

**关于江苏朗信电气股份有限公司  
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**

信会师函字[2026]第 ZF079 号

**北京证券交易所：**

贵所于 2025 年 7 月 18 日出具的《关于江苏朗信电气股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“《问询函》”）已收悉，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（下称“申报会计师”、“会计师”）对《问询函》进行了认真研究和落实，现对《问询函》回复如下，请予以审核。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

- 1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《江苏朗信电气股份有限公司招股说明书（申报稿）》一致；
- 2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

#### 问题 4.业绩持续性及收入确认准确性

根据申请文件：（1）报告期内，公司营业收入分别为 66,838.18 万元、103,094.61 万元和 130,060.15 万元，扣非后归母净利润分别为 4,305.82 万元、7,876.36 万元和 10,898.19 万元。（2）2022 年至 2024 年，公司向前五大客户合计销售占比分别为 83.08%、77.22%和 68.43%，向第一大客户银轮集团年度销售占比分别为 33.36%、30.21%和 26.76%。（3）报告期内，电子风扇销售均价分别为 216.56 元/套、228.09 元/套和 224.33 元/套；电机总成销售均价分别为 98.38 元/套、93.47 元/套和 89.61 元/套。（4）吉利集团于 2023 年进入公司前五大客户，2024 年营业收入同比增长 140.36%；奇瑞汽车报告期内营业收入复合增长率为 23.10%，恒信集团向发行人采购冷却风扇终端销售至奇瑞汽车；一汽集团和江苏嘉和分别于 2023 年和 2024 年退出前五大客户。（5）内销情况下，公司主机厂客户及部分零部件客户以上线领用或下线结算后确认收入，其他客户以收到货物并签收入库后确认收入。

（1）业绩增长合理性及客户合作稳定性。请发行人：①按照终端汽车类型、寄售和非寄售模式列示报告期内电子风扇、电机总成的销量、销售价格、销售收入、单位成本、毛利率、配套车型、销售额占客户同类产品采购额的比重、是否为终端客户等情况，说明收入增长与终端汽车制造商采购需求、产销量是否相符，收入和净利润增长率逐期下降、2024 年度利润增幅远高于收入的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异。②结合客户结构、应用领域、产品类型、定价机制、成本构成等，说明吉利集团销售收入提升、爱斯达克 2024 年销售收入下降、奇瑞汽车存在直接和间接采购、一汽集团和江苏嘉和退出前五大客户的合理性。③结合订单获取方式、定价方式及“年降”比例、采购单价及成本变动、产品性能和技术指标、与竞争对手差异情况等，说明电机总成均价逐年下降，电子风扇均价整体呈上升趋势的原因及合理性。④结合发行人在手订单及预计收入可实现情况、议价能力、主要客户调价策略、2025 年第一季度利润同比下滑等，量化分析说明“年降”对公司经营业绩的影响，期后业绩下滑风险及应对措施，充分揭示相关风险。

（2）收入确认准确性。请发行人：①结合主要客户的合同条款、退换货和返利情况，寄售（上线领用或下线结算）与非寄售模式主要判断依据，收入确认的具体时点、依据、单据出具与领用时间间隔等，说明公司收入确认时点是否准确，内外部依据是否充分，是否存在突击销售、提前确认收入的情况，是否符合《企业会计准则》的规定。②说明各年第四季度和 12 月确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付、取得领用结算资料与其他季度和月份是否存在较大差异，是否存在销售周期明显偏短或偏长的情况，第四季度收入占比波动的原因，是否

符合行业特征。③说明通过银轮集团向终端客户销售的具体情况，包括销售数量、销售单价、毛利率、交易对手方等，终端客户采购、销售单价与市场价格是否存在较大差异，是否实质为贸易业务，会计处理方式及合规性。④比较同期市场价格或第三方采购价格，说明向客户关联采购的必要性和价格的公允性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。（2）说明对收入截止性测试的核查范围、比例、核查手段及核查结论，获取签收单、验收单等相关资料的具体方式及有效性，发行人收入是否存在虚增、跨期等情形。

### 【公司回复】

#### 一、业绩增长合理性及客户合作稳定性。

（一）按照终端汽车类型、寄售和非寄售模式列示报告期内电子风扇、电机总成的销量、销售价格、销售收入、单位成本、毛利率、配套车型、销售额占客户同类产品采购额的比重、是否为终端客户等情况，说明收入增长与终端汽车制造商采购需求、产销量是否相符，收入和净利润增长率逐期下降、2024年度利润增幅远高于收入的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异。

#### 1、收入增长与终端汽车制造商采购需求、产销量是否相符

##### （1）销售额占客户同类产品采购额的比重、是否为终端客户等情况

发行人主要客户分为整车厂客户及 Tier1 企业。发行人与整车厂客户的合作通过供货给客户集团内子公司的方式开展，因此公司仅能通过合作客户获得其自身单体向公司采购产品占其同类产品的采购比重信息；同时发行人通过给 Tier1 企业供货，与终端客户整车厂间接合作，无法直接从客户处获得销售额占整车厂客户同类产品采购额的比重信息。在不考虑生产损耗和售后维护等情况下，整车厂客户每生产一台汽车，通常配套一套电子风扇或电机总成产品，因此，通过公开获得的整车厂客户整车销量进行估算，可估算发行人销售额占客户同类产品采购额的比重。

报告期各期，发行人电子风扇和电机总成产品占相应主要整车厂客户同类产品的采购比例情况如下：

单位：万辆、万套

序号	终端客户	是否直接供货	直接客户	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
1	比亚迪	是	比亚迪集团子公司、爱斯达克、上海马勒、江苏嘉和、银轮集团	整车销量	460.24	427.20	302.44
				朗信电气销量	164.53	140.32	121.01
				占客户同类产品采购的比例	35.75%	32.85%	40.01%
2	吉利集团	是	吉利集团子公司、银轮集团	整车销量	411.63	333.70	279.00
				朗信电气销量	106.00	98.10	48.14

序号	终端客户	是否直接供货	直接客户	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
				占客户同类产品采购的比例	25.75%	29.40%	17.25%
3	一汽集团	是	一汽集团子公司、富奥翰昂	整车销量	330.20	319.93	336.69
				朗信电气销量	25.53	29.20	25.13
				占客户同类产品采购的比例	7.73%	9.13%	7.46%
4	长安汽车	是	长安集团子公司、银轮集团	整车销量	291.30	268.38	255.31
				朗信电气销量	78.38	53.37	30.30
				占客户同类产品采购的比例	26.91%	19.88%	11.87%
5	奇瑞汽车	是	奇瑞集团子公司、恒信集团	整车销量	280.63	260.40	187.84
				朗信电气销量	115.12	139.16	108.53
				占客户同类产品采购的比例	41.02%	53.44%	57.78%
6	北美新能源车企	否	银轮集团	整车销量	163.60	178.92	180.86
				朗信电气销量	112.97	98.16	109.79
				占客户同类产品采购的比例	69.05%	54.86%	60.70%
7	蔚来	否	银轮集团	整车销量	32.60	22.20	16.00
				朗信电气销量	11.10	18.16	13.87
				占客户同类产品采购的比例	34.05%	81.80%	86.69%

注 1：主要客户整车销量来自客户公开披露数据；通常情况下，平均一辆汽车使用一套朗信电气的电子风扇或电机总成产品。

注 2：上表中主要整车厂客户为报告期各期前五名客户或其对应的主要终端客户及各期前五名终端客户，销售收入占比合计达到当期电子风扇和电机总成销售收入总额的 80%以上。

注 3：上述销量为电子风扇和电机总成产品的销量。

由于新能源汽车对噪音、振动、续航、电磁兼容性等方面要求更高，而无刷电子风扇在能效、噪音、振动、电磁兼容等方面优势显著，因此在新能源汽车上得到了广泛应用。在上述背景下，由于公司的无刷电子风扇产品相较于竞争对手拥有技术、成本、快速响应等综合优势，2023-2024 年公司对吉利集团、一汽集团和长安汽车等向新能源领域转型较快的头部车企的供货份额逐步提高，对北美新能源车企、蔚来等新兴纯电品牌的供货份额保持在较高水平。

2025 年，奇瑞汽车年降幅度要求较高，公司综合考虑生产成本、供货份额、利润空间等因素后，在新项目竞标中调整了供货策略，使得供货份额有所下降；2025 年蔚来的销量增长主要来自乐道系列，发行人目前尚未向其乐道品牌供货，因此供货份额有所下降；相比 2023 年，2024 年和 2025 年发行人对比亚迪的供货份额有所下降主要是比亚迪向其子公司弗迪的采购份额增加所致。

## （2）发行人收入与主要终端汽车制造商的产销量变动情况相匹配

发行人收入与主要终端汽车制造商产销量的变动情况如下：

单位：万辆、万元

主要终端客户	项目	2025年		2024年		2023年
		数额	同比	数额	同比	数额
比亚迪	销量	460.24	7.73%	427.20	41.25%	302.44
	产量	453.74	5.73%	429.16	40.93%	304.52
	对应的收入	<b>30,786.64</b>	<b>1.38%</b>	<b>30,366.72</b>	<b>5.47%</b>	<b>28,793.04</b>
吉利集团	销量	411.63	23.35%	333.70	19.61%	279.00
	产量	368.42	37.72%	267.51	40.96%	189.79
	对应的收入	<b>19,566.64</b>	<b>-5.85%</b>	<b>20,783.17</b>	<b>98.50%</b>	<b>10,469.88</b>
一汽集团	销量	330.20	3.21%	319.93	-4.98%	336.69
	产量	330.40	3.56%	319.03	-5.65%	338.13
	对应的收入	<b>6,772.51</b>	<b>-19.68%</b>	<b>8,432.20</b>	<b>10.34%</b>	<b>7,641.75</b>
长安汽车	销量	291.30	8.54%	268.38	5.12%	255.31
	产量	273.74	4.26%	262.57	0.47%	261.34
	对应的收入	<b>12,626.44</b>	<b>56.25%</b>	<b>8,080.72</b>	<b>78.01%</b>	<b>4,539.45</b>
奇瑞汽车	销量	280.63	7.77%	260.40	38.63%	187.84
	产量	282.06	11.03%	254.04	37.95%	184.15
	对应的收入	<b>26,922.45</b>	<b>-3.55%</b>	<b>27,913.67</b>	<b>64.96%</b>	<b>16,921.50</b>
北美新能源车企	销量	163.60	-8.56%	178.92	-1.07%	180.86
	产量	165.47	-6.67%	177.30	-3.95%	184.60
	对应的收入	<b>11,661.93</b>	<b>23.96%</b>	<b>9,408.07</b>	<b>-11.18%</b>	<b>10,592.59</b>
蔚来	销量	32.60	46.85%	22.20	38.75%	16.00
	对应的收入	<b>2,779.08</b>	<b>-44.24%</b>	<b>4,984.37</b>	<b>23.33%</b>	<b>4,041.45</b>

注 1：数据来自中国汽车工业协会，吉利控股集团未披露其产量，上述为浙江吉利集团产量；蔚来汽车未披露其产量情况。

注 2：上述收入为电子风扇和电机总成产品的收入。

发行人开发无刷系列产品较早，产品具有效率高、噪声低、结构重量轻和静压力系数高等优点，形成了较强的产品和技术优势，抓住了国内主要车企向新能源汽车转型的契机，2023-2024 年发行人对吉利、一汽和长安等向新能源领域转型较快的头部车企的供货份额逐步提高。以吉利集团为例，2023 年至 2024 年，其新能源汽车销量从 64 万辆增加至 148.8 万辆，复合年均增长率超过 50%，发行人向其销售的电子风扇和电机总成产品占其同类产品的采购比例从 2023 年度的 17.25% 提升至 2024 年度的 29.40%。2024 年发行人对比亚迪的收入增长低于其产销量增长主要是：①比亚迪要求的供应商年降比例较高，收入增速小于产品

销量增速；②比亚迪向其子公司弗迪的采购份额有所增加。因此 2023-2024 年，发行人收入增速变动趋势与终端汽车制造商的产销量变动趋势基本匹配。

2025 年，发行人对吉利集团、一汽集团和奇瑞汽车的销售收入与其产销量变动相反，主要是上述客户对供应商的年降幅度要求较高，整车厂商根据供应商可以接受的年降比例确定其供货份额，公司综合考虑生产成本、供货份额、利润空间等因素后，在新项目竞标中调整了供货策略，供货份额有所下降，因此在上述客户产销量同比上升时，发行人对上述客户的销售收入同比有所下降。

2025 年，蔚来的销量增长主要来自乐道系列，发行人产品目前仅供货蔚来系列车型，因此在蔚来销量同比上升的同时，发行人对其供货份额和销售收入均有所下滑。

2025 年，北美新能源车企产销量有所下滑，而发行人对北美新能源车企的销售收入有所增长，主要是用于储能领域的产品销量增长所致。

**(3) 按照终端汽车类型列示的报告期内电子风扇、电机总成的销量、销售价格、销售收入、单位成本、毛利率及配套车型情况**

1) 2025 年度

单位：万套、元/套、万元

终端汽车类型	产品类型	销量	单价	销售收入	单位成本	毛利率	
新能源汽车	插电式	电子风扇	98.98	286.67	28,375.90	226.63	20.95%
		电机总成	0.54	64.91	35.01	66.69	-2.73%
	纯电	电子风扇	176.45	235.75	41,597.88	187.11	20.63%
		电机总成	137.97	87.28	12,041.88	76.81	12.00%
	增程	电子风扇	24.21	370.82	8,976.10	290.21	21.74%
小计		438.15	207.75	91,026.77	166.85	19.69%	
燃油车	电子风扇	222.33	166.36	36,986.58	135.75	18.40%	
	电机总成	0.11	61.08	6.99	54.47	10.82%	
小计		222.45	166.30	36,993.57	135.71	18.40%	
其他	电子风扇、电机总成	22.34	158.63	3,544.18	154.03	2.90%	
合计		682.93	192.65	131,564.53	156.29	18.87%	

## 2) 2024 年度

单位：万套、元/套、万元

终端汽车类型		产品类型	销量	单价	销售收入	单位成本	毛利率
新能源汽车	插电式混动	电子风扇	138.95	278.18	38,654.62	218.63	21.41%
		电机总成	0.68	67.89	45.85	69.84	-2.88%
	纯电	电子风扇	107.22	236.58	25,366.67	184.27	22.11%
		电机总成	127.53	89.75	11,445.53	76.35	14.92%
	增程	电子风扇	7.85	386.59	3,035.33	324.71	16.01%
小计			<b>382.24</b>	<b>205.50</b>	<b>78,547.99</b>	<b>163.44</b>	<b>20.47%</b>
燃油车	电子风扇	245.18	181.56	44,515.56	147.70	18.65%	
	电机总成	0.19	65.19	12.33	54.68	16.13%	
小计			<b>245.37</b>	<b>181.47</b>	<b>44,527.89</b>	<b>147.63</b>	<b>18.65%</b>
其他	电子风扇、电机总成		8.37	255.79	2,141.28	225.64	11.79%
合计			<b>635.97</b>	<b>196.89</b>	<b>125,217.16</b>	<b>158.15</b>	<b>19.67%</b>

## 3) 2023 年度

单位：万套、元/套、万元

终端汽车类型		产品类型	销量	单价	销售收入	单位成本	毛利率
新能源汽车	插电式混动	电子风扇	98.15	296.39	29,091.66	242.33	18.24%
		电机总成	1.80	88.74	159.73	84.39	4.90%
	纯电	电子风扇	47.03	278.70	13,108.34	216.33	22.38%
		电机总成	142.08	93.60	13,298.60	77.03	17.71%
	增程	电子风扇	0.62	482.01	300.53	493.38	-2.36%
小计			<b>289.69</b>	<b>193.17</b>	<b>55,958.86</b>	<b>156.59</b>	<b>18.93%</b>
燃油车	电子风扇	218.22	182.82	39,894.35	151.13	17.33%	
	电机总成	0.24	59.41	14.55	55.93	5.87%	
小计			<b>218.46</b>	<b>182.68</b>	<b>39,908.91</b>	<b>151.02</b>	<b>17.33%</b>
其他	电子风扇、电机总成		9.66	266.39	2,573.15	213.38	19.90%
合计			<b>517.81</b>	<b>190.11</b>	<b>98,440.91</b>	<b>155.30</b>	<b>18.31%</b>

报告期内，受下游汽车市场竞争加剧的影响，客户对发行人的年降要求逐年提高，因此用于同一终端汽车类型的电子风扇和电机总成产品的单价呈下降趋势；另一方面，由于发行人具有较强的生产成本管控能力，同时随着产量增加形成规模效应，发行人产品的单位成本有所下降，以及产品结构中毛利率较高的无刷产品占比提升，一定程度抵消了年降的影响，使得 2023-2024 年毛利率整体呈现上升趋势。

2025 年公司毛利率有所下降，主要是受下游新能源汽车市场竞争加剧影响，整车厂商对供应商年降幅度要求较高，整体销售价格有所降低。

**(4) 按照寄售和非寄售模式列示报告期内电子风扇、电机总成的销量、销售价格、销售收入、单位成本、毛利率及配套车型情况**

**1) 2025 年度**

单位：万套、元/套、万元

销售类型	产品类型	销量	销售单价	销售收入	单位成本	毛利率	主要配套车型
寄售	电子风扇	410.31	207.25	85,039.02	169.01	18.45%	***
	电机总成	44.62	85.94	3,834.58	79.71	7.25%	***
	<b>小计</b>	<b>454.94</b>	<b>195.35</b>	<b>88,873.60</b>	<b>160.25</b>	<b>17.97%</b>	-
非寄售	电子风扇	120.52	275.57	33,212.04	212.93	22.73%	***
	电机总成	107.48	88.19	9,478.89	75.99	13.84%	***
	<b>小计</b>	<b>228.00</b>	<b>187.24</b>	<b>42,690.93</b>	<b>148.38</b>	<b>20.76%</b>	-
<b>总计</b>		<b>682.93</b>	<b>192.65</b>	<b>131,564.53</b>	<b>156.29</b>	<b>18.87%</b>	-

**2) 2024 年度**

单位：万套、元/套、万元

销售类型	产品类型	销量	销售单价	销售收入	单位成本	毛利率	主要配套车型
寄售	电子风扇	321.85	207.74	66,861.64	166.99	19.62%	***
	电机总成	30.23	80.85	2,444.32	71.58	11.46%	***
	<b>小计</b>	<b>352.08</b>	<b>196.84</b>	<b>69,305.97</b>	<b>158.80</b>	<b>19.33%</b>	-
非寄售	电子风扇	184.60	253.24	46,748.90	200.20	20.94%	***
	电机总成	99.29	92.28	9,162.30	77.70	15.80%	***
	<b>小计</b>	<b>283.89</b>	<b>196.95</b>	<b>55,911.20</b>	<b>157.36</b>	<b>20.10%</b>	-
<b>总计</b>		<b>635.97</b>	<b>196.89</b>	<b>125,217.16</b>	<b>158.15</b>	<b>19.67%</b>	-

### 3) 2023 年度

单位：万套、元/套、万元

销售类型	产品类型	销量	销售单价	销售收入	单位成本	毛利率	主要配套车型
寄售	电子风扇	208.53	196.20	40,913.09	162.64	17.10%	***
	电机总成	34.36	87.02	2,990.00	76.32	12.29%	***
	小计	<b>242.89</b>	<b>180.75</b>	<b>43,903.09</b>	<b>150.43</b>	<b>16.78%</b>	-
非寄售	电子风扇	163.20	268.83	43,872.97	215.88	19.70%	***
	电机总成	111.72	95.46	10,664.86	77.40	18.92%	***
	小计	<b>274.92</b>	<b>198.37</b>	<b>54,537.83</b>	<b>159.61</b>	<b>19.54%</b>	-
总计		<b>517.81</b>	<b>190.11</b>	<b>98,440.91</b>	<b>155.30</b>	<b>18.31%</b>	-

报告期内，发行人非寄售模式下产品销售单价和毛利率均高于寄售模式，主要系产品结构差异导致，非寄售模式下销售的无刷电子风扇和电机总成产品占比更高，报告期内占比分别为 89.10%、91.95%和 93.74%，无刷系列产品因性能更优、技术含量更高，其单价和毛利率均高于有刷系列产品。

2、收入和净利润增长率逐期下降、2024 年度利润增幅远高于收入的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异

#### (1) 收入增长率下降的原因

2024 年度和 2025 年度，发行人营业收入增长率分别为 26.16%和 8.52%，分销量及销售均价情况如下：

单位：万元、万套、元/套

产品	项目	2025 年		2024 年		2023 年
		金额	同比	金额	同比	金额
电子风扇	销量	<b>530.83</b>	<b>4.81%</b>	506.46	36.24%	371.73
	销售均价	<b>222.76</b>	<b>-0.70%</b>	224.33	-1.65%	228.09
	销售收入	<b>118,251.06</b>	<b>4.08%</b>	<b>113,610.54</b>	<b>34.00%</b>	<b>84,786.05</b>
电机总成	销量	<b>152.10</b>	<b>17.43%</b>	129.52	-11.34%	146.08
	销售均价	<b>87.53</b>	<b>-2.32%</b>	89.61	-4.13%	93.47
	销售收入	<b>13,313.47</b>	<b>14.71%</b>	<b>11,606.62</b>	<b>-15.00%</b>	<b>13,654.86</b>
电子水泵	销量	<b>46.44</b>	<b>276.03%</b>	12.35	6.83%	11.56
	销售均价	<b>89.32</b>	<b>-40.69%</b>	150.59	-12.03%	171.19
	销售收入	<b>4,147.92</b>	<b>122.96%</b>	<b>1,860.36</b>	<b>-5.96%</b>	<b>1,978.32</b>
其他	销售收入	<b>5,432.94</b>	<b>82.15%</b>	2,982.63	11.48%	2,675.38
合计收入		<b>141,145.40</b>	<b>8.52%</b>	<b>130,060.15</b>	<b>26.16%</b>	<b>103,094.61</b>

2024 年度和 2025 年度，自主品牌燃油车销量增速分别为 0.27%和 -4.01% (盖世汽车)，新能源汽车销量同比增速分别为 35.50%和 28.17% (中国汽车工业协会)；

2025 年，下游整车市场销量增速放缓，发行人主要产品销量增速有所下降，同时叠加年降政策的影响，销售均价也持续下滑，因此收入增长率有所下降。

## (2) 净利润增长率下降的原因

2024 年度和 2025 年度，净利润的增长率分别为 43.25%和 13.10%，主要原因如下：

单位：万元

项目	2025 年		2024 年		2023 年
	金额	同比/变动	金额	同比/变动	金额
销售收入	141,145.40	8.52%	130,060.15	26.16%	103,094.61
毛利率	17.30%	-1.38%	18.68%	0.95%	17.73%
期间费用率	7.56%	-0.15%	7.71%	-0.95%	8.66%
净利率	9.33%	0.38%	8.95%	1.07%	7.88%
净利润	13,161.98	13.10%	11,637.64	43.25%	8,123.80

报告期内，发行人净利润增长率下滑主要是因为：随着下游整车市场竞争加剧，整车厂商对供应商年降幅度要求较高，因此发行人产品销售均价下降较多导致收入增速和毛利率均有所下降，从而使得净利润增速逐年下降。

## (3) 2024 年度利润增幅远高于收入的原因及合理性

报告期内，发行人营业收入及净利润相关主要数据及同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
营业收入	130,060.15	26.16%	103,094.61	54.25%	66,838.18
毛利率	18.68%	0.95%	17.73%	0.99%	16.74%
综合毛利	24,294.04	32.89%	18,280.99	63.38%	11,189.11
销售费用	809.56	22.89%	658.76	32.12%	498.62
管理费用	3,795.20	4.30%	3,638.89	105.15%	1,773.79
研发费用	4,139.42	16.67%	3,548.04	35.01%	2,627.89
财务费用	1,280.75	18.67%	1,079.25	39.81%	771.95
期间费用合计	10,024.92	12.32%	8,924.94	57.34%	5,672.26
期间费用率	7.71%	-0.95%	8.66%	0.17%	8.49%
净利润	11,637.64	43.25%	8,123.80	79.29%	4,531.10
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	10,898.19	38.37%	7,876.36	82.92%	4,305.82

2024年度发行人净利润增幅远高于收入增幅，主要原因是毛利率同比增长、期间费用率同比下降，拉动公司2024年度净利率同比增长。

**高毛利率的无刷系列产品销售占比进一步提升，拉动毛利率同比增长：**公司无刷电子风扇及电机总成销售占比由2023年的68.41%提高到2024年的75.52%，使得公司综合毛利率同比提高0.95个百分点，带动公司综合毛利从2023年度的18,280.99万元增长至2024年度的24,294.04万元，增幅达32.89%。

**期间费用率有所降低：**2024年度，由于公司收入增长幅度较大，期间费用虽然同比增长了12.32%，但期间费用率同比下降0.95个百分点。

#### (4) 与同行业可比公司不存在较大差异

发行人与同行业可比公司的收入与净利润的对比情况如下：

项目	可比公司	2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动	金额	变动	金额
营业收入 (万元)	恒帅股份	96,228.70	4.21%	92,337.20	24.99%	73,875.45
	飞龙股份	472,320.56	15.34%	409,487.27	25.69%	325,801.18
	旭升集团	440,875.13	-8.79%	483,386.53	8.54%	445,371.06
	文灿股份	624,717.31	22.46%	510,148.65	-2.45%	522,957.40
	天龙股份	136,653.87	3.72%	131,756.43	5.03%	125,446.35
	<b>朗信电气</b>	<b>130,060.15</b>	<b>26.16%</b>	<b>103,094.61</b>	<b>54.25%</b>	<b>66,838.18</b>
毛利率	恒帅股份	34.79%	-1.46%	36.25%	3.10%	33.15%
	飞龙股份	21.54%	0.65%	20.89%	3.04%	17.85%
	旭升集团	20.28%	-3.72%	24.00%	0.09%	23.91%
	文灿股份	12.66%	-2.31%	14.97%	-3.50%	18.47%
	天龙股份	22.32%	0.03%	22.29%	0.53%	21.76%
	<b>朗信电气</b>	<b>18.68%</b>	<b>0.95%</b>	<b>17.73%</b>	<b>0.99%</b>	<b>16.74%</b>
期间费用率	恒帅股份	9.74%	-1.33%	11.07%	-0.81%	11.88%
	飞龙股份	14.21%	-0.19%	14.40%	-1.07%	15.47%
	旭升集团	9.90%	3.05%	6.85%	0.68%	6.17%
	文灿股份	8.98%	-3.01%	11.99%	0.80%	11.19%
	天龙股份	12.25%	0.00%	12.25%	0.21%	12.04%
	<b>朗信电气</b>	<b>7.71%</b>	<b>-0.95%</b>	<b>8.66%</b>	<b>0.17%</b>	<b>8.49%</b>
净利润 (万元)	恒帅股份	21,370.85	5.75%	20,209.78	38.87%	14,553.07
	飞龙股份	32,715.10	35.67%	24,113.22	221.67%	7,496.19
	旭升集团	41,074.48	-42.28%	71,160.76	1.63%	70,018.34
	文灿股份	11,506.85	128.16%	5,043.27	-78.77%	23,757.79
	天龙股份	11,018.02	-1.18%	11,149.65	-9.23%	12,283.64
	<b>朗信电气</b>	<b>11,637.64</b>	<b>43.25%</b>	<b>8,123.80</b>	<b>79.29%</b>	<b>4,531.10</b>

### 1) 收入和净利润增长率逐期下降对比分析

报告期内，除文灿股份外，其他可比公司的收入和净利润增速均逐期下降，发行人收入和净利润变动趋势与同行业可比公司不存在较大差异。其中，文灿股份 2023 年度收入增速为负，净利润大幅下滑，主要是其因部分客户车型更新换代等原因导致新能源汽车产品销售不达预期，以及法国子公司产品交付延迟、产品爬坡等，导致毛利率下降较多；2024 年度收入和净利润回升主要是其新能源汽车产品和法国子公司销量回升、期间费用率下降较多所致。

### 2) 2024 年度净利润增速高于收入增速对比分析

2024 年度，飞龙股份和文灿股份的净利润增速远高于收入增速，主要是毛利率提升和期间费用率有所下降所致，与发行人 2024 年度净利润增速远高于收入增速的情况一致；恒帅股份和天龙股份净利润增速与收入增速基本一致；旭升集团净利润下降幅度远高于收入下降幅度主要是受到年降影响较大，毛利率下滑较多，其次旭升集团当期可转债利息费用增加及汇率波动导致汇兑损失增加使得财务费用增加较多。

综上，发行人收入和净利润增长率逐期下降、2024 年度利润增幅远高于收入具有合理性，与同行业可比公司不存在显著差异。

(二) 结合客户结构、应用领域、产品类型、定价机制、成本构成等，说明吉利集团销售收入提升、爱斯达克 2024 年销售收入下降、奇瑞汽车存在直接和间接采购、一汽集团和江苏嘉和退出前五大客户的合理性。

#### 1、公司对吉利集团销售收入提升的原因

单位：万辆、万元、万套

项目	类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		数量/金额	同比	数量/金额	同比	数量/金额
吉利集团	汽车总销量	411.63	23.35%	333.70	19.61%	279.00
	新能源汽车销量	229.31	54.11%	148.8	51.84%	98.00
公司对吉利集团的销量	电子风扇	95.76	18.37%	80.90	157.40%	31.43
	电子水泵	16.82	151.04%	6.70	1458.14%	0.43
	合计	112.59	28.51%	87.61	174.98%	31.86
公司对吉利集团的销售收入	电子风扇	17,851.45	-0.69%	17,975.98	132.82%	7,720.99
	电子水泵	1,594.38	56.54%	1,018.51	1218.63%	77.24
	其他	49.75	-59.22%	122.00	-21.29%	155.00
	合计	19,495.58	1.98%	19,116.49	140.36%	7,953.23

注：“其他”主要为模具开发收入，金额较小。

报告期内，发行人对吉利集团的销售收入增长较快，一方面是吉利集团销量增长较快，尤其是吉利旗下领克品牌的增程车型、极氪品牌的纯电车型以及 Smart 精灵系列纯电车型销量快速增长，上述车型发行人供货量较大；另一方面发行人开发无刷系列产品较早，形成了较强的产品和技术优势，同时依靠较高的自动化和平台化生产优势，能够快速响应吉利集团新能源车型快速开发和更新换代的需求，因此供货份额快速提升。

## **2、公司对爱斯达克 2024 年收入下降的合理性**

发行人既是比亚迪的一级供应商也是比亚迪的二级供应商，具体原因参见本小题回复之“3、奇瑞汽车存在直接和间接采购的合理性”，发行人与爱斯达克、江苏嘉和、上海马勒、银轮集团和豫新汽车热管理科技有限公司等一级供应商的价格及供货份额由比亚迪指定，对于同一类产品交易价格基本一致，其中公司向比亚迪直接销售的 108 系列风扇总成价格略高，主要系公司向其销售的产品主要运送至西安、深圳、长沙等工厂，运输距离较远所致。

发行人作为二级供应商通过爱斯达克、江苏嘉和、上海马勒、银轮集团和豫新汽车热管理科技有限公司向终端客户比亚迪销售产品；2024 年发行人向爱斯达克的销售收入下滑较多，主要终端客户比亚迪将爱斯达克供货份额切换为上海马勒和银轮集团，其中 145 系列风扇总成产品部分订单切换为银轮集团供货，108 系列风扇总成部分订单切换为上海马勒和银轮集团供货，另一部分则由发行人向比亚迪直接供货，因此发行人向爱斯达克的销售收入下滑较多。2024 年度，发行人直接和间接向比亚迪销售的收入金额为 30,496.77 万元，与 2023 年度相比略有增长。

## **3、奇瑞汽车存在直接和间接采购的合理性**

2025 年奇瑞汽车集团是中国第五大汽车集团，销量达 280.63 万辆，旗下有多个独立品牌，为满足多样化生产需求，奇瑞汽车集团设置了多个相对独立的事业部，不同事业部相对独立进行生产管理、绩效考核，其下属的生产工厂可能采用不同的生产组装流程。其中，直接向发行人采购电子风扇的工厂设置有零部件装配工序，采购后在其工厂内组装为前端冷却模块后装入整车，组装工序较多；通过指定 Tier1 企业向发行人间接采购电子风扇组装成前端冷却模块后，再向其直接采购模块装车的工厂，组装工序相对简化，但该种模式下，整车厂无法实现对部分核心零部件的全流程质量控制。直接采购零部件组装和向模块供应商直接采购模块具有各自的优势和劣势，整车厂不同事业部之间基于其自身管理团队规模、固定资产规模、技术路径等因素考虑，同一客户集团可能存在选择不同的生产组装流程的情况。

奇瑞汽车通过恒信集团向发行人间接采购的电子风扇仅用于生产星途瑶光（插电式混动）和瑞虎9（燃油）两款车型，其中用于瑶光的电子风扇是1,000W的高功率风扇，售价较高；而直接向发行人采购的电子风扇主要用于燃油车型，主要是有刷电子风扇，售价相对较低。

除了奇瑞汽车外，国内其他主机厂客户也存在类似的情况，如比亚迪存在直接向公司采购产品，但同时也存在通过爱斯达克、上海马勒和江苏嘉和等模块供应商向公司间接采购的情况；发行人同行业公司也存在客户同时向其直接和间接采购的情况，具体如下：

公司名称	采购情况
通宝光电	上汽通用五菱对通宝光电的车灯模组件采取直接采购和间接采购并行的采购模式，其本质是对成本管控、质量控制与管理成本间的权衡。上汽通用五菱依据具体车型的市场定位与产销规模、车灯品类的复杂程度和价格差异等因素，决定是否直接向模组供应商进行采购。
骏创科技	公司是T公司的一级供应商或被T公司指定的二级供应商，公司作为二级供应商的角色时，和硕联合和广达集团即为T公司指定向发行人实施采购的一级供应商。

注：来自公开披露资料

由上表可知，在汽车行业，整车厂向部分零部件供应商同时存在直接和间接采购产品的情况较为普遍。

综上所述，发行人客户奇瑞汽车存在直接和间接采购，主要系奇瑞汽车集团内部基于不同车型选择的供应链策略，具有合理性。

#### 4、一汽集团和江苏嘉和退出前五大客户的合理性

报告期内，公司前五大客户的收入及其变动情况如下：

##### 1) 2025 年度

序号	客户名称	终端客户	2025 年度		
			收入	同比	占比
1	银轮集团	北美新能源车企、长安、蔚来、广汽、吉利等	38,006.44	9.22%	26.93%
2	奇瑞汽车	-	19,598.98	9.87%	13.89%
3	吉利集团	-	19,495.58	1.98%	13.81%
4	比亚迪	-	13,479.79	172.16%	9.55%
5	江苏嘉和	比亚迪	6,649.52	21.00%	4.71%
6	一汽集团	-	6,201.24	-14.74%	4.39%
合计			103,431.55	15.60%	73.28%
总收入			141,145.40	8.52%	100.00%

## 2) 2024 年度

单位：万元

序号	客户名称	终端客户	2024 年度		
			收入	同比	占比
1	银轮集团	北美新能源车企、长安、蔚来、广汽、吉利等	34,799.34	11.73%	26.76%
2	吉利集团	-	19,116.49	140.36%	14.70%
3	奇瑞汽车	-	17,837.87	31.37%	13.72%
4	恒信集团	奇瑞	8,642.87	2110.96%	6.65%
5	爱斯达克	比亚迪	8,600.37	-56.87%	6.61%
6	一汽集团	-	<b>7,273.13</b>	<b>11.73%</b>	<b>5.59%</b>
7	江苏嘉和	比亚迪	<b>5,362.06</b>	<b>-1.06%</b>	<b>4.12%</b>
		哪吒	<b>133.61</b>	<b>-91.51%</b>	<b>0.10%</b>
		小计	<b>5,495.68</b>	<b>-21.42%</b>	<b>4.23%</b>
8	比亚迪	-	4,952.81	31.03%	3.81%
合计			<b>106,718.55</b>	<b>18.19%</b>	<b>82.06%</b>
总收入			<b>130,060.15</b>	<b>26.16%</b>	<b>100.00%</b>

## 3) 2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	终端客户	2023 年度		
			收入	同比	占比
1	银轮集团	北美新能源车企、长安、蔚来、广汽、吉利等	31,144.93	39.70%	30.21%
2	爱斯达克	比亚迪	19,941.95	14.64%	19.34%
3	奇瑞汽车	-	13,578.70	15.36%	13.17%
4	吉利集团	-	7,953.23	414.81%	7.71%
5	江苏嘉和	比亚迪	<b>5,419.49</b>	<b>284.29%</b>	<b>5.26%</b>
		哪吒	<b>1,574.54</b>	<b>235.23%</b>	<b>1.53%</b>
		小计	<b>6,994.03</b>	<b>272.03%</b>	<b>6.78%</b>
6	一汽集团	-	<b>6,509.34</b>	<b>196.93%</b>	<b>6.31%</b>
7	比亚迪	-	3,779.84	367.91%	3.67%
8	恒信集团	奇瑞	390.91	-	0.38%
合计			<b>90,292.93</b>	<b>55.99%</b>	<b>87.58%</b>
总收入			<b>103,094.61</b>	<b>54.25%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，发行人各期发生变动的前五大客户或其对应的主要终端客户销量变动情况如下：

单位：万辆

整车厂名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	销量	同比	销量	同比	销量
比亚迪	460.24	7.97%	426.26	40.94%	302.44
吉利集团	411.63	23.35%	333.7	19.61%	279.00
奇瑞汽车	280.63	7.80%	260.32	38.59%	187.84
一汽集团	330.20	3.21%	319.93	-4.98%	336.69
哪吒汽车	未披露		6.45	-49.40%	12.75

### （1）一汽集团 2023 年、2024 年和 2025 年退出前五大的原因

2022 年度，一汽集团为发行人第四大客户，销售收入占比为 3.28%，主要是当期公司销售总收入较少，且前三大客户占比达到 76.99%，因此对一汽集团的销售收入占比相对较高；2023 年、2024 年和 2025 年，由于发行人终端客户吉利集团和比亚迪的整车销量增速较快，尤其是新能源汽车销量的快速增长，发行人对吉利集团和江苏嘉和（终端客户为比亚迪）的销售增速也快速增加，而一汽集团整车销量增速相对较低，发行人对一汽集团的销售增长主要来自报告期内新车型红旗 H5、HQ9 等燃油车销售增长带来的份额提升，因此发行人对一汽集团的销售增速低于吉利集团和江苏嘉和，一汽集团退出了发行人当期前五大客户，为发行人当期第六大客户。

### （2）江苏嘉和 2024 年退出前五大的原因

2024 年度，由于哪吒汽车销量大幅下滑，发行人通过江苏嘉和向哪吒汽车供货的金额较 2023 年度下降了 91.51%，导致江苏嘉和退出发行人当期前五大客户，为发行人当期第七大客户；2025 年，江苏嘉和为发行人第五大客户，主要是：1）比亚迪出于模块供应商供货份额调整的考虑，减少了通过爱斯达克向发行人的间接采购额，爱斯达克退出了发行人前五大客户；2）奇瑞减少了通过恒信集团向发行人的间接采购额，恒信集团退出了发行人前五大客户。

（三）结合订单获取方式、定价方式及“年降”比例、采购单价及成本变动、产品性能和技术指标、与竞争对手差异情况等，说明电机总成均价逐年下降，电子风扇均价整体呈上升趋势的原因及合理性。

## 1、订单获取方式、定价方式与年降比例

### （1）订单获取方式

发行人主要通过招投标、竞争性谈判和现有客户介绍获取订单；发行人同时作为整车厂商的一级供应商和二级供应商，向部分一级供应商供货的订单是通过整车厂商指定获取的。

### (2) 定价方式

发行人结合产品的材料、生产、管理和包装运输等成本，加上合理的利润空间向客户提交报价，参与客户的供应商竞价，客户通过供应商比选确定成交价格和供货份额。

### (3) 年降比例

根据汽车行业惯例，发行人向客户供货的产品价格存在年降的情况。年降政策一般指一款车型的配套零部件在其产品生命周期内，汽车整车厂会根据整车定价情况、零部件生产工艺逐步成熟等要求零部件供应商逐年适当下调供货价格的情形。发行人的大部分汽车整车厂客户一般会每年或不定期与发行人对既有产品的销售价格进行谈判，要求适当下调供货价格，具体降价幅度会综合考虑采购量和供应商的供货份额、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，协商确定具体降价幅度。

报告期内，发行人年降金额分别为 3,773.07 万元、6,826.99 万元和 8,557.63 万元，年降比例分别为 3.61%、5.09%和 5.84%，具体情况参见本题“（四）结合发行人在手订单及预计收入可实现情况、议价能力、主要客户调价策略、2025 年第一季度利润同比下滑等，量化分析说明“年降”对公司经营业绩的影响，期后业绩下滑风险及应对措施，充分揭示相关风险”相关内容。

## 2、发行人电子风扇主要原材料的采购均价及生产成本变动

### (1) 电子风扇主要原材料的采购均价变动

报告期内，电子风扇主要原材料采购均价变动情况如下：

原材料	2025 年		2024 年		2023 年
	金额	变动	金额	变动	金额
PCBA（元/个）	63.21	-11.05%	71.06	-8.83%	77.94
塑料粒子（元/KG）	11.42	-6.70%	12.24	-9.87%	13.58
漆包线（元/KG）	75.55	4.87%	72.04	9.40%	65.85
板材（元/KG）	5.54	-8.58%	6.06	-2.10%	6.19
线束（元/个）	12.28	-2.46%	12.59	-8.10%	13.70
散热盖（元/个）	9.04	6.48%	8.49	-0.12%	8.50
电子元器件（元/个）	1.24	-6.06%	1.32	10.92%	1.19

电子风扇的主要原材料包括 PCBA、塑料粒子、漆包线、板材、线束、散热盖、电子元器件等，主要原材料采购价格变动的分析如下：1) PCBA：2023 年，

公司采购 PCBA 的均价较高，主要是因为受全球性“缺芯”高峰的影响，车规级芯片持续结构性短缺，推高了 PCBA 的采购价格；2024 年以来，随着晶圆厂的扩产释放以及国产替代进程的加速，“缺芯”的情况有所缓解，公司采购 PCBA 的均价也有所回落。2) 塑料粒子：报告期内，公司采购塑料粒子的平均价格逐年下降，主要是公司采购的塑料粒子的主要原材料 PP、PA66 等的市场价格 2023 年以来持续下跌所致。3) 漆包线：公司采购漆包线的均价逐年上升，主要系铜材的市场价格逐年上升，2024 年 LME 铜年均现货结算价同比上升 7.89%，2025 年同比上升 8.73%。4) 板材：公司采购的板材主要为硅钢片、镀铝镁锌板，主要原材料为钢材，2023 年至 2025 年，钢材的市场价格逐年降低，公司板材的采购价格也呈下降趋势，与市场价格变动趋势一致。5) 线束、散热盖：2023 年至 2025 年，公司采购的各个具体型号的线束、散热盖单价整体呈下降趋势，公司采购线束、散热盖的均价存在一定波动主要系不同型号的线束、散热盖采购结构占比有所变化所致。6) 电子元器件：报告期内，公司采购的电子元器件主要为均价 1 元左右的电容、电感以及均价 5 元左右的电阻，2024 年以来电子元器件的采购均价有所上升主要系电阻的采购占比提高所致。

## (2) 电子风扇的单位生产成本变动

报告期内，电子风扇单位生产成本变动情况如下：

单位：元/套

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
单位总成本	178.99	-0.06%	179.10	-3.72%	186.02
其中：单位材料	147.62	-2.48%	151.38	-6.84%	162.50
单位人工	9.48	-2.77%	9.75	10.03%	8.86
单位制费	21.88	21.76%	17.97	22.58%	14.66

2024 年度和 2025 年度，由于 PCBA、塑料粒子、线束和板材件等原材料采购价格有所下降，电子风扇单位材料成本下降较多，因此单位总成本下降了 3.72%；2025 年度公司劳务外包支出较多，单位制费上升了 21.76%，而材料成本持续下降，因此单位总成本与 2024 年度基本一致。

## 3、电机总成均价逐年下降，电子风扇均价整体呈上升趋势的原因及合理性

公司电子风扇、电机总成产品按有刷、无刷分类的销售均价及收入占比变动情况如下：

单位：元/套

产品类型	产品分类	2025 年		2024 年		2023 年	
		收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比	单价
电子风扇	无刷	80.93%	270.82	78.40%	275.48	70.65%	299.19
	有刷	19.07%	127.08	21.60%	133.99	29.35%	145.09
	合计	100.00%	222.76	100.00%	224.33	100.00%	228.09
电机总成	无刷	71.16%	88.22	78.84%	92.34	77.82%	95.64
	有刷	28.84%	85.89	21.16%	80.72	22.18%	86.59
	合计	100.00%	87.53	100.00%	89.61	100.00%	93.47

### (1) 电子风扇均价整体呈上升趋势的原因及合理性

由上表可见，发行人电子风扇按无刷、有刷分类列示销售均价后，报告期内无刷电子风扇、有刷电子风扇的销售均价都呈现逐年下降的态势，各年度下降幅度与公司收到来自客户的“年降”要求比例大致匹配。

2024 年电子风扇总口径销售均价有所下降，一方面受年降政策影响，无刷和有刷电子风扇销售均价下降较多，另一方面无刷电子风扇收入占比增速有所放缓。

2025 年，受年降政策的影响，无刷和有刷电子风扇销售均价都有所下降，因此总口径电子风扇销售均价较 2024 年度有所下降。

### (2) 电机总成均价逐年下降的原因及合理性

2023-2025 年，电机总成的无刷及有刷系列均价都逐年下降。发行人产品主要以电子风扇形式对外销售，由于终端客户的需要，存在部分产品以电机总成形式对外销售的情形。电机总成对外销售规模相较于电子风扇较低，且对应客户相对集中，其中无刷系列电机总成供应的终端客户为北美新能源车企，有刷系列电机总成供应的终端客户为比亚迪，上述期间受客户年降影响，无刷及有刷电机产品均价均有所下滑，因此电机总成总口径销售均价逐年下降。

## 4、产品性能和技术指标、与竞争对手差异情况

通过对同行业竞争对手资料的整理和分析，仅有江苏超力和南京胜捷在其官方网站公示了其与公司同类产品的性能和技术指标，但由于产品型号不完全一致，无法进行有效对比，且公司报告期内电子风扇销售均价呈上升趋势的主要原因并非因公司产品性能和技术指标与竞争对手存在差异所致，因此本处未再具体列示相关对比。

(四) 结合发行人在手订单及预计收入可实现情况、议价能力、主要客户调价策略、2025 年第一季度利润同比下滑等，量化分析说明“年降”对公司经营业绩的影响，期后业绩下滑风险及应对措施，充分揭示相关风险。

**1、结合发行人在手订单及预计收入可实现情况、议价能力、主要客户调价策略、2025 年第一季度利润同比下滑等，量化分析说明“年降”对公司经营业绩的影响**

**(1) 在手订单情况**

根据汽车行业惯例，汽车整车厂商一般会根据其车型的生命周期和需求预测，向供应商提供未来的需求计划，但相关需求计划对供需双方不具有强制约束力，存在因整车厂商自身经营状况波动或对应终端车型销售不达预期而有所波动的情形。在项目进入量产阶段后，公司在日常生产过程中主要依据客户的月度或定期需求信息以及历史实际装车数据制定生产计划，上述预测所统计的订单预测数据对发行人保证短期内生产备货稳定性具有重要意义。公司报告期内主要客户截至 2025 年末未来 6 个月客户需求预计情况如下：

单位：万元

客户名称	截至 2025 年末 未来 6 个月客户需求预计情况
银轮股份	27,343.26
吉利集团	8,441.95
奇瑞汽车	6,668.06
东风汽车	6,659.77
比亚迪	6,344.89
一汽集团	4,020.92
理想汽车	3,661.98
江苏嘉和	2,442.81
恒信集团	1,947.90
上海马勒	1,715.06
其他	8,608.69
合计	77,855.28

注：2025 年末客户需求预计情况系根据客户未来 6 个月的需求计划，并结合终端车型销量及历史交付数据进行预计，预计 2026 年上半年下游客户需求量，不构成业绩预测或业绩承诺。

**(2) 议价能力及主要客户调价策略**

公司产品采用成本加成的定价策略，通过综合分析产品生产成本、包装物流成本、技术难度、试验费用、客户在行业中的地位及合理利润水平等因素后，向客户提出报价，经过与其他供应商竞价、与客户协商等过程后，最终确定产品价格。

公司与主要客户的框架采购合同中未约定产品供货价格的具体年降条款，主要对议价安排进行原则性约定。在产品量产后，根据公司与客户的框架协议或行

业惯例，对于同一种产品，公司与客户就产品单价一般存在年降安排，实际执行中，是否执行年降、涉及的具体产品型号、价格调整的幅度等与该产品需求量、原材料价格波动、生产工艺等因素有关，一般由发行人与客户协商后，通过每年或不定期的价格协议进行明确。

公司将通过持续的研发投入，通过技术创新、工艺升级、结构优化等方式不断推出竞争力强、附加值高的新产品，抵消成熟产品价格下降压力；此外，公司也具备通过优化产品生产工艺、提升产品生产效率、优化生产管理实现降本增效的能力。

公司的毛利率实质反映的是公司的成本控制能力以及与下游客户之间的谈判议价能力，截至本回复签署日，发行人所处行业领域的竞争格局并未发生重大变化，公司与下游客户之间的谈判议价能力并未发生实质性改变。而市场环境的变化，使得整个汽车产业链需要共同面临成本控制的压力，该压力通过产品定价的方式进行传导，优先由短期内可替代性强、技术含量较低的产品和服务承压，报告期内，公司主营业务毛利率分别为 17.68%、18.46%和 17.20%，反映了公司良好的成本控制能力以及与下游客户之间的谈判议价能力。

### (3) 2025 年一季度利润下滑情况分析

2025 年一季度，公司及可比公司经营业绩情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-3 月		2024 年 1-3 月
	金额	同比	金额
<b>营业收入</b>			
恒帅股份	20,283.21	-16.04%	24,158.93
飞龙股份	110,960.72	-10.55%	124,041.00
旭升集团	104,646.99	-8.12%	113,894.98
文灿股份	127,032.70	-14.17%	147,996.86
天龙股份	30,343.42	-8.56%	33,183.09
<b>平均值</b>	<b>78,653.41</b>	<b>-11.49%</b>	<b>88,654.97</b>
<b>朗信电气</b>	<b>28,560.63</b>	<b>11.32%</b>	<b>25,655.26</b>
<b>净利润</b>			
恒帅股份	4,180.08	-35.48%	6,478.89
飞龙股份	12,095.82	3.41%	11,697.20
旭升集团	9,566.55	-39.02%	15,686.93
文灿股份	386.03	-93.78%	6,206.25
天龙股份	2,557.96	-22.35%	3,294.10

公司名称	2025年1-3月		2024年1-3月
	金额	同比	金额
平均值	5,757.29	-37.44%	8,672.67
朗信电气	1,258.60	-2.99%	1,297.39

2025年以来，下游整车厂竞争进一步加剧，整车厂对供应链的降价要求提高，汽车零部件价格年降幅度有所增加，导致同行业可比公司2025年一季度净利润普遍有所下滑，公司2025年一季度净利润变动与同行业可比公司变动趋势一致。

#### (4) 量化分析说明“年降”对公司经营业绩的影响

##### 1) “年降”对公司经营业绩的影响

报告期内，“年降”政策对公司经营业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	2023年度
主营业务收入①	138,041.80	127,203.07	100,839.64
年降金额②	8,557.63	6,826.99	3,773.07
若不发生降价情形的主营业务收入③=①+②	146,599.44	134,030.06	104,612.71
年降比例④=②/③	5.84%	5.09%	3.61%
降价金额占主营业务收入的比例⑤=②/①	6.20%	5.37%	3.74%
主营业务毛利率	17.20%	18.46%	17.68%
净利润率	9.33%	8.95%	7.88%

