

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）
关于
芜湖莫森泰克汽车科技股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函
有关财务问题回复的专项说明

中汇会函[2026]6093 号

北京证券交易所：

贵所于 2026 年 1 月 27 日下发的《关于芜湖莫森泰克汽车科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉。我们作为芜湖莫森泰克汽车科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“莫森泰克”）的申报会计师，对问询函有关财务问题进行了认真分析，并补充实施了核查程序。现就问询函有关财务问题回复如下：

除另有说明外，本问询函回复中的简称与《招股说明书》中的简称具有相同的含义。本问询函回复主要数值保留两位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

三、财务会计信息与管理层分析

问题 5. 业绩可持续性 & 单一客户依赖风险

根据申请文件：（1）报告期各期，发行人营业收入分别为 98,169.20 万元、157,177.59 万元、195,564.15 万元和 86,368.29 万元，扣非归母净利润分别为 10,030.40 万元、18,389.23 万元、25,427.08 万元和 9,714.87 万元。（2）报告期内，公司对前五大客户的销售占比分别为 93.91%、84.14%、87.26%和 89.29%。其中，公司对第一大客户及关联方奇瑞控股的销售占比分别为 65.75%、62.67%、66.85%和 62.14%。（3）发行人为奇瑞控股等整车厂商的一级供应商，报告期内发行人通过振宜汽车向奇瑞汽车间接供应汽车天窗产品。

（1）与奇瑞控股合作情况。请发行人：①说明与奇瑞控股的合作背景、历史合作情况及具体合作主体情况，报告期内向各主体销售的产品类型、收入金额及占比，发行人与奇瑞控股各主体在车型开发、订单获取、原材料及零部件采购、生产及质量控制、发货物流及仓储、收入确认、销售回款等各环节的具体合作模式，是否存在差异及原因。②列表说明报告期内与奇瑞控股合作的定点项目数量及具体情况、配套的主要车型名称、收入金额及占比；逐一说明各定点项目量产情况、配套车型的上市时间、销量及占比的变化趋势，发行人配套车型的产品类型、各期销售金额及占比，结合配套车型市场销量、发行人供货份额变动趋势等，分析各车型相关产品收入变动的原因及合理性；结合上述情况及奇瑞控股的整体经营情况等，分析说明报告期内向奇瑞控股销售收入持续增长的原因及合理性。③结合发行人销售产品的标的量、技术复杂度、质量精度、交付条件、项目战略价值、产能安排、竞标激烈程度、竞争对手价格分析等，说明发行人对奇瑞控股主要定点项目的定价方式，与其他非关联客户是否存在差异，关联交易履行的审批程序及合规性；按照产品类型说明发行人向奇瑞控股及其他非关联整车厂商销售价格、数量、收入及毛利率，量化分析各类产品价格、毛利率差异的合理性，奇瑞控股及非关联方客户间结算、信用、支付条款是否存在较大差异及原因；结合前述情况，分析说明发行人关联交易是否公允合理。④说明奇瑞控股对供应商分类及管理的具体模式，发行人同类产品的一级供应商情况，发行人的供应商是否由奇瑞控股指定，发行人对供应商的采购价格是否由其统一商定，与其他非关联方客户是否存在差异。⑤说明

发行人间接向奇瑞汽车供应产品的背景及具体情况，振宜汽车作为中间方的合理性，2024 年合作模式变化的原因，变更前后结算方式、定价机制、收入确认方式等是否发生变化；说明报告期内发行人通过振宜汽车间接供应的终端主体、产品类型、收入金额及占比、毛利率等，2023 年间接与 2024 年直接供应奇瑞汽车相关产品的单价、毛利率差异；说明发行人报告期内及期后是否存在其他间接销售的情形，对应的终端客户、终端销售金额及占比，终端客户集中度的变化情况及合理性。⑥结合奇瑞控股汽车天窗、玻璃升降器等产品的供应商数量、供应商认证周期及更换供应商成本、合同的主要条款、报告期内发行人向奇瑞控股销售产品数量占同类型产品采购比例、竞争对手供货情况、竞争格局等，说明发行人在奇瑞控股供应商体系所处的地位，是否存在被竞争对手替代的风险；结合发行人各产品对奇瑞控股供货份额、竞争格局、定点项目的获取及量产情况等，说明发行人与奇瑞控股合作是否稳定可持续性。⑦说明发行人对奇瑞控股的信用政策与其他客户是否存在差异，相关回款是否按照合同约定执行，是否存在提前或延后回款的情形。⑧结合发行人拓展新客户及产品的具体情况、未来计划等，说明公司是否具备独立获客能力；说明发行人对单一大客户及关联方是否存在重大依赖，占比较高是否影响公司经营独立性及稳定性，发行人客户集中度及关联交易较高的应对措施及有效性，并进一步揭示相关风险。

(2) 与其他整车厂商合作稳定性与收入变动合理性。根据申请文件，除关联方奇瑞控股外，发行人主要客户包括上汽通用五菱、长安汽车、吉利汽车等知名整车厂商。请发行人：①说明进入上汽通用五菱等非关联客户供应商体系的具体情况，包括进入时间、条件及资格认证情况等，列表说明相关客户主要定点项目数量及合作情况，包括但不限于项目取得方式、时间、量产、断点情况、配套车型情况等。②说明各期非关联整车厂商客户的数量，主要客户销售产品类型、金额及占比；逐一说明报告期内主要整车厂商客户中，发行人产品配套的车型、收入金额及占比，并结合配套车型的上市时间、市场销量情况、发行人的供货比例等，分析发行人对相关客户收入金额变动的原因及合理性，说明报告期内向上汽通用五菱、长安汽车、一汽集团销售额持续增长，吉利汽车销售额下降的原因及合理性。

(3) 新增主要客户及境外销售的真实性。根据申请文件：①2023 年公司收

购莱州创智，新增粉末冶金零部件业务，2023 年至 2025 年 1-6 月收入占比分别为 9.45%、11.49%和 14.26%。②受该业务影响，发行人 2023 年前五大客户新增 Pankl Group。③报告期内，公司外销收入占比分别为 0.16%、2.99%、3.02%和 3.84%，主要来源于粉末冶金零部件产品。请发行人：①说明粉末冶金零部件业务的主要应用领域及场景，列表说明 Pankl Group 等主要客户情况，包括成立时间、注册地、注册资本、主营业务及经营规模、终端客户、历史合作情况及合作背景等，终端客户是否存在发行人合作的整车厂商，报告期内发行人与主要客户的销售产品类型、销量、金额及占比，收购前后是否发生较大变化及原因。②结合合同、海关报关数据、汇兑损益金额、出口退税金额、物流运输记录及运费等，量化分析相关数据与外销收入的匹配性。

(4) 业绩可持续性。根据申请文件：①发行人预计 2025 全年营业收入同比变动-2.85%至 1.25%，扣非归母净利润同比变动-14.74%至-8.96%。②根据公开资料，2025 年 12 月国内市场汽车销量环比下降 6.7%、同比下降 15.6%，其中，传统燃料汽车国内销量环比下降 5.9%、同比下降 27.1%。③2023 年至 2025 年上半年，发行人汽车天窗及玻璃升降器新增定点项目数量分别为 12 个、14 个和 11 个。请发行人：①说明目前已量产的主要定点项目情况，包括项目名称、配套车型、定点确认、量产供货、预计断点时间及依据，主要项目断点是否会对公司经营稳定性造成不利影响。②说明发行人各期及期后新增定点项目的数量及取得情况，目前已定点确认的尚未量产项目情况、预计量产时间等，发行人储备项目是否充足。③结合国内汽车产业政策、期后汽车市场销量变化、主要客户经营情况及计划、主要定点项目的开发及量产情况、年降政策、调价周期及实际调价情况等，说明期后业绩预测情况，业绩增长是否可持续，是否存在业绩下滑风险，并视情况作重大事项提示及风险揭示。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论。（2）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-13 关联交易、《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-8 客户集中度较高相关要求核查并发表明确意见。

【发行人回复】

一、与奇瑞控股合作情况

（一）说明与奇瑞控股的合作背景、历史合作情况及具体合作主体情况，报告期内向各主体销售的产品类型、收入金额及占比，发行人与奇瑞控股各主体在车型开发、订单获取、原材料及零部件采购、生产及质量控制、发货物流及仓储、收入确认、销售回款等各环节的具体合作模式，是否存在差异及原因。

1、说明与奇瑞控股的合作背景、历史合作情况及具体合作主体情况，报告期内向各主体销售的产品类型、收入金额及占比

（1）与奇瑞控股的合作背景、历史合作情况

①公司设立，与奇瑞控股系业务合作初期，为奇瑞汽车等整车厂配套，打造自主品牌，打破国际垄断

奇瑞汽车创建于中国自主品牌初期，国内自主品牌汽车零部件和装备制造能力处于空白、初期阶段，产业核心资源和技术被外资整车和零部件企业控制。奇瑞汽车作为自主汽车品牌在发展过程中与外资汽车品牌和合资汽车品牌存在直接竞争关系，若利用外资零部件和汽车装备发展中国自主品牌汽车，在技术及商业秘密、知识产权、车型开发过程配合、成本控制和供应周期等方面都无法保证。在此背景下，奇瑞汽车参照部分国际汽车巨头发展初期的经验，由关联主体设立自主汽车零部件和装备制造类配套企业，同时引进国内外专业人才，积极从事自主零部件和汽车装备的研发、制造，打破外资和合资企业的控制，形成中国自主的汽车零部件和装备制造体系，与奇瑞汽车整车等形成较为完整的中国自主品牌汽车产业链体系。

在前述背景下，奇瑞汽车关联企业芜湖鑫源联合具有汽车零部件制造背景的加拿大籍技术专家张天镔共同设立莫森泰克有限。公司设立之初衷即为奇瑞汽车提供中国自主品牌汽车装备，自然形成业务合作和配套关系。随着奇瑞汽车等中国自主品牌汽车影响力的不断增强和产业竞争力的不断提升，汽车零部件和装备制造配套资源逐渐丰富，奇瑞汽车为了进一步引入市场化竞争，除了向公司采购玻璃升降器、天窗等产品外，还向其他企业采购相关产品。

②奇瑞汽车因战略转型、聚焦主业，对外转让公司控股权。公司在与奇瑞

汽车继续合作的基础上，进一步丰富客户结构。

奇瑞汽车为了进一步增强竞争力，开始聚焦主业，并将重点转向节能汽车、新能源汽车等前沿开发领域，自 2011 年开始，奇瑞科技逐步对外转让部分汽车零部件和装备制造企业的控股权，将汽车配套装备及零部件等采购进一步市场化。同时，在汽车装备及零部件制造企业的带动下，芜湖及周边地区已形成一定的产业集聚效应，汽车装备及零部件对当地经济和产业发展起到积极作用。2017 年 11 月，奇瑞科技以协议转让方式向芜湖投控转让其所持有的莫森泰克 45%股份，公司控股股东变为芜湖投控。

上述控股权转让后，伴随中国自主品牌汽车产业的逐渐增强，公司形成了独立的产品设计、研究开发能力，树立了自身的品牌特色、优势，初步具备行业竞争力，自主化效应开始显现。在公司自身良好的产品质量及技术实力的加持下，公司市场拓展逐步取得了比较明显的成果，新增优质客户数量持续提升，截至目前，公司的客户已经覆盖包括上汽通用五菱、一汽集团、长安汽车、吉利汽车、比亚迪、江铃福特、北汽集团等国内一线品牌。

2023 年 10 月至 2023 年 11 月，奇瑞科技分别与安徽中安、安徽徽元、芜湖岭澜、安徽安华、安徽联元签订股权转让协议，转让其持有公司股份，持股比例进一步降低。截至目前，奇瑞科技持有公司 10.84%的股权。

综上所述，报告期内发行人对奇瑞控股销售额占比较高具有合理历史渊源。

(2) 具体合作主体情况，报告期内向各主体销售的产品类型、收入金额及占比

报告期内，公司对奇瑞控股各主体的销售情况如下：

单位：万元、%

奇瑞控股相关主体	采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
奇瑞汽车股份有限公司	汽车天窗、玻璃升降器	101,220.61	87.31	52,512.95	40.17	16,751.28	17.01
东南（福建）汽车工业股份有限公司	汽车天窗	12,458.83	10.75	5,064.25	3.87	-	-
奇瑞新能源汽车股份有限公司	汽车天窗、玻璃升降器	2,251.87	1.94	7,864.24	6.02	1,034.00	1.05
奇瑞商用车（安徽）有限公司	汽车天窗、玻璃升降器	-	-	6,723.39	5.14	12,846.62	13.04

芜湖金桔科技有限公司	汽车天窗	-	-	346.94	0.27	1,520.84	1.54
芜湖奇瑞汽车零部件采购有限公司	汽车天窗、玻璃升降器	-	-	58,216.32	44.53	66,354.44	67.36
合计		115,931.31	100.00	130,728.09	100.00	98,507.18	100.00

2、发行人与奇瑞控股各主体在车型开发、订单获取、原材料及零部件采购、生产及质量控制、发货物流及仓储、收入确认、销售回款等各环节的具体合作模式，是否存在差异及原因。

报告期内，奇瑞控股各下属主体对发行人执行统一的供应商合作模式，在车型开发、订单获取、原材料及零部件采购、生产及质量控制、发货物流及仓储、收入确认、销售回款等各环节的具体合作模式上，不存在实质性差异。相关情况如下：

项目	合作模式
车型开发	公司凭借在汽车天窗、玻璃升降器领域的专业技术积累，积极参与奇瑞控股的车型开发，依托自研形成的各项技术为客户的车型开发提供解决方案，具体流程大致如下： （1）前期预研阶段：主机厂发布新车型/改款车型的产品技术规格书，明确整车性能、零部件功能、技术指标等；公司参考客户技术需求，使用已有的技术方案或对已有技术方案进行适当适配调整后，为客户提供技术方案建议书，含产品设计思路、核心参数、工艺路线、成本测算等； （2）设计阶段：公司入围后，与客户进行充分的技术交流，利用自身在汽车天窗、玻璃升降器领域深厚的技术理解，基于主机厂的整车设计完成零部件详细设计，并同步开展可制造性分析；主机厂对零部件设计进行冻结确认（设计数据冻结/OTS工装样件冻结），确定最终技术方案； （3）样件验证阶段：公司按照冻结数据生产工装样件，提交客户进行验证测试，包括整车匹配测试、可靠性测试（如高低温、振动、耐久性测试）等，直至通过验证； （4）试生产阶段：主机厂启动新车型小批量试生产，公司同步小批量供应零部件，配合主机厂完成生产线调试、工艺优化等；待主机厂充分验证了公司质量控制能力、供应链效率等，会逐步进入大批量配套量产阶段。
订单获取	客户在将公司确定为正式的批量供货商后，会与公司签订长期框架协议，就采购订单、技术要求、供货与检验、货款支付、产品质量等作出约定，并依据协议约定向公司下单采购订单。公司的订单获取流程大致如下： （1）季度需求计划：客户一般每季度末向公司发布下一季度的需求计划； （2）非寄售模式：客户通过其自身的供应链管理系统向公司发布需求订单，公司在接收到订单后，按照订单要求及时向客户发货； （3）寄售模式：客户通过其自身的供应链管理系统发布各生产基地每天的物料需求看板计划，公司根据其看板需求从仓库（含寄售仓库）及时向客户发货至生产线边。
原材料及零部件采购	公司主要根据自身的物料需求及生产计划，自主安排原材料及零部件采购计划。公司的原材料及零部件采购的采购模式大致如下： （1）供应商准入：首先确保物料供应商满足汽车行业产品质量、产能、交付要求，建立合格供应商名录，并持续考核供应商能力，对于无法继续符合公司要求的供应

购	商，会调出供应商名录； (2) 采购计划制定：基于主机厂的订单需求、内部生产计划、物料安全库存等，测算物料采购需求，避免库存积压或生产缺料； (3) 比价议价并执行采购计划：通过比价/议价确定最优采购价格，签订框架协议或采购合同，明确双方权责、价格、交付、质量、付款等条款。在相关协议签订后，执行采购协议，采购相关物料。
生产及质量控制	公司与奇瑞控股在框架协议中就产品质量进行了明确约定，公司应当保证产品质量符合客户需求。 公司对其向奇瑞控股生产交付的合同货物的每个零部件质量负责，包括由公司分供方生产的零部件；公司应具备对其分供方的产品质量进行控制和检验的能力，也有义务对其分供方提出质量要求。 未经奇瑞控股事先书面同意。公司不得变更经奇瑞控股审核而予以认可的合同货物设计、材料、工艺标准等。若供应商欲变更经过奇瑞公司审核而予以认可的上述要素，应事先及时通知奇瑞控股，以便奇瑞控股根据实际情况决定是否需要重新进行审核和是否需要重新进行批量样品认可。
发货物流及仓储	(1) 公司日常经营过程中会登录奇瑞控股的供应链管理系统，待收到其发货需求时，即按照客户要求的货物规格、数量、到货时间，安排物流将货物运送至客户处； (2) 除了公司直接管理的自有仓库之外，为了方便客户生产调货，提升其供应链管理效率，公司一般会在客户生产场地附近部署寄售仓库，包括客户管理的寄售仓（一般位于其厂区内）、第三方物流管理的寄售仓（一般位于客户厂区外围附近）。对于客户管理的寄售仓，奇瑞控股负责公司寄售仓的实物管理与保存，登记货物的进出流数据，并通过其供应链管理系统向公司发布寄售仓存货的领用结算数据、库存数据。 对于第三方物流管理的寄售仓，公司的第三方物流供应商负责寄售仓实物的管理，并承担存货的损毁灭失风险。日常管理中，第三方物流严格执行货物的日常出入库登记工作，并负责向客户发货，且一般每月向公司提供寄售仓收发存报表，以便公司及时掌握寄售仓的库存变动情况。
收入确认	公司对奇瑞控股的销售分为寄售模式、非寄售模式。 (1) 寄售模式收入确认：公司一般每月上旬登录奇瑞控股的供应链管理系统，查看核对上月货物的领用消耗数据，在核对无误后，按照耗用数据确认收入； (2) 非寄售模式收入确认：公司在相关货物运输至客户处并被签收后，按照已签收的货物确认收入。
销售回款	公司登录奇瑞控股供应链管理系统，勾选确认双方已核对无误的销售货物，在经奇瑞汽车审核无误后，向对方开具发票。奇瑞控股在开票后 30 天向公司支付货款。

报告期内，奇瑞控股各下属主体对发行人执行统一的供应商合作模式，在上述各业务环节执行统一的合作模式，各家主体之间不存在实质性差异。

(二) 列表说明报告期内与奇瑞控股合作的定点项目数量及具体情况、配套的主要车型名称、收入金额及占比；逐一说明各定点项目量产情况、配套车型的上市时间、销量及占比的变化趋势，发行人配套车型的产品类型、各期销售金额及占比，结合配套车型市场销量、发行人供货份额变动趋势等，分析各车型相关产品收入变动的原因及合理性；结合上述情况及奇瑞控股的整体经营情况等，分析说明报告期内向奇瑞控股销售收入持续增长的原因及合理性。

1、列表说明报告期内与奇瑞控股合作的定点项目数量及具体情况、配套的主要车型名称、收入金额及占比

报告期内，公司及其子公司与奇瑞控股合作的定点项目数量情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
合作的定点项目数量（个）	66	60	51

注：合作的定点项目是指当期已实现销售的定点项目。

报告期内，公司与奇瑞控股合作的定点项目数量分别为 51 个、60 个和 66 个，报告期内，公司对奇瑞控股销售的主要定点项目名称、匹配车型、公司产品类型、各期销售金额及占比情况如下：

单位：万元、%

定点项目	产品类型	主要车型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
*	汽车天窗	*	21,238.27	18.32	23,043.27	17.63	18,141.18	18.42
*	汽车天窗	*	13,637.97	11.76	16,887.65	12.92	12,029.36	12.21
*	汽车天窗	*	13,150.80	11.34	7,202.83	5.51	4,169.52	4.23
*	汽车天窗	*	10,858.55	9.37	4,896.46	3.75	1.14	0.00
*	汽车天窗	*	7,823.82	6.75	4,746.36	3.63	4,167.23	4.23
*	汽车天窗	*	5,568.92	4.80	10,701.50	8.19	-	0.00
*	汽车天窗	*	5,415.38	4.67	5,889.71	4.51	6,568.20	6.67
*	汽车天窗	*	5,113.21	4.41	3,910.24	2.99	5,287.49	5.37
*	汽车天窗	*	2,047.75	1.77	3,038.95	2.32	4,903.37	4.98
合计			84,854.65	73.19	80,316.98	61.44	55,267.49	56.11

注 1：对于下游整车厂同一开发平台的多款车型，存在零部件通用的情况，因而公司同一定点项目产品存在适配多款车型的情况；

注 2：占比=对应项目的收入/当期对奇瑞控股的销售收入；

注 3：上述主要定点项目的选取标准为各期定点项目收入的前 5 名；

注 4：*为公司已申请信息披露豁免。

2、逐一说明各定点项目量产情况、配套车型的上市时间、销量及占比的变化趋势，发行人配套车型的产品类型、各期销售金额及占比，结合配套车型市场销量、发行人供货份额变动趋势等，分析各车型相关产品收入变动的原因及合理性

(1) 逐一说明各定点项目量产情况、配套车型的上市时间、销量及占比的变化趋势，发行人配套车型的产品类型、各期销售金额及占比

报告期内，公司主要定点项目、配套车型的产品类型、配套车型的上市时间等基本情况如下：

定点项目	产品类型	量产情况	主要车型	车型上市时间
*	汽车天窗	已实现量产	*	2016 年
			*	2018 年
*	汽车天窗	已实现量产	*	2022 年
			*	2024 年
*	汽车天窗	已实现量产	*	2023 年
*	汽车天窗	已实现量产	*	2023 年
			*	2025 年
*	汽车天窗	已实现量产	*	2023 年
*	汽车天窗	已实现量产	*	2024 年
			*	2024 年
*	汽车天窗	已实现量产	*	2022 年
*	汽车天窗	已实现量产	*	2018 年
			*	2019 年
*	汽车天窗	已实现量产	*	2017 年

注：*为公司已申请信息披露豁免。

主要定点项目涉及的销量及占比情况如下：

单位：万台、%

定点项目	产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		销量	占比	销量	占比	销量	占比
*	汽车天窗	24.98	21.35	23.51	20.17	16.96	19.13
*	汽车天窗	15.44	13.20	16.85	14.45	10.62	11.98
*	汽车天窗	15.62	13.35	7.26	6.23	3.69	4.16

*	汽车天窗	11.21	9.58	4.59	3.94	0.00	0.00
*	汽车天窗	9.37	8.00	4.94	4.23	3.89	4.39
*	汽车天窗	6.77	5.79	11.26	9.66	-	-
*	汽车天窗	10.08	8.62	9.73	8.35	9.73	10.98
*	汽车天窗	5.87	5.02	3.96	3.40	4.85	5.47
*	汽车天窗	3.97	3.40	5.46	4.69	8.38	9.46
合计		103.32	88.30	87.59	75.11	58.13	65.57

注 1：销量占比=项目销量/奇瑞控股当期同类型产品销量；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，对奇瑞控股销售的主要定点项目销量分别为 58.13 万台、87.59 万台和 103.32 万台，占当期发行人对奇瑞控股销售汽车天窗销量的比例分别为 65.57%、75.11%和 88.30%。

报告期内，发行人配套车型的产品类型、各期销售金额及占比详见本题回复之“一、（二）1、列表说明报告期内与奇瑞控股合作的定点项目数量及具体情况、配套的主要车型名称、收入金额及占比”。

（2）结合配套车型市场销量、发行人供货份额变动趋势等，分析各车型相关产品收入变动的原因及合理性

对于下游整车厂同一开发平台的多款车型，存在零部件通用的情况，此外，公司同一类产品，也可运用至下游客户的多款开发平台。因此，公司难以精确掌握同一产品在各款具体车型的分配情况，因而使用奇瑞控股的汽车品牌口径，结合相关车型的销量、供货份额分析公司对主要车型的产品收入变动情况。

报告期内，发行人对奇瑞控股主要车型收入变动情况如下：

单位：万元

配套车型	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
奇瑞-奇瑞品牌	79,259.68	-12.03%	90,095.47	30.87%	68,841.05
奇瑞-捷途品牌	23,106.07	24.02%	18,630.29	31.56%	14,161.58
合计	102,365.75	-5.85%	108,725.76	30.99%	83,002.63

注：奇瑞品牌主要包括瑞虎 3X、瑞虎 5X、瑞虎 7、瑞虎 8、风云 T 系列、艾瑞泽系列、风云 A 系列、欧萌达等车型；捷途品牌主要包括捷途旅行者、捷途自由者、捷途 X70、捷途 X90 等车型。

报告期内，奇瑞控股各品牌销量情况如下：

单位：万辆

车型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
奇瑞品牌	170.09	152.33	114.12
捷途品牌	62.26	53.37	28.53

注：销量数据来源于购车网。

报告期内，公司对奇瑞控股销售的汽车天窗收入占比各期均在 80%以上，以下使用汽车天窗销量测算相关品牌的份额比例：

车型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
奇瑞品牌	51.50%	56.52%	59.37%
捷途品牌	35.21%	25.49%	28.89%

注 1：供货份额=公司汽车天窗产品销量/奇瑞对应品牌车型销量，由于部分车型未搭载汽车天窗，而发行人无法获得相关数据，因此发行人实际供货份额比例应高于以上测算。

①奇瑞品牌

报告期内，公司对奇瑞控股的奇瑞品牌销售金额分别为 68,841.05 万元、90,095.47 万元和 79,259.68 万元。

2024 年度，奇瑞品牌收入增幅较大，主要系当期奇瑞品牌的销量增幅较大所致，当期奇瑞品牌销量增幅为 33.48%，当期奇瑞品牌收入增幅 30.87%，二者变动趋势一致。

2025 年度，奇瑞品牌收入有所下滑，主要系：A、由于主要类型产品存在年度降价，2025 年度年降幅度相对较大，因此，同类产品销售价格下降导致收入规模较上年有所下滑。B、当期公司对该品牌的供货份额略有降低，导致当期该品牌的销售收入有所下降，

②捷途品牌

报告期内，公司对奇瑞控股的捷途品牌销售金额分别为 14,161.58 万元、18,630.29 万元和 23,106.07 万元。

报告期内，公司捷途品牌相关产品收入有所增加，主要系报告期内奇瑞控股旗下捷途品牌产品销售情况良好，加之发行人对该类车型的供货份额总体呈上升趋势，因此相关收入处于上升趋势。

综上所述，报告期内发行人对奇瑞控股各车型相关产品收入变动具有合理性。

3、结合上述情况及奇瑞控股的整体经营情况等，分析说明报告期内向奇瑞控股销售收入持续增长的原因及合理性。

报告期内，公司向奇瑞控股销售金额分别为 98,507.18 万元、130,728.09 万元和 115,931.31 万元。

2024 年度，公司对奇瑞控股销售收入较 2023 年度增加 32.71%，增长幅度较大。主要原因系分析如下：得益于产品矩阵升级、技术驱动、多品牌协同、管理与供应链优化，2024 年度奇瑞控股全球销量超 260 万辆，同比增长近 40%，增速居全球前二十大车企前列。2024 年度奇瑞股份营业收入达 2,698.97 亿元，较上年度增加 65.37%。发行人产品涉及车型中，奇瑞品牌、捷途品牌等车型销售量较上年大幅度提升，从而导致对发行人产品采购需求大幅增加，因此当年度对奇瑞控股销售额大幅增长。

2025 年度，公司对奇瑞控股销售收入较 2024 年度有所下降，主要系发行人向奇瑞控股销售的主要类型产品存在年度降价，2025 年度由于市场竞争激烈，年降幅度相对较大，因此，同类产品销售价格下降导致收入规模较上年有所下滑。

综上所述，报告期内公司向奇瑞控股的销售收入变动具有合理性。

（三）结合发行人销售产品的标的量、技术复杂度、质量精度、交付条件、项目战略价值、产能安排、竞标激烈程度、竞争对手价格分析等，说明发行人对奇瑞控股主要定点项目的定价方式，与其他非关联客户是否存在差异，关联交易履行的审批程序及合规性；按照产品类型说明发行人向奇瑞控股及其他非关联整车厂商销售价格、数量、收入及毛利率，量化分析各类产品价格、毛利率差异的合理性，奇瑞控股及非关联方客户间结算、信用、支付条款是否存在较大差异及原因；结合前述情况，分析说明发行人关联交易是否公允合理。

1、结合发行人销售产品的标的量、技术复杂度、质量精度、交付条件、项目战略价值、产能安排、竞标激烈程度、竞争对手价格分析等，说明发行人对奇瑞控股主要定点项目的定价方式，与其他非关联客户是否存在差异，关联交易履行的审批程序及合规性

（1）发行人对主要客户定点项目的定价方式，与其他非关联客户是否存在差异

在产品定价方式上，公司根据产品的型号对整车厂（含关联方）进行报价，具体而言，公司技术部门会根据客户招标或邀标项目的具体技术定义和要求形成技术草图方案，财务部门则根据草图的参数分解（结合项目标的量大小、技术复杂度、质量精度和交付条件等维度）核算项目的料、工、费等综合制造成本，销售部门结合前述成本及公司产能安排、项目战略价值、竞争对手价格分析等多方面因素进行项目定价并参与竞标。

标的量、技术复杂度、质量精度、交付条件、项目战略价值、产能安排、竞标激烈程度、竞争对手价格等因素对发行人向奇瑞控股销售产品价格的影响具体如下：

①标的量

标的量（即订单规模）是发行人定价的重要基础因素之一。通常情况下，标的量越大，单位产品分摊的固定成本越低，发行人具备给予更具竞争力价格的空间。

②技术复杂度

技术复杂度直接影响研发投入与制造难度，是定价的核心变量。例如，发行

人部分小天窗产品含有外滑式结构并集成遮阳帘，相较普通遮阳板结构更为复杂，导致材料与工艺成本更高，因而售价也相应提升。

③质量精度要求

公司主要客户对零部件的质量精度要求较为严格，并建立了完善的供应商质量评价体系，包括质量、交付、响应速度等多维考核。为满足其高标准，发行人需投入更多资源进行过程控制与检测验证，从而推高成本并在定价中予以反映。

④交付条件

交付条件涵盖交货周期、物流方式、包装标准及是否涉及海外车型配套等。奇瑞部分车型用于出口，对包装防护等级要求更高，增加了包装与运输成本，这直接体现在对奇瑞的产品单价中。

⑤项目战略价值影响

项目战略价值指该定点对发行人市场拓展、技术积累或客户结构优化的重要性。为进入行业标杆客户的供应链体系，发行人通常会考虑给予新增大客户较大幅度的价格优惠。尽管战略考量会影响个别项目报价，但该逻辑适用于所有客户，不因是否关联而区别对待。

⑥产能安排

产能利用率和产线排布会影响边际成本，进而影响定价弹性。若某项目能有效填平产能低谷或匹配柔性产线节奏，发行人可能适度降低单位报价。

⑦竞标激烈程度影响

在奇瑞及其他主机厂的新项目定点过程中，发行人通常需参与招投标、议标或邀标，面临来自国内外供应商的竞争压力。竞标激烈程度越高，报价策略越趋保守。

⑧竞争对手价格分析影响

发行人定价时会参考市场同类产品的价格水平及主要竞争对手（如毓恬冠佳、天运股份等）的报价策略。

总体而言，因公司不同客户的单个项目产品需求均有所不同，因而不同客户

产品售价亦存在差异，但具体定价均系结合了产品标的量大小、技术复杂程度、质量精度、交付条件、公司对单个项目的战略价值评估、产能安排、竞标激烈程度等多个维度实施定价，定价依据均相同。

综上所述，发行人对奇瑞控股主要定点项目的定价方式合理，与其他非关联客户不存在差异。

(2) 关联交易履行的审批程序及合规性

公司就报告期内与关联方之间发生的关联交易事项，于 2025 年 5 月 22 日召开第四届董事会第一次会议，于 2025 年 6 月 6 日召开第二次临时股东会，审议通过了《关于对公司 2023 年度、2024 年关联交易逐项予以确认的议案》；于 2025 年 11 月 14 日召开第四届董事会第二次会议，于 2025 年 12 月 1 日召开第三次临时股东会，审议通过了《关于对公司 2022 年度及 2025 年 1-6 月关联交易逐项予以确认的议案》。同时公司 2025 年第三届董事会第十七次会议及 2025 年股东会审议通过了预计 2025 年日常性关联交易的相关议案。

在上述各项审议过程中，关联董事及关联股东均严格遵守回避表决的相关规定，切实保障了决策程序的公正性与合规性。公司所有关联交易事项均已依照《公司法》《证券法》《公司章程》及相关监管规则的要求，履行了必要的审议与披露程序。

综上所述，发行人关联交易已履行相应的审批程序，关联交易具有合规性。

2、按照产品类型说明发行人向奇瑞控股及其他非关联整车厂商销售价格、数量、收入及毛利率，量化分析各类产品价格、毛利率差异的合理性，奇瑞控股及非关联方客户间结算、信用、支付条款是否存在较大差异及原因

(1)按照产品类型说明发行人向奇瑞控股及其他非关联整车厂商销售价格、数量、收入及毛利率，量化分析各类产品价格、毛利率差异的合理性

公司主要向奇瑞控股销售汽车天窗，主要产品销售结构如下：

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
汽车天窗	97,445.75	84.05	107,894.79	82.53	83,244.51	84.51

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
玻璃升降器及其他	18,485.55	15.95	22,833.29	17.47	15,262.68	15.49
合计	115,931.31	100.00	130,728.09	100.00	98,507.18	100.00

注：占比指向奇瑞控股销售收入的比例。

如上表，报告期内，公司向奇瑞控股销售汽车天窗占比保持在 80%以上，系影响公司对奇瑞控股销售规模的主要因素。

报告期内，公司向奇瑞控股销售的主要汽车天窗产品如下所示：

单位：万元

主要产品	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外滑式全景天窗	83,791.08	85.99%	82,929.07	76.86%	52,010.40	62.48%
小天窗	8,783.36	9.01%	13,632.79	12.64%	18,543.23	22.28%
其他天窗类产品	4,871.31	5.00%	11,332.93	10.50%	12,690.88	15.25%
小计	97,445.75	100.00%	107,894.79	100.00%	83,244.51	100.00%

报告期各期，公司主要向奇瑞控股销售汽车天窗，其中外滑式全景天窗及小天窗占奇瑞汽车销售天窗产品销售额的比例为 84.75%、89.50%及 95.00%。公司向奇瑞控股销售的外滑式全景天窗产品及小天窗产品销售价格、数量、收入及毛利率与非关联客户对比情况如下：

单位：万元、万台、元/台、%

交易对手	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	销售收入	销量	单价	毛利率	销售收入	销量	单价	毛利率	销售收入	销量	单价	毛利率
外滑式全景天窗												
奇瑞控股	83,791.08	*	*	*	82,929.07	*	*	*	52,010.40	*	*	*
非关联方	11,330.13	*	*	*	7,877.05	*	*	*	10,131.26	*	*	*
小天窗												
奇瑞控股	8,783.36	*	*	*	13,632.79	*	*	*	18,543.23	*	*	*
非关联方	1,899.83	*	*	*	1,698.24	*	*	*	3,539.59	*	*	*

注 1：上述数据剔除了汽车天窗配件产品；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，公司对关联方与非关联方的天窗产品销售单价和毛利率均有一定差异，差异主要受细分产品类型差异、产品生产销售数量、产品价格年降执行情况以及处于企业战略考虑给予新战略客户的价格优惠等因素共同影响。

综上所述，报告期内，公司对奇瑞控股产品销售价格具有公允性，公司向奇瑞控股销售产品的毛利率与其他非关联方客户存在的差异具有商业合理性。

（2）奇瑞控股及非关联方客户间结算、信用、支付条款是否存在较大差异及原因

报告期内，奇瑞控股及主要非关联方整车厂客户间结算、信用、支付条款具体情况如下所示：

关联方/非关联方	客户集团	结算方式	信用期及支付条款
关联方	奇瑞控股	电汇/票据支付	*
非关联方	上汽通用五菱	电汇/票据支付	*
非关联方	长安汽车	电汇/票据支付	*
非关联方	吉利汽车	电汇/票据支付	*
非关联方	振宜汽车	电汇/票据支付	*

报告期内，公司对奇瑞控股的结算方式、信用期及支付条款与其他非关联方整车厂客户不存在重大差异。

3、说明发行人关联交易是否公允合理

（1）定价方式

由于公司不同客户的单个项目在产品需求方面存在差异，相应的产品售价亦有所不同。但所有项目的定价均基于统一的定价原则，综合考虑了标的数量、技术复杂程度、质量与精度要求、交付条件、项目对公司战略价值的评估、产能安排以及市场竞争（如竞标激烈程度）等多个维度。因此，发行人在向奇瑞控股主要定点项目进行定价时，所采用的定价方式与其他非关联客户一致，不存在实质性差异。

（2）交易情况

通过产品类型分析发行人向奇瑞控股及其他非关联整车厂商销售价格、数

量、收入及毛利率情况。尽管不同客户间在销售价格和毛利率方面存在一定差异，但该差异主要源于产品自身结构、定价策略及各整车厂产品销售结构等因素导致。此外，奇瑞控股及非关联方客户间结算、信用、支付条款不存在重大差异。

综上所述，发行人与奇瑞控股之间的关联交易具有公允性。

（四）说明奇瑞控股对供应商分类及管理的具体模式，发行人同类产品的一级供应商情况，发行人的供应商是否由奇瑞控股指定，发行人对供应商的采购价格是否由其统一商定，与其他非关联方客户是否存在差异。

1、说明奇瑞控股对供应商分类及管理的具体模式

根据汽车产业链上不同的产业位置，汽车整车厂及汽车零部件供应商按照层级的不同主要划分为以下不同层次：整车厂、一级供应商、二级供应商及以下层级供应商。一级供应商具有系统总成的研发能力，直接向整车厂提供模块化产品；二级供应商生产较为重要的零部件并向一级供应商供货，二级及以下零部件供应商主要生产通用零部件向一级供应商供货。从二级供应商到一级供应商，产品集成度逐步上升，竞争力逐步增强。

奇瑞控股对汽车零部件供应商有严格的认证机制，基于对供应商的技术能力、管理能力、服务能力、质量控制、财务状况、历史业绩等多方面指标综合考察，合格后纳入合格供应商名录。一级供应商资质认证标准严、周期长，企业投入大量的资源和时间方有可能获得一级供应商资质，因此，一级供应商一旦认证通过后，将与整车厂形成长期稳定的合作关系。

奇瑞汽车直接与一级供应商签订采购协议、发送采购订单，同时负责对一级供应商的准入、质量、成本、交付等多方面进行评价。奇瑞汽车要求一级供应商承担对二级供应商的管理责任，不直接参与对二级供应商的订单下达、质量检验等具体运营活动。涉及部分总成件的重要零部件供应时，奇瑞汽车在综合考虑产品质量、成本、交付等多方面因素后，会参与一级供应商对二级供应商的选择。

2、发行人同类产品的一级供应商情况

奇瑞控股一级供应商主要系指直接向奇瑞控股供货结算的供应商。奇瑞控股汽车天窗的一级供应商主要包括莫森泰克、毓恬冠佳（301173.SZ）、天运股份（832684.NQ）和武汉凯沃森天窗系统有限公司等；玻璃升降器的一级供应商主

要包括张家港万诚科技股份有限公司、上海宏宝汽配有限公司和上海恩坦华汽车门系统有限公司等。发行人同类产品的一级供应商具体情况如下所示：

类别	奇瑞一级供应商名称	成立时间	注册资本	主营业务情况
汽车天窗供应商	毓恬冠佳 (301173.SZ)	2004-12-03	8,783.4772万元	毓恬冠佳是以汽车天窗为主要产品的汽车运动部件制造商，拥有汽车天窗设计、研发、生产一体能力，主要服务于在中国设立的国内外知名汽车厂商以及部分海外整车制造商，提供专业的、系统的各类汽车天窗以及其他汽车运动部件成套解决方案，是一家优秀的汽车零部件一级供应商。 毓恬冠佳目前主要客户包括长安汽车、一汽集团、吉利汽车、广汽集团、上汽大众、长城汽车、奇瑞汽车等国内知名整车厂。毓恬冠佳的主要产品包括全景天窗和小天窗。
	天运股份 (832684.NQ)	2003-07-24	12,070.294万元	天运股份主营汽车天窗、汽车内饰件、空调隔音隔热件等产品的研发、生产、销售。公司主要通过生产并向客户销售汽车天窗、汽车内饰件、空调隔音隔热件等产品实现盈利。 公司汽车天窗主要客户为奇瑞汽车、东风汽车、长安汽车、吉利汽车等国内整车厂。
	武汉凯沃森天窗系统有限公司	2015-02-17	1,000万元	武汉凯沃森天窗系统有限公司是一家专业从事汽车天窗的研发、制造和销售的公司。公司位于武汉经济技术开发区，占地面积 41 亩，厂房面积 22,000 m²，总投资 1.2 亿元人民币。公司现在武汉拥有研发中心和生产基地，在武汉·上海·长沙拥有三个销售公司。 公司主要客户包括奇瑞汽车、东风汽车、广汽集团、福田汽车等国内整车厂。
玻璃升降器供应商	张家港万诚科技股份有限公司	2003-06-26	3,580万元	张家港万诚科技股份有限公司一直专注于汽车玻璃升降器的研发、生产、销售。公司的主要产品有手动式玻璃升降器、电动式玻璃升降器、防夹式玻璃升降器。 公司主要客户有江淮汽车、奇瑞汽车、比亚迪、众泰汽车、华晨汽车、北汽集团、江铃汽车等主机厂。
	上海宏宝汽配有限公司	1991-08-07	1,518.8万元	上海宏宝汽配有限公司专业从事研发、生产汽车玻璃升降器总成、车门限位器总成和车门铰链总成集一体的企业。 公司目前是奇瑞汽车、吉利汽车、上汽大通、宜宾凯翼、领跑新能源等主机厂的一级配套供应商。
	上海恩坦华汽车门系统有限公司	1999-11-16	600万美元	恩坦华(IntevaProducts,LLC)是一家全球领先的汽车零部件供应商，总部位于美国密歇根州特洛伊市。公司前身为德尔福汽车内饰和闭合事业部，于 2008 年独立运营，其主营业务涵盖汽车闭合系统、内饰系统、天窗系统及电机电子系统，在全球 18 个国家设有分支机构。恩坦华于 1993 年进入中

				国市场，现已形成 5 个制造基地与 3 个研发中心的布局，其合资建立的上海恩坦华汽车门系统有限公司已发展为全球最大的汽车单一门锁制造基地，为众多国内外主流车企提供产品与服务。
--	--	--	--	---

3、发行人的供应商是否由奇瑞控股指定，发行人对供应商的采购价格是否由其统一商定，与其他非关联方客户是否存在差异

公司生产所需的原材料主要由公司自主采购。

针对发行人向奇瑞控股销售的天窗产品，不存在奇瑞控股指定供应商情形。针对公司向奇瑞控股销售的玻璃升降器产品，奇瑞控股通常会指定个别原材料（如特定型号的电机、钢丝绳等），主要原因系因客户针对关键零部件已完成相关试验验证，为降低开发及质量风险，要求采用其指定型号的电机产品。

