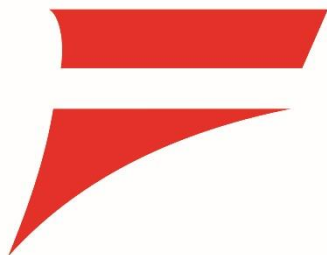


宁波福尔达智能科技股份有限公司

Ningbo Fuerda Smartech Co., Ltd.

（浙江省慈溪市逍林镇逍林大道 1493-1569 号）



**关于宁波福尔达智能科技股份有限公司首次公开发
行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询函的回复**

保荐人（主承销商）



海通证券股份有限公司

HAITONG SECURITIES CO., LTD.

（上海市广东路 689 号）

二〇二三年三月

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 1 月 10 日出具的《关于宁波福尔达智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2023〕010017 号，以下简称“审核问询函”）已收悉。按照贵所要求，宁波福尔达智能科技股份有限公司与海通证券股份有限公司、国浩律师（杭州）事务所、天健会计师事务所（特殊普通合伙）等相关方已就审核问询函中提到的问题进行了逐项落实并回复，对申请文件进行了相应的补充。

如无特别说明，本回复使用的简称与《宁波福尔达智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

本回复报告中的字体代表以下含义：

类别	字体
审核问询函所列问题	黑体（加粗）
对审核问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修订、补充	楷体（加粗）

目录

目录	2
1.关于技术许可合作与创新性	3
2.关于业绩与成长性	27
3.关于供应商	40
4.关于存货	53
5.关于期间费用	66
6.关于同业竞争	73
7.关于历史沿革	90
8.关于其他事项	105

1.关于技术许可合作与创新性

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人存在使用小岛冲压、汉兰格两家企业技术许可的情形，具体许可内容为海外相关车型零部件设计参数、质量标准等信息数据，从而加快发行人国内项目的设计研发。

（2）报告期内，发行人使用小岛冲压技术许可的各期产品销售收入占同期营业收入的比例为 20.13%-27.20%，使用汉兰格技术许可的销售收入占比为 0.92%-2.56%。

（3）2015 年后发行人未与汉兰格签署新的项目合作协议，双方合作产品预计最晚将在 2026 年结束量产。2021 年发行人与小岛冲压重新签署技术许可合同，扩展了技术许可范围涉及产品，继续约定了排他许可、使用费费率等。

（4）发行人优势产品为出风口、空调控制面板、顶灯等，国内市占率约为 7%-13%。发行人称其技术大多来源于行业通用技术，根据生产效率、产品效果以及客户需求进行优化。发行人将中高端乘用车市场作为重点发展的目标市场，配套客户包括奥迪、大众、丰田、奔驰、捷豹路虎等。发行人未充分说明其竞争优势。

请发行人：

（1）结合技术许可合同的主要约定条款，说明发行人与小岛冲压、汉兰格的具体合作模式及商业合理性，许可费用调整机制，如合作终止对发行人相关产品后续销售、项目定点的影响。

（2）说明发行人 2015 年后未与汉兰格合作而 2021 年与小岛冲压扩大合作范围的商业背景，发行人客户对技术合作事项是否知悉并认可、是否以此为发行人获得项目定点的条件，发行人是否具备独立开发相关产品的能力。

（3）说明发行人新增定点项目涉及技术许可的比例，使用技术许可产品的收入占比预计变化趋势，是否将持续保持较高比例；双方合作稳定性，如合作方终止合作并与其他竞争对手签订排他合作协议对发行人的影响，技术许可相关收入占比较高对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响，相关风险披露是否充分。

（4）结合技术特点、产品范围、同步开发车型、客户定点与认证等情

况，进一步系统梳理发行人的竞争优势，相关优势产品获得并保持市场份额的原因及合理性，发行人是否具备技术先进性与创新性。

请保荐人发表明确意见，进一步完善关于发行人符合创业板定位要求的专项意见。

【回复】

一、结合技术许可合同的主要约定条款，说明发行人与小岛冲压、汉兰格的具体合作模式及商业合理性，许可费用调整机制，如合作终止对发行人相关产品后续销售、项目定点的影响。

（一）结合技术许可合同的主要约定条款，说明发行人与小岛冲压、汉兰格的具体合作模式及商业合理性

1、合同主要条款及具体合作模式

发行人与小岛冲压的技术许可合同的主要约定条款及具体合作模式如下：

合作方	合同名称	主要约定条款
小岛冲压	2021 年签订的技术许可合同（与 2012 年的合同相比，除技术许可范围以及合同有效期有重大变化外，其他条款没有重大变化，详见下列表格）	第 1 条（定义） 1、本产品是指：基于甲方（小岛冲压）的专有技术由乙方（发行人）生产的汽车零部件：地图灯、空调控制器、出风口、拉手、换挡手柄、储物盒、烟灰缸、杯架、手套箱、中央通道、麦克风、USB 接口、镍氢电槽，后续根据需要双方当事者可通过协商追加新的汽车配件作为本产品对象。 2、专有技术是指：为了生存销售本产品甲方同意向乙方披露的必要的甲方拥有的技术信息、技术数据、销售信息。
		第 2 条（避免同业竞争） 甲方承诺在本合同生效之日起在合同区域内不与任何第三方就本产品签订具有同等条件的许可合同。甲方（包括但不限于甲方出资的子公司、关联公司及合作工厂）在合同区域内不再从事本产品的研发、生产和销售，亦不投资设立从事本产品业务的企业或向从事本产品业务的企业投资。
		第 3 条（许可权利） 甲方根据本合同授予乙方使用专有技术在合同区域内生产销售本产品、无分实施许可权、非独占性的且不能转让的许可。乙方仅可将专有技术用于乙方的经营，不得用作他用。
		第 9 条（技术使用费的支付） 1、作为基于本合同向乙方许可的专有技术使用权的对价，乙方按以下划分及下述金额和方法向甲方支付技术使用费。金额按照本产品的销售额乘以下列规定的比例计算。

发行人与小岛冲压 2021 年签订的合同与 2012 年签订的合同在涉及技术许可范围以及合同有效期的条款内容有所变化，主要变化如下：

合同签署时间	技术许可范围相关条款	合同有效期相关条款
2012 年 12 月	第 1 条（定义） 1、本产品是指：基于甲方（小岛冲压）的专有技术由乙方（发行人）生产的汽车零部件：仪表板零部件、内部装饰件、车顶控制台、空调控制器。	第 16 条（本合同的有效期间） 1、本合同从本合同最后所记载的签署日起生效，有效期从签署日起开始，到本产品开始量产后经过 5 年为止，或至相关产品量产结束为止，或至本合同前言所记载的合资公司设立后甲方同合资公司签署技术支援合同之日为止。如果在合同的有效期限内合资公司未能设立、甲方同合资公司的技术支援合同未能签署、则本合同到期前 1 年时就本合同的延长进行协议。
2021 年 6 月	第 1 条（定义） 1、本产品是指：基于甲方（小岛冲压）的专有技术由乙方（发行人）生产的汽车零部件：地图灯、空调控制器、出风口、拉手、换挡手柄、储物盒、烟灰缸、杯架、手套箱、中央通道、麦克风、USB 接口、镍氢电槽，后续根据需要双方当事者可通过协商追加新的汽车配件作为本产品对象。	第 16 条（本合同的有效期间） 1、本合同从 2021 年 6 月起生效,有效期从签署日起开始，5 年有效。以后在没有双方就本合同有效期限另行经书面协议的情况下、每年自动延期 1 年。

当国内一汽丰田、广汽丰田向发行人进行新项目发包询价时，发行人根据当时的研发资源状况等因素综合考虑是否需要小岛冲压的技术合作。若确定开展合作，发行人则与小岛冲压共同协商确定可以提供的技术资料内容、涉及的车型类型以及一次性入门费、技术使用费计提比例等合作细节。在取得小岛冲压的初步技术资料后，发行人需自主开发项目方案并独立参与一汽丰田、广汽丰田的项目竞标。若发行人取得了项目定点，则小岛冲压会根据约定按项目研发进度提供相关技术资料。待最终产品开始量产后，小岛冲压根据约定在相关产品的销售额中收取一定比例的金额作为技术许可的对价。在合作期间内，双方每半年一次对已合作的项目进行对账并结算相关费用金额。

发行人与汉兰格的合作聚焦于机械式电子开关领域，基于具体的零部件产品开展相应合作，分别签订合同，主要产品包括了电子驻车（EPB）开关、天窗开关、升降机开关等。发行人与汉兰格的技术合作合同的主要约定条款及具体合作模式如下：

合作方	合同名称	主要约定条款
汉兰格	MQB 天窗	2.1 汉兰格具有开关产品在结构设计和制造工艺方面的技术性能

合作方	合同名称	主要约定条款
	开关项目合同（其他项目产品的相关合同条款类似）	力和知识。为达成本协议目标，这些技术被授权使用。
		2.2 福宇龙将使用这些技术，并采用汉兰格所提供的（或指定的）铜触片，以生产和向一汽-大众，上海大众，斯柯达销售附件列明的协议产品。
		2.5 汉兰格提供给福宇龙（在中国独家）在项目合作中使用的技术。此技术只允许用于附件所列出的协议产品的生产及销售。但在中国以外，汉兰格有权自己使用该技术用于任何产品的生产，包括本协议中描述的产品，或者授权其他第三方使用这些技术。
		2.6 汉兰格的技术使用费以利润代替，双方的利润分配方式为：产品净利润的 50%归甲方所有，另外的 50%归乙方所有。产品净利润由销售价格减去材料成本、装配费、报废率等计算得到。

当发行人取得大众品牌客户相关产品项目发包时，将自主确定是否需要与汉兰格开展合作并与之展开沟通。当双方达成合作意向后，则在汉兰格的支持下由发行人进行项目方案的初步设计并参与客户的项目竞标。若发行人取得了项目定点，则与汉兰格签署正式的项目合作协议，确定合作产品、提供的资料内容以及对价的收取方式等合作细节。后续由汉兰格提供具体项目产品的结构设计、制造工艺等方面的图纸和数据资料，支持发行人进行项目产品的自主开发及生产过程设计。待产品量产后，汉兰格根据相关产品销售情况向发行人开具账单，双方对账确认后由发行人支付相应的技术使用费。

2、合作的商业合理性

2008 年，发行人凭借在空调出风口等产品领域的技术优势和领先的研发能力，成功进入了国内丰田的供应商名录，开始为国内丰田同步研发功能件等产品。随着发行人在国内丰田供应商体系中的地位及竞争力不断提升，小岛冲压作为丰田全球的主要供应商之一，竞争压力逐步增大。为维护其竞争地位，小岛冲压积极寻求国内合作，并于 2011 年底与发行人达成合作关系。通过支付一定的技术使用费，发行人能够快速获取海外原型产品的经验资料进行参考，从而缩短相关国内项目产品的研发周期、减少试制及试错成本、有效提高研发资源的利用效率，使发行人投入更多的研发人力及资源到其他的新兴产品及技术上，进一步强化发行人的自主创新能力及市场开拓能力。在没有小岛冲压的参与下，发行人凭借自主开发能力，已经成功为一汽丰田、广汽丰田的 RAV4、凯美瑞、亚洲龙、皇冠等车型的空调控制面板、车内小灯、氛围灯、USB、出风口等产品进行独立开发并实现了批量供货。通过与发行人开展技术合作，小

岛冲压能够利用已有的技术资料赚取海外市场的利润，而这一模式其也同样应用在全球多个国家或地区的业务中，其在土耳其、印度等国家和地区通过向当地本土汽车零部件企业提供技术许可并收取技术许可费用的形式开展相关的丰田业务，成为其全球业务利润的重要来源之一。因此，发行人与小岛冲压的合作具有商业合理性。

发行人于 90 年代就已进入了大众品牌的供应商体系，为其旗下的豪华品牌奥迪提供国产化生产，一直以来都是大众品牌在国内重要的合作伙伴。随着一汽-大众、上汽大众国内市场规模的迅速增长，其车型零部件国产化的需求日益增加，因此选择发行人对特定若干车型的电子开关产品进行国产化开发。发行人通过大众的全球供应体系与德国大众的原有供应商汉兰格展开沟通并最终达成合作意向。通过与汉兰格的技术合作，发行人能够加快相关电子开关项目的国产化速度并扩大自身产品范围、丰富产品系列，加深与一汽-大众、上汽大众的产品合作。而通过与发行人的合作，汉兰格也能够对其现有技术资源进行再利用，分享产品利润。因此，发行人与汉兰格的合作具有商业合理性。

在汽车零部件行业中，密封科技、舜宇精工也存在着类似的技术合作模式，密封科技相关技术合作占到收入的 1%左右，舜宇精工占到收入的 5%左右，具体情况如下表：

公司名称	主要产品	技术许可情况
密封科技 (301020.SZ)	主要生产发动机用密封垫片、隔热防护罩、密封纤维板和金属涂胶板产品。	密封科技与日本石川签署了《技术援助合同》，由密封科技向日本石川支付技术使用费、试验费等，从而合作开发日系合资企业的国产化产品或国内客户指定日本石川参与开发的产品。双方在密封垫片领域开展技术合作，并约定对于日本石川以提供图纸、技术咨询等方式参与合作的产品，发行人须在该产品销售收入的基础上，向日本石川支付一定比例的技术使用费。根据产品类型及已量产年限，提取费用比例在 2%~5%之间。
舜宇精工 (831906, 上交所上市注册阶段)	主要产品及服务包括出风口、杯托、储物盒等汽车内饰功能件以及模具的开发制作及 AGV 集成解决方案。	舜宇贝尔与德国贝尔签署了《专有技术许可协议》，以授权许可的方式许可舜宇贝尔使用德国贝尔相关专有技术，即由德国贝尔以技术许可、技术培训服务等方式协助舜宇贝尔进行技术积累及业务拓展。同时，舜宇贝尔根据年度净销售营业额的 3%向许可方支付授权许可使用费。

综上所述，发行人与小岛冲压及汉兰格的技术合作系双方基于各自商业利益协商一致的结果，行业内存在类似技术合作方式，上述合作符合双方利益，具备商业合理性。

(二) 说明许可费用调整机制，如合作终止对发行人相关产品后续销售、项目定点的影响

根据发行人与小岛冲压、汉兰格签订的相关合同及备忘录，与技术许可费、合同终止、项目定点相关的条款情况如下：

合作方	合同名称	与技术许可费相关的主要条款内容	与合同终止相关的主要条款内容	与项目定点相关的主要条款内容
小岛冲压	2021 年签订的技术许可合同	以不同项目车型进行划分，按照采用专有技术的产品的销售额乘以 1.5%-5%的比例并加上一定的入门费用，作为技术使用费支付给小岛冲压。具体入门费及计算比例参见下列表格。	1、本合同从 2021 年 6 月起生效，有效期从签署日起开始，5 年有效。以后在没有双方就本合同有效期限另行经书面协议的情况下、每年自动延期 1 年； 2、关于本合同被解除或终止之日乙方所拥有的本产品，应根据本合同双方当事人的协商以适当的方式进行处理； 3、交易对象提出要求及其他情况下，在本合同款项下的专有技术使用许可终止后，乙方按本合同约定支付技术使用费的前提下甲方同意乙方仍可继续生产、销售本产品。	无
汉兰格	以 MQB 天窗开关项目合同为例，其他项目产品的相关合同条款类似	汉兰格的技术使用费以利润替代，甲乙双方各分配 50%的产品净利润。产品净利润由产品售价、材料成本、装配费及报废率等因素按照规定公式计算得出。	只要一汽-大众和上海大众向福宇龙采购相关产品，此协议即保持有效	无

小岛冲压的技术使用费计算标准如下：

车型	入门费	技术指导	比率	备注
CKD（日本生产零件并出口进行组装的车型）	1 车种 1000 万日元	有	5%	甲乙双方商定判断是否国产化
中国国内外同时生产车	1 车种 500 万日元	有	3%	-
		转用	1.5%	使用在其他车型中甲方提供的技术
中国专用车（314A 除外）	-	有	3%	-
		转用	1.5%	使用在其他车型中甲方提供的技术

CKD 车型是指国内一汽丰田、广汽丰田以散件的形式向日本丰田进口零部件并在国内进行整车组装的车型，主要存在于丰田进入中国市场的初期。目前仅有在国内丰田引入海外全新车型时，存在进口零部件的情况。若发行人使用

小岛冲压提供的技术支持对原来进口的零部件进行国产化生产供货，则需要按照 5%的比例计提技术使用费。目前，发行人只有供应新能源车型的电池盒等项目采用了上述比例，占发行人营业收入的 1%左右。

中国国内外同时生产车即全球车型，是指国内外都有生产销售的车型，中国专用车是指专供中国国内的车型，目前国内丰田基本实现与全球同步，中国专用车型很少。在发行人与小岛冲压的合作中，若上述车型的产品首次使用小岛冲压的相关技术，一般是在车型更新换代时，则按照 3%的比例计提技术使用费。若之后同样的技术转用到其他车型或其中期改款车型上，则只需按照 1.5%的比例计算技术使用费。例如，国内广汽丰田及一汽丰田在 2019 年分别推出了全新一代的雷凌和卡罗拉两款姊妹车型，涉及小岛冲压技术的相关产品发行人首先应用在雷凌车型上，因此其技术使用费的计提比例为 3%，而卡罗拉车型上应用了同样技术的产品只需按 1.5%的比例计算费用。若后续雷凌车型进行中期改款，相关产品的技术使用费只需按 1.5%计算。

根据发行人与小岛冲压和汉兰格的合同条款，技术许可费用的金额主要由相关产品的销售情况计算得到，没有具体约定许可费用的调整机制。当双方确定项目产品的技术许可费用计提标准后，除小岛冲压的转用情况外基本保持不变，技术许可费用的变动主要依赖于相关产品销量的变动。

根据约定，发行人与小岛冲压的技术合作将于 2026 年 6 月到期，双方已在 2021 年签订的合同中补充约定了自动延期条款，约定了在没有经过双方书面协商同意的情况下，该合同可以每年自动延期 1 年；同时，双方也约定在合作终止时，发行人在继续支付技术使用费的前提下仍可以继续生产、销售相关产品，相关具体条款如下：

“第 19 条（终止后的措施）4.交易对象提出要求及其他情况下，在本合同款项下的专有技术使用许可终止后，乙方按本合同约定支付技术使用费的前提下甲方同意乙方仍可继续生产、销售本产品。此时，本合同除第 4 条、第 5 条、第 6 条及第 7 条外的条款继续有效。”

依据上述条款，即使双方终止合作，在整车厂要求发行人继续供货时，发行人在按约定支付技术使用费的前提下仍可继续生产、销售相关产品。

根据发行人与汉兰格的合同约定，其双方的技术合作主要基于具体的项目产品，技术合作将在相关产品量产结束时自动终止，若相关产品仍然销售，则

合作协议仍然有效。因此，若合同终止不会对发行人相关产品的后续销售产生重大不利影响。

发行人与小岛冲压及汉兰格的合作具有合理的商业背景，契合双方的诉求，能够有效发挥各自的优势及能力，达到双赢的目的。发行人从 2012 年即与小岛冲压开展技术合作，双方长期保持良好稳定的合作关系，未发生任何重大纠纷，并于 2021 年本着自愿、平等、互利的原则扩大了双方的技术合作范围，更加增强了双方互助共赢的纽带关系。因此，双方保持稳定合作对小岛冲压具有重要意义及价值，小岛冲压有意愿继续与发行人保持并发展双方的伙伴关系。