注：年降金额=（年降产品上年度平均单价-年降产品本年平均单价）\*年降产品本年度销售数量。

汽车行业价格竞争日趋激烈，在各大车企以价换量的大背景下，2023年度至2025年度，公司年降金额及比例均有一定程度的上涨。

汽车零部件行业历史上普遍存在年降惯例。但近几年来国内乘用车市场竞争日益激烈，整车厂商普遍采取以价换量的市场营销策略来抢占份额。在此背景下，整车厂商必须不断采取降本增效的措施，向上游供应商传导压力，以维持其利润空间；零部件企业作为供应链的组成部分，需要承担一定的成本压力，以协同实现这一目标。这种价格传导机制通常来讲有助于促使零部件企业提升生产效率、优化生产工艺，同时也在一定程度上提高了汽车零部件企业的行业进入壁垒；但另一方面，如果年降幅度过大，也会对上游企业的短期盈利能力造成一定压力。

公司一直积极应对来自下游客户传导的降本压力，在有效控制成本的基础上向客户提供性能优异的产品，以确保公司具有稳定的盈利能力及可持续发展。报告期内，公司实现了营业收入、净利润及市场份额的持续增长，2023年度至2025

年度毛利率总体保持相对稳定；公司的经营业绩表现及市场占有率测算情况如下：

单位：万台、万辆

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
<b>经营业务</b>			
营业收入	141,145.40	130,060.15	103,094.61
净利润	13,161.98	11,637.64	8,123.80
综合毛利率	17.30%	18.68%	17.73%
<b>市场份额</b>			
朗信电气电子风扇及电机总成销量	682.93	635.97	517.81
中国乘用车产量	3,023.17	2,745.69	2,608.62
电子风扇市场容量	3,023.17	2,745.69	2,608.62
<b>朗信电气市场占有率</b>	<b>22.59%</b>	<b>23.16%</b>	<b>19.85%</b>

注：中国乘用车产量数据来源为中国汽车工业协会。

## 2) 主要客户年降情况分析

由于不同客户之间产品具体型号、采购量等存在较大差异，公司主要客户年降金额/主营业务收入的比例差异较大。总体来看，从终端客户维度，公司向比亚迪的销量较高（除直接向比亚迪销售外，还通过爱斯达克、江苏嘉和、上海马勒和银轮集团间接销售，具体参见本题“（一）/1/（1）销售额占客户同类产品采购额的比重、是否为终端客户等情况”相关回复），故其年降比例相对较高，2025 年度公司直接向比亚迪销售的产品年降比例较低，主要系当期销售的主要产品量产时间较短或前期仅少量销售，受年降影响较小。

2023 年度和 2025 年度，公司对银轮集团的年降比例处于主要客户年降比例区间内。

## 2、期后业绩下滑风险及应对措施，充分揭示相关风险

### （1）2025 年度业绩情况

2025 年度，公司业绩情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	同比变动
营业收入	141,145.40	130,060.15	8.52%
年降金额	8,557.63	6,826.99	25.35%
年降金额/营业收入比例	6.06%	5.25%	0.81%

项目	2025 年度	2024 年度	同比变动
主营业务毛利率	17.20%	18.46%	-1.26%
净利润	13,161.98	11,637.64	13.10%
扣非净利润	12,491.23	10,898.19	14.62%

2025 年度，中国汽车行业延续良好态势，多项经济指标同比均实现两位数增长。据中汽协数据，2025 年度中国汽车产销量分别为 3,453.1 万辆和 3,440 万辆，同比分别增长 10.4%和 9.4%，汽车产销连续三年保持 3,000 万辆以上规模；新能源汽车产销量分别为 1,662.6 万辆和 1,649 万辆，同比增长 29%和 28.2%，占中国汽车总销量的 47.9%，新能源汽车延续快速增长态势，持续拉动产业转型升级。

在此行业背景下，2025 年度，公司实现营业收入 141,145.40 万元，同比增长 8.52%，归属于母公司所有者净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润分别为 13,161.98 万元和 12,491.23 万元，同比增长分别为 13.10%和 14.62%，营业收入和净利润未受“年降”影响出现下滑情形。

## （2）公司期后业绩下滑风险分析说明

### 1) 公司期后业绩下滑可能性分析

公司与主要客户合作时间较长，与主要客户建立了较为稳固的合作关系；与整车厂其他供应商相比，发行人在产品质量、客户响应速度、成本控制能力、技术研发能力等方面具有一定的竞争优势；且汽车零部件供应商认证周期较长，客户合作具有黏性。截至 2025 年末，公司根据定点项目预计的未来 6 个月客户需求约 7.79 亿元，下游客户需求规模持续增加，发行人未来业绩具有可持续性，下滑风险较小。

### 2) 2025 年度汽车行业销量情况及 2026 年销售预计仍将保持增长态势

根据中国汽车工业协会发布最新数据，2025 年度中国汽车累计销量为 3,440 万辆，同比增长 9.4%；其中新能源汽车销量继续保持快速增长，期间销量为 1,649 万辆，同比增长 28.2%。根据中国汽车工业协会预测 2026 年中国汽车总销量将达 3,475 万辆左右，同比增长 1%，其中新能源汽车销量将达 1,900 万辆左右，同比增长 15.2%，仍将保持高速增长态势。

### 3) 公司在手订单及主要配套终端车企销售分析

截至 2025 年末，公司根据定点项目预计的未来 6 个月客户需求约 7.79 亿元，其中新项目/新产品金额为 2.20 亿元，占比 28.27%；其中无刷系列产品占比 87.43%，超过报告期各期占比。公司电子风扇产品配套的主要终端车企在 2025 年度销售增长情况整体好于行业水平。公司未来收入增长具有较好的客户及订单基础。

截至 2025 年末，公司在手订单按照无刷、有刷以及是否存在客户要求降价进一步分类情况如下：

单位：万元

项目	无刷系列[注 2]	有刷系列	其他	合计
未来 6 个月客户需求计划	68,071.10	9,201.93	582.25	77,855.28
其中：新项目/新产品[注 1]	18,622.37	3,385.53	-	22,007.90

注 1：新项目/新产品指 2025 年以后的新增定点项目，由于新增定点至量产通常需要 6 个月到 1 年的时间，新量产项目受年降影响较小；

注 2：无刷系列包括电子水泵和鼓风机产品。

公司主要终端客户在 2025 年度销售情况良好，具体如下：

单位：万辆

终端客户名称	2025 年度	2024 年度	同比变动
比亚迪	460.24	427.20	7.73%
吉利集团	411.63	333.70	23.35%
一汽集团	330.20	319.93	3.21%
长安汽车	291.30	268.38	8.54%
奇瑞汽车	280.63	260.40	7.77%
北美新能源车企	163.60	178.92	-8.56%
蔚来	32.60	22.20	46.85%

数据来源：Wind，中国汽车工业协会

#### 4) 2025 年汽车行业“年降”及趋势分析

2025 年以来，汽车行业纷纷提出“反内卷”号召。5 月 31 日中国汽车工业协会发布《关于维护公平竞争秩序、促进行业健康发展的倡议》；6 月 5 日商务部表示将配合相关部门加强整治与引导；6 月 1 日，国务院《保障中小企业款项支付条例》施行，各大汽车主机厂纷纷宣布将供应商支付账期统一至 60 天内。一系列政策组合拳释放出清晰信号，标志着国内汽车行业正加速向高质量发展转型，产业链整体盈利能力有望在政策护航下实现稳步修复。

综合来看，2025 年汽车行业超常规“年降”要求已对产业链生态造成较多负面影响，随着政策调控与行业自律的逐步强化，行业预计将逐步“纠偏”。尽管 2025 年全年汽车零部件企业的经营与盈利仍将面临较大压力，但从行业发展规律与政策导向推断，2025 年的超常规“年降”不具备可持续性。预计随着各项规范措施落地见效，以及汽车零部件企业加大技术降本、效率提升等方式改善经营，汽车产业链有望逐步回归健康、可持续的发展轨道，汽车产业链的经营及盈利能力也将恢复至合理正常水平。

### **5) 公司 2025 年已采取针对性措施应对 2025 年的超常规年降**

针对 2025 年下游整车厂客户的超常规降价要求，公司已采取相应措施最大程度降低对公司短期盈利能力影响，主要措施参见“问题 2/四/（三）3、公司应对‘年降’的相关措施”和“4、‘年降’对公司业绩的影响”相关内容。

### **6) 公司未来几年的经营业绩展望**

#### **①公司仍面临较好的行业发展机遇，下游行业需求预计稳定增长**

A、汽车行业稳定增长，新能源渗透率将继续提升：中国乘用车市场广阔且充满活力，根据沙利文预计，到 2030 年，中国乘用车销量将达 2480 万辆（不含出口），2025 年至 2030 年复合年均增长率为 1.4%；随着辅助驾驶、混动系统、电池技术的不断进步以及国内政策的大力支持，新能源汽车市场份额呈快速提升趋势，根据沙利文预计，到 2030 年将提升至 77.0%；2024 年，中国自主品牌乘用车出口量达 414 万辆，2019 年至 2024 年复合年均增长率 53.3%，根据沙利文预计，到 2030 年中国自主品牌乘用车出口量将达到 696 万辆，2025 年至 2030 年复合年均增长率 8.5%。

B、商用车、储能、数据中心等其他领域：公司将适度加快对新技术、新产品、新市场的开发与拓展，持续围绕轻量化、高可靠深挖价值，通过为客户提供差异化产品避免同质化价格竞争，积极拓展商用车、储能、数据中心、机器人及海外等新市场，其中储能液冷、数据中心液冷和机器人无框力矩电机等均为新兴市场，市场潜力巨大且快速增长。

#### **②积极拓展海外市场，协同主机厂出海**

根据罗兰贝格统计，中国主机厂当前已在全球 4 大洲建设超百座工厂。随着主机厂海外经营阶段的深化，零部件企业需进一步深入海外本地化运营以支撑主机厂构建本地化制造能力。国内主机厂的国际化经营正从最初的简单出口贸易向全球经营演化，开始进行资源整合，实现设计、研发、生产、采购和销售等职能全球一体化运营。在此背景下，为满足主机厂海外产能配套，零部件企业协同主机厂出海成为一种趋势，公司已于 2025 年 9 月设立境外子公司新加坡诺达和新加坡开科特为境外属地化经营做好准备。

#### **③公司将进一步巩固电子风扇产品的优势地位，稳步拓展新行业、新产品**

一方面，近几年来，混动、增程车型逐渐成为中国市场的主流选择，因混动、增程车型同时具备发动机和电池、电机、电控两套动力系统，热负荷更高，从而带动了高功率电子风扇市场的发展；另一方面，在新能源汽车超级快充过程中会散发出更多热量，高功率电子风扇能够有效应对这一情况，保障充电过程的安全和效率，同时保持空调稳定运行，使车内温度处于合适区间。公司把握前述技术发展趋势，进行产品迭代，陆续推出了 111 系列、123 系列、145 系列、145L 系

列和 151 系列等新产品，持续巩固公司电子风扇产品的优势地位。同时适度加快对新技术、新产品、新市场的开发与拓展，持续围绕轻量化、高可靠深挖价值，通过为客户提供差异化产品避免同质化价格竞争，积极拓展商用车、储能、数据中心及机器人等新市场。

#### **④电子水泵、空调鼓风机等新产品的进一步拓展**

公司目前已成为国内头部电子风扇及热管理驱动电机产品解决方案供应商，产品已成功配套比亚迪、奇瑞、北美新能源车企、一汽、吉利、沃尔沃、日产等国内外知名汽车品牌，2025 年度公司电子风扇在国内乘用车领域的份额已达 22.59%，市场地位显著。公司依托新能源汽车行业的头部整车厂客户资源，已实现了电子水泵、空调鼓风机业务从 0 到 1 的突破，随着新能源汽车市场的稳步增长，以及公司该两款产品逐步得到整车厂客户的认可，2025 年度，公司该两款产品实现收入 4,356.48 万元，较 2024 年度显著增长，预计未来产品的供货规模将逐步扩大，公司电子水泵、鼓风机业务具有可观的发展空间。

#### **⑤汽车行业 2025 年以来的超常规年降预计较难持续，产业链公司盈利能力有望恢复至合理水平**

如前所述，2025 年以来汽车行业超常规“年降”要求已对产业链生态造成较多负面影响，随着政策调控与行业自律的逐步强化，行业预计将逐步“纠偏”。尽管 2025 年全年汽车零部件企业的经营与盈利仍将面临较大压力，但从行业发展规律与政策导向推断，2025 年的超常规“年降”很难持续。预计随着各项规范措施落地见效，以及汽车零部件企业加大技术降本、效率提升等方式改善经营，汽车产业链有望逐步回归健康、可持续的发展轨道，汽车产业链的经营及盈利能力也将恢复至合理正常水平。

综上所述，在新能源汽车销量保持高增长、产业政策支持、主要客户车型销量增长趋势稳健、发行人技术与规模优势突出、市场份额持续提升、在手订单充足、持续 VAVE 降本等多重因素驱动下，发行人未来业绩具有可持续性，下滑风险较小。

#### **(3) 发行人已在《招股说明书》中充分揭示相关风险**

发行人已在《招股说明书》“第三节/一/4、整车厂竞争加剧，对供应链降价要求提高的风险”中对“年降”进行风险提示：

#### **“4、整车厂竞争加剧，对供应链降价要求提高的风险**

汽车行业价格竞争日趋激烈，国内各大整车厂竞相调低售价或推出高性价比产品，整车厂商对于成本控制的考量逐步加深，冲击市场格局。目前，汽车零部件行业内普遍实行“年降”政策，汽车零部件厂商通常在获取项目订单时与整车厂确认产品供货价格，并约定在产品批量生产后的次年开始执行年降政策，双方

会定期对价格进行协商。若未来汽车行业竞争进一步加剧，整车降价覆盖面进一步扩大，车型更新换代速度进一步加快，可能会导致整车厂对供应链的降价要求提高，汽车零部件价格“年降”幅度增大，进而使公司的毛利率承压，对公司的经营业绩造成不利影响。”

发行人已在《招股说明书》“第三节/三/1、收入增速放缓甚至下滑风险”以及“3、净利润增速放缓甚至下滑的风险”中补充提示如下：

#### “1、收入增速放缓甚至下滑风险

报告期内，受益新能源汽车销量快速增长，公司营业收入分别为 103,094.61 万元、130,060.15 万元和 141,145.40 万元，2023 年至 2025 年收入复合增速为 17.01%。由于新能源汽车渗透率已接近 50%，其未来增速预计将有所放缓，以及来自整车厂年降压力增大、整车厂市场份额持续集中导致供应链企业竞争压力增大，叠加全球贸易摩擦进一步加剧、全球供应链不稳定性增强、发行人如未能持续通过技术迭代与产品创新满足日益丰富的客户需求等因素，发行人未来收入存在增速放缓甚至下滑的风险。”

#### “3、净利润增速放缓甚至下滑的风险

报告期内，公司分别实现净利润 8,123.80 万元、11,637.64 万元和 13,161.98 万元，2023 年至 2024 年增长幅度较快，主要系下游新能源汽车市场增长较快，公司产品为国内外多家知名新能源汽车品牌配套，营业收入规模快速增长，同时毛利率更高的无刷系列产品占比持续提升，带来公司利润快速增长。公司所处下游乘用车行业 2025 年以来竞争进一步加剧，对上游零部件供应商降价要求持续提升，受此影响，公司 2025 年实现净利润 13,161.98 万元，同比增长 13.10%，增速有所放缓。未来如再叠加新能源汽车补贴政策退坡甚至取消等不利因素，公司作为汽车零部件企业，毛利率存在较大下降压力，公司净利润也存在增速放缓甚至下滑的风险。”

## 二、收入确认准确性。

（一）结合主要客户的合同条款、退换货和返利情况，寄售（上线领用或下线结算）与非寄售模式主要判断依据，收入确认的具体时点、依据、单据出具与领用时间间隔等，说明公司收入确认时点是否准确，内外部依据是否充分，是否存在突击销售、提前确认收入的情况，是否符合《企业会计准则》的规定。

### 1、主要客户的合同条款情况

报告期内，公司前五大客户与收入确认相关的合同条款列示如下：

客户名称	主要合同条款
银轮集团	1、供应商应将货物运送至指定仓库，以买方入库单为收货凭证，入库单标明日期为具体收货日期； 2、卖方供给买方的产品，经买方外检检验合格后入库；待买方使用后通知卖方开具增值税发票，上月 16 日至

客户名称	主要合同条款
	<p>本月 15 日为一个结算周期：发票必须于本月 22 日前到达买方，以便及时挂账，否则推迟至下月挂账；</p> <p>3、买方在每月 20-30 日，根据卖方在买方财务部门挂账到期的具体金额，滚动付款，所有货款支付均为《银行承兑》汇票（6 个月以内）。</p>
吉利汽车	<p>1、交付方式：卖方产品符合质量标准并在买方生产线上完成装配后即交付；</p> <p>2、所有权的转移：卖方产品自交付后所有权转移至买方。产品在买方入库后卖方即不再对该等产品享有除法定所有权之外的任何权利或权益；未经买方事先书面同意，卖方无权对已在买方入库的产品进行任何处置或设置任何权利负担。</p>
奇瑞汽车	<p>供应商提供的合同货物经奇瑞公司验收并使用，双方确认实际使用数量，供应商须提供《月度实物账对账确认函》，以合同结算价格为依据开具增值税发票并于次月八日前交到奇瑞公司，奇瑞公司以双方确认的当月实际使用数量和结算价格为依据支付货款。</p>
恒信集团	<p>零部件结算方式为下线结算，如果零部件乙方与客户（奇瑞）商务价格协议未签订，不予结算。</p> <p>零部件结算及账期，按照奇瑞和乙方签订协议上的结算方式（下线结算）及账期，如果零部件乙方与客户（奇瑞）商务价格协议未签订，不予结算。</p>
爱斯达克	<p>1、货物的所有权和风险转移除双方另行书面约定外，货物的所有权和风险自货物送达买方指定交货地点且入库检验（见第 4 条中定义）合格后转移给买方；</p> <p>2、付款条件自本合同规定的“交货”地点的买方或第三方的工厂收到货物且入库检验（定义见第 4 条）合格之日；或者依据买方指示，在收到有效发票之日（以最后发生者为准）开始起算。在买方收到符合买方要求的形式和细节的证明文件以证明该货物不存在任何留置权、抵押权和权利争议之前，买方可暂不付款。</p>
上海马勒	<p>上海工厂 DAP（Delivered at Place，指卖方承担货物运输到指定地点的所有费用及风险，但不负责清关及支付进口税费）</p>
一汽集团	<p>原则上，甲方每月第 5 个工作日前向乙方提供合同零部件上一个月验收清单，乙方核对后据此清单开具发票，如有异议应在 5 个工作日内向甲方提出，双方尽快核对，并提出解决意见。</p>
江苏嘉和	<p>1、付款条件为当月送货，次月 10~25 号对账开票，付款为 6 个月内的迪链，如甲方出现回款不及时现象，双方就账期是否调整为款到发货需重新协商；</p> <p>2、甲方根据产品标准并结合双方确认的技术要求进行验收。产品在入库前能够进行验收的，甲方发现产品质量、数量、包装等存在问题的，甲方应及时提出异议；无法在入库前进行验收的，应该根据产品的性质在合理的时间范围内提出异议。</p>
比亚迪	<p>1、供方所供应的产品经过需方检验合格/上线的，需方以《配套零部件供货清单及价格协议》所确定的单价作为结算价格；供方须以供需双方确认的当月实际交货数量和结算价格为依据开具增值税专用发票，并按需方规定的时间内送达需方专责人员，需方以供需双方确认的当月实际交货数量和结算价格为依据按照双方约定的账期支付货款；</p> <p>2、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。</p>

根据上述合同条款约定，公司主要客户存在两种结算方式：寄售模式（上线领用或下线结算）和非寄售模式，寄售模式与非寄售模式的主要区别为商品控制权的转移时点不同。寄售模式下，寄售仓的货物所有权归公司所有，货物的所有权和风险自货物交付并经客户上线领用或下线结算时转移，结算方式为上线领用或下线结算；非寄售模式下，货物的所有权和风险自货物送至客户指定地点并签收收入库时转移至客户，客户根据签收入库进行结算。

## 2、公司退换货和返利情况

报告期内，公司退换货金额分别为 69.02 万元、71.41 万元和 102.62 万元，占收入的比重分别为 0.07%、0.05%和 0.07%，金额及占比较小，主要系物流过程损坏退货、客户收到货物后检查不合格退货以及质保期内退货等情形，不存在期后大量退换货的情形。

报告期内，公司返利金额分别为 267.16 万元、258.67 万元和 230.00 万元，占收入的比重分别为 0.26%、0.20%和 0.16%，金额及占比较小，不存在与明确的业绩目标挂钩的销售返利，不存在通过返利调节收入的情形。

## 3、寄售（上线领用或下线结算）与非寄售模式主要判断依据

公司判断是否为寄售模式的主要依据包括与客户签订的合同条款、客户所在地寄售仓情况、结算单类型以及实地访谈结果等因素。具体而言，若合同约定采用上线领用或下线结算方式，通常认定为寄售模式；若约定为客户签收入库后结算，则通常认定非寄售模式，但最终仍需结合核查客户所在地是否存在寄售仓、分析结算单类型以及客户实地访谈等多方面因素进行综合判断。

## 4、收入确认时点和内外部依据

### （1）公司收入确认具体时点和确认依据

公司寄售和非寄售模式下，收入确认的具体时点、依据情况如下：

销售模式	确认方法	收入确认时点	收入确认依据
寄售模式	上线领用	客户领用上产线	客户供应商平台结算单/领用确认单
	下线结算	客户车型完工下产线	对账结算单、邮件对账
非寄售模式	签收入库	客户签收入库	签收单据/客户供应商平台结算单

根据《企业会计准则第 14 号—收入》第十三条的规定，对于在某一时点履行的履约义务，发行人应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，根据会计准则的规定及发行人实际情况判断如下：

序号	收入确认条件	非寄售模式（签收入库）	寄售模式（上线领用/下线结算）
1	企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务	签收入库后，公司已经完成了合同约定的所有主要责任和义务，买方即应履行付款义务	上线领用/下线结算后，已经完成了合同约定的所有主要责任和义务，买方即应履行付款义务

序号	收入确认条件	非寄售模式（签收入库）	寄售模式（上线领用/下线结算）
2	企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权	签收入库后，客户已拥有该商品的法定所有权	上线领用/下线结算后，客户已拥有该商品的法定所有权
3	企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实际占有该商品	签收入库后，货物由买方入库及日常管理，客户已实际占有该商品	上线领用/下线结算后，客户已实际占有该商品
4	企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	签收入库后，客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	上线领用/下线结算后，客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬
5	客户已接受该商品	客户已签收入库确认	客户已上线领用/下线结算

由上表所示，公司寄售模式和非寄售模式的收入确认时点分别为经客户确认的签收入库时点和对账单领用/下线时点，均系在客户取得相关产品控制权时，且客户就该商品负有现时付款义务，因此公司寄售和非寄售模式下收入确认时点准确，符合《企业会计准则第 14 号—收入》的规定。

## （2）内外部依据充分

报告期内，公司不同模式下获取的内外部依据如下：

销售模式	内部依据	外部依据
寄售模式	调拨单、发货单、销售出库单、指定仓库发货单、销售发票	客户供应商平台结算单/领用确认单、对账结算单、邮件对账
非寄售模式	发货单、销售出库单、销售发票	签收单、客户供应商平台结算单

公司建立了与销售发货及对账结算相关的内控管理制度，对不同结算模式下产品的发货与签收、领用与对账、开票与收款等关键内部控制环节进行管控，不同阶段对应生成调拨单、发货单、销售出库单、销售发票等内部单据，并在取得经客户确认的签收单、领用确认单、对账结算单等外部单据时确认收入，公司收入确认依据充分、合理，符合企业会计准则的规定。

## （3）与同行业可比公司收入确认政策对比

报告期内，发行人与同行业可比公司收入确认政策比较如下：

公司简称	收入确认具体方法
恒帅股份	<p>（1）对于国内销售的产品，以公司交付产品并获得客户以<b>结算单等形式</b>确认后作为<b>风险报酬的转移时点</b>，并确认销售收入。</p> <p>（2）对于国外销售的产品，采用 EXW、FOB、CIF、FCA 等贸易模式的，以产品发运后，<b>办理完毕出口清关手续并取得报关单时确认销售收入</b>；采用 DDP 等贸易模式的，以产品交付予客户指定收货地点并经客户签收后确认销售收入。</p> <p>（3）对于销售采用寄售模式的，公司先发货至指定仓库，客户按需领用后<b>定期发送领用结算单</b>通知公司，公司核对无误后确认收入。</p>

公司简称	收入确认具体方法
飞龙股份	<p>(1) 内销是在合同签订后, 本公司根据合同要求组织生产, 于仓库发出商品、开具出库通知单并<b>获取客户签收单据或取得客户系统确认的结算信息</b>, 获得收取货款的权利时作为完成履约义务的时点确认收入;</p> <p>(2) 外销是在合同签订后, 根据合同组织生产, 在商品已发出的情况下分不同的结算模式, 在买方指定船公司的 FOB 方式下以及在卖方安排货物运输和办理货运保险的 CIF 方式下, 以货物越过船舷后获得<b>货运提单</b>, 同时向<b>海关办理出口申报并经审批同意</b>作为完成履约义务时点确认收入; 在海外租赁仓库 DDP 结算方式下, 货物进入公司在海外租赁仓库, 并与客户签订合同明确以第三方仓库提货结算时作为完成履约义务时点确认收入。</p>
旭升集团	<p>(1) 铝制品</p> <p>1) 内销收入确认</p> <p>根据客户的销售订单需求, 完成相关产品生产, 货物发出, <b>经客户确认或签收后确认收入</b>; 此时, 合同中的履约义务已完成, 客户已取得相关商品控制权。</p> <p>2) 外销收入确认</p> <p>根据客户的销售订单需求, 完成相关产品生产, <b>货物离厂(仓)、办理出口手续后</b>确认收入; 此时, 合同中的履约义务已完成, 客户已取得相关商品控制权。</p> <p>(2) 模具</p> <p>根据与客户签订销售合同或订单, <b>模具完工并进行试样、收到与相关模具的产品批量订单后</b>确认收入; 此时, 合同中的履约义务已完成, 客户已取得相关商品控制权。</p>
文灿股份	<p>(1) 销售商品</p> <p>1) 内销</p> <p>以<b>产品交付予客户</b>为收入确认时点; 采用中间仓的, 以<b>客户到中间仓提货</b>为收入确认时点。主要收入确认凭据有: <b>出仓单、发票、对账单</b>。</p> <p>2) 外销</p> <p>FOB: 以<b>报关出口为产品销售收入确认时点</b>; <b>出仓单、装箱单、报关单、发票</b>为收入确认凭据。</p> <p>(2) 模具</p> <p>公司模具款结算模式包括<b>一次性销售模式</b>(即产品报价中不包含模具款)和<b>分摊模式</b>(即产品报价中包含模具款)。在一次性销售模式下, <b>单独对模具确认销售收入</b>; 在分摊模式下, <b>模具分摊计入相应压铸件成本</b>, 不再单独确认模具收入。</p> <p>一次性销售模式下, <b>公司在取得客户 PPAP (生产件批准程序) 文件后开具发票并确认模具收入</b>。收入确认的主要凭据有 <b>PPAP (生产件批准程序) 文件、发票</b>。</p>
天龙股份	<p>(1) 塑料件: 1) <b>寄售模式</b>: 根据与客户签订的合同或订单发货, 每月根据客户实际领用清单确认销售收入; 2) <b>国内直接销售</b>: 按合同或订单发货, 根据经客户确认收货的发货单确认销售收入; 3) <b>国外直接销售</b>: 产品出库、办理报关出口手续并取得提单后, 开具销售发票并确认收入。</p> <p>(2) 模具产品: 1) 国内销售: 模具完工交付客户验收合格后, 确认销售收入; 2) 国外销售: 模具完工经客户验收合格后出库、办理报关出口手续并取得提单后, 开具销售发票并确认收入。</p>

公司简称	收入确认具体方法
朗信电气	<p>内销主机厂及部分零部件客户：根据合同约定及行业惯例，公司产品在客户上线领用或下线结算后，产品的控制权完成了转移，公司确认收入；</p> <p>内销其他客户：根据销售合同约定，在客户收到货物并签收入库后，公司产品的控制权完成了转移，公司确认收入。</p> <p>外销：对以 FOB、CIF 等方式进行交易的客户，公司以货物在装运港越过船舷作为控制权转移时点；对以 DAP 方式进行交易的客户，公司以将货物交到客户指定目的地或目的港作为控制权转移时点。以上各交易方式以控制权转移时点作为公司收入确认时点。</p>

由上表可见，发行人收入确认政策与同行业可比上市公司无显著差别，符合行业惯例。

### 5、单据出具与领用时间间隔

公司寄售模式下通常是在当月领用后当月或次月取得收入确认单据，非寄售模式下由于是货到签收入库，公司获取的收入确认签收单据与客户实际领用时间无对应关系。因此，下表仅列示报告期内寄售模式下前五大客户收入确认单据出具时点及领用时间，具体情况如下：

客户集团名称	客户名称	收入确认单据出具时点	领用时间范围
银轮集团	浙江银轮机械股份有限公司	每月 18 号左右	上月 16 号至本月 15 号期间领用数量
奇瑞汽车	奇瑞汽车股份有限公司、奇瑞汽车河南有限公司等	每月 10 号前	上月领用数量
一汽集团	一汽奔腾轿车有限公司、中国第一汽车股份有限公司等	每月 15 号前	上月领用数量
比亚迪	深圳市比亚迪供应链管理有限公司、比亚迪汽车有限公司等	每月 10 号前	上月领用数量
吉利汽车	西安吉利汽车有限公司、宁波杭州湾吉利汽车部件有限公司	每月 10 号前	上月领用数量
恒信集团	青岛恒信富润汽车部件科技有限公司、芜湖恒信汽车轻量化部件制造有限公司	每月 26 号前	上月领用数量
博耐尔	博耐尔汽车电气系统有限公司	每月 10 号前	上月领用数量

由上表可知，寄售客户收入确认单据出具时点与实际领用的时间间隔在半个月至一个半月之间，报告期内保持稳定和一贯性，不存在突击销售、提前确认收入的情形。

综上，公司寄售模式与非寄售模式均以产品控制权转移时点作为收入确认时点，收入确认政策与同行业可比公司不存在差异，公司收入确认时点准确，内外部依据充分，符合《企业会计准则》的规定。报告期内，公司不存在大量退换货或返利的情况，寄售客户收入确认单据出具时点与实际领用的时间间隔在半个月至一个半月之间，报告期内保持稳定和一贯性，不存在突击销售、提前确认收入的情况。

(二) 说明各年第四季度和 12 月确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付、取得领用结算资料与其他季度和月份是否存在较大差异，是否存在销售周期明显偏短或偏长的情况，第四季度收入占比波动的原因，是否符合行业特征。

**1、说明各年第四季度和 12 月确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付、取得领用结算资料与其他季度和月份是否存在较大差异**

通常情况下，公司根据客户每月下达的月度需求滚动预测进行排产，生产周期一般为 1-3 天，产品经质检部门检测合格后办理入库，随后根据客户每周发布的物料订单明细或到货需求计划表，结合运输距离等因素，1-2 周内完成产品交付至客户仓或寄售仓。总体公司自客户下达销售订单需求到产品出库，供货周期一般为 20 天左右。报告期内，公司根据客户的需求按照上述生产及交付流程一贯执行，各年第四季度和 12 月份生产、发货及交付周期与其他季度和月份相比保持稳定，不存在显著差异。

公司从产品出库到收入确认时间因结算模式会有所差异，其中非寄售模式为货到签收入库，结算周期较短，一般为仓库出库后 1-3 天；寄售模式一般当月发货当月或次月领用后确认收入，收入确认周期为仓库出库后 1-3 周。报告期内，公司主要客户的领用对账及产品验收的方式、周期未发生变更，第四季度和 12 月份取得领用结算资料的时间与其他季度和月份亦不存在显著差异。

**2、是否存在销售周期明显偏短或偏长的情况**

报告期各年、第四季度及 12 月份，公司发出商品周转天数情况如下：

单位：天

项目	期间	全年	第四季度	12 月
发出商品	2025 年度	10.35	8.78	8.64
	2024 年度	9.87	8.64	10.07
	2023 年度	8.94	8.62	9.32

注：库存商品周转天数=365/（营业成本/期初期末库存商品平均余额）；发出商品周转天数=365/（营业成本/期初期末发出商品平均余额）。

报告期内，公司发出商品周转天数分别为 8.94 天、9.87 天和 10.35 天，周转天数逐年增加主要系报告期内公司寄售模式下收入占比提高所致。报告期各期、第四季度及 12 月份，公司发出商品周转天数在 10 天左右，公司自客户下达订单到收入确认周期通常在 30 天左右，保持相对稳定，不存在销售周期明显偏短或偏长的情况，不存在提前或延后确认收入的情形。

### 3、第四季度收入占比波动的原因，是否符合行业特征

报告期内，公司主营业务收入按季度分类情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	28,176.80	20.41%	25,714.74	20.22%	19,161.55	19.00%
第二季度	30,321.68	21.97%	28,944.39	22.75%	24,364.46	24.16%
第三季度	37,948.10	27.49%	31,402.28	24.69%	27,519.47	27.29%
第四季度	41,595.22	30.13%	41,141.66	32.34%	29,794.16	29.55%
合计	<b>138,041.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>127,203.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>100,839.64</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入呈现出一定的季节性特征，收入相对集中在第三、四季度，主要原因是国内汽车消费市场存在“金九银十”、年底冲量及春节前购车等传统销售旺季，整车厂商通常于下半年加大排产计划，相应加大对上游供应商的采购需求。公司作为汽车产业链上游企业，其产品交付与收入确认节奏主要依赖于下游客户的生产安排与订单需求，报告期内公司各季度收入占比呈现一定的波动，但整体仍集中于第三、四季度，符合汽车行业特征。

报告期内，国内乘用车、新能源乘用车的销量情况如下：

单位：万辆

项目	2025 年度				2024 年度			
	乘用车		新能源车		乘用车		新能源车	
	销量	比例	销量	比例	销量	比例	销量	比例
第一季度	641.88	21.32%	307.45	18.64%	568.74	20.63%	209.03	16.25%
第二季度	711.23	23.63%	386.27	23.42%	629.17	22.83%	285.38	22.18%
第三季度	771.48	25.63%	429.04	26.02%	669.98	24.31%	337.61	26.24%
第四季度	885.72	29.42%	526.27	31.91%	888.41	32.23%	454.57	35.33%
合计	<b>3,010.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,649.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,756.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,286.59</b>	<b>100.00%</b>

(续上表)

项目	2023 年度			
	乘用车		新能源车	
	销量	比例	销量	比例
第一季度	513.83	19.72%	158.57	16.70%
第二季度	613.00	23.52%	216.09	22.76%

项目	2023 年度			
	乘用车		新能源车	
	销量	比例	销量	比例
第三季度	686.16	26.33%	253.14	26.66%
第四季度	793.29	30.44%	321.72	33.88%
合计	<b>2,606.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>949.52</b>	<b>100.00%</b>

数据来源：wind

由上表可知，国内乘用车、新能源乘用车下半年尤其是第四季度销量及占比较高，呈现出一定的季节性特征。公司产品主要用于乘用车市场，且新能源汽车车型占比较高，因此公司收入变动与乘用车销量、新能源汽车的销量密切相关，报告期各期公司各季度收入占比及波动与汽车行业销量波动趋势一致，符合汽车行业特征。

综上，报告期内公司收入主要集中在下半年及第四季度收入占比波动原因主要系受下游市场需求季节性因素影响所致，公司收入占比及波动与汽车市场销量波动趋势一致，符合行业特征。

(三) 说明通过银轮集团向终端客户销售的具体情况，包括销售数量、销售单价、毛利率、交易对手方等，终端客户采购、销售单价与市场价格是否存在较大差异，是否实质为贸易业务，会计处理方式及合规性。

1、说明通过银轮集团向终端客户销售的具体情况，包括销售数量、销售单价、毛利率、交易对手方等

报告期内，公司通过银轮集团向终端客户销售的主要产品情况如下：

单位：万套、元/套

终端客户名称	产品类型	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
		数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率
长安汽车	有刷电子风扇	59.96	***	***	44.68	***	***	25.62	***	***
宇通客车	无刷电子风扇	-	-	-	0.98	***	***	6.86	***	***

报告期内，公司存在通过银轮集团向终端客户销售的情形，主要原因是：银轮集团在商用车热管理系统领域具有一定的优势，前期已与长安汽车、宇通客车等主流商用车制造商建立了长期稳定的直接供货关系。依托这一优势，公司通过银轮集团的销售渠道能够高效对接优质客户资源，而银轮集团则收取一定比例的管理费，该合作模式具有商业合理性。

为优化供应链效率，公司正积极推进调整与银轮集团及终端客户的供货模式，由公司直接向终端客户供货。截至本回复签署之日，宇通客车风扇总成及长安汽

车无刷系列产品已切换至公司直接供货，长安汽车有刷产品切换供货流程仍在协商中。

**2、终端客户采购、销售单价与市场价格是否存在较大差异，是否实质为贸易业务，会计处理方式及合规性**

报告期内，终端客户采购、销售单价与市场价格对比情况如下：

单位：元/套

产品	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
有刷电子风扇	终端客户采购价格	***	***	***
	向银轮集团销售单价	***	***	***
	市场价格	***	***	***
无刷电子风扇	终端客户采购价格	***	***	***
	向银轮集团销售单价	***	***	***
	市场价格	***	***	***

注：1、公司相同或相似产品无公开市场报价，市场价格取自公司向其他客户销售相同或相似产品的销售均价；

2、2025 年公司不再通过银轮集团向宇通客车供应风扇总成，改由公司直接向宇通客车供货，因此电子风扇销售单价不适用。

由上表可知，终端客户向银轮集团采购的价格系公司向银轮集团销售的价格，加上固定比例管理费组成，银轮集团仅作为销售渠道收取一定的管理费。

公司向银轮集团销售的有刷电子风扇价格与市场价格不存在较大差异，价格公允。公司向银轮集团销售的无刷电子风扇价格与市场价格差异较小，2025 年宇通客车风扇总成由公司直接供货。

从业务实质上看，公司通过银轮集团销售给终端客户的产品均系自主生产，具有生产和技术服务属性，公司向银轮集团销售的价格与市场价格差异不大，而银轮集团在业务环节中仅承担通道作用，收取固定比例的管理费，因此相关交易的业务实质为公司与终端客户的交易。根据《企业会计准则第 14 号——收入》，公司为该业务模式下的主要责任人，不构成贸易业务，应按照总额法确认收入，符合会计准则的相关规定。

**（四）比较同期市场价格或第三方采购价格，说明向客户关联采购的必要性和价格的公允性。**

报告期内，公司向客户关联采购情况如下：

单位：万元

采购类型	交易对手方	2025年	2024年	2023年
三包费	浙江银轮机械股份有限公司、浙江银轮新能源热管理系统有限公司、山东银轮热交换系统有限公司、湖北银轮机械有限公司、上海银轮热交换系统有限公司、南昌银轮热交换系统有限公司、无锡柯诺威新能源科技有限公司	123.08	161.49	72.63
仓储服务费	浙江银轮机械股份有限公司	21.09	33.44	46.72
<b>合计</b>		<b>144.17</b>	<b>194.93</b>	<b>119.35</b>

三包费系终端整车厂因模块产品质量问题而进行的质量索赔，模块供应商根据模块内零部件产品的责任向零部件供应商进行质量索赔，该部分费用具有随机性，公司与其他一供客户（如江苏嘉和、爱斯达克）也存在相关质量三包费，符合汽车行业的惯例。

仓储服务费系因长安汽车通道业务产生，公司将产品发货到长安汽车在重庆设置的寄售仓库，重庆长安民生物流股份有限公司根据银轮股份使用的仓储面积和配送服务向银轮股份收取仓储服务费，银轮股份再根据朗信电气产品使用的仓储面积和配送服务向朗信电气收取仓储服务费（以相同的价格）， $\text{仓储服务费} = \text{仓储面积} * \text{仓储单价（元/m}^2/\text{月）} + \text{配送数量} * \text{配送单价（元/件）} + \text{围板箱回收数量} * \text{回收单价（元/个）}$ ，具体价格对比情况如下：

项目	重庆长安民生物流股份有限公司 与银轮股份结算价格	银轮股份与朗信电气结算价格
仓储单价（元/m <sup>2</sup> /月）	32.00	32.00
配送单价（元/件）	1.20	1.20
回收单价（元/个）	15.90	15.90

综上，公司向客户支付三包费系因模块产品质量问题而进行的质量索赔，模块供应商根据模块内零部件产品的责任向零部件供应商进行质量索赔，公司与其他一供客户（如江苏嘉和、爱斯达克）也存在相关质量三包费，符合汽车行业的惯例；公司向银轮股份支付的仓储服务费系因长安汽车通道业务产生，公司与银轮股份结算价格与银轮股份与外部第三方结算价格一致，结算价格公允。截至本回复签署之日，公司向长安销售的无刷系列产品系直接供货，有刷产品切换直接供货流程还在与客户协商中。

## 【会计师回复】

三、请保荐机构、申报会计师：(1) 核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。(2) 说明对收入截止性测试的核查范围、比例、核查手段及核查结论，获取签收单、验收单等相关资料的具体方式及有效性，发行人收入是否存在虚增、跨期等情形。

### (一) 核查上述事项并发表明确意见

#### 1、业绩增长合理性及客户合作稳定性

##### (1) 核查方法、范围、过程、证据

申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：

1) 查阅回复中对于终端车型、销售模式等销售情况的列示说明，并与报告期内发行人销售明细进行核对。

2) 查询发行人主要配套车型销量情况，并与发行人销售变动情况进行匹配分析。

3) 访谈发行人主要客户，了解发行人销售额占主要客户同类产品采购额比重的情況。

4) 访谈发行人管理层了解发行人报告期内收入和净利润增速逐期下降的原因，结合发行人配套终端车型的销售变动情况、报告期内发行人新产品销售实现情况、期间费用率变动情况等進行复核。

5) 查阅同行业可比公司公开披露信息，了解同行业可比公司收入和净利润变动的原因，对同行业可比公司与发行人在报告期内的业绩变动情况进行比较分析。

6) 通过公开权威渠道获取汽车行业产销量数据、新能源汽车销量数据，访谈发行人管理层，了解报告期内发行人业务发展和业绩变动情况及原因，对公司报告期内业绩变动原因进行分析。

7) 查阅发行人主要竞争对手的官方网站，获取其与发行人同类产品的性能和技术指标，访谈发行人的研发负责人，了解发行人产品的性能和技术指标，对比发行人产品与主要竞争对手的差异情况。

8) 查阅发行人主要客户的销售合同、定价协议或年降约定文件，访谈发行人管理层，了解主要客户的年降政策、报告期实际年降情况、定价方式、订单获取方式等，综合分析发行人主要产品的价格变动原因。

## **(2) 核查结论**

**经核查，申报会计师认为：**

1) 报告期内，发行人的收入增长与终端制造商的采购需求、产销量增长相匹配；发行人收入和净利润增长率逐期下降主要系下游新能源汽车市场增长放缓、新产品新领域的销售还未形成较大规模；2024 年发行人利润增速远高于收入主要是受益于毛利率上升和费用的控制，具有合理性，与同行业可比公司不存在显著差异。

2) 报告期内，发行人对吉利集团的销售收入增长主要受益于吉利集团新能源汽车销量的增长和对吉利集团供货份额的提升；2024 年发行人对爱斯达克收入下降是由于终端客户比亚迪将其供货份额切换为上海马勒和银轮集团；发行人客户奇瑞汽车存在直接和间接采购是出于其生产安排，具有合理性；一汽集团和江苏嘉和退出前五大客户主要是发行人客户结构和下游整车厂销量变动所致，具有合理性。

3) 2024 年电子风扇销售均价有所下降，主要系无刷产品收入占比增速放缓以及年降影响，2025 年电子风扇销售均价继续下降，主要系无刷产品收入占比下降以及年降影响；发行人无刷电机总成产品终端客户主要为北美新能源车企，由于其销量有所下滑，无刷电机总成产品的销售占比有所下滑，同时叠加年降的影响，因此电机总成产品单价逐年下降；发行人电机总成及电子风扇均价的变动趋势具备合理性。

4) 公司在手订单较为充足，报告期内主营业务毛利率分别为 17.68%、18.46% 和 17.20%，反映了公司良好的成本控制能力以及与下游客户之间的谈判议价能力；公司 2025 年一季度净利润变动与同行业可比公司变动趋势一致；公司积极应对来自下游客户传导的降本压力，在有效控制成本的基础上向客户提供性能优异的产品，报告期内实现了业绩和市场份额的持续增长，“年降”政策未对公司业绩造成重大不利影响；公司已对业绩下滑作出充分风险提示。

## **2、收入确认准确性**

### **(1) 核查方法、范围、过程、证据**

**申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：**

1) 访谈发行人管理层，了解报告期内发行人寄售（上线领用或下线结算）与非寄售模式主要判断依据，检查主要客户销售合同的关键条款，了解其关于权利义务、风险报酬以及控制权相关的协议约定，核查发行人不同模式下收入确认政策是否符合《企业会计准则》规定。

2) 了解公司对客户的退换货政策, 查阅公司主要客户的销售合同, 了解关于退换货条款、质量保证条款等具体约定, 获取公司退换货的记录并进行检查, 判断退换货会计处理是否符合企业会计准则规定。

3) 了解公司对客户的销售返利模式, 检查主要客户销售返利明细及相关协议, 评价公司销售返利会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

4) 抽查公司销售收入相关的支持性文件, 包括相关销售合同/订单、发货单、签收单/验收单、客户对账单、发票等支持性证据等, 判断收入确认内外部依据是否充分, 收入确认时点是否准确。

5) 检索查阅同行业上市公司收入确认政策和具体方法, 对比分析公司的收入确认政策和具体方法是否与同行业公司存在显著差异。

6) 获取发行人的销售明细表, 进行月度、年度波动分析, 分析是否有期末异常突击销售情况。

7) 对销售收入实施细节测试和截止测试, 分析公司收入确认的一贯性和准确性, 检查公司收入是否被记录于恰当的会计期间, 核查是否存在突击销售或提前确认收入的情形。

8) 获取公司报告期各季度营业收入明细表, 并复核公司营业收入按照季度核算的准确性; 向公司管理层及销售部访谈, 了解报告期各季度经营业绩波动原因。

9) 获取发行人报告期内第四季度和 12 月收入月度明细表, 检查第四季度和 12 月收入订单生产、发货、交付、取得领用结算资料, 核查是否存在较大差异; 分析第四季度收入占比波动的合理性, 并与同行业可比公司进行对比, 分析是否符合行业特征。

10) 获取公司产品通过银轮集团销售至终端客户的销售明细, 分析终端客户采购、公司销售单价与市场价格是否存在较大差异。

11) 了解公司通过银轮集团与终端客户交易的原因, 通过银轮集团对外销售的业务流程及会计处理方式, 判断相关业务是否实质为贸易业务, 评价相关会计处理方式是否合规。

12) 取得公司向客户关联采购明细表, 并与市场价格对比分析采购价格的公允性。

## **(2) 核查结论**

**经核查, 申报会计师认为:**

1) 公司收入确认时点准确, 内外部依据充分, 不存在突击销售、提前确认收入的情况, 符合《企业会计准则》的规定。

2) 公司各年第四季度和 12 月确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付、取得领用结算资料与其他季度和月份不存在较大差异, 不存在销售周期明显偏短或偏长的情况; 报告期内公司第四季度收入占比波动主要受下游市场需求的季节

性因素影响，公司各季度收入占比及波动与汽车市场销量波动趋势一致，第四季度收入占比波动合理，符合行业特征。

3) 公司通过银轮集团向终端客户销售的情况真实、合理，终端客户采购、销售单价与市场价格不存在较大差异，不属于贸易业务，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

4) 公司向关联客户采购内容为支付三包费和仓储服务费，其中支付三包费系因模块产品质量问题而进行的质量索赔，模块供应商根据模块内零部件产品的责任向零部件供应商进行质量索赔，公司与其他一供客户（如江苏嘉和、爱斯达克）也存在相关质量三包费，符合汽车行业的惯例；公司与银轮股份仓储服务费系因长安汽车通道业务产生，公司与银轮股份结算价格与银轮股份与外部第三方结算价格一致，结算价格公允。

**(二) 说明对收入截止性测试的核查范围、比例、核查手段及核查结论，获取签收单、验收单等相关资料的具体方式及有效性，发行人收入是否存在虚增、跨期等情形**

### **1、说明对收入截止性测试的核查范围、比例、核查手段及核查结论**

**针对不同业务模式，申报会计师执行的截止性测试具体程序如下：**

**非寄售模式：**对于有供应商平台的客户，申报会计师亲自登录客户系统获取供应商平台签收入库数据清单，核对公司收入确认时点和客户签收日期的准确性；对于没有供应商平台的客户，申报会计师获取客户回签单，通过回签单上的签收日期核对公司收入确认时点的准确性。

**寄售模式：**对于有供应商平台的客户，申报会计师亲自登录客户系统调取上线、下线结算数据，核对公司收入确认时点和客户上线领用或下线结算日期；对于邮件对账的客户，申报会计师亲自导出邮件内容，取得客户上线或下线领用清单，核对公司收入确认时点的准确性；对于其他客户，申报会计师获取经客户盖章确认且附有领用日期的领用清单，核对公司收入确认时点的准确性。

公司每月会根据客户供应商平台挂网结算数据、邮件记录或签收情况确认收入，同时根据企业会计准则规定按照控制权转移时点暂估确认未开票部分收入，申报会计师截止性测试的范围如下：对每年 12 月以及次年 1 月的账面开票收入全部执行截止性测试，对于公司暂估收入部分全部执行截止性测试。

经核查，公司已按照会计准则规定控制权的转移时点确认收入，且收入已计入准确的收入归属期间。

**2、获取签收单、验收单等相关资料的具体方式及有效性，发行人收入是否存在虚增、跨期等情形。**

**非寄售模式：**对于有供应商平台的客户，申报会计师亲自登录客户供应商平台，获取客户系统导出的签收入库数据清单，核查收入确认的准确性；对于没有供应商平台的客户，申报会计师取得客户签字或盖章的签收单以及附有入库日期

的入库结算确认单。同时，针对公司主要客户申报会计师实施实地访谈、函证等外部核查程序，验证根据签收单或入库单确认收入和应收账款的真实性和准确性。

**寄售模式：**对于有供应商平台的客户，申报会计师亲自登录客户供应商平台，获取客户系统导出的上线或下线领用数据，核查收入确认的准确性；对于邮件对账的客户，申报会计师亲自导出与客户对公邮箱对账的结算资料，取得客户上线或下线领用清单；对于其他客户，申报会计师获取经客户盖章确认且附有领用日期的领用清单。同时，针对公司主要客户申报会计师实施实地访谈、函证等外部核查程序，验证上述收入单据确认收入和应收账款的准确性与真实性。

综上，申报会计师针对收入确认获取了充分有效的外部证据，发行人收入根据会计准则规定，在控制权转移时点确认收入，不存在虚增、跨期等情形。

#### 问题 5.毛利率增长合理性

根据申请文件及公开信息：(1)报告期内，公司毛利率分别为 16.74%、17.73% 和 18.68%，低于同行业平均水平，变动趋势与同行业平均水平存在差异。(2) 电子风扇及电机总成毛利率分别为 16.85%、18.31%和 19.67%；电子水泵毛利率分别为 4.47%、-12.35%和-44.47%；公司向银轮集团销售的无刷系列电子风扇毛利率高于向其他客户销售的毛利率。(3) 报告期内，发行人 PCBA、塑料粒子、板材、线束等主材采购单价整体呈下降趋势。直接材料占比逐期下降，制造费用占比逐期上升。(4) 报告期内，前五大供应商采购占比超 50%，上海昊乾实业有限公司注册资本为 100 万元，参保人数为 3 人；江苏汇琨科技有限公司实缴资本为 50 万元。