在非关联方客户中，长安汽车亦基于类似原因，在部分项目中指定了特定型号的润滑油供应商。

以上涉及关联方客户及非关联方客户指定特定原材料供应商的相关采购活动中，公司均独立开展供应商询价、合同谈判与签署、采购数量及采购周期、结算及付款等全部商务流程，确保采购工作的自主性、规范性及内部控制的有效性。不存在由客户商定采购价格的情形。报告期内，发行人客户指定供应商的具体情形详见本回复“问题 7”之“二、（一）3、是否存在供应商主要向发行人销售、成立后短期内成为发行人主要供应商、客户指定供应商的情形及原因”

综上所述，发行人存在部分供应商由奇瑞控股指定的情形，但相关原材料的采购价格均由发行人及相关供应商通过正常采购流程确定，不存在由发行人客户统一商定采购价格的情形，在发行人其他非关联方客户中，亦存在指定特定原材料供应商的情形。

（五）说明发行人间接向奇瑞汽车供应产品的背景及具体情况，振宜汽车作为中间方的合理性，2024 年合作模式变化的原因，变更前后结算方式、定价机制、收入确认方式等是否发生变化；说明报告期内发行人通过振宜汽车间接供应的终端主体、产品类型、收入金额及占比、毛利率等，2023 年间接与 2024 年直接供应奇瑞汽车相关产品的单价、毛利率差异；说明发行人报告期内及期后是否存在其他间接销售的情形，对应的终端客户、终端销售金额及占比，终端客户集中度的变化情况及合理性。

1、说明发行人间接向奇瑞汽车供应产品的背景及具体情况，振宜汽车作为中间方的合理性，2024 年合作模式变化的原因，变更前后结算方式、定价机制、收入确认方式等是否发生变化

（1）说明发行人间接向奇瑞汽车供应产品的背景及具体情况，振宜汽车作为中间方的合理性

报告期内，发行人销售给振宜汽车的产品均用于其产品生产，系直接销售，不存在振宜汽车为中间方向奇瑞控股销售的情形。

振宜汽车系安庆经济技术开发区管理委员会控制的国有企业，其基本情况如下：

公司全称	振宜汽车有限公司
注册资本	200,000 万元
实缴资本	200,000 万元
股权结构	安庆新能源投资发展有限公司持有 100%股权
经营范围	一般项目：汽车零部件及配件制造；汽车轮毂制造；汽车装饰用品制造；汽车零部件再制造；汽车零配件批发；汽车装饰用品销售；新能源汽车整车销售；汽车零配件零售；汽车销售；汽车零部件研发；电车销售；软件开发；软件销售；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；信息系统运行维护服务；网络与信息安全软件开发；计算机软硬件及辅助设备零售；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；土地使用权租赁；非居住房地产租赁；集装箱租赁服务；租赁服务（不含许可类租赁服务）；仓储设备租赁服务；运输设备租赁服务；农副产品销售；橡胶制品销售；金属制品销售；机械零件、零部件销售；办公用品销售；劳动保护用品销售；销售代理；食用农产品批发；小微型客车租赁经营服务；日用百货销售；家用电器销售；模具销售；纸制品销售；食用农产品初加工；机械设备研发；普通机械设备安装服务；通用设备制造（不含特种设备制造）；机械零件、零部件加工；计量技术服务；招生辅助服务；塑料制品销售；食用农产品零售；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）；食品进出口；煤炭及制品销售；建筑材料销售；选矿（除稀土、放射性矿产、钨）；金属矿石销售；润滑油销售；非金属矿及制品

	销售；未经加工的坚果、干果销售；食品销售（仅销售预包装食品）；化工产品销售（不含许可类化工产品）；肥料销售；水产品批发；互联网销售（除销售需要许可的商品）（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：道路机动车辆生产；食品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
--	---

2019 年前后，安徽省将汽车列为“首位产业”，安庆提出建设安徽省汽车产业第三极，振宜汽车是安庆市为打造安徽汽车产业第三极、开拓海外汽车市场而设立的国有整车制造企业，现拥有冲压、焊接、涂装、总装及 KD 包装等生产车间，公司一期项目总投资 30 亿元，现在职员工超过 8,000 人。振宜汽车生产的产品主要销往海外地区，现阶段，振宜汽车目前已开拓 10 多个国家市场，涵盖欧洲、非洲、亚太、中南美等地区。报告期内，振宜汽车向发行人采购的产品为汽车天窗，主要用于生产乘用车及 KD 件并向海外市场进行销售。

综上所述，发行人销售给振宜汽车的产品均用于其产品生产，系直接销售，不存在振宜汽车为中间方向奇瑞控股销售的情形。

（2）2024 年合作模式变化的原因，变更前后结算方式、定价机制、收入确认方式等是否发生变化

2024 年下半年开始，由于生产销售安排变更，振宜汽车基本停止了向发行人的采购，仅余个别项目仍向发行人进行采购，采购金额较少。

报告期内，发行人对振宜汽车销售的结算方式、定价机制、收入确认方式情况具体如下：

结算方式	*
定价机制	结合了产品标的量大小、技术复杂程度、质量精度、交付条件、公司对单个项目的战略价值评估、产能安排、竞标激烈程度等多个维度实施定价
收入确认方式	以客户收到产品并签收或者以客户向本公司提供经双方确认的领用结算单作为产品销售收入确认依据，确认收入

注：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内及期后截至本回复出具日，发行人对振宜汽车销售的结算方式、定价机制、收入确认方式未发生变化。

2、说明报告期内发行人通过振宜汽车间接供应的终端主体、产品类型、收入金额及占比、毛利率等，2023 年间接与 2024 年直接供应奇瑞汽车相关产品的单价、毛利率差异

发行人报告期内向振宜汽车的销售均系直接销售。

报告期内，发行人向振宜汽车销售产品均为汽车天窗产品，其收入金额、占比及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
收入金额	49.48	4,089.61	10,521.99
收入占比	0.03%	2.09%	6.69%
毛利率	*	*	*

注：*为公司已申请信息披露豁免。

2023 年及 2024 年，发行人向振宜汽车销售的产品 95%以上为外滑式全景天窗，发行人向振宜汽车销售的产品平均单价、毛利率与向奇瑞控股主要同类产品销售单价、毛利率对比情况如下：

单位：元/台

项目			2025 年度	2024 年度	2023 年度
外滑式全景天窗	销售单价	振宜汽车	-	*	*
		奇瑞控股	*	*	*
	毛利率	振宜汽车	-	*	*
		奇瑞控股	*	*	*

注 1：2025 年发行人向振宜汽车销售了少量内藏式天窗产品，金额为 49.48 万元，占发行人当期营业收入的比例仅为 0.03%，占比极低，因此仅就外滑式全景天窗数据进行对比；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人向振宜汽车销售的外滑式全景天窗平均单价、毛利率与向奇瑞控股销售的同类产品相比差异较小。

3、说明发行人报告期内及期后是否存在其他间接销售的情形，对应的终端客户、终端销售金额及占比，终端客户集中度的变化情况及合理性

报告期内发行人不存在通过其他客户作为中间商向奇瑞控股进行间接销售的情形，不存在其他类型的协议安排。

（六）结合奇瑞控股汽车天窗、玻璃升降器等产品的供应商数量、供应商认证周期及更换供应商成本、合同的主要条款、报告期内发行人向奇瑞控股销售产品数量占同类型产品采购比例、竞争对手供货情况、竞争格局等，说明发行人在奇瑞控股供应商体系所处的地位，是否存在被竞争对手替代的风险；结合发行人各产品对奇瑞控股供货份额、竞争格局、定点项目的获取及量产情况等，说明发行人与奇瑞控股合作是否稳定可持续性。

1、结合奇瑞控股汽车天窗、玻璃升降器等产品的供应商数量、供应商认证周期及更换供应商成本、合同的主要条款、报告期内发行人向奇瑞控股销售产品数量占同类型产品采购比例、竞争对手供货情况、竞争格局等，说明发行人在奇瑞控股供应商体系所处的地位，是否存在被竞争对手替代的风险

（1）奇瑞控股汽车天窗、玻璃升降器等产品的供应商数量、供应商认证周期及更换供应商成本、合同的主要条款、报告期内发行人向奇瑞控股销售产品数量占同类型产品采购比例、竞争对手供货情况、竞争格局

公司于 2004 年开始涉足汽车零部件行业，凭借过硬的研发能力、稳定的产品质量和可靠的供货能力，成功进入奇瑞控股等主要客户的核心供应链体系。在长期的合作历程中，公司在研发能力、产品开发、技术工艺、成本控制、产品质量、供货能力等多方面获得奇瑞控股等主要客户的高度认可，从而使得公司与奇瑞控股的供货品类逐渐扩展。近年来，公司与奇瑞控股合作领域不断扩展，合作体量亦不断提升，合作关系稳定。

目前，公司作为奇瑞控股的重要战略供应商，其各类零部件产品已广泛应用于客户旗下多款市场热销车型。依托与奇瑞控股建立的长期稳定合作关系，公司业务规模随着客户销售业绩的持续增长而同步扩大。特别是，受益于奇瑞控股近年来国内市场销量的稳步提升及海外出口业务的快速扩张，公司与奇瑞控股的合作深度与广度均得到显著增强。基于双方多年合作积累的互信基础，以及奇瑞控股持续向好的发展态势，预计未来公司与奇瑞控股的战略合作关系将保持长期稳定的发展态势。

①奇瑞控股汽车天窗、玻璃升降器等产品的供应商情况

奇瑞控股一级供应商主要系指直接向奇瑞控股供货结算的供应商。奇瑞控股

汽车天窗的一级供应商主要包括莫森泰克、毓恬冠佳（301173.SZ）、天运股份（832684.NQ）和天运股份和武汉凯沃森天窗系统有限公司等；玻璃升降器的一级供应商主要包括张家港万诚科技股份有限公司、上海宏宝汽配有限公司和上海恩坦华汽车门系统有限公司等。相关供应商具体情况参见本回复之“问题5”之“一、（四）2、发行人同类产品的一级供应商情况”。

②供应商认证周期及更换成本

汽车的构造复杂，一般而言，汽车包含的零部件数量大约在3万个，零部件质量的稳定性以及使用的耐久性，对于汽车使用寿命以及行车安全而言至关重要。因此，在汽车产业链中，汽车零部件厂商需要经过严格考核和评审方可进入整车制造商的供应链体系。同时，部分实力较强的零部件厂商作为重要供应商会深入参与整车厂开发新车型的整个过程，该厂商的零部件产品稳定性和耐久性会经过较长时间的装车测试，整个过程较为复杂且周期较长。整车厂供应商认证主要包括技术交流、资质考察、现场审核、整改复核、体系通过等环节，认证周期一般在6个月以上。

此外，汽车整车生产企业对其供应商的前期审核认证需投入大量的资源和精力。因此汽车零部件企业一旦通过审核认证并成为合格供应商，将与汽车整车生产企业形成较为稳固的合作关系，不会随意被更换。

③合同的主要条款

公司与奇瑞控股合作年限较长，整体合作稳定，均采用“框架协议+价格协议”模式。

采购主合同主要系统性地规定了奇瑞公司与发行人之间的基本权利义务框架，涵盖从定义、采购订单管理、技术要求变更、供货检验、货款支付方式、包装物流、产品质量责任，到索赔担保、召回机制、工装模具归属、售后备件供应、保密义务、知识产权归属、廉洁条款、环境安全管理、不可抗力、违约责任及争议解决等全生命周期内容。并通过多个附件（如各类价格协议、技术协议、三包条款、物流标准等）将具体执行细则纳入统一框架，确保供应链的稳定性、合规性与质量可控性。价格协议则聚焦于具体项目和产品的商务条款，属于主合同项下的专项价格附件，落实主合同中关于价格、付款、供货范围等核心商务要素的

具体执行标准。

通过商务谈判获取订单，合同设置自动续约条款保障长期合作，以奇瑞销售合同为例，合同约定：“本合同到期后除双方另行签订的合同货物价格条款以外，本合同期限自动延长一年。本合同规定的期限延长不受次数限制。”。公司与奇瑞控股的合作关系具有较强可持续性。

④报告期内发行人向奇瑞控股销售产品数量占同类型产品采购比例

报告期内发行人向奇瑞控股销售产品数量占同类型产品采购比例测算本题回复之“一、（二）2、（2）结合配套车型市场销量、发行人供货份额变动趋势等，分析各车型相关产品收入变动的原因及合理性”。

⑤竞争对手供货情况及竞争格局

报告期内，奇瑞控股向发行人及其他主要同类产品供应商采购情况如下所示：

单位：万元			
项目	采购金额		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
汽车天窗			
发行人	97,445.75	107,894.79	83,244.51
毓恬冠佳（301173.SZ）	未披露	19,057.32	无公开数据
天运股份（832684.NQ）	未披露	41,348.71	22,207.46
武汉凯沃森天窗系统有限公司	无公开数据		
玻璃升降器			
发行人	18,466.04	22,881.39	15,214.54
张家港万诚科技股份有限公司	无公开数据		
上海宏宝汽配有限公司	无公开数据		
上海恩坦华汽车门系统有限公司	无公开数据		

报告期内，奇瑞控股在汽车天窗和玻璃升降器的采购中形成了以发行人为主、多家供应商并存的竞争格局。在汽车天窗领域，除发行人外，奇瑞控股向毓恬冠佳、天运股份、武汉凯沃森天窗系统有限公司等企业采购同类产品。玻璃升降器方面，除发行人外，奇瑞控股向张家港万诚科技股份有限公司、上海宏宝汽

配有限公司、上海恩坦华汽车门系统有限公司的企业采购同类产品。

从供应规模看，发行人系奇瑞控股汽车天窗及玻璃升降器的核心零部件供应商。

（2）说明发行人在奇瑞控股供应商体系所处的地位，是否存在被竞争对手替代的风险

奇瑞控股在汽车天窗和玻璃升降器领域虽引入多家一级供应商以分散风险，但发行人采购的占比较高。

同时，汽车零部件供应商认证周期长、切换成本高，叠加发行人与奇瑞采用含自动续约条款的长期框架协议，并深度参与车型开发，合作关系稳固。

综上所述，发行人系奇瑞控股汽车天窗及玻璃升降器的核心零部件供应商，短期内被竞争对手替代的风险较低。

2、结合发行人各产品对奇瑞控股供货份额、竞争格局、定点项目的获取及量产情况等，说明发行人与奇瑞控股合作是否稳定可持续性

（1）发行人各产品对奇瑞控股供货份额、竞争格局

发行人各产品对奇瑞控股供货份额、竞争格局参见本题回复之“一、（二）1、列表说明报告期内与奇瑞控股合作的定点项目数量及具体情况、配套的主要车型名称、收入金额及占比”及“一、（六）1、（1）⑤竞争对手供货情况及竞争格局”。

（2）定点项目的获取及量产情况

报告期内，发行人已获取了奇瑞控股的定点项目，覆盖了奇瑞未来一至五年的主力规划车型。充足的在手订单确保了发行人业绩的连续性，不存在断档风险。定点项目的获取及量产情况参见本题回复之“一、（二）1、列表说明报告期内与奇瑞控股合作的定点项目数量及具体情况、配套的主要车型名称、收入金额及占比”及“一、（二）2、（1）逐一说明各定点项目量产情况、配套车型的上市时间、销量及占比的变化趋势，发行人配套车型的产品类型、各期销售金额及占比”。

（3）发行人与奇瑞控股合作具有稳定可持续性

报告期内，奇瑞控股在汽车天窗和玻璃升降器的采购中形成了以发行人为主、多家供应商并存的竞争格局。从供应份额看，发行人向奇瑞销售的汽车天窗及玻璃升降器数量占其同类产品采购总量的比例总体处于较高水平，充分体现了其在奇瑞供应链同类产品中的核心地位。

此外，发行人拥有充足的定点项目储备，为双方合作的持续性和稳定性提供了有力支撑。截至目前，公司已获得奇瑞多个新车型定点项目，覆盖未来一至五年内的主力车型规划。2023年至2025年期间，发行人持续获取奇瑞系新定点项目，其中已量产项目在2025年已贡献可观收入，尚未量产项目预计将在生命周期内带来稳定的增量收益。

综上所述，发行人与奇瑞控股合作具有较强的客户稳定性及业务持续性。

（七）说明发行人对奇瑞控股的信用政策与其他客户是否存在差异，相关回款是否按照合同约定执行，是否存在提前或延后回款的情形。

1、说明发行人对奇瑞控股的信用政策与其他客户是否存在差异

报告期内，公司对主要客户的信用政策情况如下：

客户名称	信用政策	关联方/非关联方
奇瑞控股	*	关联方
上汽通用五菱	*	非关联方
长安汽车	*	非关联方
吉利汽车	*	非关联方
振宜汽车	*	非关联方

注：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人对奇瑞控股的信用政策与其他客户的信用政策不存在重大异常差异。

2、相关回款是否按照合同约定执行，是否存在提前或延后回款的情形

公司根据信用政策划分信用期内外应收账款，公司对奇瑞控股信用期内外的应收账款具体如下：

单位：万元

项目	2025年12月31日	2024年12月31日	2023年12月31日
----	-------------	-------------	-------------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	42,601.26	100.00%	50,438.25	99.37%	45,808.20	99.39%
信用期外应收账款	-	-	320.57	0.63%	283.31	0.61%
应收账款余额合计	42,601.26	100.00%	50,758.82	100.00%	46,091.51	100.00%

由上表可见，公司信用期外应收账款占各期末应收账款余额的比例较低，各期末分别为 0.61%、0.63%和 0.00%。信用期外款项主要系因客户内部单据审批流程等临时性因素导致回款略有延迟。奇瑞控股具备规范的内控及付款审批机制，在发行人按约开具发票后，奇瑞控股通常在完成内部审批流程后即按合同约定的信用期安排付款。

整体而言，报告期内对奇瑞控股应收账款回款情况良好，基本均在合同约定的信用期内完成，未出现系统性提前或延后回款的情形。

（八）结合发行人拓展新客户及产品的具体情况、未来计划等，说明公司是否具备独立获客能力；说明发行人对单一大客户及关联方是否存在重大依赖，占比较高是否影响公司经营独立性及稳定性，发行人客户集中度及关联交易较高的应对措施及有效性，并进一步揭示相关风险。

1、结合发行人拓展新客户及产品的具体情况、未来计划等，说明公司是否具备独立获客能力

（1）发行人拓展新客户及产品的具体情况

公司以市场为导向，以技术为引领，依托可靠的产品质量，积极对接下游整车厂客户，积极开拓新项目。2023 年至 2025 年公司业务拓展成效显著，具体参见本题回复之“二、（一）2、列表说明相关客户主要定点项目数量及合作情况，包括但不限于项目取得方式、时间、量产、断点情况、配套车型情况等”。

目前公司已经进入了上汽集团、长安汽车、吉利汽车等大型整车厂供应商名录并实现稳定供货，公司已通过了蔚来汽车、悦达起亚等客户的质量体系审核，并完成了向一汽奥迪、广汽乘用车、理想汽车等客户的供应商审核资料对接，上述相关客户均属于公司的潜在客户。

（2）发行人拓展新客户及产品的未来计划

发行人已积累了充足的新项目订单。目前已经定点确认但尚未量产项目的主

要情况参见本题回复之“四、（二）说明发行人各期及期后新增定点项目的数量及取得情况，目前已定点确认的尚未量产项目情况、预计量产时间等，发行人储备项目是否充足”。上述储备项目将在未来 1 至 5 年内陆续量产，为公司业绩增长提供强有力的支撑。

综上所述，发行人具备独立获客能力。

2、说明发行人对单一大客户及关联方是否存在重大依赖，占比较高是否影响公司经营独立性及稳定性，发行人客户集中度及关联交易较高的应对措施及有效性，并进一步揭示相关风险

（1）发行人对单一大客户及关联方不存在单方面的重大依赖

报告期内，公司向奇瑞控股的销售收入占当期营业收入的比例分别为 62.67%、66.85%和 60.26%。

报告期内，公司对奇瑞控股关联销售占比较高的原因如下：

①奇瑞汽车业绩快速增长

报告期内，公司关联销售占比较高，主要原因系对关联方奇瑞控股销售金额较高。奇瑞控股是目前国内知名汽车整车厂商，奇瑞控股营业收入稳定上升，经营业绩整体向好。根据中国汽车工业协会统计数据，2025 年，奇瑞汽车销量约为 280.64 万辆，2024 年，奇瑞汽车销量约为 260.39 万辆，在国内整车厂商中排名第六，连续 23 年居于中国汽车出口第一；根据乘联会发布的 2024 年整车厂商批发销量排行榜和零售销量排行榜，奇瑞汽车以 251.52 万辆和 133.52 万辆分别排名第二和第五。公司作为奇瑞控股的一级供应商，受益于奇瑞控股业绩的快速增长，公司向奇瑞汽车的销售金额也大幅提升，因此公司对奇瑞控股的收入集中度逐步提高。

②汽车产业集群效应

汽车行业产业链具有较强的集群效应，汽车行业内大部分汽车零部件企业均围绕重点整车生产企业或一级供应商开展业务，公司与奇瑞控股总部均位于安徽省芜湖市，与奇瑞控股的合作具有区位优势，符合汽车产业集群化的行业特点。截至目前，注册地址位于安徽省芜湖市的伯特利、瑞鹄模具、埃泰克、泓毅股份、

杰锋动力与公司同处汽车零部件制造领域且同为奇瑞汽车的关联方，对奇瑞控股的销售占比均较高。

项目	主要关联方	关联销售占营业收入的比例		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
伯特利	奇瑞控股	39.10%	59.09%	37.80%
瑞鹄模具	奇瑞控股	尚未披露	64.72%	46.08%
埃泰克	奇瑞控股	尚未披露	53.89%	35.21%
泓毅股份	奇瑞控股	66.25%	67.64%	58.37%
杰锋动力	奇瑞控股	65.80%	71.83%	71.65%

数据来源：上市公司、挂牌公司公开披露文件。

③公司与奇瑞控股长期稳定的合作关系

奇瑞汽车对汽车零部件供应商有严格的认证机制，奇瑞控股对供应商的技术能力、管理能力、服务能力、质量控制、财务状况、历史业绩等多方面指标进行综合考察，合格后纳入合格供应商名录。由于奇瑞控股对供应商认证严格、周期较长、需要投入大量的资源和时间才能获得一级供应商资格，因此，零部件供应商一旦认证通过后，与奇瑞控股将形成长期稳定的合作关系。公司自 2004 年设立时，即围绕奇瑞控股开展汽车零部件的生产及销售业务，公司作为奇瑞控股的一级供应商，与奇瑞控股延续着良好的长期业务合作关系，双方合作已超过 20 年。

报告期内，公司与吉利汽车、上汽通用五菱、长安汽车等非关联方客户大力开展业务合作，不断提升现有客户业务规模，2023 年-2025 年，公司非关联方收入分别为 58,670.40 万元、64,836.06 万元和 76,438.49 万元，呈现逐年增长趋势，2023 年至 2025 年非关联方营业收入年均复合增长率为 14.14%，高于我国汽车整体销量增长速度。

报告期内公司对奇瑞控股的关联销售金额占比较高主要是奇瑞控股自身业绩的快速增长、公司作为一级供应商的地域协同优势及双方稳定合作等客观因素造成的，随着公司对非关联方业务的拓展，非关联收入规模逐年增长。

综上所述，公司对关联方奇瑞控股不存在单方面的重大依赖。

(2) 对奇瑞控股销售占比较高是否影响公司经营独立性及稳定性

公司始终将科技创新作为发展的核心驱动力，深耕汽车天窗、玻璃升降器及相关电子控制器件领域，已建立起覆盖设计开发、生产工艺、设备定制到测试验证的全链条技术研发体系。凭借专业的研发团队和多年技术积累，公司成为国内少数具备车窗/天窗电子控制器量产能力的企业之一，在产品质量、技术适配性和响应速度方面形成了显著竞争优势。其核心技术及专利等知识产权均属于发行人，发行人具备独立开展相关产品的研发、生产的技术能力。

在市场拓展方面，公司积极顺应汽车行业电动化、智能化趋势，持续推进客户多元化战略。近年来定点项目获取成效显著：目前，除奇瑞控股外，公司已稳定供货于上汽集团、长安汽车、吉利汽车等主流自主品牌，并成功通过蔚来、悦达起亚的质量体系认证，同时完成与一汽奥迪、广汽乘用车、理想汽车等高端及新势力品牌的供应商资质对接。

尽管公司对奇瑞控股销售占比较高，但其客户结构持续优化，覆盖传统车企、新能源品牌及合资高端车型，业务布局广泛且均衡。结合其较强的技术自主性和项目承接能力，即使对个别客户存在一定销售集中，整体经营仍保持较强的独立性与稳定性，具有一定的抗风险能力。

综上所述，发行人对奇瑞控股销售占比较高不会影响公司经营独立性及稳定性。

（3）发行人客户集中度及关联交易较高的应对措施及有效性，并进一步揭示相关风险

发行人客户集中度及关联交易较高的应对措施及有效性内容具体参见本回复之“问题2”之“七、（三）未来减少关联交易的具体措施是否切实可行”

公司已在《招股说明书》之“重大事项提示”和“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（一）客户集中度较高及单一客户销售占比较高的风险”中进一步揭示了上述风险，具体如下：

“报告期内，公司向前五大客户的销售金额占同期营业收入的比例分别为84.14%、87.26%和87.04%，客户集中度较高。其中，公司来自第一大客户奇瑞控股的销售收入占各期营业收入的比例分别为62.67%、66.85%和60.26%。未来一段时间内，公司对奇瑞控股的销售可能仍将维持在较高水平。若奇瑞控股因

自身战略调整、车型销量下滑、供应链多元化、技术路线变更或与公司合作关系发生重大不利变化，导致其对公司产品采购规模显著下降，而公司未能及时通过其他客户弥补收入缺口，则可能对公司营业收入、盈利能力及现金流造成一定不利影响。”

综上所述，发行人针对客户集中度及关联交易较高的情况采取了有效的应对措施，公司已在招股说明书中进一步提示了相关风险。

二、与其他整车厂商合作稳定性与收入变动合理性

（一）说明进入上汽通用五菱等非关联客户供应商体系的具体情况，包括进入时间、条件及资格认证情况等，列表说明相关客户主要定点项目数量及合作情况，包括但不限于项目取得方式、时间、量产、断点情况、配套车型情况等。

1、说明进入上汽通用五菱等非关联客户供应商体系的具体情况，包括进入时间、条件及资格认证情况等

报告期内，公司进入上汽通用五菱等主要非关联客户整车厂供应体系的具体情况如下：

项目	进入时间	进入条件及资格认证情况
上汽通用五菱	2012年开始批量供货，进入其合格供应商目录	公司作为汽车零部件供应商进入下游客户供应体系，需通过下游客户在业务资质、研发及生产能力、质量品控等方面的审核。需要通过 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、ISO45001 职业健康安全管理体系等多项认证。下游客户会在审核公司提交的各项业务资料的基础上，实地考察公司是否具备相应的技术实力、产品质量控制能力，并在供应商试制的样件通过其质量验证之后，才会最终批准公司进入其合格供应商目录。
长安汽车	2020年开始批量供货，进入其合格供应商目录	
吉利汽车	2018年开始批量供货，进入其合格供应商目录	

公司进入上述主要非关联客户合格供应商目录的时间均在报告期之前，报告期内已与上述客户建立了稳定的合作关系。

2、列表说明相关客户主要定点项目数量及合作情况，包括但不限于项目取得方式、时间、量产、断点情况、配套车型情况等。

报告期内，上汽通用五菱、长安汽车、吉利汽车的主要定点项目分别为 8 个、

5 个和 3 个，主要定点项目的基本情况如下：

客户	主要 定点项目	产品类型	配套车型	项目取得方式、时间、量产、断点情况
上汽通用五菱	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2025 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2021 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2025 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2023 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2022 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2021 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2023 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2021 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
长安汽车	*	汽车天窗	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2021 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2022 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2021 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2021 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2021 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
吉利汽车	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2016 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为 2021 年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况

	*	玻璃升降器	*	通过招投标取得项目，项目取得时间为2018年，目前已经进入量产阶段，仍在持续供货中，不涉及断点情况
--	---	-------	---	---

注 1：主要定点项目的选取标准系各期前五大收入且超过 500 万元销售的定点项目；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，上汽通用五菱、长安汽车和吉利汽车等其他主要客户的定点项目大多数系报告期之前取得，且仍在持续供货中，不涉及断点的情形，预计能够为公司未来业绩的可持续性提供有力支撑。

（二）说明各期非关联整车厂商客户的数量，主要客户销售产品类型、金额及占比；逐一说明报告期内主要整车厂商客户中，发行人产品配套的车型、收入金额及占比，并结合配套车型的上市时间、市场销量情况、发行人的供货比例等，分析发行人对相关客户收入金额变动的原因及合理性，说明报告期内向上汽通用五菱、长安汽车、一汽集团销售额持续增长，吉利汽车销售额下降的原因及合理性。

1、说明各期非关联整车厂商客户的数量，主要客户销售产品类型、金额及占比

报告期内，公司各期主要非关联整车厂商客户的数量分别为 9 家、9 家和 11 家。

报告期内，公司对主要整车厂客户的销售产品类型、收入、占当期总收入的比例情况如下：

单位：万元、%

客户	主要产品	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
奇瑞控股	汽车天窗、玻璃升降器	115,931.31	60.26	130,728.09	66.85	98,507.18	62.67
长安汽车	玻璃升降器、汽车天窗	20,544.67	10.68	12,806.71	6.55	6,731.95	4.28
上汽通用五菱	玻璃升降器	13,627.55	7.08	12,860.49	6.58	9,729.01	6.19
吉利汽车	玻璃升降器	6,681.51	3.47	6,967.76	3.56	6,759.93	4.30
一汽集团	汽车天窗、粉末冶金零部件、玻璃升降器	4,583.55	2.38	3,698.81	1.89	2,457.53	1.56
合计		161,368.59	83.88	167,061.87	85.43	124,185.62	79.01

报告期内，公司对前述主要整车厂客户销售额为 124,185.62 万元、167,061.87 万元和 161,368.59 万元，占当期公司营业收入的比例分别为 79.01%、85.43%和 83.88%。

2、逐一说明报告期内主要整车厂商客户中，发行人产品配套的车型、收入金额及占比，并结合配套车型的上市时间、市场销量情况、发行人的供货比例等，分析发行人对相关客户收入金额变动的原因及合理性，说明报告期内向上汽通用五菱、长安汽车、一汽集团销售额持续增长，吉利汽车销售额下降的原因及合理性。

报告期内，公司主要整车厂客户的收入金额变动的原因及合理性如下：

(1) 奇瑞控股

报告期内，发行人对奇瑞控股销售产品相关配套车型、收入金额及占比，并结合配套车型的上市时间、市场销量情况、发行人的供货比例信息参见本题回复之“一、（二）2、逐一说明各定点项目量产情况、配套车型的上市时间、销量及占比的变化趋势，发行人配套车型的产品类型、各期销售金额及占比，结合配套车型市场销量、发行人供货份额变动趋势等，分析各车型相关产品收入变动的原因及合理性”

报告期内，发行人对奇瑞控股销售金额变动具有合理性。

(2) 长安汽车

报告期内，公司对长安汽车销售对应的主要车型、相应收入、占该客户当期收入的比例情况如下：

单位：万元、%

主要配套车型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
*	11,640.35	56.66	5,082.53	39.69	-	-
*	3,442.51	16.76	2,425.31	18.94	1,615.74	24.00
*	2,724.84	13.26	2,012.00	15.71	2,065.94	30.69
合计	17,807.70	86.68	9,519.84	74.33	3,681.68	54.69

注 1：主要车型选取标准为覆盖该客户各期 50%以上收入的车型；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，上述配套车型的上市时间、市场销量、发行人的供货比例等情况如下：

主要配套车型	上市时间	销量（万台）		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
*	2019 年	19.82	22.53	25.08
*	2012 年	20.00	16.39	17.52
*	2022 年	19.36	14.12	14.45
合计		59.19	53.04	57.05

注 1：以上数据来源为购车网；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人对以上车型的供货份额变化情况如下：

车型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
*	51.90%	22.35%	-
*	80.92%	67.56%	42.77%
*	100.46%	100.75%	100.42%

注 1：公司各期对长安汽车销售产品主要为玻璃升降器，上表以玻璃升降器统计对应车型的供货份额；

注 2：供货份额=公司玻璃升降器销量/对应品牌车型销量，由于公司产品销售时点与下游相应车型销售时点存在时间差，因此有时会供货份额测算超过 100%的情况；

注 3：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，公司对长安汽车的销售金额分别为 6,731.95 万元、12,806.71 万元和 20,544.67 万元。

2024 年度，对长安汽车销售收入增幅较大，主要系当年度公司取得了新车型的供货份额，对该款车型的收入增幅较大所致。

2025 年度，对长安汽车收入增幅较大，主要系当期进发行人个别主要车型的供货比例较 2024 年度进一步增加，带动当期收入增长。

报告期内，发行人对长安汽车销售金额变动具有合理性。

（3）上汽通用五菱

报告期内，公司对上汽通用五菱销售对应的主要车型、相应收入、占该客户当期收入的比例情况如下：

单位：万元、%

主要配套车型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
*	11,974.87	87.87	11,520.61	89.58	8,014.00	82.37
合计	11,974.87	87.87	11,520.61	89.58	8,014.00	82.37

注：*为公司已申请信息披露豁免。。

报告期内，上述配套车型的上市时间、市场销量、发行人的供货比例等情况如下：

主要配套车型	上市时间	销量（万台）		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
*	2010 年	79.05	69.98	62.44
合计		79.05	69.98	62.44

注 1：以上数据来源为购车网；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人对以上车型的供货份额变化情况如下：

车型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
*	57.80%	65.17%	56.89%

注 1：公司对上汽通用五菱销售的产品主要为玻璃升降器，上表以玻璃升降器统计对应车型的供货份额；

注 2：供货份额=公司玻璃升降器销量/对应品牌车型销量；

注 3：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，公司对上汽通用五菱的销售金额分别为 9,729.01 万元、12,860.49 万元和 13,627.55 万元。

2024 年度，公司对上汽通用五菱的收入有所增长，主要系当期相关车型的销量增长、公司供货份额提升所致。2025 年度，公司对上汽通用五菱的收入基本持平，略有增长，主要系在相关车型市场销量增长的背景下，公司供货份额略有下降，二者影响相互抵消后导致公司当期收入未发生较大波动。

报告期内，发行人对上汽通用五菱销售金额变动具有合理性。

（4）吉利汽车

报告期内，公司对吉利汽车销售对应的主要车型、相应收入、占该客户当期收入的比例情况如下：

单位：万元、%

主要配套车型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
*	5,443.72	81.47	5,191.82	74.51	5,492.47	81.25
合计	5,443.72	81.47	5,191.82	74.51	5,492.47	81.25

注：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，上述配套车型的上市时间、市场销量、发行人的供货比例等情况如下：

主要配套车型	上市时间	销量（万台）		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
*	2018 年	23.76	19.78	19.02

注 1：以上数据来源为购车网；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人对以上车型的供货份额变化情况如下：

车型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
*	86.72%	95.34%	98.40%

注 1：公司对吉利汽车销售的产品为玻璃升降器，上表以玻璃升降器统计对应车型的供货份额；

注 2：供货份额=公司玻璃升降器销量/对应品牌车型销量；

注 3：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人对吉利汽车的销售金额分别为 6,759.93 万元、6,967.76 万元和 6,681.51 万元，总体保持稳定。报告期内，对公司吉利汽车主要车型相关产品的销售额总体保持稳定。

（5）一汽集团

报告期内，公司对一汽集团销售对应的主要车型、相应收入、占该客户当期收入的比例情况如下：

单位：万元、%

主要配套车型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
*	1,724.66	37.63	844.41	22.83	28.76	1.17
*	546.67	11.93	947.71	25.62	2,319.16	94.37

合计	2,271.34	49.55	1,792.12	48.45	2,347.92	95.54
----	----------	-------	----------	-------	----------	-------

注：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，上述配套车型的上市时间、市场销量、发行人的供货比例等情况如下：

主要配套车型	上市时间	销量（万台）		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
*	2024 年	13.11	6.16	-
*	2019 年	5.53	6.15	7.68
合计		18.64	12.30	7.68

注：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人对以上车型的供货份额变化情况如下：

车型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
*	101.59%	100.50%	-
*	20.35%	31.74%	62.12%

注 1：供货份额=公司汽车天窗或玻璃升降器销量/对应品牌车型销量，由于公司产品销售时点与下游相应车型销售时点存在时间差，因此有时会供货份额测算超过 100%的情况；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，公司对一汽集团的销售金额分别为 2,457.53 万元、3,698.81 万元和 4,583.55 万元。

2024 年度，公司对一汽集团销售金额增幅较大，主要系当期对一汽集团子公司富奥汽车零部件股份有限公司销售 1,905.13 万元粉末冶金零部件产品所致，与上述车型销售额变动关系较小。

2025 年度，公司对一汽集团销售金额增幅较大，主要系：①当期对一汽集团子公司富奥汽车零部件股份有限公司销售 2,344.65 万元粉末冶金零部件产品，较上期有所增长；②当期相关车型市场销量增幅较大，带动公司相关产品销售额增长。

报告期内，发行人对一汽集团销售金额变动具有合理性。

综上所述，报告期内，发行人对主要整车厂客户销售金额变动具有合理性。

三、新增主要客户及境外销售的真实性

(一) 说明粉末冶金零部件业务的主要应用领域及场景，列表说明 PanklGroup 等主要客户情况，包括成立时间、注册地、注册资本、主营业务及经营规模、终端客户、历史合作情况及合作背景等，终端客户是否存在发行人合作的整车厂商，报告期内发行人与主要客户的销售产品类型、销量、金额及占比，收购前后是否发生较大变化及原因

1、说明粉末冶金零部件业务的主要应用领域及场景，列表说明 PanklGroup 等主要客户情况，包括成立时间、注册地、注册资本、主营业务及经营规模、终端客户、历史合作情况及合作背景等

(1) 说明粉末冶金零部件业务的主要应用领域及场景

公司粉末冶金零部件产品主要包括齿轮、摆动环、转子、链轮等粉末冶金零部件，主要应用于汽车发动机油泵、汽车发动机用链传动部件、汽车变速箱等。公司粉末冶金零部件产品的主要应用领域及场景如下：

主要产品	产品图片	主要应用领域及场景
汽车发动机用油泵粉末冶金零件		该系列产品主要应用于纯燃油车和混动车发动机核心部位，包括高强度齿轮组、精密轴承、高性能结构件等关键部位。
汽车发动机用链传动粉末冶金零件		该系列产品系汽车发动机传动系统中的关键部件，主要用于传递动力和确保发动机各部件的协同运转。
汽车变速箱用排量油泵粉末冶金零件		该系列产品是推动汽车变速箱高效传动的核心组件，主要应用于自动变速箱，包括当前流行的双离合变速箱和无级变速箱。

新能源汽车用电子油泵粉末冶金零件		该系列产品主要应用于汽车的动力输出、润滑及冷却系统中。
------------------	---	-----------------------------

(2) 列表说明 PanklGroup 等主要客户情况，包括成立时间、注册地、注册资本、主营业务及经营规模、终端客户、历史合作情况及合作背景等

报告期内，公司粉末冶金零部件的主要客户（各期前五大客户）情况如下：

客户名称	成立时间、注册地、注册资本	主营业务及业务规模	主要终端客户	历史合作情况及合作背景
PanklGroup	成立时间：2013年4月 注册地：奥地利 Industriestraße West4,8605Kapfenberg 注册资本：1,000 万欧元	PanklGroup 开发并生产发动机和变速箱泵、烧结零部件（含泵齿轮、凸轮轴相位器部件、链轮和转子等）、刹车盘等各类产品，能够应用于乘用车、卡车及越野领域。 根据该公司的官网披露数据，其已在全球 10 个国家部署超过 20 个业务网点，全球员工总数超过 4,000 人，2024 年度实现收入约 8.91 亿欧元。	福特汽车、通用汽车、大众汽车等	公司与该客户自 2014 年开始合作，该客户系汽车零部件生产企业，采购公司产品用于其自身汽车零部件的生产
BorgWarner INC.	成立时间：1987 年 注册地：美国 1209OrangeStreet, Wilmington, NewCastleCounty, Delaware 注册资本：420 万美元	博格华纳是全球领先的汽车动力系统解决方案提供商，业务覆盖燃油汽车、混动汽车、纯电汽车，主要产品包括发动机及变速箱系统部件、集成式电驱模块、涡轮增压器等。 目前已经在全球多个国家设立制造与技术中心，2024 年合并营收 140.86 亿美元，2025 年增至 143.16 亿美元。	奔驰汽车、广州汽车、东风小康等	公司与该客户自 2015 年开始合作，该客户系汽车零部件生产企业，采购公司产品用于其自身汽车零部件的生产
一汽集团	成立时间：1953 年 7 月 注册地：长春市汽车经济技术开发区新红旗大街 1 号 注册资本：	一汽集团主营汽车的研发、生产和销售。 一汽集团是国有特大型汽车企业集团，前身为第一汽车制造厂，是国家“一五”计划重点建设项目之一，开创了新中国汽车工业。	一汽集团	公司与该客户自 2020 年开始合作，该客户系汽车零部件生产企业，采购公司产品用于其自身汽车零部件的生产

	3,540,000.00 万人民币	业的历史。拥有红旗、解放、奔腾等自主品牌和大众、奥迪、捷达、丰田等合资品牌。该集团 2024 年度整车销量突破 320 万辆，营业收入达 5,550.1 亿元。		件的生产
宁波圣龙（集团）有限公司	成立时间：1996 年 5 月 注册地：浙江省鄞州区宁波市鄞州区金达路 788 号 注册资本：5,000 万元人民币	该集团主要从事汽车零部件、充电基础设施、农药制剂等业务，其中汽车零部件业务由上市公司圣龙股份（603178.SH）具体经营。 圣龙股份是国际知名的汽车动力系统解决方案提供商，为国内外各类车企配套的产品包括泵系列零部件、凸轮轴系列零部件，自动变速器核心零部件，新能源汽车零部件等，主要应用于传统及新能源汽车的动力传动系统、润滑系统、热管理系统及刹车系统等模块。2024 年度该公司的收入规模为 16.19 亿元人民币。	通用汽车	公司与该客户自 2013 年开始合作，该客户系汽车零部件生产企业，采购公司产品用于其自身汽车零部件的生产
AdvantageSintered Metals, Inc	成立时间：1991 年 11 月 注册地：美国 5701WDickman Road, BattleCreek, MI 49037 注册资本：未公开披露	该公司是一家总部位于美国密歇根州巴特利克里克（BattleCreek, MI）的粉末冶金零部件专业制造商，专注于为汽车、户外动力设备等行业提供定制化工程粉末金属组件，主要产品包括变速箱齿轮、底盘结构件、刹车系统零件等。该公司系一家私有企业，未公开披露其业务规模数据。	伊顿（Eaton）公司、福特汽车	公司与该客户自 2003 年前开始合作，该客户系汽车零部件生产企业，采购公司产品用于其自身汽车零部件的生产
广东德昌电机有限公司	成立时间：2003 年 11 月 注册地：深圳市宝安区新桥街道象山社区新发南路 6 号 注册资本：425.00 万美元	广东德昌电机有限公司是德昌电机集团在中国大陆设立的生产企业，主要从事汽车零部件的经营。2025 财年，德昌电机集团全球收入规模为 36.48 亿美元。	长安汽车、长城汽车等	公司与该客户自 2015 年开始合作，该客户系汽车零部件生产企业，采购公司产品用于其自身汽车零部件的生产