根据合同条款，发行人与小岛冲压及汉兰格并未就项目定点进行约定。根据本题回复之“二、（二）发行人客户对技术合作事项是否知悉并认可、是否以此为发行人获得项目定点的条件，发行人是否具备独立开发相关产品的能力”的内容，相关合作并非发行人获取客户项目定点的条件，发行人在取得项目发包后，自主选择是否开展技术合作。同时，发行人拥有完善的自主开发及制造能力，已经成功为一汽丰田、广汽丰田的 RAV4、凯美瑞、亚洲龙、皇冠等车型进行空调控制面板、车内小灯、氛围灯、USB、出风口等产品的独立开发并实现了批量供货，也实现了对一汽-大众、上汽大众等大众系品牌不同车型电子控制开关类产品的自主研发及生产销售。发行人的自主研发产品也实现了对其他合资品牌、自主品牌以及海外客户的生产配套。因此，发行人的新项目获取并不会受制于小岛冲压或汉兰格的技术合作。

综上所述，根据技术许可合同及相关备忘录的约定，如合作终止，发行人在继续支付技术使用费的前提下仍可继续向客户供货，不会对相关产品的后续销售产生重大不利影响。相关合作并非发行人获取客户项目定点的条件，发行人也具备了自主获取项目定点的研发及制造能力，若合作终止，不会对发行人未来获得新项目定点造成重大不利影响。

二、说明发行人 2015 年后未与汉兰格合作而 2021 年与小岛冲压扩大合作范围的商业背景，发行人客户对技术合作事项是否知悉并认可、是否以此为发行人获得项目定点的条件，发行人是否具备独立开发相关产品的能力。

（一）说明发行人 2015 年后未与汉兰格合作而 2021 年与小岛冲压扩大合作范围的商业背景

汉兰格长期以来都是海外德国大众的车内开关供应商，主要为德国大众配套机械按键式汽车电子开关产品。然而随着汽车智能化、电子化趋势的加深，原有的按键式开关逐步被触控式开关技术所替代。汉兰格在德国大众的开关产品项目数量逐年下降，双方合作发展的机会逐步减少。在当前技术及产品的行业变革中，发行人始终坚持最前沿的技术革新，通过自主创新开发了触控式开关等汽车电子产品。在 2015 年后双方未再进行新项目合作。

截至目前，发行人与汉兰格相关的主要项目集中在少数天窗开关、玻璃升降开关及 EPB 开关等老产品项目上。随着与汉兰格合作项目逐渐结束量产，涉及汉兰格技术的产品收入占发行人整体收入的比例将不断降低。报告期内，相关产品收入占比分别为 2.56%、1.93%、1.31%及 0.92%，收入影响呈现明显的下降趋势。因此，即使不再与汉兰格开展技术合作，也不会对发行人正常的生产经营及业务开展带来重大不利影响。

丰田汽车主要在日本本土进行车型的研发工作，开发完成后再将相关车型推向中国市场。小岛冲压是丰田汽车在日本国内最大的供应商之一，其从成立之初即为丰田汽车进行零部件的开发及配套服务，与丰田汽车长期保持着深厚的合作关系，因而更便于参与丰田汽车众多产品项目的开发工作。近年来，丰田品牌在中国国内的市场规模稳步增长，车型种类及数量持续扩大，各类零部件产品的国产化率进一步加深。在与国内丰田长期的深度合作中，发行人凭借自身的创新技术及研发实力，不断扩展延伸产品品种，包括地图灯、空调控制器、出风口、拉手、储物盒、中央通道等多系列产品已经在 2021 年之前就实现了对一汽丰田、广汽丰田的配套供货。因此，发行人与小岛冲压扩大合作范围仅是双方基于对国内汽车市场发展趋势以及丰田车型产品开发现状的研判，对合作机遇增加的认可而进行的合同条款修订，发行人并非依靠小岛冲压的合作才扩展相关产品的开发与销售。

虽然发行人扩大了与小岛冲压的合作，但随着发行人整体业务规模的增长以及自主研发项目的增多，小岛冲压的技术许可对发行人整体影响将会出现下降的趋势，相关趋势分析详见本题之“三、（一）说明发行人新增定点项目涉及技术许可的比例，使用技术许可产品的收入占比预计变化趋势，是否将持续保持较高比例”。

（二）发行人客户对技术合作事项是否知悉并认可、是否以此为发行人获得项目定点的条件，发行人是否具备独立开发相关产品的能力

一汽丰田、广汽丰田、一汽-大众、上汽大众作为丰田和大众品牌在中国国内的合资企业，具有独立的供应链采购渠道，自主选择相关供应商进行项目竞争，并综合评判供应商的技术水平、研发实力、生产能力等因素进行项目定点的确定。通过访谈客户相关人员、查阅客户定点信及相关合作协议，发行人客户对发行人与小岛冲压及汉兰格的技术合作事项知悉，但相关合作并非发行人获取客户项目定点的条件，发行人在取得丰田和大众的项目发包后，自主选择是否开展技术合作。发行人客户不会专门对技术合作事项进行认可，发行人获得的项目定点即是客户对发行人综合能力的确认。

发行人在与小岛冲压及汉兰格开始合作前就已经具备了相关产品的独立研发及制造能力，且在不断的行业积累中，发行人的同步研发及生产技术水平得到进一步优化，已经拥有诸如顶灯、氛围灯、空调控制面板、机械出风口、拉手等多样化的成熟自主研发产品，也在不断开发诸如电动出风口、触控式控制开关等符合智能化、电子化发展要求的全新智能集成产品。其中，发行人大部分的自主产品已实现对客户的批量供货。报告期内，发行人自主开发的产品收入在同类别产品收入中的占比情况如下：

单位：万元

主要产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
智能光电系统	57,173.27	66.76%	86,468.97	65.38%	78,361.94	63.22%	66,906.42	67.61%
座舱功能件	40,968.31	80.05%	78,754.68	79.40%	71,534.99	78.44%	73,966.62	85.88%

2019-2022年，发行人新增定点数量中依靠自主开发的项目数量及占比情况如下：

单位：个

项目类型	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
当年新增定点项目数量	103	101	82	92
通过自主开发的新增定点数量	95	82	60	77
自主开发项目占比	92.23%	81.19%	73.17%	83.70%

综上所述，发行人客户对技术合作事项知悉，但并不会专门认可相关合作事项，该合作并非获取相关客户项目定点的条件，发行人具备独立自主开发相关产品的能力。

三、说明发行人新增定点项目涉及技术许可的比例，使用技术许可产品的收入占比预计变化趋势，是否将持续保持较高比例；双方合作稳定性，如合作方终止合作并与其他竞争对手签订排他合作协议对发行人的影响，技术许可相关收入占比较高对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响，相关风险披露是否充分。

（一）说明发行人新增定点项目涉及技术许可的比例，使用技术许可产品的收入占比预计变化趋势，是否将持续保持较高比例

2019-2022 年，发行人各期新增定点项目涉及技术许可的项目数量及占比情况如下：

单位：个

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当年新增定点项目数量	103	101	82	92
其中：涉及小岛冲压技术许可的新增定点数量	8	19	22	15
涉及汉兰格技术许可的新增定点数量	0	0	0	0
小计	8	19	22	15
占比	7.77%	18.81%	26.83%	16.30%

从上表可以看出，发行人 2021 年、2022 年的新增定点项目中涉及技术许可的项目数量呈下降趋势。一方面，发行人积极拓展 T 品牌、理想、小鹏、赛力斯等新能源客户以及奥迪、捷豹路虎等海外客户，丰田系定点项目占比下降；另一方面，发行人长期持续的研发投入进一步提升了其独立自主的设计创新能力，发行人在座舱功能件和智能光电系统的部分领域已经积累了成熟的技

术经验和产品成果，能够有效推进并应用在丰田系产品上，对小岛冲压技术支持的需求减弱。综上，发行人新增定点项目中涉及技术许可的项目数量及占比在 2021 年、2022 年显著下降。

一般情况下，发行人从获取定点到 SOP 需要约 1-2 年的时间，同时随着配套车型停产，相关量产项目将逐步停产。根据发行人目前已定点项目的预计 SOP 时间以及量产项目的预计未来停产时间等信息，未来三年内发行人量产项目及相关涉及技术许可的情况如下：

单位：个

项目	2023 年	2024 年	2025 年
预计当期新转量产项目数量	88	59	16
其中：涉及小岛冲压技术许可的项目数量	6	0	0
涉及汉兰格技术许可的项目数量	0	0	0
预计当期减少项目数量	114	98	88
其中：涉及小岛冲压技术许可的项目数量	10	6	8
涉及汉兰格技术许可的项目数量	4	2	2
预计期末在产项目数量	534	495	423
其中：涉及小岛冲压技术许可的项目数量	47	41	33
涉及汉兰格技术许可的项目数量	9	7	5
涉及技术许可的占比	10.49%	9.70%	8.98%

注：上述统计仅根据截至 2022 年 12 月 31 日的已定点项目信息，不考虑未来新增项目影响，不构成对未来实际项目及公司业绩情况的预测。

从上表可以看出，由于 2021 年、2022 年公司新取得定点项目中涉及技术许可的项目数量呈下降趋势，因此未来新增量产项目中涉及技术许可的项目数量将呈下降趋势；同时，随着老项目逐步停产，未来发行人的在产项目中涉及技术许可的比例将呈现下降趋势。

随着涉及技术许可的项目数量在发行人未来量产项目中的占比整体减少，以及老项目进入生命周期末期导致的销量下滑，涉及技术许可的业务占发行人未来业务的比重也将逐步下降。根据发行人目前已定点项目的产品计划销量、生命期各期需求量及单价等信息进行初步预测，在不考虑后续新增定点项目的情况下，未来三年技术许可相关产品的收入金额及占预测销售收入的比例情况

如下：

单位：万元

项目	2023 年	2024 年	2025 年
已获定点项目预计销售金额	319,612.49	329,542.39	314,197.78
其中：涉及小岛冲压技术许可的产品预计销售金额	85,502.49	58,930.69	41,835.84
涉及汉兰格技术许可的产品预计销售金额	1,613.43	835.37	478.93
小计	87,115.92	59,766.06	42,314.77
占比	27.26%	18.14%	13.47%

注：上述预测不代表发行人对未来经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测和业绩承诺。

综上，发行人使用技术许可的产品收入占比预计在未来几年内将呈现明显的下降趋势，并不会持续保持较高的比例水平。

（二）说明双方合作稳定性，如合作方终止合作并与其他竞争对手签订排他合作协议对发行人的影响，技术许可相关收入占比较高对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响，相关风险披露是否充分

1、说明双方合作稳定性，如合作方终止合作并与其他竞争对手签订排他合作协议对发行人的影响

发行人在与小岛冲压及汉兰格的合同中约定了相关的合作期限、续约条款以及合同终止的应对措施，具体参见本题回复之“一、（二）说明许可费用调整机制，如合作终止对发行人相关产品后续销售、项目定点的影响”。

发行人与汉兰格的技术合作，均基于具体项目产品，当项目结束时合同自动终止。2015 年后，发行人未与汉兰格产生新的项目合作，目前双方合作的产品中预计最晚将在 2026 年结束量产从而结束合作。2012 年公司与小岛冲压达成技术合作，2021 年发行人与小岛冲压重新签订了技术合作协议，双方当前的协议有效期持续到 2026 年 6 月，且约定了自动续约的条款，需经双方同意方可停止续约。截止目前，发行人与小岛冲压及汉兰格的合作过程中未产生重大纠纷，合作稳定。

技术合作也是小岛冲压开展全球业务所采用的重要模式之一：小岛冲压已经在诸如土耳其、印度等国家或地区采用了相似的技术许可并收取技术使用费的业务方式，与当地本土零部件供应商建立了稳定共赢的合作关系。随着发行

人自身技术创新积累、业务规模的持续增长、市场份额的不断提高、成本控制能力的加强优化，发行人的研发、生产、销售、质量管控等方面的综合实力全面提升，已经成为国内外众多豪华及一线汽车品牌的重要供应商，获得了优良的国内外行业口碑。同时，中国作为全球最大的汽车市场，发行人对于小岛冲压赚取海外市场的收益具有重要意义，已经成为其长期的合作伙伴。因此，技术合作方式是双方实现共同目标的有效手段，符合双方企业发展的需求，保证了双方合作的稳定性。

若合作方终止合作并与其他竞争对手签订排他合作协议，根据相关约定，发行人仍可继续对相关产品进行生产和销售。对于新定点项目，合作的终止主要是一定程度上增加发行人的研发资源占用，短期影响项目研发效率，并不会对项目定点造成重大不利影响。

2、技术许可相关收入占比较高对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响

报告期内，发行人使用小岛冲压及汉兰格技术许可所涉及的相关产品收入及占比情况如下：

单位：万元

公司名称	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
小岛冲压	37,379.45	26.53%	63,034.20	25.87%	60,933.35	27.20%	39,220.82	20.13%
汉兰格	1,293.95	0.92%	3,189.34	1.31%	4,318.79	1.93%	4,995.55	2.56%
合计	38,673.41	27.44%	66,223.54	27.18%	65,252.14	29.12%	44,216.37	22.70%

首先，发行人使用的小岛冲压及汉兰格的技术许可内容主要为海外相关车型零部件产品的设计参数、质量标准等信息数据和经验资料，发行人参考或使用相关技术资料主要为了加快国内相关项目产品的设计研发，提升整体研发资源的利用效率，从而投入更多资源到新项目新产品上。同时，合作方提供的资料信息数据并非构成相关产品主要功能或实现生产的必要技术，也并非发行人获取项目定点的条件，发行人仍能够通过自主开发取得相同或相近的产品方案。

其次，上述产品在量产过程中的主要制造环节均使用发行人自主的生产设备、生产人员及工艺技术，相关许可技术不会在生产中起到制约作用。而发行

人已经在与小岛冲压及汉兰格的合作前就具备了充分的产品自主开发能力，已经凭借自身的研发能力实现了自主产品的开发及批量生产销售。同时，根据发行人与小岛冲压的约定，即使合同终止，发行人在支付技术使用费的前提下仍可继续生产、销售相关产品。

最后，2019-2022 年，各年的新增定点项目中涉及到技术许可的项目占比各期的占比分别为 16.30%、26.83%、18.81%和 7.77%，整体呈下降趋势。相关涉及技术许可的已定点产品在未来三年的预测收入占比也持续减少，2023-2025 年的占比分别为 27.14%、18.12%和 13.45%，对发行人整体经营业务的影响逐步减弱。

综上所述，小岛冲压和汉兰格的技术许可并非发行人实现生产经营的关键要素；发行人具备相关产品的自主开发能力；即使技术合同终止，发行人在支付技术使用费的前提下仍可继续生产、销售相关产品；相关技术许可的收入对发行人整体业务的影响逐步减小。因此，当前技术许可相关收入占比较高不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

3、相关风险披露是否充分

发行人已经在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（七）技术许可风险”对与技术许可相关的风险进行了如下披露：

“报告期内，公司存在利用第三方技术许可进行生产的行为，授予技术许可的第三方主要为小岛冲压。报告期内，公司利用小岛冲压技术许可生产产品的销售收入分别为 39,220.82 万元、60,933.35 万元、63,034.20 万元和 37,379.45 万元，占同期营业收入的比例为 20.13%、27.20%、25.87%和 26.53%。上述技术许可均签订了长期许可协议，但若未来上述技术许可协议到期不获续签，**小岛冲压终止合作并与其他第三方签订合作协议，将会对公司获取新项目产生一定影响，进而对公司生产经营造成不利影响。**”

四、结合技术特点、产品范围、同步开发车型、客户定点与认证等情况，进一步系统梳理发行人的竞争优势，相关优势产品获得并保持市场份额的原因及合理性，发行人是否具备技术先进性与创新性。

（一）结合技术特点、产品范围、同步开发车型、客户定点与认证等情况，进一步系统梳理发行人的竞争优势

1、发行人具备充分的多元化技术整合及集成的能力特点

发行人的竞争对手中，各家公司均有其擅长的聚焦领域，例如星宇股份多集中于灯具等光学部件的设计开发，科博达主要聚焦车内电子产品的控制领域，广东鸿图及香山股份的核心技术主要涵盖内饰塑料件的注塑成型及表面处理技术等。而相比竞争对手，发行人能够时刻把握汽车技术的发展趋势，顺应市场需求的变动以及技术的变革，围绕智能化、电子化、网联化、个性化等技术路线，积极对各项开发成果进行整合创新。发行人具备了多元化功能集成以及多领域技术整合的设计开发及生产制造能力，能够将复杂机械结构设计、执行器设计与制造、光学光导件设计与制造、光源控制技术 etc 光机电领域的多样性功能系统集成于一个产品中，有效实现产品的技术迭代及智能化升级，满足日新月异的市场需求。目前，发行人已经开发出诸如电动出风口，光电出风口，结合摄像、语音、触控等功能的智能顶灯等技术集成化产品，进一步加深了发行人的产品竞争力。

2、发行人产品范围覆盖广泛，综合制造实力突出

在创新发展的驱动下，发行人的产品系列不断发展扩充，目前已经形成了智能照明系统、智能电子模块、出风口以及其他座舱功能件四大产品领域，具备了从产品研发设计到模具工装检测设备的开发制造再到产品批量生产销售的全流程能力。发行人广泛的产品范围能够满足客户多品类产品的采购需求，有效协助客户精简供应链管理，提升零部件产品供货的稳定性及持续性。同时，发行人工艺技术完备，能够实现精密模具制造、精密光学成型、模内装配成型、多色成型、高光成型、气辅成型、微发泡成型、IML/IMD 成型、热烫印、振动摩擦焊、SMT 贴片、全自动装配检测工装、全自动喷涂等工艺的生产，从而进一步加强产品内制率，提升对产品质量的全过程管控，保证供货质量的一

致性。其中，发行人的全自动喷涂工艺已经取得德国奥迪、德国奔驰的专业认可，是国内仅有的两家供应商之一。因此，发行人丰富的产品系列及突出的综合制造实力能够充分契合整车客户的采购及质量管理需求，增强发行人的市场竞争能力。

3、发行人同步开发能力领先，能够持续获取高端新车项目

发行人是目前国内少数几家能够与海外知名整车企业进行全球同步研发的本土零部件企业，已经具备了多年与主机厂同步开发的能力，拥有完备的项目研发管理能力及丰富的项目开发案例经验。发行人通过了德国 ASPICE 2 级的软件开发能力认证，能够满足各大全球整车厂的软件产品准入标准。同时，发行人通过了 Tisax 信息安全系统的测试认证，可直接与德国大众、德国奥迪的研发系统对接，实现信息的安全共享。

发行人目前拥有 500 余人的研发团队，涉及软件、硬件、光学、电子、信息技术、机械、自动化、语言等方面的多元化专业和技术背景，能够有效实施专业性的技术整合及功能集成，凸显发行人的技术优势。同时，发行人在慈溪、宁波、上海、德国均组建了不同职能的研发队伍，搭建了分工明确的研发机构设置，通过创新研究院进行前沿技术的开发，通过国内各地区研发中心进行围绕客户的项目同步研发，通过德国本土化的研发窗口加强与海外主机厂的技术交流及提高研发响应速度，从而最大程度利用各区域的研发资源优势，提升发行人与主机厂的同步研发能力。