(1) 毛利率差异的合理性。请发行人：①结合产品结构、客户及应用车型、定价机制、单位价格及成本差异情况，量化说明发行人报告期内毛利率稳定增长的原因及持续性、与可比公司毛利率变动趋势存在较大差异的原因。②结合电子风扇、电机总成、电子水泵等产品对应的终端客户、售价、单位成本等变动原因，说明电子风扇及电机总成毛利率快速提升、电子水泵毛利率由正转负的原因及合理性。③表格列示发行人主要客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况，说明向银轮集团销售无刷系列电子风扇毛利率高于其他客户的合理性，不同客户之间相同产品的毛利率是否存在较大差异，如存在，说明原因及合理性。④说明公司是否存在被下游客户挤压毛利的情形，价格传导机制是否有效，毛利率是否存在下降风险，并充分揭示相关风险。

(2) 营业成本与采购价格公允性。请发行人：①结合各期原材料采购、生产耗用、期末留存、销售规模变动等，说明主要原材料采购量、耗用量与产销量的匹配关系，主要原材料单位耗用变化情况、人工的投入产出及变动情况是否存在异常。②说明各类原材料的主要供应商成立时间、经营范围、注册资本、参保人数、经营规模、合作历史、采购内容、定价方式、结算方式、发行人占供应商营业收入的比例等，说明是否对供应商存在依赖，供应商是否专门或主要为公司服务，是否存在利益输送或异常资金往来。③按产品类型说明制造费用的具体构成及分摊方法，折旧、摊销等与机器设备、产量的匹配性，制造费用与直接材料占比变动趋势相反的原因及合理性，分摊是否准确。④说明上海昊乾实业有限公司、江苏汇琨科技有限公司的经营规模与发行人采购是否匹配，江苏汇琨科技有限公司 2024 年度新进入前五大供应商的合理性。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

#### 【公司回复】

## 一、毛利率差异的合理性。

(一) 结合产品结构、客户及应用车型、定价机制、单位价格及成本差异情况，量化说明发行人报告期内毛利率稳定增长的原因及持续性、与可比公司毛利率变动趋势存在较大差异的原因。

报告期内，公司毛利率分别为 17.73%、18.68%和 17.30%，公司营业收入构成及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比	毛利率
主营业务	138,041.80	97.80%	17.20%	127,203.07	97.80%	18.46%	100,839.64	97.81%	17.68%
其他业务	3,103.60	2.20%	21.93%	2,857.08	2.20%	28.50%	2,254.97	2.19%	20.07%
<b>合计</b>	<b>141,145.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>17.30%</b>	<b>130,060.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>18.68%</b>	<b>103,094.61</b>	<b>100.00%</b>	<b>17.73%</b>

如上表所示，公司主营业务收入占营业收入的比重超过 97%，报告期内公司营业收入综合毛利率主要受主营业务对应的毛利率变动影响，综合毛利率变动趋势与主营业务收入毛利率变动趋势一致。

### 1、结合产品结构说明毛利率变动原因

项目	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
无刷电子风扇	毛利率	20.46%	21.41%	19.49%
	收入占比[1]	69.33%	70.03%	59.40%
	<b>毛利率贡献[2]</b>	<b>14.18%</b>	<b>14.99%</b>	<b>11.58%</b>
有刷电子风扇	毛利率	16.22%	15.63%	15.92%
	收入占比	16.34%	19.29%	24.68%
	<b>毛利率贡献</b>	<b>2.65%</b>	<b>3.02%</b>	<b>3.93%</b>
无刷电机总成	毛利率	13.85%	15.80%	18.91%
	收入占比	6.86%	7.19%	10.54%
	<b>毛利率贡献</b>	<b>0.95%</b>	<b>1.14%</b>	<b>1.99%</b>
有刷电机总成	毛利率	7.24%	11.50%	12.42%
	收入占比	2.78%	1.93%	3.00%
	<b>毛利率贡献</b>	<b>0.20%</b>	<b>0.22%</b>	<b>0.37%</b>
电子水泵	毛利率	-33.71%	-44.47%	-12.35%
	收入占比	3.00%	1.46%	1.96%
	<b>毛利率贡献</b>	<b>-1.01%</b>	<b>-0.65%</b>	<b>-0.24%</b>
其他	毛利率	13.29%	-261.06%	11.72%
	收入占比	1.69%	0.10%	0.42%

项目	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	毛利率贡献	0.22%	-0.26%	0.05%
主营业务合计	毛利率	17.20%	18.46%	17.68%

注 1：占主营业务收入比例；

注 2：毛利率贡献=毛利率\*收入占比，电子水泵均为无刷产品。

由上表可见，公司主营业务毛利率变动主要是受无刷电子风扇毛利率变动影响，其他产品的毛利率水平亦有波动但综合影响较小，具体如下：

2024 年度，公司主营业务毛利率较 2023 年度增长 0.78 个百分点，主要是受无刷电子风扇毛利率增长及收入占比进一步提高带动毛利率同比增长 3.41 个百分点所致。

2025 年度，公司主营业务毛利率较 2024 年度下降 1.26 个百分点，主要是受无刷电子风扇毛利率下降及收入占比略微下降影响带动毛利率同比下降 0.81 个百分点。

报告期内，公司无刷电子风扇销售收入占比整体呈上升趋势，主要是受国内新能源汽车销量快速增长，以及国产品牌中高端燃油车销量增长，进而带动对无刷电子风扇需求增长。公司在无刷电子风扇领域具有竞争优势，在下游需求快速增长的同时，公司积极把握市场机遇，凭借技术、产品、质量、服务、价格等系列优势，持续开拓并深化与头部优质车企客户的合作。

## 2、客户构成对毛利率的影响

公司向不同客户销售的毛利率差异主要与向其销售的产品差异相关，报告期内，公司前五大客户的毛利率情况参见本题“（三）/1、表格列示发行人主要客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况”相关内容。

## 3、应用车型对毛利率的影响

报告期内，公司电子风扇及电机总成的收入占比分别为 97.62%、98.44%和 95.31%，公司毛利率的增长主要与电子风扇及电机总成相关。分应用车型的单位价格、成本及毛利率情况，具体如下：

### 1) 电子风扇

单位：万套、元/套

年度	应用车型	销量	平均售价	单位成本	毛利率	收入占比
2025 年度	新能源汽车	299.64	263.49	208.50	20.87%	66.76%
	其中：无刷	268.97	276.49	219.00	20.79%	62.89%
	燃油车	222.33	166.36	135.75	18.40%	31.28%
	其中：无刷	76.67	250.15	195.47	21.86%	16.22%
	其他	8.87	260.98	265.82	-1.85%	1.96%
	合计	530.83	222.76	178.99	19.65%	100.00%

年度	应用车型	销量	平均售价	单位成本	毛利率	收入占比
2024 年度	新能源汽车	254.03	263.97	207.40	21.43%	59.02%
	其中：无刷	236.16	274.59	215.73	21.44%	57.08%
	燃油车	245.18	181.56	147.70	18.65%	39.18%
	其中：无刷	82.01	273.48	212.76	22.20%	19.74%
	其他	7.25	281.17	249.06	11.42%	1.79%
	<b>合计</b>	<b>506.46</b>	<b>224.33</b>	<b>179.10</b>	<b>20.16%</b>	<b>100.00%</b>
2023 年度	新能源汽车	145.81	291.48	235.02	19.37%	50.13%
	其中：无刷	141.87	296.01	238.72	19.35%	49.53%
	燃油车	218.22	182.82	151.13	17.33%	47.05%
	其中：无刷	53.09	297.83	239.41	19.61%	18.65%
	其他	7.70	310.34	246.74	20.49%	2.82%
	<b>合计</b>	<b>371.73</b>	<b>228.09</b>	<b>186.02</b>	<b>18.44%</b>	<b>100.00%</b>

**新能源汽车方面：**报告期内，公司下游来自新能源汽车的收入比例分别为 50.13%、59.02%和 **66.76%**；其中，下游来自新能源汽车的无刷产品收入比例分别为 49.53%、57.08%和 **62.89%**。由此可知，下游新能源汽车向公司采购的风扇主要为无刷系列，公司无刷风扇的销售增长则主要来自新能源汽车销量增长。

**燃油车方面：**报告期内，公司下游来自燃油车的收入比例分别为 47.05%、39.18%和 **31.28%**；其中，下游来自燃油车的无刷产品收入比例分别为 18.65%、19.74%和 **16.22%**。近几年来，由于国产品牌汽车在国内市场持续崛起，国产品牌燃油车在 B 级车/中高端车型的销量及市场份额有所增长，相应带动对无刷风扇的需求增长。

报告期内，公司销售的用于新能源汽车的电子风扇产品毛利率分别为 19.37%、21.43%和 **20.87%**，高于用于燃油车的电子风扇产品，主要系用于新能源汽车的电子风扇产品以无刷系列为主所致。另一方面，从各年度来看，应用于新能源汽车的无刷电子风扇产品毛利率和应用于燃油车的无刷电子风扇产品毛利率较为接近，说明电子风扇产品的毛利率与应用车型关联性较低，与电子风扇的产品类型（无刷系列/有刷系列）关联性较高。

## 2) 电机总成

报告期内，公司销售的电机总成主要用于北美新能源车企及比亚迪海洋系列纯电车型，其中用于北美新能源车企 M3/MY 车型的全部为无刷类型，用于比亚迪海洋系列车型的主要为有刷类型。具体情况如下：

单位：万套、元/套

年度	应用车型	销量	平均售价	单位成本	毛利率	收入占比
2025 年度	新能源汽车	138.51	87.19	76.77	11.95%	90.71%
	其中：无刷	94.00	87.75	75.35	14.14%	61.96%
	有刷	44.51	86.00	79.77	7.24%	28.75%
	其他	13.59	91.00	80.23	11.84%	9.29%
	合计	152.10	87.53	77.08	11.94%	100.00%
2024 年度	新能源汽车	128.21	89.63	76.32	14.85%	99.01%
	其中：无刷	98.16	92.29	77.74	15.77%	78.05%
	有刷	30.04	80.95	71.69	11.44%	20.95%
	其他	1.31	87.93	71.44	18.76%	0.99%
	合计	129.52	89.61	76.27	14.89%	100.00%
2023 年度	新能源汽车	143.88	93.54	77.12	17.55%	98.56%
	其中：无刷	109.77	95.50	77.32	19.04%	76.77%
	有刷	34.11	87.22	76.47	12.32%	21.79%
	其他	2.20	89.37	78.97	11.63%	1.44%
	合计	146.08	93.47	77.15	17.47%	100.00%

报告期内，公司销售的电机总成产品与电子风扇产品类似，也呈现出无刷系列产品毛利率高于有刷系列产品的特征。从各年度来看，应用于新能源汽车的电机总成毛利率和应用于其他车型的电机总成毛利率较为接近，电机总成的毛利率与应用车型关联性较低，与电机总成的产品类型（无刷系列/有刷系列）关联性较高。

#### 4、结合定价机制、单位价格及成本说明毛利率变动原因

单位：元/套

项目	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
无刷电子风扇	销售均价	270.82	275.48	299.19
	单位成本	215.41	216.50	240.86
	毛利率	20.46%	21.41%	19.49%
有刷电子风扇	销售均价	127.08	133.99	145.09
	单位成本	106.47	113.04	122.00
	毛利率	16.22%	15.63%	15.92%
无刷电机总成	销售均价	88.22	92.34	95.64
	单位成本	76.00	77.75	77.56
	毛利率	13.85%	15.80%	18.91%
有刷电机总成	销售均价	85.89	80.72	86.59

项目	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	单位成本	79.66	71.44	75.83
	毛利率	7.24%	11.50%	12.42%
电子水泵	销售均价	89.32	150.59	171.19
	单位成本	119.43	217.56	192.33
	毛利率	-33.71%	-44.47%	-12.35%
其他	销售均价	5.68	0.91	1.05
	单位成本	4.92	3.30	0.93
	毛利率	13.29%	-261.06%	11.72%
主营业务合计	毛利率	17.20%	18.46%	17.68%

公司产品定价是基于成本加成、市场竞价、客户协商最终确定。公司通过综合分析产品生产成本、包装物流成本、技术难度、试验费用、客户在行业中的地位及合理利润水平等因素后，向客户提出报价；经过与其他供应商竞价、与客户协商等过程后，最终确定产品价格。报告期内，公司产品定价机制未发生变化，对毛利率变动不存在重大影响。

报告期内，不同产品的单位价格和成本对毛利率的影响如下：

### （1）无刷电子风扇

报告期内，受整车厂商年降政策的影响，无刷电子风扇销售均价逐年下降。报告期内，发行人产销量快速增长，受益于生产规模扩大产生的规模效应和发行人对生产成本管控的加强，电子风扇单位成本逐年下降。

2024 年度，无刷电子风扇单位成本下降了 10.11%，而销售均价仅下滑了 7.92%，因此 2024 年度无刷电子风扇毛利率上升了 1.92 个百分点。

2025 年度，下游整车厂商竞争加剧，国内头部车企为争夺市场份额，大规模启动“以价换量”竞争模式，整车端的价格战迅速向上游供应链传导，公司无刷电子风扇销售均价相比 2024 年度下降了 1.69%，而无刷电子风扇中高功率产品占比有所提高导致无刷电子风扇单位成本相比 2024 年度仅下降 0.51%，因此无刷电子风扇毛利率下降了 0.95 个百分点。

### （2）有刷电子风扇

报告期内，受整车厂商年降政策的影响，有刷电子风扇销售均价逐年下降。2024 年毛利率下滑 0.29%，主要是销售单价下降了 7.65%所致；2025 年销售单

价下降 5.16%，但单位成本下降 5.81%，因此有刷电子风扇毛利率有所回升。

### （3）无刷电机总成

报告期内，受年降政策影响，销售均价逐年下降。2024 年毛利率下降了 3.11 个百分点，主要是销售均价下降了 3.45%。2025 年，毛利率下降了 1.95 个百分点，主要是销售均价下降了 4.47%。

### （4）有刷电机总成

2024 年度，受整车厂商年降政策的影响，有刷电机总成销售均价有所下降。2024 年度，有刷电机总成毛利率下降了 0.92 个百分点，主要系销售均价下滑了 6.78%。

2025 年度，有刷电机总成毛利率较 2024 年下降 4.26 个百分点，主要是向比亚迪销售的低毛利产品销量占比提升，拉低了有刷电机总成整体毛利率水平。

### （5）电子水泵

2023-2024 年，电子水泵毛利率为负，主要是：1）在销售均价方面，发行人作为新进入厂家在价格方面需跟随市场，电子水泵市场竞争激烈，同时叠加年降的影响，电子水泵销售单价下降；2）在单位成本方面，一方面受公司新增电子水泵自动化产线影响，另一方面系公司电子水泵产品目前处于产品和业务开发阶段，单批产品规模较小，因此存在频繁切换产线的情况，同时公司电子水泵部分新产品质量尚不稳定，存在返工生产的情况，分摊的人工成本及折旧等制造费用相对较高，因此单位成本提高。2025 年，随着电子水泵产量的提升，电子水泵负毛利率有所收窄。

## 5、毛利率稳定增长的可持续性分析

### （1）公司毛利率保持合理稳定水平是核心目标

报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 17.68%、18.46%和 17.20%，2024 年，受益无刷电子风扇收入占比提升带动公司主营业务毛利率整体保持稳中有升；2025 年，由于来自客户的降价要求幅度较大，公司毛利率较 2024 年有小幅下降。

一方面，报告期内公司无刷电子风扇收入占电子风扇收入总额的比例逐年提升，分别为 70.65%、78.40%和 80.93%。公司预计，未来无刷电子风扇销售收入占比进一步提升空间相对有限，因此继续由毛利相对较高的无刷系列产品持续拉动毛利稳定增长的空间亦相对有限。

另一方面，目前汽车行业竞争日益激烈，尽管行业 2025 年发生的“内卷”势头有所遏制，但行业未来几年继续保持较强竞争态势是大概率事件，整车厂的竞争也会传导至零部件企业，未来公司仍将持续应对客户要求更好产品、更优价格与公司市场份额、盈利能力的平衡问题。

公司将在往年应对“年降”的相关措施上，适度加快对新技术、新产品、新市场的开发与拓展，持续围绕轻量化、高可靠深挖价值，通过为客户提供差异化产品避免同质化价格竞争，积极拓展商用车、数据中心及海外等新市场；进一步精细化运营，通过自动化、信息化持续挖掘生产运营效率，持续提高存货、应收账款周转效率；在现有基础上进一步深化生产专业分工，在内部普遍推行独立核算考核，提高各子公司独立盈利能力，增强公司整体竞争力。

公司作为一家以电驱动技术及热管理应用为核心发展方向的零部件公司，参照同行公司及汽车零部件行业平均盈利水平，如何为客户持续提供具有竞争优势及差异价值的产品和服务并获得合理稳定的盈利水平是公司核心目标。

## **(2) 公司已对毛利率及盈利能力作出相应风险提示**

公司已在招股说明书中作出相关风险提示，具体如下：

### **“1、收入增速放缓甚至下滑风险**

报告期内，受益新能源汽车销量快速增长，公司营业收入分别为 103,094.61 万元、130,060.15 万元和 141,145.40 万元，2023 年至 2025 年收入复合增速为 17.01%。由于新能源汽车渗透率已接近 50%，其未来增速预计将有所放缓，以及来自整车厂年降压力增大、整车厂市场份额持续集中导致供应链企业竞争压力增大，叠加全球贸易摩擦进一步加剧、全球供应链不稳定性增强、发行人如未能持续通过技术迭代与产品创新满足日益丰富的客户需求等因素，发行人未来收入存在增速放缓甚至下滑的风险。

### **2、毛利率下降风险**

报告期内，发行人毛利率分别为 17.73%、18.68%和 17.30%，2023-2024 年毛利率呈现平稳上升态势，这主要是由于毛利率较高的无刷系列产品销售占比持续提高，2025 年毛利率有所下降主要受下游汽车行业年降影响。2025 年以来，国内整车厂对汽车零部件供应商提出了更大幅度的降价要求，这使得汽车零部件企业的毛利率普遍承压，公司存在来自客户持续大幅降价要求导致公司毛利率进一步下降的风险。如未来整车厂持续保持大幅年降要求且公司无法通过 VAVE 等方式有效降本或向下游有效传导，或公司因市场竞争关系份额下降导致产能利用率不足等，公司毛利率存在下降的风险。

### **3、净利润增速放缓甚至下滑的风险**

报告期内，公司分别实现净利润 8,123.80 万元、11,637.64 万元和 13,161.98

万元，2023年至2024年增长幅度较快，主要系下游新能源汽车市场增长较快，公司产品为国内外多家知名新能源汽车品牌配套，营业收入规模快速增长，同时毛利率更高的无刷系列产品占比持续提升，带来公司利润快速增长。公司所处下游乘用车行业2025年以来竞争进一步加剧，对上游零部件供应商降价要求持续提升，受此影响，公司2025年实现净利润13,161.98万元，同比增长13.10%，增速有所放缓。未来如再叠加新能源汽车补贴政策退坡甚至取消等不利因素，公司作为汽车零部件企业，毛利率存在较大下降压力，公司净利润也存在增速放缓甚至下滑的风险。”

#### 6、发行人毛利率与可比公司毛利率变动趋势存在差异的原因

报告期内，公司与飞龙股份、旭升集团、文灿股份的毛利率基本相近，由于恒帅股份毛利率大幅高于其他可比公司，使得公司毛利率低于同行业可比公司平均水平。2023-2024年，剔除恒帅股份后同行业可比公司主营业务毛利率平均值分别为20.31%、19.03%，与公司主营业务毛利率较为接近。

报告期内，公司与可比公司主营业务毛利率及变动趋势，对比情况如下：

公司名称	2025年度		2024年度		2023年度
	毛利率	同比变动	毛利率	同比变动	毛利率
恒帅股份	未披露	未披露	34.19%	-1.65%	35.84%
飞龙股份	未披露	未披露	21.57%	0.63%	20.94%
旭升集团	未披露	未披露	19.63%	-3.63%	23.26%
文灿股份	未披露	未披露	12.78%	-2.26%	15.04%
天龙股份	未披露	未披露	22.12%	0.11%	22.01%
可比公司主营业务毛利率平均值	/	/	22.06%	-1.36%	23.42%
可比公司主营业务毛利率平均值 (剔除恒帅股份)	/	/	19.03%	-1.29%	20.31%
朗信电气	17.20%	-1.26%	18.46%	0.78%	17.68%

注：数据来源于可比公司公开披露文件，截至本回复签署日可比公司2025年度数据未披露。

2023年度至2024年度，公司主营业务毛利率上升，和可比公司飞龙股份、天龙股份的毛利率变动趋势一致；2025年度，公司主营业务毛利率受下游汽车行业竞争加剧影响，较2024年度有所下降。报告期内，公司与可比公司存在毛利率变动趋势不一致的情形，主要原因系虽然公司与同行业可比公司所处行业领域相同、主营业务相似，但具体业务、产品结构、客户结构和业务规模不完全一致，因此毛利率及毛利率变动趋势存在一定差异。报告期内，公司与可比公司在具体业务、产品结构、客户结构、业务规模等方面存在的差异如下：

公司名称	主营业务	产品结构	客户结构	业务规模情况
恒帅股份	车用电机技术、流体技术相关产品的研发、生产与销售。	主要产品包括：驾驶视觉清洗系统业务单元主要包括汽车清洗泵、清洗系统产品、智能汽车高级驾驶辅助系统（ADAS）传感器的主动感知清洗系统等产品； 热管系统业务单元主要包括新能源汽车热管理系统的冷却歧管、电子循环泵等产品； 电机业务单元主要包括后备箱及侧门电机、风扇电机、ABS 电机、滚筒电机等产品；电动模块业务单元主要包括隐形门把手驱动机构、充电小门执行器等产品。	主要客户包括宝马、本田、现代、比亚迪、吉利、长城等知名整车厂，博世、大陆等全球知名跨国汽车零部件企业，迈乐（Meyle）、费比（Febi）、标淮汽车（SMP）等售后市场渠道商及贸易型客户。	2023-2024 年及 2025 年 1-6 月，恒帅股份分别实现营业收入 9.23 亿元、9.62 亿元和 4.28 亿元
飞龙股份	汽车领域热管理部件和民用领域热管理部件的制造、销售。	发动机热管理重要部件：机械水泵、排气歧管、机油泵等； 发动机热管理节能减排部件：涡轮增压器壳体； 新能源、氢燃料电池和 5G 工业液冷及光伏系统冷却部件与模块；电子水泵、温控阀等。	上汽通用、上海大众、一汽大众、上海汽车、奇瑞、赛力斯、长城汽车、广汽、博格华纳、盖瑞特、美国通用等。	2023-2024 年及 2025 年 1-6 月，飞龙股份分别实现营业收入 40.95 亿元、47.23 亿元和 21.62 亿元
旭升集团	精密铝合金零部件的研发、生产与销售。	主要产品为变速箱壳体模具、变速箱箱体、电机外壳、电子元件保护外壳、高压清洗机泵头、扭力转换器导轮、油泵组件、注塑机集水器等。	主要客户包括 Rivian、Lucid、蔚来、理想、小鹏、长城汽车、德国大众等整车厂客户，以及国内外知名一级零部件供应商如采埃孚、法雷奥西门子、海斯坦普、C 客户等。	2023-2024 年及 2025 年 1-6 月，旭升集团分别实现营业收入 48.34 亿元、44.09 亿元和 20.96 亿元
文灿股份	汽车铝合金精密铸件的研发、生产和销售。	主要产品包括拨叉、电动机端盖、定子、水泵盖等，产品应用于汽车动力系统、底盘系统和车身三个领域。	主要客户包括北美新能源车企、比亚迪、吉利、蔚来汽车、理想汽车、小鹏汽车、大众、奔驰、宝马、奥迪等国内外知名整车厂商，以及采埃孚（ZF）、博世（BOSCH）、大陆（Continental）、麦格纳（MAGNA）、法雷奥（VALEO）、本特勒（Benteler）等全球知名一级汽车零部件供应商。	2023-2024 年及 2025 年 1-6 月，文灿股份分别实现营业收入 51.01 亿元、62.47 亿元和 28.03 亿元

公司名称	主营业务	产品结构	客户结构	业务规模情况
天龙股份	以精密模具开发、高复杂度的注塑成型工艺和自动化装配技术为核心，致力于成为精密制造领域领先的精密模具、注塑、装配一站式集成化方案提供商。	汽车零部件：电子控制系统类零部件、轻量化功能结构件； 电工电器零部件和精密模具。	博泽集团、日立集团、大陆汽车、博世集团、翰昂集团、法雷奥集团、施耐德、伊顿集团等。	2023-2024 年及 2025 年 1-6 月，天龙股份分别实现营业收入 13.18 亿元、13.67 亿元和 6.15 亿元

报告期内，可比公司的毛利率变动幅度不大，因此可比公司的年度报告中未对毛利率变动原因进行具体说明。结合可比公司的公开披露信息、相关研报和跟踪评级报告，经分析可比公司毛利率变动的具体情况及原因如下：

### （1）恒帅股份

2023 年度至 2025 年 1-6 月，恒帅股份主营业务毛利率分别为 35.84%、34.19% 和 30.97%，2024 年毛利率较 2023 年下降 1.65 个百分点。根据恒帅股份《2024 年年度报告》，2024 年，清洗系统产品的毛利率为 24.78%，较上年同期下降 5.74%。根据《恒帅股份：业绩符合预期，主动感知清洗进入兑现期》（国元证券，2025 年 4 月）分析，公司流体业务产品主要客户涵盖国内外知名的新能源及燃油车整车厂，随着汽车行业的成本竞争加剧，公司该业务的传统板块存在一定的增长压力。综上，恒帅股份 2024 年的毛利率下降系主要受清洗系统竞争加剧，产品毛利率下降导致。2025 年 1-6 月，恒帅股份主营业务毛利率较 2024 年度下降 3.22 个百分点，与公司变动趋势一致。

### （2）飞龙股份

2023 年度至 2024 年度，飞龙股份主营业务毛利率分别为 20.94%和 21.57%，整体呈上升趋势，与公司主营业务毛利率变动趋势一致。2025 年 1-6 月，飞龙股份主营业务毛利率较 2024 年度提升 3.94 个百分点，与公司变动趋势不一致，主要系其“汽车发动机热管理重要部件”和“汽车发动机热管理节能减排部件”毛利率提升所致，其“汽车新能源热管理部件”业务毛利率同比下降 2.98 个百分点，与公司变动趋势一致。

### （3）旭升集团

2023 到 2025 年 1-6 月，旭升集团的毛利率分别为 23.26%、19.63%和 21.51%，2024 年毛利率较 2023 年下降 3.63 个百分点。根据《旭升集团：盈利承压，储能和机器人业务或成新增长引擎》（野村东方国际证券，2025 年 4 月）分析，旭升

集团全年业绩低于预期，主要是激烈市场竞争下公司价格端承压。根据《旭升集团：2024 年报及 2025 年一季报业绩点评》（光大证券，2025 年 4 月）分析，旭升集团的 2024 年四季度毛利率同环比下滑主要由于终端客户年降压力传导、上游原材料价格波动、折旧费用增加以及会计准则变更将质保费计入营业成本。综上，研究报告普遍分析认为，旭升集团 2024 年的毛利率下降系受到降价压力和成本波动所致。2025 年 1-6 月，旭升集团主营业务毛利率较 2024 年度提升 1.88 个百分点，根据《业绩持续修复，镁合金、储能、机器人布局同步进行时》（华创证券，2025 年 8 月）分析，毛利率仍有提升，估计产品结构优化（如储能营收高增）的贡献较大。

#### （4）文灿股份

2023 到 2025 年 1-6 月，文灿股份的毛利率分别为 15.04%、12.78%和 13.60%，2023 年度至 2024 年度呈下降趋势。根据《文灿股份：2019 年广东文灿压铸股份有限公司可转换公司债券 2024 年跟踪评级报告》（中证鹏元，2024 年 6 月），2023 年销售毛利率下降 3.50 个百分点，主要原因有：一是产品结构有所调整，毛利率相对较高的新能源汽车类铸件收入占比有所下降，二是 2022 年第二季度开始逐步转固多台 2,500 吨以上的压铸机，但产销量未达预期、产能爬坡等因素导致单位产品分摊的成本上升，三是墨西哥工厂产品质量相关的费用支出增加及新工厂亏损。根据《海外经营承压拖累业绩，布局镁合金已获定点》（中金公司，2025 年 4 月）分析，盈利能力来看，2024 年 4 季度毛利率为 5.6%，同环比明显下滑，主要系四季度将质保金调整至成本以及海外工厂经营持续承压带来。综上，结合研究报告和跟踪评级报告，文灿股份 2023 年和 2024 年的毛利率下降主要系受到产品结构变动、产能爬坡阶段影响和海外业务经营承压导致。

#### （5）天龙股份

2023 年度至 2024 年度，天龙股份主营业务毛利率分别为 22.01%和 22.12%，整体呈上升趋势，与公司主营业务毛利率变动趋势一致。2025 年 1-6 月，天龙股份主营业务毛利率较 2024 年度提升 0.74 个百分点，与公司变动趋势不一致，主要系天龙股份主营产品为精密注塑产品，2025 年 1-6 月其主要原材料塑料粒子采购单价降幅较大所致。

综上所述，报告期内可比公司的毛利率变动受到产品结构变动、产品降价压力、成本波动和海外业务发展等众多因素影响。如本题前述分析，公司报告期内的毛利率变动主要受到产品结构（如无刷系列产品占比持续提升）、客户收入及应用车型占比、成本波动等多重因素变动影响。因此，公司与同行业可比公司的毛利率变动受到各自业务发展和产品结构、行业趋势的影响，叠加在具体业务、产品结构、客户结构和业务规模方面的差异，报告期内毛利率变动趋势与部分可

比公司不一致具有合理性。

(二) 结合电子风扇、电机总成、电子水泵等产品对应的终端客户、售价、单位成本等变动原因, 说明电子风扇及电机总成毛利率快速提升、电子水泵毛利率由正转负的原因及合理性。

### 1、电子风扇

报告期内, 电子风扇毛利率分别为 18.44%、20.16%和 19.65%。

2024 年度, 电子风扇毛利率提升, 主要原因是: 1) 发行人向主要终端客户销售的新能源汽车电子风扇相较燃油车电子风扇毛利率更高, 主要是新能源汽车的电池、电机、电控对热管理精密控制程度要求更高, 因此主要使用无刷电子风扇, 而无刷电子风扇具有启动快、制动及时、可在大范围内平滑调速、控制电路相对简单等优点, 且包含 PCBA 等电子元器件, 价格、生产成本及毛利率相对更高; 2) 随着国内市场新能源汽车销量的持续增长, 发行人终端客户新能源汽车销量占比不断提高, 因此新能源汽车电子风扇销售占比也不断提高, 2023 至 2024 年, 发行人向奇瑞汽车销售的新能源汽车电子风扇占比由 2.50%提高至 10.51%、吉利集团由 5.53%提高至 10.48%、长安汽车由 1.57%提高至 3.33%, 从主要终端客户整体来看, 发行人的新能源汽车电子风扇销售占比由 47.20%提高至 56.02%, 毛利率较高的无刷电子风扇销售占比提升较多。因此 2024 年, 发行人电子风扇毛利率提升较快具有合理性。

2025 年度, 电子风扇毛利率较 2024 年度下降了 0.51 个百分点, 主要原因是受下游新能源汽车市场竞争加剧影响, 整车厂商对供应商年降幅度要求较高, 主要终端客户的电子风扇销售均价相比去年下降了 4.85%, 因此电子风扇当期毛利率有所下降。

### 2、电机总成

报告期内, 电机总成主要销售给关联方上海银轮及银轮 TDI 用于其组装电子风扇并最终配套给北美新能源车企, 均为无刷系列, 用于 M3/MY 纯电车型; 同时公司还向比亚迪销售少量有刷电机总成, 主要用于纯电的海洋系列车型以及部分燃油车的售后更换。

2024 年度, 电机总成毛利率相比 2023 年度下降 2.58 个百分点, 主要受国内新能源汽车市场竞争加剧影响, 北美新能源车企和比亚迪对下游供应商的年降幅度要求更高, 其中销售给北美新能源车企的电机总成单价下降 3.34%, 销售给比亚迪的电机总成单价下降 7.09%, 超过了单位成本的降幅, 因此 2024 年度电机总成毛利率有所下滑。

2025 年度, 电机总成毛利率较 2024 年度下降 2.95 个百分点, 主要原因是: 1) 销售给北美新能源车企的电机总成单价下降 4.46%, 超过了单位成本的降幅,

因此对北美新能源车企销售的电机总成毛利率有所下滑；2) 向比亚迪销售的毛利率较低的产品金额占比较高，因此有刷电机总成毛利率总体有所下降。

### 3、电子水泵

报告期内，发行人电子水泵产品尚未稳定供货，主要客户出货量较小，各客户的销量波动较大。

发行人电子水泵产品的销售单价、单位材料、单位人工成本、制造费用及对毛利率具体影响如下：

单位：元/套

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	数值	毛利率变动 贡献/幅度	数值	毛利率变动贡献/幅度	数值
毛利率	-33.71%	10.76%	-44.47%	-32.12%	-12.35%
平均售价	89.32	-99.10%	150.59	-15.37%	171.19
单位成本	119.43	109.86%	217.56	-16.75%	192.33
其中：单位材料	88.29	49.11%	132.16	3.12%	136.86
单位人工	7.24	11.14%	17.19	-1.65%	14.71
单位制费	23.93	49.56%	68.20	-18.22%	40.77

注：上表中各数据变动影响计算公式如下：

单价的影响=（本期销售均价—上期单位成本）/本期单价—上期毛利率；

单位成本变动的的影响=（上期单位成本—本期单位成本）/本期单价；

单位材料的影响=（上期单位直接材料—本期单位直接材料）/本期单价；

单位人工的影响=（上期单位人工—本期单位人工）/本期单价；

单位制费的影响=（上期单位制费—本期单位制费）/本期单价；

毛利率变动幅度=本期毛利率—上期毛利率=单价的影响+单位成本的影响。

2024 年电子水泵毛利率下降，主要是销售单价下降和单位制造费用大幅增长所致。平均售价方面，发行人作为新进入厂家在价格方面需跟随市场，电子水泵市场竞争激烈，同时叠加年降的影响，电子水泵销售单价持续下降；单位成本方面，一方面受公司新增电子水泵自动化产线影响，另一方面系公司电子水泵产品目前处于产品和业务开发阶段，单批产品规模较小，因此存在频繁切换产线的情况，同时公司电子水泵部分新产品质量尚不稳定，存在返工生产的情况，分摊的人工成本及折旧等制造费用相对较高。

2025 年，电子水泵对比亚迪和吉利集团的出货量稳定提升，随着电子水泵产线产能利用率的提升，其单位生产成本快速降低，电子水泵的毛利率也有所提升。

综上所述，电子水泵毛利率由正转负具有合理性。

(三) 表格列示发行人主要客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况，说明向银轮集团销售无刷系列电子风扇毛利率高于其他客户的合理性，不同客户之间相同产品的毛利率是否存在较大差异，如存在，说明原因及合理性。

### 1、表格列示发行人主要客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况

公司主要为乘用车主机厂提供电子风扇、电子水泵等产品，由于各主机厂不同车型对产品尺寸、产品功率、工艺要求、设计等需求不同，产品价格一般系在考虑成本加合理利润的基础上，双方商务谈判而最终确定。

由于公司产品细分小类及适配车型较多，具有多品种、定制化的特点，受市场竞争情况、产品销量情况、模具摊销方式不同、项目迭代及产品配置不同等因素的影响，不同项目之间产品毛利率存在一定的差异。

### 2、向银轮集团销售无刷系列电子风扇毛利率高于其他客户的合理性

报告期内，公司向银轮集团销售的无刷系列电子风扇的销售毛利率与其他客户销售毛利率的对比情况，具体如下：

单位：万元

客户	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
银轮集团	18,809.09	24.77%	15,948.44	21.59%	11,397.53	22.96%
其他客户合计	76,888.52	19.41%	73,126.97	21.37%	48,501.42	18.68%

2024 年度，公司向银轮集团销售无刷系列电子风扇毛利率与公司向其他客户销售的毛利率基本一致，差异较小。

2023 年度，公司向银轮集团销售的无刷系列电子风扇毛利率为 22.96%，高于其他客户，与当期向江苏嘉和销售的无刷系列电子风扇毛利率较为接近，主要是因为：①公司通过银轮集团销售无刷系列电子风扇主要是功率为 450W 的 108 系列电子风扇，与向江苏嘉和销售的产品功率相同，且单价较为接近，二者毛利率亦较为接近，而向吉利集团和一汽集团销售的 108 系列电子风扇中包含部分 650W 产品，由于量产时间较短，毛利率较低；②2023 年度，公司向银轮股份销售的 111 系列无刷电子风扇产品主要应用于商用车领域，该系列产品均价和毛利率较高。

2025 年度，公司向银轮集团销售毛利率高于其他客户，主要系 2025 年非关联方客户中吉利、比亚迪等终端整车厂实施了较为激进的年降策略，公司非关联方无刷产品毛利率较 2024 年有所下降。

综上所述，公司向银轮集团销售无刷系列电子风扇毛利率高于其他客户，主要原因系向银轮股份销售的无刷系列风扇产品结构差异所致，与向其他客户销售的相同功率段的同系列产品毛利率基本一致，具有合理性。

### **3、不同客户之间相同产品的毛利率是否存在较大差异，如存在，说明原因及合理性**

公司主要为乘用车主机厂提供电子风扇、电子水泵等产品，由于各主机厂不同车型对产品尺寸、产品功率、工艺要求、设计等需求不同，产品价格一般系在考虑成本加合理利润的基础上，双方商务谈判而最终确定。

由于公司产品细分小类及适配车型较多，具有多品种、定制化的特点，受市场竞争情况、产品销量情况、模具摊销方式不同、项目迭代及产品配置不同等因素的影响，不同项目之间产品毛利率存在一定的差异。公司对不同客户销售相同（或近似）产品的毛利率通常不存在较大差异，具体分析详见本题前文回复之“1、表格列示发行人主要客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况”。

**（四）说明公司是否存在被下游客户挤压毛利的情形，价格传导机制是否有效，毛利率是否存在下降风险，并充分揭示相关风险。**

#### **1、公司存在被下游客户要求降价的情形**

报告期内，公司存在因汽车行业“年降”及同行公司竞争关系收到客户要求对产品价格进行下调的情况。

根据汽车行业惯例，一款车型的配套零部件在其产品生命周期内，汽车整车厂会根据整车定价情况、零部件生产工艺逐步成熟等要求零部件供应商逐年适当下调供货价格的情形。报告期内，公司主要客户普遍规定了年降政策，其中一汽集团、长安汽车等客户在部分项目定点时已确定了明确的年降幅度；比亚迪、奇瑞、吉利等客户定期与公司对既有产品的销售价格进行谈判，具体降价幅度会综合考虑采购量、供应商的供货份额、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，协商确定具体降价幅度。

公司在面对汽车行业年降惯例时，通常在进行定点报价和产品设计时就予以充分考虑，通过优化产品设计、原材料国产化替代等措施，保证在年降情况下能预留合理的毛利空间。报告期内，发行人大部分产品执行了年降政策，根据供货价格和供货份额不同确定的年降比例有所不同，年降比例普遍在 3%-5%。

#### **2、公司具有一定的价格传导能力**

公司的价格传导能力包括两个方面：1）在遭遇成本波动压力时，可向下游客户进行一定程度传导；2）公司向上游供应商具有一定价格传导机制。具体情况如下：

### **(1) 成本驱动型的正向传导**

1) 在原材料价格上涨时，如果经公司测算后的产品仍能保持合理的毛利空间，可视为原材料价格在正常范围内的波动，公司不会对产品的价格进行调整；如果原材料市场价格短期大幅上涨时，经公司确认调价因素影响程度大、属于较长持续趋势、行业企业陆续开始进行价格调整时，公司会在年降谈判中考虑原材料价格上涨的因素；2) 在原材料价格下降时，若属于公司通过与供应商谈判成功压低原材料价格，则不会对产品价格产生影响；若属于原材料市场出现普遍广泛、程度较大、持续时间较长的价格下降，则客户会在年降谈判中考虑原材料价格变动因素，公司与客户进行协商后决定是否下调产品销售价格。

### **(2) 向上游供应商的逆向传导**

在逆向传导方面，公司通过规模化采购降低成本，同时与供应商友好协商，将降价压力适度传导至上游供应商。公司的逆向传导机制，具体如下：

1) 公司在产品开发上采取了平台化开发模式，以应对下游主机厂车型多样化及零部件型号繁多的行业特征，有效解决多车型适配、高频次新品开发及零部件种类繁杂的开发及生产、管理难点。公司通过平台化开发策略，大幅提高零件通用性，可显著减少设计冲突与工程验证成本，提升零件在不同产品型号的适配率，进而缩短新产品新应用的开发周期。另一方面，公司通过简化物料规格型号数量，增强物料通用性，提高相同规格型号物料的应用领域和规模效应，实现规模采购，提高采购议价能力。

2) 报告期内，随着公司产能和销售规模的持续扩大，规模效应显现，公司通过规模化采购获得更低的采购价格或者拓展采购渠道，降低公司主要原材料的采购成本，实现成本向上游的传导。

3) 面对下游终端客户提出的降价要求，公司主要通过积极与上游供应商进行价格谈判，通过加强询价力度等方式降低采购成本。同时，公司可与前述供应商进行友好、充分地沟通协商，探讨原材料优化方案，将降价压力适度传导至上游供应商，减少终端产品降价的影响。

4) 公司积极探索和实现数字化采购，通过上线供应商关系管理平台（SRM系统）实现了采购全流程的数字化。公司积极探索创新管理模式，对部分供应商库存实行寄售管理，公司按实际领用量与供应商进行结算，有效降低了公司原材料库存管理成本。

如前所述，公司已建立了较为完善的上下游价格传导应对机制，下游客户的常规年降对公司毛利率影响有限。若未来汽车行业竞争进一步加剧，整车降价覆盖面进一步扩大，车型更新换代速度进一步加快，可能会导致整车厂对供应链的降价要求提高，汽车零部件价格年降幅度增大，进而使公司的毛利率承压，对公

司的经营业绩造成不利影响。此外，若出现价格传导机制受阻乃至失效等情形，公司存在毛利率下降风险。

### 3、风险提示

公司在招股说明书之“第三节风险因素”之“三、财务风险”之“2、毛利率下降风险”中充分披露毛利率下降的风险，具体披露如下：

“报告期内，发行人毛利率分别为 17.73%、18.68%和 17.30%，2023-2024 年毛利率呈现平稳上升态势，这主要是由于毛利率较高的无刷系列产品销售占比持续提高，2025 年毛利率有所下降主要受下游汽车行业年降影响。2025 年以来，国内整车厂对汽车零部件供应商提出了更大幅度的降价要求，这使得汽车零部件企业的毛利率普遍承压，公司存在来自客户持续大幅降价要求导致公司毛利率进一步下降的风险。如未来整车厂持续保持大幅年降要求且公司无法通过 VAVE 等方式有效降本或向下游有效传导，或公司因市场竞争关系份额下降导致产能利用率不足等，公司毛利率存在下降的风险。”

#### 二、营业成本与采购价格公允性。

（一）结合各期原材料采购、生产耗用、期末留存、销售规模变动等，说明主要原材料采购量、耗用量与产销量的匹配关系，主要原材料单位耗用变化情况、人工的投入产出及变动情况是否存在异常。

##### 1、主要原材料采购、生产耗用、期末留存情况

报告期内，公司采购的主要原材料包括 PCBA、塑料粒子、漆包线、板材、线束、散热盖等，上述主要原材料采购金额合计分别为 51,259.20 万元、64,382.73 万元和 71,697.58 万元，占公司采购总额的比重分别为 76.39%、74.43%和 75.90%，上述主要原材料的采购、生产耗用、期末留存情况如下：

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度
PCBA (万个)	期初结存	3.02	5.31	12.02
	本期采购入库	446.88	351.36	249.31
	生产耗用	447.03	353.52	255.13
	其他耗用	0.18	0.13	0.88
	期末结余	2.69	3.02	5.31
塑料粒子 (万 kg)	期初结存	7.00	22.72	29.02
	本期采购入库	1,058.99	953.08	704.61
	生产耗用	1,056.34	966.64	709.56
	其他耗用	2.17	2.16	1.35
	期末结余	7.48	7.00	22.72
漆包线	期初结存	3.93	3.31	6.11

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度
(万 kg)	本期采购入库	134.93	120.47	91.81
	生产耗用	134.74	119.80	94.44
	其他耗用	0.46	0.05	0.18
	期末结余	3.67	3.93	3.31
板材 (万 kg)	期初结存	33.33	23.42	52.19
	本期采购入库	1,463.19	1,357.21	1,074.21
	生产耗用	1,434.70	1,345.60	1,103.09
	其他耗用	36.07	1.70	-0.12
	期末结余	25.75	33.33	23.42
线束 (万根)	期初结存	6.54	10.86	29.58
	本期采购入库	669.16	572.80	524.81
	生产耗用	673.02	574.69	542.89
	其他耗用	0.27	2.42	0.65
	期末结余	2.41	6.54	10.86
散热盖 (万个)	期初结存	7.91	6.24	17.59
	本期采购入库	553.10	458.50	365.17
	生产耗用	552.55	456.61	375.86
	其他耗用	0.11	0.22	0.66
	期末结余	8.35	7.91	6.24

注：其他耗用主要为研发耗用、零星原材料销售出库等；2023 年板材其他耗用为负系研发领料退库。

由上表所示，报告期内，公司所购主要原材料的去向主要为生产耗用，少量其他耗用为研发耗用、原材料销售出库等，报告期各期主要原材料的采购量和耗用量基本匹配。

综上所述，报告期各期主要原材料的采购量和耗用量基本匹配。

## 2、原材料采购与销售规模变动基本匹配

报告期内，公司的产品包括电子风扇、电机总成、电子水泵等热管理系统电驱动零部件产品，其主要产品销售规模情况如下：

单位：万元、万套

产品类别	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		金额/销量	同比	金额/销量	同比	金额/销量
电子风扇及电机总成	销售金额	131,564.53	5.07%	125,217.16	27.20%	98,440.91
	销量	682.93	7.38%	635.97	22.82%	517.81

产品类别	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		金额/销量	同比	金额/销量	同比	金额/销量
电子水泵	销售金额	4,147.92	122.96%	1,860.36	-5.96%	1,978.32
	销量	46.44	275.90%	12.35	6.90%	11.56
合计	销售金额	135,712.45	6.80%	127,077.52	26.55%	100,419.23
	销量	729.37	12.50%	648.33	22.47%	529.37
原材料采购	采购金额	94,461.05	9.19%	86,507.80	28.92%	67,100.31

报告期内，受益于下游新能源汽车市场快速发展以及产品结构中无刷占比提升，公司整体销售规模同比呈现逐年上升趋势，2024 年、2025 年主要产品销售金额同比增长 26.55%、6.80%，主要产品销量同比增长 22.47%、12.50%，公司对应原材料采购金额同比增长 28.92%、9.19%，原材料采购金额变动情况与销量、销售收入变动情况基本匹配。

### 3、主要原材料单位耗用变化情况

#### (1) PCBA

公司 PCBA 主要用在无刷系列产品以及部分带控制器模块的有刷产品，报告期内，公司 PCBA 单位耗用量变化情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
PCBA 生产耗用量（万个）	447.03	353.52	255.13
无刷产品及带控制器模块的有刷产品产量（万套）	451.35	358.02	254.66
其中：双风扇产品产量（万套）	10.45	1.58	2.67
单位耗用量（个/套）	0.99	0.99	1.00

报告期内，公司 PCBA 单位耗用量分别为 1.00 个/套、0.99 个/套和 0.99 个/套，2023 年至 2025 年 PCBA 单耗基本保持平稳，不同年份之间的变动主要受生产领用和产品入库的时间性差异影响。

#### (2) 塑料粒子

公司塑料粒子主要用于注塑生产电子风扇护风圈、风扇叶轮、电子水泵塑料件等配件，报告期内，公司塑料粒子单位耗用量变化情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
塑料粒子生产耗用量（万 kg）	1,056.34	966.64	709.56
电子风扇、电机总成、电子水泵等主要产品产量（万套）	669.08	682.09	558.10
单位耗用量（kg/套）	1.58	1.42	1.27

报告期内，公司塑料粒子单位耗用量分别为 1.27kg/套、1.42kg/套和 1.58kg/套，2023 年至 2025 年塑料粒子单耗逐年上升，主要受产品结构变化影响，相较于有刷电子风扇，无刷电子风扇通过增大叶轮直径可以使无刷电机在更高效率的

转速区间运行，并显著降低了叶片通过的频率噪声，而更大的叶轮直径反映在生产环节中体现为需要耗用更高比例的塑料粒子。报告期内，无刷系列产品与有刷系列产品产量及占比情况如下：

单位：万套

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	产量	占比	产量	占比	产量	占比
无刷系列产品	601.06	74.51%	463.37	67.93%	349.52	62.63%
有刷系列产品	205.67	25.49%	218.72	32.07%	208.58	37.37%
合计	806.72	100.00%	682.09	100.00%	558.10	100.00%

2023 年至 2025 年，公司无刷电子风扇和电机总成产品的产量占比逐年上升，与塑料粒子的单耗变动趋势一致。

### (3) 漆包线

漆包线主要用于产品定子绕组，公司主要产品基本都需要使用漆包线，报告期内，公司漆包线单位耗用量变化情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
漆包线生产耗用量（万 kg）	134.74	119.80	94.44
电子风扇、电机总成、电子水泵等主要产品产量（万套）	806.72	682.09	558.10
单位耗用量（kg/套）	0.17	0.18	0.17

报告期内，公司漆包线单位耗用量分别为 0.17kg/套、0.18kg/套和 0.17kg/套，单耗基本保持平稳，不同年份之间的变动主要受生产领用和产品入库的时间性差异影响。

### (4) 板材

板材主要用于冲压生产各类金属配件，公司主要产品基本都需要使用板材，报告期内，公司板材单位耗用量变化情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
板材生产耗用量（万 kg）	1,434.70	1,345.60	1,103.09
电子风扇、电机总成、电子水泵等主要产品产量（万套）	806.72	682.09	558.10
单位耗用量（kg/套）	1.78	1.97	1.98

报告期内，公司板材单位耗用量分别为 1.98kg/套、1.97kg/套和 1.78kg/套，2023 年至 2025 年板材单耗呈现下降趋势，主要系公司持续推进生产工艺优化及提高产品轻量化水平，从而有效降低了单位产品的原材料消耗水平。

### (5) 线束

线束主要用于电子风扇或电机总成生产，电子水泵产品因其外接插头直接焊接在外壳上，因此无需使用线束，报告期内，公司线束单位耗用量变化情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
线束生产耗用量（万根）	673.02	574.69	542.89
电子风扇、电机总成产量（万套）	740.46	663.35	541.71
单位耗用量（根/套）	0.91	0.87	1.00

报告期内，公司线束单位耗用量分别为 1.00 根/套、0.87 根/套和 0.91 根/套。

2024 年度，公司线束的单位耗用量较 2023 年下降较多，主要系公司为控制质量及降本增效，2024 年度开始逐步通过外采注塑插头、导线、电阻等零部件自行组装线束用于产品生产，该部分线束系公司产线组装生产，未计入线束生产直接耗用。