2、终端客户是否存在发行人合作的整车厂商，报告期内发行人与主要客户的销售产品类型、销量、金额及占比，收购前后是否发生较大变化及原因。

(1) 终端客户是否存在发行人合作的整车厂商

公司粉末冶金零部件业务客户的终端客户存在发行人合作的整车厂商，涉及的主要客户为一汽集团、广东德昌电机有限公司。

一汽集团下属子公司富奥汽车零部件股份有限公司（00030.SZ）系公司粉末冶金零部件产品的主要客户，该客户采购的公司产品也向一汽集团内部整车厂供应，因而一汽集团也是公司粉末冶金零部件产品的终端客户。

广东德昌电机有限公司的终端客户包括长安汽车、长城汽车，以上两家也系发行人合作的整车厂商。

（2）报告期内发行人与主要客户的销售产品类型、销量、金额及占比，收购前后是否发生较大变化及原因。

报告期内，发行人粉末冶金零部件产品主要客户销售产品类型、销量、金额及占比情况如下：

单位：万件、万元、%

客户名称	产品类型	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
		销量	金额	金额占比	销量	金额	金额占比	销量	金额	金额占比
PanklGroup	粉末冶金零部件	*	10,637.80	43.76	*	7,290.87	32.49	*	3,907.66	26.38
一汽集团	粉末冶金零部件	*	2,344.65	9.64	*	1,905.13	8.49	*	108.10	0.73
AdvantageSinteredMetals,Inc	粉末冶金零部件	*	1,466.31	6.03	*	1,628.67	7.26	*	894.22	6.04
BorgWarnerINC	粉末冶金零部件	*	1,329.16	5.47	*	2,087.85	9.30	*	1,617.65	10.92
宁波圣龙（集团）有限公司	粉末冶金零部件	*	1,253.26	5.16	*	1,734.40	7.73	*	1,541.62	10.41
广东德昌电机有限公司	粉末冶金零部件	*	928.97	3.82	*	1,412.97	6.30	*	1,523.39	10.29
合计		*	17,960.16	73.88	*	16,059.89	71.56	*	9,592.65	64.77

注：*为公司已申请信息披露豁免。

2023 年 4 月，公司将粉末冶金业务板块纳入合并报表范围，收购前一会计年度暨 2022 年度，粉末冶金业务板块的上述客户收入情况如下：

单位：万件、万元、%

客户名称	2022 年度		
	销量	金额	金额占比
PanklGroup	*	4,542.34	23.20
AdvantageSinteredMetals,Inc	*	2,416.68	12.34

BorgWarnerINC.	*	2,012.14	10.28
宁波圣龙（集团）有限公司	*	2,397.30	12.25
广东德昌电机有限公司	*	756.24	3.86
一汽集团	*	5.71	0.03
合计	*	12,130.41	61.96

注：*为公司已申请信息披露豁免。

2022 年度，公司对 PanklGroup 等主要客户的采购金额为 12,130.41 万元，采购占比为 61.96%，上述主要客户也系当期粉末冶金零部件业务收入的主要来源，与报告期内保持一致。2023 年度，公司加大了对中国第一汽车集团有限公司子公司富奥汽车零部件股份有限公司的市场开拓力度，导致当期对第一汽车集团有限公司销售的粉末冶金零部件产品收入大幅增长。

综上所述，对于粉末冶金零部件业务，公司的终端客户存在发行人合作的整车厂商，涉及客户包括一汽集团、长安汽车、长城汽车等；粉末冶金零部件业务板块在发行人收购前后不存在重大不利变化。

（二）结合合同、海关报关数据、汇兑损益金额、出口退税金额、物流运输记录及运费等，量化分析相关数据与外销收入的匹配性

1、公司合同与外销收入的匹配情况

报告期内，公司外销业务客户结构稳定，主要客户均为合作背景深厚的长期合作伙伴。针对外销业务的流程管理，公司建立了从协议签署到订单执行的闭环控制机制。对于交易规模较大的核心客户，公司均与其签署了长期框架协议或年度采购合同，明确了合作基调与法律框架。在具体业务开展中，客户通过企业对公邮件正式下达采购订单，订单中详尽约定了贸易术语、产品规格、交付数量及结算单价等关键要素，构成了双方贸易结算的依据。其他境外客户则直接通过订单方式对双方合作交易内容进行约定。

报告期内，公司所有外销收入确认均具备合法有效的合同或订单支撑。收入确认的时点、金额与贸易条约及实际交付记录一致，外销收入与合同约定具有匹配性。

2、海关报关数据与外销收入的匹配情况

报告期内，公司海关出口数据与境外销售收入基本匹配，具体情况如下：

结算货币	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
美元	海关电子口岸数据（万美元）	610.45	670.91	540.05
	外销收入（万美元）	608.93	672.30	533.46
	差额（万美元）	1.52	-1.39	6.58
欧元	海关电子口岸数据（万欧元）	98.61	132.78	73.59
	外销收入（万欧元）	111.76	118.08	78.63
	差额（万欧元）	-13.15	14.70	-5.04
人民币	海关电子口岸数据（万元）	752.08	194.41	305.56
	外销收入（万元）	766.19	197.14	306.06
	差额（万元）	-14.11	-2.74	-0.50

如表所示，公司的外销收入主要采用美元、欧元和人民币进行对外结算，结算金额与海关数据存在一定差异。这主要是由于公司外销收入的确认时点与海关数据统计时点存在时间上的差异。公司的外销结算模式以 FOB 为主，也包括 DAP/DDP 以及寄库销售模式。

在 DAP/DDP 模式下，公司在客户收到产品并签收时确认收入；而对于寄库销售的产品，则依据客户向本公司提供并经双方确认的对账单确认收入。在这两种模式下，公司账面确认收入时间与海关报关出口时间存在客观差异。

综上所述，公司海关数据与外销数据差异较小，差异主要系不同贸易模式下收入确认时点不同所导致，相关差异具有合理性，海关数据与外销收入具有匹配性。

3、汇兑损益金额与外销收入的匹配情况

报告期内，公司汇率变动幅度测算如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
美元期初汇率	7.1884	7.0827	6.8717
美元平均汇率	7.1440	7.1203	7.1091
美元汇率变动幅度	0.0444	-0.0376	-0.2374
欧元期初汇率	7.5257	7.8592	7.4229

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
欧元期末汇率	8.0814	7.7243	7.7331
欧元汇率变动幅度	-0.5557	0.1349	-0.3102

注 1：汇率数据来自国家外汇管理局人民币汇率中间价；

注 2：汇率变动幅度=期初汇率-本期月均汇率；

注 3：2023 年 3 月 31 日，本公司完成对莱州子公司的收购。本公司以外币（美元和欧元）结算的外销收入主要源于莱州子公司。因此，2023 年度外币变动幅度测算自 2023 年 3 月 31 日起开始计算。

报告期内，公司汇兑损益与外销收入的对比情况如下：

项目	报告期累计	2025 年度	2024 年度	2023 年度
美元销售（万美元）①	1,814.70	608.93	672.30	533.46
欧元销售额（万欧元）②	308.47	111.76	118.08	78.63
人民币销售额（万元）	1,269.40	766.19	197.14	306.06
美元汇率变动幅度③	/	0.0444	-0.0376	-0.2374
欧元汇率变动幅度④	/	-0.5557	0.1349	-0.3102
测算的汇兑损益金额（万元）⑤= ①*③+②*④	-195.45	-35.06	-9.36	-151.02
汇兑收益（万元）⑥	-213.12	-38.11	-55.25	-119.76
测算值/账面值⑦=⑤/⑥	0.92	0.92	0.17	1.26

注：2023 年 3 月 31 日，本公司完成对莱州子公司的收购。本公司以外币（美元和欧元）结算的外销收入，主要源于莱州子公司。因此，涉及美元和欧元的相关收入对汇兑损益的影响，自 2023 年 3 月 31 日起开始计算。

公司的汇兑损益金额受多种因素影响，包括境外销售收入的确认时点、外币款项收回后的结汇规模与结汇时点，以及不同时间段的汇率变动幅度等。因此，各期依据期初期末汇率测算得出的汇兑损益金额与账面值会存在差异。然而，从报告期的整体累计影响来看，账面确认的汇兑损益金额与外销收入规模相匹配，具备合理性。

4、出口退税金额外销收入的匹配情况

报告期内，公司出口退税申报与账面外销收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
免抵退税额①	706.08	782.93	615.37
免抵退税申报出口销售额②	5,431.37	6,022.56	4,733.60

退税率①/②	13.00%	13.00%	13.00%
账面外销收入③	6,005.79	5,894.88	4,689.70
免抵退申报出口销售额与账面外销收入的匹配系数②/③	0.90	1.02	1.01

报告期内，公司出口货物执行“免、抵、退”税政策，适用退税率为13%。公司各期免抵退申报出口额与账面外销收入的匹配系数分别为1.01、1.02和0.90，两者之间的差异主要系收入确认时点与出口退税申报时点不一致所致，具体原因如下：一是公司外销业务包含 DAP/DDP 及海外寄售等贸易模式。根据权责发生制，公司在满足签收确认或对账确认条件时确认账面收入。由于货物在途时间及对账周期的存在，导致两者在不同会计期间产生时间性差异；二是部分出口业务的报关单、海关电子信息等单证收集进度存在滞后，公司需在单证收集齐全后进行免抵退申报，导致申报时点相对账面收入确认存在一定滞后。

剔除上述收入确认以及单据收集因素的影响，公司出口退税申报与账面外销收入具有匹配性。

5、物流运输记录及运费与外销收入的匹配性

公司外销部分收入的物流运输记录、发货验收单据主要为提单、报关单、签收单以及外销寄售客户的对账邮件，报关单、提单、签收单以及对账邮件是公司外销收入的确认依据，公司据此确认外销收入，外销收入能够与对应的物流运输记录及发货验收单据匹配。

报告期各期，境外销售的运保费与外销收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度
外销收入		6,005.79	5,894.88	4,689.70
其中：	①以 FOB 结算	4,715.53	4,555.59	3,487.03
	②以非 FOB 结算	1,290.26	1,339.28	1,202.67
③外销相关的运保费		102.87	116.55	95.75
③/②运保费占非 FOB 外销收入比例		7.97%	8.70%	7.96%

如上述表格所示，公司的境外销售主要采用 FOB 结算模式，此部分外销业务不涉及货运代理及海运费用。

公司的境外销售还涵盖 CIF、DAP/DDP 结算模式，该部分外销收入与运保费发生额相匹配，报告期内，公司运保费支出占非 FOB 模式外销收入的比例总体保持稳定，变动幅度较小。因此，公司外销售运保费支出与外销收入总体匹配。

综上所述，公司销售合同、海关报关数据、汇兑损益金额、出口退税金额、物流运输记录及运费与外销收入相匹配。

四、业绩可持续性

（一）说明目前已量产的主要定点项目情况，包括项目名称、配套车型、定点确认、量产供货、预计断点时间及依据，主要项目断点是否会对公司经营稳定性造成不利影响。

报告期内，公司主要定点项目的基本情况如下：

序号	定点项目	产品类型	对应客户	主要车型	定点确认情况、量产供货情况	预计断点时间及依据
1	*	汽车天窗	奇瑞控股	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
				*		
2	*	汽车天窗	奇瑞控股	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
				*		
3	*	汽车天窗	奇瑞控股	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
4	*	汽车天窗	奇瑞控股	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
				*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
5	*	汽车天窗	长安汽车	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
6	*	汽车天窗	奇瑞控股	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
				*		
7	*	汽车天窗	奇瑞控股	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
8	*	汽车天窗	奇瑞控股	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间

				*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间
9	*	汽车天窗	奇瑞控股	*	已定点、已经实现量产供货	当前正持续供货销售，无预计断点时间

注 1：主要定点项目的选取标准系覆盖各期前五大收入的定点项目；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

截止报告期末，公司主要定点项目均保持持续供货，不存在中断销售的情况，不会对公司未来经营稳定性造成重大不利影响。

（二）说明发行人各期及期后新增定点项目的数量及取得情况，目前已定点确认的尚未量产项目情况、预计量产时间等，发行人储备项目是否充足。

报告期各期，发行人及子公司新增定点项目数量分别为 17 个、24 个和 30 个，期后新增定点项目数量为 17 个。

截至本问询函回复出具日，公司已经定点但尚未量产的主要定点项目、产品类型、客户、预计量产时间情况如下：

序号	定点项目	产品类型	客户	预计量产时间
1	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
2	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
3	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
4	*	汽车天窗	奇瑞控股	2027 年
5	*	汽车天窗	奇瑞控股	2027 年
6	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
7	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
8	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
9	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
10	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
11	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
12	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
13	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
14	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
15	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
16	*	汽车天窗	奇瑞控股	2026 年 7-12 月

17	*	玻璃升降器	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
18	*	玻璃升降器	比亚迪汽车	2026 年 1-6 月
19	*	玻璃升降器	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
20	*	玻璃升降器	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
21	*	玻璃升降器	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
22	*	玻璃升降器	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
23	*	玻璃升降器	奇瑞控股	2026 年 1-6 月
24	*	玻璃升降器	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
25	*	玻璃升降器	奇瑞控股	2026 年 7-12 月
26	*	玻璃升降器	上汽通用五菱	2026 年 1-6 月
27	*	玻璃升降器	上汽通用五菱	2026 年 1-6 月
28	*	玻璃升降器	上汽通用五菱	2026 年 7-12 月
29	*	玻璃升降器	一汽集团	2026 年 1-6 月

注 1：预计量产时间系根据当前开发进展预计时间，最终量产时间以实际进入量产时为准；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内及期后，公司能够不断拓展新的定点项目，当前已完成定点但尚未进入量产阶段的主要项目数量充足，能够为未来一定期间内公司业绩的稳定性提供有力支撑。

（三）结合国内汽车产业政策、期后汽车市场销量变化、主要客户经营情况及计划、主要定点项目的开发及量产情况、年降政策、调价周期及实际调价情况等，说明期后业绩预测情况，业绩增长是否可持续，是否存在业绩下滑风险，并视情况作重大事项提示及风险揭示。

1、国内汽车产业政策

中国汽车行业产业政策始终以维持行业增长、推动产业高质量发展为主题，实现从汽车大国向汽车强国跨越为核心目标。近年来，国内发布的汽车产业政策主要如下：

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《汽车行业价格行为合规指南（征求意见稿）》	-	市场监管总局	2025 年 12 月	规范汽车市场价格秩序，遏制恶性竞争，促进公平交易与行业高质量发展。指南明确汽车生产与销售企业应

					遵循依法合规、公开透明、诚实守信的原则，建立健全以成本为基础、市场为导向的定价机制，实施全链条价格管理。对生产企业，强调不得实施价格串通、低于成本销售、价格歧视等行为，并规范返利政策与“付费解锁”等收费模式；对销售企业，要求严格明码标价、规范促销活动、禁止价格欺诈及低于成本销售，同时平台经营者需履行管理责任，防范异常低价风险。此外，指南鼓励企业建立内部价格合规体系，完善价格决策、合同管理、风险防控及培训机制，推动行业自律与持续合规经营。
2	《汽车行业稳增长工作方案（2025—2026年）》	工信部联通装〔2025〕200号	工业和信息化部、公安部、交通运输部、商务部、海关总署、市场监管总局、国家能源局	2025年9月	加快新能源汽车全面市场化拓展、进一步加大力度促进汽车消费、推动智能网联技术产业化应用、保障产业链供应链稳定、加快行业数字化转型、完善基础设施、优化行业管理、规范竞争秩序、加强报废回收管理、促进汽车出口提质增效等。
3	《关于做好2025年汽车以旧换新工作的通知》	商办消费函〔2025〕8号	商务部、国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、财政部、生态环境部、税务总局、市场监管总局	2025年1月	报废更新方面，国四燃油车报废购新能源车补2万元，购2.0L及以下燃油车补1.5万元；置换更新方面，购买新能源车最高补1.5万元，燃油车最高补1.3万元（转让车辆需2025年1月8日前登记）。政策明确了央地资金分担比例（东部8.5:1.5，中部9:1，西部9.5:0.5）和严格的监管要求。
4	《2024年汽车标准化工作要点》	-	工业和信息化部	2024年6月	从健全汽车技术标准体系、加快关键急需标准研制等五方面提出19条具体任务，其中加大智能网联汽车标准研制力度、强化汽车芯片标准供给等举措，为汽车零部件行业的标准化发展提供了有力支持。
5	《产业结构调整	中华人民	国家发展	2023年12月	国家鼓励发展包括汽车关

	整指导目录 (2024 年 本)》	共和国国 家发展和 改革委员 会令第 7 号	改革委		键零部件、轻量化材料应用、新能源汽车关键零部件、车载充电机、汽车电子控制系统, 以及智能汽车、新能源汽车及关键零部件、高效车用内燃机研发能力建设等相关产业。
6	《关于促进汽车消费的若干措施》	发改就业 (2023) 1017 号	国家发改 委、工信 部、公安部 等 13 部门	2023 年 7 月	汽车消费体量大、潜力足、产业带动作用强, 促进汽车消费对稳定我国消费大盘、促进产业链高质量发展具有积极作用。为进一步稳和扩大汽车消费, 优化汽车购买使用管理制度和市场环境, 更大力度促进新能源汽车持续健康发展。
7	《关于搞活汽车流通扩大汽车消费的若干措施》	商消费发 (2022) 92 号	商务部等 17 部门	2022 年 7 月	明确了汽车业是国民经济的战略性、支柱性产业。文件要求, 各地政府应大力支持新能源汽车购买使用、加快活跃二手车市场交易、促进汽车更新消费、推动汽车平行进口持续健康发展、优化汽车使用环境并丰富汽车金融服务。
8	《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》	国办发 (2022)9 号	国务院 办公厅	2022 年 4 月	破除限制消费障碍壁垒, 稳定增加汽车等大宗消费, 各地区不得新增汽车限购措施, 已实施限购的地区逐步增加汽车增量指标数量, 放宽购车人员资格限制, 鼓励除个别超大城市以外的限购地区实施城区、郊区指标差异化政策, 更多通过法律、经济和科技手段调节汽车使用, 因地制宜逐步取消汽车限购, 推动汽车等消费品由购买管理向使用管理转变, 建立健全汽车改装行业管理机制, 加快发展汽车后市场。
9	《“十四五”汽车产业发展建议》	-	中汽协	2021 年 7 月	充分发挥汽车大国市场的引领作用, 开拓汽车产业全球化新局面, 力争通过“十四五”期间的努力, 实现汽车市场平稳增长和汽车行业转型升级向高质量发展, 为建设汽车强国夯实基础。
10	《汽车零部件再制造规范管	发改环资 规(2021)	发改委、工 信部、商务	2021 年 4 月	再制造企业应当从具备资质的报废机动车回收拆解

	理暂行办法》	528 号	部等 8 部委		企业（以下简称回收拆解企业）以及其他合法合规的渠道回收旧汽车零部件（以下简称旧件）用于再制造。鼓励汽车整车生产企业通过售后服务体系回收旧件用于再制造。
11	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》	财建〔2020〕593 号	财政部、工信部、科技部、发改委	2020 年 12 月	加强汽车投资项目和生产准入管理,严控增量、优化存量,严格执行新建企业和扩大产能项目等规范要求。推动产业向产能利用充分、产业基础扎实、配套体系完善、竞争优势明显的地区和企业聚集,不断提高产能利用率和产业集中度。
12	《新能源汽车产业发展规划（2021—2035 年）》	国办发〔2020〕39 号	国务院办公厅	2020 年 11 月	规划提出到 2025 年,新能源汽车销售市场规模占到 20%左右,到 2035 年,使我国新能源汽车核心技术达到国际先进水平,质量品牌具备较强国际竞争力。
13	《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》	发改产业〔2020〕684 号	发改委、科技部等 11 部门	2020 年 4 月	为稳定和扩大汽车消费,须完善新能源汽车购置相关财税支持政策、将新能源汽车购置补贴政策延续至 2022 年底与平缓 2020-2022 年补贴退坡力度、加快淘汰报废老旧柴油货车、畅通二手车流通交易、用好汽车消费金融等。
14	《智能汽车创新发展战略》	发改产业〔2020〕202 号	发改委、工信部、科技部等	2020 年 2 月	建立开源开放、资源共享合作机制,构建智能汽车自主技术体系。鼓励整车企业逐步成为智能汽车产品提供商,鼓励零部件企业逐步成为智能汽车关键系统集成供应商。
15	《汽车产业中长期发展规划》	工信部联装〔2017〕53 号	工信部、发改委、科技部	2017 年 4 月	支持优势特色零部件企业做强做大,培育具有国际竞争力的零部件领军企业。到 2020 年,形成若干在部分关键核心技术领域具备较强国际竞争力的汽车零部件企业集团;到 2025 年,形成若干产值规模进入全球前十的汽车零部件企业集团。

近年来,我国陆续出台一系列汽车产业政策,围绕稳增长、新能源化、规范

发展、扩大开放等大方向系统发力：通过稳增长工作方案接续汽车以旧换新、支持新能源消费与出口，稳定行业发展基本盘，推动我国汽车产业持续高质量发展。

2、期后汽车市场销量变化情况

根据中国汽车协会的统计数据，2026 年 1-2 月，我国乘用车产销分别完成 346.2 万辆和 352.4 万辆，同比分别下降 12%和 10.7%。总体来讲，这一短期市场波动不改变我国汽车市场近年来长期向好的发展趋势，2023 年至 2025 年，国内乘用车销量分别为 2,606.30 万辆、2,756.30 万辆和 3,010.30 万辆，呈现逐年上涨态势。根据中国汽车协会数据，2026 年 1-2 月，我国汽车出口 135.2 万辆，同比增长 48.4%，随着国内汽车厂商不断提升海外竞争力，预计海外市场能够为我国未来汽车市场提供有效增量。

3、主要客户经营情况及计划

报告期内，公司主要整机厂客户经营情况及计划如下：

客户名称	经营情况及计划
奇瑞控股	2023 年度-2025 年度，奇瑞汽车收入规模分别为 1,632.05 亿元、2,698.97 亿元和 3,002.87 亿元。 2026 年，奇瑞控股销售目标 320 万辆，较 2025 年增长 14.03%。
上汽通用五菱	2023 年度-2025 年度，上汽通用五菱收入规模分别为 760.09 亿元、779.34 亿元和 861.50 亿元。 该客户未公布 2026 年的销售计划目标。
长安汽车	2023 年度-2025 年度，长安汽车收入规模分别为 1,512.98 亿元、1,597.33 亿元和 1,640.00 亿元。 2026 年，长安汽车销售目标 330 万辆，较 2025 年增长 13.3%。
吉利汽车	2023 年度-2025 年度，吉利汽车收入规模分别为 1,792.04 亿元、2,401.94 亿元和 3,452.32 亿元。 2026 年，吉利汽车销售目标 345 万辆，较 2025 年增长 14.1%。

近年来，公司主要客户经营情况良好，且根据已公开披露的信息，主要客户 2026 年的销售目标均较 2025 年有较大增长，预计能够为公司 2026 年的业绩提供一定支撑。

4、主要定点项目的开发及量产情况、年降政策、调价周期及实际调价情况等

(1) 主要定点项目的开发及量产情况

报告期内，公司主要定点项目的开发及量产情况详见本题回复“（一）说明目前已量产的主要定点项目情况，包括项目名称、配套车型、定点确认、量产供货、预计断点时间及依据，主要项目断点是否会对公司经营稳定性造成不利影响。”以及“（二）说明发行人各期及期后新增定点项目的数量及取得情况，目前已定点确认的尚未量产项目情况、预计量产时间等，发行人储备项目是否充足。”

报告期内，主要定点项目大多保持持续供货，不存在中断销售的情况，不会对公司未来经营稳定性造成重大不利影响。报告期内，公司能够不断拓展新的定点项目，当前已完成定点但尚未进入量产阶段的主要项目数量充足，能够为未来一定期间内公司业绩的稳定性提供有力支撑。

（2）年降政策、调价周期及实际调价情况等

根据行业惯例，年降政策一般指某款产品在其生命周期内，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。根据公司与主要客户的合作情况，在产品实现批量供货后，整车厂客户通常会每年与公司对既有产品的销售价格进行谈判。

报告期内，发行人年降政策，调价周期以及实际调价情况参见本回复之“问题 7.销售返利及毛利率波动合理性”之一、（三）说明发行人与主要客户关于年降政策约定的主要内容、调价周期、幅度及实际执行情况；按照细分产品类型，列表说明主要定点项目的合同约定价格、年降机制、各年度销售均价变动情况等，说明报告期内汽车天窗等产品销售均价逐期下降的原因及合理性”。

报告期内，由于年降机制的存在，发行人主要细分类型产品单价总体呈下行趋势。但发行人可以从向上游供应商传导价格变动、持续开发新客户新产品等方式抵消年度降价所带来的不利影响。

5、说明期后业绩预测情况，业绩增长是否可持续，是否存在业绩下滑风险，并视情况作重大事项提示及风险揭示。

2026 年 1-3 月，公司预计可实现营业收入及归属于母公司所有者的净利润情况预测如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月		2025 年 1-3 月
	金额	变动	金额
营业收入	39,697.89	-4.78%	41,688.72
归属于母公司所有者的净利润	4,475.72	-1.80%	4,557.70
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,214.77	0.46%	4,195.60

注：以上数据未经审计或审阅，且不构成对公司盈利预测或承诺。

如上表所示，2026 年一季度，尽管发行人收入规模由于产品价格下降的影响较上年同期存在小幅下降，但发行人扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上年同期基本持平。

汽车行业当前国家正持续加大对汽车产业链的政策扶持力度，近年汽车行业销量正持续增长，公司下游主要客户的业务规模也保持增长态势。在此行业背景下，公司当前主要定点项目均已实现量产并持续稳定供货，不存在断点的情况。除已实现量产的项目之外，公司还储备了较多定点项目，相关定点项目预计可在 2026 年-2027 年陆续进入量产阶段，届时也可为公司未来的业绩增长提供动力，公司未来的业绩具有可持续性。

由于下游汽车行业景气度与宏观经济周期、全球汽车消费市场关联度较高，且存在因为下游竞争环境变化导致的汽车销量波动、公司销量波动的风险。此外，行业内普遍存在的价格年降政策也可能会对公司未来产品销售价格、经营业绩造成扰动。发行人在对招股说明书“第三节风险因素”之“一、（四）下游市场竞争加剧及业绩下滑风险”进行了风险提示，具体如下：

“（四）下游市场竞争加剧及业绩下滑风险”

公司下游汽车行业景气度与宏观经济周期、全球汽车消费市场关联度较高，且存在因为下游竞争环境变化导致的汽车销量波动、公司销量波动的风险。近几年，汽车行业市场竞争日趋激烈，整车厂商陆续通过主动降价争夺市场份额。公司作为上游供应商，产品需求受下游整车销售情况影响，且整车厂商的降本压力亦会通过供应链一定程度上向上游供应商传导，汽车零部件行业的客户普遍存在年降的惯例，即客户通常要求新产品批量供货后产品价格每年有一定的降幅，年降幅度受产品生产销售情况等因素影响。若未来公司相关产品所适配的车型产销量未达预期或售价出现大幅下滑，将可能对公司产品需求、产品价格产生不利影

响，进而可能产生公司的业绩下滑风险。”

综上所述，发行人未来经营业绩具有可持续性，发行人已就业绩下滑风险在招股说明书中进行了风险提示。

【中介机构核查程序及核查意见】

一、核查上述事项、发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司财务负责人，了解公司与奇瑞控股的合作背景、历史合作情况；获取报告期内公司向奇瑞控股的销售明细；访谈公司财务负责人，了解公司与奇瑞控股各主体在车型开发、订单获取、原材料及零部件采购、生产及质量控制、发货物流及仓储、收入确认、销售回款等环节的具体合作模式；

2、获取公司与奇瑞控股合作的定点项目及收入构成清单以及奇瑞控股及其旗下车型销售的具体情况，并结合主要定点项目的配套车型分析对奇瑞控股销售收入变动的合理性；

3、对发行人的管理层进行了访谈，了解发行人报告期内向关联方销售的具体产品、原因、背景、定价机制及结算方式，了解发行人向非关联方就同类产品的销售情况；获取发行人对关联方的销售成本明细，对比分析向其销售主要产品的单价、毛利率与向非关联方销售同类产品单价、毛利率差异情况，分析差异的合理性；查阅发行人对关联方及非关联方销售同类产品的销售合同，检查合同的主要内容、条款，了解合同条款中对权利义务的规定、定价机制、结算方式、信用支付条款是否存在差异；

4、访谈发行人高级管理人员，了解奇瑞控股对供应商分类及管理的具体模式，发行人同类产品的一级供应商情况；访谈发行人销售人员，了解发行人与客户材料指定采购和指定采购价格情况；

5、访谈发行人高级管理人员，了解发行人向奇瑞汽车供应产品的背景及具体情况；走访发行人客户振宜汽车，了解振宜汽车业务情况；访谈发行人高级管理人员，了解公司与振宜汽车的结算方式、定价机制、收入确认方式，并了解业务

变更原因；获取发行人销售成本明细表，对比分析报告期内公司向振宜汽车及奇瑞控股销售同类产品的单价、毛利率差异情况，分析差异的合理性；

6、访谈发行人高级管理人员，了解奇瑞控股汽车天窗、玻璃升降器等产品的供应商数量、供应商认证周期及更换供应商成本情况；查阅发行人与奇瑞控股的销售合同，检查主要条款的权利义务的规定；查阅主要竞争对手公开披露数据，了解发行人主要竞争对手向奇瑞控股销售产品的具体情况；结合奇瑞控股各报告期销售车辆数据，测算发行人各产品对奇瑞控股供货份额；获取发行人取得的奇瑞控股定点项目及量产情况数据，了解发行人与奇瑞控股合作的稳定及持续性；

7、了解报告期内公司信用政策及执行情况，对比分析关联方客户及非关联方客户信用政策是否存在差异；获取公司主要客户销售合同，检查相关信用条款，检查公司信用政策是否一贯执行；

8、访谈发行人管理管理人员，了解公司拓展新客户及产品的具体情况、未来计划；检查发行人减少关联交易的措施，并取得发行人控股股东、董事、高级管理人员出具《关于规范和减少关联交易承诺》；访谈发行人管理管理人员，了解奇瑞控股与发行人交易往来情况，了解奇瑞公司采购的具体流程；查阅公开资料，了解与公司同处汽车零部件制造领域且同为奇瑞汽车的关联方，对奇瑞控股的销售占比均较高的情况；

9、了解公司进入上汽通用等非关联客户供应商体系的进入时间、条件及资格认证；了解公司取得上述客户定点项目的方式、时间、量产及断点情况等；走访上述客户，了解公司与上述客户的合作背景；

10、获取上汽通用五菱、吉利汽车、长安汽车等主要客户的定点项目、匹配车型的销售数据，结合相关车型的市场销量、上市时间、发行人供货比例等分析主要客户收入变动的合理性；

11、获取公司粉末冶金零部件业务的销售明细，通过公开渠道查询该业务主要客户的成立时间、注册地、主营业务及经营规模等信息；走访粉末冶金业务主要客户；核实发行人对粉末冶金业务主要客户的销售产品类型、销量、金额及占比；对比分析在收购粉末冶金零部件业务前后，对主要客户的销售情况是否发生重大变化；

12、访谈发行人销售部负责人，了解公司与外销客户的业务合作方式、业务流程；并结合收入的细节测试，核查外销合同与外销收入的匹配性；获取报告期内公司海关电子口岸数据、汇兑损益明细账、国家外汇管理局人民币汇率数据、运费台账和外销收入明细表，量化分析海关报关数据、汇兑损益金额、出口退税金额、物流运输记录及运费与外销收入的匹配情况；

13、获取报告期内公司主要定点项目清单，了解相关项目的配套车型、定点确认、量产供货、预计断点等情况，分析主要定点项目对公司经营稳定性的影响；

14、获取公司各期内新增加的定点项目清单、期后新增定点项目清单、已定点但尚未进入量产阶段的项目清单，分析公司储备定点项目是否充足；

15、获取国内汽车产业政策、期后市场销量、主要客户经营情况及计划等信息，并结合主要定点项目的开发及量产情况、年降政策、调价周期、期后业绩预测等，分析公司未来业绩的可持续性及其是否涉及业绩下滑风险。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内发行人对奇瑞控股销售额占比较高具有合理历史渊源；奇瑞控股各下属主体对发行人执行统一的供应商合作模式，在上述各业务环节执行统一的合作模式，各家主体之间不存在实质性差异；

2、报告期内，发行人对奇瑞控股各车型相关产品收入变动具有合理性；报告期内公司向奇瑞控股的销售收入变动具有合理性；

3、发行人对奇瑞控股主要定点项目的定价方式合理，与其他非关联客户不存在差异；发行人关联交易已履行相应的审批程序，关联交易具有合规性；报告期内，公司对奇瑞控股产品销售价格具有公允性，公司向奇瑞控股销售产品的毛利率与其他非关联方客户存在的差异具有商业合理性；报告期内，公司对奇瑞控股的结算方式、信用期及支付条款与其他非关联方整车厂客户不存在重大差异；发行人与奇瑞控股之间的关联交易具有公允性；

4、发行人存在部分供应商由奇瑞控股指定的情形，但相关原材料的采购价格均由发行人及相关供应商通过正常采购流程确定，不存在由发行人客户统一商

定采购价格的情形，在发行人其他非关联方客户中，亦存在指定特定原材料供应商的情形；

5、报告期内，发行人销售给振宜汽车的产品均用于其产品生产，系直接销售，不存在振宜汽车为中间方向奇瑞控股销售的情形；报告期内，发行人对振宜汽车销售的结算方式、定价机制、收入确认方式未发生变化；发行人报告期内向振宜汽车的销售均系直接销售；报告期内发行人不存在通过其他客户作为中间商向奇瑞控股进行间接销售的情形，不存在其他类型的协议安排；

6、发行人系奇瑞控股汽车天窗及玻璃升降器的核心零部件供应商，短期内被竞争对手替代的风险较低；发行人与奇瑞控股合作具有较强的客户稳定性及业务持续性；

7、发行人对奇瑞控股的信用政策与其他客户的信用政策不存在重大异常差异。报告期内对奇瑞控股应收账款回款情况良好，基本均在合同约定的信用期内完成，未出现系统性提前或延后回款的情形；

8、发行人具备独立获客能力；公司对关联方奇瑞汽车不存在单方面的重大依赖；发行人对奇瑞控股销售占比较高不影响公司经营独立性及稳定性；发行人针对客户集中度及关联交易较高的情况采取了有效的应对措施，公司已在招股说明书中进一步提示了相关风险；

9、报告期内，上汽通用五菱、长安汽车和吉利汽车等其他主要客户的定点项目大多数系报告期之前取得，且仍在持续供货中，不涉及断点的情形，预计能够为公司未来业绩的可持续性提供有力支撑；

10、报告期内，发行人对主要整车厂客户销售金额变动具有合理性；

11、对于粉末冶金零部件业务，公司的终端客户存在发行人合作的整车厂商，涉及客户包括一汽集团、长安汽车、长城汽车等；粉末冶金零部件业务板块在发行人收购前后不存在重大不利变化；

12、公司销售合同、海关报关数据、汇兑损益金额、出口退税金额、物流运输记录及运费与外销收入相匹配；

13、截止报告期末，公司主要定点项目均保持持续供货，不存在中断销售的

情况，不会对公司未来经营稳定性造成重大不利影响；

14、报告期内及期后，公司能够不断拓展新的定点项目，当前已完成定点但尚未进入量产阶段的主要项目数量充足，能够为未来一定期间内公司业绩的稳定性提供有力支撑；

15、发行人未来经营业绩具有可持续性，发行人已就业绩下滑风险在招股说明书中进行了风险提示。

二、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-13 关联交易、《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-8 客户集中度较高相关要求核查并发表明确意见

（一）《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-13 关联交易相关核查程序及核查意见

1、核查程序

针对关联交易，申报会计师执行了以下核查程序：

（1）获取发行人董事、高级管理人员、控股股东等关联方出具的调查表，通过公开资料查询上述自然人及其关系密切的家庭成员对外投资、任职情况，并与发行人关联方清单进行核对；

（2）获取发行人报告期的客户和供应商清单，通过网络核查方式核查客户、供应商的股东、关键人员、注册地址、联系电话等信息，并与发行人的关联方清单进行比对，确认是否存在与发行人关联方注册地址、联系电话一致或人员重合的情形，核查是否存在潜在关联方未识别、关联交易未披露的情况；

（3）获取发行人、董事和高级管理人员报告期内银行账户的银行流水，通过流水核查是否存在遗漏关联方或遗漏关联交易的情况；

（4）通过公开信息核查主要客户和供应商的对外投资情况及疑似关联方情况，并结合其他公众公司公开披露的信息检查发行人是否存在遗漏关联方的情形；

（5）对报告期内交易金额变动较大的客户、供应商进行重点核查，了解其

交易金额变动的原因及商业合理性、定价机制、是否与发行人存在关联关系，确认是否存在关联交易非关联化的情形；

（6）对报告期内主要客户、供应商进行实地走访，确认其与发行人及其董事、高级管理人员等是否存在关联关系；

（7）对发行人的主要关联方进行实地走访，了解其经营状况、业务范围、与公司的合作关系、定价机制等信息，核实关联交易的真实性和合理性；查阅公司的公司章程、股东名册、三会会议记录、纪要、决议等内部文件，了解关联交易的决策程序和授权情况。查阅公司的财务报表、税务申报资料、合同协议等，获取关联交易的财务数据和交易细节；

（8）对关联交易的金额、占比等数据进行分析，并和发行人非关联第三方销售价格进行对比，判断关联交易的合理性和公允性；

（9）检查发行人减少关联交易的措施，并取得发行人控股股东、监事、高级管理人员出具《关于规范和减少关联交易承诺》；

（10）获取发行人、控股股东的征信报告，查看是否存在发行人为关联方债务提供连带责任担保的记录，核实发行人对外担保情况的真实性和完整性；

（11）通过核查发行人的流水，重点关注发行人与关联方之间的资金往来，核查是否存在异常资金流动与债务担保相关的资金划转情况，通过分析资金流向和用途，判断是否存在潜在的债务连带责任风险。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人在关联交易信息披露工作中遵循了相关准则和规范；

（2）报告期内，发行人关联交易符合法律法规、公司章程以及相关监管要求，履行了必要的决策程序和信息披露义务；

（3）报告期内，发行人的关联交易具有商业必要性、合理性，定价公允，不存在通过关联交易进行利益输送、操纵利润等不当行为；

（4）报告期内，整体来看，发行人具备业务独立性，关联交易不会对发行人独立性产生重大不利影响，发行人不存在对关联方的单方面重大依赖，相关关

联交易不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响；

(5) 报告期内，发行人关联交易相关的内部控制制度健全有效，能够合理保证关联交易的合规性、合理性和公允性；

(6) 报告期内，发行人不存在对控股股东及实际控制人控制的关联方的债务承担连带责任的风险。

(二) 《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》2-8 客户集中度较高相关核查程序及核查意见

1、发行人客户集中的原因，与行业经营特点是否一致，是否存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情况及其合理性

(1) 发行人客户集中的原因及与行业经营特点的一致性

汽车产业具有技术要求高、产业关联度强、规模效应显著等典型特征。整车制造作为产业链的核心，对零部件供应商的技术研发能力、产品质量稳定性及供货及时性有着极为严苛的要求。因此，汽车零部件企业通常采取“跟随战略”，围绕重点整车生产企业或一级供应商开展深度绑定业务，以确保持续稳定的订单来源。这种产业链上下游紧密协作的模式，决定了上游零部件企业普遍呈现客户集中度相对较高的经营特点。

2023 年度至 2025 年度，公司前五大客户销售金额占当期营业收入的比例与同行业可比上市公司比较情况如下：

企业名称	主要整车厂客户	2025 年前 五大客户占 比	2024 年度前 五大客户占 比	2023 年度前 五大客户占 比
毓恬冠佳 (301173)	长安汽车、一汽集团、吉利汽车、 广汽集团、上汽大众、长城汽车 以及奇瑞汽车等	71.20%	71.72%	73.38%
天运股份 (832684)	奇瑞汽车、长安汽车、东风汽车 等	尚未披露	92.33%	87.28%
华域汽车 (600741)	上汽大众、上汽通用、一汽大众、 长安福特等	39.60%	42.18%	50.31%
莫森泰克	奇瑞控股、上汽通用五菱、长安 汽车、吉利汽车等	87.04%	87.26%	84.14%

注：数据来源：上市公司招股说明书、定期报告等公开信息。

报告期各期，公司前五大客户销售占比分别为 84.14%、87.26%和 87.04%，

符合汽车零部件制造企业行业特性，与行业经营特点一致。

(2) 是否存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情况及其合理性

根据中国汽车工业协会数据，2023 年度至 2025 年度，汽车销量排名前十位的企业集团销量占我国汽车销售总量的分别为 85.4%、84.9%和 83.9%。我国汽车整车制造行业本身即呈现出高度的市场集中特征，发行人的客户集中态势与下游行业的竞争格局相匹配。

因此，公司不存在“下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中”的情形。

综上所述，汽车零部件行业具有客户集中度相对较高的普遍性，公司客户集中度与同行业可比上市公司之间不存在重大差异，客户集中度较高符合下游汽车整车行业市场集中度较高的行业经营特点，不存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情况，具有合理性。

2、发行人客户在其行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险

公司下游主要客户包括奇瑞控股、吉利汽车、上汽通用五菱、长安汽车和 PanklGroup 等企业。主要客户的具体情况如下：

公司名称	行业地位	透明度及经营状况
奇瑞控股	奇瑞汽车是国内最早突破百万销量的汽车自主品牌，市场覆盖 100 多个国家和地区。2024 年实现销量 260.39 万辆，其中出口超过 114.45 万辆，连续 22 年位居中国品牌乘用车出口第一。	奇瑞汽车为港交所上市公司（9973.HK），信息透明度较高；2024 年实现营业收入 2,698.97 亿元，同比增长 65.37%。公司透明度较高，经营情况良好。
吉利汽车	2024 年，吉利集团实现销量 333.7 万辆，位列全球车企销量第十位。吉利集团在全球建有超 10 个造型设计和工程研发中心，旗下建有 17 家“国家级绿色工厂”、4 家“零碳工厂”。拥有各类销售网点超过 4,000 家，产品销售及服务网络遍布全球。	吉利集团下属子公司吉利汽车为港交所上市公司（0175.HK），2024 年实现营业收入 2,401.94 亿元，同比增长 34%。公司透明度较高，经营情况良好。
上汽通用五菱	上汽通用五菱 2025 年销量达 163.5 万辆，同比增长 6.2%，其中新能源销量突破 100 万辆，增速稳居行业第一梯队。旗下在生产制造方面拥有柳州河西总部、柳州宝骏基地、青岛分公司和重庆分公司四大制造基地	作为上汽集团（600104.SH）控股子公司，虽未独立上市，但其财务数据通过上汽集团定期报告披露，具备较高透明度。2024 年实现营业收入约 779.34 亿元。公司透明度较高，经营情况良好。