2019-2022 年，发行人新定点的同步研发项目数量分别为 57 个、58 个、79 个和 64 个，分别占各期新定点项目总数的 61.96%、70.73%、78.22% 和 62.14%。发行人持续获取的全球同步研发项目包括了奥迪 Q9、Q7、PPE 等车型或平台，德国奔驰的 EQA、EQB 等车型、T 品牌的 Y 车型以及捷豹路虎、大众、丰田等品牌的众多高端车型。上述项目均是各品牌高端前沿的车型项目，凸显了各大整车企业对发行人同步研发实力的认可。

因此，发行人在同步研发项目的获取及项目开发成果上具备了显著的领先优势，更加强化了发行人的市场竞争能力。

4、发行人的多项定点为国内首家，树立了领先的品牌形象及较高的行业口碑

发行人从 1995 年成立之初便始终致力于高端车型项目的开发，不断积累技术经验及客户资源，成为了包括奥迪出风口、奥迪顶灯、大众 MQB 平台空调控制器、T 品牌电动出风口、丰田电池槽等多个海外车型国产化项目的首个国内供应商，也成为了包括奥迪全球高端车型 RGB 氛围灯、奥迪全球电动出风口、奔驰全球灯具、路虎全球顶灯、丰田全球智能顶灯等多项全球同步开发车型项目的首个中国本土供应商。发行人开发的电动出风口、氛围灯等产品，已经应用于蔚来、小鹏、赛力斯等知名新势力品牌的车型上，开发的出风口产品也应用在了红旗检阅车上。发行人树立了领先的品牌形象，形成了良好的行业口碑，与众多豪华汽车品牌保持了长期稳定的合作关系，成为发行人重要的竞争优势。

综上所述，发行人在技术特点、产品范围、同步开发能力、客户定点与认可等方面具备竞争优势，能够有效支撑发行人在市场中持续发展。

（二）相关优势产品获得并保持市场份额的原因及合理性

发行人的主要产品中，出风口、空调控制面板、顶灯等产品已经积累了相当的市场规模，成为公司的优势产品。按每辆车配套 4 个出风口、1 个空调控制面板、2 个顶灯来测算，2019 年至 2021 年公司的出风口总成在全球汽车市场中的平均占有率为 4.06%，在国内汽车市场中的平均占有率为 13.24%；空调控制面板在全球汽车市场中的平均占有率为 3.18%，在国内汽车市场中的平均占有率为 10.35%；顶灯产品在全球汽车市场中的平均占有率为 2.22%，在国内汽车市场中的平均占有率为 7.24%，形成了一定的市场竞争地位。

发行人能够在优势产品中获得并保持市场份额主要是由于以下原因：

1、发行人能够与一汽-大众、上汽大众、德国大众、一汽丰田、广汽丰田、北京奔驰、捷豹路虎、一汽轿车、长城汽车、上汽集团等国内外知名大型整车客户保持长期稳定的合作关系。这些客户的市场占有率较高，车型销量排名靠前，因此能够有效带动发行人产品的销量规模，从而获得较高的市场份额。同时，发行人持续开拓新能源市场，已经成为 T 品牌、蔚来、小鹏、理想、广汽埃安等新能源品牌的供应商。随着新能源汽车市场渗透率不断提高，

相关新能源车型配套产品的销量迅速增长，促进了发行人市场份额的增加；

2、发行人能够重视并加强与客户的技术沟通交流，紧跟行业技术的前沿革新以及不断变化的客户需求，积极参与客户的同步开发工作，有效利用多元化技术整合及集成的技术特点，持续深化技术创新及产品迭代，开发出诸如光电出风口、智能顶灯等多种应用在高端前沿车型上的创新集成产品，进一步提升了发行人对市场及行业趋势的适应性，提高了新项目的获取能力；

3、发行人始终保持对客户的高水平服务，是国内外知名整车企业的优质供应商，获得过包括一汽-大众的“A 级供应商”“优秀质量奖”“风雨同舟合作伙伴”，一汽丰田的“新车型特别贡献奖”“品质优胜奖”，广汽丰田的“品质优秀奖”，奇瑞捷豹路虎的“卓越合作供应商”，日本丰田的“全球区域贡献奖”，广汽乘用车的“最佳供应商”等众多客户荣誉与嘉奖。通过提升供货质量、提高响应速度、夯实同步研发实力，发行人不断增强客户的持续认可，从而保持领先的市场口碑及品牌形象，提升行业竞争壁垒，维持与客户稳定的合作纽带。

综上，发行人能够获取并保持较好的市场份额具有合理性。

（三）发行人是否具备技术先进性与创新性

1、发行人的技术先进性

发行人的核心技术主要来源于长期的行业经验积累，通过对行业基础通用技术以及自身研发制造能力的不断优化和完善，并在电子信息、光学、自动化等领域新兴技术的赋能下，结合行业发展趋势及市场产品需求实现了自主技术的优化和迭代创新，达到了国内领先或国内先进的水平。发行人核心技术中的条形氛围灯延伸技术、激光打点切割弯折技术、均匀配光技术、广角成像技术、LED 与金属线路板铆接技术、全方位收音技术、PD 快充技术、UWB 空间定位技术、出风口隐藏结构性创新技术、泄漏量密封技术等均在相关关键技术参数上取得了较大的成果优势，达到了行业领先的水平。相关技术的先进性表征如下：

核心技术	发行人技术先进性、独特性或创新性表征	技术水平
条形氛围灯延伸技术	发行人的技术方案理论上可以突破氛围灯的长度限制，且在交叉处的亮度均匀性达到良好的水平。发行人已实际应用该技术进行量产，并获得了知名整车厂的认可要求。	国内领先

核心技术	发行人技术先进性、独特性或创新性表征	技术水平
激光打点切割折弯技术	发行人已掌握该项技术并在汽车零部件领域实现了产品量产，同类产品开发周期可以进一步从 2 个月缩短至 2 周，光学参数调整时间周期缩短为 1 天/轮，亮度均匀性可达 65%。	国内领先
均匀配光技术	发行人可以实现氛围灯均匀性控制在 $5\text{cd/m}^2 \pm 15\%$ 之内，点亮时视觉效果好，获得了客户的较高评价。	国内领先
广角成像技术	发行人已经可以在图案均匀性效果方面达到与 MLA 技术相似的效果，同时由于结合了传统成像方式，因此可以相比 MLA 技术提升的清晰度水平，单个模组能够实现大尺寸图案的显示。	国内领先
LED 与金属线路板铆接技术	发行人能够实现 LED 抓取、输送、铆接的全自动一体成型，LED 铆接拉脱力最高能够达到 80N 以上，可以达到国内领先的水准。同时，通过该技术铆接的接触电阻接近零，能够有效提高能耗效率。	国内领先
全方位收音技术	发行人已经掌握并能够实现麦克风全方位收音技术，相比平均水平能有 10% 以上的灵敏度提升，并具备了较强的抗干扰能力。	国内领先
PD 快充技术	发行人可以在保证充电功率提升至 60w 的时候仍能够有效散热。相比常见的充电效率提升 4 倍，散热效果是普通快充的 2 倍以上。	国内领先
UWB 空间定位技术	发行人是国内较早实现汽车 UWB 精准定位的厂家，空旷环境精度能够达到 10cm，PS 车内覆盖率 100%，同时能够实现车窗溢出 $< 10\text{cm}$ ，迎宾、解锁、上锁误差 $< 20\text{cm}$ 。	国内领先
出风口隐藏结构性创新技术	发行人已经能够实现出风口的自动化翻转式隐藏，并兼具了防夹手功能。	国内领先
泄漏量密封技术	发行人的泄漏量值在进风压强 200Pa 时可以控制在 $< 40\text{L/min}$ ，能够达到行业内领先要求。	国内领先
总成模块化技术	发行人已经实现出风口模块化设计，模块化出风口能应用在不同车型上，避免不同车型出风口多次开模造成的成本投入，并大大缩短项目开发周期。	国内领先
电子传感器应用技术	发行人的全自动阻尼器回位测试采用电子传感器方式，能精准获得阻尼器在单位角度内的回位时间，达到行业领先水平，还可适用于多款阻尼器的回位测试。	国内领先
润滑油脂后添加结构创新技术	发行人已经达到该项领先水准，解决了在装配过程中添加润滑油脂污染零件表面的难题，实现了对产品全自动无污染加油。	国内领先

发行人通过先进的自主创新技术所生产的新兴光电产品、高度集成化产品也获得了诸如德国奥迪、一汽-大众奥迪、日本丰田等多家著名整车企业的高度认可。同时，部分创新产品与已经成功完成预研，实现了较领先的产品效果，具体产品情况如下：

产品名称	产品先进性表征
奥迪全球 PPE 高端车型 RGB 氛围灯	国内供应商首次承接开发奥迪全球氛围灯项目，国内首家获得德国奥迪的项目定点
丰田智能顶灯	集成了 DMS 摄像头、全指向麦克风以及 SOS 等功

产品名称	产品先进性表征
	能，为丰田汽车全球首款智能顶灯产品
奥迪全球 PPE 高端车型出风口	运用新型的模块化出风口结构理念，采用激光皮纹与高光注塑相结合的 A 面成型工艺，实施新型的万向节风门传动机构，获得了奥迪一汽新能源的认可
德国奔驰 MMA AMG 外饰格栅灯	采用超长软性光导以及双色护套工艺，在保证光效前提下满足外饰件严苛的防水等级要求，是国内首家获得德国奔驰格栅灯的供应商
动态投影灯具产品	实现了透镜、发光模组及算法控制等光机电功能的高度集成化，能够达到国内领先水平
织物光纤面发光产品	实现了光纤、发光模组、特殊表面件的多功能结合，能够达到国内领先水平

同时，发行人持续获取德国奥迪、德国奔驰、捷豹路虎、大众、丰田的最新高端车型同步研发项目，而相关高端车型也是各车企进行前沿新兴技术实践的主要应用对象，所应用的产品和技术需达到各车企的最高水平，这也进一步印证了发行人的技术及产品具备相应的先进性。

2、发行人的技术创新性

技术创新始终贯穿了发行人的发展历史，发行人自成立以来坚持将创新作为企业发展的主要驱动力。从 90 年代奥迪首款国产化出风口总成产品起步，经过多年的产品创新和技术积累，发行人实现了从汽车零部件国产化到与全球知名整车企业同步研发的跨越，形成了目前以智能光电系统和座舱功能件为核心的多层次、高附加值产品系列。发行人的主要技术创新发展进程如下：

年份	主要的技术进程情况	主要应用产品
90 年代	首次国产开发奥迪 100 出风口，填补了奥迪出风口无国产化的空白，主要聚焦注塑、模具等产品技术	奥迪 100 出风口
2000	自主研发全自动空调控制技术	全自动空调控制器
2008	射频通信技术；滚码加密无线通信技术；大功率安全驱动；CAN 通信	BCM 控制器
2009	与日本丰田同步开发，首获 13 项专利	出风口
2013	顶灯控制系统及配光技术运用	顶灯控制模块
2013	低频通信及空间定位技术；双向射频通信技术；AES 安全加密	PEPS 无钥匙进入及通信系统
2015	首次开发投影技术	logo 照地灯
2016	首款自主开发的触控顶灯，搭载 U 形均匀性配光技术	触控顶灯
2017	首款采用多色丝印技术自动空调控制面板的开发	自动空调控制器
2019	首次成功与客户同步开发长光导氛围灯，进一步推	全车氛围灯

年份	主要的技术进程情况	主要应用产品
	广了非注塑工艺的光导产品。全车氛围灯激光打点、切割技术	
2020	蓝牙通信定位技术；NFC 高灵敏度通信；OTA 软件更新技术；硬件加密	蓝牙数字钥匙
2020	采用双色 IML 面板成型技术，电容膜触控设计技术	触控空调控制器
2021	全自动贴膜成型，螺母热压成型技术	混动车用电池槽
2021	UWB 高精度定位技术；基于 UWB 的 CPD 生物活体检测技术	UWB 数字钥匙
2021	首款隐藏式电动出风口，电动控制结构参数标准化	隐藏式电动出风口
2022	动态投影，织物光纤面发光，OMS 技术等	预研成功

近年来，发行人在洞察行业智能化、网联化、电动化趋势的背景下，顺应汽车产业变革，不断研究、开发新技术，积极整合长期累积的软件、算法、光学、电子、机械等方面的技术资源，致力打造全新智能光电集成化产品。在产品功能上，发行人将交互技术、光学控制等软件算法与控制模块、车用电机等硬件有机结合，开发了诸如电动出风口、触摸式控制开关等产品，提升了零部件的智能化水平和操作便利性。在产品外观上，发行人采用时尚美观和具有科技感的设计，通过嵌入多色 LED 光源、汽车照明控制模块、光纤光导等可控可变光学部件，开发了光电出风口、带灯光智能变换的氛围灯等产品，提升了产品的观感及科技属性，优化了用户的使用体验。

报告期内，发行人持续进行研发投入，各期研发投入金额分别为 14,838.68 万元、13,742.62 万元、15,956.76 万元和 8,678.85 万元，占各期营业收入的比例分别为 7.62%、6.13%、6.55%和 6.16%。2019-2021 年，发行人累计研发费用金额为 44,538.07 万元。同时，发行人拥有 600 余项国家专利，其中发明专利 60 项。发行人曾先后被评为“国家重点高新技术企业”“国家火炬计划重点高新技术企业”“浙江省省级高新技术企业研究开发中心”“浙江省省级工业设计中心”“浙江省企业研究院”，获得过“浙江省高新技术企业创新能力百强”等荣誉。此外，在与整车企业长期的合作中，发行人获得了客户对自身创新开发能力高度认可，取得了多项产品开发荣誉奖项，主要情况如下：

客户名称	获得过的产品开发相关荣誉奖项
一汽-大众	优秀开发奖、开发嘉奖信
一汽丰田	新车型特别贡献奖

客户名称	获得过的产品开发相关荣誉奖项
广汽丰田	研究开发协力奖、安全特别改善奖
捷豹路虎	创新开发奖
日本丰田	全球区域贡献奖（全球仅八家）
安徽江淮	协同开发奖，卓越合作、创新开发奖

综上所述，发行人具备了技术的先进性和创新性。

五、请保荐人发表明确意见，进一步完善关于发行人符合创业板定位要求的专项意见。

保荐人已根据深圳证券交易所发布的《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》，进一步完善了关于发行人符合创业板定位要求的专项意见。

六、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人实施了如下核查程序：

- 1、查阅发行人与小岛冲压及汉兰格签署的相关技术许可合同、技术使用费计算表、技术使用费支付凭证等资料；
- 2、查阅发行人报告期内的销售明细表、定点统计表、定点项目未来订单预测统计资料，客户提供的定点通知资料；
- 3、访谈发行人研发部门、生产部门、销售部门的相关关键人员，了解发行人与小岛冲压及汉兰格开展技术许可合作的具体情况；
- 4、访谈小岛冲压的相关业务人员，了解小岛冲压的技术许可模式以及与发行人的技术合作情况；
- 5、实地查看发行人办公区域、研发中心、生产车间，了解产品工艺技术，体验产品功能效果，访谈各部门关键管理人员、主要客户、主要供应商，了解发行人的发展历史、生产管理情况、产品应用情况、技术来源及创新情况、市场竞争情况等内容；
- 6、查看发行人获取的荣誉奖项证书；
- 7、查阅会计师出具的审计报告，了解发行人报告期内的研发投入情况；

8、查阅发行人竞争对手的招股说明书、定期报告等公开资料，了解竞争对手的核心技术及与发行人的竞争差异情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、发行人与小岛冲压、汉兰格的技术合作模式具有商业合理性。在技术合作中，当双方确定项目产品的技术许可费用计提标准后，将在产品生命周期中保持不变。如合作终止，根据相关约定，发行人在继续支付技术使用费的前提下仍可继续供货，不会对相关产品的后续销售产生重大不利影响。相关合作并非发行人获取客户项目定点的条件，若合作终止，不会对发行人未来获得新项目定点造成重大不利影响；

2、发行人 2015 年后未与汉兰格合作而 2021 年与小岛冲压扩大合作范围具有相应的商业背景。发行人客户对技术合作事项知悉，但并不会专门认可相关合作事项，该合作并非获取相关客户项目定点的条件。发行人具备了独立自主开发相关产品的能力；

3、报告期内，发行人新增定点项目中涉及技术许可项目的比例总体呈下降趋势，根据截至 2022 年末在手订单的预测，使用技术许可的产品收入占比将在未来出现显著下滑，不会持续保持较高比例。发行人与小岛冲压及汉兰格的合作能够保持稳定性。如合作方终止合作并与其他竞争对手签订排他合作协议，根据相关约定，发行人仍可继续对相关产品进行生产和销售。对于新定点项目，合作的终止主要是一定程度上增加发行人的研发资源占用，短期影响项目研发效率，并不会对项目定点造成重大不利影响。发行人技术许可相关收入占比较高不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响。发行人已经就相关技术许可风险在招股说明书中进行了补充披露；

4、相比竞争对手，发行人在技术特点、产品范围、同步开发车型、客户定点与认证等方面具备相应的竞争优势。发行人相关优势产品获得并保持市场份额具有合理性。发行人具备了技术先进性与创新性。

2.关于业绩与成长性

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）截至 2022 年 6 月末，发行人定点的配套项目有 768 个，其中，配套传统燃油车零部件产品的项目 595 个，配套新能源车型产品的项目 173 个。发行人已获得产品项目定点的预计供货周期持续至 2034 年，覆盖了一汽丰田、上汽大众、一汽-大众、广汽丰田、广汽乘用车、上汽乘用车、安徽江淮、东风柳汽、奇瑞捷豹路虎等主要客户，以及蔚来汽车、小鹏汽车、赛力斯、小米汽车等新客户。

（2）报告期各期，保荐人和申报会计师对收入细节测试的核查比例分别为 46.04%、54.02%、52.68%和 50.91%。

请发行人：

（1）结合发行人产品单价、单车耗用量，测算发行人产品市场容量及市场占有率；结合发行人对原有客户供应份额变化情况、新客户拓展情况、产品新增定点及量产情况、下游匹配车型终端产销情况等，说明发行人与主要客户合作稳定性以及业务成长性。

（2）结合报告期各期定点、量产等关键生产环节的新增及累计在产项目情况，报告期各期新增订单数量、金额及在手订单执行情况，说明在手订单对发行人未来收入的预计贡献情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对收入细节测试核查比例较低的原因，执行的替代程序及有效性，认定收入真实性的核查证据是否足以支持核查结论。

【回复】

一、结合发行人产品单价、单车耗用量，测算发行人产品市场容量及市场占有率；结合发行人对原有客户供应份额变化情况、新客户拓展情况、产品新增定点及量产情况、下游匹配车型终端产销情况等，说明发行人与主要客户合作稳定性以及业务成长性