2025 年，公司线束的单位耗用量较 2024 年有所上升，主要系公司双风扇产品产量较 2024 年增加 8.87 万套，双风扇产品包含 2 个电机，需要耗用 2 根线束，双风扇产品产量增加相应带动线束单位耗用量的提升。

#### （6）散热盖

散热盖主要用于电子风扇、电机总成或电子水泵运行过程中的散热使用，部分低功率产品因其工作过程中热负荷较低，因此无需安装散热盖，报告期内，公司散热盖单位耗用量变化情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
散热盖生产耗用量（万个）	552.55	456.61	375.86
需要安装散热盖的产品产量（万套）	612.57	471.71	365.03
单位耗用量（个/套）	0.90	0.97	1.03

报告期内，公司散热盖单位耗用量分别为 1.03 个/套、0.97 个/套和 0.90 个/套，2023-2025 年散热盖单耗呈现下降趋势，主要受以下两方面因素综合影响：一方面公司持续推进生产工艺优化及员工操作技能提升，带动产线生产效率显著提高，从而有效降低了单位产品的原材料消耗水平；另一方面系产品生产入库与材料领用的时间性差异。

综上所述，报告期内公司各主要原材料单位耗用变化情况具有合理性，不存在异常情形。

#### 4、人工的投入产出及变动情况

报告期内，公司生产人员人均产量及单位工时产量变动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
主要产品产量（万套）	742.44	682.09	558.10

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
生产人员平均数量（人）	1,141	1,017	848
人均产品产量（万套/人/年）	0.65	0.67	0.66
生产总工时（万小时）	310.07	300.66	245.93
单位工时产量（套/小时）	2.39	2.27	2.27

注 1：主要产品指电子风扇、电机总成及电子水泵产品；

注 2：生产人员数量系月度加权平均人数，生产人员包括报告期内劳务派遣人员、劳务外包人员等；

2023 年至 2025 年，公司生产人员人均产品产量基本保持稳定，单位工时产量呈上升趋势，主要系搬迁新厂房后，陆续在新厂房内购置较多自动化设备，生产空间改善及自动化设备增加后，公司单位工时产量有所上升。

（二）说明各类原材料的主要供应商成立时间、经营范围、注册资本、参保人数、经营规模、合作历史、采购内容、定价方式、结算方式、发行人占供应商营业收入的比例等，说明是否对供应商存在依赖，供应商是否专门或主要为公司服务，是否存在利益输送或异常资金往来。

公司采购的原材料主要包括 PCBA、塑料粒子、板材、漆包线、线束、散热盖等。报告期内，公司各类原材料的主要供应商的基本情况与公司的合作情况如下：

### 1、PCBA

公司 PCBA 材料的主要供应商为杭州湘滨电子科技股份有限公司，报告期内合计采购金额占该类材料总采购额比例为 98.25%。杭州湘滨电子科技股份有限公司基本情况及与公司的合作情况如下：

项目	具体情况
供应商名称	杭州湘滨电子科技股份有限公司
成立时间	2014 年 9 月 1 日
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；汽车零配件批发；汽车零部件研发；汽车零部件及配件制造；汽车零配件零售；电子产品销售；机械设备销售；机械设备研发；货物进出口；技术进出口（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）。
注册资本	4,233.3334 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：581 人 员工人数：720 人
经营规模	2024 年营业收入约 10.7 亿元
合作历史	2016 年开始合作

项目	具体情况
采购内容	公司向杭州湘滨电子科技股份有限公司主要采购 PCBA，报告期内采购金额分别为 19,431.05 万元、24,720.13 万元和 27,137.76 万元，占 PCBA 采购总额的比例分别为 100.00%、99.37%和 96.07%
定价方式	成本加成，并结合市场价格经双方协商后确定
结算方式	银行转账
采购金额占该等供应商营业收入的比例	20%-30%
是否关联方	否

注：员工人数、供应商经营规模、采购金额占供应商营业收入的比例数据取自供应商访谈问卷，下同。

公司所属行业为汽车零部件行业，下游主机厂对供应链产品的稳定性、质量控制的可溯源性要求较高，公司在选择采购供应商的时候也需要同步考虑供应商规模和质量的稳定性，经过多年的经营合作，公司与杭州湘滨电子科技股份有限公司建立了较为稳定的合作关系，且其 PCBA 材料稳定性和适配性较高，因此公司 PCBA 材料主要向杭州湘滨电子科技股份有限公司采购。

随着公司经营规模的扩大，公司为进一步增强供应链的稳定性，2024 年下半年起，公司逐步开始向江苏云意电气股份有限公司（300304.SZ）、上海金脉电子科技有限公司采购 T49、T98 等系列部分型号的 PCBA，公司对杭州湘滨电子科技股份有限公司不存在重大依赖。公司与杭州湘滨电子科技股份有限公司不存在关联关系，公司采购金额占杭州湘滨电子科技股份有限公司营业收入的比例约 20%-30%，杭州湘滨电子科技股份有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与杭州湘滨电子科技股份有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

## 2、塑料粒子

公司塑料粒子的主要供应商为南京聚隆科技股份有限公司、南京利华工程塑料有限公司和上海金发科技发展有限公司，报告期内公司向南京聚隆科技股份有限公司、南京利华工程塑料有限公司和上海金发科技发展有限公司合计采购金额占该类材料总采购额比例分别为 73.30%、7.09%、8.53%。南京聚隆科技股份有限公司、南京利华工程塑料有限公司、上海金发科技发展有限公司基本情况及与公司的合作情况如下：

### (1) 南京聚隆科技股份有限公司

项目	具体情况
供应商名称	南京聚隆科技股份有限公司（300644.SZ）
成立时间	1999 年 4 月 27 日

项目	具体情况
经营范围	工程塑料、塑木型材（限分支机构经营）的开发、生产和销售；高新技术产品、新材料、环保材料及制品的开发、生产、销售和服务；化工产品（不含危险品）贸易；废旧物资（含废旧塑料等）回收加工（不含危险品）；环保设备的开发、生产、销售；电子计算机、普通机械、电子通讯产品及配件（不含卫星地面接收设备）销售及技术咨询、服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）一般项目：第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售（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）
注册资本	10,995.1598 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：569 人 2024 年年报披露员工人数：963 人（合并口径）
经营规模	2024 年年报披露营业收入为 23.87 亿元（合并口径）
合作历史	2009 年开始合作
采购内容	公司向南京聚隆科技股份有限公司主要采购塑料粒子，报告期内采购金额分别为 7,627.06 万元、9,028.44 万元和 7,659.69 万元，占塑料粒子采购总额的比例分别为 80.14%、76.76%和 64.42%
定价方式	参考过去半年塑料粒子市场平均价格并经过双方协商确定
结算方式	票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	2%-5%
是否关联方	否

报告期内，公司向南京聚隆科技股份有限公司采购金额占塑料粒子采购总额的比例分别为 80.14%、76.76%和 64.42%，整体采购占比较高，但塑料粒子属于大宗材料，市场供给较为充足。公司除了向南京聚隆科技股份有限公司采购塑料粒子外，同时存在向南京利华工程塑料有限公司、江苏晋伦塑料科技有限公司、上海金发科技发展有限公司等供应商采购塑料粒子的情况，公司对南京聚隆科技股份有限公司不存在依赖。

公司与南京聚隆科技股份有限公司不存在关联关系，公司采购金额占南京聚隆科技股份有限公司营业收入的比例约 2%-5%，南京聚隆科技股份有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与南京聚隆科技股份有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

(2) 南京利华工程塑料有限公司

项目	具体情况
供应商名称	南京利华工程塑料有限公司
成立时间	2000年7月6日
经营范围	塑料挤出、注塑加工；塑料模具、五金建材生产、销售；化工产品（不含化学危险品）、橡塑制品制作及销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外），（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）。
注册资本	3,000万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：52人 员工人数：120人
经营规模	2024年收入约3.4亿元
合作历史	2018年开始合作
采购内容	公司向南京利华工程塑料有限公司主要采购塑料粒子，报告期内采购金额分别为1,101.11万元、1,052.25万元和198.95万元，占塑料粒子采购总额的比例分别为11.57%、8.95%和1.67%
定价方式	参考上一年度销量及市场价格并经过双方协商确定
结算方式	票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	3%-7%
是否关联方	否

报告期内，公司向南京利华工程塑料有限公司采购金额占塑料粒子采购总额的比例分别为11.57%、8.95%和1.67%，整体采购占比不高，且塑料粒子属于大宗材料，市场供给较为充足。公司除了向南京利华工程塑料有限公司采购塑料粒子外，同时存在向南京聚隆科技股份有限公司、江苏晋伦塑料科技有限公司、上海金发科技发展有限公司等供应商采购塑料粒子的情况，公司对南京利华工程塑料有限公司不存在依赖。

公司与南京利华工程塑料有限公司不存在关联关系，公司采购金额占南京利华工程塑料有限公司营业收入的比例约3%-7%，南京利华工程塑料有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与南京利华工程塑料有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

(3) 上海金发科技发展有限公司

项目	具体情况
供应商名称	上海金发科技发展有限公司
成立时间	2001年10月11日
经营范围	塑料及塑料制品、合成材料及合成材料制品、复合材料及复合材料制品的研发、生产、销售及技术服务，日用机械、金属制品新材料、新产品的开发研究、技术服务、技术转让，塑料、日用机械、金属制品新材料、新产品的加工、销售，粘合剂、高分子材料及其助剂的销售，经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外，新材料科技领域内的技术咨询，会务服务，自有房屋租赁。【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】
注册资本	37,000 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：1135 人 员工人数：1300-1500，集团约 12000 人
经营规模	母公司金发科技（600143）2024 年收入为 605.14 亿元（合并口径）
合作历史	2017 年开始合作
采购内容	公司向上海金发科技发展有限公司主要采购塑料粒子，报告期内采购金额分别为 181.50 万元、734.85 万元和 1,914.58 万元，占塑料粒子采购总额的比例分别为 1.91%、6.25%和 16.10%
定价方式	参考大宗商品价格（塑料粒子原材料价格）、市场供需情况并经过双方协商确定
结算方式	票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	小于 0.1%
是否关联方	否

报告期内，公司向上海金发科技发展有限公司采购金额占塑料粒子采购总额的比例分别为 1.91%、6.25%和 16.10%，整体采购占比不高，且塑料粒子属于大宗材料，市场供给较为充足。公司除了向上海金发科技发展有限公司采购塑料粒子外，同时存在向南京聚隆科技股份有限公司、南京利华工程塑料有限公司等供应商采购塑料粒子的情况，公司对上海金发科技发展有限公司不存在依赖。

公司与上海金发科技发展有限公司不存在关联关系，公司采购金额占上海金发科技发展有限公司集团营业收入的比例小于 0.1%，上海金发科技发展有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与上海金发科技发展有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

### 3、板材

公司板材的主要供应商为上海昊乾实业有限公司、江苏爱瑞斯金属科技有限公司和江苏铁臣供应链管理有限公司，报告期内公司向上海昊乾实业有限公司、江苏爱瑞斯金属科技有限公司和江苏铁臣供应链管理有限公司合计采购金额占该类材料总采购额比例分别为 56.32%、17.86%和 14.22%。上海昊乾实业有限公司、江苏爱瑞斯金属科技有限公司、江苏铁臣供应链管理有限公司的基本情况以及与公司的合作情况如下：

#### (1) 上海昊乾实业有限公司

项目	具体情况
供应商名称	上海昊乾实业有限公司
成立时间	2010 年 7 月 16 日
经营范围	金属材料、建筑装饰材料、机电产品、健身器材、五金机电、橡塑制品、通讯器材、通信设备及相关产品、汽摩配件、工艺品、文化办公用品、纺织机械及配件、纺织原料（除棉花）批兼零；商务信息咨询；企业投资管理、货运代理。 <b>【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】</b>
注册资本	100 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：3 人 员工人数：8 人
经营规模	2024 年收入约 1.5 亿元
合作历史	2011 年开始合作
采购内容	公司向上海昊乾实业有限公司主要采购板材，报告期内采购金额分别为 4,498.93 万元、5,724.12 万元和 2,685.94 万元，占板材采购总额的比例分别 67.63%、70.50% 和 32.96%
定价方式	基于原材料市场价格+损耗率+加工费价格报价后，经双方协商确定
结算方式	以票据为主，部分零星款项采用银行转账
采购金额占该等供应商营业收入的比例	40%左右
是否关联方	否

报告期内，公司向上海昊乾实业有限公司采购金额占板材采购总额的比例分别为 67.63%、70.50%和 32.96%，整体采购占比较高，但板材属于大宗材料，市场供给较为充足。公司除了向上海昊乾实业有限公司采购板材外，同时存在向江苏爱瑞斯金属科技有限公司、江苏铁臣供应链管理有限公司等供应商采购板材的情况，公司对上海昊乾实业有限公司不存在依赖。

公司与上海昊乾实业有限公司不存在关联关系，公司采购金额占上海昊乾实业有限公司营业收入的比例约 40%，上海昊乾实业有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与上海昊乾实业有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

(2) 江苏爱瑞斯金属科技有限公司

项目	具体情况
供应商名称	江苏爱瑞斯金属科技有限公司
成立时间	2019 年 8 月 2 日
经营范围	金属领域内的技术研发、技术咨询及相关技术服务；钢材、金属材料及制品、矿产品、五金交电、机械设备及零部件、玻璃及玻璃制品、化工原料及产品（危险品除外）、建筑材料、纺织原料及产品、汽车零部件、办公用品、电子产品、计算机软硬件、日用百货、塑料及塑料制品购销。（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）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；新型金属功能材料销售；新材料技术研发；金属材料制造；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；国内货物运输代理；供应链管理服务（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）
注册资本	1,000 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：12 人 员工人数：40 人
经营规模	2024 年收入约 6-7 亿元
合作历史	2021 年开始合作
采购内容	公司向江苏爱瑞斯金属科技有限公司主要采购板材，报告期内采购金额分别为 1,459.27 万元、1,465.53 万元和 1,168.10 万元，占板材采购总额的比例分别 21.94%、18.05%和 14.33%
定价方式	参考期货市场价格并经双方协商确定
结算方式	票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	1%-4%
是否关联方	否

报告期内，公司向江苏爱瑞斯金属科技有限公司采购金额占板材采购总额的比例分别为 21.94%、18.05%和 14.33%，整体采购占比不高，且板材属于大宗材料，市场供给较为充足。公司除了向江苏爱瑞斯金属科技有限公司采购板材外，同时存在向上海昊乾实业有限公司、江苏铁臣供应链管理有限公司等供应商采购板材的情况，公司对江苏爱瑞斯金属科技有限公司不存在依赖。

公司与江苏爱瑞斯金属科技有限公司不存在关联关系，公司采购金额占江苏爱瑞斯金属科技有限公司营业收入的比例约 1%-4%，江苏爱瑞斯金属科技有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与江苏爱瑞斯金属科技有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

(3) 江苏铁臣供应链管理有限公司

项目	具体情况
供应商名称	江苏铁臣供应链管理有限公司
成立时间	2022 年 4 月 20 日
经营范围	一般项目：供应链管理服务；金属材料销售；新型金属功能材料销售；橡胶制品销售；建筑材料销售；机械零件、零部件销售；金属工具销售；建筑用金属配件销售；耐火材料销售；非金属矿及制品销售；再生资源销售；教学用模型及教具销售；汽车零配件零售；汽车新车销售；塑料制品销售；针纺织品及原料销售；润滑油销售；木材销售；集贸市场管理服务；家具销售；日用百货销售；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）
注册资本	1,000 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：1 人 员工人数：小于 50 人
经营规模	2024 年收入约 8,000 万元
合作历史	2024 年开始合作，江苏铁臣供应链管理有限公司系沙钢的贸易商
采购内容	公司向江苏铁臣供应链管理有限公司主要采购板材，报告期内采购金额分别为 256.16 万元（2024 年）、3,614.39 万元（2025 年），占板材采购总额的比例分别为 3.15%和 44.35%
定价方式	依据沙钢出厂价格
结算方式	票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	1%-2%
是否关联方	否

2024 年和 2025 年，公司向江苏铁臣供应链管理有限公司采购金额占板材采购总额的比例分别为 3.15%和 44.35%，整体采购占比不高，且板材属于大宗材料，市场供给较为充足。公司除了向江苏铁臣供应链管理有限公司采购板材外，同时存在向上海昊乾实业有限公司、江苏爱瑞斯金属科技有限公司等供应商采购板材的情况，公司对江苏铁臣供应链管理有限公司不存在依赖。

江苏铁臣供应链管理有限公司系沙钢的贸易商，2025 年公司对江苏铁臣供应链管理有限公司采购规模快速增长，主要系公司积极开发属地化配套供应商，沙钢供货工厂位于江苏省张家港市，与公司主要经营场所较近。公司与江苏铁臣供应链管理有限公司不存在关联关系，其参保人数较少系其为沙钢合作的贸易商，公司采购金额占江苏铁臣供应链管理有限公司营业收入的比例约 1%-2%，江苏铁臣供应链管理有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与江苏铁臣供应链管理有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

#### 4、漆包线

公司漆包线的主要供应商为江苏大通机电有限公司和铜陵精达漆包线有限公司，报告期内公司向江苏大通机电有限公司和铜陵精达漆包线有限公司合计采购金额占该类材料总采购额比例分别为 61.32%和 38.68%。江苏大通机电有限公司、铜陵精达漆包线有限公司基本情况及与公司的合作情况如下：

##### (1) 江苏大通机电有限公司

项目	具体情况
供应商名称	江苏大通机电有限公司
成立时间	2003 年 4 月 16 日
经营范围	电线电缆、漆包线生产、制造，销售本公司产品及其产品的售后维修服务；经营本企业自产产品的出口业务及其相关技术及综合性服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限制企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。 （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）
注册资本	16,000 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：274 人 员工人数：300 多人
经营规模	2024 年收入约 37 亿元
合作历史	2013 年开始合作
采购内容	公司向江苏大通机电有限公司主要采购漆包线，报告期内采购金额分别为 2,422.23 万元、3,993.95 万元和 3,220.96 万元，占漆包线采购总额的比例分别为 40.07%、46.02%和 31.60%
定价方式	参考订单日铜现货价（上海金属网现货价）及加工费，经双方协商确定
结算方式	票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	1%-2%
是否关联方	否

报告期内，公司向江苏大通机电有限公司采购金额占漆包线采购总额的比例分别为 40.07%、46.02%和 31.60%，整体采购占比较高，但漆包线属于大宗材料，市场供给较为充足。公司除了向江苏大通机电有限公司采购漆包线外，同时存在向铜陵精达漆包线有限公司采购漆包线的情况，公司对江苏大通机电有限公司不存在依赖。

公司与江苏大通机电有限公司不存在关联关系，公司采购金额占江苏大通机电有限公司营业收入的比例约 1%-2%，江苏大通机电有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与江苏大通机电有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

(2) 铜陵精达漆包线有限公司

项目	具体情况
供应商名称	铜陵精达漆包线有限公司
成立时间	2008 年 4 月 10 日
经营范围	漆包电磁线、裸铜线、电线电缆的生产和销售及售后服务。
注册资本	40,000 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：767 人 员工人数：760 人
经营规模	2024 年收入约 77 亿元
合作历史	2018 年开始合作
采购内容	公司向铜陵精达漆包线有限公司主要采购漆包线，报告期内采购金额分别为 3,623.35 万元、4,684.35 万元和 6,972.69 万元，占漆包线采购总额的比例分别为 59.93%、53.98%和 68.40%
定价方式	参考有色铜网当日市场均价及加工费，经双方协商确定
结算方式	银行转账
采购金额占该等供应商营业收入的比例	1%以内
是否关联方	否

报告期内，公司向铜陵精达漆包线有限公司采购金额占漆包线采购总额的比例分别为 59.93%、53.98%和 68.40%，整体采购占比较高，但漆包线属于大宗材料，市场供给较为充足。公司除了向铜陵精达漆包线有限公司采购漆包线外，同时存在向江苏大通机电有限公司采购漆包线的情况，公司对铜陵精达漆包线有限公司不存在依赖。

公司与铜陵精达漆包线有限公司不存在关联关系，公司采购金额占铜陵精达漆包线有限公司营业收入的比例不到 1%，铜陵精达漆包线有限公司并非专门或

主要为公司服务，报告期内公司与铜陵精达漆包线有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

## 5、线束

公司线束的主要供应商为江苏汇琨科技有限公司和江苏隆丰电子有限公司，报告期内公司向江苏汇琨科技有限公司和江苏隆丰电子有限公司合计采购金额占该类材料总采购额比例分别为 60.42%和 23.69%。江苏汇琨科技有限公司、江苏隆丰电子有限公司基本情况及与公司的合作情况如下：

### (1) 江苏汇琨科技有限公司

项目	具体情况
供应商名称	江苏汇琨科技有限公司
成立时间	2000 年 5 月 16 日
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及外围设备制造；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；电子元器件制造；电子元器件批发；电子产品销售；配电开关控制设备制造；配电开关控制设备销售；模具制造；通讯设备销售；办公用品销售；针纺织品及原料销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理（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）
注册资本	1,000 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：190 人 员工人数：260 人左右
经营规模	2024 年收入约 2.8 亿元
合作历史	2012 年开始合作
采购内容	公司向江苏汇琨科技有限公司主要采购线束，报告期内采购金额分别为 3,134.35 万元、4,687.61 万元和 5,338.36 万元，占线束采购总额的比例分别 48.16%、66.45% 和 64.95%
定价方式	成本加成（原材料+加工费+管理费等）并经双方协商确定
结算方式	银行转账
采购金额占该等供应商营业收入的比例	10%-20%
是否关联方	否

报告期内，公司向江苏汇琨科技有限公司采购金额占线束采购总额的比例分别为 48.16%、66.45%和 64.95%，整体采购占比较高，但线束属于大宗材料，市场参与者众多且供给较为充足。公司除了向江苏汇琨科技有限公司采购线束外，

同时存在向江苏隆丰电子有限公司、浙江毅力汽车空调有限公司等供应商采购线束的情况，公司对江苏汇琨科技有限公司不存在依赖。

公司与江苏汇琨科技有限公司不存在关联关系，公司采购金额占江苏汇琨科技有限公司营业收入的比例约 10%-20%，江苏汇琨科技有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与江苏汇琨科技有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

(2) 江苏隆丰电子有限公司

项目	具体情况
供应商名称	江苏隆丰电子有限公司
成立时间	2016年5月4日
经营范围	电子技术研究；电子元器件、电子设备、线束、汽车零配件、工业自动控制系统装置的研发、设计、制造、销售；自营和代理各类技术和商品的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）（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）
注册资本	1,724.1379 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：118 人 员工人数：400 多人
经营规模	2024 年收入约 2.7 亿元
合作历史	2019 年开始合作
采购内容	公司向江苏隆丰电子有限公司主要采购线束，报告期内采购金额分别为 1,444.83 万元、1,504.70 万元和 2,210.34 万元，占线束采购总额的比例分别 22.20%、21.33% 和 26.89%
定价方式	参考原材料、人工、加工费等成本及合理利润后报价，经双方协商确定
结算方式	银行转账、票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	5%-20%
是否关联方	否

报告期内，公司向江苏隆丰电子有限公司采购金额占线束采购总额的比例分别为 22.20%、21.33%和 26.89%，整体采购占比不高，且线束属于大宗材料，市场参与者众多且供给较为充足。公司除了向江苏隆丰电子有限公司采购线束外，同时存在向江苏汇琨科技有限公司、浙江毅力汽车空调有限公司等供应商采购线束的情况，公司对江苏隆丰电子有限公司不存在依赖。

公司与江苏隆丰电子有限公司不存在关联关系，公司采购金额占江苏隆丰电子有限公司营业收入的比例约 5%-20%，江苏隆丰电子有限公司并非专门或主要

为公司服务，报告期内公司与江苏隆丰电子有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

## 6、散热盖

公司散热盖的主要供应商为天台银申铝业有限公司和安徽凯斯汀科技有限公司，报告期内公司向天台银申铝业有限公司和安徽凯斯汀科技有限公司合计采购金额占该类材料总采购额比例分别为 43.57%和 26.97%。天台银申铝业有限公司、安徽凯斯汀科技有限公司基本情况及与公司的合作情况如下：

### (1) 天台银申铝业有限公司

项目	具体情况
供应商名称	天台银申铝业有限公司
成立时间	2012 年 7 月 13 日
经营范围	铝压铸件、汽车配件制造、销售，机械零部件加工、制造。经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业生产所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务。
注册资本	5,396 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：553 人 员工人数：497 人左右
经营规模	2024 年收入约 4 亿元
合作历史	2020 年开始合作
采购内容	公司向天台银申铝业有限公司主要采购散热盖，报告期内采购金额分别为 1,364.60 万元、1,918.56 万元和 1,942.25 万元，占线束采购总额的比例分别为 43.96%、49.29%和 38.88%
定价方式	原材料价格（铝材料价格）+加工价格
结算方式	票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	3%-10%
是否关联方	是

报告期内，公司向天台银申铝业有限公司采购金额占散热盖采购总额的比例分别为 43.96%、49.29%和 38.88%，整体采购占比较高，但散热盖属于大宗材料，市场参与者众多且供给较为充足。公司除了向天台银申铝业有限公司采购散热盖外，同时存在向安徽凯斯汀科技有限公司、昆山威可特精密电子有限公司等供应商采购散热盖的情况，公司对天台银申铝业有限公司不存在依赖。

天台银申铝业有限公司系公司关联方，公司与天台银申铝业有限公司关联交易定价公允，不存在利益输送的情形，具体情况参见本回复之“问题 3.是否独立

于控股股东”之“二、关联交易必要性及公允性”之“(一)说明发行人向关联客户及供应商交易的内容、背景以及相关交易与发行人主营业务的关系,说明关联交易价格的公允性,是否存在对发行人或关联方的利益输送”。公司采购金额占天台银申铝业有限公司营业收入的比例约 3%-10%,天台银申铝业有限公司并非专门或主要为公司服务,报告期内公司与天台银申铝业有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

## (2) 安徽凯斯汀科技有限公司

项目	具体情况
供应商名称	安徽凯斯汀科技有限公司
成立时间	2021 年 11 月 3 日
经营范围	一般项目:汽车零部件及配件制造;汽车零部件研发;有色金属合金制造;有色金属压延加工;有色金属铸造;有色金属合金销售;塑料制品制造;塑料制品销售;钢压延加工;锻件及粉末冶金制品制造;锻件及粉末冶金制品销售;金属链条及其他金属制品制造;金属表面处理及热处理加工;喷涂加工;金属切削加工服务;模具制造;模具销售;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;货物进出口(除许可业务外,可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目)
注册资本	30,000 万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数:160 人 员工人数:400 人
经营规模	2024 年收入约 1.7 亿元
合作历史	2015 年公司与太仓市凯斯汀精密压铸有限公司开始合作,2024 年起由安徽凯斯汀科技有限公司承接太仓市凯斯汀精密压铸有限公司业务
采购内容	公司向安徽凯斯汀科技有限公司(采购金额包含其子公司太仓市凯斯汀精密压铸有限公司,下同)主要采购散热盖,报告期内采购金额分别为 1,459.24 万元、1,362.83 万元和 412.41 万元,占线束采购总额的比例分别 47.00%、35.01%和 8.26%
定价方式	参考材料费和加工费成本,经双方协商确定
结算方式	票据
采购金额占该等供应商营业收入的比例	5%-10%
是否关联方	否

报告期内,公司向安徽凯斯汀科技有限公司采购金额占散热盖采购总额的比例分别为 47.00%、35.01%和 8.26%,整体采购占比不高,且散热盖属于大宗材

料，市场参与者众多且供给较为充足。公司除了向安徽凯斯汀科技有限公司采购散热盖外，同时存在向天台银申铝业有限公司、昆山威可特精密电子有限公司等供应商采购散热盖的情况，公司对安徽凯斯汀科技有限公司不存在依赖。

公司与安徽凯斯汀科技有限公司不存在关联关系，公司采购金额占安徽凯斯汀科技有限公司营业收入的比例约 5%-10%，安徽凯斯汀科技有限公司并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与安徽凯斯汀科技有限公司不存在利益输送或异常资金往来。

综上，公司对各类原材料的主要供应商不存在重大依赖的情形，上述主要供应商并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与上述主要供应商不存在利益输送或异常资金往来。

**（三）按产品类型说明制造费用的具体构成及分摊方法，折旧、摊销等与机器设备、产量的匹配性，制造费用与直接材料占比变动趋势相反的原因及合理性，分摊是否准确。**

**1、按产品类型说明制造费用的具体构成及分摊方法**

报告期各期，公司各产品制造费用分摊依据及方式保持一致，均采用品种法归集至最终产品当中。公司报告期制造费用的分摊方式为：（1）按各生产车间和公共部门归集为生产产品而发生的各项间接费用，包括间接人工、劳务费、生产设备折旧、动力费用、间接物料消耗、房屋租金等，然后再按生产工单标准工时分配制造费用；（2）车间分产品统计标准工时，根据生产工单入库数量分部门统计总标准工时，部门单位工时制费=部门总制费/部门总工时，完工产品制造费用=完工产品标准工时\*部门单位工时制费。

报告期内，公司主要产品制造费用的具体构成情况如下：

单位：万元

产品	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子风扇	间接人工	2,661.36	22.92%	2,216.88	24.36%	1,058.19	19.42%
	劳务外包费用	1,673.42	14.41%	1,519.33	16.69%	1,003.04	18.41%
	折旧摊销	4,626.26	39.84%	3,162.90	34.75%	2,056.67	37.74%
	动力费用	1,465.57	12.62%	1,008.31	11.08%	653.21	11.99%
	物辅料消耗及维修	990.55	8.53%	1,007.03	11.06%	548.13	10.06%
	其他	195.14	1.68%	186.85	2.05%	130.51	2.39%
<b>合计</b>		<b>11,612.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,101.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,449.74</b>	<b>100.00%</b>
电机总成	间接人工	450.50	22.26%	448.32	21.34%	384.99	21.93%
	劳务外包费用	382.05	18.88%	367.79	17.50%	308.99	17.60%
	折旧摊销	764.79	37.79%	768.40	36.57%	610.68	34.79%
	动力费用	163.76	8.09%	211.28	10.06%	197.69	11.26%

产品	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
	物辅料消耗及维修	248.33	12.27%	262.97	12.52%	209.80	11.95%
	其他	14.35	0.71%	42.42	2.02%	43.23	2.46%
	<b>合计</b>	<b>2,023.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,101.18</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,755.39</b>	<b>100.00%</b>
电子水泵	间接人工	198.88	17.90%	118.19	14.03%	89.89	19.08%
	劳务外包费用	107.66	9.69%	67.17	7.97%	53.43	11.34%
	折旧摊销	561.79	50.56%	433.16	51.41%	181.92	38.62%
	动力费用	108.00	9.72%	70.05	8.31%	74.68	15.85%
	物辅料消耗及维修	127.75	11.50%	145.99	17.33%	60.78	12.90%
	其他	7.12	0.64%	8.01	0.95%	10.39	2.20%
	<b>合计</b>	<b>1,111.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>842.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>471.09</b>	<b>100.00%</b>

由上表可知，公司制造费用主要为间接人工、劳务外包费用、折旧摊销等，不同年度之间制造费用结构变化主要受公司间接人工使用规模、固定资产规模、产品产量等因素变动影响。

## 2、折旧、摊销等与机器设备、产量的匹配性

### (1) 折旧摊销与机器设备的匹配性

报告期内，公司各产品折旧摊销费与机器设备的匹配关系如下：

单位：万元

项目	类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		金额	变动	金额	变动	金额
折旧摊销	电子风扇	<b>4,626.26</b>	<b>46.27%</b>	3,162.90	53.79%	2,056.67
	电机总成	<b>764.79</b>	<b>-0.47%</b>	768.40	25.83%	610.68
	电子水泵	<b>561.79</b>	<b>29.70%</b>	433.16	138.11%	181.92
	<b>合计</b>	<b>5,952.84</b>	<b>36.39%</b>	<b>4,364.46</b>	<b>53.18%</b>	<b>2,849.27</b>
生产用机器设备原值①		<b>33,007.11</b>	<b>16.20%</b>	28,406.41	47.71%	19,230.89
其中：已提足折旧部分设备原值②		<b>4,199.95</b>	<b>25.80%</b>	3,338.64	32.25%	2,524.42
未提足折旧部分设备原值③=①-②		<b>28,807.16</b>	<b>14.92%</b>	<b>25,067.77</b>	<b>50.05%</b>	<b>16,706.47</b>

注 1：报告期各期各产品折旧摊销费为营业成本—制造费用中的折旧摊销金额；

注 2：生产用机器设备原值为月度加权平均原值。

报告期各期，公司各产品折旧摊销金额随机器设备原值增加同步增长，变动趋势一致。折旧摊销的变动率与机器设备原值的变动率存在差异主要系存货生产、销售、结转存在周期，相应的折旧摊销计入营业成本具有一定的滞后性。整体而言，公司主要产品折旧摊销费与机器设备原值变动情况基本匹配。

### (2) 折旧摊销与产量的匹配性

报告期内，公司各产品折旧摊销费与产量的匹配关系如下：

单位：万元、万套

分类	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
电子风扇	折旧摊销	4,626.26	3,162.90	2,056.67
	产量	536.65	514.73	386.24
	单位折旧摊销	8.62	6.14	5.32
电机总成	折旧摊销	764.79	768.40	610.68
	产量	157.02	148.62	155.47
	单位折旧摊销	4.87	5.17	3.93
电子水泵	折旧摊销	561.79	433.16	181.92
	产量	48.77	18.75	16.39
	单位折旧摊销	11.52	23.11	11.10

**电子风扇及电机总成：**报告期内，电子风扇、电机总成产品单位折旧摊销整体呈现上升趋势，主要系公司搬入新厂房后购置了较多自动化生产设备，2024年及2025年新增机器设备原值分别为5,205.98万元、5,460.23万元，使得单位产品折旧摊销金额呈上升趋势。

**电子水泵：**2023-2024年，电子水泵单位折旧摊销上升较多，一方面受公司新增投入电子水泵自动化产线影响，另一方面系公司电子水泵产品处于产品和业务开发阶段，单批产品规模较小，因此存在频繁切换产线的情况，同时公司电子水泵部分新产品质量尚不稳定，存在返工生产的情况，上述原因综合导致公司电子水泵产品单位折旧摊销增加明显。2025年，公司电子水泵单位折旧摊销有所降低，主要系公司电子水泵产品产量规模提升，摊薄了水泵产线折旧摊销金额。

### 3、制造费用与直接材料占比变动趋势相反的原因及合理性

报告期内，公司主要产品的成本构成情况如下：

单位：万元

产品	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子风扇	直接材料	78,368.18	82.48%	76,665.77	84.52%	60,405.10	87.36%
	直接人工	5,031.21	5.30%	4,936.89	5.44%	3,293.14	4.76%
	制造费用	11,612.30	12.22%	9,101.31	10.03%	5,449.74	7.88%
	合计	95,011.69	100.00%	90,703.97	100.00%	69,147.97	100.00%
电机总成	直接材料	9,069.41	77.36%	7,056.87	71.44%	8,869.88	78.71%
	直接人工	630.11	5.37%	720.29	7.29%	644.31	5.72%
	制造费用	2,023.78	17.26%	2,101.18	21.27%	1,755.39	15.58%
	合计	11,723.30	100.00%	9,878.35	100.00%	11,269.58	100.00%
电子水泵	直接材料	4,098.54	73.90%	1,632.66	60.75%	1,581.54	71.16%

产品	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
	直接人工	336.27	6.06%	212.37	7.90%	169.94	7.65%
	制造费用	1,111.19	20.04%	842.57	31.35%	471.09	21.20%
	合计	5,546.01	100.00%	2,687.60	100.00%	2,222.57	100.00%

### (1) 2023-2024 年

2023-2024 年，公司电子风扇、电机总成、电子水泵产品直接材料占比呈下降趋势，制造费用占比呈现上升趋势，主要原因系：

#### 1) 直接材料占比下降的原因

2023-2024 年，公司直接材料占比呈下降趋势，主要受原材料价格下降影响，报告期内公司主要原材料采购价格变动趋势及采购金额占原材料采购总额的比例如下：

单位：万元

原材料	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	采购占比	单价	采购占比	单价	采购占比
PCBA (元/个)	63.21	29.91%	71.06	28.76%	77.94	28.96%
塑料粒子 (元/kg)	11.42	12.59%	12.24	13.60%	13.58	14.18%
板材 (元/kg)	5.54	8.63%	6.06	9.39%	6.19	9.91%
线束 (元/个)	12.28	8.70%	12.59	8.15%	13.70	9.70%
合计	-	59.82%	-	59.89%	-	62.76%

由上表可知，报告期内公司 PCBA、塑料粒子、板材等主要材料采购单价逐年下降，上述原材料采购金额占原材料采购总额的比例分别为 62.76%、59.89% 和 59.82%。上述主要原材料单价变动分析如下：①PCBA：2023 年公司采购 PCBA 的均价较高，主要是因为受全球性“缺芯”高峰的影响，车规级芯片持续结构性短缺，推高了 PCBA 的采购价格；2024 年以来随着晶圆厂的扩产释放以及国产替代进程的加速，“缺芯”的情况有所缓解，公司采购 PCBA 的均价也有所回落。②塑料粒子：报告期内，公司塑料粒子采购均价逐年下降，主要系其关键原材料（如 PP、PA66 等）市场价格近年来持续下跌所致。③板材：公司采购的板材主要为硅钢片、镀铝镁锌板，其主要原材料为钢材，近年来，钢材的市场价格逐年降低，公司板材的采购价格也呈下降趋势，与市场价格变动趋势一致。

综上，公司主要原材料单价下降使得公司 2023-2024 年营业成本中直接材料占比下降。

## 2) 制造费用占比上升的原因

2023-2024 年，公司制造费用占比有所上升，主要系：（1）公司用工方式变化影响，2023 年 4 月起公司主要使用劳务外包形式，减少劳务派遣的用工形式，劳务外包相关费用计入制造费用；（2）2023 年起公司搬迁新厂房后，新增购置较多自动化设备，折旧摊销费用有所上升；（3）2023-2024 年，随着公司经营规模的扩大，公司间接生产人员数量上升，使得制造费用-间接人工支出有所上升。

### (2) 2025 年

电子风扇：2025 年，公司电子风扇直接材料占比同比有所下降，主要系公司主要原材料采购价格有所下降；电子风扇制造费用占比有所上升，主要系公司新增购置较多生产设备，折旧摊销费用有所上升。

电机总成：2025 年，公司电机总成直接材料占比同比有所上升，主要系电机总成材料中铜占比较高，2025 年 LME 铜年均现货结算价同比上升 8.73%，导致 2025 年电机总成直接材料占比有所上升；电机总成直接材料占比上升摊薄了电机总成直接人工和制造费用占比。

电子水泵：受市场需求放量驱动，2025 年电子水泵销量较 2024 年增长较多，分摊的制造费用快速下降，使得制造费用占比较 2024 年有所下降，电子水泵制造费用占比的下降进一步导致电子水泵直接材料占比上升。

综上，报告期内公司制造费用分摊准确，折旧、摊销等与机器设备、产量基本匹配，制造费用与直接材料占比变动趋势相反具有合理性。

（四）说明上海昊乾实业有限公司、江苏汇琨科技有限公司的经营规模与发行人采购是否匹配，江苏汇琨科技有限公司 2024 年度新进入前五大供应商的合理性。

#### 1、上海昊乾实业有限公司

上海昊乾实业有限公司的基本情况如下：

项目	具体情况
供应商名称	上海昊乾实业有限公司

项目	具体情况
成立时间	2010年7月16日
经营范围	金属材料、建筑装饰材料、机电产品、健身器材、五金机电、橡塑制品、通讯器材、通信设备及相关产品、汽摩配件、工艺品、文化办公用品、纺织机械及配件、纺织原料（除棉花）批兼零；商务信息咨询；企业投资管理、货运代理。 【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】
注册资本	100万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：3人 员工人数：8人
经营规模	2024年收入约1.5亿元
合作历史	2011年开始合作
采购内容	公司向上海昊乾实业有限公司主要采购板材，报告期内采购金额分别为4,498.93万元、5,724.12万元和2,685.94万元，占板材采购总额的比例分别67.63%、70.50%和32.96%
定价方式	基于原材料市场价格+损耗率+加工费价格报价后，经双方协商确定
结算方式	以票据为主，部分零星款项采用银行转账
采购金额占该等供应商营业收入的比例	40%左右
是否关联方	否

上海昊乾实业有限公司通过向宝钢采购钢材用于生产硅钢片、冷轧板、镀镁铝锌板等，硅钢片、冷轧板、镀镁铝锌板等生产工序较为简单，主要通过机器设备分卷加工（分卷加工系将大规格、成卷状的金属原料通过机器设备切割成满足生产需要的小规格材料），由于上述业务利润空间较薄，上海昊乾实业有限公司将加工环节进行了外包，其自身主要从事订货业务，因此员工人数较少；上海昊乾实业有限公司分卷生产的硅钢片、冷轧板、镀镁铝锌板等按照原材料市场价格+损耗率+加工费价格对外销售，且加工业务外包，业务模式与贸易业务较为相似，整体资产投入较少，因此注册资本仅100万元。

2024年上海昊乾实业有限公司实现营业收入约1.5亿元，公司采购金额占上海昊乾实业有限公司营业收入的比例约40%，上海昊乾实业有限公司并非专门或主要为公司服务，上海昊乾实业有限公司经营规模与发行人采购具有匹配性。

## 2、江苏汇琨科技有限公司

### (1) 经营规模的匹配性

江苏汇琨科技有限公司的基本情况如下：

项目	具体情况
供应商名称	江苏汇琨科技有限公司
成立时间	2000年5月16日
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及外围设备制造；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；电子元器件制造；电子元器件批发；电子产品销售；配电开关控制设备制造；配电开关控制设备销售；模具制造；通讯设备销售；办公用品销售；针纺织品及原料销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理（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）
注册资本	1,000万元
参保人数和员工人数	企查查显示参保人数：190人 员工人数：260人左右
经营规模	2024年收入约2.8亿元
合作历史	2012年开始合作
采购内容	公司向江苏汇琨科技有限公司主要采购线束，报告期内采购金额分别为3,134.35万元、4,687.61万元和5,338.36万元，占线束采购总额的比例分别为48.16%、66.45%和64.95%
定价方式	成本加成（原材料+加工费+管理等）并经双方协商确定
结算方式	银行转账
采购金额占该等供应商营业收入的比例	10%-20%
是否关联方	否

2024年江苏汇琨科技有限公司实现营业收入约2.8亿元，公司采购金额占江苏汇琨科技有限公司营业收入的比例约10%-20%，江苏汇琨科技有限公司并非专门或主要为公司服务，江苏汇琨科技有限公司经营规模与发行人采购具有匹配性。

其中，企查查显示江苏汇琨科技有限公司实缴资本为50万元，主要系：江苏汇琨科技有限公司成立于2000年5月，2019年8月认缴注册资本由50万元增加至1,000万元，由于江苏汇琨科技有限公司业务发展过程中经营资金较为紧张，且近期新厂房在投资建设中，导致实缴资本较低。

## (2) 江苏汇琨科技有限公司 2024 年度新进入前五大供应商的合理性

2022 年至 2024 年，公司前六大原材料供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占原材料采购总额的比例
2024 年	1	杭州湘滨电子科技股份有限公司	24,720.13	28.58%
	2	南京聚隆科技股份有限公司	9,028.44	10.44%
	3	上海昊乾实业有限公司	5,724.12	6.62%
	4	江苏汇琨科技有限公司	4,970.99	5.75%
	5	铜陵精达漆包线有限公司	4,684.35	5.41%
	6	江苏大通机电有限公司	3,993.95	4.62%
	合计			53,121.97
2023 年	1	杭州湘滨电子科技股份有限公司	19,431.05	28.96%
	2	南京聚隆科技股份有限公司	7,627.06	11.37%
	3	上海昊乾实业有限公司	4,498.93	6.70%
	4	铜陵精达漆包线有限公司	3,623.35	5.40%
	5	芜湖博康机电股份有限公司	3,276.27	4.88%
	6	江苏汇琨科技有限公司	3,175.51	4.73%
	合计			41,632.17
2022 年	1	杭州湘滨电子科技股份有限公司	12,477.84	25.92%
	2	南京聚隆科技股份有限公司	3,861.96	8.02%
	3	江苏大通机电有限公司	3,670.73	7.62%
	4	上海昊乾实业有限公司	3,494.41	7.26%
	5	芜湖博康机电股份有限公司	2,757.30	5.73%
	6	江苏汇琨科技有限公司	1,841.74	3.83%
	合计			28,103.98

公司与江苏汇琨科技有限公司 2016 年即开始合作，2022 年和 2023 年江苏汇琨科技有限公司均系公司第六大供应商，采购金额分别为 1,841.74 万元和 3,175.51 万元，占原材料采购总额的比例分别为 3.83%和 4.73%，2024 年江苏汇琨科技有限公司线束采购规模增加成为第四大供应商，主要系：（1）江苏汇琨科技有限公司采购单价更具优势；（2）江苏汇琨科技有限公司主要生产场地位于张家港市，与公司经营场所距离较近，属于公司属地化配套供应商，交货时间、响应速度、售后服务等相比于其他线束供应商更具优势，因此公司加大了对其采购规模。

## 【会计师回复】

三、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

### （一）毛利率差异的合理性

#### 1、核查方法、范围、过程及证据情况

申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：

（1）查阅发行人主营业务中分产品结构列示的销售收入及占比、平均售价、单位成本等情况，结合报告期内销售明细表核对数据准确性，对毛利率增长的量化分析计算过程进行复核。

（2）访谈发行人管理层，了解主要产品毛利率变动原因、报告期内毛利率增长的原因，结合发行人分产品结构、分客户及应用车型的单价、成本及毛利率情况对毛利率增长的原因进行分析复核。

（3）查阅同行业可比公司的公开披露信息及相关研究报告，了解同行业可比公司毛利率变动原因，结合对发行人管理层的访谈，分析发行人与部分可比公司毛利率变动趋势不一致的合理性。

（4）查阅发行人列示的主要客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况，结合报告期内销售明细表核对数据准确性，分析发行人向银轮集团销售无刷系列电子风扇毛利率高于其他客户的合理性。

（5）访谈发行人管理层，了解公司产品价格的定价机制，分析不同客户之间相同产品的毛利率是否存在较大差异。

（6）访谈发行人管理层了解发行人的定价机制和报告期内价格调整情况，查阅发行人主要客户的销售合同、定价协议或年降约定文件。

（7）查阅发行人主要客户的销售合同、定价协议或年降约定文件，访谈发行人管理层了解主要客户的年降政策、报告期实际年降情况和主要客户的价格调整情况，发行人对下游客户的价格传导机制；查阅发行人主要供应商的采购合同、降价协商邮件等文件，了解发行人对上游供应商的价格传导机制。

（8）查阅发行人招股说明书中关于“整车厂竞争加剧，对供应链降价要求提高的风险”、“毛利率下降风险”的风险表述，分析是否已经充分揭示相关风险。

#### 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人毛利率的变动具有相应的行业背景及经营原因；发行人就其毛利率持续增长的趋势可能无法持续甚至下降的风险已进行风险提示；发行人与同行业可比公司的毛利率变动趋势存在差异具有合理原因。

(2) 报告期内，发行人电子风扇及电机总成毛利率变动、电子水泵毛利率由正转负具有相应的行业背景及经营原因。

(3) 报告期内，发行人向银轮集团销售的毛利率水平与向其他客户销售的毛利率水平总体一致，部分年份存在差异具有合理的业务背景；发行人向不同客户销售的同类型号产品，其毛利率水平不存在显著差异。

(4) 报告期内，发行人存在被下游客户挤压毛利的情形；发行人已采取相应措施应对客户降价的影响，对上下游的价格传导机制有效，但毛利率仍然存在下降的风险，发行人已在招股说明书之“第三节风险因素”之“二、财务风险”之“(三) 整车厂竞争加剧，对供应链降价要求提高的风险”中充分揭示风险。

## (二) 营业成本与采购价格公允性

### 1、核查方法、范围、过程及证据情况

**申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：**

(1) 获取报告期内公司的采购明细表、收发存明细表、出入库汇总表、产量明细表，分析主要原材料采购量、耗用量与产销量的匹配关系；获取公司人员名单及工时数据，计算报告期各期平均生产人员数量，计算原材料单位耗用情况，分析单位耗用变化情况、人工的投入产出及变动情况是否存在异常情况。

(2) 通过企查查等公开网站查询发行人原材料主要供应商的成立时间、注册资本、经营范围等基本情况；获取发行人各类原材料主要供应商的采购合同，了解该等供应商的采购方式、采购内容、定价方式及结算方式；访谈发行人运营与采购中心总监，了解该等供应商与发行人的合作历史情况，了解发行人是否对该等供应商存在依赖、供应商是否专门或主要为发行人服务；通过查询公开披露的年报、实地走访等形式，了解该等供应商的经营规模情况；查看发行人及其控股股东、实际控制人、董监高及其他关键人员的流水，核查是否存在利益输送或异常资金往来情况。

(3) 获取发行人制造费用明细表，了解制造费用的具体构成、占比及分摊方式；获取生产设备清单，分析制造费用中折旧与生产设备、产量的匹配关系；了解发行人的主要原材料在报告期内的市场价格变动，分析制造费用与直接材料占比变动趋势相反的原因及合理性。

(4) 实地走访主要供应商，了解主要供应商的采购规模；访谈公司管理层，了解公司主要供应商采购规模变动的的原因。

## 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人主要原材料采购量、耗用量与主要产品的产销量基本匹配，主要原材料单位耗用变化情况、人工的投入产出及变动情况不存在明显异常的情况。

（2）公司对各类原材料的主要供应商不存在重大依赖的情形，上述主要供应商并非专门或主要为公司服务，报告期内公司与上述主要供应商不存在利益输送或异常资金往来。

（3）报告期各期，发行人各产品制造费用的分摊依据及方式保持一致，均采用品种法归集至最终产品；发行人制造费用中的折旧、摊销等与机器设备、产量基本匹配；制造费用与直接材料占比变动趋势相反具有合理性，发行人制造费用分摊准确。

（4）上海昊乾实业有限公司、江苏汇琨科技有限公司的经营规模与发行人采购规模具有匹配性，江苏汇琨科技有限公司 2022 年及 2023 年均为发行人第六大供应商，同时由于其采购单价更具优势、生产场地与发行人经营场所距离较近、交货时间、响应速度、售后服务更具优势，其 2024 年度新进入前五大供应商具有合理性。

#### 问题 6. 应收账款大幅增长及票据结算规范性

根据申请文件：（1）报告期各期末，公司应收账款余额分别为 32,309.32 万元、43,029.72 万元和 68,652.10 万元，占营业收入的比例分别为 48.34%、41.74% 和 52.78%，1 至 2 年的应收账款期末余额逐年增长。（2）应收账款周转率分别为 2.48、2.74 和 2.33，各期信用期以外的应收账款占比分别为 7.02%、8.61% 和 0.97%。

（3）报告期各期末，公司应收款项融资账面余额分别为 16,775.90 万元、7,593.87 万元和 4,175.70 万元，主要由银行承兑汇票及“迪链”数字化应收款项债权凭证构成。

请发行人：（1）具体说明报告期内应收账款余额变动较大的原因及合理性，与发行人收入变化、回款条件等是否匹配，发行人回款条件、应收账款客户质量是否发生明显变化，是否存在放宽信用政策等情形。（2）说明 2023 年度信用期外应收账款余额及占比快速增长的原因及合理性，应收账款周转率与可比公司是否存在较大差异；说明 2024 年 1 至 2 年应收账款的客户资信情况、是否逾期、是否与发行人存在诉讼、期后回款情况。（3）结合报告期内收入变动、结算政策变动等，分析说明报告期各期末各类业务的应收票据及应收款项融资变动原因及合理性，补充说明截至问询回复日上述应收款项的兑付和贴现情况。（4）分类说明报告期内应收票据及应收款项融资背书转让、贴现和保理的情况、金额及对手方，相关应收款项是否附有追索权，是否终止确认，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。（5）说明“迪链”等结算方式对发行人应收款项及现金流的具体影响，说明大量使用票据及“迪链”结算是否符合行业惯例，结合期后合同约定情况等，说明结算方式是否发生明显变化及影响。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