长安汽车	长安汽车 2025 年销量达 291.3 万辆，同比增长 8.5%，其中新能源销量 110.9 万辆，同比增长 51%。旗下拥有深蓝、阿维塔、启源等新能源品牌，并与华为、宁德时代深度合作。	长安汽车为深交所上市公司（000625.SZ），信息披露规范。2024 年实现营业收入 1,597.33 亿元，同比增长 5.58%；归母净利润 73.21 亿元。公司透明度较高，经营情况良好。
Pankl Group	发行人主要与 Pankl Group 体系内的爱塞威集团进行交易，爱塞威集团始建于 1365 年，是世界上历史最悠久的工业企业之一，主要生产销售汽车液压泵、油泵、制动盘等产品，是欧洲最大的泵类、制动盘生产企业之一，已成为全球顶级的汽车、卡车和非公路行业高可靠性泵和发动机部件供应商，合作的客商包括大众、宝马、沃尔沃、保时捷、奥迪等多家汽车品牌企业。	爱塞威集团为法兰克福上市公司（SW1），信息透明度较高；2024 年实现营业收入 5.19 亿欧元，公司透明度较高，经营情况良好。

注：上述数据来源于主要客户公司官网、年度报告等公开披露信息。

综上所述，发行人主要客户均为汽车行业知名整车生产企业及其一级供应商，行业地位较高，透明度与经营状况较好，不存在重大不确定风险。

3、发行人与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易的定价原则及公允性

报告期内，公司主要客户情况如下：

序号	客户名称	起始合作年份	合同有效期限
1	奇瑞控股	2004 年	长期有效
2	吉利汽车	2015 年	长期有效
3	上汽通用五菱	2012 年	长期有效
4	长安汽车	2019 年	长期有效
5	PanklGroup	2014 年	长期有效

注 1：所列主要客户为报告期内度营业收入累计排名前五位的客户；

注 2：历史合作情况所列时间为进入客户供应商目录的时间。

公司与主要客户拥有 5 年及以上长期业务往来，已建立长期稳定的合作关系，具备长期合作基础，对未来业务发展具有良好的支撑。

公司产品的定价原则为成本加成的定价策略：基于成本，结合市场行情确定销售价格。公司产品成本包括开发设计费、原材料、人工、加工费、设备折旧、包装运输费等，相关交易定价具有公允性。

综上，公司与主要客户合作历史较久，业务具有稳定性和可持续性，相关交易定价公允。

4、发行人与重大客户是否存在关联关系，发行人的业务获取方式是否影响独立性，发行人是否具备独立面向市场获取业务的能力

关于公司与主要客户是否存在关联关系的情况如下：

序号	客户名称	是否存在关联关系
1	奇瑞控股	是
2	吉利汽车	否
3	上汽通用五菱	否
4	长安汽车	否
5	PanklGroup	否

公司采取直销模式，客户主要为汽车整车厂和汽车零部件供应商，均具有严格的供应商遴选标准，发行人需要经过客户一系列考察、审核及批准流程之后，才能进入其合格供应商名录。

公司凭借严格的产品标准、稳定的产品质量、及时的响应速度，持续进行市场开拓，拥有独立获取业务的能力。除安徽省芜湖市之外，公司已在安庆市、青岛市、鄂尔多斯市、柳州市、重庆市等城市设立多个生产基地、经营网点，以满足客户需求，并持续开拓吉利汽车、上汽通用五菱、长安汽车和 PanklGroup 等非关联方客户。

综上所述，公司客户集中度较高符合下游汽车整车行业市场集中度较高的行业经营特点，不存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情况，具有合理性；公司主要客户不存在重大不确定风险；公司的业务获取方式具有独立性，发行人具备独立面向市场获取业务的能力。

5、单一客户依赖相关分析

(1) 发行人主要产品或服务应用领域和下游需求情况，市场空间是否较大；发行人技术路线与行业技术迭代的匹配情况，是否具备开拓其他客户的技术能力以及市场拓展的进展情况

①应用领域和下游需求情况

发行人的主营业务为汽车天窗、玻璃升降器等关键开闭件产品以及粉末冶金零部件的研发、生产机，主要产品为汽车天窗、玻璃升降器和粉末冶金零部件等。目前，公司主营业务产品应用于汽车制造业，主要客户群体为汽车整车生产企业和汽车零部件企业。

公司下游需求情况分析具体参见本回复“问题9”之“六、（二）结合报告期内汽车开闭件、电子控制系统整车渗透率变化情况、我国汽车产销量情况、高端/低端车型装配率、销量结构及发行人主要产品的市场竞争情况、未来市场需求和容量等，说明发行人汽车开闭件、电子控制系统领域是否具备成长性”，公司下游正常行业总体需求较为旺盛。

②技术路线和行业技术的匹配情况

发行人技术路线和行业技术的匹配情况参见本回复之“问题1”之“二、（四）说明通过工艺改进、性能优化、技术路线调整等手段，对产品更新迭代或者形成新产品的情况，在产品轻量化、智能化、安全性方面的具体体现，公司在工艺优化、业务模式等方面的创新是否为行业通用模式，进一步说明公司的创新优势如何体现。”

③市场开拓情况

凭借“高品质、快响应、高性价比、强研发”的核心竞争力，公司已与国内知名整车及零部件企业建立紧密绑定关系，成功进入吉利、上汽通用五菱、长安等一线车企供应链体系，并实质性参与配套研发。面对全球新能源赛道的高速扩张，公司精准卡位电动化趋势，积极开拓行业头部客户资源。目前，公司合作模式以长期框架合同为主，手握规模可观的在执行订单，为后续业绩释放提供了强有力的订单保障。

（2）发行人及其下游客户所在行业是否属于国家产业政策明确支持的领域，相关政策及其影响下的市场需求是否具有阶段性特征，产业政策变化是否会对发行人的客户稳定性、业务持续性产生重大不利影响

伴随着十多年的快速发展，我国汽车产销总量已经连续16年稳居全球第一。汽车产业的蓬勃发展与国家的政策支持息息相关。近年来，国家政府部门持续优化政策出台，国务院、工信部、发改委、交通运输部等政府部门颁布了《2030

年前碳达峰行动方案》《汽车行业稳增长工作方案（2025—2026 年）》等一系列产业政策，以精准施策推动汽车产业加快转型步伐，为行业高质量发展注入源源不断的动力。作为全球汽车产业变革的核心方向，新能源汽车不仅是我国汽车产业实现“换道超车”的关键领域，更是落实“2030 年碳达峰、2060 年碳中和”国家战略目标的重要路径。因此，国家对于汽车行业，特别是新能源汽车产业的政策支持有望进一步延续，不属于阶段性、波动性政策，产业政策重大变化的风险较小。随着相关产业政策的落实，公司所处行业环境进一步优化，也为公司的生产经营带来积极影响。

（3）对于存在重大依赖的单一客户属于非终端客户的情况，应当穿透核查终端客户的有关情况、交易背景，分析说明相关交易是否具有合理性，交易模式是否符合行业惯例，销售是否真实

公司第一大客户奇瑞控股为下游整车厂，属于终端客户。

公司已在《招股说明书》之“重大事项提示”和“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（一）客户集中度较高及单一客户销售占比较高的风险”中进一步揭示了上述风险，具体如下：

“报告期内，公司向前五大客户的销售金额占同期营业收入的比例分别为 84.14%、87.26%和 87.04%，客户集中度较高。其中，公司来自第一大客户奇瑞控股的销售收入占各期营业收入的比例分别为 62.67%、66.85%和 60.26%。未来一段时间内，公司对奇瑞控股的销售可能仍将维持在较高水平。若未来奇瑞控股因自身战略调整、车型销量下滑、供应链多元化、技术路线变更或与公司合作关系发生重大不利变化，导致其对公司产品采购规模显著下降，而公司未能及时通过其他客户弥补收入缺口，则可能对公司营业收入、盈利能力及现金流造成一定不利影响”

6、核查方式、过程、范围

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

（1）通过查阅中国汽车工业协会等相关机构出具的报告，以及同行业可比公司公开披露信息，了解汽车及汽车零部件行业的发展情况及产品下游需求情况，并获取相关数据；

(2) 通过检索主要客户官方网站，查询年度报告、招股说明书等公开披露文件，获取主要客户销售情况公开数据、经营业绩情况等，了解发行人主要市场地位及下游行业发展趋势，分析发行人客户集中度较高是否符合行业经营特点；

(3) 通过查阅国家出台的汽车及零部件行业产业政策，了解行业未来发展趋势；

(4) 通过访谈发行人主要客户，了解其合作历史、行业地位等情况；

(5) 通过查阅控股股东、奇瑞控股提供的并表企业清单，检索国家企业信用信息公示系统、企查查查询等方式全面核查了发行人的关联方；

(6) 通过查阅公司与主要客户签订的合同，了解合同执行情况；

(7) 通过查阅发行人在手订单情况，了解新客户开拓等情况。

7、核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人客户集中符合行业经营特点，不存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情况，具有普遍性及合理性；

(2) 发行人主要客户均为行业内规模较大的公司，透明度及经营状况良好，不存在重大不确定性；

(3) 发行人已与主要客户建立长期稳定的合作关系，且业务合作具有可持续性，从主要客户的同类供应商竞争情况来看，发行人被替代的风险较低，发行人在客户稳定性与业务持续性方面没有重大风险，且相关交易定价具有公允性；

(4) 发行人的业务获取方式不影响独立性，发行人具备独立面向市场获取业务的能力；

(5) 发行人客户集中度高未对公司持续经营能力构成重大不利影响；

(6) 发行人主要产品应用领域和下游市场空间较大，发行人技术路线与行业整体具备较好的匹配性，具备开拓其他客户的能力；

(7) 发行人及其下游客户所在行业属于国家产业政策明确支持的领域，相关政策不属于阶段性、波动性政策，产业政策的变化不会对发行人客户稳定性、

业务持续性产生重大不利影响。

问题 6. 寄售模式收入确认准确性

根据申请文件：（1）公司境内外采用多种模式确认收入，与客户的收入结算方式主要为寄售结算模式。（2）2022 年至 2024 年，发行人第四季度收入占比分别为 31.54%、34.87%和 35.12%，主要系车企在第四季度加大促销力度、对供应商采购额增加。（3）公司发出商品主要为寄售模式下，存放于客户库及第三方仓库但客户尚未领用验收的存货，各期账面余额分别为 2,282.12 万元、3,044.96 万元、5,304.36 万元和 3,760.62 万元。

（1）收入确认准确性。请发行人：①区分内外销，说明合同签订至收入确认的主要业务流程、关键支持性证据及对应履约义务、控制权转移情况、相关内控节点等，发行人收入确认政策的合理性、与合同约定的匹配性，是否符合行业惯例。②按照内外销、不同收入确认方式说明各期收入构成情况，报告期内是否发生变动及原因。③说明各期寄售模式下的主要客户名称、收入金额及占比，是否存在同一客户同时采用寄售和非寄售模式的情况，对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策是否存在差异。④说明寄售模式下发行人与主要客户对账的方式、内容、时点及周期，相关政策是否保持一致，是否存在通过调整对账时间等方式调节收入的情形，是否跨期确认收入；说明发行人期末是否暂估确认收入，如是，暂估与实际收入确认是否存在差额及其影响，收入确认是否准确。⑤说明发行人母公司与各子公司采用的收入确认政策是否存在差异，是否符合《企业会计准则》规定。⑥说明发行人报告期内第四季度确认收入对应产品的生产、发货、交付、取得收入确认依据的周期与其他季度是否存在较大差异，是否存在周期异常的情形及原因，说明发行人第四季度收入占比逐年提高的原因，是否存在第四季度集中领用或领用后退回的情形，收入确认时点是否准确。

（2）发出商品核算准确性。请发行人：①说明各期末寄售及非寄售模式下发出商品的金额及占比，不同模式下发出商品对应客户、存放地点、金额及占比等。②说明发出商品期后结转收入情况，期后结转的一般周期；说明各期末发出商品的库龄结构及跌价准备的计提情况，是否存在长期未结转的情形及原因，发出商品跌价准备计提是否充分。③说明公司发出商品管理的具体模式、

存放地点及分布情况，存放仓库的所有权及管理机制、发出商品权属的具体约定及损毁灭失风险承担等情况，销售过程中运输、仓储等相关费用的承担方，报告期内是否存在退换货情况，相关内控制度是否有效执行。④说明对存货项目盘点程序及盘点情况，包括盘点范围、地点、品种、金额及比例、执行盘点的部门与人员等，是否存在账实差异及处理结果。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论。（2）说明对发行人收入和应收款项的具体核查过程，包括但不限于函证、走访、细节测试、穿行测试、截止性测试等的核查范围、比例及结论，逐一说明对主要客户的核查情况，并对发行人收入真实性、准确性发表明确意见。（3）说明对寄售模式下发出商品期末余额真实准确性的核查情况，如发出商品函证、细节测试情况等，各类存货监盘具体情况，包括时间、地点、人员、金额及占比等，是否存在异常情形，对于无法实施监盘程序的存货实施的替代程序及有效性。

【发行人回复】

一、收入确认准确性

（一）区分内外销，说明合同签订至收入确认的主要业务流程、关键支持性证据及对应履约义务、控制权转移情况、相关内控节点等，发行人收入确认政策的合理性、与合同约定的匹配性，是否符合行业惯例

1、公司内销合同签订至收入确认的主要业务流程、关键支持性证据及对应履约义务、控制权转移情况、相关内控节点

报告期内，本公司的内销产品主要涵盖汽车天窗、玻璃升降器、粉末冶金零部件和电子控制单元产品。其中，汽车天窗、玻璃升降器产品及电子控制单元主要客户群体为下游整车厂，粉末冶金零部件产品则主要面向汽车零部件厂商。鉴于下游客户群体存在差异，两者在流程上亦有所不同，具体如下：

（1）汽车天窗、玻璃升降器产品及电子控制单元

主要环节	主要业务流程	关键支持性证据	主要履约义务	控制权是否转移	内控节点
合同签订	销售与客户签订商务合同 明确结算与开票条款	商务合同	-	否	合同会签评审确认

主要环节	主要业务流程	关键支持性证据	主要履约义务	控制权是否转移	内控节点
收到订单	客户每月在 SRM 系统+飞书群\企业微信\邮件下达正式订单及滚动预测	订单	-	否	订单审批确认
	物流部根据客户需求编制销售计划, 财务部负责收集汇总发起销售计划评审	内部审批流程	-	否	
生产制造	评审通过即触发物料采购、生产制造、产品入库。建立安全库存, 确保对客户供货的及时性	生产计划、采购入库单、材料出库单、产成品入库单	根据客户的订单需求计划组织生产	否	生产排产、原料领用、产品生产、质量检测、成品入库
发货	根据月度订单评审及月度发货计划联系物流公司安排发货	发货单、运输公司的物流回单	将订单约定的产品按照约定的时间运输至客户指定地点	否	产品出库
收入确认	①寄售结算模式: 次月在客户 SRM 系统中完成上月领用对账	客户签收单、领用结算单	-	是	按照双方确认的领用时间和数量确认收入
	②非寄售结算模式: 客户收到产品并签收	客户签收单	-	是	按照客户签收时间和数量确认收入

(2) 粉末冶金零部件

主要环节	主要业务流程	关键支持性证据	主要履约义务	控制权是否转移	内控节点
合同签订	销售与客户签订商务合同, 明确结算与开票条款	商务合同	-	否	合同会签评审确认
收到订单	客户每月会发月度订单或滚动发货计划。制造部根据产品各工序的产能、在手订单的产能占用情况, 评审出订单的交货日期	订单评审表	-	否	订单审批确认
生产制造	制造部根据需转生产的销售订单以及产品的合格率, 在 MES 和 ERP 中下达生产订单。	生成订单	-	否	生产排产、原料领用、产品生产、质量检测、成品入库、产成品出库
	制造部根据在手订单的产能占用情况, 确认新生产订单的开始生产时间, 并根据每道工序的产能, 在 MES 中对每道工序进行生产排产。	材料出库单	-	否	

主要环节	主要业务流程	关键支持性证据	主要履约义务	控制权是否转移	内控节点
	生产完最后一道工序，由仓库做“产成品入库	产成品入库单	-	否	
发货	①寄售模式 业务部做调拨单，从成品库调拨到寄售仓库，仓库根据调拨单发货 ②非寄售模式 业务部在系统直接做发货单，仓库根据业务的发货单做销售出库单，根据出库单数量发货	发货单、运输公司的物流回单	将订单约定的产品按照约定的时间运输至客户指定地点	否	产品出库
收入确认	①寄售结算模式： 客户在次月核对结算数量	客户签收单、对账单	-	是	按照经确认的对账单的时间和数量确认收入
	②非寄售结算模式： 客户收到产品并签收，与客户定期对账确认销售数量和金额	客户签收单、对账单	-	是	按照经确认的对账单的时间和数量确认收入

2、公司外销合同签订至收入确认的主要业务流程、关键支持性证据及对应履约义务、控制权转移情况、相关内控节点等

报告期内，本公司的外销产品主要为粉末冶金零部件产品，相关业务流程具体如下：

主要环节	主要业务流程	关键支持性证据	主要履约义务	控制权是否转移	内控节点
合同签订	与内销模式下粉末冶金零部件业务流程相同				
收到订单					
生产制造					
发货	FOB/CIF 模式： 公司联系物流将货物运输至出口港 DAP/DDP 模式： 公司联系物流将货物运输至出口港，并联系货代公司运输至海外客户 海外寄售模式： 公司联系物流将货物运输至出口港，并联系货代公司运输至海外客户寄售仓	物流公司回单	将订单约定的产品按照约定的时间运输至客户指定地	否	产品出库

主要环节	主要业务流程	关键支持性证据	主要履约义务	控制权是否转移	内控节点
收入确认	FOB/CIF 模式： 报关单	报关单	-	是	产品完成出口报关后确认收入
	DAP/DDP 模式： 客户确认签收	客户签收单	-	是	以客户收到产品并签收确认收入
	海外寄售模式： 客户确认领用对账单	对账单	-	是	根据客户向本公司提供经双方确认的对账单作为产品销售收入确认时点，确认收入

3、发行人收入确认政策的合理性、与合同约定的匹配性，是否符合行业惯例

(1) 发行人收入确认政策的合理性、与合同约定的匹配性

报告期内，公司不同收入确认方式与主要客户合同约定的对应情况如下：

内外销	业务类别	收入确认方式	合同结算条款约定
内销	汽车天窗、玻璃升降器、电子控制单元产品	按实际领用确认收入	核对签收并使用（装配）数量，开票结算
		按签收确认收入	交货后，开票结算
	粉末冶金零部件产品	按双方对账确认收入	对账后，开票结算
		按签收确认收入	交货后，开票结算
外销	主要为粉末冶金零部件，少量汽车天窗、玻璃升降器、电子控制单元	结算方式为 FOB/CIF： 产品完成出口报关后确认收入	FOB/CIF 结算
		结算方式为 DAP/DDP： 客户收到产品并签收确认收入	DAP/DDP 结算
		境外寄库销售的产品： 按双方对账确认收入	对账后，结算

公司结合不同业务模式以及不同产品的业务特点，结合主要客户的合同结算约定、实际操作情况及行业惯例，针对性的确定了不同的收入确认方式。

综上所述，公司的收入确认方式与对应业务的合同约定相匹配，具有合理性。

(2) 发行人收入确认政策是否符合行业惯例

①汽车天窗、玻璃升降器等开闭件

针对汽车天窗、玻璃升降器等开闭件等产品，同行业可比公司公开披露信息中，主营业务描述及收入确认政策具体如下：

公司名称	主营业务描述	主要客户	收入确认政策（具体确认方法）
毓恬冠佳 301173	主营业务为全景天窗和小天窗的研发、生产和销售	目前主要客户包括长安汽车、一汽集团、吉利汽车、广汽集团、上汽大众、长城汽车以及奇瑞汽车等国内知名整车厂。	(1) 内销产品的销售收入确认： 内销产品以客户收到产品并签收或者以客户向本公司提供经双方确认的领用结算单时作为产品销售收入确认时点，确认收入。产品交付后，客户具有自行使用产品的权利并承担该产品可能发生价格波动或毁损的风险。 (2) 外销产品的销售收入确认： 公司外销的产品按照订单条款规定，由本公司完成海关报关时确认收入。客户具有自行使用产品的权利并承担该产品可能发生价格波动或毁损的风险。
天运股份 832684	主营业务为汽车天窗、废旧纺织品循环利用产品（汽车内饰件、空调件等）的研发、生产和销售	公司的下游客户为奇瑞汽车、长安汽车、吉利汽车等知名整车厂商以及格力电器、TCL 集团、美的集团等国内知名空调厂商	(1) 内销产品的销售收入确认： ①对账确认收入：公司按照订单将产品发至客户所在地仓库，客户根据其生产安排领用公司产品，公司于客户实际领用后，并与客户电子数据交换系统（供应商平台）提供的库存数据进行对账确认收入。 ②签收确认收入：公司根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，公司根据客户签收单据确认收入。 (2) 外销产品的销售收入确认： 未提及。
华域汽车 600741	公司主要业务涵盖汽车内外饰件、金属成型和模具、功能件、电子电器件、热加工件、新能源等	公司已与上汽大众、上汽通用、一汽大众、长安福特、北京奔驰、华晨宝马、特斯拉上海、上汽乘用车、比亚迪、吉利汽车、奇瑞汽车、塞力斯汽车、长安汽车、广汽集团、长城汽车、江淮汽车、北汽集团等国内主要整车企业建立了良好的长期合作关系	(1) 内销产品的销售收入确认： 公司向整车厂客户销售产品时，存在以下三种方式： ①按照合同规定将产品运至约定交货地点，由整车厂客户对产品进行验收并签署货物交接单后，客户实物占有产品并且承担产品所有权上的主要风险和报酬，取得了产品的控制权。因此本集团在产品运至约定交货地点并取得客户交接单时确认产品的销售收入； ②或按照合同规定将产品运至整车厂客户约定交货地点，产品在生产线上装配合格后完成验收，所有权转移给整车厂客户，因此本集团在产品于生产线上装配合格时确认收入； ③或按照合同规定将产品运至整车厂客户约定交货地点，产品到客户指定地点至整车下线为质量验收期，客户在该期限内完成产品检验或者验收，所有权转移给整车厂客户，因此本集团在车辆下线时确认收入。

公司名称	主营业务描述	主要客户	收入确认政策（具体确认方法）
			（2）外销产品的销售收入确认： 未提及。
发行人	公司主要从事汽车天窗、玻璃升降器等汽车开闭器件以及相关电子控制单元的研发、制造及销售	公司下游客户主要以整车制造厂为主，奇瑞控股、上汽通用五菱、长安汽车、吉利汽车等	（1）内销产品的销售收入确认： 以客户收到产品并签收或者以客户向本公司提供经双方确认的领用结算单作为产品销售收入确认依据，确认收入。
			（2）外销产品的销售收入确认： 结算方式为 FOB 的销售业务，产品完成出口报关后确认收入

②粉末冶金零部件

针对粉末冶金零部件产品，选取海昌新材、皇裕精密、明阳科技作为可比公司进行对比，同行业可比公司公开披露信息中主营业务描述及收入确认政策具体如下：

公司名称	主营业务描述	主要客户	收入确认政策（具体确认方法）
海昌新材 300885	海昌新材是一家专注于粉末冶金制品的研发、生产和销售的高新技术企业	主要向电动工具、汽车、办公设备、家电等领域的客户批量生产销售定制化的粉末冶金零部件	（1）内销产品的销售收入确认： 公司按照签订的订单将产品运送至购货方，并于购货方对货物进行签收后确认收入。
			（2）外销产品的销售收入确认： 公司根据签订的订单发货，并于完成产品报关且电子口岸系统显示放行相关信息后确认商品销售收入的实现。
皇裕精密 873464	公司主要产品包括 Busbar 及部件、连接器及部件、控制器部件、传感器及部件、电机部件、散热零部件等精密电子零组件	公司主要客户包括森萨塔、法雷奥、博格华纳、翰昂、汇川技术	（1）内销产品的销售收入确认： ①非寄售模式：公司根据客户的销售合同或订单，完成相关产品的生产后，将产品运送至客户指定地点后交付给客户，并经与客户定期对账确认销售数量和金额后，进行收入确认。 ②寄售模式：公司根据销售合同或订单约定将产品运送至寄售客户指定的仓库，客户从寄售仓库中领用产品，公司与客户定期对账，确认对账期间客户从寄售仓库中实际领用的产品数量及金额后，根据双方确认的对账单进行收入确认
			（2）外销产品的销售收入确认： ①非寄售模式采用 FOB 及 CIF 贸易方式的，公司根据客户的销售合同或订单，完成相关产品的生产后，将产品出库，办理报关手续并取得报关单后，根据报关单确认收入；采用 DAP 贸易方式的，根据客户确认的签收单确认收入；采用 EXW 及 FCA 贸易方式的，以客户指定承运人上门提货为产品销售收入确认时点。 ②寄售模式外销寄售模式下收入确认方法与内销寄售模式相同。

公司名称	主营业务描述	主要客户	收入确认政策（具体确认方法）
明阳科技 837663	主要销售自润滑轴承、传力杆、金属粉末注射成型零件、粉末冶金零件及调节机构总成件等产品	汽车领域客户以大中型汽车座椅企业为主，包括业内头部的华域汽车、中航精机、佛吉亚、日哈精密、李尔、申驰实业等，主要提供座椅调节系统、扶手、头枕的核心零部件等；公司还在工程机械等领域内供应粉末冶金零件和金属粉末注射成型零件产品，积累了希恩等一批知名客户	（1）内销产品的销售收入确认： ①针对货到签收的，公司负责发货并运输，产品发出到达对方指定地点，经客户签收并获取签收单据或取得签收对账单后确认收入； ②针对货到领用的，公司负责发货并运输，产品发出到达客户指定第三方仓库，经客户领用并获取对账单据后确认收入； ③针对上门取货的，客户或其指定的第三方物流负责运输，经其接收并获取签收单据后确认收入； （2）外销产品的销售收入确认： ①国外销售，针对 FOB（船上交货）方式出口，公司以产品完成报关手续作为收入确认时点，并以报关单、提单为依据确认收入； ②针对 EXW 方式出口，以产品交付给客户指定物流运输单位作为收入确认时点，并以发货单据为依据确认收入；
发行人	从事粉末冶金零部件的研发、制造及销售	公司主要面向国内外知名一级汽车零部件供应商，主要客户包括 PanklGroup、BorgWarnerINC.、一汽集团、宁波圣龙等	（1）内销产品的销售收入确认： 以客户收到产品并签收或以客户提供经确认的对账单后，确认收入。 （2）外销产品的销售收入确认： ①对于销售结算方式为 FOB/CIF 的销售业务，产品完成出口报关后确认收入； ②对于销售结算方式为 DAP/DDP 的销售业务，以客户收到产品并签收确认收入； ③对于寄库销售的产品，根据客户向本公司提供经双方确认的对账单作为产品销售收入确认时点，确认收入。

报告期内，公司收入确认方式与同行业可比公司收入确认政策无重大差异，公司收入确认政策符合行业惯例。

（二）按照内外销、不同收入确认方式说明各期收入构成情况，报告期内是否发生变动及原因

报告期各期，公司主要产品内外销、不同收入确认方式下的收入构成情况如下：

业务类别	内外销	销售模式	收入确认方式	2025 年度	2024 年度	2023 年度
汽车天窗	内销	寄售	按实际领用确认	92.34%	82.68%	78.40%
		非寄售	按签收确认	7.66%	17.32%	21.60%

业务类别	内外销	销售模式	收入确认方式	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	合计			100.00%	100.00%	100.00%
玻璃升降器	内销	寄售	按实际领用确认	91.78%	94.70%	92.75%
		非寄售	按签收确认	8.16%	5.23%	6.83%
	外销	FOB/CIF	按完成出口报关确认	0.06%	0.07%	0.42%
	合计			100.00%	100.00%	100.00%
粉末冶金零部件	内销	寄售	按双方对账确认	29.18%	36.85%	36.75%
		非寄售	按签收对账确认	49.12%	37.34%	32.67%
	外销	寄售	对账单	1.51%	1.75%	2.78%
		FOB/CIF	完成出口报关后确认收入	18.83%	22.68%	27.79%
		DDP/DAP	按签收确认	1.36%	1.38%	-
	合计			100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，公司汽车天窗和玻璃升降器业务收入确认方式以按实际领用确认收入为主，少量产品为按签收进行收入确认；少量玻璃升降器产品存在外销，按完成出口报关确认收入。报告期内，针对公司汽车天窗和玻璃升降器业务，不同收入确认方式下的收入占比保持基本稳定。

报告期内，粉末冶金零部件产品内销收入确认以按照双方对账确认以及客户签收确认为主；外销收入确认以完成出口报关进行确认为主。报告期内，针对粉末冶金零部件产品业务，不同收入确认方式下的收入占比保持基本稳定。

综上所述，报告期内发行人主要产品收入确认构成总体保持稳定。

（三）说明各期寄售模式下的主要客户名称、收入金额及占比，是否存在同一客户同时采用寄售和非寄售模式的情况，对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策是否存在差异

1、说明各期寄售模式下的主要客户名称、收入金额及占比

报告期各期，公司主要以寄售模式为主。报告期各期，寄售模式收入中排名前五大的客户情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	寄售收入金额	占寄售收入总额比例
----	----	------	--------	-----------

年度	序号	客户名称	寄售收入金额	占寄售收入总额比例
2025 年度	1	奇瑞控股	109,452.96	68.24%
	2	长安汽车	20,539.79	12.81%
	3	上汽通用五菱	13,627.55	8.50%
	4	吉利汽车	6,447.76	4.02%
	5	一汽集团	4,581.10	2.86%
	合计		154,649.17	96.41%
2024 年度	1	奇瑞控股	108,997.11	70.03%
	2	上汽通用五菱	12,860.49	8.26%
	3	长安汽车	12,749.42	8.19%
	4	吉利汽车	6,661.79	4.28%
	5	一汽集团	3,695.93	2.37%
	合计		144,964.74	93.14%
2023 年度	1	奇瑞控股	81,204.84	68.81%
	2	上汽通用五菱	9,718.45	8.24%
	3	长安汽车	6,731.95	5.70%
	4	吉利汽车	5,764.87	4.89%
	5	振宜汽车	5,165.48	4.38%
	合计		108,585.60	92.01%

2、报告期内，公司存在同一客户同时采用寄售和非寄售模式的情况

前述寄售模式主要客户中，存在同一客户同时采用寄售和非寄售模式的情况，具体如下：

单位：万元

客户名称	销售模式	主要销售的内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
奇瑞控股	寄售模式	汽车天窗、玻璃升降器	109,105.03	108,997.11	81,204.84
	非寄售模式	汽车天窗、玻璃升降器	6,826.28	21,730.98	17,302.34
上汽通用五菱	寄售模式	玻璃升降器	13,627.55	12,860.49	9,718.45
	非寄售模式	其他业务	-	-	10.56
长安汽车	寄售模式	汽车天窗、玻璃升降器	20,539.79	12,749.42	6,731.95
	非寄售模式	汽车天窗、玻璃升降器	4.88	57.29	-
吉利汽车	寄售模式	玻璃升降器	6,447.76	6,661.79	5,764.87
	非寄售模式	玻璃升降器	233.75	305.98	995.06

客户名称	销售模式	主要销售的内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
振宜汽车	寄售模式	汽车天窗	49.48	3,207.05	5,165.48
	非寄售模式	汽车天窗	-	882.56	5,356.51
一汽集团	寄售模式	汽车天窗、玻璃升降器、粉末冶金零部件	4,581.10	3,695.93	2,455.16
	非寄售模式	汽车天窗	2.45	2.88	2.38

由上表所示，公司存在同一客户同时采用寄售和非寄售模式的情形，主要原因如下：

公司与汽车整车制造企业主要借助定点项目展开合作。在汽车产业中，“定点”意味着供应商被纳入整车厂的生命周期管理体系。一旦确定定点合作，双方的合作周期通常为 5-10 年。在这种长期合作契约的框架下，寄售模式成为了一种标准化的供应链管理安排。

同时，汽车制造企业面向海外市场时，会将半成品或零部件进行出口，并在目标国家重新组装成整车后进行销售，此模式被称为 KnockDown 模式（简称 KD）。基于这种情况，汽车制造企业对上游供应商的订单下达方式被称为 KD 订单拉动。在该模式下，公司与汽车制造企业的交易不再采用寄售模式，而是以单个订单的货物交付作为履约完成的时间节点。

报告期内，公司对同一客户同时采用寄售和非寄售模式销售具有合理性。

3、对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策是否存在差异

寄售模式下，因产品类型及客户群体属性不同，公司针对汽车天窗、玻璃升降器客户和粉末冶金零部件产品客户所执行的收入确认政策略有不同，具体参见本题回复之“一、（五）说明发行人母公司与各子公司采用的收入确认政策是否存在差异，是否符合《企业会计准则》规定”。

报告期内，公司对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策差异具有合理性。

（四）说明寄售模式下发行人与主要客户对账的方式、内容、时点及周期，相关政策是否保持一致，是否存在通过调整对账时间等方式调节收入的情形，是否跨期确认收入；说明发行人期末是否暂估确认收入，如是，暂估与实际收

入确认是否存在差额及其影响，收入确认是否准确

1、说明寄售模式下发行人与主要客户对账的方式、内容、时点及周期，相关政策保持一致，是否存在通过调整对账时间等方式调节收入的情形，是否跨期确认收入

报告期内，公司寄售模式下与主要客户的对账情况如下：

客户名称	对账方式	对账内容	对账时点	对账周期
奇瑞控股	客户网站 SRM 系统	送达主机厂的数量及主机厂领用数量	依据交易主体不同，每月 5 日或 9 日进行对账	月度
上汽通用五菱	客户网站 SCM 系统		每月 15 日左右	月度
长安汽车	长安汽车供应链		每月 5 日、25 日	月度
吉利汽车	客户网站 SRM/ERP		每月 10 日	月度
振宜汽车	客户网站 SRM 系统		每月 5 日	月度

报告期内，公司与主要寄售客户定期核对寄售模式销售产品的发货数量、领用数量等数据，对账方式为在主机厂供应链管理系统中对账。客户领用货物并提供领用数据资料，表明客户已接收该货物，符合控制权转移给客户的特征，公司据此确认寄售模式销售收入。

综上所述，寄售模式下，公司与寄售客户对账方式、对账周期、对账内容相对固定，不存在通过调整对账时间等方式调节收入的情形，不存在跨期确认收入的情形。

2、说明发行人期末是否暂估确认收入，如是，暂估与实际收入确认是否存在差额及其影响，收入确认是否准确

报告期内，发行人严格遵循《企业会计准则》及公司既定的收入确认政策，针对部分已实现控制权转移但尚未完成开票程序的业务，基于权责发生制原则进行收入暂估。具体核算逻辑及合理性如下：

（1）单价已确定情形下的流程性暂估（开票的时间性差异）

针对已取得客户领用结算单、对账单或签收单，且销售单价已通过合同或协议明确锁定的产品，公司根据“确认数量×既定单价”核算收入。该类暂估主要受

限于大型主机厂结算周期与公司自身财务开票流程的时间差，导致部分收入未能在当月完成开票。此类暂估收入通常在次月即可完成开票冲回并正式入账，暂估金额与实际结算金额不存在差异。

（2）单价未确定情形下的预估性暂估（收入确认的价格性差异）

年中针对年度价格调整尚未正式签署定价协议的情形，公司本着谨慎性原则，依据客户确认的销售数量，参考历史交易价格或最近期协议价进行收入暂估。由于定价流程尚在进行中，该部分业务暂不具备开票条件。待后续价格协议正式落地后，公司于实际结算当月根据审定的最终价格进行调整。

每年度末，公司会与客户完成本年度所有交付产品的最终定价确认。这一内控程序确保了年度内产生的全部暂估价差在当年会计期间内得以确认。因此，前述暂估价格与实际结算价格的差额收入仅在同一年度的月度间调整，不会产生跨年度的重大影响，能够确保各年度财务报表收入披露的真实性、准确性与完整性。

由于汽配行业的特殊性，存在价格年降机制，部分产品的价格调整滞后。考虑到该部分价格调整幅度有限，为了保证日常财务数据的核算，公司一般会按照历史价格进行暂估确认收入，待双方最终确定价格调整后，将价格调整计入确认当月。该价格调整属于企业会计准则中的可变对价，根据《企业会计准则第 14 号——收入》第二十四条规定，“对于已履行的履约义务，其分摊的可变对价后续变动额应当调整变动当期的收入”，因此公司将收入调整在当期符合企业会计准则的规定。

综上所述，发行人报告期内收入确认准确。

（五）说明发行人母公司与各子公司采用的收入确认政策是否存在差异，是否符合《企业会计准则》规定

报告期内，寄售模式下，存在因产品类型及客户群体属性不同，发行人母公司与子公司采用的收入确认政策存在不一致的情形，具体如下：

由于分属不同的业务板块，莫森泰克母公司与莱州子公司两者在产品类型、销售结算流程上存在差异，因此收入确认政策存在差异，具体情况如下：

序号	主体	主要产品	下游客户	寄售模式销售结算流程	寄售模式收入确认方式
----	----	------	------	------------	------------

序号	主体	主要产品	下游客户	寄售模式销售结算流程		寄售模式收入确认方式
1	母公司（莫森泰克）	汽车天窗、玻璃升降器产品	整车厂客户	客户系统开放查询权限，可以查询客户领用情况	特点： （1）单货值较高； （2）客户集中且系统完善； （3）对账周期等同自然月，可以查询客户实际领用时间	以客户向本公司提供经双方确认的领用结算单按实际领用数量确认收入。
2	莱州创智	粉末冶金零部件产品	汽车零部件供应商	客户主要以邮件等形式发送对账单，确认结算数量。	特点： （1）单货值较低； （2）客户数量较多，且不同客户对账单形式多样； （3）对账周期不完全等同一个自然月	以客户提供的对账单作为收入确认依据，并按照对账单数量确认收入。

母公司寄售模式下客户为整车厂，整车厂客户业务规模较大，通常配备有供应链管理系统平台，发行人可以利用账号登录该系统，查询到客户各期的领用消耗数据。由于客户供应链管理系统能够提供清晰的领用时点信息，发行人据此按照产品的领用时点确认收入。

针对粉末冶金零部件业务板块，寄售模式下客户多为汽车零部件供应商，规模相对较小，未全部配有供应链管理系统平台，公司一般通过邮件等形式与客户对账确认产品消耗数据。由于大部分邮件信息无法提供产品的具体消耗时点信息，因此按照客户对账确认收入。

发行人针对不同产品收入确认方式与可比公司对比情况参见本题回复“一、（一）3、发行人收入确认政策的合理性、与合同约定的匹配性，是否符合行业惯例”，发行人收入确认符合行业惯例。

针对以上两种收入方式，发行人均保留了与客户签订的销售合同/框架协议、物流运输单据、收入确认单据等资料，相关单据齐备。在寄售客户领用消耗公司产品后，公司与寄售客户根据经双方确认的寄售领用清单或对账结算清单中的消耗数量，按照合同或订单约定的交易价格计算确认收入，此时寄售客户已接受该商品，公司已将商品的法定所有权转移给寄售客户，公司享有即时收款权，寄售客户负有现时付款义务。因此，公司确认寄售客户的商品收入时，货物的控制权实际已经转移，符合《企业会计准则》关于收入确认的规定。

综上所述，报告期内发行人母公司与子公司采用的收入确认政策不一致的情

形具有合理性，符合《企业会计准则》的要求。

(六) 说明发行人报告期内第四季度确认收入对应产品的生产、发货、交付、取得收入确认依据的周期与其他季度是否存在较大差异，是否存在周期异常的情形及原因，说明发行人第四季度收入占比逐年提高的原因，是否存在第四季度集中领用或领用后退回的情形，收入确认时点是否准确

1、说明发行人报告期内第四季度确认收入对应产品的生产、发货、交付、取得收入确认依据的周期与其他季度是否存在较大差异，是否存在周期异常的情形及原因

(1) 发行人报告期内第四季度确认收入对应产品的生产、发货、交付、取得收入确认依据的周期与其他季度不存在较大差异，不存在周期异常的情形。

汽车零部件产品主要采用寄售模式进行收入确认，具体生产销售周期如下：

①生产：根据汽车行业惯例，汽车零部件产品主要根据下游客户发布的滚动需求来制定生产计划，并在计划周期内，按照客户发布的 7 天内需求计划，评估并安排公司现有库存、产线产能、生产人员情况，制定具体生产计划。

②发货交付：寄售模式下，整车厂商通过供应商管理平台发布即时配送需求，公司在短时间内做出快速响应、交付产品。

③对账结算：公司就产品交付情况与客户进行按月定期系统或者邮件对账。

报告期内，公司依照前述政策确认收入，不存在提前或延后确认收入的情况，销售周期符合汽车行业惯例，不存在销售周期偏短或偏长的情况。

综上所述，公司各期第四季度确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付、取得领用结算资料或验收周期与其他季度不存在较大差异，不存在周期异常的情形。

2、说明发行人第四季度收入占比逐年提高的原因，是否存在第四季度集中领用或领用后退回的情形，收入确认时点是否准确

报告期内，发行人主营业务收入分季度收入构成如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	41,630.06	21.69	39,820.54	20.39	27,651.66	17.63
第二季度	44,562.76	23.22	38,712.48	19.83	34,844.25	22.22
第三季度	52,216.53	27.21	48,147.56	24.66	39,642.33	25.28
第四季度	53,505.65	27.88	68,583.48	35.12	54,675.48	34.87
合计	191,915.01	100.00	195,264.05	100.00	156,813.71	100.00

报告期内，公司第四季度收入占比分别为 34.87%、35.12%和 27.88%。

公司第四季度收入占比较高，主要系：汽车行业一般存在“金九银十”、“买车过年”和“年底大促”的市场消费特征，下半年是汽车市场的消费旺季，且车企普遍为了完成全年的销售目标，一般会在四季度加大促销力度，相应导致其对供应商的采购额较大。发行人收入的季度分布情况符合行业基本特征。

公司严格按照既定的收入确认政策确认收入，收入确认时点准确，不存在第四季度集中领用或领用后大量退回的情形。

发行人报告期内第四季度确认收入对应产品的生产、发货、交付、取得收入确认依据的周期与其他季度不存在较大差异，不存在周期异常的情形。发行人第四季度收入占比较高，符合行业的季节性特性，具有合理性。

综上所述，报告期内发行人第四季度收入占比较高具有合理性，不存在第四季度集中领用或领用后退回的情形，收入确认时点准确。

二、发出商品核算准确性

（一）说明各期末寄售及非寄售模式下发出商品的金额及占比，不同模式下发出商品对应客户、存放地点、金额及占比等

报告期各期末，寄售及非寄售模式下发出商品的金额及占比，不同模式下发出商品对应客户、存放地点、金额及占比情况如下：

单位：万元

时点	寄售/非寄售模式	对应客户	存放地点	余额	占比
2025	寄售模式	奇瑞控股	客户仓库	586.16	13.54%

时点	寄售/非寄售模式	对应客户	存放地点	余额	占比
年末		上汽通用五菱	第三方物流仓	785.41	18.14%
			客户仓库	306.35	7.08%
		吉利汽车	第三方物流仓	81.15	1.87%
			客户仓库	180.78	4.18%
		一汽集团	第三方物流仓	181.86	4.20%
			客户仓库	295.75	6.83%
		其他客户	第三方物流仓	28.30	0.65%
			客户仓库	385.44	8.90%
	非寄售模式	Pankl Group	在途产品	886.21	20.47%
		其他客户	在途产品	323.09	7.46%
	存放于客户仓库小计			1,754.48	40.52%
	存放于第三方物流仓小计			1,364.50	31.52%
	在途产品小计			1,209.30	27.93%
	发出商品合计			4,329.60	100.00%
2024 年末	寄售模式	上汽通用五菱	客户仓库	1,444.89	27.24%
			第三方物流仓	76.42	1.44%
		奇瑞控股	客户仓库	166.35	3.14%
			第三方物流仓	770.91	14.53%
		长安汽车	第三方物流仓	599.34	11.30%
		一汽集团	客户仓库	287.17	5.41%
			第三方物流仓	33.97	0.64%
		吉利汽车	客户仓库	64.89	1.22%
			第三方物流仓	252.17	4.75%
		其他客户	客户仓库	676.41	12.75%
			第三方物流仓	25.67	0.48%
	非寄售模式	Pankl Group	在途产品	726.84	13.70%
		其他客户	在途产品	179.33	3.37%
	存放于客户仓库小计			2,639.69	49.76%
	存放于第三方物流仓小计			1,758.50	33.15%
	在途产品小计			906.17	17.08%
	发出商品合计			5,304.36	100.00%

