业、黄圣安、黄圣雪、陈崇靖出具的关于避免同业竞争的承诺;

16、查阅发行人历次三会文件,确认关联交易的审议情况、相关制度的批准情况、发行人本次募集资金的使用方案。

二、核查结论

经核查,申报会计师认为:

1、发行人已对发行人与实际控制人及其父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业是否存在相同或类似业务,是否存在上下游关系,上述企业出资最终来源,实际控制人是否在上述企业中享有利益作出说明。实际控制人控制的其他企业与公司不存在相同或者类似业务,不存在上下游关系,该等企业中实际控制人的出资来源于其父亲黄修业的赠与,实际控制人真实享有在该等企业中其所持股权/出资份额的权益;实际控制人的父亲、配偶、兄弟姐妹等亲属持股或任职的企业中,铭博股份(包括其子公司)、浙江屹华、浙江新博与公司同属汽车零部件行业但主营业务不同,不存在竞争关系,其他企业与公司不存在相同或者类似业务,不存在上下游关系,该等企业出资最终来源于其股东/合伙人自行出资,实际控制人在该等企业中不享有利益;

2、发行人已逐一说明与铭博股份等关联企业在历史沿革及资产、人员、财务、业务、产品、技术、商标商号、专利、机构、销售渠道等方面的关系；发行人与关联企业不存在合署办公、资产或人员混同、关键岗位人员交叉任职等情形，不存在单方或相互代垫成本费用的情形；

3、发行人已结合业务定位、客户类型、产品类型、核心技术等方面的异同以及供应商、客户重合情况，说明在业务拓展、订单获取、产品研发等方面的情况；发行人在业务拓展、订单获取、产品研发等方面对铭博股份等关联企业不存在重大依赖，不存在联合或相互协助获取订单、单方或相互让渡商业机会的情形，在客户拓展或订单获取时不存在利益冲突的情形；

4、发行人已结合实际控制人家族成员对其持股企业的发展规划、管理安排以及发行人关于资金管理和防范资金占用的制度安排及执行情况，说明了实际控制人家族不存在将其他企业的业务、资产、人员等合并入公司的计划；公司募集资金不存在流入上述关联企业的风险，不存在占用公司资金、损害公司或中小股东利益的情形；

5、发行人已在定期报告、公开转让说明书、招股说明书等公开信息披露文件对相应期间的关联交易进行了完整的披露，对发行人与相关关联企业是否构成同业竞争进行了审慎分析，发行人不存在应披露未披露的关联方、关联交易或同业竞争情形；发行人不存在严重影响公司独立性以及独立面向市场的持续经营能力的情形；发行人实际控制人黄胜全、铭博股份、黄修业、黄圣安、黄圣雪、陈崇靖已作出避免同业竞争的承诺，相关承诺有效、可执行；

6、发行人可独立面向市场，在历史沿革、资产、人员、财务、业务、产品、技术、商标商号、专利、机构、销售渠道等方面与关联方保持独立，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间以及与控股股东、实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业之间均不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，上述情况不会对发行人及本次发行产生重大不利影响。基于该等情况，发行人未在招股说明书“第三节风险因素”就相关问题进行风险揭示。

问题 5. 其他补充说明事项

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明



【公司、中介机构回复】



经发行人、申报会计师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定审慎核实，除上述问题外，不存在其他涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

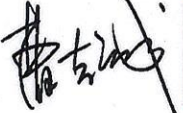

（以下无正文）

(本页无正文，为中汇会计师事务所（特殊普通合伙）《关于乔路铭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第二轮审核问询函有关财务问题回复的专项说明》之签字盖章页)



中国注册会计师:  

中国注册会计师:  

中国注册会计师:  

报告日期: 2026年1月20日



营业执照

(副本)

统一社会信用代码

91330000087374063A (1/1)



扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息

名称 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 余强, 高峰

经营范围

审查企业会计报表、出具审计报告; 出具验资报告; 办理企业合并、分立、清算等审计业务; 办理企业年度决算审计; 代理记账; 会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训; 法律、法规规定的其他业务。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)

出资额 贰仟壹佰捌拾万元整

成立日期 2013年12月19日

主要经营场所 浙江省杭州市上城区新业路8号华联时代大厦A幢601室



2025年11月27日

仅供中汇会函[2026]0078号报告使用

登记机关



会计师事务所 执业证书

名称：中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：高峰

主任会计师：高峰

经营场所：杭州市上城区新业路8号华联大厦A幢601室

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：33000014

批准执业文号：浙财会〔2013〕54号

批准执业日期：1999年12月28日设立，2013年12月4日转制



仅供中汇会函[2026]0078号报告使用

证书序号:0019879

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关：

2024年12月3日

中华人民共和国财政部制



姓名: 谢贤庆
 Full name: 谢贤庆
 性别: 男
 Sex: 男
 出生日期: 1972年11月26日
 Date of birth: 1972年11月26日
 工作单位: 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
 Working unit: 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
 身份证号码: 330621197211262012
 Identity card No.: 330621197211262012



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after
 this renewal.

证书编号: 330000141921
 No. of Certificate

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2003年 7月 21日
 Date of Issuance /y /m /d 年 月 日



姓名	潘辰
Sex	男
Date of birth	1993年8月1日
Working unit	中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
Identity card No.	340822199308010215



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号：330000140528
No. of Certificate

批准注册协会：浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期：2022年3月22日
Date of Issuance /y /m /d

年 月 日
/y /m /d



姓名	曹吉诚
Full name	曹吉诚
性别	男
Sex	男
出生日期	1990年10月22日
Date of birth	1990年10月22日
工作单位	中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
Working unit	中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
身份证号码	33900519901022011X
Identity card No.	33900519901022011X



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号：330000144939
No. of Certificate

批准注册协会：浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期：2016年12月30日
Date of Issuance /y /m /d

年 月 日
/y /m /d