#### 【公司回复】

一、具体说明报告期内应收账款余额变动较大的原因及合理性，与发行人收入变化、回款条件等是否匹配，发行人回款条件、应收账款客户质量是否发生明显变化，是否存在放宽信用政策等情形。

#### （一）报告期内应收账款余额变动较大的原因及合理性

报告期各期末，公司应收账款余额变动情况及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末/2025 年度	2024 年末/2024 年度	2023 年末/2023 年度
应收账款余额	47,761.52	68,652.10	43,029.72
营业收入	141,145.40	130,060.15	103,094.61
应收账款余额占营业收入比例	33.84%	52.78%	41.74%

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 43,029.72 万元、68,652.10 万元和 47,761.52 万元，占当期营业收入的比例分别为 41.74%、52.78%和 33.84%，应收账款余额变动受收入增长、客户信用期变动等因素影响。

2024 年末，公司应收账款余额占营业收入的比例增加较多，主要系上海银轮热交换系统有限公司、奇瑞汽车股份有限公司及恒信集团、重庆长安汽车股份有限公司等客户因商务谈判导致销售价格确定时间及开票时间较晚，而上述客户信用期一般为开票后 90 天，导致客户付款时间滞后，应收账款余额相应增加 19,740.25 万元所致。截至 2026 年 2 月 28 日，上述应收账款期后回款比例为 100.00%，客户期后回款良好。

2025 年末，公司应收账款余额占营业收入比重呈下降趋势，主要源于两方面因素：一方面，为响应汽车行业“反内卷”的倡议，公司主要客户奇瑞汽车信用期已从 90 天账期缩短至 60 天；另一方面，公司积极加强与客户的沟通协调，2025 年商务政策与价格确定更为及时，结算效率进一步提升，共同促进了应收账款余额和占比下降。

综上，报告期内，公司应收账款余额变动较大具有合理性。

## （二）发行人回款条件、应收账款客户质量未发生明显变化，不存在放宽信用政策等情形

报告期内，公司应收账款前五大对应的客户回款条件和结算方式列示如下：

集团客户名称	单体客户名称	结算方式	信用账期
银轮集团	上海银轮热交换系统有限公司、浙江银轮机械股份有限公司、南昌银轮热交换系统有限公司、广州银轮热交换系统有限公司	承兑	***
爱斯达克	埃斯创（常熟）汽车空调系统有限公司、上海爱斯达克汽车空调系统有限公司沈阳分公司	数字化应收账款债权凭证	***
奇瑞汽车	奇瑞汽车股份有限公司	2023 年至 2025 年 1 月：现汇、承兑、数字化应收账款债权凭证； 2025 年 2 月起，40%现汇+60%票据	***
一汽集团	一汽奔腾轿车有限公司、中国第一汽车股份有限公司	现汇、承兑	***
吉利汽车	西安吉利汽车有限公司	承兑	***
恒信集团	青岛恒信富润汽车部件科技有限公司、芜湖恒信汽车轻量化部件制造有限公司	现汇、承兑	***
上海马勒	上海马勒热系统有限公司	50%现汇+50%银行承兑汇票	***
江苏嘉和	江苏嘉和热系统股份有限公司	承兑、数字化应收账款债权凭证	***

报告期内，公司主要客户为银轮集团、爱斯达克、奇瑞汽车、一汽集团、吉利集团、恒信集团、上海马勒、江苏嘉和等，公司给予上述客户的信用期一般为

开票后 45 至 90 天，2023-2024 年公司回款条件未发生明显变化，2025 年为响应汽车行业“反内卷”号召，公司主要客户奇瑞汽车等信用账期已调整至开票后 60 天。上述客户系行业内知名的主机厂或一级供应商，整体业务规模较大、资信情况良好，客户质量未发生明显变化。

报告期内，公司应收账款增长主要系收入增长所致，同时存在部分客户由于商务谈判导致价格确定时间较晚公司开票时间延后，因此期末应收账款增长较多，具有商业合理性，公司不存在通过放宽信用政策扩大销售的情形。

**二、说明 2023 年度信用期外应收账款余额及占比快速增长的原因及合理性，应收账款周转率与可比公司是否存在较大差异；说明 2024 年 1 至 2 年应收账款的客户资信情况、是否逾期、是否与发行人存在诉讼、期后回款情况。**

**（一）2023 年度信用期外应收账款余额及占比快速增长的原因及合理性**

公司 2023 年信用期外应收账款余额为 3,702.86 万元，占应收账款余额的比例为 8.61%，金额及占比增加的原因主要是：（1）公司与中国第一汽车股份有限公司存在产品问题分歧导致应收账款未及时回款，信用期外应收账款余额为 1,294.35 万元，后续已谈妥相关事宜，截至本回复签署日，上述信用期外应收账款已收回；（2）公司与奇瑞汽车股份有限公司和振宜汽车有限公司价格协议签订时间较晚导致应收账款付款延迟，信用期外应收账款余额分别为 928.83 万元和 161.83 万元，截至本回复签署日，上述信用期外应收账款已收回；（3）剩余逾期款项主要系公司开票时点与客户入账时点存在差异所致。

截至 2026 年 2 月 28 日，公司 2023 年信用期外应收账款 3,702.86 万元应收账款期后回款比例为 99.10%，回款情况良好，不存在应收账款无法收回的情形。

**（二）应收账款周转率与可比公司是否存在较大差异**

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司的对比情况如下：

项目	2025 年	2024 年	2023 年
恒帅股份	未披露	3.62	3.94
飞龙股份	未披露	4.87	5.25
旭升集团	未披露	3.34	3.57
文灿股份	未披露	5.29	4.17
天龙股份	未披露	2.49	2.50
行业平均	-	3.92	3.89
朗信电气	2.42	2.33	2.74

注：截至本回复签署之日，2025 年同行业上市公司年报数据尚未披露。

报告期内，公司应收账款周转率低于同行业可比公司，一方面系公司根据企业会计准则要求按照控制权转移作为收入确认时点，客户回款信用期普遍按照开票时点计算，客户领用或签收到开票通常有 1-3 个月的时间性差异；另一方面是报告期内公司营业收入处于持续增长势头，且下半年收入占当年收入比例平均在 57.16%，而可比公司下半年收入占当年收入比例平均在 49%~56%，因此公司应收账款期末余额高于可比公司。公司下游客户主要为行业内知名的主机厂或一级供应商，整体信用状况良好，公司不存在大规模应收账款无法收回的情况。

**（三）说明 2024 年 1 至 2 年应收账款的客户资信情况、是否逾期、是否与发行人存在诉讼、期后回款情况**

公司 2024 年末 1 至 2 年应收账款余额为 1,187.04 万元，对应的客户主要包括长安汽车、恒信集团等，上述客户对应的应收账款占比超 85%，其应收账款明细、逾期情况、期后回款情况如下：

单位：万元

所属集团	客户名称	应收账款余额	1-2 年金额	超信用期金额	期后回款金额	期后回款比例
长安汽车	重庆长安汽车股份有限公司	2,097.92	282.50	-	2,097.92	100.00%
	重庆铃耀汽车有限公司	745.05	526.27	-	718.89	96.49%
恒信集团	青岛恒信富润汽车部件科技有限公司	7,164.87	203.02	-	<b>7,164.87</b>	<b>100.00%</b>
合计		<b>10,007.84</b>	<b>1,011.79</b>	-	<b>9,981.68</b>	<b>99.74%</b>

注：期后回款日期截至 2026 年 2 月 28 日。

2024 年末，公司对长安汽车 1-2 年的应收账款余额为 808.77 万元，主要是由于长安汽车的无刷系列产品切换至公司直接供货，双方定价时间较晚导致 2023 年上线已领用可结算部分应收账款于 2024 年末才进行开票结算，由于该客户信用期为开票后 3 个月，因此该客户虽然账龄在 1-2 年但尚未逾期。长安汽车正常滚动回款，截至 2026 年 2 月 28 日，上述 1-2 年应收款项期后回款良好，与发行人不存在诉讼情形。

2024 年末，公司对恒信集团 1-2 年的应收账款余额为 203.02 万元，主要是由于奇瑞汽车供应链资源整合、合作模式调整等事项，奇瑞汽车于 2023 年下半年开始指定部分车型通过恒信集团向奇瑞汽车供货，双方价格协议确定时间较晚，2023 年下线结算产品于 2025 年 3 月开票结算，根据合同约定收到发票后 90 天付款，因此该客户虽然账龄在 1-2 年但尚未逾期，该客户正常滚动回款，截至 2026 年 2 月 28 日，上述 1-2 年应收款项期后回款良好，与发行人不存在诉讼情形。

三、结合报告期内收入变动、结算政策变动等，分析说明报告期各期末各类业务的应收票据及应收款项融资变动原因及合理性，补充说明截至问询回复日上述应收款项的兑付和贴现情况。

（一）结合报告期内收入变动、结算政策变动等，分析说明报告期各期末各类业务的应收票据及应收款项融资变动原因及合理性

报告期内，公司应收票据和应收款项融资变动明细及占营业收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
票据及“迪链”期初金额①	5,544.45	8,457.00	18,757.11
票据及“迪链”增加金额②	144,279.75	100,331.99	85,195.92
票据及“迪链”减少金额③	118,918.87	103,244.54	95,496.03
其中：背书	70,044.95	69,835.81	45,704.89
贴现	37,567.70	14,242.40	5,667.77
到期托收	11,306.23	19,166.33	44,123.37
票据及“迪链”期末金额④	30,905.34	5,544.45	8,457.00
信用等级低的票据还原至应收票据余额⑤（注）	-	827.83	1,696.62
期末应收票据和应收款项融资余额⑥=④+⑤	30,905.34	6,372.29	10,153.63
营业收入⑦	141,145.40	130,060.15	103,094.61
票据增加占营业收入的比重⑧=②/⑦	102.22%	77.14%	82.64%

注：已背书、贴现但尚未到期的信用等级低的票据不满足终止确认的条件，因此期末予以还原至应收票据。

报告期各期末，公司应收票据和应收款项融资余额分别为 10,153.63 万元、6,372.29 万元和 30,905.34 万元，应收票据和应收款项融资变动情况分析如下：

### 1、变动情况分析

随着公司业务收入规模的增加，公司采用票据结算的规模也随之增加，2023-2024 年，公司票据增加金额占营业收入的比重变动较小；2025 年，公司票据增加金额占营业收入的比重较高主要系 2024 年度因商务谈判导致未及时开票结算的应收账款已于当期陆续通过票据及“迪链”回款所致。

### 2、期末余额分析

2024 年，公司开始使用新一代电子承兑汇票，该类型汇票可以拆分背书，公司不必通过票据池质押开立应付票据的方式进行，导致当期末应收票据、应收款项融资期末余额有所下降。

2025 年，公司 2024 年度未及时开票结算的应收账款陆续通过票据及“迪链”方式回款，收到票据及“迪链”付款的金额相应增加，而公司与主要供应商的信用周期及结算方式未发生重大变动，同时 2025 年下游主机厂响应行业“反内卷”

号召缩短账期以及公司加强应收账款管理，大部分货款通过票据收回，综合导致公司 2025 年末应收票据、应收款项融资期末余额有所增长。

## （二）补充说明截至问询回复日上述应收款项的兑付和贴现情况

截至本问询回复签署之日，公司应收票据、应收款项融资余额的兑付和贴现情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应收票据、应收款项融资期末余额（A）	<b>30,905.34</b>	6,372.29	10,153.63
截至问询回复日信用等级低的票据已到期终止确认金额（B）	-	827.83	1,696.62
截至问询回复日的背书及到期承兑金额（C）	<b>11,185.32</b>	4,256.88	6,506.18
截至问询回复日的贴现及保理金额（D）	-	1,287.58	1,950.82
截至问询回复日的兑付和贴现金额（E=B+C+D）	<b>11,185.32</b>	6,372.29	10,153.63
截至问询回复日的兑付和贴现比例（F=E/A）	<b>36.19%</b>	100.00%	100.00%

截至本问询回复签署之日，公司 2023-2024 年的应收票据、应收款项融资期末余额已全部兑付和贴现，公司 2025 年末已到期的应收票据及应收款项融资均已获得正常兑付和贴现，整体兑付和贴现情况较好。

四、分类说明报告期内应收票据及应收款项融资背书转让、贴现和保理的情况、金额及对手方，相关应收款项是否附有追索权，是否终止确认，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

报告期内，公司应收票据及应收款项融资背书转让、贴现和保理的情况、金额参见本题回复之“三、结合报告期内收入变动、结算政策变动等，分析说明报告期各期末各类业务的应收票据及应收款项融资变动原因及合理性，补充说明截至问询回复日上述应收款项的兑付和贴现情况”，应收票据及应收款项融资交易对手方、是否附有追索权及会计处理情况列示如下：

票据类型	对手方	是否附有追索权	会计处理
1、信用等级较低的银行承兑汇票 应收票据及财务公司承兑汇票	背书给供应商	是	对于信用等级较低银行承兑的票据及财务公司承兑汇票，公司背书转让或贴现时未终止确认，待票据到期后终止确认
	贴现给银行	是	
2、信用等级较高的银行承兑汇票	背书给供应商	是	对于信用等级较高银行的承兑汇票，由于到期不支付的可能性较低，公司已将已背书或贴现的信用等级较高银行承兑汇票予以终止确认
	贴现给银行	是	
3、“迪链”供应链债权凭证	背书给供应商	否	对于“迪链”供应链债权凭证，由于明确约定了无追索权条款，公司已将已背书或贴现的“迪链”供应链债权凭证予以终止确认
	贴现给银行	否	

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》规定，企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确认该金融资产。

报告期内，公司应收票据列报信用等级较低的银行承兑汇票及财务公司承兑汇票，由信用等级较低的银行及财务公司承诺到期兑付，出于谨慎性考虑，公司背书转让或贴现时未终止确认，待票据到期后终止确认。报告期内，公司应收款项融资列报信用等级较高的银行承兑汇票及“迪链”供应链债权凭证，对于信用等级较高银行的承兑汇票，由于到期不支付的可能性较低，能够合理确定公司已转让票据所有权上几乎所有风险和报酬，公司将已背书或贴现的信用等级较高银行承兑汇票予以终止确认；对于“迪链”供应链债权凭证，由于明确约定了无追索权条款，因此采用了与信用等级较高银行的承兑汇票的处理方式，将已背书或贴现的“迪链”供应链债权凭证予以终止确认，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

综上，公司将信用等级较高的银行承兑汇票及不附追索权的“迪链”供应链债权凭证在转让票据时终止确认，将信用等级较低的银行承兑汇票及财务公司承兑汇票在转让票据时未终止确认，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

**五、说明“迪链”等结算方式对发行人应收款项及现金流的具体影响，说明大量使用票据及“迪链”结算是否符合行业惯例，结合期后合同约定情况等，说明结算方式是否发生明显变化及影响。**

**（一）“迪链”等结算方式对发行人应收款项及现金流的具体影响**

报告期内，公司收到的票据主要为银行承兑汇票及财务公司承兑汇票，收到的供应链债权凭证主要为比亚迪兑付的“迪链”及奇瑞汽车兑付的“宝象”，以上结算方式对发行人应收款项及现金流的具体影响如下：

**1、银行承兑汇票及财务公司承兑汇票**

（1）收到票据：公司收到客户开具或背书的票据时，计入应收票据或应收款项融资，同时冲减应收账款，对现金流无影响。报告期内，公司收到票据的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
收到票据金额	128,218.11	74,139.62	55,660.78

（2）背书转让：公司将信用等级较高的银行承兑票据背书给供应商时，冲减应付账款和应收款项融资，对现金流无影响；公司将信用等级较低的银行承兑

票据或财务公司承兑汇票背书给供应商时不终止确认，冲减应付账款，同时计入其他流动负债，对应收票据、现金流无影响。报告期内，公司票据背书转让的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
票据背书金额	<b>56,251.02</b>	56,103.38	33,710.24

(3) 到期托收：公司将票据承兑托收时，收到银行存款，冲减应收票据，产生经营活动现金流流入。报告期内，公司票据托收对公司经营活动现金流的影响情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
票据到期托收金额	<b>9,071.30</b>	6,706.40	20,066.44

(4) 票据贴现：公司对信用等级高的银行承兑汇票贴现终止确认，应收款项融资余额减少，产生经营活动现金流入；对信用等级低的银行承兑汇票及财务公司承兑汇票贴现不终止确认，同时确认负债，产生筹资活动现金流入。报告期内，公司票据贴现对公司现金流的影响情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
信用等级高的银行承兑汇票贴现金额	<b>36,567.70</b>	14,242.40	3,871.22
信用等级高的银行承兑汇票贴现的经营活动现金流入金额	<b>36,444.84</b>	14,187.50	3,863.13
信用等级低的银行承兑汇票贴现金额	<b>1,000.00</b>	-	100.00
信用等级低的银行承兑汇票贴现的筹资活动现金流入金额	<b>997.47</b>	-	99.90

## 2、“迪链”及“宝象”供应链债权凭证

报告期内，公司持有的供应链债权凭证主要为“迪链”及“宝象”两种。鉴于“迪链”供应链债权凭证在背书转让或贴现时，明确约定了无追索权条款，满足会计终止确认条件下的金融资产出售的标准，因此公司将其确认为应收款项融资；而“宝象”供应链债权凭证在背书转让或贴现时未明确约定无追索权条款，不符合会计终止确认条件下的金融资产出售标准，因此，公司将其确认为应收账款。

(1) 收到供应链债权凭证：公司收到客户开具或背书的“迪链”供应链债权凭证时，计入应收款项融资，同时冲减应收账款，对现金流无影响；收到客户

开具或背书的“宝象”供应链债权凭证时，不做会计处理，对公司应收款项、现金流无影响。报告期内，公司收到供应链债权凭证的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
收到“迪链”供应链债权凭证金额	16,061.63	26,192.37	29,535.14
收到“宝象”供应链债权凭证金额	4,553.44	7,175.57	2,640.36

(2) 背书转让：公司将“迪链”供应链债权凭证背书给供应商时，冲减应付账款和应收款项融资，对现金流无影响；公司将“宝象”供应链债权凭证背书给供应商时不终止确认，冲减应付账款，同时计入其他流动负债，对应收款项和现金流无影响。报告期内，公司供应链债权凭证背书转让的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
“迪链”供应链债权凭证背书金额	13,793.93	13,732.43	11,994.64
“宝象”供应链债权凭证背书金额	3,056.49	2,262.35	1,403.00

(3) 到期托收：公司将供应链债权凭证到期托收时，收到银行存款，冲减应收款项融资或应收账款，产生经营活动现金流流入。报告期内，公司供应链债权凭证托收对公司经营活动现金流的影响情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
“迪链”供应链债权凭证到期托收金额	2,234.93	12,459.93	24,056.93
“宝象”供应链债权凭证到期托收金额	4,900.14	1,621.89	1,575.63

(4) 供应链债权凭证保理：对“迪链”供应链债权凭证保理终止确认，应收款项融资余额减少，产生经营活动现金流入；对“宝象”供应链债权凭证保理不终止确认，同时确认负债，产生筹资活动现金流入。报告期内，公司供应链债权凭证保理对公司现金流的影响情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
“迪链”供应链债权凭证保理金额	-	-	1,696.56
“迪链”供应链债权凭证保理的现金流入金额	-	-	1,686.79
“宝象”供应链债权凭证保理金额	-	-	-
“宝象”供应链债权凭证保理的现金流入金额	-	-	-

注：报告期内，“宝象”供应链债权凭证保理金额为0。

## （二）大量使用票据及“迪链”结算是否符合行业惯例

报告期各期末，公司与同行业可比公司期末应收票据及应收款项融资金额占应收账款比例情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
恒帅股份	应收票据、应收款项融资账面价值	未披露	862.74	669.10
	应收账款账面价值	未披露	24,901.53	25,465.96
	占比	未披露	3.46%	2.63%
飞龙股份	应收票据、应收款项融资账面价值	未披露	16,756.41	11,212.23
	应收账款账面价值	未披露	114,204.08	77,256.77
	占比	未披露	14.67%	14.51%
旭升集团	应收票据、应收款项融资账面价值	未披露	4,855.33	4,909.25
	应收账款账面价值	未披露	120,259.87	130,298.34
	占比	未披露	4.04%	3.77%
文灿股份	应收票据、应收款项融资账面价值	未披露	13,537.85	5,450.24
	应收账款账面价值	未披露	121,183.07	108,080.06
	占比	未披露	11.17%	5.04%
天龙股份	应收票据、应收款项融资账面价值	未披露	11,853.23	7,660.23
	应收账款账面价值	未披露	53,405.10	50,852.14
	占比	未披露	22.19%	15.06%
朗信电气	应收票据、应收款项融资账面价值	30,886.45	6,372.29	10,125.36
	应收账款账面价值	45,270.78	64,890.18	40,781.20
	占比	68.23%	9.82%	24.83%

注：上述可比公司信息来源于公开披露文件。

由上表可知，同行业可比公司亦存在大量使用票据的情况，由于同行业可比公司未披露迪链使用情况，经查询福赛科技（301529）、新铝时代（301613）、金康精工（831978）、汇通控股（603409）等汽车零部件公司公开信息，均披露使用“迪链”结算的情况，因此公司大量使用票据及“迪链”结算符合行业惯例。

## （三）结合期后合同约定情况等，说明结算方式是否发生明显变化及影响

报告期前后，公司与前五大客户的具体结算方式如下表所示：

公司名称	报告期后结算方式	报告期结算方式		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
银轮股份	银行承兑汇票、现汇	银行承兑汇票、现汇	银行承兑汇票、现汇	银行承兑汇票、现汇
爱斯达克	迪链支付	迪链支付	迪链支付	迪链支付
奇瑞汽车	2025 年 2 月起，40%现汇+60%票据	2025 年 2 月起，40%现汇+60%票据	现汇 40%；票据及宝象 60%	现汇 40%；票据及宝象 60%

公司名称	报告期后结算方式	报告期结算方式		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
吉利集团	银行承兑汇票或电子债权凭	银行承兑汇票或电子债权凭	银行承兑汇票或电子债权凭	银行承兑汇票或电子债权凭
一汽集团	付款小于 20 万，银行存款支付；付款金额大于 20 万元 50%银行存款，50%汇票	付款小于 20 万，银行存款支付；付款金额大于 20 万元 50%银行存款，50%汇票	付款小于 20 万，银行存款支付；付款金额大于 20 万元 50%银行存款，50%汇票	付款小于 20 万，银行存款支付；付款金额大于 20 万元 50%银行存款，50%汇票
恒信集团	现汇 40%；票据及宝象 60%	现汇 40%；票据及宝象 60%	现汇 40%；票据及宝象 60%	现汇 40%；票据及宝象 60%
江苏嘉和	迪链支付	迪链支付	迪链支付	迪链支付

报告期及报告期后，发行人主要客户结算方式未发生明显变化。

### 【会计师回复】

六、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

#### （一）核查方法、范围、过程、证据

申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：

（1）获取应收账款明细表，分析对比应收账款期末余额较大客户的收入变动情况、合同约定回款条件等，分析应收账款余额变动是否异常。

（2）检查报告期内主要客户合同条款，检查客户信用政策、资信情况是否发生变化。

（3）检查发行人收款内控制度，执行穿行测试核查内控设计运行是否有效。

（4）对发行人应收账款回款情况按客户进行统计分析，询问产生超信用期应收账款的原因，检查超信用期应收账款是否最终回款。

（5）检查发行人期后回款情况，应收账款坏账准备是否计提充分。

（6）对比分析发行人同行业可比公司回款情况、回款政策和信用期等，是否存在异常情况。

（7）对比分析发行人与同行业可比公司的应收账款周转率，是否存在异常情况。

（8）检查报告期内发行人收到票据的当期及期后背书承兑、承兑托收、贴现、保理等情况是否异常，相关会计处理是否符合会计准则的规定。

（9）分析票据的结算方式对发行人应收账款及现金流的影响，对比发行人与同行业可比公司的票据结算方式是否存在异常，查阅报告期内发行人与主要客户的结算条款，检查是否发生明显变化。

（10）对公司应收账款执行函证程序，核查发行人应收账款的真实性和准确性，应收账款的发函和回函比例情况如下：

单位：万元、份

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应收账款余额	47,761.52	68,652.10	43,029.72
发函数量	51	45	35
应收账款发函金额	44,044.05	65,740.83	40,768.32
发函金额占应收账款比例	92.22%	95.76%	94.74%
回函数量	48	43	34
回函相符及调节相符合计确认金额	41,378.20	59,894.46	39,631.37
回函相符及调节相符合计确认金额占应收账款的比例	86.64%	87.24%	92.10%
其中：回函不符数量	42	35	26
回函不符调节相符金额	4,592.93	3,940.51	5,211.78
回函不符调节相符金额占应收账款的比例	9.62%	5.74%	12.11%
未回函数量	3	2	1
未回函涉及应收账款金额	2,665.84	5,846.37	1,136.94
未回函金额占应收账款的比例	5.58%	8.52%	2.64%

(11) 实地走访公司主要客户，并结合公开信息查询，核查主要客户的经营状况，申报会计师实地走访客户的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年
实地走访客户的销售收入	116,705.38	112,501.99	88,770.14
实地走访客户家数	39		
营业收入	141,145.40	130,060.15	103,094.61
实地走访客户覆盖营业收入比例	82.68%	86.50%	86.11%

## (二) 核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人应收账款余额受收入增长、客户信用期变动等因素影响变动较大，变动具有合理性；发行人应收账款余额变动与发行人收入变动趋势、回款条件相匹配，2023-2024 年发行人回款条件未发生明显变化，2025 年为响应汽车行业“反内卷”号召，主要客户信用账期有所缩短，发行人应收账款客户信用质量未发生明显变化，不存在放宽信用期扩大销售的情况。

(2) 发行人 2023 年度信用期外应收账款余额及占比快速增长具备合理性；发行人应收账款周转率低于同行业可比公司具有合理原因；发行人 2024 年末 1-2 年应收账款客户的资信情况良好，期后回款良好，不存在逾期和诉讼的情况。

(3) 报告期各期末，发行人应收票据及应收款项融资余额的变动具有合理的经营原因和业务背景；截至本回复签署之日，发行人**2023-2024**年的应收票据、应收款项融资期末余额已全部兑付和贴现，公司**2025年末**已到期的应收票据及应收款项融资均已获得正常兑付和贴现，整体兑付和贴现情况较好。

(4) 发行人应收票据列报信用等级较低的银行承兑汇票及财务公司承兑汇票，附有追索权，贴现和背书不予终止确认；应收款项融资列报信用等级较高的银行承兑汇票及“迪链”供应链债权凭证不附有追索权，贴现和背书予以终止确认，会计处理符合会计准则的规定。

(5) 发行人大量使用票据及“迪链”结算符合行业惯例，发行人报告期内及期后与主要客户的结算方式未发生明显变化。

#### 问题 7.固定资产和在建工程核算准确性

根据申请文件：(1) 报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 28,088.77 万元、36,873.84 万元和 35,935.93 万元。(2) 张家港新能源汽车热管理系统部件项目建筑工程分别于 2022 年和 2023 年转入固定资产 14,520.00 万元和 3,555.44 万元。(3) 在安装设备项目分别于 2022 年、2023 年和 2024 年投入 11,472.71 万元、9,391.08 万元和 4,555.68 万元，转入固定资产 9,978.50 万元、10,071.74 万元和 5,121.35 万元，工程进度均为在安装。(4) 芜湖新能源汽车热管理系统部件项目建筑工程 2024 年度投入 658.32 万元，预算数为 17,000.00 万元。

请发行人：(1) 结合报告期内新增固定资产的明细情况、各生产环节配置的主要设备数量、入账日期、账面原值、成新率、技术性能情况，说明固定资产快速增长的原因，与生产设备、生产人数、工时变动的匹配性。(2) 结合张家港新能源汽车热管理系统部件项目的投资金额、立项、开工、计划完工时点、工程进度、作价依据等，说明转固时点、金额、依据及准确性。(3) 说明固定资产和在建工程供应商的选择依据、基本情况、发行人采购占比，施工方资质、规模与发行人向其采购规模匹配性，发行人采购的具体内容、定价方式及价格公允性，同一供应商是否同时为发行人提供建设厂房和安装设备服务。(4) 说明采购款支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定的匹配性，供应商是否与发行人及其关联方存在关联关系，是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形。(5) 说明固定资产和在建工程盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、方法、结果，是否存在盘点差异及产生原因。

请保荐机构和申报会计师：(1) 核查上述事项，说明核查方法、范围、过程、证据及结论，并发表明确意见。(2) 说明对固定资产和在建工程实施的监盘程序及结论。

#### 【公司回复】

一、结合报告期内新增固定资产的明细情况、各生产环节配置的主要设备数量、入账日期、账面原值、成新率、技术性能情况，说明固定资产快速增长的原因，与生产设备、生产人数、工时变动的匹配性。

#### (一) 报告期内新增固定资产的明细情况

报告期内，公司新增固定资产情况如下：

单位：万元

资产类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
房屋及建筑物	购置	563.52	-	-
	在建工程转入	6,194.91	-	3,555.44

资产类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	小计	6,758.44	-	3,555.44
机器设备	购置	3.84	3.21	7.62
	在建工程转入	5,456.39	5,202.77	10,071.74
	小计	5,460.23	5,205.98	10,079.36
运输设备	购置	71.19	96.19	85.45
	在建工程转入	-	-	-
	小计	71.19	96.19	85.45
电子设备及其他	购置	49.02	72.88	110.63
	在建工程转入	-	-	-
	小计	49.02	72.88	110.63
合计		12,338.88	5,375.06	13,830.88

由上表可见，报告期内，公司新增固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备，前述两项占固定资产新增账面价值的比例分别为 98.58%、96.85%和 **98.39%**。

### 1、报告期内新增主要房屋及建筑物情况

公司房屋及建筑物增加主要是张家港新能源汽车热管理系统部件项目中的厂房、办公楼等建筑物达到预定可使用状态投入使用，主要用于母公司朗信电气日常的生产经营。

### 2、报告期内新增机器设备情况

报告期各期，随着下游新能源汽车市场需求的增加，以及公司搬迁新厂房后生产场地空间限制得到改善，公司为提高整体生产能力和生产自动化水平，各期新增机器设备原值分别为 10,079.36 万元、5,205.99 万元和 **5,460.23 万元**，新增固定资产主要为自动化生产线、冲床、焊接机、生产模具等，新增机器设备后公司主要产品电子风扇及电机总成、电子水泵各期合计产能分别为 583.71 万套、711.77 万套和 **755.06 万套**，主要产品产能同比逐年提高。

### （二）各生产环节配置的主要设备数量、入账日期、账面原值、成新率、技术性能情况

公司产品主要生产环节包括冲压、注塑、装配、绕线、焊接及测试等，其中各产品生产环节均涉及冲压及注塑工厂生产的零部件产品，工艺通用性较高，而装配、绕线、焊接及测试等工序则以生产线形式集成存在，可以汇总为无刷电机产线、有刷电机产线、风扇总成装配线、水泵产线及鼓风机产线等五类。

截至 2025 年 12 月 31 日，公司各生产环节配置的固定资产原值或合计原值排名前五的主要设备数量、入账日期、账面原值、成新率、技术性能情况如下：

## 1、冲压工序

单位：台、万元

设备名称	数量	入账日期	账面原值	成新率	技术性能
电机壳冲压拉伸生产线含控制系统	1	2022 年 7 月	469.03	67.05%	经过落料剪裁、冲压拉伸成型、精整等工程，采用二次元机械手过程传送，结合模具制造不同的产品，过程一致性稳定，高效率
龙门高速精密冲床 APG-220	1	2022 年 7 月	87.61	67.05%	配合精密级进模具，成材率高，300 冲次/min，高效率
220 吨龙门高速精密冲床	1	2023 年 4 月	82.30	74.34%	配合精密级进模具，成材率高，300 冲次/min，高效率
220T 龙门高速精密冲床 APG-220	1	2025 年 4 月	77.70	93.60%	配合精密级进模具，成材率高，300 冲次/min，高效率
160 吨龙门单轴精密冲床	2	2023 年 7 月	71.15	76.77%	配合精密级进模具，冲压、成型一体，可生产铜、不锈钢、铝制品，自动化程度高

## 2、注塑工序

单位：台、万元

设备名称	数量	入账日期	账面原值	成新率	技术性能
注塑机 FORZA-III 系列 FA550	10	2022 年 12 月、 2023 年 5 月、 2023 年 8 月	552.21	73.80%	通过加热塑料颗粒至熔融状态，再高压注入模具型腔，冷却固化后成型制品的工艺。其过程包括合模、注射充填、保压补缩、冷却定型、开模和顶出脱模六个阶段，循环进行。关键控制参数包括温度（料筒和模具）、压力（注射和保压）及时间（注射、冷却等）。
注塑机 POTENZA-II 系列 PT850	4	2023 年 5 月、 2023 年 8 月、 2023 年 10 月	305.13	76.77%	通过加热塑料颗粒至熔融状态，再高压注入模具型腔，冷却固化后成型制品的工艺。其过程包括合模、注射充填、保压补缩、冷却定型、开模和顶出脱模六个阶段，循环进行。关键控制参数包括温度（料筒和模具）、压力（注射和保压）及时间（注射、冷却等）。
注塑机 POTENZA-IIIPLUS 系列 PT850	3	2022 年 12 月	236.28	71.10%	通过加热塑料颗粒至熔融状态，再高压注入模具型腔，冷却固化后成型制品的工艺。其过程包括合模、注射充填、保压补缩、冷却定型、开模和顶出脱模六个阶段，循环进行。关键控制参数包括温度（料筒和模具）、压力（注射和保压）及时间（注射、冷却等）。
注塑机 FPRZA-III 系列 FA1000	2	2022 年 12 月	229.73	71.25%	通过加热塑料颗粒至熔融状态，再高压注入模具型腔，冷却固化后成型制品的工艺。其过程包括合模、注射充填、保压补缩、冷却定型、开模和顶出脱模六个阶段，循环进行。关键控制参数包括温度（料筒和模具）、压力（注射和保压）及时间（注射、冷却等）。
注塑机 POTENZA-II 系列	11	2023 年 3 月	177.17	73.53%	通过加热塑料颗粒至熔融状态，再高压注入模具型腔，冷却固化后成型制品的工艺。其过程包括合模、注射充填、保压补缩、冷却定型、开模和顶出脱模六个阶段，循环进行。关键控制参数包括温度（料筒和模具）、压力（注射和保压）及时间（注射、冷却等）。

### 3、装配、绕线、焊接及测试等工序

#### (1) 无刷电机产线

单位：条、万元

设备名称	数量	入账日期	账面原值	成新率	技术性能
123-1000W 无刷电机装配线	1	2024 年 11 月	847.59	79.67%	上线扫码后经过装配、锁紧、打胶、波峰焊接、综合测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制、影像检测。
111 电机组装线	1	2023 年 8 月	642.48	55.16%	上线扫码后经过装配、锁紧、打胶、电阻焊接、综合测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制、影像检测。
123-1000W 无刷电机转子线	1	2024 年 12 月	372.62	80.80%	上线扫码后经过装配、锁紧、打胶、电阻焊接、综合测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制、影像检测。
123 无刷电机定子线	1	2024 年 12 月	327.65	80.80%	上线扫码后经过打胶、装配、充磁等工艺，实现转子总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制、影像检测。
108 定子线	1	2025 年 4 月	278.76	87.20%	上线扫码后经过装配、绕线等工艺，实现定子总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制、影像检测。

#### (2) 有刷电机产线

单位：条、台、万元

设备名称	数量	入账日期	账面原值	成新率	技术性能
110 电枢自动化生产线	1	2025 年 10 月	210.62	96.80%	通过飞叉绕线机全自动绕线，通过电阻焊的原理对两个端子进行焊接，使其融合到一起并自动测试性能，全线通过 PLC 控制。
绕线电焊一体机 R9850	1	2019 年 2 月	53.85	4.00%	通过电阻焊接的原理对产品的两个端子进行焊接，使其融合到一起，实现结合紧密的效果。
电机生产线 P-EY-20131128	1	2014 年 5 月	49.57	4.00%	上线扫码后经过装配、锁紧、打胶、电阻焊接、综合测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制、影像检测。
五合一压机 RH348150	1	2019 年 2 月	42.74	4.00%	通过自动取料，入轴，装配等工艺，实现多工序的集成生产。
皮带线 SP25	1	2019 年 2 月	37.25	27.72%	运输线和单机设备联动，通过 PLC 控制使工装板在指定地方停靠，进行加工。

#### (3) 风扇总成装配线

单位：条、万元

设备名称	数量	入账日期	账面原值	成新率	技术性能
有刷单风扇总成装配产线	1	2022 年 7 月	60.18	34.10%	上线扫码后经过装配，平衡测试等工艺，实现风扇总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制。
有刷单风扇总成装配产线	1	2022 年 7 月	60.18	34.10%	上线扫码后经过装配，平衡测试等工艺，实现风扇总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制。
无刷单风扇总成装配产线	1	2022 年 7 月	52.04	34.10%	上线扫码后经过装配，平衡测试等工艺，实现风扇总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制。
无刷单风扇总成装配产线	1	2022 年 7 月	52.04	34.10%	上线扫码后经过装配，平衡测试等工艺，实现风扇总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制。
风扇总成装配线	1	2021 年 10 月	50.44	19.57%	上线扫码后经过装配，平衡测试等工艺，实现风扇总成的生产，全程有 MES 追踪、PLC 控制。

#### (4) 水泵产线

单位：条、万元

设备名称	数量	入账日期	账面原值	成新率	技术性能
无刷水泵总成自动生产线2线	1	2022年7月	396.99	36.21%	上线扫码后经过装配、锁紧、打胶、气密测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。
无刷水泵总成自动生产线4线	1	2022年7月	350.09	36.50%	上线扫码后经过装配、锁紧、电阻焊接、流量测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。
无刷水泵定子自动生产线	1	2022年10月	296.00	38.96%	上线扫码后经过装配、绕线、性能测试等工艺，实现定子总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。
无刷水泵总成自动生产线3线	1	2022年7月	202.30	38.25%	上线扫码后经过装配、锁紧、打胶、电阻焊接，综合测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。
水泵定子组装线	1	2023年11月	200.88	62.14%	上线扫码后经过装配、绕线、性能测试等工艺，实现定子总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制。

#### (5) 鼓风机产线

单位：条、万元

设备名称	数量	入账日期	账面原值	成新率	技术性能
鼓风机电机线组装线	1	2022年12月	400.80	42.40%	上线扫码后经过装配、锁紧、打胶、波峰焊接、综合测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。
无刷鼓风机定子自动生产线	1	2022年10月	280.71	38.96%	上线扫码后经过装配、绕线、性能测试等工艺，实现定子总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。
鼓风机转子组装设备	1	2022年12月	225.93	42.40%	上线扫码后经过打胶、装配、充磁等工艺，实现转子总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。
鼓风机磁瓦组装设备	1	2022年12月	167.96	42.40%	上线扫码后经过打胶、装配，实现磁瓦与机壳组装的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。
362鼓风机控制器线	1	2023年10月	93.81	58.40%	上线扫码后经过装配、锁紧、打胶、平衡测试等工艺，实现电机总成的生产，全程有MES追踪、PLC控制、影像检测。

### (三) 说明固定资产快速增长的原因，与生产设备、生产人数、工时变动的匹配性

报告期内，固定资产原值与生产设备、生产人数、工时的数量以及变动情况如下：

类别	2025年度 /2025年末		2024年度 /2024年末		2023年度 /2023年末	
	金额/数量	同比/较上年末	金额/数量	同比	金额/数量	同比
固定资产原值（万元）	64,908.54	22.87%	52,825.87	10.42%	47,842.88	37.77%
生产设备原值（万元）	31,626.51	11.34%	28,406.41	47.71%	19,230.89	84.90%
生产人数（人）	1,141	12.19%	1,017	19.93%	848	22.19%
总工时（万小时）	310.07	3.13%	300.66	22.25%	245.93	32.22%

注：生产设备原值系月度加权平均值；生产人员数量系月度加权平均人数；生产人员人数包括报告期内劳务派遣及劳务外包生产人数。

报告期内，随着公司订单规模持续快速增长，原租赁厂房及拥有的设备、产线已无法满足下游客户日益增长的需求，公司亟须扩建厂房、增加生产设备以提高自身的生产能力，从而导致固定资产呈现快速增长的趋势。

由上表可见，报告期内，公司固定资产原值与生产设备数量及生产人员数量、生产人员总工时均呈现同比持续增长的趋势，整体具有匹配性。

二、结合张家港新能源汽车热管理系统部件项目的投资金额、立项、开工、计划完工时点、工程进度、作价依据等，说明转固时点、金额、依据及准确性。

报告期内，张家港新能源汽车热管理系统部件项目的投资金额、立项、开工、计划完工时点、工程进度、作价依据等具体情况如下：

单位：万元

项目类别	项目明细	投资预算	立项时点	开工时点	计划完工时点	工程进度	作价依据	转固时点	转固金额	转固依据
主体建筑	综合厂房	17,246.40	2020年4月	2021年1月	2021年12月	主体工程已于2022年5月24日竣工验收；生活配套中心装修工程于2022年11月完成，办公楼装修工程于2023年6月完成	1、工程审核定案单及审核结算书； 2、施工单位送审结算书及监理资料； 3、工程竣工验收报告及备案表； 4、工程结算审定表。	2022年6月	2,100.79	验收报告
	核心车间							2022年6月	3,428.90	
	多层厂房							2022年6月	3,320.21	
	办公楼							2023年6月	2,833.17	
	生活配套中心							2022年11月	1,416.63	
附属建筑	地下车库							2022年6月	2,767.42	
	门卫							2022年6月	134.72	
	危废仓库							2023年4月	16.99	
配套设施	无尘车间工程、连廊工程等							2023年4月、2023年5月	568.87	
	道路、绿化、雨污水管道等							2022年6月	1,487.73	

注：张家港新能源汽车热管理系统部件项目计划于2021年12月完成，受国内宏观经济因素影响，项目进度有所延缓，实际于2022年5月竣工验收。

张家港新能源汽车热管理系统部件项目转固的确认时点严格遵循企业会计准则，即工程竣工验收合格且达到预定可使用状态时进行转固，以验收报告为具体转固依据，按照其验收时间作为具体的转固时点。

上述项目转固金额主要可分为工程款及其他两大类，工程款核算的主要为厂房、办公楼等工程项目的建设工程款，公司聘请独立的第三方审核机构依据计价规范，并基于施工合同、工程结算书、设计图纸等相关资料，对工程造价进行专业审核，最终确定结算金额并出具正式的工程决算审核报告；其他费用核算的主要为零星材料费、设计费等为使项目达到预定可使用状态的一切合理、必要的支出。

综上，公司张家港新能源汽车热管理系统部件项目的转固时点及转固金额准确、转固依据充分。

三、说明固定资产和在建工程供应商的选择依据、基本情况、发行人采购占比，施工方资质、规模与发行人向其采购规模匹配性，发行人采购的具体内容、定价方式及价格公允性，同一供应商是否同时为发行人提供建设厂房和安装设备服务。

#### （一）主要供应商的选择依据

公司固定资产和在建工程供应商按照采购产品的类型主要可分为工程类供应商和设备类供应商，不同类型供应商的选择依据如下：

工程类供应商：报告期内，公司购置的工程项目系向行业内多家工程供应商进行招标，要求供应商提供设计方案、投标函、报价单及投标附件等资料，综合考虑供应商工程质量、工期、方案设计以及价格等方面最终确定供应商，以确保采购价格的公允性。

设备类供应商：报告期内，公司购置的设备类资产包括通用性较高的设备及定制化非标设备。公司采购的通用性较高的设备履行了询比价程序，公司向行业内多家设备供应商进行询价，要求供应商提供设计方案、报价单等资料，综合考虑供应商设备性能、交付能力、综合实力以及售后服务等因素后，基于价格优先和成本控制的原则最终确定供应商，进一步磋商价格等商业条款后签订合同；对于定制化非标设备，如工艺集成度较高的大型生产线等，公司通常根据自身定制化需求并参考市场价格，与合作的设备供应商进行商业谈判后确定价格。

#### （二）主要供应商的基本情况、发行人采购的具体内容、采购占比，施工方资质、规模与发行人向其采购规模匹配性

##### 1、工程类供应商

报告期内，公司主要在建工程项目包括张家港新能源汽车热管理系统部件项目及芜湖新能源汽车热管理系统部件项目，对应的主要工程供应商采购的具体内容、金额及占比情况如下：

单位：万元

名称	采购具体内容	累计工程采购额	占工程项目总投入金额比例
张家港市塘市建筑工程有限公司	张家港主体工程项目	12,522.02	34.71%
方远建设集团股份有限公司	芜湖主体工程项目	15,124.23	41.93%
苏州博智林建设工程有限公司	张家港生活配套中心、办公楼装修工程	1,647.54	4.57%

名称	采购具体内容	累计工程采购额	占工程项目总投入金额比例
张家港市嘉丰装饰有限公司	张家港厂房、车间装修工程	814.59	2.26%
其他供应商	附属工程、工程物资等	5,962.64	16.53%
合计		36,071.02	100.00%

注：累计工程采购额及工程项目总投入金额均为截至 2025 年 12 月 31 日数据。

报告期内，上述主要工程类供应商的基本情况、施工方资质、规模与发行人向其采购规模匹配性情况如下：

### (1) 张家港市塘市建筑工程有限公司

项目	具体内容			
公司名称	张家港市塘市建筑工程有限公司			
成立时间	1985 年 11 月 5 日			
注册资本	4,093.6 万元			
法定代表人	李建飞			
经营范围	房屋建筑工程施工总承包（二级），起重设备安装工程，线路管道安装，水泥预制构件、建筑材料购销。（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） 一般项目：建筑物拆除作业（爆破作业除外）（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）			
施工方资质	建筑工程施工总承包二级			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	李建飞	3,588.04	87.65%
	2	徐建新	141.23	3.45%
	3	秦国栋	141.23	3.45%
	4	吴卫丰	141.23	3.45%
	5	陆晓峰	81.87	2.00%
	合计		4,093.60	100.00%
主要人员	李建飞（执行董事兼总经理）、秦国栋（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，张家港市塘市建筑工程有限公司累计营业收入约 6.5 亿元，公司采购规模占张家港市塘市建筑工程有限公司收入规模约 19%。综上，张家港市塘市建筑工程有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (2) 方远建设集团股份有限公司

项目	具体内容
公司名称	方远建设集团股份有限公司
成立时间	1999 年 6 月 24 日
注册资本	55,559 万人民币
法定代表人	张学形

项目	具体内容			
经营范围	许可项目：各类工程建设活动；建设工程设计；住宅室内装饰装修；建筑劳务分包；建设工程监理；建设工程勘察；建筑智能化系统设计；货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：工程管理服务；建筑工程机械与设备租赁；建筑装饰材料销售；电气机械设备销售；园林绿化工程施工；环境卫生公共设施安装服务；建筑材料销售；轻质建筑材料销售；劳务服务（不含劳务派遣）；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；门窗制造加工；金属门窗工程施工；建筑防水卷材产品销售；住房租赁；物业管理。			
施工方资质	建筑工程施工总承包特级，钢结构工程专业承包一级，市政公用工程施工总承包一级，建筑装修装饰工程专业承包一级，建筑机电安装工程专业承包一级，地基基础工程专业承包一级，建筑幕墙工程专业承包二级，消防设施工程专业承包二级，水利水电工程施工总承包二级，古建筑工程专业承包二级			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	方远控股集团有限公司	20,102.55	38.81%
	2	陈方春	14,372.69	27.75%
	3	台州润方远合拾叁号企业管理合伙企业（有限合伙）	568.70	1.10%
	4	台州润方远合拾玖号企业管理合伙企业（有限合伙）	565.61	1.09%
	5	其他股东	19,949.46	31.26%
	合计		55,559.00	100.00%
主要人员	陈方春（董事长）、张学形（董事兼总经理）、尹欢（董事兼副总经理）、蔡武军（董事兼副总经理）、陈云富（董事兼财务负责人）、唐兴明（监事会主席）、赵祥（监事）、陶海冰（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，方远建设集团股份有限公司累计营业收入约 <b>297.5 亿元</b> ，公司采购规模占方远建设集团股份有限公司收入规模约 <b>0.51%</b> 。综上，方远建设集团股份有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (3) 苏州博智林建设工程有限公司

项目	具体内容		
公司名称	苏州博智林建设工程有限公司		
成立时间	2020年7月14日		
注册资本	2,000 万元		
法定代表人	方勇		
经营范围	许可项目：各类工程建设活动；建设工程设计；住宅室内装饰装修；建筑劳务分包；建设工程监理；建设工程勘察；建筑智能化系统设计；货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：工程管理服务；建筑工程机械与设备租赁；建筑装饰材料销售；电气机械设备销售；园林绿化工程施工；环境卫生公共设施安装服务；建筑材料销售；轻质建筑材料销售；劳务服务（不含劳务派遣）；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；门窗制造加工；金属门窗工程施工；建筑防水卷材产品销售；住房租赁；物业管理（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）		
施工方资质	建筑装修装饰工程专业承包二级、防水防腐保温工程专业承包二级		
股权结构	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	苏州众大创意科技有限公司	2000.00	100.00%
主要人员	方勇（执行董事）、曹海峰（监事）		
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，苏州博智林建设工程有限公司累计营业收入约 <b>1.6 亿元</b> ，公司采购规模占苏州博智林建设工程有限公司收入规模约 <b>10%</b> 。综上，苏州博智林建设工程有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。		

#### (4) 张家港市嘉丰装饰有限公司

项目	具体内容			
公司名称	张家港市嘉丰装饰有限公司			
成立时间	2014年5月4日			
注册资本	100万人民币			
法定代表人	郁喜东			
经营范围	建筑装饰装修工程设计施工、建筑幕墙工程设计施工、水暖电安装；建筑材料、装饰装潢材料、卫生洁具、五金、地板、木门、保温材料、化工产品的购销。（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）。			
施工方资质	建筑装饰装修工程专业承包二级，建筑幕墙工程专业承包二级			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	郁喜东	70.00	70.00%
	2	张静	30.00	30.00%
	合计		100.00	100.00%
主要人员	郁喜东（执行董事兼总经理）、张静（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，张家港市嘉丰装饰有限公司累计营业收入约 <b>8,000万元</b> ，公司采购规模占张家港市嘉丰装饰有限公司收入规模的 <b>10%</b> 。综上，张家港市嘉丰装饰有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

## 2、设备类供应商

报告期内，公司前五大设备供应商采购的具体内容、金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	序号	设备供应商名称	采购金额	采购占比	主要采购内容
2025年度	1	苏州恩意精密机械有限公司	1,317.77	23.64%	自动化生产线及配套设备
	2	苏州鸿昇精密模具有限公司	743.65	13.34%	生产用模具
	3	深圳市金岷江智能装备股份有限公司	638.76	11.46%	自动化生产线及配套设备
	4	宁波澳玛特高精冲压机床股份有限公司	635.40	11.40%	精密冲床设备
	5	昆山坤硕精密组件有限公司	273.76	4.91%	生产用模具
	小计			3,609.33	64.74%
2024年度	1	深圳市金岷江智能装备股份有限公司	1,760.18	32.75%	自动化生产线及配套设备
	2	苏州鸿昇精密模具有限公司	754.87	14.04%	生产用模具
	3	苏州恩意精密机械有限公司	686.72	12.78%	自动化生产线及配套设备
	4	宁海豪丰锐聚汽配有限公司	326.64	6.08%	生产用模具
	5	苏州博宇科技有限公司	249.65	4.64%	生产用模具
	小计			3,778.05	70.29%
2023年度	1	苏州恩意精密机械有限公司	3,135.42	30.51%	自动化生产线及配套设备
	2	宁波力劲塑机智造有限公司	1,103.72	10.74%	注塑机