时点	寄售/非寄售模式	对应客户	存放地点	余额	占比
2023年末	寄售模式	上汽通用五菱	客户仓库	461.57	15.16%
			第三方物流仓	119.86	3.94%
		奇瑞控股	客户	252.76	8.30%
			第三方物流仓	288.91	9.49%
		Borg Warner INC.	客户仓库	301.80	9.91%
		吉利汽车	客户仓库	57.41	1.89%
			第三方物流仓	158.59	5.21%
		一汽集团	客户仓库	84.95	2.79%
			第三方物流仓	70.16	2.30%
		其他客户	客户仓库	479.91	15.76%
			第三方物流仓	56.95	1.87%
	非寄售模式	Pankl Group	在途产品	469.76	15.43%
		其他客户	在途产品	242.34	7.95%
	存放于客户仓库小计			1,638.40	53.81%
	存放于第三方物流仓小计			694.46	22.81%
	在途产品小计			712.09	23.39%
	发出商品合计			3,044.96	100.00%

由上表可知，公司各期末发出商品主要为寄售模式下存放于客户仓库发出商品，其次为寄售模式下存放于第三方物流仓的发出商品。

（二）说明发出商品期后结转收入情况，期后结转的一般周期；说明各期末发出商品的库龄结构及跌价准备的计提情况，是否存在长期未结转的情形及原因，发出商品跌价准备计提是否充分

1、说明发出商品期后结转收入情况，期后结转的一般周期

公司发出商品一般在 1 年内即可实现销售并结转成本。报告期各期末，公司发出商品期后确认收入、结转成本情况具体如下：

单位：万元

年度	发出商品期末余额	期后 6 个月内结转		期后 7-12 个月内结转		期后 12 个月以上结转	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比

年度	发出商品期末余额	期后 6 个月内结转		期后 7-12 个月内结转		期后 12 个月以上结转	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
2025 年	4,329.60	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
2024 年	5,304.36	5,123.94	96.60%	83.93	1.58%	不适用	不适用
2023 年	3,044.96	2,709.17	88.97%	206.08	6.77%	45.56	1.50%

注：上表发出商品期后结转数据统计截止至 2025 年 12 月 31 日。

公司发出商品期后结转正常，尚未结算的发出商品主要系客户尚未领用的产品，金额较小，不存在大额长期未结转的发出商品。

2、说明各期末发出商品的库龄结构及跌价准备的计提情况，是否存在长期未结转的情形及原因，发出商品跌价准备计提是否充分

报告期各期末，公司发出商品库龄结构及跌价准备情况如下：

单位：万元

库龄	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
1 年以内	4,206.90	97.17%	5,138.21	96.86%	2,957.37	97.12%
1-2 年	47.13	1.09%	127.20	2.40%	75.93	2.49%
2 年以上	75.58	1.75%	38.94	0.73%	11.65	0.38%
合计	4,329.60	100.00%	5,304.36	100.00%	3,044.96	100.00%
跌价准备	129.95		183.86		48.11	
计提比例	3.00%		3.47%		1.58%	

由上表可知，报告各期末，公司发出商品库龄 1 年以内的占比分别为 97.12%、96.86%、97.17%，库龄结构良好，长库龄发出商品占比较低。

针对期末发出商品，公司会重点关注因客户订单、销售计划变更及项目停止导致的物资呆滞，由技术部门等相关部门评审或者会议决定给出的呆滞物资是否可以作为市场件消耗，不可以作为市场价消耗的全额计提存货跌价准备。报告期各期末，公司计提发出商品跌价准备金额分别为 48.11 万元、183.86 万元、129.95 万元，计提比例分别为 1.58%、3.47%、3.00%。

综上所述，公司报告期各期末发出商品期后结转整体情况良好，期后不存在大额未结转的发出商品，发出商品跌价准备计提充分。

（三）说明公司发出商品管理的具体模式、存放地点及分布情况，存放仓库的所有权及管理机制、发出商品权属的具体约定及损毁灭失风险承担等情况，销售过程中运输、仓储等相关费用的承担方，报告期内是否存在退换货情况，相关内控制度是否有效执行

1、说明公司发出商品管理的具体模式、存放地点及分布情况，存放仓库的所有权及管理机制、发出商品权属的具体约定及损毁灭失风险承担等情况

公司制定了《存货管理制度》《物流部仓库管理制度及操作流程》《第三方物流中转库管理办法》《库存设置管理办法》《呆滞物资管理制度》《财务会计制度》等制度，以加强对公司存货的内部管理和控制，保证成品的质检入库、存储保管、销售出库、物流运输以及第三方物流库存管理等流程规范有序，合理确认存货价值，确保存货核算的及时、准确。

（1）公司发出商品管理的具体模式、存放地点及分布情况

基于公司业务模式及差异化的客户供货策略，报告期各期末发出商品主要由物流在途商品、客户现场存放物资以及第三方物流仓储三部分构成。报告期内，公司针对发出商品的管理模式详见本题回复“二、（三）1（2）发出商品存放仓库的所有权及管理机制、发出商品权属的具体约定及损毁灭失风险承担等情况”。公司发出商品存放地点分布情况详见本题回复“二、（一）说明各期末寄售及非寄售模式下发出商品的金额及占比，不同模式下发出商品对应客户、存放地点、金额及占比等”。

（2）发出商品存放仓库的所有权及管理机制、发出商品权属的具体约定及损毁灭失风险承担等情况

存放地点	存放地点所有权	管理机制	发出商品权属的具体约定	发出商品的损毁灭失风险承担
存放于客户仓库	客户	对于寄售模式，公司每月根据客户的供应商管理系统以及邮件对账情况对发出商品进行跟踪管理。	归属于发行人	在客户实际领用前由发行人承担
第三方仓库	第三方	物流中心： 根据主机厂日生产消耗量和运输周期等因素设置中转库安全库存和最高库	归属于发行人	第三方仓储服务公司承担

存放地点	存放地点所有权	管理机制	发出商品权属的具体约定	发出商品的损毁灭失风险承担
		存：负责跟进中转库日报表、月汇总表等相关数据资料的提交并监控其正确性。（月汇总表和盘点报表需第三方物流公司委托函指定签字有效人签字或盖章确认）；每月1日和各主机厂的挂网月结算日期发布第三方物流公司发往各地在途产品品种、数量；负责中转库仓储、配送服务费及交付主机厂产品数量对帐结算。 市场部： 监控物流中心产品发货、中转库产品入库、出库配送数量的准确性。		
在途产品	物流公司	通过第三方物流交付时，由物流公司运输人员对“发货单”进行签字确认，每月与物流公司核对数量和费用时，物流公司负责将顾客确认的“发货单”交财务部物流中心核对；每月发货单月初交汇总市场部与顾客对上一个月的账物进行核对。	归属于发行人	物流公司承担

公司通过加强日常管理等内部控制措施保证发出商品的真实性和准确性，货物从工厂发出后，物流中心将跟踪确认客户签收回执数据的一致性及有效性，财务部门定期汇总运输回单、对账单及客户签收记录，销售部通过客户的供应商系统或邮件等形式跟踪客户结算进度。公司通过跨部门协同的流程控制，确保从货物发出、客户收货到最终结算的各环节信息对称，确保发出商品期后结算的准确性。

对发出商品，长期不能结算或可能形成呆滞的，市场部会给出原因说明及反馈，对于连续3个月以上出现类似情况，市场部会组织相关部门对客户进行风险评估。物流部、财务部对其填写核对的《月度产品配送与结算统计表》内相关数据负责，如在核对收货时发现存在差异的，会将差异结果反馈给销售经理、部门领导，责任人收到反馈信息后在规定时间内进行处理。

2、销售过程中运输、仓储等相关费用的承担方，报告期内是否存在退换货情况，相关内控制度是否有效执行

报告期内，发行人大部分销售产生的境内物流费用及寄售模式下的第三方仓储费用由发行人承担。公司实施“产品价格+物流费用”的分离报价策略，在商

务洽谈阶段，公司将产品基准价与运输服务费明确区分，由客户根据其成本管控需求，自主选择由发行人代办运输或客户自提。报告期内，受客户供应链成本优化及物流资源整合影响，选择自行承担运费的客户比例逐年上升。该转变系客户基于自身成本控制目标的自主选择，符合行业通行惯例。

报告期内，公司产品质量稳定，退换货率极低，各期退换货金额占当期营业收入的比例均不足 1%，对经营业绩不构成重大影响。公司针对退换货建立了完善的内控处理流程。发生退换货时，由售后服务人员现场核实并签字确认，产品随后进入中转库暂存管理，确保账实相符。工程部负责在一周内协调物流资源将相关产品退回公司总部，由质量管理部门进行技术检测与鉴定。公司建立明确的责任追究机制。经鉴定确属物流公司或第三方仓储方责任的，由物流中心根据签字确认的索赔单据进行专项追责及损失追偿。

综上所述，报告期内发行人销售过程中运输、仓储费用大部分由发行人承担，报告期内退换货情况较少，相关的内控制度设计并运行有效。

（四）说明对存货项目盘点程序及盘点情况，包括盘点范围、地点、品种、金额及比例、执行盘点的部门与人员等，是否存在账实差异及处理结果

1、针对原材料、在产品、半成品、库存商品及委托加工物资的盘点情况

报告期各期末，公司会同中介机构对原材料、在产品、半成品、库存商品及委托加工物资进行了盘点及监盘，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
盘点地点	厂区仓库、委外供应商处		
盘点人员	发行人财务部人员、制造部人员、物流部人员、生产车间及仓管人员、保荐机构及申报会计师相关人员		
盘点范围	原材料、在产品、半成品、库存商品、委托加工物资		
原材料、在产品、半成品、库存商品、委托加工物资账面余额	8,635.87	10,402.37	8,914.96
盘点金额	5,467.37	6,729.45	5,670.26
盘点比例	63.31%	64.69%	63.60%
盘点结果	账实相符	账实相符	账实相符

2、针对发出商品的盘点情况

报告期各期末，公司发出商品的存放地点包括客户仓库、第三方仓储公司以及在途。其中，针对存放在客户仓库的发出商品，由于公司主要下游客户为主机厂，客户仓库因为其严格的生产管理要求，拒绝外部供应商进入厂区进行存货盘点。公司及中介机构采取替代程序，通过发送询证函及登录客户供应商管理系统查询结存数据等方式进行核查，核查结果账实相符；针对存放在第三方仓库公司的发出商品，中介机构采用对主要第三方仓库函证或盘点的形式进行库存核查，核查结果账实相符。具体盘点比例详见本题回复之“三、说明对寄售模式下发出商品期末余额真实准确性的核查情况，如发出商品函证、细节测试情况等，各类存货监盘具体情况，包括时间、地点、人员、金额及占比等，是否存在异常情形，对于无法实施监盘程序的存货实施的替代程序及有效性”。

针对在途发出商品，中介机构结合对该部分发出商品出库记录的核查，以及期后销售对账记录，确认期末时点账实相符，各期的检查比例分别为 70.21%、68.53%和 78.56%。

综上所述，公司对存货盘点的内控管理制度设计较完善、执行良好，存货管理的相关内控制度及措施得到有效执行，存货能够做到账实相符。

【中介机构核查程序及核查意见】

一、核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司销售负责人，了解公司内外销主要业务流程，了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关控制执行的有效性；选取样本检查销售合同或订单，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件，评价收入确认政策的合理性及是否符合企业会计准则的规定；对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同（订单）、销售发票、结算单等；对于外销收入，以抽样方式检查销售合同（订单）、出口报关单、货运提单等支持性文件；对比分析公司各主要业务板块的收入确认政策与同行业可比公司是否存在明显差异；

2、获取报告期内公司的收入明细表，分产品类型统计内外销、不同收入确

认方式下收入的构成情况，分析其是否发生变动及原因；

3、获取报告期内公司的收入明细表，统计各期寄售模式下主要客户名称、收入金额及占比，核查是否存在同一客户采用寄售和非寄售两种模式，判断对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策是否存在差异，是否具有合理性；

4、了解公司寄售模式下与主要客户对账的方式、内容、时点和周期；执行穿行测试和细节测试程序，核查寄售模式下收入确认相关单据、收入确认时点、周期等是否保持一致，检查是否通过调整对账时间等方式调节收入；执行收入截止测试程序，核查是否跨期确认收入；

5、了解发行人母公司及各子公司采用的收入确认政策，分析是否存在差异并结合《企业会计准则》，判断其是否合规；

6、统计并分析公司分季度收入情况，了解第四季度收入占比，并结合行业特征分析其合理性；

7、获取发行人发出商品收发存数据，核查期末发出商品对应客户、存放地点、金额以及占比情况；

8、获取发行人发出商品期后收发存数据，了解发出商品期后结转情况，核查是否存在长期未结转的发出商品；获取发行人发出商品的库龄表以及存货跌价准备计提表，核查存货跌价准备计提是否充分；

9、了解公司存货相关的管理制度；执行生产与仓储循环、销售与收款循环的内部控制测试，核查发行人发出商品相关的内控制度合理性、完善性和有效性；查阅发行人与主要客户或寄售仓库的合同，了解合同中关于寄售商品交付、运输费\仓储费用承担、日常管理以及风险承担等相关约定；

10、执行监盘程序并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，是否存在产品毁损灭失等情形。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、公司的收入确认方式与对应业务的合同约定相匹配，具有合理性；公司

收入确认方式与同行业可比公司收入确认政策无重大差异，公司收入确认政策符合行业惯例；

2、报告期内发行人主要产品收入确认构成总体保持稳定；

3、报告期内，公司对同一客户同时采用寄售和非寄售模式销售具有合理性；公司对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策差异具有合理性；

4、寄售模式下，公司与寄售客户对账方式、对账周期、对账内容相对固定，不存在通过调整对账时间等方式调节收入的情形，不存在跨期确认收入的情形；发行人报告期内收入确认准确；

5、报告期内发行人母公司与子公司采用的收入确认政策不一致的情形具有合理性，符合《企业会计准则》的要求；

6、公司各期第四季度确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付、取得领用结算资料或验收周期与其他季度不存在异常差异，不存在周期异常的情形；报告期内发行人第四季度收入占比较高具有合理性，不存在第四季度集中领用或领用后退回的情形，收入确认时点准确；

7、公司报告期各期末发出商品主要为寄售模式下存放于客户仓库发出商品，其次为寄售模式下存放于第三方物流仓的发出商品；

8、公司报告期各期末发出商品期后结转整体情况良好，期后不存在大额未结转的发出商品，发出商品跌价准备计提充分；

9、报告期内发行人销售过程中运输、仓储费用大部分由发行人承担，报告期内退换货情况较少，相关的内控制度设计并运行有效；

10、报告期内，公司对存货盘点的内控管理制度设计较完善、执行良好，存货管理的相关内控制度及措施得到有效执行，存货能够做到账实相符。

二、说明对发行人收入和应收款项的具体核查过程，包括但不限于函证、走访、细节测试、穿行测试、截止性测试等的核查范围、比例及结论，逐一说明对主要客户的核查情况，并对发行人收入真实性、准确性发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下程序：

1、访谈公司财务部和销售部的主要负责人，了解与收入确认、信用政策及应收账款管理相关的内部控制的设计和运行的有效性，了解公司销售业务流程、报告期主要客户情况及其结算方式、信用政策、应收账款回款情况，了解公司防范信用风险的措施等；

2、获取公司报告期各期末应收账款明细表，结合主要客户的结算方式、信用政策核查并分析应收账款变化情况；

3、获取应收账款坏账准备计提表，检查计提方法是否按照既定的坏账准备计提政策执行，并重新测算坏账计提金额是否准确；分析应收账款的账龄和客户信誉情况，并结合应收账款函证程序及检查期后回款情况，评价应收账款坏账准备计提的合理性；

4、查询市场公开信息，了解同行业上市公司的信用政策、预期信用损失的计量方法，并与公司进行比对，分析应收账款坏账准备会计估计的合理性，包括确定应收账款组合的依据、金额重大的判断、单独计提坏账准备的判断等；

5、走访公司主要客户，通过实地走访，了解客户基本情况、经营情况、与公司合作历史、是否存在关联关系等情况，确认双方合作背景及交易的真实性。报告期内，走访公司客户的收入占公司收入总额比例分别为 84.07%、85.94%和 83.19%；对于奇瑞控股、长安汽车、吉利汽车、上汽通用五菱等主要客户，申报会计师均执行了走访程序。

6、对公司报告期各期营业收入及各期末应收账款余额实施了函证程序，对于未回函的客户执行相应的替代测试。具体情况如下：

（1）营业收入

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入①	192,369.80	195,564.15	157,177.59
发函金额②	190,418.59	193,297.31	155,284.73
发函比例③=②/①	98.99%	98.84%	98.80%
回函相符、回函调节后相符金额④	175,051.74	184,268.11	147,091.66
回函相符比例⑤=④/①	91.00%	94.22%	93.58%

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
替代测试金额⑥	15,366.85	9,029.20	8,193.08
替代测试比例⑦=⑥/①	7.99%	4.62%	5.21%
回函相符及替代测试比例⑩= ⑤+⑦	98.99%	98.84%	98.80%

注：发函金额、回函相符、回函调节后相符金额、替代测试金额分别指发函客户、回函客户、回函相符客户、替代测试对应客户的收入金额。

对于奇瑞控股、长安汽车、吉利汽车、上汽通用五菱等主要客户，申报会计师均执行了营业收入函证或替代测试程序。

（2）应收账款

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应收账款余额①	65,460.37	75,421.45	70,380.74
发函金额②	64,682.04	74,644.74	69,819.82
发函比例③=②/①	98.81%	98.97%	99.20%
回函相符、回函调节后相符金 额④	56,818.24	70,896.18	66,612.74
回函相符比例⑤=④/①	86.80%	94.00%	94.65%
替代测试金额⑥	7,863.80	3,748.56	3,207.08
替代测试比例⑦=⑥/①	12.01%	4.97%	4.56%
回函相符及替代测试比例⑩= ⑤+⑦	98.81%	98.97%	99.20%

对于奇瑞控股、长安汽车、吉利汽车、上汽通用五菱等主要客户，申报会计师均执行了应收账款函证或替代测试程序。

7、执行细节测试和穿行测试程序，抽取销售合同/订单、销售发票、结算单/对账单、出口报关单、货运提单等收入确认单据，报告期内抽取的收入确认单据的样本金额占当期营业收入的比例分别为 51.76%、54.90%和 54.57%。对于奇瑞控股、长安汽车、吉利汽车、上汽通用五菱等主要客户，申报会计师均执行了收入细节测试或穿行测试程序。

8、执行收入截止性测试程序：选取资产负债表日前后各 1 个月的收入明细选取大额交易样本进行截止测试，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
资产负债表日前后各 1 个月的收入总额①	31,842.03	38,930.59	36,322.79
截止测试金额②	23,522.29	27,456.02	21,528.98
截止测试比例③=②/①	73.87%	70.53%	59.27%

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内收入真实、准确。

三、说明对寄售模式下发出商品期末余额真实准确性的核查情况，如发出商品函证、细节测试情况等，各类存货监盘具体情况，包括时间、地点、人员、金额及占比等，是否存在异常情形，对于无法实施监盘程序的存货实施的替代程序及有效性

（一）对寄售模式下发出商品期末余额真实准确性的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

（1）对于存放在客户仓库的发出商品，申报会计师通过函证、登陆客户供应链管理平台查看期末库存等程序进行核查，具体比例如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
结存金额①	1,754.48	2,639.69	1,638.40
函证金额②	223.10	650.70	502.76
客户供应链管理平台查看期末库存金额③	1,089.90	1,444.89	581.31
核查比例④=（②+③）/①	74.83%	79.39%	66.17%

（2）对于存放在第三方物流仓的发出商品，申报会计师通过函证或盘点程序进行核查，具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
结存金额①	1,364.50	1,758.50	694.46
函证及盘点金额②	1,031.73	1,292.52	457.17
核查比例③=②/①	75.61%	73.50%	65.83%

(3) 对于针对在途产品，申报会计师通过核查发出商品的出库记录，并结合期后寄售库的入库记录或销售对账记录，验证了期末时点的账实相符性，具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
结存金额①	1,209.30	906.17	712.09
细节测试金额②	633.09	497.60	386.08
核查比例③=②/①	52.35%	54.91%	54.22%

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人寄售模式下发出商品期末余额真实、准确。

(二) 各类存货监盘具体情况，包括时间、地点、人员、金额及占比等，是否存在异常情形，对于无法实施监盘程序的存货实施的替代程序及有效性

1、各类存货监盘具体情况

报告期各期末，申报会计师协同发行人对原材料、在产品、半成品、库存商品及委托加工物资实施了盘点程序。其中，由仓管员执行具体盘点，中介机构负责现场监盘，存货监盘过程不存在异常情形。具体金额及占比请见本题回复之“二、（四）说明对存货项目盘点程序及盘点情况，包括盘点范围、地点、品种、金额及比例、执行盘点的部门与人员等，是否存在账实差异及处理结果”之“1、针对原材料、在产品、半成品、库存商品及委托加工物资的盘点情况”。

2、对于无法实施监盘程序的存货实施的替代程序及有效性

报告期各期末，无法实施实地盘点的存货主要为存放于客户仓库的发出商品及在途产品，申报会计师通过函证、登陆客户供应链管理平台查看期末库存等程序进行核查，相关替代程序具备有效性，详见本题回复之“二、发出商品核算准确性”之“（四）说明对存货项目盘点程序及盘点情况，包括盘点范围、地点、品种、金额及比例、执行盘点的部门与人员等，是否存在账实差异及处理结果”之“2、针对发出商品的盘点情况”。

综上所述，公司寄售模式下发出商品期末余额真实、准确；各类存货监盘不存在异常情形，申报会计师已对无法实施监盘程序的存货实施替代程序，相关替

代程序具备有效性。

问题 7. 销售返利及毛利率波动合理性

根据申请文件：（1）近年来由于汽车行业竞争加剧，供应商通常对客户存在价格年降以及返利两种形式的商业折扣。（2）报告期内，公司综合毛利率分别为 17.76%、20.00%、19.91%和 18.23%，原因为发行人主要产品汽车天窗等受客户年降政策影响，销售单价逐期下降。（3）公司主要原材料为电机、注塑件、滑轨总成、钣金件及玻璃原片等，其中电机、玻璃原片采购单价呈下行趋势，注塑件、铝滑轨及钣金件采购单价存在波动。（4）2024 年，发行人 2022 年第一大供应商芜湖德鑫科技股份有限公司退出前五大供应商，前五大供应商新增昆山莲雄汽车零部件有限公司。（5）发行人主营业务成本包含运输费、质保费。

（1）关于销售返利与年降政策。请发行人：①说明报告期内返利政策的具体类型、相关合同约定及实际执行情况，相关政策是否发生重大变化，各类销售返利的计提依据、会计处理方式及合规性，返利计提是否准确完整。②说明发行人各期销售返利的金额、主要客户的销售返利金额及占对应收入的比例，报告期内销售返利金额及占比是否发生较大变动及合理性，与同行业公司的对比情况。③说明发行人与主要客户关于年降政策约定的主要内容、调价周期、幅度及实际执行情况；按照细分产品类型，列表说明主要定点项目的合同约定价格、年降机制、各年度销售均价变动情况等，说明报告期内汽车天窗等产品销售均价逐期下降的原因及合理性。

（2）关于原材料采购及供应商变动。请发行人：①说明报告期内主要供应商基本情况，包括成立时间、注册资本、合作历史、采购内容、金额及占比、发行人采购规模占其业务规模的比重，前五大供应商发生变动的原因及合理性，是否存在供应商主要向发行人销售、成立后短期内成为发行人主要供应商、客户指定供应商的情形及原因，如是，说明涉及的交易主体，购销内容、金额及占比，发生原因及合理性，相关交易定价及结算模式，采购价格是否公允，说明供应商及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系、是否存在异常资金往来，是否存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形。②说明主要原材料的采购均价变动情况，结合各类原材料的市场供应情况、定价模式、公开市场价格变动情况等，分析相关材料采购定价是否公允，价格变动的合理性。

③说明电机、注塑件等主要原材料的采购量、耗用量、库存量与发行人产品产量、销量之间的勾稽关系。④说明与主要客户的合同中关于质保服务的约定及执行情况，会计处理方式是否合规，各期质保计提、支出与业务活动的匹配关系。⑤结合销售过程中运费承担情况，说明报告期内运输费用变动与销量、金额、销售区域、运输方式及里程的匹配关系。

(3) 毛利率变动的合理性。根据申请文件，发行人不同产品毛利率变动趋势不一致，2023 年获取粉末冶金零部件业务后，毛利率由 25.74% 提升至 29.04%，2025 年电子控制单元及其他毛利率由 30.93% 下降至 19.68%。请发行人：①说明各细分产品的销售均价、单位成本及成本构成、毛利率情况，说明细分产品毛利率变动趋势不一致的原因及合理性；结合前述事项、产品构成变动等，量化分析报告期内综合毛利率变动的主要影响因素，说明报告期内毛利率波动的原因及合理性。②说明与同行业公司同类产品毛利率及变动趋势、幅度的对比情况，是否存在较大差异及合理性。③说明报告期内主要定点项目的对应客户、收入金额、占比及毛利率情况，分析各定点项目的销售均价、单位成本及构成、毛利率情况，项目毛利率是否发生变动及合理性。④结合定点项目量产及拓展情况、客户年降政策、主要产品及原材料价格变动情况等，说明发行人价格传导机制是否有效，对报告期内及期后业绩的影响情况，毛利率是否存在持续下降风险，并视情况作重大事项提示并充分揭示相关风险。

请保荐机构、申报会计师：(1) 核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论。(2) 说明对销售返利计提依据充分性，计提金额准确完整性采取的具体核查程序、获取的证据及有效性。

【发行人回复】

一、关于销售返利与年降政策

(一) 说明报告期内返利政策的具体类型、相关合同约定及实际执行情况，相关政策是否发生重大变化，各类销售返利的计提依据、会计处理方式及合规性，返利计提是否准确完整

1、说明报告期内返利政策的具体类型、相关合同约定及实际执行情况，相关政策是否发生重大变化

发行人报告期内返利的本质是发行人对客户的一种商业折让，是结合过去销售情况和未来销售预测对年降政策的一种补充折让方式。相关返利一般由客户主动提出，和发行人协商后确定，不同客户的返利方式可能存在差异，发行人根据各返利约定的特征将对客户返利分为两类：

一类是单件固定金额或固定比例的返利。此返利政策的特性在于，交易发生前，双方在商务谈判记录中已就返利计算规则达成共识，返利金额与交易额呈正向线性关系。待双方交易规模达到约定的结算规模时，双方按照前期交易量计算的返利金额最终签订书面的返利协议，开票结算。

另一类是金额和比例不固定的返利。下游整车厂一般根据其自身经营业绩完成情况、降本计划等因素，在谈判确定的年度价格基础上，对于采购量较大的产品与供应商协商谈判销售返利事项。销售返利计算方式未在与客户的销售框架协议以及价格协议中进行事前约定，而是随着交易的进行，双方基于各自的经营目标进行多轮谈判情况后的结果。待双方就返利金额达成一致后，双方签订最终书面返利协议，开票结算。

报告期内，发行人按相关返利政策执行返利活动，报告期内返利政策不存在重大变化。

2、各类销售返利的计提依据、会计处理方式及合规性，返利计提是否准确完整

针对固定金额或固定比例的返利，基于该返利的可预见性，作为双方交易合同的可变对价，在交易进程中，发行人会就该部分返利及时进行计提，冲减当期收入。待返利总额达到双方约定的结算规模时，双方签订返利协议，发行人将以红票的形式向客户实施返利结算，以抵减应收账款余额。

而针对金额和比例不固定的返利，由于该返利金额的不可预见性，发行人无法合理估计返利金额，待双方最终商定返利金额后，发行人将该事项作为销售合同价格变更，在返利协议签订时调整当期收入，并以红票的形式向客户实施返利结算，以抵减应收账款余额。该事项符合《监管规则适用指引——会计类第5号（2025）》中对履约完毕后减让合同对价的相关会计处理。

发行人针对前述两种形式的销售返利的会计处理与同行业可比公司毓恬冠

佳一致，具体情况详见本题回复之“一、（二）2、发行人销售返利与同行业公司的对比情况”。

根据《监管规则适用指引——会计类第 5 号（2025）》，“公司履约完毕、确认应收款项并按规定恰当计量预期信用损失后，再与客户约定调减合同对价，导致已确认的应收款项余额减少的情形下，若合同对价减让与公司转让商品等具体履约活动相关（例如因附有销售退回条款、履约瑕疵、合同标的市场价格大幅波动等原因调减合同对价），或合同对价减让符合行业惯例或公司以往的习惯做法，应进一步结合合同具体约定将其作为销售合同变更或可变对价重新估计进行会计处理。若双方因履约活动之外的原因调整合同对价，且相关合同对价减让符合债务重组定义，则应作为债务重组进行会计处理。”

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》2-5，“企业应当基于返利的形式和合同条款的约定，考虑相关条款安排是否会导致企业未来需要向客户提供可明确区分的商品或服务，在此基础上判断相关返利属于可变对价还是提供给客户的重大权利。一般而言，对基于客户采购情况等给予的现金返利，企业应当按照可变对价原则进行会计处理；对基于客户一定采购数量的实物返利或仅适用于未来采购的价格折扣，企业应当按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。”

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十六条，“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。”

综上所述，发行人销售返利的计提依据充分，会计处理符合《企业会计准则》的要求，相关返利计提准确完整。

（二）说明发行人各期销售返利的金额、主要客户的销售返利金额及占对应收入的比例，报告期内销售返利金额及占比是否发生较大变动及合理性，与同行业公司的对比情况

1、说明发行人各期销售返利的金额、主要客户的销售返利金额及占对应收入的比例，报告期内销售返利金额及占比是否发生较大变动及合理性

报告期各期，发行人销售返利具体情况如下：

单位:万元				
客户名称	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
奇瑞控股	返利金额	3,137.91	1,772.59	1,766.78
	对应当期收入	115,931.31	130,728.09	98,507.18
	返利金额占当期收入的比例	2.71%	1.36%	1.79%
其他客户	返利金额	621.38	123.62	44.54
	对应当期收入	44,277.21	12,806.71	17,253.94
	返利金额占对应当期收入的比例	1.40%	0.97%	0.26%
合计返利金额		3,759.29	1,896.21	1,811.32
合计涉及返利客户当期收入		160,208.52	143,534.80	115,761.13
返利占比		2.35%	1.32%	1.56%

从上述表格可以看出，在报告期内，伴随发行人对奇瑞汽车销售规模的扩大，返利金额亦呈现出逐年上升的趋势。2025 年度，发行人给予奇瑞汽车的返利比例提升幅度较大，其原因在于：2025 年度，受下游整车终端市场价格战影响，整车厂通过采购端降本向供应链传导经营压力。发行人基于长期战略合作考虑，提高了针对奇瑞汽车的返利比例，旨在协同客户应对行业竞争，巩固现有项目定点的市场份额，并为后续获取新平台业务订单奠定商务基础。

报告期内，发行人报告期内销售返利金额及占比变动具有合理性。

2、发行人销售返利与同行业公司的对比情况

公司名称	返利类型	会计处理	返利规模
毓恬冠佳	销量相关返利具体约定一般为：基于双方友好协商，发行人同意在年度价格的基础上单台返利一定金额，返利金额由客户与发行人协商确定	客户会在结算系统中直接维护扣减返利的单价，公司和客户根据扣减后的单价结算	2020-2022 年度，年降及返利幅度分别为 4.49%、4.59% 和 2.94%。
	固定金额的具体约定一般为：基于双方友好协商，发行人同意	无法在产品控制权转移时对可变对价计提预计负债，实际发生时直接冲减对应期间主营业务收入	

公司名称	返利类型	会计处理	返利规模
	返利一定金额，返利金额由客户与发行人协商确定。		
天运股份	未披露	未披露	未披露
华域汽车	未披露	(1) 合同中存在可变对价(如销售折扣、销售折让等)的，本集团按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数。包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。每一资产负债表日，本集团重新估计应计入交易价格的可变对价金额。 (2) 合同中存在应付客户对价的，除非该对价是为了向客户取得其他可明确区分商品或服务的，本集团将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付(或承诺支付)客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。	未披露
发行人	按单件固定金额或固定比例的返利	在交易进程中，发行人对该部分返利及时进行计提，冲减当期收入。待返利总额达到双方约定的结算规模时，双方签订返利协议，发行人将以红票的形式向客户实施返利结算，以抵减应收账款余额。	返利金额占当期营业收入的比例分别为1.56%、1.32%和2.35%。
	基于双方友好协商，发行人同意返利一定金额，返利金额由客户与发行人协商确定。	待双方最终商定返利金额后，发行人将该事项作为销售合同价格变更，在返利协议签订时调整当期收入，并以红票的形式向客户实施返利结算，以抵减应收账款余额	

由上表可知，发行人的销售返利类型与同行业可比公司毓恬冠佳相似，相关会计处理一致，返利政策执行符合行业特点。

综上所述，发行人报告期内销售返利金额及占比变动具有合理性，销售返利政策符合行业特点。

(三) 说明发行人与主要客户关于年降政策约定的主要内容、调价周期、幅度及实际执行情况；按照细分产品类型，列表说明主要定点项目的合同约定价格、年降机制、各年度销售均价变动情况等，说明报告期内汽车天窗等产品销售均价逐期下降的原因及合理性

1、发行人与主要客户关于年降政策约定的主要内容、调价周期、幅度及实际执行情况

根据行业惯例，年降政策一般指某款产品在其生命周期内，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。根据公司与主要客户的合作情况，在产品实现批量供货后，整车厂客户通常会每年与公司就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产品预期销量、原材料价格变动、利润率水平、客户其他项目合作情况等要素协商确定。

公司与主要客户奇瑞汽车、长安汽车、上汽通用五菱和吉利汽车等整车厂客户，未在合同中就年降的具体形式及幅度作出约定，每年依据实际情况协商确定产品采购价格，并签订年度或半年度价格协议。

2、按照细分产品类型，列表说明主要定点项目的合同约定价格、年降机制、各年度销售均价变动情况等，说明报告期内汽车天窗等产品销售均价逐期下降的原因及合理性

公司主要采取“成本加成”的定价策略。针对客户的特定产品需求，公司通过跨部门协同机制进行综合评审。报价方案充分考虑了技术路线复杂度、原材料波动预期、物流包装成本、项目全生命周期的供需态势以及合理的利润边际。在项目获得定点后，公司与客户通常建立年度价格评审机制，基于外部市场环境及内部降本成效进行协商调整。

尽管公司与客户未在协议中明确约定年降价格调整机制，但在实际谈判过程中，下游车型的历史产销表现、未来需求预测及核心原材料价格波动均是双方议价的关键基准。近年来，受汽车终端市场竞争白热化及整车价格战常态化的影响，产业链利润空间受到系统性挤压。整车厂通过供应链集成管理将成本压力向上游传导，导致零部件产品在全生命周期内普遍面临单价持续下行的压力。受此因素的影响，报告期内，公司汽车天窗、玻璃升降器主要定点项目的产品单价持续下降，具体情况如下：

（1）汽车天窗

报告期内，公司汽车天窗的平均销售单价变动情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	变动	单价	变动	单价	变动
汽车天窗（元/台）	828.64	-9.65%	917.13	-0.96%	925.89	-2.03%

报告期内，汽车天窗产品主要定点项目报告期内价格变动情况如下：

单位：元/台

定点项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	单价	变动	单价	变动	单价
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	-	-
*	*	*	*	-	-
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*

注：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人汽车天窗整体平均单价分别为 925.89 元/台、917.13 元/台和 828.64 元/台，呈下降趋势，与主要定点项目产品销售价格变动趋势一致。主要定点项目产品销售价格下降幅度超过天窗类产品整体平均价格下降幅度，其原因系：①汽车天窗中销售单价较高的全景天窗销量占比逐年提升，一定程度上平抑了汽车天窗整体销售单价的下降幅度；②当定点项目步入大规模量产爬坡阶段后，单价的调整幅度通常会随着销量的增长而相应扩大，以上细分产品主要为大规模量产的主力产品，因此年降幅度较大。此外，由于新定点项目上线当年相对价格较高，因此一定程度上导致汽车天窗平均单价降幅较主要细分产品类型较小。

2025 年度，由于行业竞争加剧，发行人主要产品的细分产品类型的的降价幅度总体高于 2024 年度，因此 2025 年度发行人汽车天窗产品的平均销售价格降幅相对较大。

报告期内，发行人汽车天窗产品平均销售单价变动具有合理性。

（2）玻璃升降器

报告期内，公司玻璃升降器的平均销售单价变动情况如下：

单位：元/件

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	单价	变动	单价	变动	单价
玻璃升降器	59.68	-4.28%	62.35	-3.03%	64.30

报告期内，玻璃升降器产品主要定点项目报告期内价格变动情况如下：

单位：元/件

定点项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	单价	变动	单价	变动	单价
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	-	-	-	-
*	*	*	*	-	-
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*

注：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，发行人玻璃升降器平均单价分别为 64.30 元/件、62.35 元/件和 59.68 元/件。报告期内，发行人主要定点项目玻璃升降器销售单价呈下行趋势，与玻璃升降器产品平均销售单价变动总体保持一致。报告期内，发行人玻璃升降器产品平均销售单价变动具有合理性。

综上所述，报告期内，发行人汽车天窗、玻璃升降器等主要产品单价变动具有合理性。

二、关于原材料采购及供应商变动

(一) 说明报告期内主要供应商基本情况，包括成立时间、注册资本、合作历史、采购内容、金额及占比、发行人采购规模占其业务规模的比重，前五大供应商发生变动的原因及合理性，是否存在供应商主要向发行人销售、成立后短期内成为发行人主要供应商、客户指定供应商的情形及原因，如是，说明涉及的交易主体，购销内容、金额及占比，发生原因及合理性，相关交易定价及结算模式，采购价格是否公允，说明供应商及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系、是否存在异常资金往来，是否存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形。

1、报告期内主要供应商基本情况，包括成立时间、注册资本、合作历史、采购内容、金额及占比、发行人采购规模占其业务规模的比重

报告期内，发行人主要供应商成立时间、注册资本、与发行人合作历史、采购内容、金额及占比、发行人采购规模占其业务规模的比重如下所示：

单位：万元

供应商名称	成立时间	注册资本	合作历史	采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度		发行人采购规模占其业务规模的比重
					采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	
龙口市兴民安全玻璃有限公司	2002-09-09	4,700 万元	2015 年开始合作	玻璃原片	9,528.20	7.24%	10,214.51	7.27%	7,582.55	6.90%	15%-20%左右
宁波市欣新电器科技有限公司	2003-07-28	1,000 万元	2009 年开始合作	电机	9,382.68	7.13%	10,810.67	7.69%	8,763.69	7.97%	30%左右
宁波精成电机有限公司	2008-09-28	2,106.37 万元	2019 年开始合作	电机	9,274.43	7.05%	7,383.60	5.25%	3,612.25	3.29%	5%左右
昆山隆泰汽车配件有限公司	2015-02-12	1,000 万元	2016 年开始合作	遮阳帘、注塑件等	7,003.85	5.32%	7,831.16	5.57%	6,059.63	5.51%	30%左右
昆山莲雄汽车零部件有限公司	2014-11-25	500 万元	2018 年开始合作	钣金件、注塑件等	8,337.61	6.34%	7,692.74	5.47%	4,158.46	3.78%	10%-20%左右
宣城南铝创佳金属科技有限公司	2018-09-11	500 万元	2020 年开始合作	滑轨总成及其配件	7,366.65	5.60%	7,468.88	5.31%	6,358.08	5.78%	25%-30%左右
芜湖德鑫科技股份有限公司	2006-11-13	2,315 万元	2013 年开始合作	注塑件等	4,333.80	3.29%	6,999.46	4.98%	8,028.35	7.30%	30%-50%左右

注 1：昆山莲雄汽车零部件有限公司包括：江西莲雄实业有限公司、昆山莲雄汽车零部件有限公司和安徽瑞弘汽车科技有限责任公司等；

注 2：宣城南铝创佳金属科技有限公司包括：宣城南铝创佳金属科技有限公司、江苏伟图汽车零部件有限公司和昆山伟图汽车零部件有限公司等；

注 3：主要供应商列示口径为各报告期前五大供应商，受同一实际控制人控制的供应商合并计算销售额，成立时间及注册资本为受同一实际控制人控制的与发行人有合作的最早成立的公司的相关信息。

2、前五大供应商发生变动的原因及合理性

报告期内，公司前五大供应商情况如下所示：

单位：万元

2025 年度				
序号	供应商	采购金额	占比（%）	是否存在关联关系
1	龙口市兴民安全玻璃有限公司	9,528.20	7.24	否
2	宁波市欣新电器科技有限公司	9,382.68	7.13	否
3	宁波精成电机有限公司	9,274.43	7.05	否
4	昆山莲雄汽车零部件有限公司	8,337.61	6.34	否
5	宣城南铝创佳金属科技有限公司	7,366.65	5.60	否
合计		43,889.57	33.35	-
2024 年度				
序号	供应商	采购金额	占比（%）	是否存在关联关系
1	宁波市欣新电器科技有限公司	10,810.67	7.69	否
2	龙口市兴民安全玻璃有限公司	10,214.51	7.27	否
3	昆山隆泰汽车配件有限公司	7,831.16	5.57	否
4	昆山莲雄汽车零部件有限公司	7,692.74	5.47	否
5	宣城南铝创佳金属科技有限公司	7,468.88	5.31	否
合计		44,017.95	31.31	-
2023 年度				
序号	供应商	采购金额	占比（%）	是否存在关联关系
1	宁波市欣新电器科技有限公司	8,763.69	7.97	否
2	芜湖德鑫科技股份有限公司	8,028.35	7.30	否
3	龙口市兴民安全玻璃有限公司	7,582.55	6.90	否
4	宣城南铝创佳金属科技有限公司	6,358.08	5.78	否
5	昆山隆泰汽车配件有限公司	6,059.63	5.51	否
合计		36,792.30	33.47	-

由上表可知，报告期内，公司前五大供应商基本保持稳定。

(1) 2024 年度较 2023 年度变动情况

2024 年度，公司前五大供应商中新增昆山莲雄汽车零部件有限公司，减少芜湖德鑫科技股份有限公司。

昆山莲雄汽车零部件有限公司 2024 年采购额较 2023 年度增长至 7,692.74 万元，同比增加 3,534.28 万元，增幅达 84.99%。主要原因系此前由其他相关同类型供原材料应商供应的机构总成产品存在质量稳定性问题，公司为保障产品质量与交付可靠性，增加了对昆山莲雄汽车零部件有限公司的采购份额。因此，昆山莲雄汽车零部件有限公司在 2024 年度进入前五大供应商。