（一）结合发行人产品单价、单车耗用量，测算发行人产品市场容量及市场占有率

我国是全球最大的汽车消费市场，在畅通国内大循环的新环境下，随着汽车产业的供给侧改革不断深化，我国汽车产销量有望持续增长，特别是近年来国家新能源和智能网联汽车政策的引领下，汽车产业新技术不断突破，消费者对新能源和智能网联汽车的接受度不断提高，新能源汽车市场化快速发展，共同推动了汽车市场的发展。我国汽车市场总体仍有较大增长空间，发行人作为上游汽车零部件行业内的企业，在汽车零部件产品的研发、生产制造方面具备优势，公司产品的市场空间较大。

报告期内，根据发行人产品单价、单车耗用量，测算主要细分产品（包括顶灯、氛围灯、空调控制面板和出风口总成）的市场容量及市场占有率情况如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
-	国内乘用车产量（万辆）①	1,211.70	2,608.20	2,522.50	2,572.10
顶灯	平均单车耗用量（只）	2			
	产品单价（元/只）	110.41	108.45	111.5	102.28
	整车单台标配价格（元）②	220.82	216.9	223	204.56
	市场容量（万元） $A=①*②$	267,567.59	565,718.58	562,517.50	526,148.78
	发行人产品内销收入（万元）B	25,242.03	44,735.87	40,311.74	35,055.13
	市场占有率 B/A	9.43%	7.91%	7.17%	6.66%
氛围灯	平均单车耗用量（只）	4.25	3.36	2.89	2.34
	产品单价（元/只）	20.74	18.87	14.26	12.17
	整车单台标配价格（元）③	88.15	63.40	41.21	28.48
	市场容量（万元） $A=①*③$	106,805.30	165,368.23	103,955.76	73,247.75
	发行人产品内销收入（万元）B	9,536.77	13,130.58	9,227.69	6,395.16
	市场占有率 B/A	8.93%	7.94%	8.88%	8.73%

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
空调控制面 板	平均单车耗用量（只）	1			
	产品单价（元/只）	173.13	133.07	120.29	96.41
	整车单台标配价格（元）④	173.13	133.07	120.29	96.41
	市场容量（万元）A=①*④	209,781.62	347,073.17	303,431.53	247,976.16
	发行人产品内销收入（万元）B	28,267.53	36,498.60	33,149.84	24,059.84
	市场占有率 B/A	13.47%	10.52%	10.92%	9.70%
出风口总成	平均单车耗用量（只）	4			
	产品单价（元/只）	49.32	50.04	51.8	52.82
	整车单台标配价格（元）⑤	197.28	200.16	207.2	211.28
	市场容量（万元）A=①*⑤	239,044.18	522,057.31	522,662.00	543,433.29
	发行人产品内销收入（万元）B	34,012.79	65,443.88	66,246.95	64,854.39
	市场占有率 B/A	14.23%	12.54%	12.67%	11.93%

注：国内乘用车产量数据来源中汽协；产品单价指公司某类产品整体平均单价；平均单车耗用量指平均每台乘用车配套零部件产品的数量，顶灯、空调控制面板和出风口总成的预计平均单车耗用量分别为 2 只/辆、1 只/辆和 4 只/辆，氛围灯的平均单车耗用量=Σ 向主要车型配套氛围灯销量/Σ 主要车型产量；整车单台标配价格=平均单车耗用量*产品单价；由于发行人产品主要为内销，上表测算发行人主要细分产品国内市场容量及市场占有率

报告期内，发行人主要细分产品经测算的整体市场容量合计分别为 1,390,805.98 万元、1,492,566.79 万元、1,600,217.29 万元和 823,198.69 万元，市场空间较大并处于增长状态。报告期内，发行人空调控制面板、出风口总成产品市场占有率整体处于增长状态，并且超过 10%，具备较高的市场地位；顶灯、氛围灯产品市场占有率处于增长状态，截至报告期末市场占有率分别达到 9.43%、8.93%。未来发行人的主要经营业务具备较大成长空间。

（二）结合发行人对原有客户供应份额变化情况、新客户拓展情况、产品新增定点及量产情况、下游匹配车型终端产销情况等，说明发行人与主要客户合作稳定性以及业务成长性

1、发行人对主要原有客户销售收入不断增长、销售占比较高，对主要原有客户供应份额整体增长

基于发行人所处汽车零部件行业的特点，整车制造厂的合格供应商认证时间长、认证过程严格，通常不会轻易终止合作或更换上游零部件供应商，发行人与原有客户之间的合作关系稳定。

报告期内，公司前五大客户均为合作时间较长的原有客户，分别为一汽丰田系企业、一汽集团系企业、广汽丰田系企业、上汽集团系企业、广汽集团系企业和上汽大众系企业，公司对上述客户的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

客户名称	开始合作时间	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一汽丰田系企业	2010年	27,517.72	19.53%	52,604.87	21.59%	44,657.76	19.93%	31,123.40	15.98%
广汽丰田系企业	2008年	23,493.36	16.67%	33,539.18	13.77%	29,817.52	13.31%	25,213.70	12.94%
一汽集团系企业	1995年	19,281.55	13.68%	41,033.29	16.84%	48,314.15	21.56%	38,733.63	19.88%
上汽集团系企业	1998年	6,413.85	4.55%	14,735.91	6.05%	12,387.02	5.53%	16,918.74	8.68%
广汽集团系企业	2010年	6,148.24	4.36%	12,257.40	5.03%	10,462.71	4.67%	9,289.10	4.77%
上汽大众系企业	1998年	3,673.73	2.61%	6,106.23	2.51%	10,014.42	4.47%	12,188.90	6.26%
合计	-	86,528.45	61.40%	160,276.88	65.79%	155,653.58	69.47%	133,467.47	68.51%

发行人与主要原有客户的合作时间均超过10年以上，为原有客户主要产品的核心供应商、主要供应商等，在原有客户的供应商体系中占据重要地位。报告期内，发行人向主要原有客户销售占比超过60%，占比较高且较为稳定，发行人向上述客户销售金额合计分别为133,467.47万元、155,653.58万元、160,276.88万元和86,528.45万元，最近三年呈持续增长的趋势。

报告期内，发行人为上述主要原有客户配套的主要车型产量及占其同期车型总产量的比例情况列示如下：

单位：万辆

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
主要车型①	211.45	444.10	483.59	436.83
主要原有客户车型总产量②	487.80	1,081.41	1,077.97	1,123.05
占比①/②	43.35%	41.07%	44.86%	38.90%

注：数据来源 MARKLINES；主要车型见本题“一、（二）、4”，包括一汽丰田、一汽-大众、一汽红旗、广汽丰田、上汽大众、上汽通用五菱、上汽荣威、广汽乘用车、广汽埃安等品牌

报告期内，发行人向主要原有客户供货的主要车型占比分别为38.90%、44.86%、41.07%和43.35%，份额保持稳定且整体呈增长状态。

综上所述，发行人对主要原有客户销售收入不断增长、销售占比较高，在上述客户的供应商体系中占据重要地位，对主要原有客户供应份额整体增长，

合作关系稳定且逐步加深。

2、发行人持续开拓新客户，新客户销售金额及占比不断增长

发行人在为原有客户提供优质产品、服务的同时，凭借较强研发、生产能力以及良好的业界口碑持续开拓新客户，不仅持续开拓国内新能源新客户，而且开发新市场顺利获得境外新客户，发行人报告期内陆续取得 T 品牌（Y 车型）出风口总成项目，蔚来（ES8）出风口总成、拉手项目，小鹏（P7）顶灯、氛围灯项目，理想（one）拉手项目，赛力斯（金康新能源 X1）出风口总成项目，斯特兰蒂斯（法国标致雪铁龙 C3）空调控制面板项目等国内外知名整车厂配套车型的项目定点并量产，持续获得行业知名客户的认可并成功进入其供应商体系。报告期内，发行人对合作 3 年以下的新客户主营业务收入分别为 250.94 万元、2,406.12 万元、10,128.16 万元和 17,105.31 万元，销售占比分别为 0.13%、1.08%、4.19%和 12.20%，2019-2021 年度整体均保持增长趋势，体现出发行人具有良好的开拓新客户的能力。

3、产品新增定点及量产情况

报告期内，发行人新增定点项目分别为 92 个、82 个、101 个和 51 个，新转量产项目数量分别为 70 个、58 个、86 个和 48 个，涉及丰田、大众、T 品牌等知名品牌车型，涵盖传统燃油车、新能源汽车零部件配套业务领域，发行人新增定点及量产项目数量较多，且整体呈增长趋势，为主要业务持续开展提供保障。

4、下游匹配车型终端产销情况分析

报告期内，发行人内销收入平均占比超过 95%，内销零部件产品主要配套下游匹配车型具体如下：

品牌	车型
一汽丰田	奕泽、亚洲龙、威驰、凌放、卡罗拉、皇冠陆放、RAV4
一汽-大众	探岳、探歌、速腾、迈腾、捷达 VS5/VS7、高尔夫、宝来、奥迪 Q5、奥迪 Q3、奥迪 A6、奥迪 A4、奥迪 A3、ID4
一汽红旗	HS5
广汽丰田	雅力士、威兰达、塞纳、雷凌、凯美瑞、汉兰达、C-HR
上汽大众	途岳、途观、途昂、途安、斯柯达柯珞克、帕萨特、朗逸、辉昂、

品牌	车型
	POLO、ID4
上汽通用五菱	宝骏 RM-5、宝骏 RS-3、宝骏 530
上汽荣威	RX5
广汽乘用车	传祺 M8、传祺 M6、传祺 GS8、传祺 GS5、传祺 GS4
广汽埃安	埃安 S
小鹏汽车	P7
北京奔驰	E-Class、A-Class
东风风行	菱智、景逸
江淮汽车	瑞风 S7、嘉悦 A5
江铃汽车	领界
长城哈弗	H6、H2
领克	03
路虎	揽胜极光、发现神行
T 品牌	Y 车型

报告期内，发行人内销汽车零部件产品配套主要下游匹配车型终端产销情况如下：

单位：万辆

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	产量	销量	产量	销量	产量	销量	产量	销量
下游匹配车型①	265.45	271.54	548.41	567.04	561.52	586.04	520.08	553.32
国内乘用车市场②	1,211.70	1,205.70	2,608.20	2,627.50	2,522.50	2,531.10	2,572.10	2,576.90
市场份额①/②	21.91%	22.52%	21.03%	21.58%	22.26%	23.15%	20.22%	21.47%

注：国内乘用车市场产销数据来源于中汽协；下游匹配车型终端产销数据来源 MARKLINES

报告期内，发行人主要细分产品配套主要下游匹配车型终端产量占国内乘用车产量的比例分别为 20.22%、22.26%、21.03%和 21.91%，销量占比分别为 21.47%、23.15%、21.58%和 22.52%，占比较高且均超过 20%，产销占比整体呈小幅增长状态。发行人配套下游主要匹配车型产销情况良好，为其主要经营业务的持续开展奠定良好的基础。

综上所述，报告期内，发行人对主要原有客户销售收入不断增长、销售占比较高，合作关系稳定且逐步加深，并且在主要原有客户同类产品采购体系中所处地位较高；发行人具备良好的开拓新客户的能力，新客户销售金额及占比

不断增长；主要产品新增定点及量产项目较多，下游匹配车型终端产销情况良好且市场份额较高。所以，发行人与主要客户合作稳定，相应的业务成长性较好。

二、结合报告期各期定点、量产等关键生产环节的新增及累计在产项目情况，报告期各期新增订单数量、金额及在手订单执行情况，说明在手订单对发行人未来收入的预计贡献情况

（一）报告期各期定点、量产等关键生产环节的新增及累计在产项目情况

报告期各期，公司关键生产环节的新增及累计项目数量如下：

单位：个

期间	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初在产项目数量	583	559	582	613
当期新转量产项目数量	48	86	58	70
当期减少项目数量	16	62	81	101
期末在产项目数量	615	583	559	582
当期新增定点项目数量	51	101	82	92
新增定点项目生命周期预测总收入（亿元）	27.68	37.75	33.20	35.89

报告期内，发行人各期新增定点配套项目数量分别为 92 个、82 个、101 个和 51 个；新转量产项目数量分别为 70 个、58 个、86 个和 48 个；报告期各期末，公司累计在产项目数量为 582 个、559 个、583 个和 615 个。报告期内，公司新转量产项目数量以及期末在产项目数量较多，公司产品质量稳定性、同步开发设计能力、快速响应能力等能够持续满足下游客户需求，持续获得新的业务合作机会。

（二）报告期各期新增订单数量、金额及在手订单执行情况，说明在手订单对发行人未来收入的预计贡献情况

1、报告期各期新增订单数量、金额

新增订单系发行人客户根据其后续生产安排，通过邮件、供应商系统等方式定期向发行人提供未来一段期间内的滚动预测采购订单。根据客户发布的产品滚动预测需求，发行人更新未来 1-3 个月的供货计划。报告期各期发行人累

计新增订单情况如下：

期间	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新增订单数量（万只）	4,551.19	7,907.90	6,722.41	6,318.97
新增订单金额（万元）	149,630.05	249,811.41	216,560.09	191,175.88

报告期内，公司新增订单数量及金额整体均保持增长的趋势，稳定的订单数量及金额保证了公司业绩的持续增长。

2、在手订单及执行情况

在手订单系发行人客户通过供应商系统发布、邮件等渠道发布的产品滚动预测需求，公司以此滚动预测作为安排采购、生产、发货的依据，从而有效保证能够及时向客户交货。基于统一口径的考量，发行人对客户所需产品统计未来 3 个月的滚动预测需求，因此在手订单为发行人客户未来 3 个月相关产品的滚动需求。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司的在手订单金额 86,568.79 万元，期后三个月实际执行订单金额 87,192.19 万元。根据汽车零部件行业的一般供应模式，客户实际采购需求受到终端整车厂的生产计划、终端车型销售情况等多种因素影响，故公司实际销售数量与客户定期发送的预测采购订单存在一定差异。发行人在日常生产过程中主要依据客户的预测信息及客户历史交付数据制定生产计划，并在客户发来正式订单后根据订单数量完成交付。截至 2022 年 6 月 30 日，公司在手订单充沛且期后执行情况良好，市场需求广阔，重要客户的维护与开拓为公司收入增长提供了有力保障。

3、在手订单对发行人未来收入的预计贡献情况

汽车零部件行业通常可以根据车辆未来上市预测、客户车型产量预测、整车厂的排产计划来预计未来公司产品的销量，从而提前规划公司后续长期经营计划；根据各年末客户发布的年度采购需求来对次年的销售计划进行预测；根据客户发布的产品滚动预测需求，来更新未来 1-3 个月的供货计划。发行人客户在项目发包时，同时会发布未来该项目生命周期的预测数量，作为项目整体价值量的估算依据。

截至 2022 年 12 月 31 日，公司根据已定点项目的相关销量预测、项目生命

周期内未来需求量及单价对 2023-2025 年的销售收入进行了预测，公司已获得的定点产品项目（包含已定点且正在生产的项目和已定点未量产的项目）2023-2025 年预计贡献的销售收入分别为 31.96 亿元、32.95 亿元和 31.42 亿元，金额较高且稳定持续。公司在保障已定点项目推进的同时，还会持续获得新的定点项目。存量项目和增量项目对公司未来几年的销售收入贡献程度预计将会进一步提升，为公司经营业绩的增长奠定了坚实基础。

综上所述，报告期内，公司新增定点项目、新转量产项目数量较多，2020 年至 2022 年 6 月末累计在产项目数量整体保持增长的趋势，带动公司销售收入和利润规模快速提升；同时，公司在手订单充沛且期后执行情况良好，截至 2022 年 12 月 31 日的已定点项目未来预计贡献收入情况良好。因此，公司与主要客户合作关系稳定，销售收入和利润规模的增长具备可持续性。

三、说明对收入细节测试核查比例较低的原因，执行的替代程序及有效性，认定收入真实性的核查证据是否足以支持核查结论

（一）说明对收入细节测试核查比例较低的原因

发行人为汽车制造上游的零部件企业，主要客户包括一汽丰田、广汽丰田、一汽-大众、上汽大众、一汽集团、上汽集团、广汽乘用车等，下游客户规模较大，知名度较高。发行人主要产品横跨智能照明系统、智能电子模块及座舱功能件等大类，报告期各期所销售的产品涉及 1 万余种物料，物料品种多样。汽车制造企业普遍实施及时生产或零库存管理，对供货及时性、响应速度的要求高，发行人需要实时根据客户生产需求保证及时供货，供货呈现小批量高频次的特点，导致订单、发货单数量大。

报告期各期，为核查收入真实性，保荐人、申报会计师了解了公司销售与收款循环相关内部控制，并抽样测试内部控制有效性；对主要客户发函询证；对主要客户走访；实施细节测试（检查出库单、发货单等原始单据）、分析性程序、收入截止性程序等。报告期各期，客户函证确认销售收入金额占比均超过 90%，客户走访销售收入覆盖金额均超过 80%，细节测试的核查比例分别为 46.04%、54.02%、52.68%和 50.91%。

根据《中国注册会计师审计准则 1314 号-审计抽样》相关规定抽取样本量实施细节测试。以财务报表整体的重要性水平的 65%确定实际执行重要性水

平，在重要性水平的导引下，以各年度收入交易记账凭证作为样本总体，交易金额超过重要项目的临界值的记账凭证全部纳入样本，其余记账凭证（包括交易金额低于微小错报值的不重要项目的记账凭证）依据剩余收入交易记账凭证金额占重要项目的临界值比重确认需抽样测试的样本量。

采用该抽样方法的情况下，所测试样本对总体而言具有代表性。按照《中国注册会计师审计准则 1314 号-审计抽样》选取的样本量涵盖的金额占比相对不高，由此导致细节测试核查比例较低。经审慎评估，通过执行上述抽样测试程序，并结合走访、函证、分析性程序等其他核查程序，可以实现对收入真实性、准确性的充分核查，因此考虑到核查效率及其可行性，没有进一步提高抽样测试程序的核查比例。

期后，保荐人、申报会计师扩大了抽查凭证的样本量，新增样本量核查未见异常。截至本问询回复出具之日，经补充后，细节测试核查比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
补充前细节测试金额	71,735.21	128,348.40	121,030.80	89,686.28
补充细节测试金额	27,403.43	36,570.57	14,257.97	22,242.30
补充后细节测试核查总额	99,138.64	164,918.97	135,288.77	111,928.58
营业收入	140,913.71	243,625.12	224,042.54	194,816.52
占比	70.35%	67.69%	60.39%	57.45%

（二）执行的替代程序及有效性

保荐人、申报会计师针对收入真实性核查实施除细节测试之外的其他程序如下：

1、函证

对发行人报告期内销售金额较高的客户执行函证程序，对于未回函或回函有差异的客户实施替代程序，通过核查与销售相关合同、对账单、发票及收款凭证等，确认差异形成的原因并验证销售真实性、准确性。函证程序实施结果如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入金额	140,913.71	243,625.12	224,042.54	194,816.52

函证程序确认金额	131,401.27	222,058.60	216,660.24	180,807.83
函证程序核查比例	93.25%	91.15%	96.70%	92.81%