期间	序号	设备供应商名称	采购金额	采购占比	主要采购内容
	3	苏州鸿昇精密模具有限公司	827.39	8.05%	生产用模具
	4	安歌智慧科技(上海)有限公司	663.69	6.46%	智能仓储项目
	5	深圳市金岷江智能装备股份有限公司	445.04	4.33%	自动化生产线及配套设备
	小计		<b>6,175.26</b>	<b>60.10%</b>	-

注 1：上述采购金额包括直接向固定资产供应商和在建工程供应商的采购金额；

注 2：采购占比为占当年度公司新增固定资产减去新增房屋建筑物金额的比例。

报告期内，上述主要设备类供应商的基本情况、经营范围、规模与发行人向其采购规模匹配性情况如下：

### (1) 苏州恩意精密机械有限公司

项目	具体内容			
公司名称	苏州恩意精密机械有限公司			
成立时间	2007 年 5 月 17 日			
注册资本	500 万人民币			
法定代表人	潘丽			
经营范围	生产、加工、销售：工业自动化生产流水线、机械配件；销售：五金、机电配件；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	潘丽	300.00	60.00%
	2	范冬生	200.00	40.00%
	合计		<b>500.00</b>	<b>100.00%</b>
主要人员	潘丽（执行董事兼总经理）、范冬生（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，苏州恩意精密机械有限公司累计营业收入约 <b>9,453 万元</b> ，公司采购规模占苏州恩意精密机械有限公司收入规模约 <b>49.78%</b> 。综上，苏州恩意精密机械有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (2) 苏州鸿昇精密模具有限公司

项目	具体内容			
公司名称	苏州鸿昇精密模具有限公司			
成立时间	2010 年 6 月 8 日			
注册资本	1,200 万人民币			
法定代表人	刘鹏程			
经营范围	生产、加工、销售：模具、夹具、机械设备及配件、治具、自动化设备及配件、五金；销售：塑料制品。自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品及技术除外）。（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）一般项目：专业设计服务；工业设计服务；工业工程设计服务；平面设计；集成电路设计（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）			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	刘鹏程	480.00	40.00%

项目	具体内容			
	2	张文明	360.00	30.00%
	3	黄春媚	180.00	15.00%
	4	朱伟华	180.00	15.00%
	合计		<b>1,200.00</b>	<b>100.00%</b>
主要人员	刘鹏程（执行董事兼总经理）、黄春媚（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，苏州鸿昇精密模具有限公司累计营业收入为约 <b>7,007 万元</b> ，公司采购规模占苏州鸿昇精密模具有限公司收入规模约 <b>32.87%</b> 。 综上，苏州鸿昇精密模具有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (3) 深圳市金岷江智能装备股份有限公司

项目	具体内容			
公司名称	深圳市金岷江智能装备股份有限公司			
成立时间	2003年8月6日			
注册资本	<b>2,228.3774</b> 万人民币			
法定代表人	孙强			
经营范围	工业机器人，工业软件系统设计、销售；关键基础部件，模具销售；数字化生产工厂方案设计、销售；经营进出口业务（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）。五金产品制造；机械零件、零部件销售。（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）自动化成套生产装备设计、生产销售及维护，智能控制系统设计，销售；模具生产及销售。			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	孙强	<b>957.0827</b>	<b>41.8236%</b>
	2	共青城金岷江创源投资中心（有限合伙）	<b>180.00</b>	<b>7.8658%</b>
	3	广州风华明禾创业投资基金合伙企业（有限合伙）	<b>150.8858</b>	<b>6.5936%</b>
	4	共青城金岷江融创投资中心（有限合伙）	<b>149.2</b>	<b>6.5199%</b>
	5	共青城金岷江汇创投资中心（有限合伙）	<b>125.12</b>	<b>5.4676%</b>
	6	其他股东	<b>660.0889</b>	<b>31.7295%</b>
	合计		<b>2,228.3774</b>	<b>100.0000%</b>
主要人员	孙强（董事长兼总经理）、邓思蕴（董事）、余久红（董事兼副总经理）、胡建（董事兼副总经理）、钱志芳（董事兼副总经理）、罗标峰（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，深圳市金岷江智能装备有限公司累计营业收入约 <b>17.36 亿元</b> ，公司采购规模占深圳市金岷江智能装备有限公司收入规模约 <b>1.64%</b> 。综上，深圳市金岷江智能装备有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (4) 宁海豪丰锐聚汽配有限公司

项目	具体内容
公司名称	宁海豪丰锐聚汽配有限公司
成立时间	2015年11月27日
注册资本	100万人民币
法定代表人	张武宁

项目	具体内容			
经营范围	汽车配件、塑料制品、机械配件、五金件、模具制造、加工；自营和代理货物与技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的货物与技术除外。			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	张武宁	95.00	95.00%
	2	张颖	5.00	5.00%
	合计		100.00	100.00%
主要人员	张武宁（执行董事兼经理）、张颖（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，宁海豪丰锐聚汽配有限公司累计营业收入约 <b>1,600 万元</b> ，公司采购规模占宁海豪丰锐聚汽配有限公司收入规模约 <b>47.19%</b> 。综上，宁海豪丰锐聚汽配有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (5) 昆山坤硕精密组件有限公司

项目	具体内容			
公司名称	昆山坤硕精密组件有限公司			
成立时间	2016 年 8 月 29 日			
注册资本	2,500 万人民币			
法定代表人	钟婷			
经营范围	精密金属组件、精密金属模具、金属治具、金属检具、金属夹具、自动化设备及配件的设计、加工、制造和销售；五金制品、电子元器件、通讯设备及配件、汽车零部件的生产、销售；机械设备及配件的研发、生产及销售；塑胶制品、电线电缆的销售；货物及技术的进出口业务。（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）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；技术推广服务；新材料技术推广服务；科技推广和应用服务；新材料技术研发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	钟婷	2,125.00	85.00%
	2	胡志戈	263.25	10.53%
	3	黄其检	111.75	4.47%
合计		2,500.00	100.00%	
主要人员	钟婷（执行董事兼总经理）、胡志戈（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，昆山坤硕精密组件有限公司累计营业收入约 <b>2.16 亿元</b> ，公司采购规模占昆山坤硕精密组件有限公司收入规模约 <b>3.36%</b> 。综上，昆山坤硕精密组件有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (6) 苏州博宇科技有限公司

项目	具体内容			
公司名称	苏州博宇科技有限公司			
成立时间	2010 年 2 月 3 日			
注册资本	8,000 万人民币			
法定代表人	许晓斌			
经营范围	研发、生产、销售：汽车配件、电子类机壳配件、齿轮风扇、五金制品、金属制品、塑胶产品、注塑模具、模具设计、模具配件、普通机械、塑料机械；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（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）			

项目	具体内容			
	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
股权结构	1	苏州博宇精密模具有限公司	6,000.00	75.00%
	2	郭巍磊	648.00	8.10%
	3	许晓斌	576.00	7.20%
	4	张树高	576.00	7.20%
	5	成业	200.00	2.50%
	合计		8,000.00	100.00%
主要人员	许晓斌（董事）、郭巍磊（监事）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，苏州博宇科技有限公司累计营业收入为 <b>4.4 亿元</b> ，公司采购规模占苏州博宇科技有限公司收入规模约 <b>1.48%</b> 。综上，苏州博宇科技有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (7) 宁波力劲塑机智造有限公司

项目	具体内容		
公司名称	宁波力劲塑机智造有限公司		
成立时间	2002年4月19日		
注册资本	21,136.5007 万人民币		
法定代表人	谢小斯		
经营范围	一般项目：塑料加工专用设备制造；塑料加工专用设备销售；机械设备研发；机械设备销售；模具制造；模具销售；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；通用设备制造（不含特种设备制造）；塑料制品制造；塑料制品销售；工业机器人制造；工业机器人销售；工业机器人安装、维修；智能机器人的研发；智能机器人销售；机械电气设备制造；机械电气设备销售；软件开发；软件销售；工程管理服务；通用设备修理；专用设备修理；电子、机械设备维护（不含特种设备）；信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口（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）。		
股权结构	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	广东力劲塑机智造股份有限公司	21,136.5007	100.00%
主要人员	谢小斯（董事兼总经理）、刘莹莹（董事长）、刘卫平（董事）、蔡庭桢（监事）、贺家唯（财务负责人）		
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，宁波力劲塑机智造有限公司累计营业收入为 <b>24.36 亿元</b> ，公司采购规模占宁波力劲塑机智造有限公司收入规模约 <b>0.45%</b> 。综上，宁波力劲塑机智造有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。		

### (8) 安歌智慧科技（上海）有限公司

项目	具体内容		
公司名称	安歌智慧科技（上海）有限公司		
成立时间	2019年12月18日		
注册资本	12,000 万人民币		
法定代表人	姜跃君		
经营范围	从事计算机软硬件科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，仓储（除危险化学品），自动化控制设备、机械设备及配件、金属制品、电子元器件、电子产品、智能机器人的销售，智能机器人的研发，货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。【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】		

项目	具体内容		
股权结构	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	安歌科技（集团）股份有限公司	12,000.00	100.00%
主要人员	姜跃君（执行董事兼总经理）、顾玉花（监事）、徐培（财务负责人）		
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，公司向安歌智慧科技（上海）有限公司（以下简称“安歌智慧”）采购一套智能仓储设备并于2023年度转固，后续公司与安歌智慧已无业务往来，故公司无法获取其销售收入数据；根据公开信息查询，安歌智慧实缴注册资本1.2亿元，整体规模较大，安歌智慧经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。		

### (9) 宁波澳玛特高精冲压机床股份有限公司

项目	具体内容			
公司名称	宁波澳玛特高精冲压机床股份有限公司			
成立时间	2005年6月3日			
注册资本	4,763.1503万人民币			
法定代表人	卢锦伟			
经营范围	一般项目：金属成形机床制造；金属成形机床销售；液压动力机械及元件制造；液压动力机械及元件销售；铸造机械制造；铸造机械销售；金属制品修理；五金产品批发；五金产品零售；电子产品销售；机械零件、零部件销售；普通机械设备安装服务；机械设备研发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；机械设备租赁；工业自动控制系统装置制造；工业自动控制系统装置销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理(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)。			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	夏慧丽	2,040.00	42.83%
	2	王静	600.00	12.60%
	3	卢锦伟	520.00	10.92%
	4	胡微梅	440.00	9.24%
	5	嘉兴佳翼载诚创业投资合伙企业（有限合伙）	217.954	4.57%
	6	郑秋波	200.00	4.20%
	7	陈华福	200.00	4.20%
	8	其他股东	545.1963	11.44%
	合计		4,763.1503	100.00%
主要人员	卢锦伟（董事兼总经理）、夏慧丽（董事长）、黄虹（独立董事）、LIAO LIN（独立董事）、华旭（独立董事）、王静（董事）、丁国亚（职工董事）、竺银军（副总经理）、李玥（副总经理）、魏云珠（财务总监及董事会秘书）			
规模与发行人向其采购规模的匹配性	报告期内，宁波澳玛特高精冲压机床股份有限公司累计营业收入约16.6亿元，公司采购规模占宁波澳玛特高精冲压机床股份有限公司收入规模约0.5%。综上，宁波澳玛特高精冲压机床股份有限公司经营规模与公司向其采购规模具有匹配性。			

### (三) 定价方式及价格公允性

#### 1、工程类供应商

报告期内，公司主要工程供应商的选择履行了招投标程序，具体如下：

单位：万元

工程项目名称	工程报价方	工程报价金额 (含税)	中标供应商名称	中标工程合同价格 (含税)
张家港主体工程项目	江阴市华西建筑安装工程有限 公司	13,929.80	张家港市塘市建筑工程 有限公司	12,000.00
	台州永立建设有限公司	13,717.69		
	张家港市塘市建筑工程有限公 司	12,618.00		
张家港生活配套中心、 办公楼装修工程	江苏豪斯建设工程有限公司	1,298.88	苏州博智林建设工程有 限公司	1,118.00
	江苏兴港建设集团有限公司	1,205.29		
	苏州博智林建设工程有限公司	1,190.89		
张家港厂房、车间装修 工程	江苏令和建设工程有限公司	735.00	张家港市嘉丰装饰有限 公司	670.00
	苏州华杭装饰工程有限公司	726.27		
	张家港市嘉丰装饰有限公司	714.96		
芜湖主体工程项目	中亿丰建设集团股份有限公司	16,992.78	方远建设集团股份有限 公司	15,388.00
	江苏坤达建设工程有限公司	16,159.72		
	方远建设集团股份有限公司	15,473.56		
芜湖配套装修项目	<b>苏州博智林建设工程有限公司</b>	<b>1,457.37</b>	苏州博智林建设工程有 限公司	<b>1,438.8</b>
	浙江凌沫建筑工程有限公司	2,066.31		
	张家港市嘉丰装饰有限公司	1,479.89		
	方远建设集团股份有限公司	2,218.27		

#### 2、设备类供应商

报告期内，公司采购的通用性较高的主要设备为注塑机、智能仓储项目、精密冲床设备等。通常情况下，针对同一类型设备，公司会向行业内多家设备供应商进行询价，要求供应商提供设计方案、报价单等资料，综合考虑供应商设备性能、交付能力、综合实力以及售后服务等因素后，基于价格优先和成本控制的原则最终确定供应商，以确保采购价格的公允性。

报告期内，公司采购的通用性较高的主要设备比价情况如下：

单位：万元

设备名称	设备报价方	设备报价金额 (含税)	中标供应商名称	中标采购合同价 格(含税)
注塑机 11 台	广东伊之密精密注压科 技有限公司	1,158.87	宁波力劲机械有限公司	883.00
	上海锦珂塑胶科技有限 公司	1,054.70		
	宁波力劲机械有限公司	883.00		

设备名称	设备报价方	设备报价金额 (含税)	中标供应商名称	中标采购合同价格 (含税)
智能仓储设备	健芮智能科技(昆山)有限公司	1,190.00	安歌智慧科技(上海)有限公司	828.00
	合肥井松智能科技股份有限公司	1,016.94		
	安歌智慧科技(上海)有限公司	828.00		
精密冲床设备	宁波澳玛特高精冲压机床股份有限公司	530.00	宁波澳玛特高精冲压机床股份有限公司	530.00
	扬州锻压机床股份有限公司	529.00		
无刷水泵定子自动生产线	深圳市金岷江智能装备有限公司	376.80	杭州合慧智能装备有限公司	334.48
	杭州合慧智能装备有限公司	334.48		
朗信智能化仓储项目-AGV	健芮智能科技(昆山)有限公司	441.67	临沂临工智能信息科技有限公司	300.00
	合肥井松智能科技股份有限公司	373.26		
	杭州海康智能科技有限公司	373.76		
	意欧斯物流科技(上海)有限公司	343.00		
	临沂临工智能信息科技有限公司	300.00		

注：报告期内，公司经过比价程序后，同宁波力劲机械有限公司签订了 883.00 万元的注塑机采购合同，双方基于本次采购合作建立了充分互信，故后续同类型注塑机采购未再履行比价程序，以历史设备价格为参考基准并经双方议价后即达成合作。

报告期内，公司购入的定制化非标设备主要系苏州恩意精密机械有限公司和深圳市金岷江智能装备有限公司生产的电驱动产品智能化装配生产线，公司与苏州恩意精密机械有限公司、深圳市金岷江智能装备有限公司作为平等独立的市场主体达成相关交易，设备采购前严格按照采购内控制度的相关规定，通过供应商询价、议价方式定价，按进度付款模式结算，根据相关供应商向公司出具的声明文件，其销售给公司的定制化非标设备价格符合其定价标准，具有市场公允性。

综上所述，报告期内公司与主要固定资产、在建工程供应商之间均严格按照采购管理制度进行，定价依据充分，采购价格公允。

#### (四) 同一供应商是否同时为发行人提供建设厂房和安装设备服务

报告期内，公司不存在同一供应商同时为公司提供建设厂房和安装设备服务的情况。

四、说明采购款支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定的匹配性，供应商是否与发行人及其关联方存在关联关系，是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形。

(一) 说明采购款支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定的匹配性

报告期内，公司的建筑工程项目主要为张家港新能源汽车热管理系统部件项目以及芜湖新能源汽车热管理系统部件项目。

### 1、张家港新能源汽车热管理系统部件项目

报告期内，张家港新能源汽车热管理系统部件项目主要的建筑供应商、合同金额、合同付款约定情况如下：

单位：万元

供应商名称	采购内容	合同结算金额 (含税)	合同约定付款情况
张家港市塘市建筑工程有限公司	主体工程项目	13,649.00	签订合同后，按月支付工程进度款，支付每月完成工程量的 75% 进度款；工程竣工验收合格后累计支付至合同价款的 85%；经有资质的审核单位审核结束后，付款至审定价的 97%；留合同总价的 3% 作为质量保证金，在缺陷责任期（24 个月）满后 7 天付清（不计息）。
苏州博智林建设工程有限公司	生活配套中心、办公楼装修工程	1,427.90	合同签订后根据形象进度支付工程进度款，水电管线安装到位支付合同款的 20%，木作基层基本完工，油班组进场施工支付合同款的 30%，瓷砖、铝板、石材、隔断、木制品等主材进场安装支付合同价款的 35%，项目竣工、业主投入使用经结算后，支付至结算价款的 97%，留总金额的 3% 作为质量保证金，在缺陷责任期（12 个月）满后 7 天付清。
张家港市嘉丰装饰有限公司	厂房、车间装修工程	887.90	乙方应于每月 10 日之前向甲方报送上月已经完成的工程量报告，并附进度付款申请单、已经完成工程量报表等有关资料，经甲方确认无误后，乙方开具审批金额 75% 的发票，甲方于 7 个工作日内支付相应货款；工程竣工验收合格后，乙方开具全部剩余 25% 的发票，甲方于 7 个工作日内支付至总货款的 95%；在工程竣工验收合格 24 个月满后，甲方于 7 个工作日内支付 5% 尾款。付款方式：50% 银行承兑汇票，50% 现汇。

注：上表合同金额为工程审定价格。

报告期内，张家港新能源汽车热管理系统部件项目主要的建筑供应商支付情况与建设进度具体如下：

单位：万元

供应商名称	2021 年度及之前			2022 年度			2023 年度			2024 年度			2025 年度		
	付款额	累计付款比例	建设进度	付款额	累计付款比例	建设进度	付款额	累计付款比例	建设进度	付款额	累计付款比例	建设进度	付款额	累计付款比例	建设进度
张家港市塘市建筑工程有限公司	6,497.14	47.60%	70.00%	4,357.02	79.52%	100.00%	2,385.37	97.00%	100.00%	409.47	100.00%	100.00%	-	-	-
苏州博智林建设工程有限公司	-	-	-	395.96	27.73%	40.00%	693.82	76.32%	100.00%	338.13	100.00%	100.00%	-	-	-
张家港市嘉丰装饰有限公司	-	-	-	495.89	55.85%	85.00%	347.61	95.00%	100.00%	-	95.00%	100.00%	<b>44.40</b>	<b>100.00%</b>	100.00%

注：建设进度取自工程监理报告。

由上表可见，报告期内，公司张家港新能源汽车热管理系统部件项目主要工程项目基本按照合同约定进行付款，采购款支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定相匹配。

## 2、芜湖新能源汽车热管理系统部件项目

公司芜湖新能源汽车热管理系统部件项目于 2024 年 3 月正式立项，并于 2024 年 10 月正式开工。报告期内，芜湖新能源汽车热管理系统部件项目主要的建筑供应商、合同金额、合同付款约定情况如下：

单位：万元

供应商名称	采购内容	合同金额 (含税)	合同约定付款情况
方远建设集团股份有限公司	主体工程项目	15,388.00	在建项目进度款每月支付至已完成工作量扣除甲供材料款后的 60%；项目竣工验收合格，提供完成的竣工资料及结算资料并经过初步审核后，按实际完成工作量扣除甲供材料款后的 80%向承包人支付工程款；工程结算审核结束并出具审核报告后，付款至审定总价（扣除甲供材料款）后的 97%；缺陷责任期（缺陷责任期 2 年）满后 30 天内支付余款（不计息）。承发包人合同履行期间，可调价要素内材料承包人在采购前，需以书面形式将采购计划通知发包人（总合同指定的发包人代表）。发承包双方根据实际情况商定是否对后期未采购的可调价要素材料进行价格锁定，需进行价格锁定时，发包人应提前将需锁定的材料款 70%部分支付给承包人，付款期限为材料价格锁定月（T 月）之后的第三个月月底前（T+3 月）支付。支付方式：银行承兑，如以现汇支付，按年化利率 3%的贴息费用在支付的工程款中扣除。

报告期内，张家港新能源汽车热管理系统部件项目主要的建筑供应商支付情况与建设进度具体如下：

单位：万元

供应商名称	2024 年度			2025 年度		
	付款额	累计付款比例	建设进度	付款额	累计付款比例	建设进度
方远建设集团股份有限公司	-	-	-	9,605.64	62.42%	主体工程已完工

综上，公司报告期内主要建筑工程项目基本按照合同约定进行付款，采购款支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定相匹配，不存在异常情况。

### （二）供应商是否与发行人及其关联方存在关联关系

公司工程建设项目主要供应商的基本情况参见本题回复之“三、说明固定资产和在建工程供应商的选择依据、基本情况、发行人采购占比，施工方资质、规模与发行人向其采购规模匹配性，发行人采购的具体内容、定价方式及价格公允性，同一供应商是否同时为发行人提供建设厂房和安装设备服务。”之“（二）主要供应商的基本情况、发行人采购的具体内容、采购占比，施工方资质、规模与

发行人向其采购规模匹配性”，公司工程建设项目主要供应商与公司及公司关联方不存在关联关系。

### （三）是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形

公司根据合同、工程支付报审表、工程竣工验收单（验收时提供）进行付款。具体而言，由采购中心按照工程形象进度，并根据施工方提交的工程审核定案单、送审结算书及监理资料、工程竣工验收单（完工时提供）和合同付款条款发起支付申请，并经采购工程师、采购部长、项目办、财务总监及总经理知会审批后交由财务付款。当工程施工达到约定进度后，根据合同约定的付款节点进行付款，使用单位组织验收并出具《工程支付报审表》，同时由施工方负责人、造价工程师、监理单位负责人以及公司项目办负责人、财务部及总经理同时签字并由施工单位与公司加盖公章。工程审核定案单需经施工单位负责人、监理单位负责人以及公司项目办负责人签字，并同时由施工单位、监理单位及公司加盖公章。当工程全部完工后，由使用单位组织财务部、采购中心、施工单位、监理单位进行现场验收，并出具《工程验收单》。上述内控措施的实施有效保证了在建工程相关支出根据项目进度进行付款，付款对象与合同约定对象一致，不存在混入与在建工程无关支出的情况，公司与在建工程供应商的资金均通过银行转账或票据方式支付，不存在通过公司以外的主体支付款项的情况，亦不存在在建工程供应商收到公司支付的款项后将相关资金转入公司或公司关联方的情况。

综上，公司不存在提前结算工程款或虚增工程成本、套取资金体外循环的情况。

### 五、说明固定资产和在建工程盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、方法、结果，是否存在盘点差异及产生原因。

报告期内，公司固定资产和在建工程盘点的情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
盘点时间	2025 年 12 月 23 日、2025 年 12 月 30 日、2026 年 1 月 15 日	2024 年 12 月 10 日、2024 年 12 月 12 日、2025 年 1 月 9 日	2023 年 12 月 6 日、2023 年 12 月 31 日、2024 年 1 月 1 日
盘点地点	张家港及芜湖厂区	张家港及芜湖厂区	张家港及芜湖厂区
参与人员	公司财务部门人员、设备管理部门人员及中介机构监盘人员		

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
盘点范围	固定资产：主要包括房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备及其他 在建工程：主要包括大型设备、建设工程		
盘点方法	1、制定盘点计划、准备固定资产、在建工程盘点表； 2、依据盘点表核查固定资产的名称、数量、规格和存放地点，中介机构全程监盘； 3、检查资产使用状况，关注固定资产是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情形；检查在建工程的建设进展、完工情况，关注期末是否存在已使用但尚未验收的在建工程等情形； 4、盘点时实施从账到实物、从实物到账的双向检查，测试固定资产的存在性以及固定资产账面记录的完整性； 5、盘点过程形成书面记录，记录盘点结果，参与人员在盘点表上签名确认； 6、盘点完毕后对盘点结果进行复核，编制盘点小结； 7、若发现差异，资产使用部门核查盘点差异，经公司审批后财务部门进行相应账务处理。		
期间	2025 年末	2024 年末	2023 年末
固定资产金额	64,908.54	52,825.87	47,842.88
固定资产盘点金额	50,307.39	43,735.33	39,329.27
<b>固定资产盘点比例</b>	<b>77.51%</b>	<b>82.79%</b>	<b>82.21%</b>
在建工程金额	13,798.94	1,224.30	1,013.34
在建工程盘点金额	13,521.40	949.04	968.35
<b>在建工程盘点比例</b>	<b>97.99%</b>	<b>77.52%</b>	<b>95.56%</b>
盘点结果	账实相符，不存在盘亏、盘盈或闲置的情况		
盘点差异及原因	无差异		

### 【会计师回复】

六、请保荐机构和申报会计师：（1）核查上述事项，说明核查方法、范围、过程、证据及结论，并发表明确意见。（2）说明对固定资产和在建工程实施的监盘程序及结论。

（一）核查上述事项，说明核查方法、范围、过程、证据及结论，并发表明确意见。

#### 1、核查程序

申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：

（1）获取报告期内新增主要固定资产的明细表，了解报告期内新增主要固定资产的明细情况。

（2）与公司车间管理人员、生产技术人员沟通，现场查看企业生产车间，了解公司的生产环节和配备的机器设备，并根据固定资产明细表计算设备成新率。

(3) 获取报告期内生产人员的名单以及工时明细，访谈公司人力资源管理人员，确认名单的完整性、核实工时统计的口径。

(4) 获取公司在建工程明细表，和张家港新能源汽车热管理系统部件项目工程部门相关人员沟通，确认工程项目是否进行招标环节，了解各在建工程项目的完工进度和完工时间，复核报告期内工程款的支付情况、付款周期是否符合实际情况，是否与工作内容、建设进度、合同约定一致。

(5) 实地查看厂房建设情况、设备状态，获取工程审核定案单及审核结算书、施工单位送审结算书及监理资料、竣工验收报告、工程造价审核书及资产移交确认单等转固依据文件，结合固定资产明细表，核查报告期内工程项目转固的及时性和准确性。

(6) 通过固定资产、在建工程明细表，筛选出主要的供应商，确认公司采购内容，并通过工商信息查询网站对上述供应商的工商背景进行调查，结合其注册资本、成立时间、施工资质及经营范围等信息，检查是否存在异常情况，是否与公司采购规模相匹配，是否同时为发行人提供建设厂房和安装设备服务；针对公司提供的部分固定资产比价价格信息，核查对应的比价资料以确认公司固定资产及在建工程采购价格的公允性。

(7) 检查主要工程项目的原始凭证，包括合同、付款申请单、发票、银行回单等资料，核实账面记录的在建工程是否真实、准确，核查公司工程建设进度与合同约定的匹配性；取得控股股东、实际控制人、董事、高管、关键岗位人员、重要关联方等相关主体银行流水，核查是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环等情形；并将工程供应商的股东、公开工商资料的董监高人员与公司的关联方名单、员工花名册进行匹配，检查是否存在潜在的关联关系。

(8) 参与公司期末对固定资产及在建工程的盘点，实施固定资产监盘程序、在建工程实地检查程序，查看房屋建筑物的状况，机器设备、运输设备等固定资产的运行情况；查阅相关房屋权证、不动产权证、运输设备行驶证等，检查资产权属情况。

## **2、核查意见**

### **经核查，申报会计师认为：**

(1) 报告期内，公司固定资产快速增长主要系下游客户需求增长、公司亟须扩建厂房、增加生产设备以提高自身的生产能力，具有合理性；公司固定资产规模、变动趋势与公司的生产经营情况（生产设备、生产人数、工时变动等）相匹配；公司各生产环节配置的主要机器设备数量、入账日期、账面原值、成新率、技术性能等情况与公司的生产经营情况相匹配。

(2) 张家港新能源汽车热管理系统部件项目转固的确认时点严格遵循企业会计准则，即工程竣工验收合格且达到预定可使用状态时进行转固，以验收报告为具体转固依据，按照其验收时间作为具体的转固时点，转固时点、金额准确，转固依据充分。

(3) 报告期内，公司采购设备及工程项目严格按照采购制度进行，通过比价及招投标等方式综合考虑供应商资信情况、价格、技术方案、供货质量、相关服务和及时性等多项因素，最终确定供应商；公司的工程施工方具备相应的施工资质，设备供应商具备相应的经营资质，供应商规模与公司向其采购规模具有匹配性；工程类供应商通过履行招投标程序定价，设备类供应商通过询价，要求供应商提供设计方案、报价单等资料的方式定价，采购价格具有公允性；公司不存在同一供应商同时为发行人提供建设厂房和安装设备服务的情况。

(4) 报告期内，公司工程项目相关资金的支付对象均为相应的供应商；公司向主要工程项目供应商支付的采购款按建设进度及合同约定付款，付款周期与建设进度及合同约定总体具有匹配性；公司工程建设项目主要供应商与公司及公司关联方不存在关联关系，公司不存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形。

(5) 报告期内，公司固定资产、在建工程账实相符，公司固定资产、在建工程状况良好，不存在盘盈、盘亏或资产闲置的情况。

## (二) 说明对固定资产和在建工程实施的监盘程序及结论

### 1、核查程序

**针对固定资产和在建工程，申报会计师执行的监盘程序具体如下：**

申报会计师根据公司固定资产和在建工程明细账和盘点计划，制作监盘计划和编制盘点表，盘点过程中全程现场监盘并记录。对固定资产，随机抽查设备编码和固定资产的匹配性，现场查看和问询固定资产状态，核查是否存在闲置或毁损的情况，并在盘点过程中向生产人员了解机器设备运行使用情况、是否存在固定资产减值情况；对在建工程，观察了解在建工程的形象进度及施工情况，是否存在停工和长期闲置的情况，在盘点表上记录在建工程状况。特别关注价值较高、对公司运营和财务状况影响重大的固定资产和在建工程，确保其准确性和完整性。盘点中如发现差异，再次进行盘点，如确认差异，则进行记录并查明原因。盘点结束后，复核盘点比例与特殊事项，公司盘点人员以及申报会计师监盘人员签字确认。

### 2、核查结论

**经核查，申报会计师认为：**

报告期内，申报会计师在固定资产和在建工程监盘过程中未发现重大异常，账实相符。

## 问题 8.期间费用核算准确性

根据申请文件:(1)报告期内,公司销售费用率分别为 0.75%、0.64%和 0.62%,低于同行业可比公司平均水平;2024 年度,业务招待费同比下降,新增 8 名销售人员。(2)报告期内,公司研发费用占营业收入的比重分别为 3.93%、3.44%和 3.18%,主要包括人员人工费用、直接投入费用、折旧摊销费用、委外研究开发费等。(3)报告期各期末,公司的研发人员人数增长较快,报告期内研发人员新增和减少人数较多。

请发行人:(1)结合报告期末存量客户维护方式、新增客户拓展模式、销售活动支出与业绩增长匹配性等情况,说明销售费用率低于同行业可比公司、业务招待费同比下降的原因,销售费用与管理费用划分是否准确。(2)结合销售人员主要工作内容、销售人员数量与收入规模对应关系,说明销售人员人均维护客户家数、人均创收、创利与可比公司的比较情况,2024 年度新增销售人员的原因。

(3)结合研发项目数量及内容、项目所处阶段及进展、项目实施人员参与情况、研发项目投入与产品的关系、原材料领用情况,说明人工费用、直接投入费用、折旧摊销费用与项目进度及研发成果的匹配性,领用的原材料、发生的制造费用是否能在研发与生产活动之间明确区分、准确归集与核算。(4)说明研发人员认定标准及划分依据,研发人员频繁变动的具体原因,新增研发人员的来源、教育背景、从业经验、从事的具体研发项目及研发能力情况,说明研发人员是否全职从事研发活动并作出实际贡献,研发人员披露的准确性,是否存在虚增研发人员或不当归集研发人员、非研发人员薪酬计入研发费用的情形。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见,说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

### 【公司回复】

一、结合报告期末存量客户维护方式、新增客户拓展模式、销售活动支出与业绩增长匹配性等情况,说明销售费用率低于同行业可比公司、业务招待费同比下降的原因,销售费用与管理费用划分是否准确。

#### (一)报告期末存量客户维护方式、新增客户拓展模式

公司所处汽车零部件行业具有供应链深度绑定、技术协同性强、需求稳定性高等特点，报告期内公司存量客户维护方式、新客户拓展模式具体情况如下：

项目	内容
存量客户维护方式	<p>1、通过长期框架协议，增强合作：与主要整车厂客户签署长期框架协议，对产品开发、订单及交付等条款进行约定，在协议框架内根据客户排产计划和物料需求计划进行订单跟踪、生产和交付，增强客户黏性；</p> <p>2、与客户紧密沟通，挖掘潜在订单：与客户研发、采购等人员保持持续沟通，公司业务人员通过定期现场拜访、电话沟通等方式了解客户的现有车型扩产计划及新款车型开发计划，挖掘存量客户的潜在订单；</p> <p>3、同步新车开发周期：参与整车厂新车型的早期开发阶段，协调技术人员与客户对接开发与技术支持服务，确保零部件设计与整车开发同步，缩短开发周期；</p> <p>4、专业技术服务支持及高效反馈机制：建立快速响应的售后服务团队，技术人员为整车厂的零部件装配等环节提供技术服务支持，通过技术协同解决量产适配等问题，提高装配效率；同时，建立高效、畅通的客户反馈机制，收集客户的意见和建议，持续优化客户服务质量；</p> <p>5、聚焦核心头部客户：对客户实行分级管理，将资源集中投放于头部整车厂等核心客户，实现公司客户服务资源的高效配置。</p>
新增客户拓展模式	<p>1、合作伙伴推荐：公司与众多知名整车厂客户建立了长期友好合作关系，通过存量客户推荐的方式进行新客户拓展；</p> <p>2、品牌效应显著：2024年公司在电子风扇及电机总成细分领域份额位列市场第一，在行业内树立了良好的市场口碑，积累了较好的品牌效应，部分潜在客户主动寻求合作；</p> <p>3、市场调查研究：对下游市场进行调查与分析，了解行业潜在的需求，掌握未来的业务增长机会，定位目标新客户；</p> <p>4、参加行业展会：通过参加行业展会，直接接触潜在客户，主动宣传公司亮点和展示产品优势，开拓新合作伙伴；</p> <p>5、拓展应用领域：公司在深耕下游汽车领域的基础上，积极拓展储能、低空经济、机器人等相关领域客户，实现下游新赛道的客户拓展。</p>

## （二）销售活动支出与业绩增长匹配性等情况

报告期内，公司销售活动支出与经营业绩的具体匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025年度		2024年度		2023年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
销售费用	784.41	-3.11%	809.56	22.89%	658.76
主营业务收入	138,041.80	8.52%	127,203.07	26.14%	100,839.64
净利润	13,161.98	13.10%	11,637.64	43.25%	8,123.80

如上表所示，报告期各期公司销售活动支出与经营业绩整体呈现增长的趋势。2023-2024年度，公司主营业务收入、净利润增幅高于销售费用增幅，主要系公司下游存量客户销售情况较好、订单较多，加之公司产品销售结构中单价较高的无刷系列产品占比上升，因此业绩增长幅度高于销售活动支出增幅；2025年度，公司主营业务收入、净利润增幅有所放缓，销售费用小幅下降。综上，报告期内，公司销售费用与主营业务收入、净利润的变动趋势基本一致，销售活动支出与经营业绩相匹配。

### （三）销售费用率低于同行业可比公司的原因

公司销售费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

可比公司	2025 年度 <sup>注</sup>	2024 年度	2023 年度
恒帅股份	1.49%	1.70%	2.02%
飞龙股份	2.62%	2.31%	2.50%
旭升集团	0.32%	0.45%	0.64%
文灿股份	0.63%	0.52%	1.36%
天龙股份	1.25%	1.25%	1.14%
平均值	1.26%	1.25%	1.53%
朗信电气	0.56%	0.62%	0.64%

注：截至本回复签署日，同行业可比公司尚未披露2025年年报，故上表中同行业可比公司数据为同行业可比公司2025年1-6月的数据。

如上表所示，报告期各期，公司销售费用率分别为 0.64%、0.62% 和 **0.56%**，低于同行业可比公司平均值。公司销售费用率低于恒帅股份、飞龙股份和天龙股份，高于旭升集团，2023 年度和 **2025 年度** 低于文灿股份，2024 年度高于文灿股份，销售费用率水平处于同行业可比公司区间内。

公司销售费用率低于同行业可比公司的原因主要系报关费、质保费、服务费、仓储费和佣金等明细科目的差异。公司各明细科目的三年平均销售费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

项目及占比	恒帅股份	飞龙股份	旭升集团	文灿股份	天龙股份	平均值	朗信电气
业务招待费	0.16%	0.03%	0.04%	0.01%	0.22%	0.09%	0.10%
职工薪酬	0.66%	0.50%	0.21%	0.25%	0.76%	0.48%	0.38%
股份支付	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	0.04%
差旅费	0.06%	0.21%	0.05%	0.03%	0.05%	0.08%	0.05%
服务费	0.28%	0.11%	不适用	不适用	不适用	0.20%	不适用
佣金	0.19%	不适用	不适用	不适用	不适用	0.19%	不适用
质保费	0.34%	0.18%	0.20%	0.70%	不适用	0.35%	不适用
仓储费	不适用	0.47%	0.02%	0.17%	不适用	0.22%	不适用
报关费	不适用	0.85%	不适用	不适用	不适用	0.85%	不适用
其他	0.28%	0.18%	0.07%	0.15%	0.19%	0.17%	0.03%
销售费用	1.74%	2.48%	0.47%	0.84%	1.21%	1.35%	0.61%

注 1：飞龙股份差旅费的取数口径为办公差旅费，质保费的取数口径为修理索赔费；旭升集团质保费的取数口径为质量费用；文灿股份质保费的取数口径为产品质量成本。

注 2：截至本回复签署日，同行业可比公司尚未披露 2025 年年报，故上表中同行业可比公司数据为 2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月数据的平均值。

如上表所示，报告期内公司销售费用中的业务招待费、职工薪酬和差旅费等明细科目处于同行业可比公司区间内，与同行业可比公司平均值较为接近。销售费用率低于同行业可比公司的原因主要系报关费、质保费、服务费、仓储费和佣金等明细科目的差异，具体情况如下：

1、境内外销售结构差异：报告期各期，公司境内销售占比超过 98%，境外销售占比较小，因此产生的报关费较少。

2、销售费用核算内容差异：根据《企业会计准则解释第 18 号》和新收入准则的要求，公司质保费、仓储费不构成单项履约义务，作为营业成本核算，因此公司销售费用中不包含质保费、仓储费等费用。

3、客户集中度、产品应用领域和产品种类集中度差异：报告期各期，公司前五大客户销售占比分别为 77.22%、68.43%和 **68.89%**，前十大客户销售占比分别为 91.47%、90.54%和 **86.64%**，客户集中度较高，且公司产品应用领域和产品种类更为集中，乘用车领域销售占比超过 90%，电子风扇和电机总成产品销售占比超过 92%，公司的客户服务与开发相对集中，报告期内销售开拓未聘请服务商，销售费用中不存在服务费或佣金。

4、公司的品牌效应：2024 年公司在电子风扇及电机总成细分领域份额位列市场第一，且主要客户包括比亚迪、北美新能源车企、奇瑞、吉利等众多头部整车厂，具有较强的品牌效应，也为公司节省了一定的销售开发费用。

综上所述，公司销售费用率低于同行业可比公司均值具有合理性。

#### （四）业务招待费同比下降的原因

报告期各期，公司业务招待费金额分别为 162.28 万元、118.28 万元和 **91.08 万元**，同比变动比例分别为-27.11%和**-23.00%**。2024 年度和 **2025 年度**公司业务招待费同比下降的主要原因在于：

1、报告期内，公司收入增长主要得益于下游新能源汽车行业销量快速增长，头部主机厂销量增长带来的销售订单增长以及产品结构中无刷系列产品占比提升所致。公司与主要主机厂客户已达成长期稳定的合作关系，在合作过程中主要依靠自身产品技术、生产能力和配套经验等，通过招投标或竞价方式确定定点份

额,同时公司报告期内新增的大客户也主要为原来合作的主机客户指定达成合作关系,因此业务招待需求较少。

2、近年来,随着新能源汽车行业规范化发展和竞争加剧,下游主机厂客户内部廉洁纪律要求较为严格,同时公司实施降本增效、优化了业务招待方式,因此业务招待需求较少。

### (五) 销售费用与管理费用划分是否准确

公司根据不同部门对费用进行归集和核算,销售费用主要核算营销中心相关的费用,主要包括销售人员的职工薪酬、业务招待费、差旅费和股份支付等。管理费用主要核算总经理办公室、财务中心、质管中心等部门相关的费用,主要包括管理人员的职工薪酬、折旧及无形资产摊销和股份支付等。具体核算部门及内容如下所示:

核算科目	核算费用主要部门	主要核算内容
销售费用	营销中心	职工薪酬、业务招待费、差旅费、股份支付等
管理费用	总经理办公室、财务中心、质管中心、采购中心、后勤部门等	职工薪酬、折旧及无形资产摊销、股份支付、业务招待费、中介机构费、办公费、水电费、差旅费等

公司严格按照部门和交易性质进行费用的归集与核算,销售费用与管理费用划分准确,不存在销售费用和管理费用混同的情形。

二、结合销售人员主要工作内容、销售人员数量与收入规模对应关系,说明销售人员人均维护客户家数、人均创收、创利与可比公司的比较情况,2024年度新增销售人员的原因。

#### (一) 销售人员主要工作内容

公司销售人员的主要工作内容包括:1、对国内外市场进行调查与分析,预测顾客业务增长机会,为策划公司近期、中期、远期营销战略,制定公司销售策略和销售方针提供依据;2、根据公司发展战略,组织制定营销战略规划,组织和实施品牌推广计划,开展营销推进和评估等管控工作;3、制定年度销售计划,进行目标分解,并执行实施;4、根据公司的经营计划以及公司的有关方针、获得新的顾客市场(包含国际、国内市场);5、传达顾客要求并保证公司提供的服务能够超出顾客的要求与期望,使公司成为顾客的主要供应商,同时负责维护公司品牌形象,提升顾客满意度等。

## （二）销售人员数量与收入规模对应关系

报告期内，公司销售人员数量与收入规模的具体对应关系如下：

单位：人、万元

项目	2025 年度/2025 年末		2024 年度/2024 年末		2023 年度/2023 年末
	人数/金额	同比变动	人数/金额	同比变动	人数/金额
销售人员数量	20	5.26%	19	58.33%	12
主营业务收入	138,041.80	8.52%	127,203.07	26.14%	100,839.64
净利润	13,161.98	13.10%	11,637.64	43.25%	8,123.80

如上表所示，报告期各期末公司销售人员数量分别为 12 人、19 人和 20 人，报告期各期主营业务收入分别为 100,839.64 万元、127,203.07 万元和 138,041.80 万元，净利润分别为 8,123.80 万元、11,637.64 万元和 13,161.98 万元，销售人员数量同比变动与公司业绩规模同比变动方向一致。

## （三）说明销售人员人均维护客户家数与可比公司的比较情况

报告期内，公司销售人员人均维护客户家数与可比公司的比较情况如下：

公司名称	项目	2025 年度/年末	2024 年度/年末	2023 年度/年末
朗信电气	销售人员数量	20	19	12
	客户家数	75	54	54
	人均维护客户家数	3.75	2.84	4.50
飞龙股份	销售人员数量	未披露	158	157
	客户家数	未披露	超过 200 家	超过 180 家
	人均维护客户家数	不适用	超过 1.27 家	超过 1.15 家

注：飞龙股份数据来源于其公开披露文件；除飞龙股份外，其他可比公司未披露其具体客户家数信息。

报告期各期，公司销售人员人均维护客户家数分别为 4.50 家、2.84 家和 3.75 家，与可比公司飞龙股份相比，公司销售人员人均维护客户家数相对较多，主要原因系：

1、公司客户集中度较高：报告期各期，公司前五大客户销售额占营业收入的比例分别为 77.22%、68.43%和 68.89%，前十大客户销售占比分别为 91.47%、90.54%和 86.64%，且主要集中在乘用车领域，而飞龙股份 2023-2024 年度前五大客户销售额占营业收入的比例分别为 47.78%、53.34%。公司客户集中度相较于飞龙股份更高，日常客户服务工作相对集中，不需要投入大量销售人员进行客户关系维护；

2、公司客户集中在境内市场：报告期各期，公司境内销售占比超过 98%，境外销售占比较小，相比飞龙股份各期境外销售占比超过 50%的情况，公司市场开发和维护工作更加集中和便利，需要投入的人力物力相应较低。

综上所述，公司人均维护客户家数符合经营实际情况，具有合理性。

#### （四）说明销售人员人均创收、创利与可比公司的比较情况

报告期各期，公司销售人员人均创收分别为 8,964.75 万元、8,390.98 万元和 7,238.23 万元，公司销售人员人均创收与可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
恒帅股份	未披露	5,201.55	5,431.60
飞龙股份	未披露	2,998.86	2,633.36
旭升集团	未披露	9,281.58	9,120.50
文灿股份	未披露	8,009.20	7,036.53
天龙股份	未披露	3,178.00	3,028.88
可比公司平均值	/	5,733.84	5,450.18
公司	7,238.23	8,390.98	8,964.75

注：人均创收=营业收入/期初、期末平均销售人员数量；可比公司数据来自其定期报告，其中可比公司尚未披露 2025 年年报。

报告期各期，公司销售人员人均创利分别为 706.42 万元、750.82 万元和 674.97 万元，公司销售人员人均创利与可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
恒帅股份	未披露	1,155.18	1,188.81
飞龙股份	未披露	207.71	155.07
旭升集团	未披露	864.73	1,342.66
文灿股份	未披露	147.52	69.56
天龙股份	未披露	256.23	256.31
可比公司平均值	/	526.28	602.48
公司	674.97	750.82	706.42

注：人均创利=净利润/期初、期末平均销售人员数量；可比公司数据来自其定期报告，其中可比公司尚未披露 2025 年年报。

如上述表格所示，报告期各期公司销售人员人均创收、创利均处于可比公司人均创收、创利范围内，其中 2024 年度与 2023 年度保持相对平稳，2023、2024

年度高于可比公司平均值；由于销售人员数量有所增加，2025 年公司人均创收、创利稍有下滑，与可比公司 2023 年度和 2024 年度的平均值差异缩小。

公司客户集中度较高，销售人员人均创收、创利主要受下游主要客户销售额影响。报告期各期，公司前五大客户销售占比分别为 77.22%、68.43%和 68.89%，前十大客户销售占比分别为 91.47%、90.54%和 86.64%，公司与可比公司的前五大客户销售占比的比较情况如下：

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
恒帅股份	未披露	48.03%	46.50%
飞龙股份	未披露	53.34%	47.78%
旭升集团	未披露	59.97%	56.23%
文灿股份	未披露	58.07%	49.47%
天龙股份	未披露	51.74%	48.37%
可比公司平均值	/	54.23%	49.67%
公司	68.89%	68.43%	77.22%

注：前五大客户销售占比=前五大客户销售额/营业收入，可比公司数据来自其定期报告。

如上表所示，报告期各期公司客户集中度显著高于同行业可比公司平均值，公司创收和创利受下游主要客户采购的影响较大。具体分析如下：

2023、2024 年度，公司人均创收、创利高于可比公司平均水平，主要系公司在客户集中度较高的销售结构下，随着下游终端整车厂业绩快速增长，以及比亚迪、吉利集团、一汽集团、长安汽车等主要客户对公司的直接和间接采购占比整体有所提升，公司的销售规模和市场占有率快速提升，公司经营业绩快速增长，因此公司人均创收、创利高于可比公司平均水平。

2025 年度，公司人均创收、创利与可比公司 2023 年度和 2024 年度的平均水平接近，不存在显著差异，主要系 2025 年度公司营业收入同比增长 8.52%、净利润同比增长 13.10%，随着公司整体业绩增速放缓，以及公司销售人员规模自 2024 年以来持续增长，2025 年公司销售人员人均创收、创利有所减少。

#### （五）2024 年度新增销售人员的原因

报告期各期末，公司销售人员数量分别为 12 人、19 人和 20 人，其中 2024 年末销售人员数量相较于 2023 年末新增 7 人，主要原因系：1) 公司业务规模快速增长，为适应业务发展需要，新增聘任销售顾问 2 人、客户经理 2 人；2) 公

司为在芜湖地区开展属地化客户配套服务，于 2024 年度新设集采购、生产、研发、销售于一体的综合型子公司朗信芜湖科技，为此招聘属地化服务销售人员 2 人；3）公司新增聘请数据专员 1 人，主要工作内容包括公司客户关系管理系统（CRM）运营，协调客户订单、生产和交付等流程事项，为销售团队提供信息系统运营等支持性工作。

三、结合研发项目数量及内容、项目所处阶段及进展、项目实施人员参与情况、研发项目投入与产品的关系、原材料领用情况，说明人工费用、直接投入费用、折旧摊销费用与项目进度及研发成果的匹配性，领用的原材料、发生的制造费用是否能在研发与生产活动之间明确区分、准确归集与核算。

### （一）研发项目内容、阶段及应用情况

序号	研发项目	主要内容	截至报告期末项目所处阶段及进展情况	研发成果应用的主要产品
1	T21B 鼓风机	研究内容为新能源车用空调鼓风机,适用于 12V 电系架构,输入功率约 300W,工作温度范围为-40~85℃,低噪音,低齿槽转矩。	已结项	无刷鼓风机
2	EP80 电子水泵	研究内容为新能源车冷却回路用无刷电子水泵,水泵本体电机采用电磁计算与仿真,水力部分进行流场仿真与分析进行叶片设计。6 槽 10 极,干湿腔分离,水泵主体设计采用“三明治”结构。产品具备自诊断与保护功能:过压、欠压、过流、堵转、过温、空转保护。	已结项	无刷电子水泵
3	电阻调速冷却风扇	研究内容为燃油车及新能源车冷却系统用电阻调速冷却风扇,通过电阻分压调速,可试验两档或者三档控制,调速电阻组件带有保险丝档发生堵转时可以产生断电保护功能。	已结项	110 系列风扇、101 系列风扇等
4	1000W 无刷电机	研究主要内容为新能源汽车热管理系统用 1000W 无刷电机迭代升级。通过 Motor-CAD 电磁计算与仿真、DOE 分析获得更低的齿槽转矩,更低的阶次噪音与振动。产品具备故障自诊断及保护功能并增加 OTA 功能可选项。	已结项	145L 系列风扇总成
5	UL 认证储能电动风扇	研究内容为高防护等级电动风扇,用于商用车、非道路车辆及储能机组热管理单元。产品满足 UL 认证要求,防护等级为 IP68/IP6K9K。	已结项	111 系列风扇总成
6	24V 无刷鼓风机	研究内容为用于商用车(轻卡、重卡、电动大巴、城市物流运输车等)空调领域无刷鼓风机,低噪音、低振动。采用新的齿槽拓扑结构、新减振结构。产品研发需要供电电压衍生为 12V,完成乘用车空调箱用鼓风机的迭代。	客户端样件装车验证完成,已完成小批量试生产,并提交客户小批量装车。	无刷鼓风机