与此同时，为优化供应链结构并提升整体效益，公司基于对供应商产品性价比的综合评估，决定逐步减少对芜湖德鑫科技股份有限公司的采购规模，因此退出了公司前五大供应商名单。

(2) 2025 年度较 2024 年度变动情况

2025 年度，公司前五大供应商中新增宁波精成电机有限公司，减少了昆山隆泰汽车配件有限公司。

宁波精成电机有限公司 2025 年采购额较 2024 年度增长至 9,274.43 万元，同比增加 1,890.83 万元，增幅为 25.61%，增长原因主要系该公司电机产品具备较高的性价比，公司因此主动提升了其采购份额。受此影响，宁波精成电机有限公司在 2025 年度跻身公司前五大供应商行列。

与此同时，昆山隆泰汽车配件有限公司的采购规模有所收缩，主要系受其配套的部分天窗销量下降，以及行业价格年降政策的双重影响，其采购额相应减少，导致其退出了公司前五大供应商名单。

综上所述，报告期内，发行人主要供应商变动具有合理性。

3、是否存在供应商主要向发行人销售、成立后短期内成为发行人主要供应商、客户指定供应商的情形及原因

(1) 不存在供应商主要向发行人销售、成立后短期内成为发行人主要供应商得情形

报告期内，发行人主要供应商中，不存在主要向发行人销售、成立后短期内

成为发行人主要供应商得情形。发行人报告期内主要供应商基本情况参见本回复之“问题 7”之“二、（一）1、报告期内主要供应商基本情况”。

（2）客户指定供应商的情形

针对公司向奇瑞控股销售的玻璃升降器产品，奇瑞控股通常会指定个别原材料（如特定型号的电机、钢丝绳等）。在非奇瑞控股客户中，长安汽车亦基于类似原因，在部分项目中指定了特定型号的润滑油供应商。宁波圣龙基于产品性能需求，在部分项目中指定采用特定型号的进口金属粉。

① 涉及的交易主体，购销内容、金额及占比，发生原因及合理性

报告期内，客户指定供应商的情形具体如下：

客户	指定的供应商	购销内容	采购金额（万元）			占同类产品采购比重（%）		
			2025 年度	2024 年度	2023 年度	2025 年度	2024 年度	2023 年度
奇瑞控股	宁波精成电机有限公司	电机	9,274.43	7,383.60	3,612.25	28.32	22.59	14.36
奇瑞控股	海城正昌工业有限公司	钢丝绳	133.98	106.56	64.34	4.60	3.69	2.87
奇瑞控股	贝卡尔特（沈阳）精细帘线有限公司	钢丝绳	267.36	188.62	101.07	9.17	6.54	4.50
长安汽车	克鲁勃润滑剂（上海）有限公司	润滑脂	43.94	31.79	-	9.96	7.55	-
宁波圣龙	赫格纳斯（中国）有限公司	金属粉	378.99	454.77	312.93	6.92	8.23	9.22

注 1：由于客户指定的供应商采购的产品，由于无法区分是否专用于该客户，因此将该客户该产品的全部采购额进行列示。

注 2：钢丝绳同类产品采购占比选取的是其采购额占钢丝绳及其总成的采购总额的比重。

注 3：占同类产品采购比重=指定客户的该产品的全部采购额/指定的产品的公司采购总额。

针对客户指定发行人供应商的情形，主要原因系因客户针对关键零部件已完成相关试验验证，为降低开发及质量风险，要求采用其指定型号的原材料。在相关采购活动中，公司均独立开展供应商询价、合同谈判与签署、结算及付款等全部商务流程，确保采购工作的自主性、规范性及内部控制的有效性。公司与上述客户指定供应商均系正常的采购交易。

综上所述，报告期内，发行人主要供应商中，不存在主要向发行人销售、成立后短期内成为发行人主要供应商得情形；报告期内，发行人客户指定供应商的情形具有合理性。

②相关交易定价及结算模式

在定价机制方面，公司坚持市场化原则与自主定价权，未因供应商系客户指定而丧失议价能力。对于指定供应商提供的原材料，公司依据市场公允价格及成本效益原则自主确定采购价格。

在结算模式方面，尽管相关供应商由客户指定，但公司在交易中始终保持经营与财务的独立性，所有采购与销售结算均通过公司自主建立的资金结算系统完成，不依赖也不通过客户进行资金归集或代收代付，确保了公司现金流的独立运转与财务核算的完整性。

③客户指定供应商采购的价格公允性

由于客户指定其他类型原材料采购金额较小，此处重点论证发行人向宁波精成电机有限公司采购价格公允性。

报告期内，公司客户指定供应商的情形与同类产品价格比较情况如下所示：

单位：元/件

项目		采购单价		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
电机	宁波精成电机有限公司	*	*	*
	同类产品	27.93	29.97	31.59

注：*为公司已申请信息披露豁免。

宁波精成电机有限公司的采购单价略低于同类产品均价，主要因其向公司供应的产品以玻璃升降器电机为主，而升降器电机的单价普遍低于汽车天窗电机，因此公司向宁波精成电机有限公司的采购电机价格总体略低于公司电机采购均价。

综上所述，报告期内，发行人对客户指定供应商采购的价格具有公允性。

④说明供应商及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系、是否存在异常资金往来，是否存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形。

发行人与客户指定供应商及其主要人员与发行人及其董监高等相关人员不存在关联关系，除日常正常交易外不存在异常资金往来，不存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形。

（二）说明主要原材料的采购均价变动情况，结合各类原材料的市场供应情况、定价模式、公开市场价格变动情况等，分析相关材料采购定价是否公允，价格变动的合理性

1、发行人主要原材料的采购均价变动情况

报告期内，公司主要的采购内容包括电机、注塑件、滑轨总成、钣金件和玻璃原片等。报告期内，公司主要原材料金额及占当期原材料采购总额的比例情况如下表所示：

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度
电机	数量（万件）	1,172.63	1,090.58	796.40
	金额（万元）	32,754.32	32,683.49	25,161.78
	不含税平均单价（元/件）	27.93	29.97	31.59
注塑件	数量（万件）	8,154.51	7,875.66	5,948.19
	金额（万元）	12,722.99	14,317.05	11,815.74
	不含税平均单价（元/件）	1.56	1.82	1.99
滑轨总成	数量（万件）	233.83	233.66	165.47
	金额（万元）	12,992.50	11,978.32	8,870.19
	不含税平均单价（元/件）	55.56	51.26	53.60
钣金件	数量（万件）	2,530.80	2,490.68	1,955.33
	金额（万元）	11,215.52	11,695.49	9,344.77
	不含税平均单价（元/件）	4.43	4.70	4.78
玻璃原片	数量（万件）	242.22	237.39	173.57
	金额（万元）	9,526.67	10,302.38	7,946.71
	不含税平均单价（元/件）	39.33	43.40	45.78

报告期内，公司主要原材料涵盖电机、注塑件、滑轨总成、钣金件及玻璃原片等类别，上述物资市场供应成熟、资源获取渠道稳定。为保障供应链的及时与稳定，公司与多家供应商建立了长期稳定的合作关系，公司供应链结构较为多元、依赖风险较低。

从采购价格来看，电机、注塑件、钣金件及玻璃原片采购单价报告期内呈下行趋势，2023 年至 2025 年度，电机单价自 31.59 元/件降至 27.93 元/件，注塑件自 1.99 元/件下降至 1.56 元每件，钣金件自 4.78 元/件下降至 4.43 元/件，玻璃原

片自 45.78 元/件降至 39.33 元/件，以上变动主要受产品价格年降影响。而滑轨总成及钣金件因规格品类较多，采购单价在不同年度间存在一定波动，总体变动幅度较小。

综上所述，报告期内，发行人主要原材料的采购均价具有合理性。

2、发行人各类原材料的市场供应情况、定价模式、公开市场价格变动情况

报告期内，公司主要的采购内容包括电机、注塑件、滑轨总成、钣金件和玻璃原片等。

（1）市场供应情况

①电机

发行人所采购的电机主要包括汽车天窗电机和玻璃升降器电机，这两类电机作为车窗及天窗系统的核心动力源，在整车智能化、电动化趋势下，其技术性能与可靠性日益受到主机厂重视。公司主要电机供应商包括宁波市欣新电器科技有限公司、宁波精成电机有限公司、南通联科汽车零部件股份有限公司以及广东德昌电机有限公司等，均为国内具备一定技术积累和量产能力的专业电机制造商。

全球电机市场形成三级竞争梯队：国际企业如博世、博泽凭借技术优势占据高端市场；国内企业如德昌电机通过成本优势与快速响应能力，在产品市场形成竞争力；新兴品牌则通过聚焦细分场景实现突破。

②注塑件

报告期内，发行人所采购的注塑件主要包含前后横梁总成、玻璃托架总成及塑料软管等，广泛应用于汽车天窗系统、门窗升降机构及辅助功能模块中。通过注塑工艺成型的热塑性塑料部件，主要承担轻量化结构支撑、运动导向、减摩降噪等功能，是实现系统精密、平稳、安静运行的关键组成部分。公司主要注塑件供应商包括芜湖德鑫科技股份有限公司、南通斌奥工业科技有限公司、江西莲雄实业有限公司等。

从市场供应格局来看，我国汽车注塑件行业已形成较为成熟且高度本地化的供应链体系。国内汽车注塑件供应商主要集中于长三角（如江苏、浙江、上海）、珠三角（广东）及中部地区（如安徽、江西、湖北）。上述区域依托整车厂布局，

形成了“主机厂—一级供应商—注塑配套企业”的紧密协作生态。目前，汽车注塑件行业参与者众多，市场供应稳定。

③滑轨总成

滑轨总成是一种由金属（如铝合金）或其他工程材料制成的槽状或脊状结构件，主要用于承受载荷、固定位置、引导运动部件并显著降低摩擦阻力。在汽车天窗系统中，滑轨总成通过其表面的纵向槽或导引结构，精准约束天窗玻璃或遮阳板的运动轨迹，从而实现平稳、静音、可靠的开启与关闭功能，是保障天窗系统耐久性、安全性和用户体验的核心机械组件。公司主要滑轨总成供应商包括宣城南铝创佳金属科技有限公司和安徽瑞佳智能装备有限责任公司等。

国内汽车滑轨总成产业已形成以长三角（安徽、江苏、浙江）、珠三角及中部汽车制造带为核心的供应网络。安徽作为近年来新能源汽车的重要生产基地，吸引了大量二级、三级零部件企业集聚。宣城、芜湖、合肥等地涌现出一批专注于精密金属结构件、导轨类功能件的制造企业，具备从原材料开平、模具开发、连续冲压/滚压到电泳/喷涂表面处理的一体化能力，可实现“小时级”响应主机厂及一级供应商的 JIT（Just in Time，准时化生产）交付需求。

④钣金件

报告期内，发行人所采购的钣金件主要包含玻璃支撑架、玻璃前加强筋、导轨总成和马达支架等。钣金件由金属薄板通过冲压、折弯等工艺制成的结构件与功能件，用于安装固定、支撑玻璃、传递动力并引导运动轨迹，是确保其精准、平稳、可靠运行的核心基础构件。公司主要钣金件供应商包括泰州市双宇汽车零部件有限公司和芜湖科云汽车零部件有限公司等。

国内汽车钣金件市场供应体系高度成熟，已形成以长三角（江苏、安徽、浙江）、珠三角及中部汽车产业带为核心的区域化产业集群。这些地区紧邻比亚迪、蔚来、吉利、奇瑞等主流整车厂，聚集了大量具备模具开发、精密冲压、自动化焊接及表面处理能力的本土供应商，本土钣金厂商能够高效支持主机厂从同步开发、快速打样到大批量 JIT（Just in Time，准时化生产）交付的全周期需求，在响应速度、成本控制和服务灵活性方面显著优于外资企业。国内汽车钣金件市场整体供应稳定、竞争有序，为整车及一级供应商提供了可靠、高性价比的配套保

障。

⑤玻璃原片

玻璃原片指的是在天窗玻璃进行任何后续加工（如弯曲、钢化、夹层、镀膜等）之前，由玻璃制造商生产出来的基础、平整的玻璃板材，是制造最终汽车天窗的基础原材料。公司主要玻璃原片供应商包括龙口市兴民安全玻璃有限公司和福耀玻璃（湖北）有限公司等。

目前，国内汽车级玻璃原片市场已形成以福耀玻璃、信义玻璃、南玻集团等头部企业为主导的供应格局，整体呈现“集中度高、技术壁垒强、车规认证严”的特点。头部企业通过自建或战略合作方式向上游延伸，确保原片品质可控；而中小型深加工厂则多依赖福耀、信义等提供的“原厂原片”，以保障产品一致性和主机厂准入资格。其中，龙口市兴民安全玻璃有限公司凭借其交付速度快、产品一致性强、综合采购成本低的高性价比特质，已作为行业优质供应商，成功进入毓恬冠佳、伟巴斯特、天运股份等知名天窗系统制造商的供应链体系，其产品品质与市场认可度备受业界信赖。整体来看，汽车天窗用玻璃原片供应稳定。

（2）定价模式

公司所采购的电机、注塑件、滑轨总成、钣金件及玻璃原片等主要原材料，整体采用以成本加成为主的定价机制，并结合市场供需状况、产品特性及行业惯例进行合理调整。上述细分领域工艺成熟、供应链体系完善、市场竞争充分，价格透明度高，具备良好的可比性与稳定性。

其中，电机作为核心动力部件，其价格主要由铜、磁材等原材料成本、制造费用（含人工与设备折旧）以及必要的技术附加值构成。国内供应商已具备成熟的量产能力和快速响应能力，在充分竞争的市场环境下，普遍在成本基础上加成合理利润定价；对于高端或定制化产品，则根据技术复杂度适度上浮。

注塑件和玻璃原片属于非金属类原材料，标准化程度高、供应稳定。注塑件依托热塑性塑料原料价格公开透明、模具费用可摊销至批量订单、生产工艺高度成熟等特点，普遍采用“材料成本+加工费+合理毛利”的成本加成模式，价格体系清晰，议价空间有限。玻璃原片价格则由福耀、信义等行业龙头主导，受纯碱、石英砂及能源成本影响，虽市场集中度较高，但因产品高度标准化且供应保障能

力强，定价仍以成本加成为基础，并参考行业主流水平执行。

滑轨总成与钣金件作为金属结构件，其成本中铝、钢等大宗商品占比较高，因此在成本加成的基础上，需动态联动原材料市场价格波动进行调整。依托长三角等地成熟的本地化产业集群，其冲压、滚压、表面处理等工艺已高度成熟，产能充足，整体价格维持在合理且透明的区间内。

此外，公司作为一级供应商，在与整车厂合作中普遍接受年度降本要求。因此，每年在确保质量与交付的前提下，会结合同行业价格水平、原材料走势及自身采购规模，与供应商协商实施合理的价格年降机制，持续优化原材料采购成本结构。

（3）公开市场价格变动情况

公司采购的电机、注塑件、铝滑轨、钣金件及玻璃原片等主要原材料，普遍为非标准化、高度定制化的产品，供应商根据公司具体产品的设计要求进行开发与生产，无法获取具有广泛可比性的公开市场价格。以上物料不属于大宗商品，缺乏统一规格、通用质量标准 and 流通性，因此不存在公开、透明、连续且具参考意义的市场报价体系，其价格主要通过供需双方协商确定。

首先，上述产品高度依赖下游整机的设计需求，属于典型的“按需定制”类零部件。例如，电机需根据电压、转速、功率、安装尺寸等参数专门选型或开发，不同项目间差异显著；注塑件则依据产品结构、装配关系及外观要求定制模具，材料种类、颜色、公差等均需精准匹配，几乎每款均为专属设计，不具备通用性。

其次，滑轨总成和钣金件虽以铝材、钢板等基础金属为原料，但需经裁切、冲压、折弯、表面处理等多道工序，并配合整机结构进行定制化设计。其长度、承重、滑动性能、安装孔位等技术指标因项目而异，难以标准化，价格更多反映供应商的工艺能力和工程配合水平，而非仅材料成本。

此外，公司所用玻璃原片虽为基础材料，但通常需满足特定厚度、尺寸、透光率、安全等级及边缘处理等要求，实际采购的是面向后续加工的定制化半成品，而非市场流通的普通浮法玻璃，因此价格包含加工适配成本，难以直接对标大宗商品玻璃行情。

上述原材料具有显著的非标性、项目绑定性和技术协同特征，定价机制以“成

本+合理利润+技术附加值”为基础，通过一对一询价、长期协议或项目制报价等方式协商确定。公司采购决策更侧重供应商的技术能力、质量稳定性、交付保障及同步开发支持。

3、发行人所采购相关材料采购定价是否公允，价格变动的合理性

尽管电机、注塑件、滑轨总成、钣金件及玻璃原片均为高度定制化的非标产品，缺乏公开统一的市场价格，但其定价普遍采用“成本加成+合理利润+技术附加值”的协商机制，符合汽车零部件行业惯例。同时，相关细分领域供应链成熟、竞争充分，公司与多家具备量产能力的本土供应商保持长期合作，有效保障了议价基础和价格合理性。

报告期内，主要原材料采购均价整体呈下降趋势，整体价格变动逻辑清晰、依据充分，未发现异常偏离成本或市场环境的情形，体现了采购定价的公允性与价格调整的合理性。

综上所述，发行人主要原材料采购定价具有公允性，价格变动具有合理性。

（三）说明电机、注塑件等主要原材料的采购量、耗用量、库存量与发行人产品产量、销量之间的勾稽关系

1、主要原材料的采购量、耗用量、库存量情况

报告期内，公司主要的采购内容包括电机、注塑件、滑轨总成、钣金件和玻璃原片。报告期内，公司主要原材料的采购量、耗用量、库存量的勾稽关系如下：

单位：万台、万件

主要原材料	期初库存数量	本期采购量	本期耗用量	期末库存数量
2025 年度				
电机	16.15	1,172.63	1,175.38	13.40
注塑件	69.56	8,154.51	8,188.91	35.16
滑轨总成	1.20	233.83	234.99	0.04
钣金件	21.55	2,530.80	2,542.89	9.45
玻璃原片	1.02	242.22	243.15	0.09
2024 年度				
电机	21.29	1,090.58	1,095.72	16.15
注塑件	63.09	7,875.66	7,869.19	69.56

滑轨总成	1.20	233.66	233.66	1.20
钣金件	15.63	2,490.68	2,484.76	21.55
玻璃原片	0.45	237.39	236.82	1.02
2023 年度				
电机	16.96	796.40	792.08	21.29
注塑件	39.12	5,948.19	5,924.22	63.09
滑轨总成	0.71	165.47	164.98	1.20
钣金件	10.94	1,955.33	1,950.64	15.63
玻璃原片	1.08	173.57	174.20	0.45

由上表所示，报告期内，公司主要原材料的采购规模与消耗水平随业务规模的扩张呈同向联动，两者匹配程度较高。受益于公司推行的精益库存管理体系，主要原材料库存水位维持在合理低位，实现了高效的库存周转，体现了公司较强的供应链协同与风险控制能力。

2、主要原材料与产品产量和销量相匹配

报告期内，公司原材料供应体系与产品结构高度契合。其中电机、注塑件及钣金件作为主要原材料，应用于天窗系统与玻璃升降器总成；而滑轨总成及玻璃原片作为主要原材料，配套于汽车天窗产品。

报告期内，发行人汽车天窗及玻璃升降器的产销情况如下：

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度
汽车天窗	产量（万台）	131.83	131.33	105.39
	销量（万台）	133.74	128.42	105.11
	产销率	101.45%	97.78%	99.74%
玻璃升降器	产量（万件）	913.76	859.33	604.58
	销量（万件）	921.25	840.09	601.22
	产销率	100.82%	97.76%	99.44%

报告期内，公司汽车天窗和玻璃升降器的产销量基本持平，产量、销量具有匹配性。

发行人主要原材料与对应产品的产量匹配关系如下：

单位：万台、万件

主要原材料	对应产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度
电机	消耗量	1,175.38	1,095.72	792.08
	汽车天窗和玻璃升降器产量	1,045.58	990.66	709.97
	消耗量/产量	1.12	1.11	1.12
注塑件	消耗量	8,188.91	7,869.19	5,924.22
	汽车天窗和玻璃升降器产量	1,045.58	990.66	709.97
	消耗量/产量	7.83	7.94	8.34
钣金件	消耗量	2,542.89	2,484.76	1,950.64
	汽车天窗和玻璃升降器产量	1,045.58	990.66	709.97
	消耗量/产量	2.43	2.51	2.75
滑轨类	总成形式（滑轨总成）	234.99	233.66	165.47
	配件形式（滑轨配件）	30.31	30.25	46.48
	滑轨类合计	265.30	263.91	211.95
	汽车天窗产量	131.83	131.33	105.39
	消耗量/产量	2.01	2.01	2.01
玻璃原片	消耗量	243.15	237.39	173.57
	汽车天窗产量	131.83	131.33	105.39
	消耗量/产量	1.84	1.81	1.65

报告期内，发行人电机和滑轨类原材料单位产品耗用量总体保持稳定。

报告期内，注塑件、钣金件等结构件的单位耗用量呈逐年下降趋势，主要系公司深度推行 VAVE（价值工程）管理体系所致。公司与上游供应商通过零件集成化设计（如将多组件分体结构优化为一体化注塑成型方案），在确保性能的前提下削减了子件数量。此举不仅直接降低了材料成本与物料清单（BOM）复杂度，亦有效缩短了产品装配周期，提升了生产自动化效率。

玻璃原片的单位配比系数呈逐年上升态势，原因系：公司产品结构向高价值量全景天窗转型。由于单台全景天窗需配置 2 片玻璃原片，而传统小天窗单耗仅为 1 片，报告期内，全景天窗的销量占比由有所提高，从而拉动了玻璃原片的单位产品耗用量。

综上所述，报告期内，发行人主要原材料与产品产量和销量具有较好的匹配关系。

(四) 说明与主要客户的合同中关于质保服务的约定及执行情况，会计处理方式是否合规，各期质保计提、支出与业务活动的匹配关系

1、发行人与主要客户的合同中关于质保服务的约定及执行情况

报告期内，发行人与主要客户的合同中关于质保服务的约定如下：

客户	合同中关于质保服务的约定
奇瑞控股	由于供应商提供的合同货物导致奇瑞公司向消费者承担“三包责任”的，供应商应赔偿奇瑞公司据此承担的所有费用。三包责任，包括但不限于奇瑞公司根据三包规定向消费者承担的修理、更换和退货责任。
长安汽车	甲方在收货入库、抽查检验/试验、生产制造、售后服务等过程中所发现的质量问题，有权拒收并可以选择要求乙方更换、修理、退货，并有权采取包括但不限于限期整改、减少乙方的供货数量或者比例、停止供货、扣除该产品部分或者全部货款等措施，乙方对甲方由此产生的直接或者间接的损失有义务予以无条件全部赔偿。这些赔偿包括因车辆或物资的生产因故而按非常规程序操作、生产中断或延误、生产线速度减慢、工厂停工，以及市场三包维修、召回行动等造。
上汽通用五菱	索赔内容包括：甲方的损失、由甲方承担的第三方的损失，和违反主合同及合同附件规定所产生的违约金。包括但不限于以下索赔：正常三包维修、违反PPAP 流程、实物质量监督抽检不合格、停线、整车工厂连带物料报废、KD 零件质量问题、出口整车质量问题、售后特殊事件、售后市场活动、召回、厂内整车或发动机批量排查/返修、发动机工厂连带料废、发动机工厂 3C 件料废超标产生的加工成本损失、发动机工厂零件质量问题导致刀具报废、缺件补装、安全事故、延迟供货、计划调整、违反包装要求、零件关联断点损失索赔、紧急运输、甲方因乙方停供而切换供应商产生的额外费用、甲方派往乙方支持生产的人工费用。
吉利汽车	因卖方原因，包括但不限于卖方产品的设计、制造等方面的缺陷或转交第三方等原因造成买方损失(不包括对已发生的问题是买方书面认可的缺陷，买方接收产品并不意味着该缺陷经过买方认可)，卖方应承担汽车召回、三包等相应赔偿责任。
PanklGroup	在供应商确认相关的售后责任后，SHW 有权从应付款中扣除直接和间接成本。

上述主要客户中，奇瑞控股、长安汽车、上汽通用五菱及吉利汽车均为面向终端消费者的国内整车制造商，直接受《家用汽车产品修理更换退货责任规定》（即“汽车三包”法规）约束。为将法规责任有效传导至供应链上游，上述客户在采购合同中均设置了严格的质保责任条款。而 PanklGroup 主要向发行人采购粉末冶金零部件，双方签订的合同中仅对常规的售后责任进行了约定。

综上所述，报告期内，发行人主要客户合同中对质保服务进行了约定，发行人按约定履行质保义务。

2、发行人针对质保服务的会计处理符合规定

根据《企业会计准则解释第 18 号》《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）第三十三条等有关规定，对于不属于单项履约义务的保证类质量保证，企业应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》（财会〔2006〕3 号）规定进行会计处理。在对因上述保证类质量保证产生的预计负债进行会计核算时，企业应当根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》有关规定，按确定的预计负债金额，借记“主营业务成本”、“其他业务成本”等科目，贷记“预计负债”科目。

报告期内，发行人根据相关质量条款约定，基于历史经验数据，对售后质量问题计提的质量保证金，具体核算如下：

（1）计提：在确认对相关业务收入时按照收入总额的 1%计提售后费用。

借：营业成本---售后费用

贷：预计负债

（2）结算：

①在实际发生售后费用时，公司将实际发生的质量索赔款冲减预计负债。

借：预计负债

贷：应收账款

②若质量索赔与供应商有关，公司会对供应商进行追偿，并对前述预计负债的抵减进行回冲

借：应付账款

贷：预计负债

报告期内，发行人质保金会计处理符合《企业会计准则》的规定。

3、各期质保计提、支出与业务活动的匹配关系

（1）除粉末冶金零部件业务外，汽车天窗、玻璃升降器、电子控制单元业务均按照 1%计提预计负债

报告期，公司的质保金计提、结算情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
①质保金期初余额	2,579.27	2,655.15	1,735.83
②质保金计提	1,676.04	1,728.21	1,420.02
③质保金结算	1,706.52	1,804.09	500.70
④=①+②-③质保金期末余额	2,548.80	2,579.27	2,655.15
⑤主营业务收入(不含粉末冶金零部件)	167,604.35	172,820.96	142,002.54
⑥=②/⑤计提质保占主营业务收入比重	1.00%	1.00%	1.00%

如上表所示，报告期内，公司计提质保占主营业务收入（不含粉末冶金零部件）的比重分别均为 1%。

同行业可比公司毓恬冠佳披露，其质量三包费的计提比例为主营业收入的 1.00%，与发行人一致。

（2）粉末冶金零部件业务，不计提预计负债

公司的汽车天窗、玻璃升降器、电子控制单元业务直接面向整车厂，与主要客户的销售合同条款中明确约定“售后三包”责任。基于实质性义务及行业惯例，公司结合历史发生的质量索赔金额，对此类业务按照收入额的 1%计提了预计负债，以准确反映售后服务可能产生的现时义务

而公司的粉末冶金零部件业务的客户主要为汽车零配件厂商，其主要客户的合同中只是约定了常规质量保证条。且在产品属性上，粉末冶金零部件的单件货值较低，历史上没有发生过大额的质量索赔情况，因此公司未对该业务计提预计负债。根据公开信息检索，同处粉末冶金制造行业的海昌新材、九菱科技和明阳科技等，均未计提预计负债。因此，公司针对粉末冶金零部件不计提预计负债，符合业务实质与行业通行做法，会计处理具备合理性。

综上所述，报告期内，发行人质保金会计处理符合《企业会计准则》的规定，质保金计提、支出与业务活动相匹配，质保金计提符合行业惯例。

（五）结合销售过程中运费承担情况，说明报告期内运输费用变动与销量、金额、销售区域、运输方式及里程的匹配关系

1、销售过程中运费承担情况

内销模式下，根据与多数客户就运费承担方式达成的约定，产品销售相关运

费均由发行人承担。

外销模式下，发行人多与客户采用 FOB 方式进行结算，发行人仅承担从生产基地至出口港的运费。

报告期内，发行人与客户关于运费的承担方式未出现重大变化。

2、报告期内运输费用变动与销量、金额的匹配情况如下

单位：万元				
对应业务		2025 年度	2024 年度	2023 年度
汽车天窗、玻璃升降器	运费	1,144.96	1,383.67	1,427.29
	收入	165,805.44	170,159.54	135,975.88
	运费/收入比例	0.69%	0.81%	1.05%
	销量	1,054.99	968.51	706.33
	运费/销量比例	1.09	1.43	2.02
粉末冶金零部件	运费	606.18	740.63	539.25
	收入	24,310.66	22,443.09	14,811.17
	运费/收入比例	2.49%	3.30%	3.64%
	销量	3,014.83	2,630.63	1,820.62
	运费/销量比例	0.20	0.28	0.30
电子控制单元及其他	运费	15.07	8.62	22.75
	收入	1,798.91	2,661.42	6,026.66
	运费/收入比例	0.84%	0.32%	0.38%
	销量	129.90	86.23	183.35
	运费/销量比例	0.12	0.10	0.12
合计	运费	1,766.21	2,132.92	1,989.29
	收入	191,915.01	195,264.05	156,813.71
	占比	0.92%	1.09%	1.27%

报告期内，发行人运输费用占销售数量和金额的比例整体上呈现逐年下降的趋势，主要原因：一是国内物流市场价格下行，根据《2024 年全国物流运行情况通报》、《2025 年全国物流运行情况通报》报道，全社会物流成本持续降低；二是公司通过整合物流服务商资源、优化运输路线等措施，进一步实现物流成本

的下降；三是受客户供应链成本优化及物流资源整合影响，选择自行承担运费的客户比例逐年上升。

3、报告期内，发行人主要客户对应的销售区域、运输方式以及里程情况

报告期内，受汽车天窗以及玻璃升降器总成件体积大、精密程度高的特点以及下游整车厂执行 JIT（Just in Time，准时化生产）生产模式的影响，发行人为保障供应的及时性和稳定性，在主要客户所在地周边均配套设立了生产基地，主要运输距离基本在 100 公里以内，距离相对较短。同时为配合整车厂生产、保障产品供应，发行人采用循环发货方式以确保配送的及时性，运费结算主要按照运次计量。

除汽车天窗、玻璃升降器业务外，粉末冶金零部件和电子控制单元业务的客户相对分散，产品体积较小，物流运输半径相对较长。粉末冶金零部件的客户主要集中于长三角区域，粉末冶金零部件运输主要从山东至长三角区域，运输距离在 500-1000 公里，运费主要按照重量结算，此外，粉末冶金零部件业务产品部分销售系外销，主要以 FOB/CIF 模式为主。

报告期内，发行人主要客户对应的销售区域及对应运输费用的匹配关系如下：

单位：万元						
期间	地区	运输费用		销售收入		运输费用占销售收入的比例
		金额	占比	金额	占比	
2025 年度	内销	1,663.33	94.18%	186,364.01	96.88%	0.89%
	其中：华东	1,169.03	66.19%	124,244.67	64.59%	0.94%
	其他	494.31	27.99%	62,119.34	32.29%	0.80%
	外销	102.87	5.82%	6,005.79	3.12%	1.71%
	合计	1,766.21	100.00%	192,369.80	100.00%	0.92%
2024 年度	内销	2,016.37	94.54%	189,669.27	96.99%	1.06%
	其中：华东	1,614.96	75.72%	152,408.34	77.93%	1.06%
	其他	401.39	18.83%	37,260.93	19.04%	1.08%
	外销	116.55	5.46%	5,894.88	3.01%	1.98%
	合计	2,132.92	100.00%	195,564.15	100.00%	1.09%
2023 年	内销	1,893.54	95.19%	152,487.88	97.02%	1.24%

度	其中：华东	1,524.02	76.61%	122,670.62	78.05%	1.24%
	其他	369.53	18.56%	29,817.26	18.96%	1.24%
	外销	95.75	4.81%	4,689.70	2.98%	2.04%
	合计	1,989.29	100.00%	157,177.59	100.00%	1.27%

报告期各期，公司的销售收入分别为 157,177.59 万元、195,564.15 万元和 192,369.80 万元，运输费用分别为 1,989.29 万元、2,132.92 万元和 1,766.21 万元，两者变动趋势基本一致。公司内销区域主要集中地区与运输费用所对应的区域基本匹配。

综上所述，报告期内发行人运输费用变动与销量、金额、销售区域、运输方式及里程具有匹配性。

三、毛利率变动的合理性

（一）说明各细分产品的销售均价、单位成本及成本构成、毛利率情况，说明细分产品毛利率变动趋势不一致的原因及合理性；结合前述事项、产品构成变动等，量化分析报告期内综合毛利率变动的主要影响因素，说明报告期内毛利率波动的原因及合理性。

1、说明各细分产品的销售均价、单位成本及成本构成、毛利率情况，说明细分产品毛利率变动趋势不一致的原因及合理性

报告期内，公司主要产品为汽车天窗、玻璃升降器和粉末冶金零部件，上述产品报告期内收入合计分别为 150,787.05 万元、192,602.64 万元和 190,116.10 万元，占主营业务收入的比例分别为 96.16%、98.64%和 99.06%。

报告期内，公司主要产品的销售单价、单位成本、毛利率情况如下：

单位：元、%

产品名称	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率
汽车天窗	828.64	666.66	19.55	917.13	723.16	21.15	925.89	727.89	21.38
玻璃升降器	59.68	52.47	12.09	62.35	54.48	12.62	64.30	56.55	12.05
粉末冶金零部件	8.06	5.81	27.94	8.53	6.12	28.28	8.14	6.04	25.74

注：汽车天窗的单价为元/台，玻璃升降器及粉末冶金零部件的单价为元/件

报告期内，公司主要产品的单位成本构成情况如下：

单位：元/台、元/件、%

产品类型	成本构成	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车天窗	直接材料	585.96	87.90	643.20	88.88	636.87	87.49
	直接人工	27.96	4.19	30.58	4.23	33.34	4.58
	制造费用及其他	52.74	7.91	49.38	6.89	57.68	7.92
	小计	666.66	100.00	723.16	100.00	727.89	100.00
玻璃升降器	直接材料	45.84	87.37	47.95	88.02	49.32	87.23
	直接人工	2.22	4.23	2.51	4.62	2.75	4.86
	制造费用及其他	4.41	8.40	4.01	7.37	4.48	7.92
	小计	52.47	100.00	54.48	100.00	56.55	100.00
粉末冶金零部件	直接材料	1.97	33.95	1.91	31.37	2.11	35.00
	直接人工	1.55	26.68	1.54	25.30	1.33	22.09
	制造费用及其他	2.29	39.38	2.67	43.34	2.59	42.91
	小计	5.81	100.00	6.12	100.00	6.04	100.00

（1）汽车天窗分析

报告期内，公司汽车天窗的毛利率分别为 21.38%、21.15%和 19.55%。

2024 年度，与上年度相比，汽车天窗售价与成本的下降幅度较为接近，毛利率较上期基本持平。

2025 年度，与上年度相比，汽车天窗毛利率有所下滑，主要系：①当期下游整车厂商市场竞争较为激烈，整车厂为进一步控制成本，公司天窗产品降价及返利幅度较大所致；②细分产品类型变动所致。

（2）玻璃升降器分析

报告期内，公司汽车玻璃升降器的毛利率分别为 12.05%、12.62%和 12.09%。

报告期各期，玻璃升降器的毛利率较为稳定，各期产品销售单价和单位成本下降幅度基本保持一致，从而导致毛利率较为稳定。

（3）粉末冶金零部件分析

报告期内，粉末冶金零部件的毛利率分别为 25.74%、28.28%和 27.94%。

2024 年度，与上年度相比，粉末冶金零部件的毛利率有所上升，主要系：
①当期采购的主要原材料金属粉末价格有所下降；②细分产品结构差异所致，当期部分油泵类粉末冶金量产并推向市场，该类产品毛利率较高，拉升了毛利率。

2025 年度，粉末冶金零部件的毛利率与 2024 年度基本持平。

综上所述，报告期内，发行人各主要细分产品毛利率变动具有合理性。

2、结合前述事项、产品构成变动等，量化分析报告期内综合毛利率变动的主要影响因素，说明报告期内毛利率波动的原因及合理性

报告期内，公司综合毛利率的变动主要由产品收入结构变化、各细分产品毛利率变动决定。

报告期内，公司综合毛利率、主要产品毛利率的基本情况如下：

单位：%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
汽车天窗毛利率	19.55	-1.60	21.15	-0.24	21.38
玻璃升降器毛利率	12.09	-0.53	12.62	0.57	12.05
粉末冶金零部件毛利率	27.94	-0.34	28.28	2.54	25.74
综合毛利率	18.71	-1.20	19.91	-0.09	20.00

报告期内，公司主要产品占主营业务收入的比例如下：

单位：%

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
汽车天窗	57.75	60.32	62.06
玻璃升降器	28.65	26.83	24.65
粉末冶金零部件	12.67	11.49	9.45
合计	99.06	98.64	96.16

2024 年度，公司综合毛利率水平较上年相比基本持平。主要系在产品收入结构未发生较大变化的前提下，收入占比较大汽车天窗毛利率小幅下滑，但收入占比较小的粉末冶金零部件毛利率有所上升，二者影响相互抵消后，导致当期综合毛利率水平未发生较大变化。

2025 年度，公司综合毛利率水平较上年下降 1.20%，略有下滑。主要系收入

占比较大的汽车天窗产品毛利率下滑所致，当期汽车公司汽车天窗毛利率较上年度下降 1.60%。

关于各细分产品毛利率的波动分析原因参见本题“三、（一）1、说明各细分产品的销售均价、单位成本及成本构成、毛利率情况，说明细分产品毛利率变动趋势不一致的原因及合理性”处的回复。

综上所述，报告期内，发行人综合毛利率的变动具有合理性。

（二）说明与同行业公司同类产品毛利率及变动趋势、幅度的对比情况，是否存在较大差异及合理性。

针对汽车天窗产品，发行人选取毓恬冠佳以及天运股份进行毛利率对比，针对玻璃升降器产品，发行人选取华域汽车进行毛利率对比，针对粉末冶金零部件产品，发行人选取海昌新材进行毛利率进行对比。

报告期内，公司与同类产品毛利率的对比情况如下：

单位：%

产品类型	主体	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
汽车天窗	发行人	19.55	-1.60	21.15	-0.24	21.38
	毓恬冠佳	18.07	-0.58	18.65	1.38	17.27
	天运股份	尚未披露	尚未披露	22.15	3.68	18.47
玻璃升降器	发行人	12.09	-0.53	12.62	0.57	12.05
	华域汽车	10.16	-2.18	12.34	-1.43	13.76
粉末冶金零部件	发行人	27.94	-0.34	28.28	2.54	25.74
	海昌新材	27.58	-3.18	30.76	10.61	20.15

注 1：华域汽车未直接披露玻璃升降器产品的毛利率，而是披露了电子电器件（含摇窗机暨玻璃升降器）的毛利率，根据其披露的公告文件，电子电器件的绝大部分销量为玻璃升降器，故使用电子电器件的毛利率匡算玻璃升降器毛利率；

注 2：海昌新材系扬州海昌新材股份有限公司，为保持可比性，上表选取的为该公司应用于汽车零部件行业内粉末冶金零部件产品

（1）汽车天窗

2024 年度，公司汽车天窗毛利率与可比公司不存在重大差异、变动幅度也不存在重大差异。在变动趋势上，公司汽车天窗毛利率微降 0.24%，可比公司毛利率略有提升，主要原因系：①公司与可比公司在业务规模、客户构成、具体产

品结构上并非完全一致，这一业务性质方面的差异导致各家企业的毛利率变动趋势难以保持绝对一致；②各家企业的供应商不同，将下游整车厂的降价压力转移给上游供应链的能力也处于动态变化之中，难以从成本端保证两家企业毛利率的变动趋势绝对一致；③各家企业的生产效率、管理效率也是影响毛利率水平的重要因素之一，即使经营相同产品，各家企业在上述方面依然存在差异，一定程度导致毛利率的变动趋势存在差异；④尽管当期各家企业毛利率的变动趋势存在差异，但从结果上看，各家企业的毛利率更加接近，在市场动态竞争的背景下，这一情况具备合理性。

2025 年度，公司汽车天窗毛利率与可比公司不存在重大差异，并在变动趋势上保持一致。

（2）玻璃升降器

2024 年度，公司玻璃升降器毛利率与可比公司不存在重大差异、变动幅度也不存在重大差异。在变动趋势上，公司汽车天窗毛利率微升 0.57%，可比公司毛利率略有下降，在考虑到当期毛利率差异极小，各家企业在产品构成、成本构成、经营效率等方面存在一定差异后，这一情形具备合理性。

2025 年度，公司玻璃升降器毛利率与可比公司不存在重大差异，并在变动趋势上保持一致。

（3）粉末冶金零部件

2024 年度，公司粉末冶金零部件毛利率与可比公司不存在重大差异，变动趋势上不存在实质性差异。在变动幅度上，存在一定差异，主要原因系：根据海昌新材披露的公告文件，2024 年度，其产品单位成本大幅下降所致，导致毛利率大幅提升。

2025 年度，公司粉末冶金零部件毛利率与可比公司不存在重大差异，并在变动趋势上保持一致。

综上所述，发行人产品毛利率与同行业公司同类产品毛利率相比具有合理性。

（三）说明报告期内主要定点项目的对应客户、收入金额、占比及毛利率情况，分析各定点项目的销售均价、单位成本及构成、毛利率情况，项目毛利率是否发生变动及合理性。

报告期内，公司主要定点项目对应的客户、收入金额及占比情况如下：

单位：万元、%

定点项目	客户	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
*	奇瑞控股	21,238.27	11.04	23,043.27	11.78	18,141.18	11.54
*	奇瑞控股	13,637.97	7.09	16,887.65	8.64	12,029.36	7.65
*	奇瑞控股	13,150.80	6.84	7,202.83	3.68	4,169.52	2.65
*	奇瑞控股	10,858.55	5.64	4,896.46	2.50	1.14	0.00
*	长安汽车	9,349.91	4.86	3,951.05	2.02	-	-
*	奇瑞控股	5,568.92	2.89	10,701.50	5.47	-	-
*	奇瑞控股	5,415.38	2.82	5,889.71	3.01	6,568.20	4.18
*	奇瑞控股	5,113.21	2.66	3,910.24	2.00	5,287.49	3.36
*	奇瑞控股	2,047.75	1.06	3,038.95	1.55	4,903.37	3.12
合计		86,380.74	44.90	79,521.66	40.66	51,100.26	32.51

注 1：主要定点项目的选取标准为覆盖各期前五大定点项目；

注 2：*为公司已申请信息披露豁免。

报告期内，上述主要定点项目的单价、单位成本、毛利率情况如下：

单位：元/台、元/件、%

定点项目	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	-	-	-
*	*	*	*	*	*	*	-	-	-
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

注：*为公司已申请信息披露豁免。

上述项目均为汽车天窗项目，由于各类汽车天窗在所需原料、制造工艺等方面不存在重大差异，因而各汽车天窗项目的单位成本构成基本一致，具体参见本题回复之“三、（一）、1、说明各细分产品的销售均价、单位成本及成本构成、毛利率情况，说明细分产品毛利率变动趋势不一致的原因及合理性”。