保荐人、申报会计师执行函证程序总体核查比例平均为 93.48%，覆盖的比例较高。

2、走访程序

针对报告期各期采购金额较高的客户执行实地走访程序，通过实地走访了解客户基本情况、经营状况、与发行人之间的交易情况及是否存在关联关系等信息，从而验证销售真实性、准确性。报告期各期走访情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入金额	140,913.71	243,625.12	224,042.54	194,816.52
走访客户确认收入金额	119,298.47	197,287.18	194,086.05	159,103.46
走访客户程序核查比例	84.66%	80.98%	86.63%	81.67%

保荐人、申报会计师执行走访程序总体核查比例平均为 83.49%，覆盖的比例较高。

3、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些内部控制的设计合理性，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

4、询问管理层、研发部门、生产部门、销售部门和财务部门等，了解公司客户情况、业务发展情况、销售策略、订单获取及订单执行情况、主要客户信用期情况等；

5、检查发行人主要客户的销售框架合同、提名信、定点信、价格协议、排产计划、销售订单、物流信息等，并登录主要客户（主机厂）的供应商系统网站查询双方的交易记录；获取并检查主要客户的工商资料、公司章程等，核查发行人与主要客户之间关联关系、关联交易等情况；核查发行人客户的销售回款情况，并分析经营性现金流与销售业务的匹配关系；

6、实施分析性程序，按季度、按类别具体分析销售收入的变动趋势是否合理，是否与合同订单规模相匹配；结合行业分析资料，确定发行人销售收入增长率、各季度收入占比是否与发行人所处行业、所处地域的行业内平均指标相一致，关注是否存在期末突击销售的情况；结合下游乘用车产销情况，将发行人主要产品的销售情况与其进行数量分析、趋势分析，验证销售的真实性；了

解并分析发行人销量与价格变动情况，从多角度分析发行人毛利率与同行业比较是否存在重大异常；

7、检查期后退换货情况，关注发行人是否存在大额销售退回情况；

8、抽样实施收入截止性测试，抽查报表日前后的收入确认资料，包括客户对账单、销售发票，确定是否存在大额收入跨期的情况。

综上，针对发行人销售收入，保荐人、申报会计师执行了充分、必要的审计程序，并且取得的审计证据充分、适当，能支撑收入真实性认定。

（三）认定收入真实性的核查证据是否足以支持核查结论

保荐人、申报会计师了解了发行人销售与收款循环内部控制，并测试了内部控制有效性；走访了主要客户，走访客户覆盖率较高；实施了函证程序，回函确认比例较高；对公司业务作了访谈，对主要客户背景作了调查；根据发行人业务及相关收入确认的特点设计并实施适当的细节测试核查程序，相关选择方法合理，核查比例充分，且在核查过程中未发现重大错报；实施了收入截止性程序、分析性程序等。基于以上核查程序获取的内外部证据能够支持认定收入真实性的核查结论。

四、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取收入成本明细表、国内乘用车产销数据明细表，测算并分析产品价格、单车耗用量、市场规模和市场占有率等指标，分析发行人主要经营业务的成长空间；

2、获取发行人客户清单、项目定点情况分析表，访谈发行人客户，检查发行人主要产品配套车型明细表，结合国内乘用车市场产销数据，从原有客户、新客户合作情况、定点新项目情况、下游匹配车型终端产销等方面分析发行人业务稳定性及成长性；

3、获取发行人报告期内新增定点项目明细表、新增订单明细表；取得发行人在手订单情况，访谈发行人管理层，分析报告期各期末发行人在手订单情况的变动原因及执行情况；取得发行人已定点项目未来销售预测情况表，分析在

手订单对发行人未来收入的预计贡献情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内发行人主要产品市场容量空间较大并处于增长状态，主要产品市场占有率较高、市场地位较高，发行人主要经营业务具备较大的成长空间；发行人对原有客户供应份额较高，具有良好的开拓新客户的能力，主要产品新增定点及量产项目较多，下游匹配车型终端产销情况良好且市场份额较高，发行人与主要客户合作稳定，主要经营业务具备较好的成长性；

2、报告期内，公司新增定点项目、新转量产项目数量较多，2020 年至 2022 年 6 月末累计在产项目数量整体保持增长的趋势，带动公司销售收入和利润规模快速提升。公司在手订单充沛且期后执行情况良好，截至 2022 年 12 月 31 日的已定点项目未来预计贡献收入情况良好。

3.关于供应商

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人对天津隽益汽车零部件有限公司采购金额占其收入比例约 90%以上，对南通隽益精密模塑有限公司、慈溪市隽益汽车电器有限公司、上海隽益精密模塑有限公司采购金额占其收入比例约 60%；对慈溪华阳电子科技有限公司采购金额占其收入比例约 76%-90%；对慈溪市和力电子科技有限公司采购金额占其收入比例约 60%-90%。

（2）为减少关联交易，报告期内，发行人将部分向关联方采购的业务转移至非关联供应商。2021 年，发行人向非关联供应商万强实业采购的部分物料比 2020 年向关联供应商众晟电子采购的物料价格降幅较大，部分同类物料采购价格差异超 30%。

请发行人：

（1）说明同类原材料向单个供应商采购比例较高的原因及合理性，是否符合生产经营特点及行业惯例，是否存在发行人员工或前员工在相关供应商处任职或持股，发行人采购定价公允性，与相关供应商是否存在未披露的其他利益安排，是否存在相关供应商替发行人承担成本费用的情形。

（2）2021 年发行人向非关联供应商万强实业采购的部分物料单价显著低于 2020 年向关联供应商众晟电子采购的同类物料价格差异较大的原因，发行人采购定价依据及公允性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明同类原材料向单个供应商采购比例较高的原因及合理性，是否符合生产经营特点及行业惯例，是否存在发行人员工或前员工在相关供应商处任职或持股，发行人采购定价公允性，与相关供应商是否存在未披露的其他利益安排，是否存在相关供应商替发行人承担成本费用的情形。

（一）说明同类原材料向单个供应商采购比例较高的原因及合理性，是否符合生产经营特点及行业惯例

报告期内，发行人向部分单个供应商采购的金额占其销售的比例较高，主

要为定制塑料件、表面处理件等，主要是由汽车制造行业的整体供应体系结构特征以及汽车零部件供应链严格的配套供给要求等因素所决定。

目前，汽车零部件市场已经形成了一套金字塔式的供应链体系，发行人作为整车企业的一级供应商，下游客户为金字塔最顶端的整车企业，而直接的上游企业为数量众多、规模及类型各异的二、三级供应商。这类企业群体往往围绕下游的一级供应商实施产业分布并开展业务，专业分工明确，技术门槛相对较低、竞争激烈，产品类别较集中且生产能力有限，因此容易对主要客户出现产能倾斜的情形。同时，金字塔式供应链体系中存在着自上而下的严格供应管理要求，从整车企业开始，各级企业均对上游产品质量的稳定性、配套响应的及时性、供应的连续性、规模性等方面有着较高的需求，因此上游供应商的持续稳定以及规模化供货对发行人自身的生产销售尤为重要，能够确保发行人对下游整车企业一贯的高质量服务并能够有效控制供应链成本。作为长期的合作对象，部分供应商已经与发行人形成了良好、互信、共赢的商业伙伴关系，取得了发行人及整车企业的一致认可。发行人对其持续的业务信赖也提升了相关供应商对与发行人合作业务的高度重视，不断加大对相关业务的资源投入，导致发行人的相关业务占其整体业务的比例增大。因此，发行人向部分单个供应商采购的金额占其销售的比例较高符合供应体系结构特征以及供应管理的需求，存在商业合理性。

发行人经过多年的深耕及创新发展，已经形成了多品种、小批次的产品特征，主要产品类别涵盖了智能照明系统、智能电子模块、出风口总成以及其他座舱功能件四大类别且明细种类众多，而发行人采购的塑料件、表面处理件等主要原材料均属于定制化采购，其形状、大小、材质等性质不一且主要使用的生产模具唯一，因此发行人同一物料基本只选定一家供应商，相关产品的采购较为集中。同时，出于对提升供应链管理效率、降低供应链管理成本等因素的考虑，发行人进行新项目的采购定点时往往优先选择长期稳定合作的对象进行发包询价，从而保证采购物料的质量一致性。随着发行人业务规模的不断扩大，对相关供应商的采购量及定点增多，也导致了采购金额占相关供应商总体业务的比例增大，符合发行人自身的生产经营特点。

在汽车零部件制造行业中，众多二、三级供应商均存在客户集中度较高的情形，即一级供应商对上游企业的采购金额占上游企业销售规模的比例较大。

部分已上市或拟上市的二、三级汽车零部件供应商企业的客户集中度情况如下：

公司简称	主要产品	主要客户	供应层级	客户集中度情况
东利机械 (301298.SZ)	汽车零部件产品主要用于汽车发动机减振器，包括皮带轮、轮毂、惯性轮、飞轮环等。	AAM 集团、VC 集团、岱高集团等知名跨国集团	二级或三级供应商	1、飞轮环：2019 年至 2021 年的前五大客户集中度分别为 99.44%、94.51%和 95.89%； 2、皮带轮：2019 年至 2021 年的前五大客户集中度分别为 99.47%、99.90%和 99.79%； 3、轮毂：2019 年至 2021 年的前五大客户集中度分别为 99.94%、99.31%和 99.63%； 4、惯性轮：2019 年至 2021 年的前五大客户集中度分别为 100.00%、100.00%和 100.00%。
纽泰格 (301229.SZ)	主要产品包括汽车悬架减震支撑、悬架系统塑料件、内外饰塑料件等。	巴斯夫、天纳克、万都、昭和、采埃孚、凯迩必、延锋彼欧、华域视觉、东洋橡塑等国内外知名汽车零部件供应商	二级供应商	2018 年至 2021 年 6 月，前五大客户集中度分别为 97.11%、91.16%、84.53%和 82.96%。其中对最大客户巴斯夫的销售占比最高达到了 66%。
中捷精工 (301072.SZ)	产品主要为减震零部件产品，包括减震支架、减震器顶端连接板、铝衬套内外管、铝支撑法兰、铝吊耳零件、铝托臂支架、减震器橡胶衬套等。	天纳克、博戈、威巴克、住友理工等大型汽车零部件集团	二级供应商	2018 年至 2020 年，前五名客户收入占比分别为 76.88%、78.35%、和 76.24%。其中塑料件产品中第一大客户天纳克的销售占比分别为 89.67%、84.83%和 74.32%。
卡倍亿 (300863.SZ)	主要产品为常规线缆、铝线缆、对绞线缆、屏蔽线缆、新能源线缆、多芯护套线缆等多种汽车线缆产品	安波福、住电、矢崎、李尔、古河、德科斯米尔、金亭等国际知名汽车线束厂商	二级供应商	2017 年至 2019 年，前五大客户的收入占比分别为 80.18%、78.75%和 77.11%。
浙江雅虎 (预披露)	主要产品包括汽车座椅骨架总成及分总成件、冲压件、模具等。	一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓、英提尔交运、佛吉亚等知名汽车零部件企业	二级供应商	2019 年至 2022 年 6 月，前五大客户的销售占比分别为 88.16%、87.95%、86.20%和 80.80%。

注：信息及数据来源于各公司招股说明书等公开资料。

从上表可知，汽车零部件行业中二、三级供应商的客户集中度较高为普遍情况。因此，发行人向部分单个供应商采购的金额占其销售的比例较高符合行业惯例。

（二）是否存在发行人员工或前员工在相关供应商处任职或持股

天津隼益汽车零部件有限公司、南通隼益精密模塑有限公司、慈溪市隼益汽车电器有限公司、上海隼益精密模塑有限公司、慈溪华阳电子科技有限公司以及慈溪市和力电子科技有限公司的基本情况、主要人员情况以及股权结构情况如下：

1、天津隼益汽车零部件有限公司

公司名称	天津隼益汽车零部件有限公司
成立日期	2014 年 1 月 13 日
注册资本	100 万元人民币
法定代表人	潘国园
主要人员情况	潘国园为执行董事、经理，陈伟达为监事
股权结构情况	潘国园持股 60%，陈伟达持股 40%

2、南通隼益精密模塑有限公司

公司名称	南通隼益精密模塑有限公司
成立日期	2018 年 11 月 14 日
注册资本	500 万元人民币
法定代表人	王星华
主要人员情况	王星华为执行董事，吴福水为监事
股权结构情况	王星华持股 51%，潘国园持股 49%

3、慈溪市隼益汽车电器有限公司

公司名称	慈溪市隼益汽车电器有限公司
成立日期	2016 年 7 月 20 日
注册资本	200 万元人民币
法定代表人	王星华
主要人员情况	王星华为执行董事、总经理，潘国园为监事
股权结构情况	王星华持股 51%，潘国园持股 49%

4、上海隼益精密模塑有限公司

公司名称	上海隼益精密模塑有限公司
成立日期	2013 年 1 月 11 日

注册资本	50 万元人民币
法定代表人	洪央丰
主要人员情况	洪央丰为执行董事，潘国园为监事
股权结构情况	洪央丰持股 51%，上海德可精密模具有限公司持股 49%。上海德可精密模具有限公司的法定代表人为江水忠，股东为江水忠（持股 60%）和潘云（持股 40%），主要人员为江水忠和潘云。

5、慈溪华阳电子科技有限公司

公司名称	慈溪华阳电子科技有限公司
成立日期	2013 年 11 月 19 日
注册资本	99 万元人民币
法定代表人	高哲芳
主要人员情况	高哲芳为执行董事、总经理，叶青松为监事
股权结构情况	高哲芳持股 70%，叶青松持股 30%

6、慈溪市和力电子科技有限公司

公司名称	慈溪市和力电子科技有限公司
成立日期	2011 年 8 月 2 日
注册资本	200 万元人民币
法定代表人	张焕义
主要人员情况	张焕义为执行董事、总经理，张梦莎为监事
股权结构情况	张焕义持股 80%，张梦莎持股 20%

经核查上述相关供应商，除慈溪市和力电子科技有限公司的实际控制人为发行人副总经理岑仲达外，不存在发行人员工或前员工在相关供应商任职或持股情况。

报告期内，发行人与和力电子的关联交易完整履行了关联交易的相关程序，决策过程与公司章程的相关规定相符，关联股东或董事在审议相关交易时回避表决，公司独立董事和监事会已经就相关交易发表确认意见。

发行人采取“新业务不再承接，现有业务逐步转移”的原则，对与和力电子的相关关联交易进行了清理。其中，欧系业务已经于 2021 年 11 月转移至发行人的高新区工厂，日系业务已经于 2021 年 9 月转移至无关联关系的第三方。自 2022 年起，发行人与和力电子不再产生关联交易。

（三）发行人采购定价公允性，与相关供应商是否存在未披露的其他利益安排，是否存在相关供应商替发行人承担成本费用的情形

报告期内，发行人主要向隽益和华阳电子采购定制塑料件，向和力电子采购表面处理件。上述供应商的采购定价均严格按照发行人的相关内部控制制度执行，由发行人选择多个合适供应商，采用统一核价+竞价的方式进行竞标，并最终考虑价格、行业经验、合作历史等因素综合评定定点供应商并确认采购价格。其中对于核价部分，发行人对所有同类材料供应商采用统一的标准，确保了采购定价的公允性。

从实际的采购价格来看，由于发行人于 2021 年将对和力电子的采购业务转移至慈溪精彩，因此可以进行同一物料的价格比较，具体比较情况如下：

单位：万元、万个、元/个

序号	物料号	和力电子			慈溪精彩			差异比例
		金额	数量	均价	金额	数量	均价	
1	F120151051	29.97	34.40	0.87	44.61	50.94	0.88	0.54%
2	F120551011	25.79	22.72	1.14	43.14	38.67	1.12	-1.70%
3	F120551012	28.06	24.66	1.14	41.12	36.78	1.12	-1.74%
4	F120551013	27.61	24.26	1.14	41.59	37.18	1.12	-1.72%
5	F120551014	25.88	22.69	1.14	43.48	38.75	1.12	-1.63%
6	F120551015	25.76	22.62	1.14	43.43	38.78	1.12	-1.66%
7	F120551016	26.65	23.48	1.14	42.30	37.92	1.12	-1.72%
8	F120551017	26.37	23.12	1.14	43.01	38.32	1.12	-1.64%
9	F120551019	25.51	22.53	1.13	43.26	38.86	1.11	-1.66%
10	F120551023	64.88	42.21	1.54	92.07	59.90	1.54	0.00%
11	F120551024	54.49	39.22	1.39	116.48	83.64	1.39	0.22%
12	F120551026	23.44	14.50	1.62	30.78	18.89	1.63	0.85%
13	F120551027	23.21	14.36	1.62	31.02	19.03	1.63	0.86%
14	F120551049	37.59	39.12	0.96	82.05	84.78	0.97	0.73%
15	F120551055	35.91	11.90	3.02	91.43	30.30	3.02	0.00%
16	F120551057	36.86	12.22	3.02	90.47	29.99	3.02	0.00%
17	F120551307	16.52	13.00	1.27	33.11	25.91	1.28	0.54%
18	F120551308	15.74	12.34	1.28	34.08	26.57	1.28	0.58%
19	F120551309	50.76	39.83	1.27	116.95	91.25	1.28	0.56%

序号	物料号	和力电子			慈溪精彩			差异比例
		金额	数量	均价	金额	数量	均价	
合计		601.00	-	-	1,104.38	-	-	-

注：上述采购金额及价格为 2021 年度数据。

从上表可知，发行人向关联方和力电子采购的物料价格与向非关联方慈溪精彩采购的同一物料价格不存在明显的价格差异。因此，发行人对和力电子的采购定价存在公允性。

对于隽益以及华阳电子，由于向其采购的塑料件为定制化产品，不存在同一物料向多个供应商采购的情形。因此，按照使用的不同锁模力注塑机吨位进行划分，发行人将隽益及华阳电子相关产品的采购价格与同类塑料件的采购均价进行了对比，具体比较情况如下：

单位：元/件

注塑机锁模力吨位	供应商名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
		采购均价	差异率	采购均价	差异率	采购均价	差异率	采购均价	差异率
90T	慈溪华阳电子科技有限公司	0.25	9.22%	0.24	8.64%	0.23	3.76%	0.24	5.78%
	天津隽益汽车零部件有限公司	0.25	7.86%	0.25	13.64%	0.26	17.93%	0.27	20.41%
	南通隽益精密模塑有限公司	0.25	10.52%	0.26	16.17%	0.26	16.30%	0.27	19.96%
	慈溪市隽益汽车电器有限公司	0.24	5.40%	0.25	12.56%	0.25	11.52%	0.26	18.72%
	上海隽益精密模塑有限公司	-	-	-	-	-	-	0.27	23.34%
160T	慈溪华阳电子科技有限公司	0.65	-6.53%	0.68	-3.82%	0.64	-9.22%	0.67	-4.19%
	天津隽益汽车零部件有限公司	0.68	-3.37%	0.67	-5.60%	0.67	-5.00%	0.67	-5.41%
	南通隽益精密模塑有限公司	0.67	-4.74%	0.66	-6.87%	0.67	-5.33%	0.68	-3.64%
	慈溪市隽益汽车电器有限公司	0.72	2.74%	0.72	1.02%	0.71	0.19%	0.68	-2.93%
	上海隽益精密模塑有限公司	-	-	-	-	-	-	0.68	-3.60%
200T	慈溪华阳电子科技有限公司	1.27	-10.68%	1.27	-6.53%	1.29	-9.75%	1.32	-2.81%
	天津隽益汽车零部件有限公司	1.34	-5.87%	1.35	-0.58%	1.45	1.34%	1.35	-0.65%
	南通隽益精密模塑有限公司	1.36	-4.76%	1.26	-7.33%	1.33	-7.06%	1.26	-7.51%
	慈溪市隽益汽车	1.43	0.68%	1.41	3.75%	1.39	-2.22%	1.29	-4.97%