序号	研发项目	主要内容	截至报告期末项目所处阶段及进展情况	研发成果应用的主要产品
7	563 电子风扇总成	研究内容为 BEV 车型热管理前端模块用电子风扇，600W 及以上功率，高效率、低噪音、高耐久性。并通过优化结构提高功率密度，覆盖 REV 及 PHEV 部分车型的应用。	已完成工装样件，并已提交客户装车。本阶段属于 DV 试验验证及过程确认阶段，为下一阶段小批生产做准备。	123 系列风扇总成、145 系列风扇总成
8	长寿命有刷电机风扇	研究内容为新能源乘用车用长寿命有刷电机风扇，设计目标为长寿命有刷电机风扇是已量产品有刷电机风扇台架寿命的 2 倍以上。	技术状态锁定，已完成工装样件，在进行寿命及耐久性验证，属于工装件试验验证阶段。	110 系列风扇、101 系列风扇等
9	集成模块用电子水泵	研究内容为新能源车集成模块用电子水泵（电池冷却回路、电机冷却回路、电驱冷却回路、暖风回路等）；产品具有自诊断、过压、欠压、过流、堵转、空转、过温保护等功能。	已完成工装样件，局部结构进行优化，在进行相关试验验证。	无刷电子水泵
10	执行器电机	研究内容为执行器类电机，用于具身机器人模组。转子采用粘接加缠绕超薄纤维套的冗余可靠性设计，电机定子铁芯采用粘接叠压加分块的工艺方案，有效提高铁芯叠压系数、槽满率及电机转矩密度。	已完成 P1 阶段送样，客户端装机验证符合要求，配合客户进行进一步优化设计，同时对工艺过程进行优化，定转子产线由单工位手动操作模式变更为自动化操作模式。	执行机构电机
11	5KW 高压高功率无刷电机	研究内容为高电压高功率无刷电机，可用于新能源乘用车、商用车、储能、非道路车辆热管理系统。产品为内转子结构，IP68 及以上的防护等级。	属于技术方案论证及产品设计阶段，完成功能样件。	高压电机

## （二）研发项目的人工费用与项目人员参与情况

报告期内，公司主要研发项目人工投入情况如下：

序号	研发项目	报告期内累计人工费用 (万元)	项目累计工时数 (万小时)	平均人工成本 (元/小时)
1	T21B 鼓风机	11.19	0.12	90.66
2	EP80 电子水泵	875.85	10.84	80.77
3	电阻调速冷却风扇	831.32	10.43	79.73
4	1000W 无刷电机	1,620.73	18.22	88.96
5	UL 认证储能电动风扇	546.31	5.76	94.86
6	24V 无刷鼓风机	116.73	1.17	99.55
7	563 电子风扇总成	597.11	6.31	94.65
8	长寿命有刷电机风扇	79.36	0.73	108.81
9	集成模块用电子水泵	342.86	3.21	106.83
10	执行器电机	167.63	1.43	117.43
11	5KW 高压高功率无刷电机	25.86	0.23	113.78

如上表所示，长寿命有刷电机风扇、集成模块用电子水泵、执行器电机、5KW高压高功率无刷电机项目的平均人工成本较高，主要是因为报告期内公司持续加大研发投入力度，扩大研发团队规模，不断提升研发团队的研发能力，研发人员的平均薪资逐年提高，而前述项目于2024年下半年或2025年立项，故其平均人工成本相对其他项目更高。

### （三）研发项目的原材料投入情况

公司研发项目小组成员根据研发活动的材料需求，在系统上提出研发领料申请，领料单经研发部门负责人审批后，提交至仓库。仓库收到领料单后按照领料单中填写的材料种类及数量进行材料出库，形成材料出库单，并标注出库类别为“研发领料出库”，按照实际领料情况在材料出库单中登记相应的研发部门及研发项目编码。材料出库单每月汇总至财务部，财务部根据其中出库类别为“研发领料出库”的材料出库单，将其中相应的材料成本计入研发费用，并按照登记的研发项目编码分研发项目进行归集。

### （四）研发项目的折旧摊销费用

公司的研发设备/软件为专用研发设备/软件，专用研发设备/软件的折旧/摊销全部计入研发费用。公司研发活动与其他生产经营活动共用办公楼及部分厂房，共用的办公楼及厂房的折旧按照不同业务活动实际使用房屋的面积占建筑物总面积的比例进行分摊，研发活动实际使用部分的折旧计入研发费用。

综上所述，公司研发费用按照研发项目进行归集核算，研发项目投入均主要服务于公司相关产品，研发费用中的人工费用、直接投入费用、折旧摊销费用与项目进度及研发成果匹配，领用的原材料、发生的制造费用在研发与生产活动之间能够明确区分、准确归集与核算。

四、说明研发人员认定标准及划分依据，研发人员频繁变动的具体原因，新增研发人员的来源、教育背景、从业经验、从事的具体研发项目及研发能力情况，说明研发人员是否全职从事研发活动并作出实际贡献，研发人员披露的准确性，是否存在虚增研发人员或不当归集研发人员、非研发人员薪酬计入研发费用的情形。

(一) 研发人员认定标准及划分依据，研发人员是否全职从事研发活动并作出实际贡献，研发人员披露的准确性，是否存在虚增研发人员或不当归集研发人员、非研发人员薪酬计入研发费用的情形

公司研发人员指专职从事研发活动的人员。公司设有技术中心作为研发部门，报告期内，公司将技术中心中直接从事研发活动的人员认定为研发人员。

公司技术中心下设研发部、工艺工程部、研发检测中心、项目组四个职能部门，其中：研发部负责产品的开发与管理，评估产品研发的技术可行性，进行产品研发等工作；工艺工程部负责开发、验证、推广新工艺，过程设计和开发，产品样件和试生产制造过程跟踪及分析等；研发检测中心负责为研发部门提供检测服务和检测数据；项目组负责新项目的策划、立项、管理，项目开发协调与沟通，跟踪、监控项目运行，项目阶段样件交付等。

公司技术中心的研发人员根据参与研发项目的实际情况填写研发人员项目工时及研发工作内容概述，研发人员项目工时数据及研发工作内容概述按月汇总并复核后由研发部门负责人签字确认，公司研发人员均全职从事研发活动并作出实际贡献。

综上所述，公司研发人员均全职从事研发活动并作出实际贡献，研发人员披露准确，不存在虚增研发人员或不当归集研发人员、非研发人员薪酬计入研发费用的情形。

(二) 研发人员频繁变动的具体原因，新增研发人员的来源、教育背景、从业经验、从事的具体研发项目及研发能力情况

### 1、研发人员变动的具体原因

报告期内，公司研发人员根据研发活动需要逐年增加。报告期各期末，公司研发人员变动情况如下：

项目	人数
<b>2023 年初</b>	<b>63</b>
2023 年新增	31
2023 年减少	13
<b>2023 年末</b>	<b>81</b>
2024 年新增	46

项目	人数
2024 年减少	17
<b>2024 年末</b>	<b>110</b>
<b>2025 年新增</b>	<b>29</b>
<b>2025 年减少</b>	<b>33</b>
<b>2025 年末</b>	<b>106</b>

### (1) 研发人员持续增加的原因

报告期各期末，公司研发人员人数分别为 81 人、110 人和 **106** 人，2023 年和 2024 年研发人员数量增长较快，**2025 年**研发人员有所减少，2023 年、2024 年、**2025 年**分别新增研发人员 31 人、46 人、**29** 人，主要原因如下：

1) 下游汽车行业技术迭代需求加速，为满足电子风扇、电机总成等产品向高功率、高效率、长寿命、高电压、低噪音方向发展的技术发展趋势，公司持续加大研发投入，加强在主要产品领域技术攻关的人力配置；

2) 在传统优势产品的基础上，公司持续加大对新产品电子水泵、空调鼓风机、关节电机的研发投入力度，不断拓展储能、机器人、低空飞行等新的应用领域，为满足新产品、新领域的技术研发需求，公司扩大了研发人员的招聘力度；

3) 报告期内，公司分别实现营业收入 103,094.61 万元、130,060.15 万元和 **141,145.40 万元**，**2023-2025 年**复合增长率达 **17.01%**，公司营业收入规模快速扩张，经营性现金流不断改善，公司研发投入的可持续性显著增强，在此背景下，公司紧跟行业技术发展趋势和应用市场趋势，持续扩大研发团队的规模，加大了对新技术、新产品的开发力度。

### (2) 报告期各期研发人员减少的原因

人员去向	2023 年度	2024 年度	2025 年度
员工离职	8	16	<b>29</b>
内部转岗人数	5	1	<b>4</b>
合计减少人员	13	17	<b>33</b>
离职人员占期末研发人员比例	9.88%	14.55%	<b>27.36%</b>

报告期内，公司采取加大应届生招聘力度并通过一定周期培养考察筛选的方式选取优秀及合适的研发人员，因此存在每年新增人员及减少人员均较多的情形。报告期内，公司不涉及资深研发人员或核心技术人员离职的情况。

## 2、新增研发人员的来源、教育背景、从业经验、从事的具体研发项目及研发能力情况

2023 年、2024 年及 2025 年公司新增研发人员的来源情况如下：

来源	2023 年度	2024 年度	2025 年度
新招聘人数	25	45	29
其中：应届生人数	10	17	17
内部转岗人数	6	1	0
合计新增人数	31	46	29

2023 年、2024 年及 2025 年公司新增研发人员的教育背景情况如下：

学历	2023 年度	2024 年度	2025 年度
硕士研究生及以上	1	12	9
本科	20	31	19
大专	9	1	1
大专以下	1	2	0
合计新增人数	31	46	29

专业	2023 年度	2024 年度	2025 年度
理工科专业	31	43	29
其他专业	0	2	0
高中及以下学历无具体专业	0	1	0
合计新增人数	31	46	29

2023 年、2024 年及 2025 年，公司内部转岗新增研发人员共 7 人，均转岗至工艺工程部从事公司新产品工艺开发及产品试制相关的研发活动，内部转岗新增研发人员原先即从事产品工艺相关的工作或者担任生产车间的现场技术人员，了解公司产品的工艺流程，转岗时已具备从事研发活动的能力和经验。

2023、2024 年及 2025 年，公司累计新招聘研发人员 99 人，其中，通过校园招聘新入职的研发人员为机械、机电、电子等相关的理工科专业，通过社会招聘新入职的研发人员具备相应岗位相关从业经验。

2023、2024 年及 2025 年，公司新增研发人员主要从事 1000W 无刷电机、EP80 电子水泵、电阻调速冷却风扇、563 电子风扇总成等研发项目，新增研发人员主要为本科及以上学历，专业主要为理工科专业，内部转岗以及新招聘的研发人员均具备从事研发活动的能力。

## 【会计师回复】

五、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

### （一）核查方法、范围、过程、证据

申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：

1、访谈公司销售负责人，了解公司存量客户维护方式、新增客户拓展模式，了解销售费用与管理费用的具体核算部门及内容；获取公司销售费用明细，对比公司报告期销售活动支出与业绩增长的匹配性，分析业务招待费同比下降的原因；查询同行业可比公司公开披露文件，对比公司与同行业可比公司的销售费用率，分析与同行业可比公司的差异及合理性。

2、访谈公司销售负责人，了解销售人员主要工作内容以及 2024 年度新增销售人员的原因；查阅报告期各期末公司员工花名册，分析销售人员数量与收入规模的对应关系以及人均创收、创利情况；查询同行业可比公司公开披露文件，对比公司与同行业可比公司的销售人员人均维护客户家数、人均创收、创利等情况，分析与同行业可比公司的差异及合理性。

3、访谈发行人研发负责人，了解报告期内发行人研发项目数量及内容、项目所处阶段及进展、项目实施人员参与情况、研发项目投入与产品的关系、原材料领用情况，了解发行人原材料领用、制造费用分摊相关的内控制度；取得发行人分项目按照料工费分类列示的研发费用明细，分析与研发项目进度及研发成果的匹配性；抽样核查了发行人报告期内一定数量的研发领用原材料出库单及其对应的研发领料审批单，重新计算了研发活动在共用房屋建筑物中所占用面积的比例并与实际折旧分摊的比例进行比较，检查发行人原材料领用、制造费用分摊相关内控制度的执行情况。

4、取得发行人报告期各期末的花名册，访谈发行人研发负责人，了解发行人研发人员的认定标准及划分依据，了解发行人研发人员变动的的原因；取得发行人新增研发人员的简历，了解其来源、教育背景、从业经验及研发能力情况；抽取了部分研发人员的研发项目工时记录单据、取得了部分研发人员从事研发活动的相关记录，复核了工资计入研发费用的人员的研发工时打卡情况。

## （二）核查结论

### 经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人销售费用率低于同行业可比公司的原因主要系报关费、质保费、服务费、仓储费和佣金等明细科目的差异，发行人业务招待费同比下降的原因为：（1）发行人与主要主机厂客户已达成长期稳定的合作关系，同时报告期内新增的大客户也主要为原来合作的主机厂客户指定达成合作关系，业务招待需求较少；（2）主机厂客户内部廉洁纪律要求较为严格，同时公司实施降本增效、优化了业务招待方式，发行人销售费用率低于同行业可比公司及公司业务招待费同比下降的原因具有合理性，发行人销售费用与管理费用划分准确。

2、报告期内，发行人由于客户集中度较同行业可比公司更高，因此销售人员人均维护客户家数、人均创收、人均创利相对更高，具有合理性；发行人根据其业务发展情况及需要动态调整了销售人员数量，符合业务实际情况。

3、发行人研发项目人工费用、直接投入费用、折旧摊销费用与项目进度及研发成果相匹配，领用的原材料、发生的制造费用能够在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算。

4、发行人研发人员指专职从事研发活动的人员，发行人设有技术中心作为研发部门，报告期内，发行人将直接从事研发活动的人员认定为研发人员，发行人研发人员认定标准及划分依据准确；报告期内，发行人研发人员根据行业技术发展及研发活动需要逐年增加，同时发行人采取加大应届生招聘力度并通过一定周期培养考察筛选的方式选取优秀及合适的研发人员，因此存在每年新增人员及减少人员均较多的情形，发行人研发人员人数变动具备合理的行业背景及业务背景；发行人新增研发人员的来源、教育背景、从业经验适配从事研发活动，具备从事研发活动的的能力；发行人研发人员均全职从事研发活动并作出实际贡献，研发人员披露准确，不存在虚增研发人员或不当归集研发人员、非研发人员薪酬计入研发费用的情形。

## 问题 9.其他财务问题

(1) 废料销售合规性。根据申请文件，报告期内其他业务收入分别为 1,755.24 万元、2,254.97 万元和 2,857.08 万元，主要为废料销售收入。请发行人：①说明报告期各期废料的具体类型、单价、数量，变动情况，说明废料销售价格与市场价格是否一致，产生数量与原材料投料数量、产成品产量是否匹配，公司是否存在通过销售废料调节经营业绩的情况，是否存在其他利益安排。②说明废料销售客户的基本情况、合作时间、与发行人的关联关系、是否存在自然人客户或专为发行人服务的情形，是否涉及招投标程序，是否存在现金收款情形。③说明废料相关收入确认、成本确认、计量、归集原则，会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定，废料相关内部控制制度是否健全有效。

(2) 存货跌价准备计提充分性。根据申请文件：①报告期各期末，公司存货账面价值分别为 11,737.45 万元、12,351.35 万元和 13,809.09 万元，存货跌价准备计提比例分别为 0.87%、2.78%和 4.00%。②报告期各期末，库存商品余额分别为 3,830.02 万元、6,080.13 万元和 6,026.64 万元，发出商品余额分别为 1,712.83 万元、2,444.19 万元和 3,274.69 万元。请发行人：①说明原材料占比逐年下降、发出商品占比逐年增加的原因及合理性，存货周转天数与原材料采购、产品生产、销售周期的匹配性。②表格列示寄售仓库的地域分布、产品分布、金额分布及占比情况，说明发货数量、客户领用数量、期末发出商品数量与发货单据、运输费用、客户生产规模、客户所在地及销售情况等是否匹配，说明发行人针对各类存货实施的盘点程序、周期、盘点金额及比例。③结合汽车行业“年降”政策、整车售价下调影响、原材料价格下降等，说明公司存货跌价准备计提是否充分，与同行业可比公司是否存在重大差异，充分揭示存货发生跌价损失的风险。

(3) 股份支付核算准确性。根据申请文件：①公司忠诚计划持股平台由天台银信、张家港银信一号、张家港银信二号 3 个主体组成，其中天台银信系控股股东员工持股平台。②员工增资价格为 5.1064 元/股，以 2022 年第三季度末净资产值作为依据，公允价值为 11.18 元/股，股份支付费用总额为 3,437.17 万元，分 5 年摊销。请发行人：①说明控股股东员工持股平台是否包含公司员工、亲属及关联方，如是，说明通过控股股东员工持股平台对发行人员工进行激励的原因及合理性。②结合股份支付涉及的主要人员、所属部门、岗位职责、条款约定等，

说明各期股份支付费用计入销售、管理、研发费用的金额及依据；结合公允价值的确定依据、摊销期限等，说明股份支付费用的计算过程、结果及会计处理合规性。③说明持股平台的管理模式、权益流转及退出机制、是否存在回购等约定，员工离职或份额转让的具体情况，转让价格的确定方式及会计处理合规性。

(4) 内控规范性。根据申请文件，报告期内发行人存在资金拆借、转贷、无票报销、票据使用不规范和会计差错更正等财务内控不规范情形。请发行人：①逐一说明出现上述内控不规范及会计核算不规范的具体原因、背景，是否存在其他财务内控不规范情形，相关财务内控不规范事项是否影响发行人报告期内财务数据的真实性、准确性、完整性。②逐项说明针对报告期内财务不规范情况的整改措施、整改效果、整改完成时点。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

#### 【公司回复】

##### 一、废料销售合规性。

(一) 说明报告期各期废料的具体类型、单价、数量，变动情况，说明废料销售价格与市场价格是否一致，产生数量与原材料投料数量、产成品产量是否匹配，公司是否存在通过销售废料调节经营业绩的情况，是否存在其他利益安排。

##### 1、说明报告期各期废料的具体类型、单价、数量，变动情况

报告期各期，公司废料的具体类型、单价和数量的具体情况如下：

单位：万元、吨、元/KG

类别	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	金额	占比	数量	均价	金额	占比	数量	均价	金额	占比	数量	均价
废铁	1,719.23	79.85%	8,386.17	2.05	1,605.17	75.03%	7,299.36	2.20	1,386.91	76.37%	5,503.40	2.52
废铜	179.25	8.33%	26.86	66.73	206.69	9.66%	35.33	58.51	101.31	5.58%	19.88	50.97
其他	254.48	11.82%	/	/	327.62	15.31%	/	/	327.88	18.05%	/	/
合计	2,152.96	100.00%	/	/	2,139.48	100.00%	/	/	1,816.11	100.00%	/	/

报告期各期，公司废料主要包括废铁、废铜等，其中废铁主要系硅钢片冲压成电机中的铁芯而产生，在冲压工序下，由于投入的硅钢片被切割塑造成不同形状和尺寸，剩余的边角料无法成型而成为废料，该废料具有产出量大、产出规律

且可回收价值高等特点，因此废铁占废料金额的比例也较高。报告期内，随着公司电机总成产品收入规模的上升，废铁的数量及金额也相应增加。同时，受废铁市场价格下行影响，废铁回收均价也相应减少。

废铜主要是由电枢绕线、线束加工等工序产生的废漆包线等，而非由冲压工序产生，因此总体产出量较小。报告期内公司废铜销售均价上涨，因此废铜金额及占比均呈上升趋势。

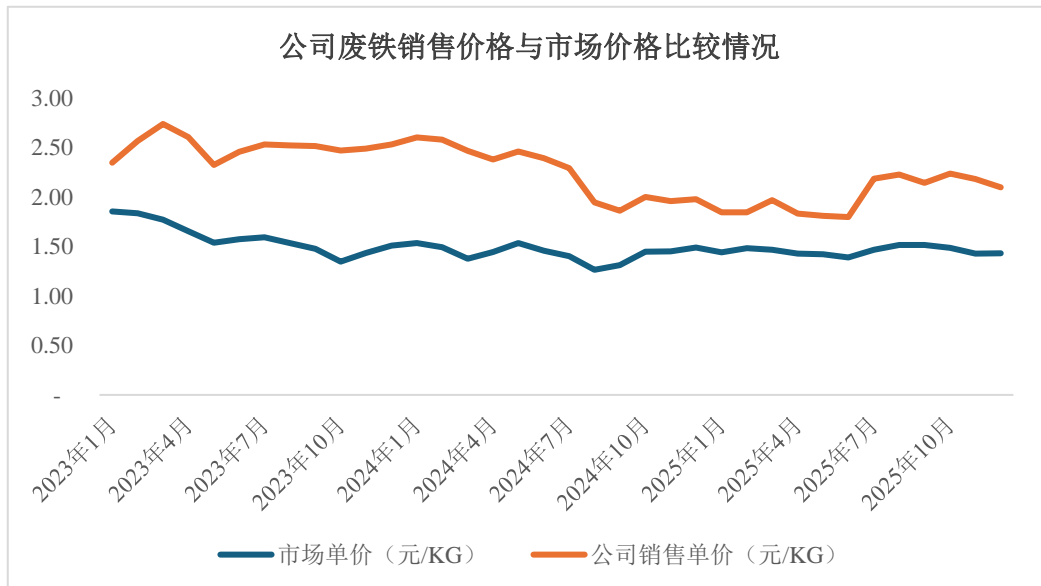
公司其他废料主要是指废锡渣、废铝、废不锈钢等，各项金额及占比均较小。

## 2、说明废料销售价格与市场价格是否一致

报告期内，公司废料销售价格与市场价格的比较情况如下：

### (1) 废铁

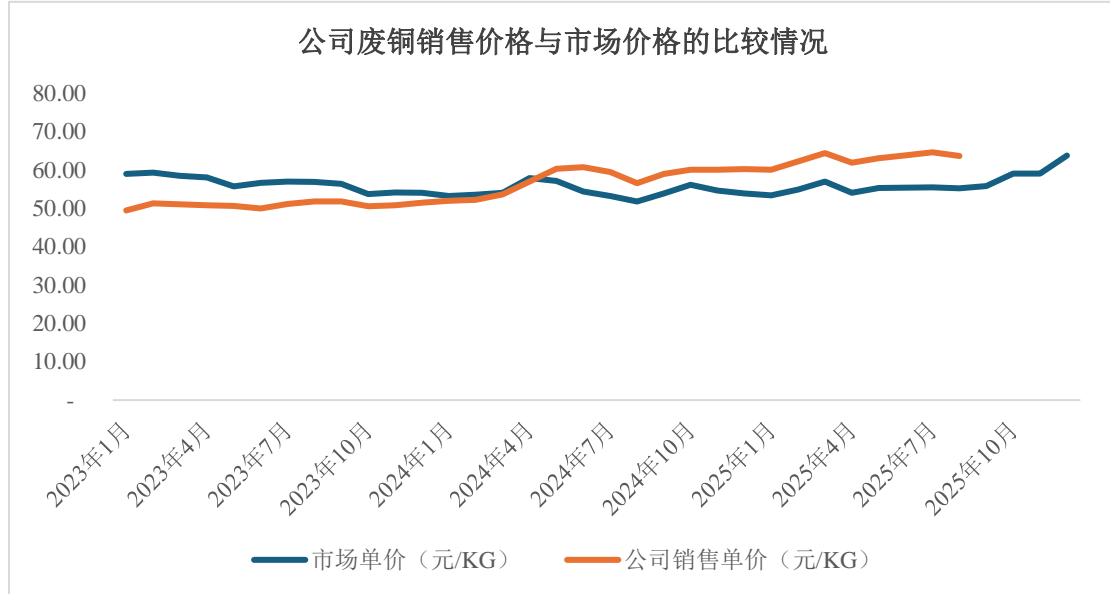
报告期内，公司废铁销售价格与市场价格变动趋势基本一致且价格差异较小，由于公司废铁以废硅钢片为主，材质和形态优于普通废铁，回收价格通常高于普通废铁，且公司废铁数量较多、议价能力较强，加之引入了市场化询价机制，按照“价高者得”的原则进行销售，因此公司废铁销售价格高于普通废铁市场价格，具体比较情况如下：



数据来源：Wind

## (2) 废铜

报告期内，公司废铜销售价格与市场价格差异较小且变动趋势基本一致，具体比较情况如下：



数据来源：Wind

综上所述，公司废料销售价格和市场价格差异较小且变动趋势基本一致，废料销售价格具有合理性。

### 3、产生数量与原材料投料数量、产成品产量是否匹配

报告期内，公司废料销售以废铁、废铜为主，各期销售占比超过 80%，公司主要废料产生数量与原材料投料数量、产成品产量基本匹配。其中，报告期内废铁产出量/硅钢片、铁投入量和废铁产出量/冲压件产出量在 2023 年度有所减少，主要系公司新投入的 1000T 冲压产线调试完成、投入批量生产，冲压效率有所提高；**2025 年度**公司废铁率有所增加，主要系公司产品结构中 123 系列、145 系列、151 系列电机等大尺寸电机占比上升，产生的铁耗用较多所致。废铜产出量/漆包线投入量以及废铜产出量/电机总成、鼓风机、水泵产出量在 2024 年度呈现上升趋势，主要系公司逐步调整了废电枢总成的报废方式，将部分废电枢总成中的漆包线进行拆解并单独作为废铜售卖，导致废铜率有所增加，**2025 年**公司对电枢产线进行技改，制程良率提升带动了废铜率有所下降。具体匹配情况如下：

类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
废铁	硅钢片、铁投入量（万千克）①	<b>1,387.32</b>	1,283.79	1,047.91
	废铁产出量（万千克）②	<b>838.62</b>	729.94	550.34
	冲压件产出量（万个）③	<b>2,424.46</b>	2,817.62	2,245.70
	废铁产出量/硅钢片、铁投入量 ④=②/①	<b>60.45%</b>	56.86%	52.52%
	废铁产出量/冲压件产出量 ⑤=②/③	<b>0.346</b>	0.259	0.245
废铜	漆包线投入量（万千克）①	<b>134.74</b>	119.80	94.44
	废铜产出量（万千克）②	<b>2.69</b>	3.53	1.99
	电机总成、鼓风机、水泵产出量（万个）③	<b>751.11</b>	698.90	575.26
	废铜产出量/漆包线投入量④=②/①	<b>1.99%</b>	2.95%	2.10%
	废铜产出量/电机总成、鼓风机、水泵产出量⑤=②/③	<b>0.004</b>	0.005	0.003

#### 4、公司是否存在通过销售废料调节经营业绩的情况

报告期各期，公司废料销售金额分别为1,816.11万元、2,139.48万元和**2,152.96万元**，占公司营业收入的比例分别为1.76%、1.64%和**1.52%**，废料销售毛利分别为379.62万元、430.07万元和**239.19万元**，占公司综合毛利的比例分别为2.08%、1.77%和**1.03%**，废料销售金额和毛利占比均较低，对公司经营业绩影响较小；同时，公司针对废料产生、废料管理和销售制定了废料内控制度，明确规定了废料进销存的相关管理措施并得到有效执行，公司废料收入和成本的核算方式符合会计准则及行业惯例。因此，公司不存在通过销售废料调节经营业绩的情况。

#### 5、是否存在其他利益安排

报告期内公司主要废料销售客户与公司及关联方之间不存在关联关系或专为公司服务的情形，不存在其他利益安排，废料销售客户的基本情况参见本题回复之“（二）说明废料销售客户的基本情况、合作时间、与发行人的关联关系、是否存在自然人客户或专为发行人服务的情形，是否涉及招投标程序，是否存在现金收款情形。”

（二）说明废料销售客户的基本情况、合作时间、与发行人的关联关系、是否存在自然人客户或专为发行人服务的情形，是否涉及招投标程序，是否存在现金收款情形。

1、说明废料销售客户的基本情况、合作时间、与发行人的关联关系、是否存在自然人客户或专为发行人服务的情形

报告期各期，公司主要废料销售客户如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售收入	占比
2025 年度	1	江苏沙钢钢铁有限公司	923.56	42.90%
	2	无锡鸿泽再生资源回收有限公司	364.05	16.91%
	3	江阴市汇友再生资源有限公司	347.17	16.13%
	4	张家港保税区金一哲金属制品有限公司	241.40	11.21%
	5	张家港润翔再生资源有限公司	159.70	7.42%
	合计			2,035.89
2024 年度	1	江阴市汇友再生资源有限公司	944.20	44.13%
	2	张家港保税区金一哲金属制品有限公司	362.28	16.93%
	3	合肥长龙物资回收有限公司	357.29	16.70%
	4	张家港润翔再生资源有限公司	175.19	8.19%
	5	刘欣	113.74	5.32%
	合计			1,952.71
2023 年度	1	张家港润翔再生资源有限公司	649.68	35.77%
	2	张家港保税区金一哲金属制品有限公司	353.79	19.48%
	3	江阴市汇友再生资源有限公司	349.47	19.24%
	4	刘欣	228.68	12.59%
	5	苏州密正电子科技有限公司	78.85	4.34%
	合计			1,660.47

上述主要废料销售客户的基本信息、合作背景、合作时间具体情况如下：

(1) 江阴市汇友再生资源有限公司

公司名称	江阴市汇友再生资源有限公司
法定代表人	王梅梅
注册资本	550 万元人民币
成立时间	2020 年 9 月 3 日
注册地址	江阴市祝塘镇石堰村刘市上 151 号
经营范围	许可项目：道路货物运输（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：再生资源加工；再生资源销售；生产性废旧金属回收（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）
股权结构	王梅梅持股 95%，葛维芬持股 5%
合作时间	2023 年开始合作

## (2) 无锡鸿泽再生资源回收有限公司

公司名称	无锡鸿泽再生资源回收有限公司
法定代表人	张卫卫
注册资本	100 万元人民币
成立时间	2024 年 12 月 12 日
注册地址	无锡市新吴区新华路 5 号创新创意产业园 B 幢 415-148
经营范围	许可项目：道路货物运输（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：再生资源回收（除生产性废旧金属）；生产性废旧金属回收；再生资源加工；再生资源销售；非金属废料和碎屑加工处理；旧货销售；生物质成型燃料销售；电子产品销售；电池销售；金属制品销售；塑料制品销售；纸制品销售；包装材料及制品销售；机械设备销售；家用电器销售；建筑材料销售；农村生活垃圾经营性服务；固体废物治理；五金产品零售；橡胶制品销售；日用木制品销售（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）
股权结构	张卫卫持股 100%
合作时间	2025 年开始合作

## (3) 张家港保税区金一哲金属制品有限公司

公司名称	张家港保税区金一哲金属制品有限公司
法定代表人	李虎
注册资本	1,000 万元人民币
成立时间	2021 年 12 月 20 日
注册地址	张家港保税区纺织原料市场 216-5507 室
经营范围	一般项目：金属制品销售；金属材料销售；金属结构销售；金属工具销售；五金产品批发；机械设备销售；针纺织品及原料销售；塑料制品销售；电子产品销售；消防器材销售；办公设备销售；建筑材料销售；再生资源销售；货物进出口；技术进出口（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）
股权结构	李虎持股 100%
合作时间	2023 年开始合作

## (4) 张家港润翔再生资源有限公司

公司名称	张家港润翔再生资源有限公司
法定代表人	马莉
注册资本	100 万元人民币
成立时间	2018 年 9 月 12 日
注册地址	张家港市金港镇后滕解放西路 58 号
经营范围	再生资源回收、加工（不含固体废物、危险废物、报废汽车等需经相关部门批准的项目）；设备拆除；金属制品、钢材加工、销售；木材、五金交电、矿产品、机械设备及零部件、纺织原料及产品、建筑材料、塑料及塑料制品购销。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	马莉持股 100%
合作时间	2023 年开始合作

### (5) 刘欣

刘欣，男，中国国籍，河南郸城县人，自然人客户，主要从事废旧品回收与销售业务，自 2009 年开始与朗信电气合作，向朗信电气回收废铁等废料。

### (6) 合肥长龙物资回收有限公司

公司名称	合肥长龙物资回收有限公司
法定代表人	袁之长
注册资本	200 万元人民币
成立时间	2017 年 3 月 24 日
注册地址	安徽省合肥市肥东县石塘镇红光村小刘组 10 号
经营范围	一般项目：生产性废旧金属回收；再生资源回收（除生产性废旧金属）；再生资源加工；再生资源销售；非金属废料和碎屑加工处理；建筑废弃物再生技术研发；资源再生利用技术研发；房屋拆迁服务；园林绿化工程施工；土石方工程施工；租赁服务（不含许可类租赁服务）；机械设备租赁；建筑工程机械与设备租赁；建筑工程用机械销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）许可项目：废弃电器电子产品处理；道路货物运输（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
股权结构	袁之长持股 100%
合作时间	2024 年开始合作

### (7) 苏州密正电子科技有限公司

公司名称	苏州密正电子科技有限公司
法定代表人	密海林
注册资本	100 万元人民币
成立时间	2010 年 5 月 18 日
注册地址	苏州市吴中区木渎镇珠江南路 368 号（木渎科技创业园）1400 室
经营范围	销售：电子产品、电子线路板测试设备、机械设备及配件、静电防护设备及器材、治具、量具、夹具、纸制品、清洗剂、焊锡条、包装材料；电子技术的开发与服务；电子设备维修；锡渣回收。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	密海林持股 70%，金晓华持股 30%
合作时间	2022 年开始合作

### (8) 江苏沙钢钢铁有限公司

公司名称	江苏沙钢钢铁有限公司
法定代表人	施一新
注册资本	30,100 万美元
成立时间	2002 年 7 月 15 日
注册地址	江苏省张家港市锦丰镇
经营范围	黑色金属冶炼及压延加工，钢压延加工产品及副产品、焦炭及其副产品、金属制品、耐火材料的生产与销售；废旧金属、物资的回收利用（不含危化品）；废钢收购、加工；危险化学品生产（限煤焦油、粗苯、硫磺）与销售；自营和代理各类商品和

	技术的进出口业务；国内贸易；钢铁技术开发和咨询服务；境外冶金工程和境内国际招标的设计与施工。（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）许可项目：成品油零售（不含危险化学品）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）
股权结构	江苏沙钢集团有限公司持股 75%，恒得有限公司持股 25%
合作时间	2025 年开始合作

报告期内，上述主要废料销售客户与公司不存在关联关系，其中刘欣为自然人客户，上述客户除向公司收购废料外，也向其他企业收购废料，不存在专为公司服务的情形。

## 2、是否涉及招投标程序

报告期内，公司废料销售主要系综合考虑客户的经营资质、业务地域范围、响应能力、合作便利性等情况，经市场化询价或双方协商定价等方式确定，不涉及招投标程序。

## 3、是否存在现金收款情形

报告期内，公司废料销售存在极少量现金收款情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
现金收款金额	-	-	0.70
废料收入	2,152.96	2,139.48	1,816.11
现金收款金额占废料收入比重	-	-	0.04%

报告期内，公司废料销售现金收款金额分别为 0.70 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占废料销售收入比重分别为 0.04%、0.00%和 0.00%，金额及占比均较小。公司已对废料现金收款情形进行规范，2024 年以来公司不存在现金收款情形。

（三）说明废料相关收入确认、成本确认、计量、归集原则，会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定，废料相关内部控制制度是否健全有效。

1、说明废料相关收入确认、成本确认、计量、归集原则，会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定

### （1）废料相关收入确认、成本确认、计量、归集原则

对于冲压废料，公司按照预计售价确定其他业务成本，冲减当期生产成本中的直接材料，冲压废料实现销售时确认其他业务收入；对于其他废料，由于废料

数量相对较少，金额相对较小，对产品成本核算的影响较小，出于一贯性原则及成本效益原则，公司不单独核算成本。

## (2) 废料相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定

对于冲压废料（废铁、废铝、废不锈钢），公司按照当月实际销售收入金额全额确认其他业务成本，冲减当月生产成本中的直接材料，使得废料出售的毛利接近零。此种核算方法系参照《企业会计准则第1号——存货》第三章第七条“在同一生产过程中，同时生产两种或两种以上的产品，并且每种产品的加工成本不能直接区分的，其加工成本应当按照合理的方法在各种产品之间进行分配”规定，将废料作为生产过程中的副产品进行考虑，加工成本在废料和正常产出品之间分配时，公司选择了将副产品成本按公允价值进行扣除，剩余成本计入主产品成本的核算方法。公司的冲压废料基本当月产生当月出售，公司以其销售金额作为公允价值具有合理性。由于冲压废料收入占公司营业收入比例**不超过 2%**，并非公司经营目标的主要实现方式，公司选择此种会计核算方法，废料销售不产生利润，生产经营的利润均在公司主要产品上体现可以更真实地反映公司的实际业务情况。

对于其他废料，由于数量相对较少，金额相对较小，对产品成本核算的影响较小，出于一贯性原则及成本效益原则，公司不单独核算成本，其价值分配至完工产成品中；在废料对外出售时，取得的销售收入计入其他业务收入，相关成本虽未体现在其他业务成本，但已在完工产成品中核算，随产成品确认销售时结转至主营业务成本，不存在少计成本的情况。

制造业企业中，废料收入及成本核算会计处理案例主要如下：

序号	公司简称	会计处理方式
1	三友联众 (300932.SH)	铜、铁边角料的入库单价为当月废料的销售单价，在当月五金零件的成本核算过程中，边角料成本金额从当月的直接材料金额中扣除。 其他废料由于数量相对较少，金额相对较小，对产品成本核算的影响较小，因此公司通过杂项收料单入库废料仓，入库时成本为零。在废料出售时，按照实际销售收入金额调减主营业务成本，调增其他业务成本，使得废料出售的毛利为零。
2	金雷股份 (300443.SZ)	在成本核算过程中，根据废料的产量和估计的单位成本（估计的单位成本根据上年的平均售价确定）增加废料成本，同时冲减相关产品的生产成本；在销售废料时，根据实际销售数量和废料的加权平均单位成本结转废料成本，于每月月末，根据废料实际售价与结转的废料成本之间的差额，自其他业务成本调整到主营业务成本，调整后废料销售毛利率为零。
3	逸豪新材 (301176.SZ)	铝基覆铜板边角废料不单独核算成本，其价值全部分配至完工产成品中。将边角废料全部对外出售时，取得的销售收入计入其他业务收入，相关成本虽未体

序号	公司简称	会计处理方式
		现在其他业务成本，但已在完工产成品中完整核算，随产成品确认销售时结转至主营业务成本。
4	宇邦新材 (301266.SZ)	生产废料为产品生产加工过程中产生的废铜材、废焊带、锡渣等生产废料，出于一贯性原则及成本效益原则，公司将生产废料成本全部分配至完工产品成本中，未对生产废料分配成本，生产废料的账面成本为零。 生产废料处置的会计处理方式如下： 借：应收账款、银行存款 贷：其他业务收入 应交税费 相关废料处置计入其他业务收入，无对应的成本。

如上表所示，公司对于废料销售收入和成本的会计处理方式，与上述制造业企业处理方式不存在重大差异。

综上，公司废料收入和成本的核算方式符合会计准则的相关规定。

## 2、废料相关内部控制制度是否健全有效

公司针对废料产生、废料管理和销售制定了相关内控制度，明确规定了废料进销存的相关管理措施，并得到有效执行。

### (1) 废料入库及库存管理

公司生产过程中产生的废料，由生产部将废料整理好并及时转至指定存储区域集中管理。当废料存储区域的废料存放到达一定数量时，公司及时联系废料回收单位进行回收。

公司厂区共有两个门，分别为物流门和人行门，公司对相关人员或物资的进出设置了严格的安保措施，物流门所有的物资进出需要仓库负责人或财务人员签发的出门证，人行门车辆进出需要打开后备箱进行查验，公司相关内控管理有效地保证了废料的完整性。

### (2) 废料销售及出库

销售废料时，由公司财务人员、生产人员、废料回收单位三方参与，现场对废料分类别过磅称重，交易双方确认废料重量后，在出库单、固废转移单上签字确认。双方交接完毕后，废料回收单位取得商品控制权，公司财务人员进行账务处理。

### (3) 定价及审批

2022年，公司废料主要向刘欣销售，废料销售价格系参考相关网站公布的废金属市场价格并结合公司所售废料的具体情况确定基准价格，并与刘欣协商后确定。

2023年起，公司引入废料询价和竞价机制，对于冲压废料，公司参考相关网站公布的废金属市场价格并结合公司所售废料的具体情况确定基准价格，向废料回收单位分别进行询价，询价对象一般不少于三家，同等条件下按“价高者得”的原则确定。

对于其他废料，由废料回收单位向公司进行报价，公司结合废料实时市场价格、废料具体情况等因素与废料回收单位协商确定。

### (4) 财务入账

会计处理详见本问题回复“1、说明废料相关收入确认、成本确认、计量、归集原则，会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定”。

综上，公司关于废料相关的内部控制制度健全有效。

## 二、存货跌价准备计提充分性。

(一) 说明原材料占比逐年下降、发出商品占比逐年增加的原因及合理性，存货周转天数与原材料采购、产品生产、销售周期的匹配性。

### 1、说明原材料占比逐年下降、发出商品占比逐年增加的原因及合理性

报告期各期末，公司存货构成明细及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	2,482.11	15.30%	2,009.90	13.97%	2,259.75	17.79%
在产品	1,508.99	9.30%	1,399.80	9.73%	762.83	6.00%
库存商品	7,280.85	44.88%	6,026.64	41.90%	6,080.13	47.86%
发出商品	3,344.45	20.61%	3,274.69	22.77%	2,444.19	19.24%
委托加工物资	116.68	0.72%	126.11	0.88%	90.95	0.72%
半成品	1,490.33	9.19%	1,547.49	10.76%	1,066.30	8.39%
合计	16,223.42	100.00%	14,384.63	100.00%	12,704.15	100.00%

### (1) 原材料占比逐年下降的原因及合理性

公司采购的原材料主要包括 PCBA、塑料粒子、板材、线束、漆包线等。报告期各期末，原材料账面余额分别为 2,259.75 万元、2,009.90 万元和 **2,482.11** 万元，占存货账面余额的比重分别为 17.79%、13.97%和 **15.30%**，**2023 年至 2024 年**原材料余额及占比呈下降趋势，主要原因是：（1）为实现公司低库存、快周转的存货管理目标，2023 年度开始公司与部分原材料供应商之间逐步由传统的入库结算模式转向寄售结算模式，公司按实际领用量与供应商进行结算，故原材料整体规模逐步下降；（2）**2023 年至 2024 年**，PCBA、塑料粒子、板材、线束等主要原材料单价降低进一步带动原材料余额及占比下降，具体情况详见本回复“问题 5”之“二、营业成本与采购价格公允性”相关回复。

### (2) 发出商品占比逐年增加的原因及合理性

除运往客户途中的在途发出商品外，公司发出商品形成主要系部分主机厂及零部件客户为了降低存货对营运资金的占用，要求公司将商品发出后暂存于客户指定仓库，待客户领用后公司确认收入和结转成本。报告期各期末，公司发出商品余额分别为 2,444.19 万元、3,274.69 万元和 **3,344.45** 万元，占存货的比重分别为 19.24%、22.77%和 **20.61%**，**2023 年至 2024 年**，发出商品余额及占比逐年增加，主要系公司寄售模式下收入规模快速增长所致，**2023 年至 2024 年**公司寄售模式下收入金额分别为 44,544.61 万元及 70,608.65 万元，与发出商品余额变动趋势一致；**2025 年末**，公司发出商品余额及占比较 2024 年末有所增长，主要系**2025 年度公司寄售模式下收入占比提升所致**。

## 2、说明存货周转天数与原材料采购、产品生产、销售周期的匹配性

报告期内，公司存货的周转天数情况如下：

单位：天

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
存货周转天数	<b>47.86</b>	46.74	52.82
其中：原材料周转天数	<b>7.02</b>	7.37	14.32
在产品周转天数	<b>4.55</b>	3.73	2.96
半成品周转天数	<b>4.72</b>	4.51	4.53
库存商品周转天数	<b>20.81</b>	20.89	21.32
发出商品周转天数	<b>10.35</b>	9.87	8.94

- 注：1、存货周转天数=365/（营业成本/（期初存货余额+期末存货余额）/2）；  
2、原材料周转天数=365/（营业成本/（期初原材料余额+期末原材料余额）/2）；  
3、在产品周转天数=365/（营业成本/（期初在产品余额+期末在产品余额）/2）；  
4、半成品周转天数=365/（营业成本/（期初半成品余额+期末半成品余额）/2）；  
5、库存商品周转天数=365/（营业成本/（期初库存商品余额+期末库存商品余额）/2）；  
6、发出商品周转天数=365/（营业成本/（期初发出商品余额+期末发出商品余额）/2）。

公司采用以销定产的生产模式，根据客户的需求计划、销售部门的销售预测，结合公司生产人员情况、产能利用情况及三方库库存消耗情况等综合研判，提前排产备货，并根据原材料市场供需、产品价值及供货周期设定安全库存。

### （1）原材料采购周期

公司采购周期一般为 7-15 天，原材料安全库存设为 3-7 天，或采用供应商寄售模式，2023 年起公司与部分供应商之间由传统的入库结算模式逐步转向寄售结算模式，故原材料周转天数逐年下降。**2023 年至 2025 年**，公司原材料周转天数分别为 14.32 天、7.37 天和 **7.02** 天，与采购周期情况及采购模式变化情况相匹配。

### （2）产品生产周期

公司产品生产周期一般为 1-3 天（按连续生产算，未计算半成品流转时间），半成品按销售订单及排产计划保持合理库存，产成品根据客户运输距离设置 1-2 周安全库存，并按照客户要求进行交流。

**2023 年至 2025 年**，公司在产品的周转天数分别为 2.96 天、3.73 天和 **4.55** 天，半成品周转天数分别为 4.53 天、4.51 天和 **4.72** 天，长于产品生产周期，主要是因为公司建立了较为完善的模块化生产管理体系，将电机生产拆分成若干单元和模块，通过模块化生产，公司实现了不同部件、模块并行生产，为了保证向下游客户及时供应，半成品需要按销售订单及排产计划保持合理库存。

### （3）产品销售周期

公司从产品出库到收入确认因结算模式有所差异，其中非寄售模式为货到签收收入库，对应的发出商品结算周期较短，一般为仓库出库后 1-3 天；对于寄售模式的客户，一般当月发货当月或次月领用后确认收入，对应的收入确认周期为仓库出库后 1-3 周。

2023年至2025年，公司库存商品的周转天数分别为21.32天、20.89天和20.81天，发出商品的周转天数分别为8.94天、9.87天和10.35天，略长于销售周期，主要系出于连续生产和保障及时向下游供货的考虑，需设置1-2周的安全库存导致；2023年至2025年，公司发出商品周转天数有所增加，主要系公司寄售模式下收入金额及占比同比持续增长所致。

综上，报告期各期，公司存货周转天数与公司原材料采购、产品生产、销售周期匹配。

(二) 表格列示寄售仓库的地域分布、产品分布、金额分布及占比情况，说明发货数量、客户领用数量、期末发出商品数量与发货单据、运输费用、客户生产规模、客户所在地及销售情况等是否匹配，说明发行人针对各类存货实施的盘点程序、周期、盘点金额及比例。

### 1、表格列示寄售仓库的地域分布、产品分布、金额分布及占比情况

#### (1) 报告期内寄售仓库的地域分布、产品分布

报告期内，公司主要寄售仓库（各期末金额合计前十名）的地域分布、产品分布情况如下：

仓库名称	仓库地域分布	主要客户名称	产品类型
重庆福斯特龙兴中转库	重庆市渝北区	阿维塔科技（重庆）有限公司、浙江银轮机械股份有限公司、重庆长安汽车股份有限公司	电子风扇、水泵总成
比亚迪西安中转库	陕西省西安市	比亚迪汽车有限公司、深圳市比亚迪供应链管理有限公司	电子风扇、电机总成、水泵总成
一汽吉林仓库	吉林省长春市	一汽奔腾汽车股份有限公司、中国第一汽车股份有限公司	电子风扇
奇瑞股份三方库	安徽省芜湖市	奇瑞汽车股份有限公司、奇瑞汽车股份有限公司鄂尔多斯分公司	电子风扇、水泵总成
红旗优乐赛中转库	吉林省长春市	富奥翰昂汽车热系统（长春）有限公司、中国第一汽车股份有限公司	电子风扇
大连瑞展三方库	辽宁省大连市	奇瑞汽车股份有限公司大连分公司	电子风扇
西安弗迪中转库	陕西省西安市	比亚迪汽车有限公司、深圳市比亚迪供应链管理有限公司	电子风扇
重庆长安民生中转库	重庆市渝北区	浙江银轮机械股份有限公司、重庆长安汽车股份有限公司	电子风扇
长安佳施中转库	重庆市渝北区	浙江银轮机械股份有限公司	电子风扇
比亚迪合肥三方库	安徽省合肥市	合肥比亚迪汽车有限公司	电子风扇、电机总成

## (2) 报告期内寄售仓库的金额分布及占比情况

报告期内，公司主要寄售仓库（各期末金额合计前十名）的金额分布及占比情况如下：

单位：万元

仓库名称	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	结存金额	占比	结存金额	占比	结存金额	占比
重庆福斯特龙兴中转库	356.11	20.00%	288.35	18.89%	245.41	14.86%
比亚迪西安中转库	-	-	324.12	21.23%	211.50	12.81%
一汽吉林仓库	104.63	5.88%	138.61	9.08%	244.56	14.81%
奇瑞股份三方库	167.86	9.43%	136.70	8.95%	63.80	3.86%
红旗优乐赛中转库	76.65	4.30%	47.21	3.09%	148.89	9.01%
大连瑞展三方库	112.51	6.32%	85.00	5.57%	42.81	2.59%
西安弗迪中转库	1.12	0.06%	28.78	1.89%	192.64	11.66%
重庆长安民生中转库	168.55	9.46%	45.22	2.96%	-	0.00%
长安佳施中转库	36.31	2.04%	50.37	3.30%	73.51	4.45%
比亚迪合肥三方库	83.24	4.67%	33.95	2.22%	41.46	2.51%
合计	1,106.98	62.16%	1,178.31	77.19%	1,264.58	76.57%
寄售仓库总结存金额	1,780.82	100.00%	1,526.55	100.00%	1,651.62	100.00%

注：此处列示的寄售仓库为公司为满足寄售模式的客户生产需要而在客户厂区周边设立的中转库，因仓库的管理权限仍归属于本公司，故该部分存货列示于库存商品。

2、说明发货数量、客户领用数量、期末发出商品数量与发货单据、运输费用、客户生产规模、客户所在地及销售情况等是否匹配

### (1) 发货数量、客户领用数量、期末发出商品数量的匹配性

报告期内，公司寄售客户发货数量、客户领用数量、期末发出商品数量的匹配情况如下：

单位：万套

项目	2025 年度 /2025 年末	2024 年度 /2024 年末	2023 年度 /2023 年末
期初发出商品结存数量①	13.99	12.39	8.18
发货数量②[注 1]	554.77	375.14	254.05
客户领用数量③	549.81	373.54	249.83
期末发出商品数量 ④=①+②-③[注 2]	18.95	13.99	12.39
客户领用数量占发货数量的比例⑤=③/②	99.11%	99.57%	98.34%