报告期内，发行人主要定点项目毛利率总体保持稳定，个别定点项目毛利率变动幅度较大主要系受产品年降情况、产品产销量等因素影响。

综上所述，发行人报告期内主要定点项目毛利率变动具有合理性。

（四）结合定点项目量产及拓展情况、客户年降政策、主要产品及原材料价格变动情况等，说明发行人价格传导机制是否有效，对报告期内及期后业绩的影响情况，毛利率是否存在持续下降风险，并视情况作重大事项提示并充分揭示相关风险。

1、结合定点项目量产及拓展情况、客户年降政策、主要产品及原材料价格变动情况等，说明发行人价格传导机制是否有效，对报告期内及期后业绩的影响情况

（1）项目量产及拓展情况

报告期内，公司主要定点项目的开发及量产情况详见本回复之“问题 5.业绩可持续性 & 单一客户依赖风险”之“四、业绩可持续性”之“（一）说明目前已量产的主要定点项目情况，包括项目名称、配套车型、定点确认、量产供货、预计断点时间及依据，主要项目断点是否会对公司经营稳定性造成不利影响。”以及“（二）说明发行人各期及期后新增定点项目的数量及取得情况，目前已定点确认的尚未量产项目情况、预计量产时间等，发行人储备项目是否充足。”

报告期内，主要定点项目大多保持持续供货，不存在中断销售的情况，不会对公司未来经营稳定性造成重大不利影响。报告期内，公司能够不断拓展新的定点项目，当前已完成定点但尚未进入量产阶段的主要项目数量充足，能够为未来一定期间内公司业绩的稳定性提供有力支撑。

（2）客户年降政策

根据行业惯例，年降政策一般指某款产品在其生命周期内，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。根据公司与主要客户的合作情况，在产品实现批量供货后，整车厂客户通常会每年与公司就既有产品的销售价格进行谈判。

报告期内，发行人年降政策，调价周期以及实际调价情况参见本回复之“问题 7.销售返利及毛利率波动合理性”之一、（三）说明发行人与主要客户关于年降政策约定的主要内容、调价周期、幅度及实际执行情况；按照细分产品类型，列表说明主要定点项目的合同约定价格、年降机制、各年度销售均价变动情况等，说明报告期内汽车天窗等产品销售均价逐期下降的原因及合理性”。

报告期内，由于年降机制的存在，发行人主要细分类型产品单价总体呈下行趋势。但发行人可以从向上游供应商传导价格变动、持续开发新客户新产品等方式抵消年度降价所带来的不利影响。

（3）主要产品及原材料价格变动情况等

在客户要求发行人对主要产品进行年度降价的同时，发行人会要求上游主要原材料供应商进行一定幅度的价格下调从而将产品价格下降的影响向供应链上游进行传导。

报告期内，发行人主要原材料价格变动情况参见本回复“问题 7.销售返利及毛利率波动合理性”之“二、（二）说明主要原材料的采购均价变动情况，结合各类原材料的市场供应情况、定价模式、公开市场价格变动情况等，分析相关材料采购定价是否公允，价格变动的合理性”

报告期内，发行人电机、注塑件、钣金件及玻璃原片等主要原材料价格均呈下降趋势。

（4）说明发行人价格传导机制是否有效

报告内，公司主要产品的价格变动情况如下：

产品分类	2025 年度	2024 年度	2023 年度
汽车天窗（元/台）	828.64	917.13	925.89
玻璃升降器（元/件）	59.68	62.35	64.30

报告期内，公司能够不断拓展新的定点项目，当前已完成定点但尚未进入量产阶段的主要项目数量充足，能够为未来一定期间内公司业绩的稳定性提供有力

支撑。根据公司与主要客户的合作情况，在产品实现批量供货后，整车厂客户通常会每年与公司就既有产品的销售价格进行谈判。发行人汽车天窗、玻璃升降器等主要细分类型产品单价总体呈下行趋势。

在客户要求发行人对主要产品进行年度降价的同时，发行人会要求上游主要原材料供应商进行一定幅度的价格下调从而将产品价格下降的影响向供应链上游进行传导。报告期内，发行人电机、注塑件、钣金件及玻璃原片等主要原材料价格均呈下降趋势。

综上所述，报告期内，发行人主要产品价格传导机制有效。

（5）对报告期内及期后业绩的影响情况

报告期内，公司实现营业收入分别为 157,177.59 万元、195,564.15 万元和 192,369.80 万元，总体呈现增长态势。公司主要定点项目能够保持持续供货，不存在中断销售的情况，能够为报告期内及期后业绩提供有力支撑。

2026 年 1-3 月，公司预计可实现营业收入及归属于母公司所有者的净利润情况预测如下：

单位：万元			
项目	2026 年 1-3 月		2025 年 1-3 月
	金额	变动	金额
营业收入	39,697.89	-4.78%	41,688.72
归属于母公司所有者的净利润	4,475.72	-1.80%	4,557.70
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,214.77	0.46%	4,195.60

注：以上数据未经审计或审阅，不构成对公司盈利预测或承诺。

如上表所示，2026 年一季度，尽管发行人收入规模由于产品价格下降的影响较上年同期存在小幅下降，但发行人扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上年同期基本持平，发行人能够将产品销售价格下降的影响有效传导。

综上所述，报告期内，公司现有主要定点项目能够保持持续供货，并能够不断开拓新项目，已定点但尚未量产的定点项目储备充足。公司能够将下游整车厂的降价压力传导至上游供应商，价格传导机制有效。

2、毛利率是否存在持续下降风险，并视情况作重大事项提示并充分揭示相关风险。

报告期内，公司主要产品的毛利率情况如下：

产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度
汽车天窗	19.55%	21.15%	21.38%
玻璃升降器	12.09%	12.62%	12.05%
粉末冶金零部件	27.94%	28.28%	25.74%

如上表所示，报告期内，公司汽车天窗产品毛利率总体处于下行趋势，变动幅度相对较小。玻璃升降器产品毛利率总体变动较小。粉末冶金零部件产品毛利率呈先增后降的趋势。发行人可以从向上游供应商传导价格变动、持续开发新客户新产品等方式抵消年度降价所带来的不利影响，进而维持毛利率的稳定性。

总体来说，发行人未来产品毛利率持续下降从而对生产经营造成重大不利影响的风险相对可控。

尽管公司可以将下游客户的降价压力传导至上游供应商，但未来依然存在难以充分向上游供应商转移降价压力而产生的毛利率下降风险，发行人已经在招股说明书“第三节风险因素”之“二、财务风险”处补充了“（三）毛利率下降风险”，具体内容如下：

“（三）毛利率下降风险

报告期内，公司汽车天窗毛利率分别为 21.38%、21.15%和 19.55%，总体呈现呈下行趋势，主要系对下游整车厂降价所致。汽车零部件行业内普遍存在一定的价格年降情况，若未来公司难以将下游整车厂客户的降价压力充分传导至上游供应商，则可能导致未来公司主要产品存在一定的毛利率下降风险。”

【中介机构核查程序及核查意见】

一、核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取返利相关的合同，了解相关合同约定，结合返利计提明细、支付明

细等，核查返利政策的实际执行情况，确认相关政策是否发生重大变化；获取返利计提、入账明细，结合《企业会计准则》的相关要求，分析各类销售返利的计提依据、会计处理方式是否合规，复核返利计提金额的准确性和完整性；

2、获取报告期内返利计提明细表、对应客户的收入明细表，计算返利金额占对应收入的比例，分析该占比是否发生较大变化及其合理性，查询同行业公司的公开信息，获取同行业公司的相关返利类型、会计处理和返利规模，并与发行人进行对比；

3、了解发行人与主要客户之间年降政策，包括政策的主要内容、调价周期、幅度及实际执行情况；获取报告期各期分产品类型的年降金额及对应的收入金额，复核报告期各期年降幅度实际执行情况；获取报告期内发行人主要定点项目（区分主要产品类型）明细表、收入成本大表，对比分析各年度销售均价的变动情况；

4、对公司原材料采购执行细节测试程序，验证有关采购的真实性；获取公司各类主要原材料供应商信息、合作模式及历史、与发行人的关联关系情况、报告期内交易的具体情况，分析相关交易的真实公允性；询问发行人采购负责人、财务负责人，了解公司采购零部件等的采购模式，为公司独立采购还是下游整车厂指定采购，公司是否指定供应商的原材料或直接提供相关原材料；

5、获取公司主要原材料采购明细，分析主要原材料的采购变动情况、供应商构成情况、各类外购件采购单价波动情况；结合相关原材料的市场供应情况、采购定价模式、市场公允价格变动情况等，分析相关材料采购价格公允性；

6、了解主要原材料对应的主要产品类型，汇总分析电机、注塑件等主要原材料的采购量、消耗量、库存量与发行人产品产量、销量之间的勾稽关系；

7、获取主要客户的销售合同，了解关于质保服务的约定，获取报告期各期质保费计提明细表、结合实际发生的质保费情况，分析各期质保计提、支出与业务活动的匹配关系，根据《企业会计准则》的相关要求，确认发行人关于质保费会计处理方式的合规性；

8、获取发行人报告期内的运费明细，分析运输费用变动与销量、金额、销售区域、运输方式及里程的匹配关系；

9、获取细分产品售价、单位成本明细，分析各细分产品毛利率波动的具体原因及合理性；结合各细分产品构成、各细分产品毛利率分析报告期内综合毛利率变动的原因及合理性；

10、对比分析可比公司同类产品与公司产品毛利率的差异、变动趋势差异，并分析具体原因及合理性；

11、分析报告期内公司主要定点项目的收入、收入占比、售价、成本、毛利率情况，分析项目毛利率变动的合理性；获取报告期内公司主要产品的售价、原材料采购单价，对比分析发行人价格传导机制是否有效；

12、获取报告期内公司主要定点项目清单及对应收入，结合报告期内业绩变动、期后业绩预测情况分析对报告期内及期后业绩的影响。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人按相关返利政策执行返利活动，报告期内返利政策不存在重大变化；发行人销售返利的计提依据充分，会计处理符合《企业会计准则》的要求，相关返利计提准确完整；

2、发行人报告期内销售返利金额及占比变动具有合理性，销售返利政策符合行业特点；

3、报告期内，发行人汽车天窗、玻璃升降器等主要产品单价变动具有合理性；

4、报告期内，发行人主要供应商变动具有合理性；报告期内，发行人主要供应商中，不存在主要向发行人销售、成立后短期内成为发行人主要供应商得情形；报告期内，发行人客户指定供应商的情形具有合理性；发行人对客户指定供应商采购的价格具有公允性；发行人与客户指定供应商及其主要人员与发行人及其董监高等相关人员不存在关联关系，除日常正常交易外不存在异常资金往来，不存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形；

5、报告期内，发行人主要原材料的采购均价具有合理性；发行人主要原材料采购定价具有公允性，价格变动具有合理性；

6、报告期内，发行人主要原材料与产品产量和销量具有较好的匹配关系；

7、报告期内，发行人主要客户合同中对质保服务进行了约定，发行人按约定履行质保义务；报告期内，发行人质保金会计处理符合《企业会计准则》的规定，质保金计提、支出与业务活动相匹配，质保金计提符合行业惯例；

8、报告期内发行人运输费用变动与销量、金额、销售区域、运输方式及里程具有匹配性；

9、报告期内，报告期内，发行人各主要细分产品毛利率变动具有合理性；报告期内，发行人综合毛利率的变动具有合理性；

10、发行人产品毛利率与同行业公司同类产品毛利率相比具有合理性；

11、报告期内，公司主要定点项目的毛利率变动具有合理性；

12、报告期内，公司现有主要定点项目能够保持持续供货，并能够不断开拓新项目，已定点但尚未量产的定点项目储备充足。公司能够将下游整车厂的降价压力传导至上游供应商，价格传导机制有效；发行人未来产品毛利率持续下降从而对生产经营造成重大不利影响的风险相对可控，发行人已在招股说明书中对毛利率下降的风险进行了提示。

二、说明对销售返利计提依据充分性，计提金额准确完整性采取的具体核查程序、获取的证据及有效性

针对发行人销售返利计提依据充分性，计提金额准确完整性，申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司财务负责人等相关人员，了解报告期内返利条款的具体约定以及实际执行情况；了解返利相关内部流程以及会计处理方式；

2、获取报告期内发行人与主要客户签订的返利合同，就返利的约定进行核实；

3、获取报告期间内发生返利的客户清单与返利金额数据，检查内部审批流程记录，核对相关凭证与账务处理是否一致；

4、通过公开信息检索，查询同行业可比公司的返利规模以及返利的相关会计处理，分析公司返利规模的合理性。

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人销售返利计提充分、计提金额准确完整，相关证据具备有效性。

问题 8. 其他财务问题

（1）货币性资产的真实性和完整性。

根据申请文件：①报告期各期末，公司货币资金、交易性金融资产、其他非流动资产合计为 4.26 亿元、7.11 亿元、8.33 亿元和 7.48 亿元，主要为银行存款、票据保证金、结构性存款、短期银行理财、大额存单等。②2025 年 6 月末，发行人新增长期借款 3,320.37 万元。请发行人：①说明报告期各期末货币资金的具体内容及存放情况、管理方式；说明结构性存款、银行理财产品、大额存单等的具体情况，包括但不限于发行方、风险等级、底层资产、产品期限等，报告期内的交易情况、相关产品投资收益与规模、期限等的匹配性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定。②说明相关投资与各期金融资产/负债、财务费用、投资收益、公允价值变动、现金流量及变动的匹配性。③说明相关投资对于风险收益等合同约定情况，是否存在投资风险，报告期内的收益情况以及相关风险是否充分披露，相关内控措施是否有效运行。④结合报告期内货币性资产与长短期借款情况，说明 2025 年新增借款的必要性、合理性，借款的基本情况及其主要用途，是否与发行人业务发展规划和资金需求相匹配。⑤说明资金是否流向控股股东或其他关联方，是否存在联合或共管账户等情形，相关资产是否存在质押、担保、冻结、归集、关联方占用等受限情形。

（2）期间费用核算准确性。根据申请文件：①2024 年度，公司业务拓展及招待费的增长幅度较大，主要系莱州冶金加大市场拓展力度，业务拓展费增加所致。②报告期内发行人销售费用率、管理费用率均低于可比公司均值。请发行人：①说明莱州冶金业务拓展方式、拓展费具体构成、支付对象及金额，业务拓展效果与业务拓展费支出是否匹配，业务拓展费持续增长的合理性，相关内控是否健全，会计处理是否合规。②说明报告期内发行人销售、管理、研发人员人数变动情况及原因，人均薪酬变动情况及与同行业、同地区上市公司是否存在较大差异。③说明发行人主要产品的客户拓展及产品推广方式，发行人销售费用率较低是否能够有效拓展新客户或主要客户的合作范围，是否存在销售费用率大幅提高的风险。④结合前述情况、费用构成与可比公司对比情况，说

明发行人销售费用率、管理费用率较低的原因及合理性，与发行人销售、管理活动需求及业务发展情况是否匹配，是否存在体外代垫费用的情形

（3）关于在建工程。根据申请文件，报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 960.42 万元、1,017.61 万元、2,380.39 万元和 8,162.64 万元，2024 年及 2025 年 6 月末涨幅较大主要系汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目投建所致。请发行人：①说明新增在建工程的具体情况，在建工程款项支付进度情况与工程建设情况是否匹配，相关资金流向及用途，是否流向发行人及其关联方、客户、其他供应商等。②说明主要供应商、施工方基本情况，发行人采购占供应商同类业务的比重，采购的具体内容、定价方式及公允性，对应采购款的支付对象、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。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，并说明核查方式、范围、依据及结论。（2）说明对在建工程、固定资产的监盘情况，监盘的时间、地点、人员、监盘比例等，监盘结果是否存在差异。（3）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-4 研发投入、2-18 资金流水核查相关要求核查并发表明确意见，并提交资金流水核查专项报告。（4）请保荐机构提供资金流水核查的工作底稿。

【发行人回复】

一、货币性资产的真实性的真实性

（一）说明报告期各期末货币资金的具体内容及存放情况、管理方式；说明结构性存款、银行理财产品、大额存单等的具体情况，包括但不限于发行方、风险等级、底层资产、产品期限等，报告期内的交易情况、相关产品投资收益与规模、期限等的匹配性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定

1、说明报告期各期末货币资金的具体内容及存放情况、管理方式

报告期各期末，发行人货币资金主要由库存现金、银行存款和其他货币资金构成，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
库存现金	0.41	0.35	0.65
银行存款	22,238.07	24,731.78	22,049.10
其他货币资金	6,185.38	5,533.50	3,037.01
合计	28,423.86	30,265.62	25,086.75
其中：存放在境外的款项	-	-	-

(1) 库存现金

公司库存现金主要存放于财务室的保险柜中。报告期各期末，库存现金余额分别为 0.65 万元、0.35 万元和 0.41 万元，金额较小。公司库存现金主要用于日常零星小额采购，符合《资金管理制度》要求，严格执行现金“收支两条线”原则，收入现金不得直接用于支出，应在当日送存银行；支出现金必须从银行领取备用金，不得坐支。报告期内公司严格执行现金管理，减少不必要的现金支出，现金规模有限。

(2) 银行存款

公司银行存款主要存放于国有大型商业银行、股份制商业银行以及信用等级较高城市商业银行和本地农商银行，具体存放情况如下：

单位：万元

存放银行类型	2025 年末	2024 年末	2023 年末
国有大型商业银行	5,088.60	5,858.50	2,351.50
股份制商业银行	16,949.44	18,205.41	18,195.87
城市商业银行	198.28	580.21	1,490.42
本地农商银行	1.76	87.66	11.31
合计	22,238.07	24,731.78	22,049.10

公司《财务会计制度》《资金管理制度》等明确了关于银行存款的管理要求。公司已对银行存款的收支和保管业务建立了较严格的授权批准程序，办理相关业务的不相容岗位已作分离，相关岗位和人员存在相互制约关系。公司已按中国人民银行《支付结算办法》及有关规定制定了银行存款的结算程序。报告期内，公司已对银行存款的存放、收支和保管业务实施较严格的管理措施。

(3) 其他货币资金

公司的其他货币资金主要为银行承兑汇票票据保证金，各期末，其他货币资金中银行承兑汇票保证金余额情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
银行承兑汇票保证金	6,184.80	5,533.30	3,036.78

公司资金会计负责公司开出票据到期兑付前的所有管理工作及票据到期的兑付工作，并登记“应付票据备查簿”，逐笔登记保证金的存放银行、数额及对应业务流水，确保账实相符。公司针对其他货币资金的管理，建立完善的监控体系，并落实及时收回的机制，减少资金沉淀，降低财务成本，保障资金流转效率。

综上所述，发行人针对货币资金建立了良好的内部控制，相关管理机制完善。

2、说明结构性存款、银行理财产品、大额存单等的具体情况，包括但不限于发行方、风险等级、底层资产、产品期限等，报告期内的交易情况、相关产品投资收益与规模、期限等的匹配性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定

报告期内，公司为了提高临时闲置资金的使用效率，存在使用闲置资金购买结构性存款、银行理财产品、大额存单等的情形，相关产品的具体情况如下：

单位：万元

报表列报项目	现金管理产品类型	发行方	风险等级	底层资产	产品期限	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
交易性金融资产	结构性存款	中国农业银行、中信银行、招商银行、浦发银行、广发银行、华夏银行等大型股份制商业银行	保本+保基础收益+浮动收益 R1	澳元\新西兰汇率、美元\欧元汇率、中证 500 指数、伦敦金银市场黄金价格等全球化/主流金融市场的标准化指标，具备极高的公允性与市场活跃度	1 年以内	期初余额	10,000.00	5,000.00	16,170.00
						本期购买	43,800.00	16,450.00	55,055.00
						本期赎回	45,000.00	11,450.00	66,225.00
						期末余额	8,800.00	10,000.00	5,000.00
	短期银行理财产品	招商银行、中国银行等大型股份制商业银行	非保本浮动收益 R2	投资于现金、银行存款、债券回购、中央银行票据、同业存单、债券、资产支持证券及其他监管机构认可的具有良好流动性的货币市场工具	1 年以内	期初余额	2,926.11	2,590.00	-
						本期购买	2,009.99	1,536.11	2,590.00
						本期赎回	1,963.38	1,200.00	-
						期末余额	2,972.71	2,926.11	2,590.00
其他流动资产	1 年以内大额存单	兴业银行等大型股份制商业银行	保本保收益 R1	受《存款保险条例》保护	1 年以内	期初余额	-	-	-
						本期购买	5,730.00	-	-
						本期赎回	2,830.00	-	-
						期末余额	2,900.00	-	-
其他非流动资产\一年内到期的非流动资产	1 年以上大额存单	兴业银行等大型股份制商业银行以及徽商银行、扬子农商银行	保本保收益 R1	受《存款保险条例》保护	3 年	期初余额	39,500.00	38,000.00	8,000.00
						本期购买	1,000.00	1,500.00	37,000.00
						本期赎回	1,000.00	-	7,000.00
						期末余额	39,500.00	39,500.00	38,000.00
本金投资合计						期初余额	52,426.11	45,590.00	24,170.00

报表列报项目	现金管理产品类型	发行方	风险等级	底层资产	产品期限	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
						本期购买	52,539.99	19,486.11	94,645.00
						本期赎回	50,793.38	12,650.00	73,225.00
						期末余额	54,172.71	52,426.11	45,590.00
月均投资本金余额（期初期末平均值）							53,299.41	49,008.05	34,880.00
投资收益+公允价值变动收益合计							1,315.82	1,200.97	720.28
测算年化收益率							2.47%	2.45%	2.07%

(1) 报告期内相关产品投资收益与规模、期限相匹配

鉴于公司经营业绩的持续增长以及良好经营现金流的贡献,为提升资金使用效率,公司将暂时闲置的剩余资金投向风险较低的银行理财产品。报告期内,公司现金管理主要投向大额定期存款,与其他短期理财产品相比,3年期大额定期存单收益率较高,在3%左右。报告期内,公司相关投资理财产品测算投资收益率平均为2.07%、2.45%和2.47%,收益率合理。

综上所述,公司结构性存款、银行理财产品、大额存单相关投资收益与规模、期限相匹配。

(2) 相关会计处理符合《企业会计准则》规定

根据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量(2017年修订)》第十六条规定:企业应当根据其管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征,将金融资产划分为以下三类:(一)以摊余成本计量的金融资产;(二)以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产;(三)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

第十七条规定:金融资产同时符合下列条件的,应当分类为以摊余成本计量的金融资产(一)企业管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标。

(二)该金融资产的合同条款规定,在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

发行人针对上述不同理财产品的会计处理情况如下:

理财产品	金融资产类型	会计处理	是否符合企业会计准则的规定
结构性存款、短期银行理财产品	以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	①购买时 借:交易性金融资产-本金 贷:银行存款 ②持有期间,采用估值技术确定公允价值,所使用的估值模型为同类型工具的市场报价或交易所报价。 借:交易性金融资产-公允价值变动 贷:公允价值变动损益 ③赎回时 借:银行存款 贷:交易性金融资产-本金 贷:交易性金融资产-公允价值变动	符合

理财产品	金融资产类型	会计处理	是否符合企业会计准则的规定
		贷：投资收益	
大额定期存单	以摊余成本计量的金融资产	①购买时 借：其他（非）流动资产-定期存单 贷：银行存款 ②持有期间，按照票面利率计提利息 借：其他（非）流动资产-应收利息 贷：投资收益 ③赎回时 借：银行存款 贷：其他（非）流动资产-定期存款 其他（非）流动资产-应收利息	符合

综上所述，报告期内，公司针对结构性存款、银行理财产品、大额存单产品相关会计处理符合《企业会计准则》规定。

（二）说明相关投资与各期金融资产/负债、财务费用、投资收益、公允价值变动、现金流量及变动的匹配性

报告期内，发行人上述相关投资与各期金融资产/负债、财务费用、投资收益、公允价值变动、现金流量及变动相匹配，具体分析如下：

单位：万元

项目	报表	报表项目	2025 年末 /2025 年度	2024 年末 /2024 年度	2023 年末 /2023 年度
金融资产期初余额①	资产负债表期初	交易性金融资产	12,956.28	7,621.75	16,194.13
		一年内到期的非流动资产	1,075.05	-	-
		临时性冻结资金	-	-	61.32
		其他非流动资产	39,823.54	38,275.02	8,550.36
		期初金融资产合计	53,854.87	45,896.77	24,805.81
本期购买②	现金流量表	投资支付的现金	52,539.99	19,486.11	92,483.68
本期计提投资收益、公允价值变动③	利润表	公允价值变动	45.35	38.99	25.70
		投资收益	1,270.47	1,161.98	694.57
本期赎回④	现金流量表	收回投资收到的现金	50,793.38	12,650.00	73,225.00
		取得投资收益收到	214.61	78.99	1,027.65

项目	报表	报表项目	2025 年末 /2025 年度	2024 年末 /2024 年度	2023 年末 /2023 年度
		的现金			
收购莱州创智调整⑤	/	交易性金融资产	-	-	-2,139.66
金融资产期末余额⑥	资产负债表期末	交易性金融资产	11,838.40	12,956.28	7,621.75
		其他流动资产	2,906.94	-	-
		一年内到期的非流动资产	39,385.03	1,075.05	-
		其他非流动资产	2,572.32	39,823.54	38,275.02
		期末金融资产合计	56,702.69	53,854.87	45,896.77
数据核验⑦=①+②+③-④-⑤-⑥			-	-	-

注 1：2023 年初，发行人账面其他货币资金中存在因申请购买理财产品而临时性冻结的资金，金额为 61.32 万元；

注 2：2023 年 3 月 31 日，发行人完成对非同一控制下的莱州子公司的收购，合并日莱州子公司交易性金融资产余额为 2,139.66 万元。

如上表所示，发行人在报告期内的相关投资与资产负债表、利润表以及现金流量表的相关科目在数据勾稽关系上保持一致。

综上所述，发行人相关投资与各期金融资产/负债、财务费用、投资收益、公允价值变动、现金流量及变动具有匹配性。

（三）说明相关投资对于风险收益等合同约定情况，是否存在投资风险，报告期内的收益情况以及相关风险是否充分披露，相关内控措施是否有效运行

1、说明相关投资对于风险收益等合同约定情况，是否存在投资风险，报告期内的收益情况以及相关风险是否充分披露

报告期内，公司购买的理财产品的具体种类及相关产品合同约定情况如下：

产品类型	合同约定		
	产品期限	风险类型	风险收益约定
结构性存款	1 年以内	R1	保本+保基础收益+浮动收益
短期银行理财产品	1 年以内	R2	非保本浮动收益
1 年以内大额存单	1 年以内	R1	保本保收益
1 年以上大额存单	3 年	R1	保本保收益

报告期内，发行人秉持安全性、收益性与流动性原则，运用暂时闲置的流动

资金，通过购买银行理财产品等途径，提升资金使用效率。发行人所购银行产品主要涵盖大型股份制商业银行的结构性存款、大额定期存单以及短期银行理财产品。依据产品说明书，相关投资产品均属低风险产品，投资本金与收益受风险因素影响甚微。

发行人有关理财产品的投资收益情况，具体请见本题回复之“一、（一）2、说明结构性存款、银行理财产品、大额存单等的具体情况，包括但不限于发行方、风险等级、底层资产、产品期限等，报告期内的交易情况、相关产品投资收益与规模、期限等的匹配性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定”。报告期内，公司购买的理财产品均系风险等级为 R1、R2 的低风险及中低风险产品，未出现到期无法赎回或产生投资损失的情形，相关产品不存在重大投资风险。

综上所述，报告期内发行人所购买的结构性存款、银行理财产品、大额存单产品不存在重大投资风险。

2、相关内控措施是否有效运行

针对结构性存款和其他短期银行理财产品投资，公司根据董事会审议通过、年度股东大会表决通过的《关于使用闲置自有资金进行委托理财的议案》，在保证日常经营资金需求和资金安全的前提下，对闲置自有资金进行现金管理。公司根据自有资金的实际情况设置一定的理财产品单日最高余额，在上述额度及授权期限内，相关投资额度可以滚动使用，上述资金仅可用于购买低风险的理财产品。公司有关理财产品投资相关的内部控制设计合理并得到有效执行。

鉴于大额定期存单具有本金保障及收益确定的低风险金融属性，其作为公司现金管理的重要工具，能有效提升闲置资金的使用效率。公司经营管理层在确保日常营运资金流动性及资产安全性的核心前提下，根据实时资金头寸安排，严格审慎地按照《资金管理制度》的相关规定执行投资决策。此类投资旨在实现资金风险与收益的平衡，确保公司整体财务结构的稳健性。

报告期内，公司货币资金管理相关业务的岗位制衡、授权审批及风险监控等内部控制设计合理，并在资金准入、申购赎回、台账登记及风险预警等环节得到了持续、有效的执行。

综上所述，发行人货币资金管理相关的内部控制制度健全、流程合规、运行

有效。

（四）结合报告期内货币性资产与长短期借款情况，说明 2025 年新增借款的必要性、合理性，借款的基本情况及主要用途，是否与发行人业务发展规划和资金需求相匹配

1、结合报告期内货币性资产与长短期借款情况，说明 2025 年新增借款的必要性、合理性

（1）报告期内货币性资产与长短期借款情况

报告期各期末，公司货币性资产与长短期借款具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
货币资金	28,423.86	30,265.62	25,086.75
其中：其他货币资金	6,185.38	5,533.50	3,037.01
交易性金融资产	11,838.40	12,956.28	7,621.75
其他非流动资产	2,824.24	40,080.04	38,401.10
其中：预付长期资产购置款	251.92	256.50	126.08
相关资产小计	43,086.50	83,301.94	71,109.61
扣除其他货币资金、预付长期资产购置款等后货币性资产小计	36,649.20	77,511.94	67,946.52
短期借款	-	221.40	2,415.51
长期借款	9,091.20	-	-
借款小计	9,091.20	221.40	2,415.51

注：报告期内，公司交易性金融资产及其他非流动资产主要系结构性存款、短期银行理财产品、大额存单本金及利息等安全性高的金融产品。

由上表可知，报告期内公司货币性资产整体呈现波动趋势。其中，2025 年末公司新增长期借款 9,091.20 万元。

（2）公司 2025 年新增借款的必要性、合理性

2022 年度至 2024 年度，公司经营规模处于增长趋势。为匹配项目周期、保障业务扩张的持续投入与运营稳定，维持必要的财务弹性，公司通过适度借款补充资金来源，整体变动与业务发展节奏相符。

根据历史财务数据，测算公司 2025 年度日常经营需要保有的最低货币资金金额如下：

单位：万元、天

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	195,564.15	157,177.59	98,169.20
销售商品、提供劳务现金	158,001.50	131,097.37	101,923.93
应收账款平均余额	72,901.10	55,606.95	38,578.67
根据营业收入测算的应收账款收回天数	136	129	143
根据营业收入测算的应收账款收回天数平均值 A	136（4.61 个月）		
根据经营现金流测算的应收账款收回天数	168	155	138
根据经营现金流测算的应收账款收回天数平均值 B	154（5.13 个月）		
安全月份数 C=（A+B）/2	4.83		
2024 年度营业成本 D1	156,622.03		
2024 年度期间费用总额 D2	10,522.92		
2024 年度非付现成本总额 D3	5,183.40		
2024 年度付现成本总额 D4=D1+D2-D3	161,961.55		
2024 年度月均付现成本总额 D=（D4）/12	13,496.80		
最低现金保有量 C*D	65,189.52		

注：应收账款平均余额=（期末应收账款余额+期初应收账款余额）/2；根据营业收入测算的应收账款收回天数=365/（营业收入/应收账款平均余额）；根据经营现金流测算的应收账款收回天数=365/（销售商品、提供劳务收到的现金/应收账款平均余额）。

由上表可知，公司保持 2024 年度运营规模条件下需要最低保留货币资金 65,189.52 万元用于材料采购、员工工资等日常经营活动资金支出项目。考虑到公司仍有部分自建项目尚未完工，后续仍需持续性投入，公司资金缺口测算过程如下：

单位：万元

项目	金额
保持 2024 年度运营规模条件下最低现金保有量	65,189.52
扣除其他货币资金、预付长期资产购置款等后货币性资产小计	77,511.94
汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目尚需投入金额 ^{注 1}	45,276.76
汽车智能电动滑门研发及产业化项目尚需投入金额	9,918.33
研发中心建设项目尚需投入金额	8,350.23
2025 年度其他资本预算计划投入金额 ^{注 2}	11,618.00
资金缺口测算	-62,840.90

注 1：汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目总投资额为 51,383.10 万元，截至 2024 年末，已支付土地费用 4,846.13 万元，工程款 1,260.21 万元，即该项目尚需投入

45,276.76 万元；

注 2：该等资本预算包括设备、研发、信息化等计划投入金额，已经第三届董事会第十七次会议审议通过。

由上表可知，公司资金缺口测算约为 62,840.90 万元，为保障业务扩张和营运周转的流动性安全，维持一定的银行借款是合理且审慎的财务安排。

综上所述，2025 年公司新增借款具有必要性、合理性。

2、借款的基本情况 & 主要用途，是否与发行人业务发展规划和资金需求相匹配

2025 年公司新增借款的基本情况、主要用途具体如下：

单位：万元

项目	银行名称	借款类别	利率	借款期限		报告期末余额	用途
				借款日	到期日 ^注		
长期借款	华夏银行股份有限公司芜湖分行	抵押借款	2.60%	2025-03-31	2031-02-06	2,286.82	汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目
长期借款	华夏银行股份有限公司芜湖分行	抵押借款	2.60%	2025-05-15	2031-05-15	1,034.03	汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目
长期借款	华夏银行股份有限公司芜湖分行	抵押借款	2.51%	2025-12-25	2030-12-25	5,770.36	汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目
合计						9,091.20	-

注：上表列示的到期日为最后一笔还款期的到期日。

由上表可知，公司 2025 年新增借款均系用于“汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目”建设的专项借款，有助于公司聚焦主营业务，提升行业市场占有率及影响力，而现有的借款规模是针对项目整体资金需求的合理、阶段性融资安排，是保障该产业化项目持续建设的重要资金补充，体现了项目推进与资金投入节奏相匹配的审慎财务规划。

综上所述，发行人 2025 年新增借款均系用于“汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目”建设的专项借款，新增借款与公司业务发展规划和资金需求相匹配。

（五）说明资金是否流向控股股东或其他关联方，是否存在联合或共管账户等情形，相关资产是否存在质押、担保、冻结、归集、关联方占用等受限情形

除正常经营活动产生的关联方交易外，公司不存在资金流向控股股东或其他关联方的情况。报告期内关联交易已在招股说明书“第六节公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”披露。

公司不存在联合或共管账户等情形。报告期各期末，公司所有权或使用权受到限制的资产账面余额具体如下：

单位：万元

项目	受限情况	受限类型	2025 年末	2024 年末	2023 年末
货币资金	保证	保证金质押开具银行承兑汇票	6,183.87	5,533.30	3,036.78
货币资金	保证	保证金，但尚未开具银行承兑汇票	0.92	-	-
货币资金 ^注	冻结	与供应商诉讼纠纷冻结资金 ^注	85.05	108.00	-
应收票据	质押	质押用于开具银行承兑汇票	-	802.05	1,752.50
应收款项融资	质押	质押用于开具银行承兑汇票	450.00	494.18	2,006.33
无形资产	抵押	抵押用于银行借款	4,843.78	-	-
合计			11,563.63	6,937.52	6,795.61

注：截至本问询函回复出具日，公司与相关供应商诉讼纠纷已基本得到妥善解决。

除上表列示情形外，报告期各期末，公司相关资产不存在质押、担保、冻结、归集、关联方占用等受限情形，公司所有权或使用权受到限制的资产已在财务报表中恰当披露。

综上所述，除正常生产经营活动及关联方交易外，公司不存在资金流向控股股东或其他关联方的情形，不存在联合或共管账户等情形，相关资产不存在大额异常质押、担保、冻结、归集、关联方占用等受限情形。

二、期间费用核算准确性

（一）说明莱州冶金业务拓展方式、拓展费具体构成、支付对象及金额，业务拓展效果与业务拓展费支出是否匹配，业务拓展费持续增长的合理性，相关内控是否健全，会计处理是否合规

1、莱州冶金业务拓展方式

莱州冶金深耕粉末冶金领域二十余载，已建立起深厚的技术沉淀与市场护城河。粉末冶金工艺以其“净近成型”、材料利用率高及适应复杂异形件加工的特性，在汽车轻量化及精密制造中占据关键地位。莱州冶金的业务拓展方式充分契合了汽车产业链对供应商高准入门槛、高粘性、长周期的评价逻辑。

针对存量战略客户（如博格华纳、富奥股份等），莱州冶金构建了“嵌入式”协同开发机制。基于历史深度合作背景，形成了日常技术对标与信息共享机制。莱州冶金利用对粉末冶金材料配方及烧结工艺的精准把控，主动参与客户新一代油泵、变速器等核心组件的前期研发。这种通过“技术先行”增强客户转换成本的策略，不仅确保了订单的持续性，更使莱州冶金能够顺应下游产品迭代趋势，实现业务规模的稳步内生增长。

针对潜在客户及新兴领域客户，莱州冶金采取“标杆背书+技术公关”的拓展模式。由于汽车零部件行业较为看重供应商的过往配套业绩，莱州冶金充分利用现有主流客户的口碑溢价，以“技术交流”为切入点，针对潜在客户的痛点（如降本需求、精度提升）提供差异化方案。通过实地拜访等方式，快速响应市场机会，获取新客户订单。

2、拓展费具体构成、支付对象及金额，业务拓展效果与业务拓展费支出是否匹配，业务拓展费持续增长的合理性

报告期内，莱州冶金在销售环节所产生的拓展费金额分别为 23.69 万元、91.07 万元和 76.34 万元，分别占各期粉末冶金零部件业务收入的 0.16%、0.41% 和 0.31%，占比相对较小。相关拓展费的具体情况如下：

单位：万元

业务拓展费支付对象	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
即墨区春和景明企业管理咨询服务工作室	业务拓展支出	66.82	70.29	18.33
	对应的收入金额	1,466.31	1,628.67	894.22
	占比	4.56%	4.32%	2.05%
昆山爱思凯机械设计公司、上海羽霏	业务拓展支出	9.52	20.78	5.36
	对应的收入金额	693.56	804.80	713.09

业务拓展费支付对象	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
科技有限公司、升茸机械科技（上海）有限公司	占比	1.37%	2.58%	0.75%
合计	业务拓展支出合计	76.34	91.07	23.69
	粉末冶金零部件收入	24,310.66	22,443.09	14,811.17
	占比	0.31%	0.41%	0.16%

依据发行人与上述服务商签订的服务合同，服务商需参与发行人同客户交易的全流程。其中，即墨区春和景明企业管理咨询工作室作为部分客户在中国大陆的采购代理人，会协助发行人完成产品需求对接、订单执行、销售回款以及客户商务沟通等事宜，双方按照客户的回款进度结算服务费用；昆山爱思凯机械设计有限公司、上海羽霏科技有限公司和升茸机械科技（上海）有限公司主要针对部分客户项目提供技术支持，包括在产品的设计过程中提供了特定工艺的技术解决方案，并在后续交易过程中提供技术咨询服务，双方按照客户的回款进度结算服务费用。

报告期内，发行人拓展费支出与收入规模的变动趋势一致，具有合理性。

综上所述，报告期内，发行人业务拓展效果与业务拓展费支出相匹配。

3、相关内控是否健全，会计处理是否合规

（1）发行人针对粉末冶金业务的销售特点，制定了《销售佣金管理办法》，明确计提标准、计算依据、审批流程及会计处理规范

首先，公司明确服务费或销售佣金适用范围仅限于为公司提供客户引荐、业务促成、销售代理等服务的非雇佣制、非关联方的外部渠道合作方。合作对象不允许为个人，公司内部员工不得作为本制度的服务费或佣金支付对象。

其次，公司明确服务费或销售佣金的支付必须以双方签订的有效《技术合作协议》或《设计合同》为依据，未订立合同的不予支付。服务费或佣金的支付必须同时满足成果导向原则、合规风控原则以及权责发生制原则。成果导向原则，即费用的支付通常与可量化的商业成果（如成功签约、回款到账）直接挂钩；合规风控原则，即严格履行审核程序，确保费用支付的背景真实、依据充分、手续完备，符合商业道德及反商业贿赂等法律法规要求；权责发生制原则，即财务部

门应根据合作协议约定及业务完成情况，按合同约定的结算条款按期足额计提应付佣金。

因此，公司针对粉末冶金零部件业务拓展费的内控健全。

(2) 相关服务的会计处理符合企业会计准则的规定

报告期内，由于服务协议约定，服务商的服务内容包括客户回款跟踪以及售后客户关系维护等内容，公司基于合同约定及准确性原则，按照合同回款进度计提并支付佣金，公司针对粉末冶金零部件业务销售佣金会计处理符合《企业会计准则》的规定。

综上所述，公司针对粉末冶金零部件业务拓展费内控健全，公司针对粉末冶金零部件业务销售佣金会计处理符合《企业会计准则》的规定。

(二) 说明报告期内发行人销售、管理、研发人员人数变动情况及原因，人均薪酬变动情况及与同行业、同地区上市公司是否存在较大差异

1、说明报告期内发行人销售、管理、研发人员人数变动情况及原因

报告期内，公司销售人员数量分别为 13 人、17 人及 17 人，管理人员数量分别为 101 人、109 人及 121 人，研发人员数量分别为 164 人、174 人及 183 人。报告期内，公司业务收入规模由 157,177.59 万元增长至 192,369.80 万元，随着业务规模的扩大，相应的销售、管理、研发人员数量亦有所增长，公司销售、管理、研发人员变动具有合理性。

2、人均薪酬变动情况及与同行业、同地区上市公司是否存在较大差异

(1) 报告期内，公司销售、管理、研发人员人均薪酬变动情况

单位：万元、万元/人/年

人员类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售人员	薪酬总额	214.94	241.52	187.11
	员工人数	17	17	13
	人均薪酬	12.64	14.21	14.39
管理人员	薪酬总额	2,444.05	2,870.34	2,647.34
	员工人数	121.00	109	101
	人均薪酬	20.20	26.33	26.21

人员类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
研发人员	薪酬总额	3,658.06	4,060.96	3,375.43
	员工人数	183.00	174	164
	人均薪酬	19.99	23.34	20.58

注：人数按年末的在职员工人数口径统计，人均薪酬=全年薪酬总额÷年末人数

报告期各期，公司销售人员的平均薪酬分别为 14.39 万元、14.21 万元和 12.64 万元，管理人员的平均薪酬分别为 26.21 万元、26.33 万元和 20.20 万元，研发人员的平均薪酬分别为 20.58 万元、23.34 万元和 19.99 万元。

2024 年，受益于业务规模的快速扩张，公司营业收入同比增长 24.42%。为配套业务增长，公司销售、管理及研发人员数量均有明显增加，相关人员人均薪酬较上年度相比变动幅度相对较小。

2025 年，公司业务规模维持平稳，受宏观经济及行业环境影响，经营业绩首次出现小幅下滑。受整体经营效益及个人业绩考核的影响，各职能部门的绩效奖金激励有所下降，导致销售、管理、研发人员的人均薪酬较上一年度出现一定幅度的下降。此外，2025 年度新增管理人员主要为职级相对较低岗位人员，因此导致当期管理人员人均薪酬较上期有所下滑。