注塑机 锁模力 吨位	供应商名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
		采购 均价	差异率	采购 均价	差异率	采购 均价	差异率	采购 均价	差异率
	电器有限公司								
	上海隽益精密模塑有限公司	-	-	-	-	-	-	1.29	-4.92%
260T	慈溪华阳电子科技有限公司	3.10	4.22%	3.00	3.21%	2.92	-0.57%	2.99	3.84%
	天津隽益汽车零部件有限公司	3.46	16.29%	3.29	13.08%	3.48	18.57%	3.20	11.28%
	南通隽益精密模塑有限公司	2.86	-3.61%	2.67	-8.32%	2.67	-8.84%	2.14	-25.52%
	慈溪市隽益汽车电器有限公司	2.95	-0.61%	2.89	-0.85%	2.78	-5.35%	2.66	-7.44%
	上海隽益精密模塑有限公司	-	-	-	-	-	-	2.53	-11.85%
380T	慈溪华阳电子科技有限公司	3.95	-44.65%	6.22	-11.58%	3.38	-48.62%	5.77	-20.16%
	天津隽益汽车零部件有限公司	7.06	-1.03%	6.66	-5.45%	9.35	42.11%	6.50	-10.07%
	南通隽益精密模塑有限公司	6.05	-15.18%	-	-	-	-	-	-
	慈溪市隽益汽车电器有限公司	-	-	6.98	-0.85%	7.36	11.87%	8.52	17.86%

通常情况下，不同尺寸范围的产品所要求的注塑机锁模力吨位不同，而即使使用同吨位注塑机，由于其实际产品大小、使用的塑料粒子品种以及产品工艺要求等各种因素的差异，也会导致发行人对不同供应商的采购价格出现不同程度的差异。

锁模力吨位为 90T 的产品范围中，隽益在 2019-2021 年向发行人生产供应的灯罩、导光条等产品较多，其主要采用透明注塑的工艺，对基础塑料粒子及产品无尘程度均有特殊要求，因此采购价格相对较高。同时，隽益也主要为发行人生产水平叶片、叶片格栅等出风口总成中的高精密塑料部件，对注塑设备具有较高精度要求，因此采购价格也相对较高，导致与同类塑料件采购均价的差异率较大。

锁模力吨位为 260T 的产品范围中，南通隽益 2019 年主要配套的大众开关壳体产品为老项目产品，对基础塑料粒子以及工艺要求相对较低，导致拉低了其当期整体采购均价。发行人向天津隽益采购的一汽丰田 SUV 出风口水平格栅组件于 2020 年开始起量，其工艺精度要求较高，且需要其他部件组装，导致采

购价格相对增高。

锁模力吨位为 380T 的产品范围中，慈溪隽益 2019 年配套的眼镜盒体需要搭配植绒工艺，其当年采购较多，因此导致平均采购价格增高。天津隽益 2020 年配套的产品主要为一汽丰田的固定长条格栅组件，其形状较大，精度要求较高，因此导致当年平均采购价格提升。报告期内，发行人主要向华阳电子采购内饰面板、顶灯外壳等结构简单的注塑件产品，其主要采用普通注塑工艺且塑料粒子一般为 PP 料，价格相对较低，而其他用到 380T 注塑机的塑料件产品多为装饰面板等对外观质量、基料粒子要求较高的产品，因此其整体采购均价显著低于同范围的产品均价。

除上述部分产品外，发行人向隽益以及华阳电子采购的其他定制塑料件价格与使用同吨位注塑机生产的塑料件采购均价相比不存在重大差异。

综上，发行人对采购金额占其收入比例较高的相关供应商的采购定价能够保持公允性。

经核查上述供应商，发行人不存在与相关供应商的其他利益安排，不存在相关供应商替发行人承担成本费用情形。

二、2021 年发行人向非关联供应商万强实业采购的部分物料单价显著低于 2020 年向关联供应商众晟电子采购的同类物料价格差异较大的原因，发行人采购定价依据及公允性。

发行人转移至万强实业的定制塑料件采购业务，主要为部分奥迪品牌、吉利品牌车型配套产品。万强实业自 2020 年 9 月开始向发行人供货，并于 2021 年形成批量。由于发行人业务转移前留有一定量的安全库存，因此 2020 年发行人向万强实业的采购量较少，因此可比样本较少。发行人向众晟电子（2020 年）和万强实业（2021 年）采购的主要定制塑料件平均价格比较情况如下：

单位：万元、万个、元/个

序号	物料号	众晟电子（2020 年）			万强实业（2021 年）			差异比例
		金额	数量	单价	金额	数量	单价	
1	F300160038	1.50	3.30	0.45	0.75	2.25	0.33	-26.71%
2	F300160040	1.83	3.54	0.52	0.84	2.25	0.37	-27.69%
3	F300160042	1.25	3.27	0.38	0.64	2.25	0.29	-25.01%
4	F300160045	1.07	4.37	0.24	0.48	1.84	0.26	5.70%

序号	物料号	众晟电子（2020 年）			万强实业（2021 年）			差异比例
		金额	数量	单价	金额	数量	单价	
5	F300160093	1.03	3.94	0.26	0.59	2.14	0.28	6.21%
6	F300160099	4.93	3.19	1.54	4.14	2.44	1.70	9.85%
7	F300160101	6.51	3.22	2.02	3.38	2.44	1.38	-31.55%
8	F300160103	6.68	3.33	2.00	3.35	2.44	1.37	-31.46%
9	F300160112	3.75	6.47	0.58	2.03	4.88	0.42	-28.11%
10	F300160114	2.21	3.27	0.67	1.18	2.44	0.48	-28.68%
11	F300160137	2.19	3.25	0.67	1.17	2.44	0.48	-28.67%
12	F300160161	1.51	3.28	0.46	0.82	2.44	0.34	-26.53%
13	F300160163	2.04	3.52	0.58	1.02	2.44	0.42	-28.28%
14	F300160165	1.26	3.29	0.38	0.70	2.44	0.29	-24.81%
15	F300160175	3.31	3.51	0.94	2.00	2.00	1.00	6.10%
合计		41.07	54.77		23.10	37.13		

2021 年，发行人向万强实业采购的部分物料比 2020 年向众晟电子采购的物料价格降幅较大，该部分物料主要为某车型配套出风口的外叶片（一个出风口总成包含数个不同外叶片）。2020 年，发行人计划将上述出风口项目外叶片材料由 PA6+GF60 BKV60 H2.0 EF 900116 black 更换为 PA6-GF60 B28 GF 609 black 4662，经过小批量试制后，确认使用新材料生产的产品尺寸、外观、性能均能满足客户要求，并能有效降低产品成本；2020 年 PA6+GF60 BKV60 H2.0 EF 900116 black 粒子的协议价格为 26.00 元/KG 至 27.73 元/KG，2021 年 PA6-GF60 B28 GF 609 black 4662 粒子的协议价格为 18.10 元/KG，万强实业 2021 年使用新材料生产上述外叶片，发行人根据新的材料成本重新核定采购价格，较 2020 年有所降低。

上述外叶片产品在材料变更前后的原材料成本差异对平均采购单价变动的影响情况如下：

单位：克/件、元/件

序号	物料号	零件净重	变更前		变更后		差异情况		
			材料成本	平均单价	材料成本	平均单价	单价差异	材料成本差异	材料成本差异占比
1	F300160038	8.82	0.25	0.45	0.16	0.33	-0.12	-0.09	71.36%
2	F300160040	11.41	0.32	0.52	0.21	0.37	-0.14	-0.11	78.14%

序号	物料号	零件净重	变更前		变更后		差异情况		
			材料成本	平均单价	材料成本	平均单价	单价差异	材料成本差异	材料成本差异占比
3	F300160042	6.47	0.18	0.38	0.12	0.29	-0.10	-0.06	66.54%
7	F300160101	38.21	1.08	2.02	0.71	1.38	-0.64	-0.38	58.88%
8	F300160103	38.30	1.08	2.00	0.71	1.37	-0.63	-0.38	59.68%
9	F300160112	13.16	0.37	0.58	0.24	0.42	-0.16	-0.13	79.41%
10	F300160114	16.25	0.46	0.67	0.30	0.48	-0.19	-0.16	82.45%
11	F300160137	16.24	0.46	0.67	0.30	0.48	-0.19	-0.16	82.48%
12	F300160161	8.94	0.25	0.46	0.17	0.34	-0.12	-0.09	72.00%
13	F300160163	13.38	0.38	0.58	0.25	0.42	-0.16	-0.13	80.11%
14	F300160165	6.45	0.18	0.38	0.12	0.29	-0.10	-0.06	66.64%

注：材料费用=零件净重*粒子协议单价*（1+核定损耗率（2%））

更换粒子材料除了直接导致上述外叶片材料成本下降外，还会导致核定价格中与材料成本相关的料头成本、原材料资金占用费、产品报废补贴相应下降，因此物料的核定价格的价格差异会略大于材料成本差异。

根据 2021 年及 2022 年 1-6 月发行人采购上述产品的数量，发行人向万强实业的采购价格降低，对发行人的利润的影响情况如下：

单位：万元、万件、元/件

序号	物料号	2021 年度				2022 年 1-6 月			
		金额	数量	价格差异	成本影响	金额	数量	价格差异	成本影响
1	F300160038	0.75	2.25	-0.12	-0.27	0.20	0.60	-0.12	-0.07
2	F300160040	0.84	2.25	-0.14	-0.32	0.22	0.60	-0.14	-0.09
3	F300160042	0.64	2.25	-0.10	-0.21	0.17	0.60	-0.10	-0.06
7	F300160101	3.38	2.44	-0.64	-1.56	0.83	0.60	-0.64	-0.39
8	F300160103	3.35	2.44	-0.63	-1.54	0.83	0.60	-0.64	-0.39
9	F300160112	2.03	4.88	-0.16	-0.79	0.50	1.21	-0.16	-0.20
10	F300160114	1.18	2.44	-0.19	-0.47	0.29	0.60	-0.20	-0.12
11	F300160137	1.17	2.44	-0.19	-0.47	0.29	0.60	-0.20	-0.12
12	F300160161	0.82	2.44	-0.12	-0.30	0.20	0.60	-0.12	-0.07
13	F300160163	1.02	2.44	-0.16	-0.40	0.25	0.60	-0.17	-0.10
14	F300160165	0.70	2.44	-0.10	-0.23	0.17	0.60	-0.10	-0.06
合计		15.89	28.71		-6.57	3.96	7.23		-1.66

注：测算对成本影响时假设公司采购的零部件全部形成完工产品，并全部对外销售

由于发行人报告期内对上述品的采购数量较少，根据上表的测算结果，发行人向万强采购价格下降对 2021 年、2022 年 1-6 月的税前利润的影响金额为 6.57 万元、1.66 万元，上述产品采购价格的下降对发行人利润很小。

发行人的外购的普通注塑件的采购价格由采购部核定，塑料件的核定采购定价主要由材料成本、注塑机机台费用、人工费、额定管理费用、额定财务费用及额定利润构成。

生产塑料件的原材料为塑料粒子，发行人根据对应塑料粒子的核定单价及单个产品净重计算塑料件的核定原材料成本。发行人在获得客户定点资格时即确定所用塑料粒子的牌号，且通常不再变更。塑料件供应商可以参与发行人塑料粒子供应商的商业谈判，以与发行人同等的价格进行采购，发行人以该采购价格作为核定粒子材料成本的单价；少数情况下，若塑料件供应商与发行人合格供应商范围外的供应商进行采购，需经发行人认可并以不高于发行人相同材料的采购单价作为核定材料成本的单价。发行人在小批量试生产成功后，对合格成品进行称重确定产品的净重。

发行人根据自有产线的经验数据来核定注塑机的机台费用及各类工艺流程的单价，并按照锁定工艺卡等技术文件要求注塑机规格、生产工艺流程等确定每班次（8 小时）的注塑机台费用、人工费以及额定管理费、额定财务费用及额定利润。发行人根据锁定工艺卡确定的注塑工艺时间确定每班次的核定产量，并以核定产量来计算分摊每个产品的机台费用等。

报告期内，发行人对关联供应商及非关联供应商均采用一致的定价原则，定制塑料件供应商均严格执行发行人的核价、定价制度，交易价格公允。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师实施了如下核查程序：

1、查阅发行人报告期内的采购明细表，了解发行人向隽益、华阳电子及和力电子的采购均价，对比其采购价格与同一或类似物料采购价格的公允性；

2、访谈发行人采购部门关键管理人员，了解发行人向单个供应商采购比例较高的原因及合理性，了解发行人的生产经营特点、采购定价的依据以及相关

管理制度内容；

3、查阅发行人采购相关的内部控制制度文件；

4、查阅行业相关研究报告、同行业企业的招股说明书等公开资料，了解行业供应链的结构特征以及是否存在行业惯例情况；

5、访谈发行人在报告期内的主要供应商，了解是否存在发行人员工或前员工在相关供应商处任职或持股，发行人与相关供应商是否存在未披露的其他利益安排，是否存在相关供应商替发行人承担成本费用的情形；

6、核查发行人及其实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员以及其他关键人员的银行流水，了解发行人是否存在与相关供应商的其他利益安排，是否存在相关供应商替发行人承担成本费用的情形；

7、查阅发行人更换外叶片材料相关的测试报告；

8、查阅发行人外叶片原材料粒子的采购合同；

9、查阅发行人外叶片产品更换原材料粒子前后的核定价格计算表，计算原材料变动对物料采购价格的影响金额。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人向单个供应商采购的比例较高存在合理性，符合发行人的生产经营特点及行业惯例。发行人对采购金额占对方收入比例较高的相关供应商的采购定价能够保持公允性。报告期内发行人的主要供应商中，除慈溪市和力电子科技有限公司外，不存在发行人员工或前员工在相关供应商任职或持股情况。报告期内的主要供应商中，不存在发行人与相关供应商的其他利益安排，不存在相关供应商替发行人承担成本费用的情形；

2、2021 年发行人向非关联供应商万强实业采购的部分物料单价显著低于 2020 年向关联供应商众晟电子采购的同类物料价格差异较大，主要是因为发行人将对应物料的材料粒子进行了更换，在产品尺寸、外观、性能均能满足客户要求的前提下，有效降低了产品成本，发行人相应调低了相关物料的核定采购单价所致。发行人外购普通注塑件的采购价格由采购部核定，报告期内，发行人对关联供应商及非关联供应商均采用一致的定价原则，定制塑料件供应商均严格执行发行人的核价、定价制度，交易价格公允。

4.关于存货

申请文件及首轮问询回复显示，报告期各期末，发行人库龄一年以内的存货占比分别为 88.86%、86.54%、93.95%和 92.20%，库龄一年以上的存货主要为产成品和在制模具，形成原因主要是下游终端客户的部分车型销量不及预期或部分车型停产，发行人为该部分车型配套的定制零部件或者专用原材料周转速度降低或者呆滞等。

请发行人：

（1）说明报告期各期库龄一年以上存货变动的原因，存货跌价准备计提是否充分。

（2）结合存货在手订单覆盖率、原材料公开市场价格变化、产品销售价格变化及各类存货可变现净值测算结果、存货库龄、期后销售情况等因素，列示报告期各期存货跌价准备计提的计算过程并说明存货跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期各期库龄一年以上存货变动的原因，存货跌价准备计提是否充分

（一）说明报告期各期库龄一年以上存货变动的原因

报告期内，发行人库龄超过一年以上存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-6-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31
	金 额	变动额	金 额	变动额	金 额	变动额	金 额
原材料	414.86	197.83	217.03	-1,263.50	1,480.53	-234.05	1,714.58
半成品	573.73	224.86	348.87	-981.58	1,330.45	487.87	842.58
产成品	2,157.75	387.71	1,770.04	-915.41	2,685.45	-225.09	2,910.54
在制模具	1,812.73	660.25	1,152.48	-368.12	1,520.60	157.59	1,363.01
其他	1.55	-0.54	2.09	0.75	1.34	0.40	0.94
合计	4,960.62	1,470.11	3,490.51	-3,527.86	7,018.37	186.72	6,831.65

2020 年末，发行人库龄一年以上存货余额较上年变化较小；2021 年度，发行人对呆滞存货进行批量报废处理，导致库龄一年以上存货余额较上年减少较多；2022 年 6 月末，发行人库龄一年以上存货余额增加，主要原因系：①发行人为一汽-大众、上汽大众定制开发的模具，因疫情影响，客户验收时间延长，导致部分在制模具的库龄延长，库龄一年以上的在制模具金额增加较多；② 因部分客户车型销售量下滑，客户调整生产计划，相应前期备货的存货余额库龄延长。

（二）存货跌价准备计提是否充分

报告期内，发行人库龄一年以上存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022-6-30			2021-12-31		
	金 额	跌价计提	计提比例	金 额	跌价计提	计提比例
原材料	414.86	414.86	100.00%	217.03	217.03	100.00%
半成品	573.73	573.73	100.00%	348.87	348.87	100.00%
产成品	2,157.75	2,157.75	100.00%	1,770.04	1,770.04	100.00%
在制模具	1,812.73	-	-	1,152.48	-	-
其他	1.55	1.55	100.00%	2.09	2.09	100.00%
合计	4,960.62	3,147.89	63.46%	3,490.51	2,338.03	66.98%
项目	2020-12-31			2019-12-31		
	金 额	跌价计提	计提比例	金 额	跌价计提	计提比例
原材料	1,480.53	1,480.53	100.00%	1,714.58	1,714.58	100.00%
半成品	1,330.45	1,330.45	100.00%	842.58	842.58	100.00%
产成品	2,685.45	2,685.45	100.00%	2,910.54	2,910.54	100.00%
在制模具	1,520.60	-	-	1,363.01	-	-
其他	1.34	1.34	100.00%	0.94	0.94	100.00%
合计	7,018.37	5,497.77	78.33%	6,831.65	5,468.64	80.05%

报告期内，除在制模具以外，发行人对库龄一年以上的存货全额计提了跌价准备；对在制模具，公司均按照客户定点计划的约定进行模具的开发制造，在制模具订单覆盖率为 100%，而且报告期各期发行人模具及配件的毛利率均超过 40%，在制模具预计的可变现净值远高于达到可销售状态的预计成本总额，

不存在减值迹象，故无需计提减值准备。

综上，发行人库龄一年以上存货跌价准备计提是充分的。

二、结合存货在手订单覆盖率、原材料公开市场价格变化、产品销售价格变化及各类存货可变现净值测算结果、存货库龄、期后销售情况等因素，列示报告期各期存货跌价准备计提的计算过程并说明存货跌价准备计提是否充分。

（一）存货在手订单覆盖率、原材料公开市场价格变化、产品销售价格变化、存货库龄和期后销售情况

1、订单覆盖率

对于量产的汽车零部件，公司采用“以销定产”的生产模式，依据整车企业提供的年度计划及市场预测，编制各产品的年度销售和生产计划并进行分解，以此制定物料需求计划。公司按照相应计划实施物料的采购备库并启动生产备货。生产过程中，各工厂会结合客户下达的实际订单情况对后续的采购、生产、销售等计划安排进行动态调整，以尽量保证库存的稳定。