注 1：上表列示的发货数量为公司发货给寄售客户的总数量，已扣减客户退库等事项的变动影响。

注 2：上表列示的期末发出商品数量为发往寄售客户处尚未领用的数量。

由上表所示，公司寄售客户领用数量与当期发货数量基本匹配，报告期内发出商品结存数量有所增长，主要系公司寄售模式收入规模和占比同比增长所致，具有合理性。

## (2) 发货数量与发货单据、运输费用、客户所在地及销售情况的匹配性

报告期各期，公司主要区域发货数量与运输物流费用、客户所在地及销售情况的匹配情况如下：

区域	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
华东	发货数量（万套）	278.52	182.35	114.14
	寄售模式收入（万元）	52,965.34	35,811.30	18,242.97
	运输费用（万元）	474.82	535.80	169.70
	单位运费（元/套）	1.70	2.94	1.49
东北	发货数量（万套）	42.71	40.38	35.48
	寄售模式收入（万元）	9,591.95	10,150.56	8,769.54
	运输费用（万元）	170.75	197.02	176.50
	单位运费（元/套）	4.00	4.88	4.97
西北	发货数量（万套）	44.84	72.64	49.35
	寄售模式收入（万元）	7,751.92	10,158.52	6,340.00
	运输费用（万元）	145.28	154.45	92.10
	单位运费（元/套）	3.24	2.13	1.87
西南	发货数量（万套）	58.56	53.17	33.40
	寄售模式收入（万元）	6,427.66	9,025.96	4,548.15
	运输费用（万元）	370.24	328.34	260.24
	单位运费（元/套）	6.32	6.18	7.79
华中	发货数量（万套）	63.83	6.15	13.65
	寄售模式收入（万元）	9,874.73	691.08	3,875.41
	运输费用（万元）	428.83	37.87	85.31
	单位运费（元/套）	6.72	6.16	6.25
合计	发货数量（万套）	488.47	354.69	246.04
	寄售模式收入（万元）	86,611.59	65,837.41	41,776.06
	运输费用（万元）	1,589.91	1,253.48	783.85
	单位运费（元/套）	3.25	3.53	3.19

注：上表中所属区域系按照客户收货工厂所在地列示。

报告期内，公司寄售仓库主要分布在华东、东北、西南、西北及华中区域，与寄售模式收入的实现情况基本匹配。报告期内，上述区域运输费用合计分别为

783.85 万元、1,253.48 万元和 1,589.91 万元，呈现持续增长的趋势，与公司各期发运数量变动趋势基本一致。

报告期内，公司单位运费存在一定的波动，主要系：

1) 单位运费较高的东北区域的发货数量在**报告期内持续增长**。**2025 年度**，东北区域的单位运费**有所下降**，主要系销售至一汽集团的 108 系列风扇总成产品（1308010HF01）运输费用由客户自行承担，该产品发货数量由 2024 年度占东北区域总发货量的 41.51% 增长至 **2025 年度的 43.83%**；

2) 华东区域单位运费 **2024 年度同比增加**，而 **2025 年度同比下降**，详见下述分析：

2024 年度公司寄售模式下华东区域单位运费较**上年度**增幅较大，**2025 年度**有所下降，主要原因是：

①自 **2024 年**开始公司与青岛恒信的业务规模快速增长，发货数量由 2023 年度的 0.88 万套快速增长至 2024 年度的 15.27 万套，**2025 年度**因终端主机厂需求变动影响，**2025 年度**向青岛恒信的发货量**下降至 11.87 万套**，青岛恒信所在的青岛市与公司所在的张家港市距离相对较远，且 145 系列风扇总成占比较高，该产品由于体积较大，单位运费相对较高，其 2024 年度及 **2025 年度**单位运费分别为 9.02 元/套及 **7.97 元/套**，远高于其他华东区域平均运费，因此其发货量变动导致华东区域呈现了明显的 2024 年度单位运费快速增长，**2025 年度**有所回落的趋势。

②公司向奇瑞汽车销售的有刷系列电子风扇产品主要通过子公司芜湖朗信组装（有刷电机由朗信电气完成生产后运送至芜湖朗信，体积较大的护风圈和风扇叶轮由芜湖朗信就近采购），与直接运输电子风扇相比，该种模式可以大幅提高单车装载量从而降低单位运输成本，而芜湖朗信不具备无刷系列电子风扇的组装能力，该产品须直接从张家港运输至芜湖，单位运输成本较高，2023 年至 2024 年，公司向奇瑞汽车销售的电子风扇产品中无刷系列占比从 7.89% 快速提升至 28.62%，单位运输费用随之增加。

3) 2023 年度和 2024 年度，公司寄售模式下西北区域**单位运输费用较为平稳**，**2025 年单位运费略有上升**，主要系销售产品结构变动引起，**2025 年度**销售

给比亚迪汽车电子有限公司的电子风扇占比上升，电子风扇的单位运输费用高于电机总成，因此 2025 年度的单位运输费用略有上升。

综上，报告期内，公司主要区域发货数量与运输物流费用、客户所在地及销售情况均具有匹配性。

### (3) 客户领用数量与客户销售、生产规模的匹配情况

报告期内，公司主要寄售客户领用数量与其销售、生产规模的匹配情况如下：

客户名称	领用数量（万套）			客户销售、生产规模情况
	2025 年度	2024 年度	2023 年度	
奇瑞汽车	95.88	107.06	91.16	中国领先的自主品牌汽车制造商，根据奇瑞汽车发布的消息，奇瑞控股集团 2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月营收分别为 3,000 亿元、4,800 亿元及 2,805 亿元。
吉利集团	112.59	87.61	31.86	中国领先的汽车制造商，根据吉利集团披露的年度报告信息，吉利集团 2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月营收分别为 1,792.04 亿元、2,401.94 亿元及 1,503 亿元。
银轮集团	62.21	46.12	32.95	一家专业研发、制造和销售各种热管理和尾气后处理产品的民营股份制上市公司；根据银轮股份披露的年度报告信息，银轮股份 2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月营收分别为 110.18 亿元、127.02 亿元及 71.68 亿元。公司向其销售的产品主要用于北美新能源车企、蔚来、长安等项目的配套。
一汽集团	23.03	25.64	21.77	国有特大型汽车企业集团，根据一汽解放披露的年度报告信息，一汽解放 2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月营收分别为 639.05 亿元、585.81 亿元及 280.79 亿元。
比亚迪	129.84	41.17	40.78	一家拥有 IT，汽车及新能源三大产业群的新技术民营企业；根据比亚迪集团披露的年度报告信息，比亚迪集团 2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月营收分别为 6,023.15 亿元、7,771.02 亿元及 3,712.81 亿元。
长安汽车	18.03	8.42	2.61	隶属于中国兵器装备集团有限公司的特大型汽车企业，根据长安汽车披露的年度报告信息，长安汽车 2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月营收分别为 1,512.98 亿元、1,597.33 亿元及 726.91 亿元。

注：截至本回复签署之日，公司主要寄售客户未披露 2025 年全年营业收入。

综上，公司主要客户都是大型主机厂或者规模较大的汽车零部件供应商，上述客户中公司向奇瑞汽车、吉利集团、一汽集团、比亚迪集团、长安汽车等大型主机厂销售时以寄售模式为主，领用数量即为当期销售数量，公司向银轮集团销售的产品主要用于北美新能源车企、蔚来、长安等项目的配套，采用寄售或非寄售模式与其终端客户的生产组织形式相关，同时对于奇瑞汽车和比亚迪集团，公司还通过恒信集团、爱斯达克、江苏嘉和等 Tier1 供应商向其销售的情况，公司

对前述终端客户的销量（包括直接和间接）与客户销售、生产规模相匹配，具体情况参见“问题 4/一/（一）/（1）销售额占客户同类产品采购额的比重、是否为终端客户等情况”和“（2）发行人收入与主要终端汽车制造商的产销量变动情况”。

### 3、说明发行人针对各类存货实施的盘点程序、周期、盘点金额及比例

#### （1）报告期内对各类存货实施的盘点程序及盘点周期

公司制定了《仓库管理规定》，对存货盘点事项进行了规范，具体盘点程序如下：

公司根据盘点制度要求制定详细盘点计划，在盘点前下达盘点通知，明确盘点地点、时间、范围、参与盘点人员及盘点要求；财务中心负责制定盘点表，仓储物流科负责人组织销售成品库、生产成品库、半成品库、原材料库库存盘点。

盘点时，仓管员根据财务提供的盘点表，对库存物料进行实物点数，将实物与库存账进行核对，对有差异的进行复查，在复查后制作库存盘点清单。

盘点结束后，参加盘点的人员在盘点记录表上签字，并形成盘点差异表；仓储物流科负责人对销售成品库、生产成品库、半成品库、原材料库盘点差异进行分析并做盘点报告，由运营中心综合管理部长签字后，交财务部备案。财务中心对盘点进行计价，交总经理批准后做盘盈盘亏处理。

盘点周期：每月末，财务部及仓储部门组织对存货进行抽盘；每年末，财务部、生产及仓储部门组织对存货实施全面盘点。

报告期各期末公司存货盘点情况如下：

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
盘点时间	2025 年 12 月	2024 年 11 月-2025 年 1 月	2023 年 11 月-2024 年 1 月
盘点地点	公司厂区仓库及中转库		
盘点人员	仓库管理人员、生产人员、财务部人员等		
盘点范围	原材料、在产品、半成品、库存商品等		

注：由于公司存在较多三方仓库且分布全国各地，因此盘点时间在接近各期末资产负债表日前后数月。

## (2) 存货盘点金额及比例

公司报告期各期末存货盘点金额及比例情况如下：

单位：万元

存货类别	存货金额	盘点金额	盘点比例
<b>2025 年末</b>			
原材料	2,482.11	2,298.21	92.59%
委托加工物资	116.68	-	-
在产品	1,508.99	987.00	65.41%
库存商品	7,280.85	6,436.40	88.40%
发出商品	3,344.45	-	-
半成品	1,490.33	1,399.36	93.90%
合计	16,223.42	11,120.97	68.55%
<b>2024 年末</b>			
原材料	2,009.90	1,888.40	93.96%
委托加工物资	126.11	0.00	0.00%
在产品	1,399.80	1,028.23	73.46%
库存商品	6,026.64	5,633.77	93.48%
发出商品	3,274.69	0.00	0.00%
半成品	1,547.49	1,438.68	92.97%
合计	14,384.63	9,989.07	69.44%
<b>2023 年末</b>			
原材料	2,259.75	1,300.04	57.53%
委托加工物资	90.95	0.00	0.00%
在产品	762.83	573.10	75.13%
库存商品	6,080.13	5,431.95	89.34%
发出商品	2,444.19	0.00	0.00%
半成品	1,066.30	962.23	90.24%
合计	12,704.15	8,267.32	65.08%

报告期内，公司针对原材料、在产品、半成品、库存商品进行盘点，对委托加工物资执行对账程序，对发出商品通过销售合同/订单、出库单、送货单、物流单据等相关收入确认单据等进行跟踪管理，以确认期末结存存货的完整性。报告期各期末，公司盘点情况总体良好，盘点结果无异常。

报告期内，对于受限于运往客户途中或因客户内部管理要求或产线保密等原因导致无法获准进入现场进行盘点的仓库，公司未能对该等发出商品进行盘点，日常主要通过销售合同/订单、出库单、送货单、物流单据、相关收入确认单据

等对其进行跟踪管理，已达到收入确认条件的发出商品将及时确认收入并结转成本。

(三) 结合汽车行业“年降”政策、整车售价下调影响、原材料价格下降等，说明公司存货跌价准备计提是否充分，与同行业可比公司是否存在重大差异，充分揭示存货发生跌价损失的风险。

1、结合汽车行业“年降”政策、整车售价下调影响、原材料价格下降等，说明公司存货跌价准备计提是否充分

汽车零部件行业普遍存在年降惯例。近年来，国内乘用车市场竞争激烈，整车厂商普遍采取以价换量的市场营销策略来抢占份额。在此背景下，整车厂商必须不断采取降本增效的措施，向上游供应商传导压力，以维持其利润空间。零部件企业作为供应链的组成部分，需要承担一定的成本压力，以协同实现这一目标。这种价格传导机制有助于促使零部件企业提升生产效率、优化生产工艺，进而在市场竞争中得以生存和发展，同时也在一定程度上提高了汽车零部件企业的行业进入壁垒。

针对下游整车厂的议价需求，公司建立了动态响应机制，综合考量原材料价格波动、产品生产成本变动等核心因素后，与客户协商，通过每年或不定期的价格协议进行明确。报告期内，公司年降比例分别为 3.61%、5.09% 和 **5.84%**，呈一定程度的上涨，但整体仍处于公司可控范围内。具体情况参见“问题 2/四/(三)‘年降’政策对公司的影响、公司应对措施及有效性”相关内容。

报告期内，公司生产所需的核心原材料（如 PCBA、塑料粒子、板材等）市场价格呈下行趋势。该趋势有效带动了公司产品生产成本的相应降低，为公司应对下游客户的价格调整要求（如年降政策）提供了重要的成本缓冲空间。公司积极结合原材料市场价格变动趋势及自身采购规模优势，通过与核心供应商进行价格谈判等策略，持续优化采购成本，将成本压力适度向上游供应商传导。

以公司主要产品电子风扇（无刷系列）为例，在“年降”政策的执行下，报告期内产品单价逐年下降，但通过单位材料成本的下降抵消了部分降价带来的不利影响，维持电子风扇（无刷系列）产品毛利率在合理区间，具体情况如下：

单位：元/套

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	数值	同比变动	数值	同比变动	数值
毛利率	<b>20.46%</b>	/	21.41%	/	19.49%
单价	<b>270.82</b>	<b>-1.69%</b>	275.48	-7.92%	299.19
单位成本	<b>215.41</b>	<b>-0.51%</b>	216.50	-10.11%	240.86
其中：单位材料	<b>179.58</b>	<b>-0.63%</b>	180.71	-11.91%	205.15
单位人工	<b>11.90</b>	<b>-5.24%</b>	12.56	-6.77%	13.47
单位制费	<b>23.90</b>	<b>2.90%</b>	23.23	4.44%	22.24

此外，为应对成熟产品价格下行的压力，公司通过持续的研发投入，聚焦于技术创新、工艺升级与结构优化，加速推出具备高附加值及市场竞争力的新产品。同时，公司持续提升优化生产工艺、提高生产效率及精益生产管理的能力，通过内生性的降本增效，进一步增强整体盈利能力。从盈利支撑来看，报告期内公司综合毛利率分别为 17.73%、18.68% 和 **17.30%**，毛利率水平能够覆盖 3% 至 5% 的年降幅度可能引发的存货跌价风险。在具体的存货跌价测试中，公司严格依据最新签订的价格协议确定预计售价，并在此基础上充分计提跌价准备，以确保报告期各期末存货跌价准备的计提充分性。

## 2、说明公司存货跌价准备与同行业可比公司是否存在重大差异

公司与同行业可比公司的存货跌价准备计提比例如下：

公司名称	2025 年末	2024 年末	2023 年末
恒帅股份	1.55%	1.45%	1.26%
飞龙股份	1.63%	1.54%	0.98%
旭升集团	2.83%	3.41%	2.14%
文灿股份	5.79%	4.22%	3.95%
天龙股份	2.36%	2.48%	1.89%
平均值	<b>2.83%</b>	<b>2.62%</b>	<b>2.04%</b>
朗信电气	<b>4.30%</b>	<b>4.00%</b>	<b>2.78%</b>

注：截至本回复签署日，同行业可比公司尚未披露 2025 年度报告，故上表中同行业可比公司数据为 2025 年上半年数据。

报告期内，公司存货跌价准备计提比例分别为 2.78%、4.00% 和 **4.30%**，整体呈增长趋势，且 2023 年、2024 年及 **2025 年** 均高于同行业可比公司平均值，但仍处于可比公司区间内。2023 年、2024 年及 **2025 年** 公司存货跌价计提比例高于可比公司平均值，主要系电子水泵和空调鼓风机 2023 年、2024 年及 **2025 年** 毛利率为负，计提的存货跌价准备增加导致：（1）公司新开发的电子水泵、空调

鼓风机产品虽已取得业内部分头部客户定点，但报告期内产品尚处于市场导入期，销售规模仍然较小，同时叠加报告期内新增电子水泵相关生产设备，以致其分摊的折旧摊销和人工成本较高；（2）当前阶段，电子水泵及空调鼓风机产品的生产工艺尚存在不稳定的情况，报告期内部分电子水泵及空调鼓风机产品存在返工导致其成本进一步增加。

针对电子水泵等负毛利产品，公司已根据其订单价格或近期销售价格扣除相应的销售费用（金额包含运费金额）及税费后的可变现价值判断其是否存在跌价，并按照可变现净值与成本的差额计提跌价准备。报告期各期末，公司的存货跌价准备计提充分，与同行业可比公司不存在显著差异。

### **3、发行人已对存货跌价风险进行充分提示**

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”中修改“存货跌价风险”：

#### **“6、存货跌价的风险**

报告期各期末，公司存货的账面价值分别为 12,351.35 万元、13,809.09 万元和 **15,525.39 万元**，占公司报告期各期末流动资产比例为 18.09%、14.25%和 **13.42%**，若未来下游市场发生重大变化或主要客户自身经营情况恶化，导致公司产品需求减少或产品可变现净值降低，将存在存货周转率下降、存货跌价损失增加的风险，进而对公司业绩造成不利影响。

此外，近年来汽车行业竞争态势加剧，下游客户所面临的竞争压力存在向上游汽车零部件厂商传导的可能，进而影响公司产品的销售价格。若公司主要客户的年降幅度进一步提高，导致存货可变现净值低于存货成本，则公司存货将存在减值的风险，进而对公司的经营业绩造成不利影响。”

### **三、股份支付核算准确性。**

**（一）说明控股股东员工持股平台是否包含公司员工、亲属及关联方，如是，说明通过控股股东员工持股平台对发行人员进行激励的原因及合理性。**

天台银信系公司控股股东员工持股平台，该持股平台的合伙人情况如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	出资金额	出资比例	报告期末的任职情况
1	徐铮铮	228.00	15.62%	银轮股份副董事长、副总经理
2	柴中华	210.00	14.38%	银轮股份董事、副总经理
3	朱晓红	146.00	10.00%	银轮股份财务总监
4	许光强	146.00	10.00%	银轮股份总经理助理、朗信电气董事
5	杨分委	146.00	10.00%	银轮股份副总经理
6	陈敏	146.00	10.00%	银轮股份董事会秘书、副总经理
7	周浩楠	146.00	10.00%	银轮股份董事
8	邱式威	146.00	10.00%	银轮股份董事长助理
9	许绪武	146.00	10.00%	银轮股份总经理助理
合计		<b>1,460.00</b>	<b>100.00%</b>	-

如上表所示，控股股东员工持股平台合伙人包括控股股东的董事、高管、董事长助理、总经理助理，其中控股股东董事、高管系公司的关联方。除控股股东委派担任公司外部董事外，不包含朗信电气员工及其亲属，不存在在公司任职的情况。

(二) 结合股份支付涉及的主要人员、所属部门、岗位职责、条款约定等，说明各期股份支付费用计入销售、管理、研发费用的金额及依据；结合公允价值的确定依据、摊销期限等，说明股份支付费用的计算过程、结果及会计处理合规性。

1、结合股份支付涉及的主要人员、所属部门、岗位职责、条款约定等，说明各期股份支付费用计入销售、管理、研发费用的金额及依据

(1) 股份支付涉及的主要人员、所属部门、岗位职责、条款约定

根据证监会《会计监管规则适用指引——会计类第1号》，企业集团内发生股份支付交易的，接受服务企业应确认股份支付费用；股份支付费用的确认应按照“谁受益，谁确认费用”的原则进行确认。因此，公司确认股份支付涉及的员工持股平台为张家港银信一号、张家港银信二号，上述持股平台主要人员、所属部门、岗位职责具体如下：

## 1) 张家港银信一号

合伙人姓名	合伙人性质	任职公司	报告期末所属部门	报告期末任职岗位
吴忠波	有限合伙人	朗信电气	营销中心	董事、副总经理、董事会秘书
高裕丰	有限合伙人	朗信电气	财务中心	财务总监
朱萍凤	有限合伙人	朗信电气	总经理办公室	总经理办公室总监
袁绍坤	有限合伙人	朗信电气	采购中心	采购中心总监
戚纯波	有限合伙人	朗信电气	技术中心	技术中心总师
严秋霞	有限合伙人	朗信电气	采购中心	采购中心科长
周松涛	有限合伙人	朗信电气	技术中心	技术中心部长
陈志强	有限合伙人	朗信电气	技术中心	技术中心总师
卢勇	有限合伙人	朗信电气	技术中心	技术中心工艺科负责人
刘展	有限合伙人	朗信电气	技术中心	技术中心主管工程师
其他核心骨干成员（24人）		朗信电气	-	-

## 2) 张家港银信二号

合伙人姓名	合伙人性质	任职公司	报告期末所属部门	报告期末任职岗位
丁言闯	有限合伙人	朗信电气	技术中心	副总经理
吴飞	有限合伙人	朗信电气	质管中心	质管中心总监
陆耀磊	有限合伙人	朗信电气	运营中心	运营中心总监
魏传朋	有限合伙人	朗信电气	营销中心	营销中心执行总监
曹政	有限合伙人	朗信电气	总经理室	副总经理
殷福海	有限合伙人	朗信电气	运营中心	综合管理部主管
陈燕锋	有限合伙人	朗信电气	运营中心	无刷工厂办公室厂长
徐亚生	有限合伙人	朗信电气	营销中心	营销中心部长
孙晓璐	有限合伙人	朗信电气	总经理办公室	总经理办公室体系专员
陈城	有限合伙人	朗信电气	技术中心	工艺工程部副部长
其他核心骨干成员（31人）		朗信电气、芜湖朗信	-	-

公司《江苏朗信电气有限公司忠诚持股计划》（以下简称“持股计划”）条款约定：授予对象参与本忠诚计划的，除另有约定外，应自标的股权授予之日起至少为公司、控股股东或控股股东的其他下属子公司（含朗信电气的子公司）服务满五年，故该股权激励为附等待期的以权益结算的股份支付。

### （2）各期股份支付费用计入销售、管理、研发费用的金额及依据

根据《企业会计准则第11号-股份支付》的规定：“以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，

在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。”公司以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，在授予日将员工入股支付的对价与相应公允价值的差额确认为股份支付，并在等待期内分期摊销确认。

根据《会计监管规则适用指引——会计类第 1 号》，股份支付费用的确认应按照“谁受益，谁确认费用”的原则进行确认，因此，公司根据股权激励对象的部门归属及岗位职责将上述股份支付分别计入销售费用、管理费用、研发费用及营业成本。报告期内，公司本次持股计划确认的股份支付费用计入销售、管理、研发费用及营业成本的金额具体如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售费用	47.16	47.16	47.16
管理费用	139.29	129.35	128.73
研发费用	100.64	94.97	87.88
营业成本	79.65	79.65	79.62
合计	366.74	351.13	343.39

注：上表中股份支付金额系朗信电气 2022 年实施的员工持股计划计入股份支付的金额，不含集团股份支付的影响金额。

综上，公司各期股份支付费用计入销售、管理、研发费用的金额及依据准确、合理，符合会计准则的相关规定。

## 2、结合公允价值的确定依据、摊销期限等，说明股份支付费用的计算过程、结果及会计处理合规性

### (1) 公允价值确定依据

公司实施持股计划时，近期无外部投资者入股，股份支付公允价值系参考银信资产评估有限公司出具的《江苏朗信电气有限公司拟股份支付涉及的股东全部权益评估项目资产评估报告》【银信评报字（2022）沪第 C00063 号】确定，评估基准日为 2022 年 9 月 30 日，公司股东权益评估值为 43,800.00 万元，最终确认每注册资本公允价值为 11.18 元/股。

资产评估报告系采用收益法进行评估，评估值高于公司在评估基准日的净资产（未经审计）19,665.36 万元，同时该评估方法将预期收益资本化或者折现从

而确定评估对象的价值，在评估时已将公司的经营历史、经营状况、发展规划、市场状况、宏观经济及行业发展概况等经营发展状况考虑在内，评估具有合理性，股份支付公允价值确定依据充分、合理。

## (2) 股份支付的计算过程、结果及会计处理合规性

根据本题“1、结合股份支付涉及的主要人员、所属部门、岗位职责、条款约定等，说明各期股份支付费用计入销售、管理、研发费用的金额及依据”所述，公司将员工入股支付的对价与相应公允价值的差额确认为股份支付，计算公式为：股份支付金额=（公允价值-员工入股价）×公司员工持股平台股份数量=（11.18元/股-5.1064元/股）×282.82万股=1,718.58万元，最终确认公司本次持股计划的股份支付金额为1,718.58万元。

由于公司股权激励为附等待期的以权益结算的股份支付，因此将股份支付金额分5年进行摊销，在等待期内分期计入当期成本费用及“资本公积—其他资本公积”；对于子公司员工的股份支付，在母公司报表上计入“长期股权投资”及“资本公积—其他资本公积”，会计处理正确，符合会计准则的要求。

(三) 说明持股平台的管理模式、权益流转及退出机制、是否存在回购等约定，员工离职或份额转让的具体情况，转让价格的确定方式及会计处理合规性。

### 1、持股平台的管理模式、权益流转及退出机制、回购条款等约定

公司持股平台的管理模式、权益流转及退出机制、回购条款等具体约定情况如下：

项目	具体内容
管理模式	公司员工持股平台均为有限合伙企业形式。（1）合伙企业的普通合伙人为执行事务合伙人，对外代表合伙企业执行合伙事务，经全体合伙人过半数和拟转换前普通合伙人同时同意后，有限合伙人和普通合伙人可以相互转变；（2）不参加执行合伙事务的合伙人有权监督执行事务合伙人，检查其执行合伙事务的情况；（3）根据合伙人要求，执行事务合伙人应向其他合伙人报告事务执行情况以及合伙企业的经营状况和财务状况；（4）执行事务合伙人执行合伙企业事务时产生的收益归合伙企业，所产生费用和亏损由合伙企业承担；（5）被委托执行合伙事务的合伙人不按照合伙协议或者全体合伙人的决定执行事务的，其他合伙人可以决定撤消委托；（6）合伙人对合伙企业有关事项作出决议，实行合伙人一人一票表决权；（7）有限合伙人未经授权以有限合伙企业名义与他人进行交易，给有限合伙企业或者其他合伙人造成损失的，该有限合伙人承担赔偿责任。

项目	具体内容
权益流转及退出机制	如持股平台持股对象确有资金需求或其他合理原因，经普通合伙人同意，持股对象在服务期内退出的，普通合伙人或其指定的第三方有权受让持股对象所持有的持股平台财产份额（如因故财产份额无法直接转让的或者按照本计划采取退伙、入伙方式进出的，各方应采取法律法规允许的方式实现转让或变更目的，例如持股对象按照本计划约定的价格退伙，普通合伙人或其认可的第三方按照本计划约定的价格入伙等方式，以下同），具体受让价格安排如下：持股对象服务期届满之前拟全部或部分退出的，其拟退出的持股平台财产份额（含该期间内取得的转增股权或红股）的价格以持股对象获得授予股权时的实际支付价格加上当期执行的一年期的中国人民银行金融机构人民币贷款基准利率确定，但本计划或《股权认购协议》或普通合伙人另有约定的除外。服务期届满公司尚未上市的，持股对象有权要求持股平台普通合伙人或其指定的第三人以持股对象获得授予股权时的实际支付价格加上年化单利 8% 的利率的价格（扣除持股对象已获得的持有持股平台财产份额相应的分红的税后部分金额）进行受让其所持的财产份额（含该期间内取得的转增股权或红股）未经持股平台普通合伙人同意，持股对象在服务期内不得将其在合伙企业的份额设定任何抵押、质押或任何第三方权利，不得用其偿还债务。
回购条款	持股对象在服务期内出现连续两年考核不达标、主动离职或主观过错等事项的，其所持有的授予股权（含该期间内取得的转增股权或红股），持股平台普通合伙人或其指定的第三人有权以持股对象获得授予股权时的实际支付价格（扣除持股对象已获得的分红的税后部分金额）进行受让；持股对象在服务期内出现身体原因（疾病等）或因工伤残等事项导致其不具备岗位的胜任能力、被公司或控股股东无合理理由辞退、死亡（包括宣告死亡）等事项的，其所持有的股权（含该期间内取得的转增股权或红股），普通合伙人或其指定的第三人有权以持股对象获得授予股权时的实际支付价格加上年化单利 8% 的利息的价格（扣除持股对象已获得的分红的税后部分金额）进行受让。

## 2、员工离职或份额转让的具体情况，转让价格的确定方式及会计处理合规性

报告期内，公司员工离职或份额转让的具体情况如下：

单位：元、元/份额

离职时间	姓名	离职及转让情况	受让人	转让份额	转让价格	转让价格定价依据
2024/6/7	崔俊	个人原因离职退出	万鹏/程裕祥	6,944.63	5.11	持有期间分红留存持股平台未分配，根据忠诚持股计划的规定按原始投资价格退出
2023/3/20	黄晓东	个人原因离职退出		17,361.57	5.11	持有期间无分红，根据忠诚持股计划规定按原始投资价格退出

注：报告期内，原持股员工崔俊、黄晓东因个人原因离职，根据员工持股平台相关规定，其持有的平台份额由执行事务合伙人指定的第三方朱萍凤女士代为持有，后续授予新入职员工万鹏、程裕祥。

报告期内，公司员工持股平台合伙人因个人原因离职，根据员工持股平台相关规定，持股平台普通合伙人或其指定的第三人有权以持股对象获得授予股权时的实际支付价格（扣除持股对象已获得的分红的税后部分金额）进行受让，由于持有期间未向平台合伙人分红，因此按照原始投资价格转让，转让价格定价依据合理、准确。

上述持股平台员工之间的份额转让，实质上是发行人为获取新入职职工或其他方服务，安排因离职原因退出持股平台的合伙人向其他员工转让所持有平台份

额的行为。根据“实质重于形式”原则，并综合合伙协议及实际执行情况判断该受让行为属于新的员工激励计划，故相应会计处理为：持股平台内其他合伙人受让离职合伙人股份，按照受让价格与授予日公允价值之间的差额确认股份支付费用，并根据合伙协议约定的受让对象的服务期，于服务期限内分期确认股份支付费用。离职员工已确认的股份支付金额在转让当期一次性冲回，尚未摊销的股份支付费用不再继续摊销。

综上，报告期内，公司员工离职或份额转让价格系按照员工持股平台相关规定确定，转让价格依据合理、准确。发行人根据股份转让实质充分考虑了相关离职员工转让持股平台份额的会计处理，相关会计处理符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定。

#### 四、内控规范性。

(一) 逐一说明出现上述内控不规范及会计核算不规范的具体原因、背景，是否存在其他财务内控不规范情形，相关财务内控不规范事项是否影响发行人报告期内财务数据的真实性、准确性、完整性。

##### 1、资金拆借

报告期内，公司向关联方拆出资金情况如下：

单位：万元

时间	关联方名称	期初余额	增加额	减少额	期末余额
2025 年	银吉餐饮	-	-	-	-
	汉嘉咨询	-	-	-	-
	合计	-	-	-	-
2024 年度	银吉餐饮	-	-	-	-
	汉嘉咨询	-	-	-	-
	合计	-	-	-	-
2023 年度	银吉餐饮	51.20	-	51.20	-
	汉嘉咨询	1.83	58.91	60.74	-
	合计	<b>53.03</b>	<b>58.91</b>	<b>111.94</b>	-

##### (1) 银吉餐饮

由于公司所在位置为工业区，员工外出就餐不便且食品卫生安全难以保证。为解决员工用餐问题及保证员工餐饮的卫生安全，报告期内公司将自身餐饮后勤承包给关联方银吉餐饮经营管理，银吉餐饮实际经营者黄开英为发行人员工。由

于银吉餐饮成立主要为发行人提供餐饮后勤服务，其启动及日常运营资金由公司通过拆借形式提供，相关拆借款已按照中国人民银行同期贷款基准利率及资金实际占用时间计提利息，截至 2023 年末，相关拆借款已清理。

公司与银吉餐饮相关交易定价公允，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为，具体情况参见本回复之“二、关联交易必要性及公允性。”之“(一)说明发行人向关联客户及供应商交易的内容、背景以及相关交易与发行人主营业务的关系，说明关联交易价格的公允性，是否存在对发行人或关联方的利益输送。”截至本回复签署之日，银吉餐饮已注销。

公司已严格规范关联方资金拆借等问题，依照相关法律、法规，建立健全了法人治理结构，完善健全了相关内控制度，以进一步加强公司在资金管理方面的内部控制力度与规范运作程度。申报会计师出具了《内部控制审计报告》，认为公司于 2025 年 12 月 31 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。截至本回复签署之日，公司严格按照相关制度要求履行相关内部控制制度，有效保证了公司资金管理的有效性与规范性，整改后的内控合规健全、正常运行并有效持续运行。

## (2) 汉嘉咨询

汉嘉咨询资金拆借具体情况参见本小题回复之“3、无票报销”。

## 2、无票报销

报告期内，汉嘉咨询报销无票费用的具体内容、金额及占比情况如下：

单位：万元

时间	费用类别	报销金额	占比
2025 年度	-	-	-
2024 年度	-	-	-
2023 年度	业务招待费用	37.18	63.94%
	咨询费用	13.10	22.53%
	质量现场处理费用	5.87	10.09%
	基建跟踪审计费用	2.00	3.44%
	<b>总计</b>	<b>58.15</b>	<b>100.00%</b>

公司多名业务人员在汉嘉咨询报销的原因系：公司为解决部分无法开具发票的费用，由汉嘉咨询向公司开具咨询服务费发票，公司向汉嘉咨询支付咨询服务

费，公司员工提交无票费用报销申请并经审批后，在汉嘉咨询报销相关费用，相关报销费用主要用于业务招待费用、质量现场处理费用、咨询费用等。由于汉嘉咨询主要为公司解决部分无法开具发票的费用，因此日常运营资金由公司通过拆借形式提供。

为规范上述财务内控不规范的情形，2023年6月起，公司已停止使用汉嘉咨询报销，截至回复签署之日，汉嘉咨询已完成注销。针对报告期内公司通过汉嘉咨询报销的费用，公司已根据业务实质对上述成本费用进行了还原，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为。

同时，公司不断加强资金管理、财务管理等内部控制以及公司治理方面的制度和体系建设，加强公司控股股东、实际控制人、管理层对法律法规及相关规定的学习，坚决杜绝不规范的资金拆借、资金占用、个人卡收付款或其他内控不规范行为发生，经过学习整改后，公司内部控制所有重大方面能够得到有效贯彻、执行。

### **3、会计差错更正**

#### **(1) 会计差错的更正产生具体原因及背景**

报告期内，发行人财务核算不规范行为导致的会计差错更正主要系相关人员对企业会计准则、应用及解释理解不到位所导致，具体原因如下：

##### **1) 根据收入确认政策做跨期收入成本更正**

公司按照会计准则的规定结合公司具体情况，对报告期内的收入进行全面核查，包括梳理客户签收单、客户领用结算单等收入确认单据，对跨期收入及成本进行了调整。同时对暂估单价差异、销售返利进行调整。

##### **2) 成本重新核算更正及存货跌价准备调整**

公司自查报告期内成本事项，复核各产品成本核算的归集与分配并按照会计准则的规定进行重新厘定；同时对存货跌价准备重新厘定更正。

##### **3) 转固、报废固定资产更正及工程设备状态调整**

公司对报告期内固定资产转固时间、固定资产转固计价、报废损益进行重新厘定；同时在资产负债表日根据设备及工程实际状态进行资产调整。

#### 4) 研发费用更正

公司根据相关法律法规及会计准则要求,在报告期对研发费用进行重新梳理,相应进行更正。

#### 5) 仓储费、包装材料列报更正

根据新收入准则规定,仓储费及包装材料属于合同履约成本,公司相应进行更正。

#### 6) 跨期费用更正及应付职工薪酬期末余额更正

公司根据费用归属期间,调整费用核算的时间性差异;同时根据会计准则的规定足额补提职工教育经费。

#### 7) 其他零星事项调整更正

主要系供应商返利调整、待认证进项税额确认、安全生产费补提以及零星的资产负债科目重分类调整,及因以上各项调整重新梳理应收款项坏账准备、递延所得税资产/负债、应交税费、所得税费用等。

#### 8) 合并过程更正

根据上述各项调整,调整合并报表,更正了合并范围内关联购销抵销金额及相关对合并报表的影响。

### (2) 对报告期内财务数据的影响情况

会计差错更正事项对公司 2023 年度财务数据的影响如下:

单位:万元

项目	2023 年末/2023 年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	109,841.37	-80.78	109,760.59	-0.07%
负债合计	75,615.75	211.29	75,827.04	0.28%
未分配利润	7,939.52	-485.28	7,454.25	-6.51%
归属于母公司所有者权益合计	34,225.62	-292.08	33,933.54	-0.86%
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	34,225.62	-292.08	33,933.54	-0.86%
营业收入	103,239.13	-144.51	103,094.61	-0.14%
净利润	8,657.99	-534.19	8,123.80	-6.58%
其中:归属于母公司所有者的净利润	8,657.99	-534.19	8,123.80	-6.58%
少数股东损益	-	-	-	-

发行人会计差错更正对 2023 年末净资产的影响比例为-0.86%，对 2023 年度营业收入的影响比例为-0.14%，对 2023 年度净利润的影响比例为-6.58%，相关调整事项不构成重大影响。

综上，除上述财务内控不规范情形外，公司不存在其他财务内控不规范情形。公司已严格规范上述财务内控不规范情形，依照相关法律、法规，建立健全了法人治理结构，完善健全了相关内控制度，以进一步加强公司在资金管理、票据使用等方面的内部控制力度与规范运作程度。申报会计师出具了《内部控制审计报告》，认为公司于 **2025 年 12 月 31 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。截至本回复签署之日，公司严格按照相关制度要求履行相关内部控制制度，有效保证了公司财务内控制度的有效性与规范性，整改后的内控合规健全、正常运行并有效持续运行，报告期内相关财务内控不规范事项不会影响发行人财务数据的真实性、准确性、完整性。

## **（二）逐项说明针对报告期内财务不规范情况的整改措施、整改效果、整改完成时点。**

报告期内发行人财务不规范情况的整改措施、整改效果、整改完成时点如下：

### **1、资金拆借**

#### **（1）银吉餐饮**

公司向银吉餐饮相关拆借款已按照中国人民银行同期贷款基准利率及资金实际占用时间计提利息，截至 2023 年末，相关拆借款及利息已全部清理，此后未再发生资金拆借行为。截至本回复签署之日，银吉餐饮已注销。

公司已严格规范关联方资金拆借等问题，依照相关法律、法规，建立健全了法人治理结构，完善健全了相关内控制度，以进一步加强公司在资金管理方面的内部控制力度与规范运作程度。申报会计师出具了《内部控制审计报告》，认为公司于 **2025 年 12 月 31 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。截至本回复签署之日，公司严格按照相关制度要求履行相关内部控制制度，有效保证了公司资金管理的有效性与规范性，整改后的内控合规健全、正常运行并有效持续运行。

## **(2) 汉嘉咨询**

汉嘉咨询整改具体情况参见本小题回复之“3、无票报销”。

### **2、无票报销**

2023年6月起，公司已停止使用汉嘉咨询报销无票费用，针对报告期内公司通过汉嘉咨询报销的费用，公司已根据业务实质对上述成本费用进行了还原，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为。截至回复签署之日，汉嘉咨询已完成注销。

同时，公司不断加强资金管理、财务管理等内部控制以及公司治理方面的制度和体系建设，加强公司控股股东、实际控制人、管理层对法律法规及相关规定的学习，坚决杜绝不规范的资金拆借、资金占用、个人卡收付款或其他内控不规范行为发生，经过学习整改后，公司内部控制所有重大方面能够得到有效贯彻、执行。

### **3、会计差错更正**

发行人在保荐机构、申报会计师的上市辅导和规范整改建议下，对于报告期内的会计差错进行更正，并经公司董事会和股东大会审议通过。

保荐机构和申报会计师共同协助发行人对已披露的报告期的财务数据进行复核，并敦促企业加强财务内控，提高财务核算质量。保荐机构和申报会计师查阅了报告期内会计差错更正的说明，并结合辅导过程中发行人收入确认、存货和成本核算、费用核算的核查程序，检查了发行人会计差错更正各事项的准确性。申报会计师已就上述事项出具了《关于江苏朗信电气股份有限公司2022年度、2023年度前期会计差错更正专项说明的鉴证报告》。

首次申报审计截止日前，发行人已进一步规范财务核算。经规范后，发行人相关会计基础更健全，与财务报表相关的内部控制设计更合理并得到了有效执行，财务信息质量得到有效改进，财务报表能够更真实、准确、完整地反映公司的财务状况和经营成果。

#### **【会计师回复】**

**五、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。**

## （一）废料销售合规性

### 1、核查程序

申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：

（1）访谈公司管理人员，了解与公司各主要废料产生相关的生产环节，了解报告期各期公司废料数量及占比变动的原因及合理性。

（2）获取报告期公司废料销售明细，分析报告期各期废料的具体类型、单价、数量以及变动情况。

（3）查询废料销售的市场公开价格，与公司废料销售价格进行比价，分析公司废料销售价格的公允性。

（4）对废料自然人客户刘欣进行访谈，获取刘欣**2023-2024**年度银行流水，了解公司废料销售的真实性和合理性。

（5）获取报告期公司原材料投入及冲压件、产成品产出明细，分析废料产生数量与原材料投料数量、产成品产量的匹配关系。

（6）获取报告期公司现金日记账，了解公司废料销售现金收款情况。

（7）获取公司废料销售内控制度，通过穿行测试等程序核验内控是否有效，是否执行。

（8）对报告期废料收入与过磅单、发票、期后回款进行比对查验，核查收入确认数量以及金额是否正确。

（9）对废料销售单价与废料回收商报价比对，与市场价对比分析，确认收入确认金额是否正确，是否合理。

（10）对废料销售毛利分析，结转成本分析是否按公司废料销售成本结转政策结转，前后是否政策保持一致。

### 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期各期公司废料主要包括废铁、废铜等，废料销售价格和市场价格差异较小且变动趋势基本一致，废料销售价格具有合理性。

(2) 废料数量及变动情况与原材料投料数量、产成品产量基本匹配，符合公司生产经营实际，不存在通过销售废料调节经营业绩或其他利益安排的情形，具有合理性。

(3) 公司废料销售客户主要为专门从事废料回收业务企业，部分系采取市场化询价模式后引入，存在自然人客户刘欣，主要废料销售客户与公司不存在关联关系，不存在专为公司服务情形。

(4) 报告期内，公司废料销售主要系综合考虑客户的经营资质、业务地域范围、响应能力、合作便利性等情况，经市场化询价或双方协商定价等方式确定，不涉及招投标程序。

(5) 报告期内，公司废料销售现金收款金额及占废料销售收入比重均较小。公司已对废料现金收款情形进行规范，2024年以来公司不存在现金收款情形。

(6) 对于冲压废料，公司按照预计售价确定其他业务成本，冲减当期生产成本中的直接材料，冲压废料实现销售时确认其他业务收入；对于其他废料，由于废料数量相对较少，金额相对较小，对产品成本核算的影响较小，出于一贯性原则及成本效益原则，公司不单独核算成本。公司废料收入和成本的核算方式符合会计准则的相关规定。

(7) 报告期内，公司废料销售内部控制制度设计有效并有效执行。

(8) 报告期内，公司废料政策保持一致，符合会计准则规定。

## (二) 存货跌价准备计提充分性。

### 1、核查程序

**申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：**

(1) 查阅报告期各期末存货结存明细表、结合对发行人管理层的访谈，分析原材料占比逐年下降、发出商品占比逐年增加的原因及合理性。

(2) 了解存货备货的政策及执行情况、原材料采购周期、产品生产周期、销售周期等，测算存货周转天数与生产经营周期的匹配性。

(3) 获取发行人寄售仓库清单，了解该部分仓库的地域分布、产品分布、金额分布及占比情况。

(4) 核对客户供应商管理系统内的领用数量与发行人发货数量，对报告期各期发行人与主要寄售客户的发出商品情况进行函证。

(5) 查询主要客户公开信息，了解主要客户的经营规模及市场地位，分析发行人向主要客户销售情况与客户生产规模的匹配性；获取不同客户所在区域和寄售仓区域信息，分析客户与寄售仓库所在地匹配性。

(6) 测算分析报告期内发行人发货数量与运输费用的匹配性；访谈发行人管理层，了解单位运输费用波动原因。

(7) 查阅报告期各期末发行人盘点记录，核查发行人是否建立健全存货盘点制度及报告期内实施存货盘点的具体情况。

(8) 对各类存货执行监盘程序，各期中介机构监盘比例统计如下：

单位：万元

存货类别	存货金额	监盘金额	监盘比例
<b>2025 年末</b>			
原材料	2,482.11	2,209.48	89.02%
委托加工物资	116.68	0.00	0.00%
在产品	1,508.99	985.91	65.34%
库存商品	7,280.85	6,396.59	87.85%
发出商品	3,344.45	0.00	0.00%
半成品	1,490.33	1,380.64	92.64%
合计	16,223.42	10,972.63	67.63%
<b>2024 年末</b>			
原材料	2,009.90	1,394.65	69.39%
委托加工物资	126.11	0.00	0.00%
在产品	1,399.80	392.51	28.04%
库存商品	6,026.64	5,486.01	91.03%
发出商品	3,274.69	0.00	0.00%
半成品	1,547.49	1,131.37	73.11%
合计	14,384.63	8,404.54	58.43%
<b>2023 年末</b>			
原材料	2,259.75	1,018.26	45.06%
委托加工物资	90.95	0.00	0.00%
在产品	762.83	0.00	0.00%
库存商品	6,080.13	5,015.85	82.50%
发出商品	2,444.19	0.00	0.00%
半成品	1,066.30	537.14	50.37%
合计	12,704.15	6,571.25	51.73%

(9) 针对发出商品结存金额执行函证程序，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
发出商品余额①	<b>3,344.45</b>	3,274.69	2,444.19
发出商品发函金额②	<b>2,514.80</b>	2,661.65	1,999.34
发函比例③=②/①	<b>75.19%</b>	81.28%	81.80%
发出商品回函金额④	<b>2,483.50</b>	2,409.34	1,865.27
回函金额占发出商品期末余额比例⑤=④/①	<b>74.26%</b>	73.57%	76.31%

(10) 访谈公司财务负责人，了解公司存货跌价准备的计提政策、可变现净值的确定方式，获取公司各期末存货跌价准备计提过程，复核公司存货跌价准备计提情况，分析存货跌价准备的计提比例是否合理。

(11) 查询同行业存货跌价准备计提情况，与同行业存货跌价准备计提情况进行对比，分析复核是否与同行业存在较大差异及原因。

## 2、核查意见

**经核查，申报会计师认为：**

(1) 报告期内，发行人原材料占比逐年下降主要系发行人供应商结算模式变更、原材料采购单价下降等，发出商品占比逐年增加主要系发行人寄售模式收入规模扩大，具有合理性；存货周转天数与原材料采购、产品生产、销售周期相匹配。

(2) 报告期内，发行人的发货数量、客户领用数量及期末发出商品结存数量相匹配；发行人发货数量、客户领用数量、期末发出商品数量与发货单据、运输费用、客户生产规模、客户所在地及销售情况具有匹配性；报告期各期末，发行人存货盘点制度设计合理，存货盘点程序执行到位，盘点结果无重大异常。

(3) 报告期内，发行人存货跌价准备计提充分，与同行业可比公司不存在重大差异，发行人已对存货跌价风险进行充分提示。

### **（三）股份支付核算准确性。**

#### **1、核查程序**

**申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：**

（1）查阅公司股权激励涉及的激励方案、员工持股平台合伙协议及工商档案等资料，同时确认持股平台合伙人是否均为控股股东员工或公司员工。

（2）了解发行人股份支付费用在销售费用、管理费用和研发费用进行分摊的依据，是否符合《企业会计准则》相关规定，并结合股份支付计算过程表复核股份支付费用分摊的准确性。

（3）取得并检查公司股份支付相关权益工具公允价值的计量相关依据，对评估报告的主要参数进行复核。

（4）查阅员工持股平台财产份额转让协议及对价款支付凭证，了解员工持股平台合伙人的份额变动情况、变动原因、转让价格的定价依据等。

（5）复核股份支付的会计处理是否符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》及其他相关规定。

#### **2、核查意见**

**经核查，申报会计师认为：**

（1）控股股东员工持股平台合伙人中包含控股股东的董事、高管、董事长助理、总经理助理，系公司的关联方。控股股东员工持股平台合伙人均在控股股东银轮股份处任职，实际参与控股股东的生产经营并为其提供服务，除控股股东委派担任公司外部董事外，不包含朗信电气员工及其亲属，不存在在公司任职的情况。

（2）公司根据被激励对象所属部门及岗位职责分别计入销售、管理、研发费用及营业成本，股权激励的等待期及相关权益工具公允价值的计量方法合理，相关会计处理符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》的规定，会计处理规范。

（3）公司持股平台存在权益流转及退出机制、存在回购相关约定，报告期内员工持股平台中激励对象离职或份额转让价格的确定方式合理，相关会计处理方式符合《企业会计准则》的规定，会计处理规范。

#### **（四）内控规范性。**

##### **1、核查程序**

**申报会计师履行了包括但不限于以下主要核查程序：**

（1）访谈发行人财务负责人，了解公司财务内控不规范行为产生的原因、背景以及整改规范情况。

（2）取得并查阅发行人资金拆借明细表、票据明细表、会计差错更正报告，以及无票费用对应的合同、报销审批单据等资料。

（3）取得并查阅会计差错更正信息披露情况，取得并查阅公司审议会计差错更正事项的董事会决议和股东大会决议。

（4）查阅《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》和《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的相关规定，复核会计差错更正调整数据对财务报表的影响。

（5）对发行人执行收入、采购、费用、货币资金等内控穿行测试，分析发行人内控不规范行为的整改运行情况。

##### **2、核查意见**

**经核查，申报会计师认为：**

（1）发行人内控不规范主要包括资金拆借、无票报销、会计差错更正等事项，上述内控不规范及会计核算不规范的具体原因、背景具有合理性，除上述财务内控不规范情形外，公司不存在其他财务内控不规范情形。

（2）公司已严格规范上述财务内控不规范情形，依照相关法律、法规，建立健全了法人治理结构，完善健全了相关内控制度，以进一步加强公司在资金管理、票据使用等方面的内部控制力度与规范运作程度。截至本回复签署之日，公司严格按照相关制度要求履行相关内部控制制度，有效保证了公司财务内控制度的有效性与规范性，整改后的内控合规健全、正常运行并有效持续运行，报告期内相关财务内控不规范事项不会影响发行人财务数据的真实性、准确性、完整性。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申报文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

**【会计师回复】**

除上述问题外，申报会计师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，对涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项进行了梳理，不存在需要补充说明或披露的其他事项。

经核查，申报会计师认为：公司不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、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，为立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于《关于江苏朗信电气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》之签章页）



中国注册会计师：凌燕

凌燕



中国注册会计师：陈磊

陈磊



中国·上海

二〇二六年三月十八日



证书编号: 310000062306  
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: 二〇〇九 年 四 月 九 日  
Date of Issuance

姓名: 凌燕  
Full name  
性别: 女  
Sex  
出生日期: 1982-08-06  
Date of birth  
工作单位: 立信会计师事务所有限公司杭州分所  
Working unit  
身份证号码: 330719198208062026  
Identity card No.



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.



13.01.01  
年 月 日

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.



2014.01.01  
年 月 日



证书编号: 310000080480  
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: 2013 年 12 月 31 日  
Date of Issuance

姓名	陈磊
性别	男
出生日期	1987-10-04
工作单位	立信会计师事务所(特殊普通合伙)浙江分所
身份证号码	330104198710043835



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.

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.



年 月 日

证书序号:0001247

## 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:

二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制



### 会计师事务所

# 执业证书



名称: 立信会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 朱建弟

主任会计师:

经营场所: 上海市黄浦区南京东路61号四楼

组织形式: 特殊普通合伙制

执业证书编号: 310000006

批准执业文号: 沪财会〔2000〕26号(转制批文 沪财会[2010]82号)

批准执业日期: 2000年6月13日(转制日期 2010年12月31日)