（2）报告期内，公司销售、管理、研发人员薪酬与同行业可比公司对比情况

选取毓恬冠佳、天运股份、华域汽车作为同行业可比公司进行对比，选取伯特利、埃泰克为同地区上市公司进行对比，具体如下：

单位：万元/人/年

项目	公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售人员薪酬	毓恬冠佳	123.80	99.02	-
	天运股份	尚未披露	9.75	9.83
	华域汽车	22.18	17.34	16.04
	伯特利	26.26	26.38	25.91
	埃泰克	尚未披露	25.22	20.25
	均值	24.22	19.67	18.01
	莫森泰克	12.64	14.21	14.39
管理人员薪	毓恬冠佳	15.99	16.22	29.18

项目	公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
薪酬	天运股份	尚未披露	10.30	11.40
	华域汽车	37.60	36.20	32.92
	伯特利	44.25	30.48	25.95
	埃泰克	尚未披露	18.73	18.67
	均值	32.61	22.39	23.62
	莫森泰克	20.20	26.33	26.21
研发人员薪酬	毓恬冠佳	24.64	27.43	26.76
	天运股份	尚未披露	12.10	9.77
	华域汽车	25.42	26.23	29.03
	伯特利	17.00	17.86	24.24
	埃泰克	尚未披露	17.02	17.10
	均值	22.35	20.13	21.38
	莫森泰克	19.99	23.34	20.58

注 1：人员薪酬=薪酬总额/期末人数；

注 2：毓恬冠佳 2024 年年报披露的销售人员为 15 人，其招股说明书披露的 2023 年末的销售人员为 61 人变动幅度较大，进行剔除。此外，由于毓恬冠佳测算销售人员薪酬异常高企，在计算销售人员平均薪酬时，进行剔除。

注 3：华域汽车只披露了国内在职员工人员构成，针对海外员工的具体岗位人数未披露，因此计算人均薪酬时未考虑海外员工人数。

如上表所示，报告期内，公司销售人员、管理人员以及研发人员薪酬，总体均处于同行业可比公司及同地区上市公司之间，具有合理性，与同行业可比公司平均水平相比不存在重大异常。

综上所述，报告期内，公司销售、管理、研发人员薪酬与同行业可比公司及同地区上市公司相比具有合理性。

（三）说明发行人主要产品的客户拓展及产品推广方式，发行人销售费用率较低是否能够有效拓展新客户或主要客户的合作范围，是否存在销售费用率大幅提高的风险

1、说明发行人主要产品的客户拓展及产品推广方式

针对国内大型整车厂及核心零部件厂商等存量客户，公司采取“深度绑定、长期陪跑”的策略。利用汽车行业高准入标准及长生命周期的特点，公司通过稳定的量产交付与全方位的 VAVE（价值工程）降本支持，将双方的合作关系升华

为深度协同的战略伙伴关系。这种稳固的存量基础不仅保证了公司基础业务的确定性，也为新产品的快速导入提供了低成本的信任背书。

在拓展新客户及新兴市场方面，公司充分利用现有主流客户的“标杆效应”，将成熟的配套业绩转化为强有力的市场准入名片。通过积极参与客户的专题技术交流会、实地客户拜访等，公司向潜在客户精准输出针对性的解决方案。同时，公司利用分布在主要汽车产业集群周边的生产基地，发挥“近场化服务”优势，在物流成本、响应速度及现场技术支持方面提供超越对手的竞争体验。这种基于良好的品质管控以及物理距离优势的拓展方式，有效缩短了新客户的审核验证周期，为公司业务的持续版图扩张提供了动能。

此外，面对汽车行业智能化与轻量化的快速更迭，公司将研发投入视为产品推广的核心抓手。公司全面推行 EVI（先期供应商介入）模式，核心技术团队深度嵌入客户新车型的初创研发进程，确保在产品定义阶段即实现技术方案的预研与定点。无论是大尺寸全景天窗的结构优化，还是粉末冶金精密件的“净近成型”设计，公司均能通过同步开发将核心技术优势植入客户的物料体系，使公司能够始终紧随客户的迭代步伐，确保新产品在市场竞争中保持市场份额。

2、发行人销售费用率较低是否能够有效拓展新客户或主要客户的合作范围，是否存在销售费用率大幅提高的风险

报告期内，公司销售费用率分别为 0.18%、0.21%和 0.19%，总体相对较低，主要原因如下：

（1）公司市场竞争策略更侧重于技术驱动、产品力驱动

公司的市场竞争策略更侧重于技术驱动及产品力驱动，而非营销驱动。公司始终坚持创新驱动发展战略，通过持续的自主研发已形成多项具有自主知识产权的核心技术，并依托自有核心技术开发了质量可靠、价格具备市场竞争力的产品，展现出较为显著的竞争优势，获得众多主流整车厂商的高度认可。在这一市场策略下，公司的销售费用支出相对较少。

（2）公司与主要客户建立了稳定的合作关系

公司自 2004 年进入汽车零部件行业以来，凭借稳定的产品质量和可靠的供货能力，成功进入多家主流整车厂商的核心供应链体系。经过近二十年的发展，

公司已从单一零部件供应商成长为具备多品类配套能力的汽车零配件提供商，与主要客户建立了深度的长期合作关系。因此，公司所需的客户维护成本相对较低，故所需的销售费用较低。

因此，公司销售费用率较低的原因主要系较为严格的费用管控、产品力驱动的市场竞争策略以及稳定的客户合作关系所致。报告期内，随着公司业务规模的大扩，销售费用支出金额也同步增加，与公司的业务、业绩的增长相匹配。

公司当前的销售费用水平与现行的“研发牵引、存量深耕”战略高度契合。较低的销售费用率并不会削弱公司的市场拓展能力。相反，这种结构体现了公司“技术换市场”的高效获客策略。

综上所述，公司销售费用率较低不会影响公司与新客户或主要客户的合作范围，且不存在销售费用率大幅提高的风险。

（四）结合前述情况、费用构成与可比公司对比情况，说明发行人销售费用率、管理费用率较低的原因及合理性，与发行人销售、管理活动需求及业务发展情况是否匹配，是否存在体外代垫费用的情形

1、发行人销售费用和管理费用构成与可比公司对比情况，说明发行人销售费用率、管理费用率较低的原因及合理性，与发行人销售、管理活动需求及业务发展情况是否匹配

（1）发行人销售费用构成与可比公司对比情况如下：

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
毓恬冠佳	工资性费用	1,609.42	76.15%	1,485.32	73.64%	1,570.05	72.60%
	业务招待费	99.60	4.71%	108.57	5.38%	146.75	6.79%
	差旅及交通费	144.61	6.84%	172.43	8.55%	195.84	9.06%
	折旧与摊销	4.09	0.19%	7.40	0.37%	11.99	0.55%
	其他	255.75	12.10%	243.33	12.06%	237.90	11.00%
	合计	2,113.48	100.00%	2,017.05	100.00%	2,162.53	100.00%
华域	工资福利费等人员费用	22,866.09	26.74%	17,373.57	23.63%	17,641.85	20.73%

	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车	包装费	50,428.72	58.98%	40,191.63	54.67%	48,420.93	56.90%
	物料消耗	2,785.17	3.26%	2,776.24	3.78%	5,154.97	6.06%
	办公及运营经费	1,662.22	1.94%	2,341.59	3.18%	3,898.62	4.58%
	其他	7,756.59	9.07%	10,836.74	14.74%	9,977.43	11.73%
	合计	85,498.79	100.00%	73,519.77	100.00%	85,093.80	100.00%
天运股份	职工薪酬	尚未披露		253.54	52.54%	235.96	74.55%
	业务招待费			161.07	33.38%	52.35	16.54%
	差旅费			40.32	8.36%	18.40	5.81%
	折旧费用			1.65	0.34%	1.60	0.51%
	其他			25.94	5.38%	8.21	2.59%
	合计			482.51	100.00%	316.52	100.00%
发行人	职工薪酬	214.94	57.89%	241.52	57.66%	187.11	67.98%
	业务拓展及招待费	90.97	24.50%	120.36	28.73%	37.67	13.69%
	差旅费	32.23	8.68%	40.79	9.74%	39.83	14.47%
	折旧与摊销	26.16	7.04%	7.54	1.80%	4.84	1.76%
	其他	7.02	1.89%	8.66	2.07%	5.77	2.10%
	合计	371.33	100.00%	418.88	100.00%	275.22	100.00%

从上表可以看到，同行业可比公司华域汽车所披露的销售费用中包装费消耗占比较高。而同行业可比公司毓恬冠佳以及天运股份的销售费用主要构成为职工薪酬以及业务招待费支出，两者合计占比在 80%左右，销售费用构成与发行人基本一致。

(2) 发行人管理费用构成与可比公司对比情况如下：

单元：万元

公司名称	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
毓恬冠佳	工资性费用	5,326.21	54.64%	5,076.59	61.80%	4,786.22	59.74%
	折旧与摊销	1,335.15	13.70%	885.51	10.78%	912.72	11.39%
	咨询服务费	630.08	6.46%	218.72	2.66%	423.05	5.28%

	股份支付	539.61	5.54%	578.71	7.04%	513.76	6.41%
	业务招待费	307.23	3.15%	246.45	3.00%	183.69	2.29%
	差旅及交通费	257.87	2.65%	225.17	2.74%	231.13	2.88%
	其他	1,350.85	13.86%	984.06	11.98%	961.53	12.00%
	合计	9,747.01	100.00%	8,215.21	100.00%	8,012.10	100.00%
华域汽车	工资福利费等人员费用	490,474.82	57.02%	469,859.82	57.13%	462,380.99	57.88%
	折旧及摊销费用	65,786.01	7.65%	76,274.17	9.27%	78,222.34	9.79%
	办公及运营经费	169,444.94	19.70%	165,851.51	20.16%	157,717.11	19.74%
	租赁及物业管理费	10,765.94	1.25%	12,504.81	1.52%	29,306.73	3.67%
	其他	123,751.37	14.39%	97,987.57	11.91%	71,236.83	8.92%
	合计	860,223.08	100.00%	822,477.88	100.00%	798,863.99	100.00%
天运股份	职工薪酬	尚未披露		813.41	38.66%	832.24	38.49%
	折旧及摊销			324.76	15.44%	273.44	12.65%
	中介机构服务费			219.56	10.44%	298.55	13.81%
	业务招待费			190.24	9.04%	222.72	10.30%
	差旅费			123.58	5.87%	172.94	8.00%
	其他			432.39	20.55%	362.40	16.76%
	合计			2,103.92	100.00%	2,162.29	100.00%
发行人	职工薪酬	2,444.05	58.02%	2,870.34	68.85%	2,647.34	70.16%
	折旧与摊销	598.65	14.21%	619.19	14.85%	475.28	12.60%
	中介服务费	576.99	13.70%	143.62	3.45%	78.68	2.09%
	股份支付	269.56	6.40%	94.86	2.28%	212.92	5.64%
	业务招待费	30.29	0.72%	52.22	1.25%	42.95	1.14%
	差旅费	37.86	0.90%	42.87	1.03%	20.19	0.54%
	修理费	6.72	0.16%	8.46	0.20%	7.69	0.20%
	其他	248.04	5.89%	337.45	8.09%	288.23	7.64%
	合计	4,212.16	100.00%	4,169.00	100.00%	3,773.29	100.00%

由上表可知，发行人同行业可比公司管理费用主要由职工薪酬和折旧及摊销费用构成，与发行人基本一致。

（3）报告期内，公司期间费用率及销售、管理费用率与同行业可比公司的比较情况如下：

项目	公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售费用率	毓恬冠佳	0.93%	0.84%	0.87%
	天运股份	尚未披露	0.96%	0.95%
	华域汽车	0.46%	0.44%	0.50%
	平均值	0.70%	0.75%	0.77%
	莫森泰克	0.19%	0.21%	0.18%
管理费用率	毓恬冠佳	4.27%	3.41%	3.22%
	天运股份	尚未披露	4.20%	6.48%
	华域汽车	4.68%	4.87%	4.74%
	平均值	4.45%	4.16%	4.81%
	莫森泰克	2.19%	2.13%	2.40%

报告期内，公司销售费用率、管理费用率等期间费用指标整体低于毓恬冠佳、华域汽车、天运股份同行业可比公司，这主要得益于公司精益化的组织架构、高度集中的客户结构以及严谨的内控管理体系，具体分析如下：

①扁平化的组织架构与高效的决策机制

相比于同行业大型集团化企业，公司内部组织架构更为精简、高效，职能部门设置高度契合核心业务流程。通过扁平化管理，公司有效压缩了管理层级，降低了非生产性人员的薪酬支出及日常行政开支。这种“小总部、大业务”的模式，使得公司在维持高水平运营的同时，能够将管理资源精准投放于核心价值创造环节，显著提升了人均产出效率。

②优质的大客户集中战略带来的规模效应

公司深度嵌入核心整车厂供应链，业务范围聚焦于汽车天窗、玻璃升降器等优势领域。由于主要客户结构高度集中且合作关系长期稳定，公司无须维持庞大的销售团队或投入高额的广告宣传及市场开拓费用。在产品定点后的量产阶段，随着销售规模的快速增长，前期研发及固定管理成本被有效摊薄，规模效应使得单件产品的期间费用负载远低于行业平均水平。

③国有企业背景下的严谨内控与费用管控

作为国有控股企业，公司严格执行国家及内部关于财务管理的各项规定，建立了覆盖全面、节点清晰的预算管控体系。公司对差旅费、业务招待费及办公费

等柔性支出执行“预算刚性约束、总额动态监控”的原则。通过推行精益办公与成本倒审机制，公司在保障业务稳健运行的前提下，最大限度地抑制了非必要开支。

综上所述，公司期间费用率较低是基于业务模式实质、客户结构特征及治理机构优势的客观体现，与公司现阶段的发展策略相匹配，具有充分的合理性。

2、发行人不存在体外代垫费用的情形

作为国有控股企业，公司建立了严格的费用管控体系。公司实施了全面预算管理制度，通过全流程费用管控机制，确保每一笔费用的支出都经过严格合理论证。具体而言，公司制定了《费用报销管理制度》等规章制度，对差旅费、业务招待费、市场推广费等各项费用实行分级授权审批。财务部门每月对各业务单元的费用执行情况进行专项分析，对异常波动及时预警，合理管控费用的日常支出。发行人不存在体外代垫费用的情形。

综上所述，发行人销售费用率、管理费用率较低具有合理性，与发行人销售、管理活动需求及业务发展情况相匹配，不存在体外代垫费用的情形。

三、关于在建工程

（一）说明新增在建工程的具体情况，在建工程款项支付进度情况与工程建设情况是否匹配，相关资金流向及用途，是否流向发行人及其关联方、客户、其他供应商等

报告期内，发行人在建工程变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
期初余额	2,380.39	1,017.61	960.42
本期新增	22,922.46	6,022.21	2,228.23
转入固定资产	1,175.26	4,299.25	2,100.25
其他减少	39.88	360.19	70.80
期末余额	24,087.71	2,380.39	1,017.61

1、说明新增在建工程的具体情况

报告期内，发行人新增在建工程的主要项目包括：新厂房建设项目（汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目）、新增生产线及相关设备采购安装

等，具体情况如下：

(1) 2023 年度

单位：万元

审定披露名称	期初金 额	本期增 加	本期减少			期末金 额
			本期转 入固定 资产	本期转 入无形 资产	其他减 少	
全景天窗自动化生产线	153.88	848.05	490.43	-	-	511.50
小天窗自动化生产线	79.79	185.84	-	-	-	265.63
双轨自动化生产线	219.47	130.61	350.08	-	-	-
单轨自动化生产线	326.55	5.75	332.30	-	-	-
底端驱动升降器产线	161.06	-	161.06	-	-	-
零星设备安装	19.66	1,057.98	766.38	-	70.80	240.47
合计	960.42	2,228.23	2,100.25	-	70.80	1,017.61

(2) 2024 年度

单位：万元

审定披露名称	期初金额	本期增加	本期减少			期末金 额
			本期转 入固定 资产	本期转入 无形资产	其他减 少	
新厂房建设项目	-	1,762.09	-	-	-	1,762.09
全景天窗自动化生产 线	511.50	1,306.92	1,818.42	-	-	-
电子车间产能提升项 目	-	229.65	229.65	-	-	-
摇窗自动化生产线	-	227.43	227.43	-	-	-
厂房装修项目	-	174.21	-	-	174.21	-
玻璃升降器自动化产 线	-	135.40	135.40	-	-	-
单、双轨升降器混合自 动化产线	-	62.65	-	-	-	62.65
摇窗车间危废站项目	-	2.39	-	-	-	2.39
小天窗自动生产线	265.63	0.15	265.78	-	-	-
零星设备安装	240.47	2,121.32	1,622.57	-	185.97	553.26
合计	1,017.61	6,022.21	4,299.25	-	360.19	2,380.39

(3) 2025 年度

单位：万元

审定披露名称	期初金额	本期增加	本期减少			期末金额
			本期转入固定资产	本期转入无形资产	其他减少	
新厂房建设项目	1,762.09	21,666.98	-	-	-	23,429.07
单、双轨升降器混合自动化产线	62.65	41.77	104.42	-	-	-
摇窗车间危废站项目	2.39	-	2.39	-	-	-
全景天窗自动化生产线	-	373.57	373.57	-	-	-
零星设备安装	553.26	840.14	694.88	-	39.88	658.64
合计	2,380.39	22,922.46	1,175.26	-	39.88	24,087.71

2、在建工程款项支付进度情况与工程建设情况是否匹配，相关资金流向及用途，是否流向发行人及其关联方、客户、其他供应商等

(1) 在建工程款项支付进度与设备采购及工程建设匹配情况

发行人的在建工程依据建设内容划分为设备类和工程类。根据发行人与主要供应商的合同约定，设备类采购款项支付一般分为三个阶段：一是合同签订时预付一定比例货款；二是验收合格后支付一定比例货款；三是质保期满后支付剩余款项。工程建设类采购款项支付一般分为四个阶段：一是进场时预付一定比例工程款；二是工程建设过程中按工程进度支付货款；三是竣工结算时支付一定比例工程款；四是质保期满后支付剩余款项。

报告期内，发行人主要工程项目的建设情况详见本题回复之“三、（二）说明主要供应商、施工方基本情况，发行人采购占供应商同类业务的比重，采购的具体内容、定价方式及公允性，对应采购款的支付对象、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。”

报告期内，发行人严格按照合同约定进行款项支付，在建工程款项支付进度与设备采购及工程建设情况相匹配。

(2) 相关资金流向及用途，是否流向发行人及其关联方、客户、其他供应商等

发行人在股权、业务、人员等方面与在建工程供应商保持完全独立，不存在

任何形式的关联关系或利益输送情况。公司严格遵循了国有企业廉洁从业原则与市场化交易原则，所涉及的工程进度款及结算款均依据合同约定，通过公司自有银行账户直接划转至供应商的对公账户。项目投资决策严格执行“三重一大”集体决策程序，资金支付过程严格执行财务多级审批制度，达成了资金流、合同流与劳务/物资流的“三流合一”。

报告期内，发行人严格按照合同约定进行款项支付，在建工程款项支付进度与设备采购及工程建设情况相匹配，相关款项不存在流向发行人及其关联方、客户、其他供应商等情形。

（二）说明主要供应商、施工方基本情况，发行人采购占供应商同类业务的比重，采购的具体内容、定价方式及公允性，对应采购款的支付对象、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

报告期内，发行人主要新增在建工程项目以及主要供应商情况如下：

单位：万元

序号	前五名供应商	主要项目内容	报告期内在建工程新增金额
1	上海宝冶集团有限公司	新厂房项目-厂房建设	19,429.57
2	广东名创智能设备有限公司	全景天窗生产线	2,032.28
3	云南煜天建设工程有限公司	新厂房项目-桩基工程	1,683.03
4	克劳斯玛菲机械（中国）有限公司	PU 发泡机	1,150.44
5	安徽省永光工程项目管理有限公司	工程项目管理	836.84

1、上述主要供应商、施工方的基本情况

供应商名称	成立时间	注册资本	主要股东	是否关联方	主营业务范围	发行人采购内容
上海宝冶集团有限公司	2003 年 1 月	57,7784.9612 万元	中国冶金科工股份有限公司持股 89.58%	非关联方	道路货物运输（不含危险货物）；测绘服务；房地产开发经营；输电、供电、受电电力设施的安装、维修和试验；特种设备设计；特种设备安装改造修理；特种设备制造；建设工程质量检测；建设工程设计；建设工程施工等	厂房建设
广东名创智能设备有限公司	2019 年 1 月	1200 万元	周宗义持股 80%；陈尧海持股 20%	非关联方	机械零部件加工；办公用机械制造；智能机器系统生产；机械技术咨询、交流服务；通用机械设备销售；机电设备安装服务；智能电气设备制造；智能化安装工程服务；智能机器系统技术服务等	全景天窗生产线
云南煜天建设工程有限公司	2015 年 2 月	2,000 万元	张二帅持股 70%；贾冬持股 30%	非关联方	公路工程、市政公用工程、水利水电工程、房屋建筑工程、机电工程、铁路工程、港口与航道工程、电力工程等	桩基工程建设
克劳斯玛菲机械（中国）有限公司	2012 年 1 月	1700 万欧元	克劳斯玛菲技术有限公司持股（德国）100%	非关联方	塑料加工专用设备制造；橡胶加工专用设备制造；工业自动控制系统装置制造；技术服务、技术开发、技术咨询等	PU 发泡机
安徽省永光工程项目管理有限公司	2007 年 3 月	500.8 万元	周树平持股 100%	非关联方	建设工程施工；建设工程监理；水利工程建设监理；公路工程监理；水运工程监理；地质灾害治理工程监理；司法鉴定服务；建设工程设计；建设工程勘察	工程项目管理

2、发行人采购占供应商同类业务的比重，采购的具体内容、定价方式及公允性

报告期内，发行人与在建工程主要供应商的交易情况如下：

单位：万元

主要供应商	采购具体内容	定价方式及公允性	占供应商同类业务的比重
上海宝冶集团有限公司	厂房建设	公开招投标	1%以内
广东名创智能设备有限公司	全景天窗生产线	邀标	20%以内
云南煜天建设工程有限公司	桩基工程	公开招投标	占比 50%
克劳斯玛菲机械（中国）有限公司	PU 发泡机	邀标	1%以内
安徽省永光工程项目管理有限公司	工程项目管理	公开招投标	20%以内

如上表所示，报告期内，发行人在建工程的定价模式主要为公开招投标及邀标，定价方式具有公允性。

3、对应采购款的支付对象、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存在关联关系

报告期内，发行人新建在建工程的主要供应商的采购情况如下：

序号	主要供应商	是否为发行人关联方	事项	内容
1	上海宝冶集团有限公司	否	采购内容	厂房建设
			合同付款进度约定	①预付款： 开工日前预付合同总（扣除暂列金额）的 10%，并在首次月进度款中扣回，不足部分从次月工程进度款中抵扣。 ②进度款： 承包人每月 25 前向工程师提交上月 20 日至当月 19 日已完工工程量统计报表。发包人会同监理人在收到手续齐全的工程量申请报表 10 日内予以确认，不合格的工程量不予支付进度款；据每月施工现场已完工价款（不含经济签订、暂列金额）的 85%支付月工程进度款。 ③工程竣工： 工程竣工验收合格且复审完成后付至复审价的 97%。 ④质保： 余款 3%待缺陷责任期 24 个月满，无质量争议一次性支付。 ⑤农民工工资管理： 发包人于每月 25 日前将工资性工程进度款转入农民工工资专用账户。
			建设进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经确认的产值 19,429.57 万元,工程尚未竣工验收

序号	主要供 应商	是否为 发行人 关联方	事项	内容
			支付进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经支付工程款 16,395.50 万元，付款比例 84.40%，与合同约定 85%进度支付条款基本一致
			支付对象	上海宝冶集团有限公司
2	广东名 创智能 设备有 限公司	否	采购内容	全景天窗生产线
			合同付款 进度约定	①预付款： 合同签署预付 30%。 ②发货： 发货前合同支付至 60%。 ③预验收： 调试安装正常使用后支付至 80%。 ④质保 质保 1 年期满支付至 100%
			建设进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经完成设备 2,032.28 万元，大部分设备已经完成验收，只剩零星设备安装调试过程中。
			支付进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经支付设备款 1,550.90 万元，付款进度 76.31%，与合同约定 80%预验收款支付条款基本一致
			支付对象	广东名创智能设备有限公司
3	云南煜 天建设 工程有 限公司	否	采购内容	桩基工程
			合同付款 进度约定	①预付款： 开工日前预付 10%（扣除暂列金额），并在首次月进度款中扣回，不足部分从次月工程进度款中抵扣。 ②进度款： 承包人每月 25 前向工程师提交上月 20 日至当月 19 日已完工工程量统计报表。发包人会同监理人在收到手续齐全的工程量申请报表 10 日内予以确认，不合格的工程量不予支付进度款；根据每月施工现场已完工价款（不含经济签订、暂列金额）的 85%支付月工程进度款。 ③工程竣工： 工程竣工验收合格且复审完成后付至复审价的 97%。 ④质保： 余款 3%待缺陷责任期 24 个月满，无质量争议一次性支付。 ⑤农民工工资管理： 发包人于每月 25 日前将工资性工程进度款转入农民工工资专用账户。
			建设进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经确认的产值 1,683.03 万元，工程竣工但尚未验收
			支付进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经支付工程款 1,431.13 万元，付款比例 85.03%，与合同约定 85%进度支付条款基本一致
			支付对象	云南煜天建设工程有限公司
4	克劳斯 玛菲机 械（中 国）有 限公司	否	采购内容	PU 发泡机
			合同付款 进度约定	①预付款： 合同签署预付 30%。 ②提货： 发货前付至 90%。

序号	主要供应商	是否为发行人关联方	事项	内容
				③设备验收： 设备验收合格后支付至 100%
			建设进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经完成设备 1,150.44 万元，设备已经完成验收。
			支付进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经支付设备款 1,150.44 万元，付款进度 100%，与合同约定设备验收支付至 100%条款约定一致
			支付对象	克劳斯玛菲机械（中国）有限公司
5	安徽省永光工程项目管理有限公司	否	采购内容	工程项目管理
			合同付款进度约定	①勘察设计及施工图审查合格后支付相应收费标准的 70%，工程竣工后支付到 100%。 ②工程量清单及控制价编制完成工程量清单及控制价编制服务并交付成果后，支付 70%，工程竣工支付到 100%。 ③招标代理服务费（如发生），根据芜湖市收费标准，中标通知书发放后一次性支付。 ④监理服务费：按工程月进度对应的监理服务的 80%，工程竣工验收合格后付到进度款对应的监理服务费到 90%，工程竣工资料整理完好待施工单位办理结算并经确认后一次性辅导 97%，保修期满付到 100%。 ⑤其他服务费按月进度支付已完成工程量服务费的 70%，竣工验收合格后支付到 95%，经最终审计后双方确认无异议一次性付清。
			建设进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经确认的产值 836.84 万元，尚未竣工
			支付进度	截止 2025 年 12 月 31 日，已经支付工程款 595.23 万元，付款比例 71.13%，与合同约定“工程量清单及控制价编制完成工程量清单及控制价编制服务并交付成果后，支付 70%”基本一致。
			支付对象	安徽省永光工程项目管理有限公司

如上表所示，报告期内，发行人采购款支付对象与采购对象相匹配，采购款支付与建设进度及合同约定相匹配，在建工程主要供应商与发行人不存在关联关系。

综上所述，报告期内，发行人在建工程的定价模式主要为公开招投标及邀标，定价方式具有公允性；发行人采购款支付对象与采购对象相匹配，采购款支付与建设进度及合同约定相匹配，在建工程主要供应商与发行人不存在关联关系。

【中介机构核查程序及核查意见】

一、核查上述事项并发表明确意见，并说明核查方式、范围、依据及结论

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取并查阅公司货币性资产相关的内部控制制度，了解、测试和评价公司与货币性资产相关的内部控制制度设计和运行的有效性；获取报告期各期末公司货币资金构成明细，对报告期各期末公司库存现金进行盘点并与账面记录进行核实；对银行存款、其他货币资金、结构性存款、银行理财产品、大额存单等进行函证；获取已开立银行结算账户清单、企业信用报告并与账面核算的银行账户情况进行核对；获取报告期内银行流水明细并与发行人账面记录进行双向核对；获取结构性存款、银行理财产品、大额存单的相关合同/说明书，了解相关产品的发行方、风险等级、底层资产、产品期限、风险收益等信息，获取投资相关明细账，核对交易情况、测算相关产品投资收益与规模、期限等的匹配性，根据合同相关风险收益的约定判断是否存在重大投资风险；根据《企业会计准则》相关规定，核查发行人相关会计处理的合理性；

2、获取发行人各期金融资产/负债、财务费用、投资收益、公允价值变动、现金流量等相关财务数据，测算并核实其之间的匹配性；

3、了解相关产品的发行方、风险等级、底层资产、产品期限、风险收益等信息；

4、获取报告期内货币性资产与长短期借款明细、借款合同，访谈公司财务总监，了解 2025 年新增借款的必要性、合理性，公司借款情况与业务发展规模和资金需求匹配情况；

5、访谈公司财务总监，了解资金流向并进行银行函证，确认是否涉及联合或共管账户及资产受限情形；

6、了解莱州冶金业务拓展方式；获取拓展费相关的明细账、大额拓展费的相关合同、发票、付款单等，核查拓展费具体构成、支付对象及金额；分析业务拓展费支出与对应取得的收入之间的匹配关系；获取发行人制定的与业务拓展费

相关的内部控制制度，评价其设计和运行的有效性；对照《企业会计准则》，评价发行人业务拓展费会计处理的合规性；

7、计算分析发行人销售、管理、研发人员的人均薪酬，查询同行业、同地区上市公司公告文件，了解其人员薪酬并与公司情况进行对比分析；

8、了解公司主要客户拓展及产品推广方式，分析销售费用率较低是否能够有效拓展新客户或主要客户的合作范围，是否存在销售费用率大幅提高的风险；

9、获取发行人销售费用、管理费用明细账，分析发行人销售费用率、管理费用率与可比公司存在差异的原因及合理性，与发行人销售活动、管理活动需求及业务发展情况是否匹配；获取发行人与费用支出相关的内部控制制度，了解、测试和评价其设计和运行的有效性，判断是否存在代垫费用的情况；

10、获取公司报告期内的在建工程分项目明细表、明细账，了解新增在建工程的具体情况，核查在建工程支付进度与工程建设进度是否匹配；获取发行人及其关联方、客户、供应商清单，核查发行人银行流水和票据支付记录，发行人控股股东、董监高及其他关联方银行流水，核查在建工程相关的资金是否流向发行人及其关联方、客户、其他供应商等；

11、通过网络查询在建工程相关的主要供应商、施工方的基本情况，核查其是否与发行人及其关联方存在关联关系；获取主要供应商、施工方确认函，了解发行人采购额占其同类业务的比重、采购的具体内容、定价方式等；获取在建工程相关的主要合同、发票、付款凭证，在建工程相关的支付明细账，核查采购款的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定的匹配性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人针对货币资金建立了良好的内部控制，相关管理机制完善；公司结构性存款、银行理财产品、大额存单相关投资收益与规模、期限相匹配，相关会计处理符合《企业会计准则》规定；

2、发行人在报告期内的相关投资与资产负债表、利润表以及现金流量表的相关科目在数据勾稽关系上保持一致，相关科目之间具有匹配性；

3、报告期内发行人所购买的结构性存款、银行理财产品、大额存单产品不存在重大投资风险；发行人货币资金管理相关的内部控制制度健全、流程合规、运行有效；

4、发行人 2025 年新增借款均系用于“汽车开闭件、电子控制系统产品研发及产业化项目”建设的专项借款，新增借款与公司业务发展规模和资金需求相匹配；

5、除正常生产经营活动及关联方交易外，公司不存在资金流向控股股东或其他关联方的情形，不存在联合或共管账户等情形，相关资产不存在大额异常质押、担保、冻结、归集、关联方占用等受限情形；

6、报告期内，发行人业务拓展效果与业务拓展费支出相匹配；公司针对粉末冶金零部件业务拓展费内控健全，公司针对粉末冶金零部件业务销售佣金会计处理符合《企业会计准则》的规定；

7、报告期内，公司销售、管理、研发人员变动具有合理性，报告期内，公司销售、管理、研发人员薪酬与同行业、同地区上市公司相比具有合理性；

8、公司销售费用率较低不会影响公司与新客户或主要客户的合作范围，且不存在销售费用率大幅提高的风险；

9、发行人销售费用率、管理费用率较低具有合理性，与发行人销售、管理活动需求及业务发展情况相匹配，不存在体外代垫费用的情形；

10、发行人严格按照合同约定进行款项支付，在建工程款项支付进度与设备采购及工程建设情况相匹配，相关款项不存在流向发行人及其关联方、客户、其他供应商等情形；

11、报告期内，发行人在建工程的定价模式主要为公开招投标及邀标，定价方式具有公允性；发行人采购款支付对象与采购对象相匹配，采购款支付与建设进度及合同约定相匹配，在建工程主要供应商与发行人不存在关联关系。

二、说明对在建工程、固定资产的监盘情况，监盘的时间、地点、人员、监盘比例等，监盘结果是否存在差异

报告期内，申报会计师对发行人在建工程、固定资产的监盘情况具体如下：

(一) 在建工程

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
监盘时间	2025 年 12 月-2026 年 2 月	2025 年 1 月	2024 年 1 月
监盘地点	①中国（安徽）自由贸易试验区芜湖片区凤鸣湖南路 12 号； ②安徽省芜湖市鸠江区龙山街道华山路； ③重庆市两江新区龙兴镇两江新区润洲产业园； ④安徽省安庆市经济开发区圆梦新区汽车零部件产业园； ⑤山东省烟台市莱州市云峰北路 2188 号	①中国（安徽）自由贸易试验区芜湖片区凤鸣湖南路 12 号； ②芜湖市·海外海(芜湖)智造产业园； ③山东省烟台市莱州市云峰北路 2188 号	①中国（安徽）自由贸易试验区芜湖片区凤鸣湖南路 12 号； ②山东省烟台市莱州市云峰北路 2188 号
监盘人员	保荐机构、申报会计师		申报会计师
监盘比例	100%	96.62%	96.55%
监盘结果	账实相符，不存在差异		

(二) 固定资产

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
监盘时间	2025 年 12 月-2026 年 2 月	2024 年 12 月-2025 年 2 月	2023 年 12 月-2024 年 1 月
监盘地点	①中国（安徽）自由贸易试验区芜湖片区凤鸣湖南路 12 号； ②芜湖市·海外海(芜湖)智造产业园； ③鄂尔多斯市东胜区奇瑞汽车鄂尔多斯零部件工业园 6 号； ④安徽省芜湖市鸠江区宝翔大厦； ⑤广西壮族自治区柳州市鱼峰区雒容镇柳东新区官塘工业园； ⑥重庆市两江新区龙兴镇两江新区润洲产业园； ⑦山东省青岛市即墨区汽车产业新城埠惜路 1068 号； ⑧安徽省安庆市经济开发区圆梦新区汽车零部件产业园； ⑨山东省烟台市莱州市云峰北路 2188 号	①中国（安徽）自由贸易试验区芜湖片区凤鸣湖南路 12 号； ②鄂尔多斯市东胜区奇瑞汽车鄂尔多斯零部件工业园 6 号； ③广西壮族自治区柳州市鱼峰区雒容镇柳东新区官塘工业园； ④重庆市两江新区龙兴镇两江新区润洲产业园； ⑤山东省青岛市即墨区汽车产业新城埠惜路 1068 号； ⑥安徽省安庆市经济开发区圆梦新区汽车零部件产业园； ⑦山东省烟台市莱州市云峰北路 2188 号	①中国（安徽）自由贸易试验区芜湖片区凤鸣湖南路 12 号； ②广西壮族自治区柳州市鱼峰区雒容镇柳东新区官塘工业园； ③重庆市两江新区龙兴镇两江新区润洲产业园； ④山东省青岛市即墨区汽车产业新城埠惜路 1068 号； ⑤山东省烟台市莱州市云峰北路 2188 号
监盘人员	保荐机构、申报会计师		申报会计师

监盘比例	73.75%	73.24%	58.44%
监盘结果	账实相符，不存在差异		

三、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》2-4研发投入、2-18资金流水核查相关要求核查并发表明确意见，并提交资金流水核查专项报告

（一）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》2-4研发投入，核查相关要求核查并发表明确意见

（1）研发投入

《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》（以下简称“《2号指引》”）对研发投入的规定为：“研发投入为企业研究开发活动形成的总支出。研发投入通常包括研发人员人工费用及劳务费用、直接投入费用、折旧费用与长期待摊费用、设计费用、装备调试费、无形资产摊销费用、委托外部研究开发费用、其他费用等。本期研发投入为本期费用化的研发费用与本期资本化企业会计准则相关的开发支出之和。发行人将研发过程中产出的产品或副产品对外销售，或者在对外销售前按照规定确认为存货或其他资产的，其成本原则上不得计入研发投入。”

报告期内，公司在财务核算方面严格按照企业会计准则的规定执行，各项研发费用均与研发活动直接相关。研发费用支出包括直接人工、直接材料、折旧与摊销、试验模具费、设计试验费等。报告期内，公司研发支出均作费用化处理，不存在研发支出资本化的情形。公司所有对外销售的产品对应成本支出均计入营业成本，不存在按研发费用核算的情形。

对照《2号指引》2-4研发投入中研发投入归集的相关核查要求，公司研发费用核算情况核查如下：

序号	《2号指引》相关要求	公司研发费用的核算情况	是否符合相关要求
1	研发人员与生产、管理、销售等其他人员是否能明确区分，研发人员从事研发工作的同时还从事其他业务工作的，相关研发支出核算是否真实、准确、	报告期内，公司研发人员系根据员工具体工作岗位职责及实际工作内容认定，研发人员与生产、管理、销售等其他人员能明确区分；公司研发人员除研发活动外还从事其他工作的，	是

	完整，依据是否充分、客观；研发人员是否具备从事研发活动的能力，是否真正从事研发活动并作出实际贡献，是否属于发行人研发工作所需的必要人员。	按照参与研发活动的工时将其薪酬分配至研发费用及其他成本或费用；公司研发人员均具备相关专业背景或技术经验，能够满足公司研发工作的需要。	
2	研发活动认定是否合理，领用的原材料、发生的制造费用是否能在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算。	公司的研发活动主要为进行新产品、新技术、新工艺的开发，并通过研发内控制度进行严格规范管理，能够与生产活动严格清晰区分，相关原材料、制造费用能够在研发活动、生产活动之间清晰归集核算。	是
3	研发过程中产出的产品或副产品对外销售前，符合有关资产确认条件的，是否依规确认为相关资产；对外销售时，是否依规对销售相关的收入和成本分别进行会计处理，计入当期损益。	公司在研发活动中会产生少量试制样品，对于销售给客户的样品，销售给客户相关样品不计入研发费用，并在实现销售时转入营业成本，计入当期损益。	是
4	公司将股份支付费用计入研发支出的，是否具有明确合理的依据。	报告期内，公司不涉及该情形。	是

（2）研发内控

《2号指引》对研发内控的规定为：“发行人应制定并严格执行研发相关内控制度，明确研发支出的开支范围、标准、审批程序以及研发支出资本化的起始时点、依据、内部控制流程。同时，应按照研发项目设立台账归集核算研发支出。发行人应审慎制定研发支出资本化的标准，并在报告期内保持一致。发行人应根据重要性原则，在招股说明书中披露：1.研发支出资本化相关会计政策，与资本化相关研发项目的研究内容、进度、成果、完成时间（或预计完成时间）、经济利益产生方式（或预计产生方式）、当期和累计资本化金额、主要支出构成，以及资本化的起始时点和确定依据等；2.与研发支出资本化相关的无形资产的预计使用寿命、摊销方法、减值等情况，并说明是否符合相关规定，研发支出资本化时点是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性。发行人应结合研发项目推进和研究成果运用可能发生的内外部不利变化、与研发支出资本化相关的无形资产规模等因素，充分披露相关无形资产的减值风险及对公司未来业绩可能产生的不利影响。”

公司制定了《研发项目管理制度》《研发费用核算管理制度》等制度，对研发项目的立项、过程管理、结项等工作流程均作出了规定，研发中心直接负责研

发项目的全流程工作，财务部门、总经办等公司相关部门参与研发流程进展的审批监督工作。报告期内，公司按照研发项目设立台账归集核算研发支出，不存在研发支出资本化的情形。对照《2号指引》2-4研发投入研发相关内控核查要求，公司内控机制及执行情况如下：

序号	《2号指引》相关要求	公司内控制度及执行情况	是否符合相关要求
1	是否建立研发项目的跟踪管理系统，有效监控、记录各研发项目的进展情况，并合理评估技术上的可行性。	公司制定了《研发项目管理制度》《研发费用核算管理制度》等制度，对研发项目的立项、过程管理、结项等工作流程均作出了规定。 公司建立了研发活动管理系统，能够有效监控、记录各研发项目的进展情况，并记录各研发项目投入的原料成本、研发人员工时数据等信息，为研发费用的归集提供有效依据。	是
2	是否建立与研发项目相对应的人财物管理机制。	公司已建立与研发项目相对应的人财物管理机制，包括：明确公司的组织架构及人员职责，对研发人员进行界定和有效管理；建立规范的研发内部管理制度与业务流程规范，对研发组织、研发过程、研发费用、知识产权、研发信息等进行有效管理。	是
3	是否已明确研发支出开支范围和标准，并得到有效执行。	公司依据《企业会计准则》《高新技术企业认定管理办法》《高新技术企业认定管理工作指引》的有关规定，对研发支出进行界定。 公司制定了《研发项目管理制度》《研发费用核算管理制度》等内控制度，明确研发开支范围和标准，并在日常工作中严格执行。	是
4	研发人员的认定标准是否符合相关法律法规规定，与同行业可比公司是否存在显著差异，相关标准在报告期内是否得到一贯执行，研发人员薪酬支出相关核算及内部控制制度是否健全有效。	公司研发人员的认定标准系根据员工具体工作职责及当期研发活动的工时占比确定，将直接从事研发活动的以及与研发活动密切相关，并且各期直接参与研发项目的工时超过50%的工作人员认定为研发人员。 报告期内，公司研发人员的认定标准符合相关法律法规规定，与可比公司不存在显著差异，相关标准在报告期内一贯执行；公司计入研发费用-职工薪酬的部分均为研发人员的薪酬支出，薪酬按照研发人员参与研发活动的工时进行归集核算，公司研发人员薪酬支出相关核算及内部控制制度健全有效。	是
5	报告期内是否严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支	报告期内，公司严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，不存在	是

	出，是否存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形，是否存在为获取高新技术企业资质或所得税加计扣除等原因虚增研发支出的情形。	将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形，不存在为获取高新技术企业资质或所得税加计扣除等原因虚增研发支出的情形。	
6	是否建立研发支出审批程序。	在日常研发活动中，公司严格按照《研发项目管理制度》《研发费用核算管理制度》等内控制度的要求对研发支出进行审批，确保研发支出归集和核算的准确性。	是

综上所述，公司符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》2-4研发投入的要求。

（二）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》2-18 资金流水核查相关要求核查并发表明确意见，并提交资金流水核查专项报告

申报会计师已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》之“2-18 资金流水核查”的相关要求进行核查，并出具了资金流水核查专项报告，核查过程、核查依据以及核查意见等情况详见专项说明。

（以下无正文）



中国注册会计师：罗静

中国注册会计师：徐宏 蕾

181