报告期各期末，发行人产成品的订单匹配情况如下：

单位：万只

项目	2022-6-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
产成品数量（A）	547.58	449.43	366.22	386.00
期后一个月订单数量（B）	919.43	671.21	721.95	465.15
产成品订单覆盖率（C=B/A）	167.91%	149.35%	197.13%	120.51%

报告期内，产成品订单覆盖率分别为 120.51%、197.13%、149.35% 及 167.91%，公司期后一个月实现销售的订单基本可覆盖各期末的备货数量。

对于在制模具，公司均按照客户定点计划约定的模具需求进行生产，在制模具订单覆盖率为 100%。

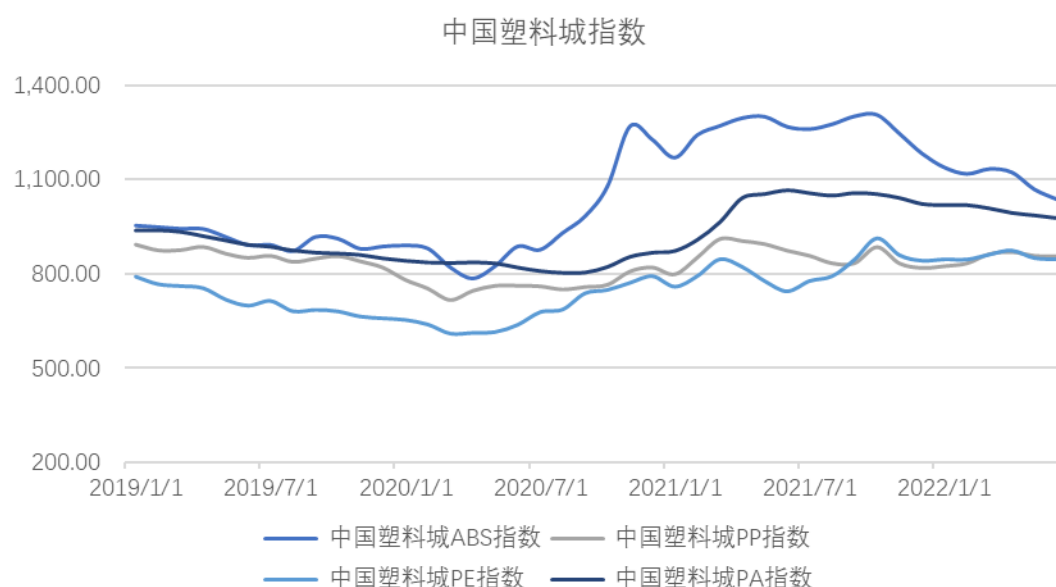
公司按照客户订单发出货物，形成发出商品。发出商品均有订单作支撑，订单覆盖率 100%。

2、原材料公开市场价格变化、产品销售价格变化

报告期内，公司采购的基础原材料主要包括塑料粒子、电子元器件等。

塑料粒子的市场价格主要受原油等大宗商品市场供求的影响，报告期各期

国内塑料粒子的公开市场价格变动情况具体如下：



数据来源：中塑在线、Wind

报告期各期，电子元器件市场的公开市场销售价格变动情况如下所示：



数据来源：数据威、Wind

报告期内，塑料粒子价格变动呈现小幅波动的状态，电子元器件市场价格整体呈现上升趋势，总体变化平稳不存在大幅下跌的情形。

发行人原材料专门为生产定制化产品而采购，最终加工成汽车零部件产品后对外销售并交付给下游客户。对于已量产的产品，受发行人与客户定价方式限制，在原材料价格合理变动范围内，公司不能立即将价格变动传导给客户，仅能就产品价格定期与客户协商更新年度价格协议。同时，为保证与主要客户战略合作关系的稳定，在原材料价格小幅波动的情况下，发行人不会将原材料

价格波动即时传导至客户，因此原材料成本传导存在一定的滞后性及限制性。总体上看，发行人采购的主要原材料公开市场价格变动并未导致相关存货出现减值迹象情形。

报告期内，发行人模具及配件毛利率均超过 40%，不存在减值迹象；发行人汽车零部件产品销售价格、单位成本和毛利率等指标及其变动情况如下：

单位：元/只

项目			2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
			金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
智能照明系统	顶灯	平均单价	110.41	1.81%	108.45	-2.74%	111.50	9.01%	102.28
		单位成本	73.12	2.48%	71.35	-6.75%	76.51	8.69%	70.39
		毛利率	33.77%	-	34.21%	-	31.38%	-	31.18%
	氛围灯	平均单价	20.74	9.91%	18.87	32.33%	14.26	17.17%	12.17
		单位成本	14.87	15.75%	12.85	31.50%	9.77	24.79%	7.83
		毛利率	28.30%	-	31.94%	-	31.49%	-	35.68%
	其他	平均单价	15.91	14.87%	13.85	8.29%	12.79	10.54%	11.57
		单位成本	10.66	7.57%	9.91	10.73%	8.95	10.22%	8.12
		毛利率	33.01%	-	28.43%	-	30.02%	-	29.79%
智能电子模块	空调控制面板	平均单价	173.13	30.10%	133.07	10.62%	120.29	24.77%	96.41
		单位成本	127.77	32.81%	96.21	5.21%	91.44	26.26%	72.42
		毛利率	26.20%	-	27.70%	-	23.98%	-	24.88%
	收音机	平均单价	1,370.76	27.85%	1,072.14	3.27%	1,038.21	2.73%	1,010.59
		单位成本	1,389.24	31.47%	1,056.71	-17.90%	1,287.12	8.00%	1,191.79
		毛利率	-1.35%	-	1.44%	-	-23.97%	-	-17.93%
	其他	平均单价	30.40	0.70%	30.19	14.97%	26.26	6.62%	24.63
		单位成本	25.03	4.77%	23.89	13.92%	20.97	9.96%	19.07
		毛利率	17.67%	-	20.87%	-	20.14%	-	22.57%
座舱功能件	出风口总成	平均单价	49.32	-1.44%	50.04	-3.40%	51.80	-1.93%	52.82
		单位成本	36.01	-1.56%	36.58	0.34%	36.45	1.81%	35.81
		毛利率	26.99%	-	26.91%	-	29.63%	-	32.21%
	其他座舱功能件	平均单价	7.41	-27.28%	10.19	-4.94%	10.72	14.53%	9.36
		单位成本	6.01	-27.42%	8.28	-6.44%	8.85	15.69%	7.65
		毛利率	18.87%	-	18.73%	-	17.43%	-	18.34%

报告期内，受不同项目经营情况的影响，发行人产品的销售价格、单位成

本存在一定幅度的变化，但是除收音机以外，发行人其他产品的毛利率整体较高，销售费用率等按照 3% 估计，预计售价减去估计销售费用等计算的可变现净值高于产品成本，该些产品不存在减值迹象，所以无需计提存货跌价准备。报告期内，收音机产品整体毛利率存在为负数的情形，发行人已经单独测算可变现净值，并将成本高于可变现净值部分计提了存货跌价准备，报告期各期末，发行人分别计提存货跌价准备 479.38 万元、160.20 万元、1.27 万元和 0 万元。

3、存货库龄

报告期内，发行人存货余额按照库龄列示具体如下：

单位：万元

库龄	2022-6-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	58,612.39	92.20%	54,227.96	93.95%	45,133.50	86.54%	54,489.01	88.86%
1 年以上	4,960.62	7.80%	3,490.51	6.05%	7,018.37	13.46%	6,831.65	11.14%
合计	63,573.01	100.00%	57,718.47	100.00%	52,151.87	100.00%	61,320.66	100.00%

报告期各期末，公司库龄在 1 年以内的存货金额分别为 54,489.01 万元、45,133.50 万元、54,227.96 万元和 58,612.39 万元，占比分别为 88.86%、86.54%、93.95%和 92.20%，占比较高，存货库龄结构整体良好。

4、期后销售情况

(1) 发出商品和产成品期后销售数量情况分析

报告期各期末，发行人发出商品和产成品账面数量和截至 2022 年 12 月 31 日的期后销售数量等情况列示如下：

单位：万只、万元

项目	2022-6-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
发出商品和产成品期末数量(A)	1,733.42	1,724.07	1,331.02	1,372.48
发出商品和产成品期末成本(B)	40,237.32	37,932.26	32,526.29	36,406.24
期后销售数量(C)	1,675.81	1,663.09	1,263.49	1,297.81
期后结转成本(D)	38,700.82	36,365.12	30,371.76	33,708.28
期后销售覆盖率(E=C/A)	96.68%	96.46%	94.93%	94.56%
期后成本结转率(F=D/B)	96.18%	95.87%	93.38%	92.59%

报告期各期末，发行人的发出商品和产成品的期后销售覆盖率、期后销售成本结转率均达到 92%以上，比率整体较高。2019 年和 2020 年，期后销售覆盖率、期后销售成本结转率相对较低，主要的原因是 2019 年度部分客户车型销量下滑、订单减少，力帆汽车及华晨汽车因经营及财务状况困难，项目出货情况不及预期，导致前期备货出现滞销的情况，形成呆滞存货，2019 年末、2020 年末金额分别为 1,056.21 万元、976.71 万元。发行人对上述存货单项计提了减值准备，除此之外，发行人报告期各期发出商品和产成品期后销售情况良好。

（2）发出商品和产成品期后销售价格情况

报告期各期末，发行人主要细分产品（库存余额占发出商品和产成品比例约 70%）库存成本、库存单位成本和期后销售单价等情况列示如下：

单位：万元、元/只

项目	期末库存成本	库存单位成本	期后销售单价
2022-6-30			
顶灯	6,180.67	69.15	114.24
氛围灯	2,141.39	12.94	15.73
空调控制面板	8,393.68	109.05	152.03
收音机	0.32	1,062.06	1,370.29
出风口总成	12,325.24	33.81	49.32
2021-12-31			
顶灯	6,277.57	64.61	110.41
氛围灯	3,133.43	15.35	20.74
空调控制面板	7,513.71	100.40	173.13
收音机	47.66	1,045.10	1,037.93
出风口总成	10,510.47	32.90	49.32
2020-12-31			
顶灯	5,341.42	64.22	108.45
氛围灯	1,632.49	11.88	18.87
空调控制面板	5,355.49	88.87	133.07
收音机	850.02	1,253.71	1,038.19
出风口总成	8,826.59	31.48	50.04
2019-12-31			
顶灯	5,503.63	73.33	111.50

氛围灯	1,119.81	7.89	14.26
空调控制面板	6,249.37	97.03	120.29
收音机	2,268.50	1,255.74	1,010.59
出风口总成	9,214.11	33.48	51.80

注：2019 年末、2020 年末期后销售单价取自次年产品销售均价，2021 年末期后销售单价取自 2022 年 1-6 月销售均价，2022 年 6 月末期后销售单价取自 2022 年 7-12 月销售均价

报告期各期末，除收音机产品外，发行人主要细分产品期后销售单价高于库存单位成本。2019-2021 年末，发行人收音机产品期后销售单价低于库存单位成本，存在减值迹象，公司已将成本高于预计可变现净值部分计提存货跌价准备，计提金额分别为 479.38 万元、160.20 万元、1.27 万元。

（3）跌价准备计提充分性

报告期内，发行人发出商品和产成品截至 2022 年 12 月 31 日未实现销售余额与公司各期计提跌价余额之间匹配关系如下：

单位：万元

项目	2022-6-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
发出商品和产成品期后未转销余额(A)	1,536.50	1,567.14	2,154.53	2,697.96
发出商品和产成品跌价准备余额(B)	2,157.75	1,968.16	3,332.21	3,859.24
发出商品和产成品跌价准备覆盖率(C=B/A)	140.43%	125.59%	154.66%	143.04%

报告期各期末，发行人发出商品和产成品跌价准备覆盖率均超过 100%，相关存货跌价准备计提较为充分。

（二）存货跌价准备计提过程

报告期各期末，公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按单个存货或存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

1、呆滞或减值存货识别

报告期各期末，公司从存货库龄、毛利率、存货对应客户及项目情况、存货周转情况、期后销售情况等角度识别为呆滞或存在减值迹象存货。

经识别，以下几类存货存在减值迹象，应确定为呆滞或减值存货：

第一类：因项目终止或库龄较长而呆滞的存货。该部分存货主要系下游终

端客户的部分车型销量不及预期或部分车型停产，以及因售后服务需要，发行人对部分 EOP 车型备存的维修部件。发行人为该部分车型配套的定制零部件或者专用原材料，周转速度降低或呆滞，公司将该存货识别为呆滞的存货；

第二类：库龄一年以内且项目正常的存货，由于预计售价较低导致可变现净值低于成本，该部分存货识别为存在减值迹象的存货。

报告期内，以上两类呆滞或存在减值迹象存货余额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022-6-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
因项目终止或库龄较长而呆滞的存货	3,147.89	4.95%	2,529.85	4.38%	6,273.89	12.03%	6,339.13	10.34%
库龄 1 年以内且项目正常，但因售价较低可能导致可变现净值低于成本的存货	0.32	0.00%	47.66	0.08%	850.02	1.63%	2,268.50	3.70%
合计	3,148.21	4.95%	2,577.51	4.47%	7,123.91	13.66%	8,607.63	14.04%

2021 年度，发行人对呆滞库存进行了批量清理报废处理，导致呆滞及存在减值迹象库存余额及占比下降。

2、可变现净值测算

第一类：该部分存货呆滞、正常销售可能性较低；由于发行人存货具备较强的定制化、专用性等行业特点，无法再利用于其他项目并且回收利用的价值极低，所以预计可变现净额为零，发行人对其全额计提跌价准备；

第二类：该类存货能够正常销售配套给下游客户，由于存在减值迹象，发行人按照预计售价减去估计销售费用和相关税费测算预计可变现净值。根据准则规定，为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算；企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值应当以一般销售价格为基础计算。

发行人客户根据其后续生产安排，定期向发行人提供未来一段时间内的滚动预测采购订单。根据客户发布的产品滚动预测需求，发行人更新未来 1-3 个月的供货计划，并按照供货计划组织生产和备库。报告期内，发行人库龄 1 年以内且项目正常的存货中，发出商品均有相应的订单支持，产成品期后一个月订单覆盖率较好。报告期内，发行人第二类存货（库龄 1 年以内且项目正常，

但因售价较低可能导致可变现净值低于成本的存货) 订单支持情况如下:

单位: 只、万元

项目	2022-6-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
第二类存货数量(A)	3	456	6,780	18,065
第二类存货金额	0.32	47.66	850.02	2,268.50
订单支持数量(B)	3	456	6,780	18,065
订单支持金额	0.32	47.66	850.02	2,268.50
订单支持率(B/A)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

基于汽车零部件行业惯例,对于量产产品,一般由客户与发行人单独签订价格协议,发行人根据滚动订单数量发货,报告期内,第二类存货均有订单支撑。基于准则规定,以价格协议约定的价格为预计售价,扣除预计销售费用及相关税费测算对应的可变现净值。

3、计提结果

报告期各期末,存货跌价计提结果如下:

单位: 万元

存货状态	账面成本	预计 销售价	预计销售费用 及相关税费	预计可变 现净值	计提 跌价
	①	②	③	④=②-③	⑤=④-①
2022-06-30					
因项目终止或库龄较长而呆滞的存货	3,147.89				3,147.89
库龄 1 年以内且项目正常,但因售价较低可能导致可变现净值低于成本的存货	0.32	0.41	0.01	0.40	-
2021-12-31					
因项目终止或库龄较长而呆滞的存货	2,529.85				2,529.85
库龄 1 年以内且项目正常,但因售价较低可能导致可变现净值低于成本的存货	47.66	47.33	0.95	46.38	1.27
2020-12-31					
因项目终止或库龄较长而呆滞的存货	6,273.89				6,273.89
库龄 1 年以内且项目正常,但因售价较低可能导致可变现净值低于成本的存货	850.02	703.89	14.08	689.82	160.20
2019-12-31					

存货状态	账面成本	预计销售价	预计销售费用及相关税费	预计可变现净值	计提跌价
	①	②	③	④=②-③	⑤=④-①
因项目终止或库龄较长而呆滞的存货	6,339.13				6,339.13
库龄 1 年以内且项目正常，但因售价较低可能导致可变现净值低于成本的存货	2,268.50	1,825.63	36.51	1,789.12	479.38

(三) 存货跌价准备计提是否充分

报告期各期，发行人在存货跌价准备计提过程中，充分考虑了在手订单覆盖率、库龄、原材料公开市场价格、产品销售单价及毛利率、产品期后销售价格及销售情况等情况，充分识别存在呆滞或减值迹象的存货，针对不同情况，测算呆滞或存在减值迹象存货的可变现净值，并将存货成本高于可变现净值部分计提存货跌价准备。报告期内，发行人存货跌价准备计提是充分的。

三、对于未能进行监盘的发出商品执行的替代程序，各程序对应确认的金额及占比情况

发行人发出商品为已经从自有仓库或者第三方仓库发出，但是尚未经客户对账确认的零部件产品。该等发出商品已进入客户仓库或其生产线，客户出于产线保密、内部管理等因素，未接受公司人员进行现场盘点工作，因此保荐人、申报会计师未能对发出商品执行监盘程序。针对发出商品，保荐人、申报会计师实施的替代程序如下：

- 1、了解及评价发行人与发出商品相关的内部控制政策与流程；
- 2、实施分析性复核程序，分析报告期各期末的发出商品余额的合理性；
- 3、实施函证及抽样检查出库单、发货单等原始单据等细节测试程序；

保荐人、申报会计师实施的细节测试包括：（1）函证程序；（2）检查出库单、发货单等原始单据。对发行人报告期内发出商品期末余额较高的客户实施函证程序，对于未回函或回函有差异的客户实施替代程序，通过核查出库单、发货单、库存清单和期后结算单等，确认差异形成的原因并验证发出商品的真实性、准确性。细节测试程序实施结果如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
发出商品金额	28,101.74	25,721.08	21,866.38	22,900.95

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
回函及替代测试确认金额	19,877.50	19,967.16	15,411.16	16,577.00
函证及替代测试核查比例	70.73%	77.63%	70.48%	72.39%

保荐人、申报会计师执行细节测试程序总体核查比例均超过 70%，覆盖的比例较高。

4、检查期后发出商品的结算情况，验证期末结存发出商品的真实性：

保荐人、申报会计师检查主要客户期后发出商品的结算情况，确认发出商品金额及占比具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
发出商品金额	28,101.74	25,721.08	21,866.38	22,900.95
期后测试金额	27,604.96	25,575.86	21,802.14	22,772.76
期后测试核查比例	99.04%	99.44%	99.71%	99.44%

保荐人、申报会计师检查期后发出商品的结算情况，确认各期末的发出商品余额的占比均超过 99%，比例较高。

四、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师实施了如下核查程序：

1、检查期末存货库龄分析表，对比分析库龄一年以上存货余额变动原因及合理性；

2、检查存货跌价准备计提表，分析库龄一年以上存货跌价准备计提充分性；

3、检查发行人存货跌价准备计提政策及存货跌价准备计提表，了解存货呆滞物资识别和可变现净值测算等情况；

4、检查存货库龄分析表、在手订单、期后销售情况，查询主要原材料公开市场价格变化情况，并结合主要产品销售价格及毛利率等情况，分析发行人存货跌价准备计提是否充分。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、2020 年末，发行人库龄一年以上存货余额较上年末变动较小；2021 年度，发行人对呆滞库存进行了批量报废处理，导致库龄一年以上存货大幅度减少；2022 年 6 月末，发行人库龄一年以上存货增加主要系受疫情影响，为一汽-大众、上汽大众定制开发的在制模具验收时间延长，导致库龄延长，同时，因部分客户车型销售量下滑，客户调整生产计划，导致公司备库存货库龄延长，库龄一年以上存货增加；

针对除在制模具之外的库龄一年以上存货，发行人全额计提存货跌价准备；针对库龄一年以上的在制模具，因有订单覆盖且毛利率较高，预计未来可变现净值高于成本，故无需计提存在跌价准备。公司对库龄一年以上存货跌价准备计提充分；

2、发行人已列示报告期各期存货跌价准备计提的计算过程。报告期各期，发行人在存货跌价准备计提过程中，充分考虑了在手订单覆盖率、库龄、原材料公开市场价格、产品销售单价及毛利率、产品期后销售价格及销售量等情况，充分识别存在呆滞或减值迹象的存货，针对不同情况，测算呆滞或存在减值迹象存货的可变现净值，并将存货成本高于可变现净值部分计提存货跌价准备。报告期内，公司存货跌价准备计提是充分的。

5.关于期间费用

申请文件及首轮问询回复显示，报告期各期，发行人管理人员薪酬水平低于可比公司同类人员平均薪酬，但未充分说明期间费用率与可比公司对比差异原因及合理性。

请发行人：

(1) 说明管理人员薪酬水平低于可比公司同类人员薪酬的原因及合理性。

(2) 说明期间费用率与可比公司对比差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明管理人员薪酬水平低于可比公司同类人员薪酬的原因及合理性

报告期内，公司管理人员人均薪酬与可比公司同类人员薪酬对比情况如下：

单位：万元/年

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
科博达（603786.SH）	未披露	38.74	31.40	27.98
星宇股份（601799.SH）	未披露	27.68	28.62	8.69
广东鸿图（002101.SZ）	未披露	23.23	16.97	18.19
香山股份（002870.SZ）	未披露	68.48	8.10	35.60
可比公司均值	-	39.53	21.27	22.61
发行人	10.33	17.91	18.45	17.92

注：为保持可比性，可比公司平均工资以薪酬实际发生额除以期末人数计算所得。

在计算上述同行业可比公司管理人员平均薪酬时，选取各可比公司披露的财务人员、行政人员和其他人员合计数作为计算管理人员平均薪酬的依据。报告期内，可比公司上述人员数量如下：

单位：人

公司名称	人员类别	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
科博达（603786.SH）	财务人员	未披露	51	45	46
	行政人员		183	207	207
	其他人员		-	-	-

公司名称	人员类别	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	小计		234	252	253
星宇股份 (601799.SH)	财务人员	未披露	28	26	26
	行政人员		409	82	80
	其他人员		-	243	734
	小计		437	351	840
广东鸿图 (002101.SZ)	财务人员	未披露	108	116	113
	行政人员		224	260	422
	其他人员		322	551	396
	小计		654	927	931
香山股份 (002870.SZ)	财务人员	未披露	102	12	12
	行政人员		274	383	92
	其他人员		-	-	-
	小计		376	395	104

注：数据来源于 wind。

同行业可比公司中，星宇股份、广东鸿图报告期内的相关人数均出现了大幅变动；香山股份因 2020 年底收购均胜群英，业务及人员发生重大重组。据此计算的管理层平均薪酬亦出现大幅变动，与公司的可比性不大。发行人管理人员平均薪酬低于科博达，主要系科博达主要经营地位于上海地区，总体人员薪酬较高所致。

发行人管理人员主要集中于宁波市，选取地区内汽车零部件行业上市公司做对比。报告期内，发行人与宁波地区汽车零部件行业上市公司管理人员平均薪酬的比较情况如下：

单位：万元/年

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
宁波华翔（002048.SZ）	未披露	15.80	22.53	19.80
双林股份（300100.SZ）	未披露	5.79	6.07	7.84
爱柯迪（600933.SH）	未披露	32.80	24.41	20.41
拓普集团（601689.SH）	未披露	7.44	8.56	10.14
天龙股份（603266.SH）	未披露	20.38	17.35	14.84
旭升集团（603305.SH）	未披露	7.46	8.31	8.75
宁波高发（603788.SH）	未披露	7.26	7.91	7.27
合力科技（603917.SH）	未披露	16.82	18.55	16.74

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
继峰股份（603997.SH）	未披露	24.82	24.57	24.39
长华集团（605018.SH）	未披露	13.27	16.95	19.46
天普股份（605255.SH）	未披露	67.42	58.14	53.97
均胜电子（600699.SH）	未披露	6.29	13.11	12.07
恒帅股份（300969.SZ）	未披露	15.42	12.52	10.25
宁波方正（300998.SZ）	未披露	41.23	17.37	15.00
雪龙集团（603949.SH）	未披露	29.58	31.10	未披露
神通科技（605228.SH）	未披露	14.17	15.48	15.11
圣龙股份（603178.SH）	未披露	13.52	45.89	46.70
卡倍亿（300863.SZ）	未披露	14.49	13.43	8.05
松原股份（300893.SZ）	未披露	17.61	5.72	17.60
星源卓镁（301398.SZ）	未披露	22.62	21.21	21.44
宁波地区汽车零部件上市公司中值	—	15.61	17.15	15.11
发行人	10.33	17.91	18.45	17.92

注：数据来源于 wind；根据申万行业分类，选取宁波地区“SW 汽车零部件”行业上市公司；以上平均薪酬以各期计入管理费用的职工薪酬除以期末财务、行政及其他人员人数之和计算所得。

与宁波地区汽车零部件上市公司相比，发行人管理人员人均薪酬处于宁波地区汽车零部件企业中位水平。

综上，发行人可比公司中星宇股份、广东鸿图及香山股份披露的管理相关人员数量出现大幅变动，据此计算的管理人员平均薪酬与发行人可比性不大；发行人管理人员平均薪酬低于科博达，主要是因为科博达生产经营地主要位于上海地区，总体人员薪酬较高所致。发行人与同地区的零部件上市公司管理人员人均薪酬水平相当，具有合理性。

二、说明期间费用率与可比公司对比差异的原因及合理性

（一）期间费用率与可比公司对比情况

报告期内，发行人期间费用率与可比公司对比情况如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
科博达 (603786.SH)	销售费用率	1.97%	2.16%	2.77%	1.90%
	管理费用率	5.17%	5.81%	4.99%	5.72%

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	研发费用率	11.21%	10.83%	8.25%	6.56%
	财务费用率	-0.72%	0.41%	-0.39%	0.26%
	小计	17.63%	19.21%	15.62%	14.44%
星宇股份 (601799.SH)	销售费用率	0.95%	1.22%	2.27%	2.29%
	管理费用率	2.92%	2.76%	2.58%	2.54%
	研发费用率	6.23%	4.90%	4.21%	3.78%
	财务费用率	-0.15%	0.29%	-0.06%	0.07%
	小计	9.95%	9.17%	9.00%	8.68%
广东鸿图 (002101.SZ)	销售费用率	3.68%	3.39%	6.10%	6.33%
	管理费用率	4.03%	4.11%	5.23%	4.99%
	研发费用率	4.60%	4.69%	4.68%	4.21%
	财务费用率	-0.32%	0.58%	0.84%	0.98%
	小计	11.99%	12.77%	16.85%	16.51%
香山股份 (002870.SZ)	销售费用率	3.45%	3.18%	-	-
	管理费用率	6.91%	8.54%	-	-
	研发费用率	5.87%	4.81%	-	-
	财务费用率	1.09%	2.01%	-	-
	小计	17.32%	18.54%	-	-
可比公司均值	销售费用率	2.51%	2.49%	3.71%	3.51%
	管理费用率	4.76%	5.31%	4.27%	4.42%
	研发费用率	6.98%	6.31%	5.71%	4.85%
	财务费用率	-0.03%	0.82%	0.13%	0.44%
	小计	14.22%	14.93%	13.82%	13.22%
发行人	销售费用率	2.21%	2.54%	2.31%	3.39%
	管理费用率	8.34%	7.90%	7.29%	7.79%
	研发费用率	6.16%	6.55%	6.13%	7.62%
	财务费用率	0.22%	0.47%	0.73%	0.47%
	小计	16.93%	17.47%	16.46%	19.27%

注：可比公司数据来源于 Wind，香山股份于 2020 年底收购汽车零部件企业均胜群英，因此 2019 年、2020 年数据不可比。

发行人期间费用率整体高于可比公司，主要是发行人管理费用率较高所致；发行人销售费用率、研发费用率与可比公司相比不存在重大差异；财务费用率占比较小，对期间费用率整体影响较小。

（二）管理费用率差异原因及合理性

报告期内，公司管理费用率与可比公司对比情况如下：

可比公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
科博达（603786.SH）	5.17%	5.81%	4.99%	5.72%
星宇股份（601799.SH）	2.92%	2.76%	2.58%	2.54%
广东鸿图（002101.SZ）	4.03%	4.11%	5.23%	4.99%
香山股份（002870.SZ）	6.91%	8.54%	-	-
可比公司均值	4.76%	5.31%	4.27%	4.42%
发行人	8.34%	7.90%	7.29%	7.79%

注：可比公司数据来源于 Wind。

报告期内，公司管理费用率整体高于可比公司均值，主要因不同企业间的经营规模、薪酬总额水平、经营情况等存在差异，上述各可比公司之间管理费用率存在一定差异。报告期内，发行人与可比公司管理费用、销售规模比较情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
科博达 （603786.SH）	管理费用	7,676.27	16,311.15	14,516.85	16,712.97
	销售收入	148,454.47	280,650.87	291,372.77	292,213.90
星宇股份 （601799.SH）	管理费用	10,853.40	21,848.67	18,896.65	15,500.98
	销售收入	371,867.15	790,944.96	732,271.51	609,179.84
广东鸿图 （002101.SZ）	管理费用	11,684.45	24,664.66	29,270.35	29,443.01
	销售收入	289,757.55	600,332.55	559,602.61	590,631.66
香山股份 （002870.SZ）	管理费用	15,104.28	41,743.75	8,230.67	5,969.42
	销售收入	218,396.32	489,016.61	97,673.45	84,179.75
可比公司均值	管理费用	11,329.60	26,142.06	17,728.63	16,906.60
	销售收入	257,118.87	540,236.25	420,230.09	394,051.29
发行人	管理费用	11,749.40	19,253.76	16,341.76	15,184.17
	销售收入	140,913.71	243,625.12	224,042.54	194,816.52

发行人管理费用金额整体略低于可比公司均值，但销售收入金额低于可比公司均值，导致发行人管理费用率高于可比公司均值。主要是与同行业可比公司相比，发行人销售规模相对较小，但是发行人产品种类多，产品配套的品牌车型多，供货呈现小批量、高频次的特点，基层管理部门存在一定重叠，管理

的规模化效应较低导致管理费用率较高。

报告期内，发行人管理费用构成情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	8,023.36	68.29%	12,718.09	66.06%	10,717.94	65.59%	10,109.65	66.58%
折旧摊销费	1,194.08	10.16%	2,306.57	11.98%	2,067.68	12.65%	1,690.39	11.13%
办公费	613.82	5.22%	1,326.51	6.89%	1,215.09	7.44%	1,027.33	6.77%
业务招待费	519.2	4.42%	776.52	4.03%	575.69	3.52%	758.39	4.99%
中介服务费	382.51	3.26%	491.72	2.55%	315.97	1.93%	276.45	1.82%
租赁费	250.38	2.13%	463.05	2.40%	285.78	1.75%	294.01	1.94%
差旅费	99.73	0.85%	252.18	1.31%	208.44	1.28%	278.71	1.84%
软件服务费	303.79	2.59%	272.79	1.42%	192.14	1.18%	122.02	0.80%
其 他	362.53	3.09%	646.34	3.36%	763.02	4.67%	627.22	4.13%
合计	11,749.40	100.00%	19,253.76	100.00%	16,341.76	100.00%	15,184.17	100.00%

报告期内，发行人管理费用中职工薪酬金额较大、占比较高，主要是由于管理人员数量较多所致。

报告期各期末，发行人管理人员数量情况具体如下：

单位：人

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
管理人员数量	777	710	581	564

报告期各期末，随着业务规模的增长，发行人管理人员数量逐年增长。发行人主要产品横跨智能照明系统、智能电子模块、出风口总成及其他座舱功能件等四类，报告期各期销售产品涉及的物料品种有 1 万多种，产品品类繁多，为达到相应的管理要求，公司聘用了较多的仓储、后勤等基层管理人员，由此导致了管理人员数量较多。

综上，发行人期间费用率高于同行业可比公司，主要是发行人管理费用率较高所致。公司管理费用率高于可比公司，一方面发行人的销售规模低于同行业可比公司平均水平，但是产品品类多，产品配套的品牌车型多，供货呈现小批量、高频次的特点，管理的规模化效应较低；另一方面，发行人因自身的产品生产经营特点需要仓储和后勤等基层管理人员较多，导致计入管理费用的职

工薪酬较高。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师实施了如下核查程序：

1、获取发行人员工花名册、部门人数统计表、工资计提表、绩效奖金政策等，复核薪酬归集的准确性，了解发行人报告期内的各类人员数量、岗位设置及变动情况，分析公司人员平均薪酬及薪酬总额变化的原因；

2、查询可比上市公司的招股说明书或定期报告，了解可比公司管理人员构成、薪酬总额，对比分析公司管理人员人均薪酬低于可比公司原因；查询宁波区域内汽车零部件行业上市公司招股说明书或定期报告，并对比分析发行人与区域内上市公司管理人员平均薪酬；

3、获取报告期各期发行人管理费用明细账，对职工薪酬、办公、差旅及业务招待费、折旧与摊销等主要明细项目金额波动进行合理性分析；分析管理费用金额较大的原因。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人可比公司中星宇股份、广东鸿图、香山股份披露管理相关人员数量出现大幅变动，据此计算的管理人员平均薪酬与发行人可比性不大；发行人管理人员平均薪酬低于科博达，主要是因为科博达生产经营地主要位于上海地区，总体人员薪酬较高所致；发行人与同地区的零部件上市公司管理人员人均薪酬水平相当，具有合理性；

2、发行人期间费用率高于同行业可比公司，主要是发行人管理费用率较高所致。公司管理费用率高于可比公司，一方面因为发行人的销售规模低于同行业可比公司，但是产品品类多，产品配套的品牌车型多，供货呈现小批量、高频次的特点，管理的规模化效应较低；另一方面，发行人因自身的产品生产运营特点需要仓储和后勤等基层管理人员较多，导致计入管理费用的职工薪酬较高。

6.关于同业竞争

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人实际控制人控制的其他企业三花智控主要从事制冷空调电器零部件、汽车零部件业务，其中少量汽车空调控制器业务相关资产组已转让至发行人，并于 2021 年完成资产交割。

（2）三花智控的汽车零部件业务均集中在三花汽零及其子公司，三花汽零与发行人同属于汽车制造业行业。发行人产品主要为汽车内外照明及氛围营造相关的智能光电产品、空调出风口等座舱功能件，三花汽零产品主要为热力膨胀阀等汽车热管理系统核心控制单元。

请发行人：

（1）说明发行人实际控制人控制的其他企业所从事的制冷空调电器零部件与发行人空调相关零部件是否存在技术共同点，是否存在竞争或替代关系，是否存在利益冲突，是否与发行人构成竞争。

（2）结合下游客户招投标的具体流程与要求，进一步说明三花汽零的汽车零部件业务与发行人是否存在实际竞争关系；发行人与同行业关联方参与客户招投标是否存在限制，发行人与关联方产品向同一客户销售的定价公允性，相关销售是否明确区分，是否存在让渡商业机会、利益输送或变相为发行人体外代垫成本的情形，相关内部控制制度是否有效执行。

（3）结合前述情况，进一步说明发行人与实际控制人控制的其他企业间是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。

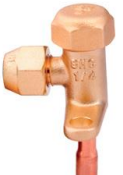
【回复】

一、说明发行人实际控制人控制的其他企业所从事的制冷空调电器零部件与发行人空调相关零部件是否存在技术共同点，是否存在竞争或替代关系，是否存在利益冲突，是否与发行人构成竞争。

发行人实际控制人控制的其他企业三花智控主要从事制冷空调电器零部件、汽车零部件业务。三花智控的制冷空调电器零部件业务单元主要从事建筑

暖通节能和家电设备热管理节能的控制部品、子系统和技术解决方案的开发和应用，是全球家用空调、商用空调、商业冷冻、工业制冷和小家电设备（洗衣机、干衣机、洗干一体机、冰箱、冷柜、洗碗机、咖啡机）等自控元器件及系统技术解决方案的主要或重要供应商。制冷空调电器零部件业务的主要产品包括空调四通换向阀、电子膨胀阀、冰箱电磁阀、电动切换阀、微通道换热器、Omega 泵等，具体情况如下：

产品系列	产品图示	产品用途
电子膨胀阀		主要用于制冷、空调和热泵系统中，实现制冷剂流量的自动调节，使系统在最佳工况下运行，并达到快速制冷或制热，精确控温和节能等目的。还能用于吸气管路的压力控制等场合。
四通换向阀		适用于房间空调、单元式空调和中央空调等热泵型系统，通过切换制冷工质的流通路径，实现制冷模式和制热模式的转换。
电磁阀		主要用于冷冻冷藏、空调机和热泵等系统的冷媒控制。
热力膨胀阀		用于调节蒸发器中的液体制冷剂的供给量，可提供多种制冷剂及其各种工况下的充注，能满足冷藏设备、制冷机、除湿机以及各种蒸发范围内的制冷和空调的要求。
球阀		球阀适用于商用空调、冷冻冷藏等设备的管路上，通过操作阀杆，开启和切断内部流通路径。
单项阀		主要用于商用制冷系统、家用以及工业用空调设备中。用来控制制冷剂的单向流通，防止逆流。
单向干燥过滤器		用于单向流通的制冷系统管路中，吸收制冷系统中的水分和酸性有害物质，并过滤系统中的杂质。

产品系列	产品图示	产品用途
双向干燥过滤器		使用在双向或单向流通的制冷系统中，吸收制冷系统中的水分和酸性有害物质，并过滤系统中的杂质。
铜干燥过滤器		用于单向流通的制冷系统管路中，吸收系统中的水分和酸性有害物质，并过滤系统中的杂质。
换芯式干燥过滤器		用于商用空调、冷冻冷藏系统的液管和吸气管路上。该过滤器设计可以选用不同种类的芯体，并以底盖密封，可以方便的从底部拆卸更换芯体。
试液镜		安装于制冷系统中干燥过滤器后，用于检测制冷剂（液体或气体）的性能变化，并通过颜色将水分含量直观地显示出来。
铜截止阀		适用于分体式空调中，也可用于其他制冷系统中，连接室内机和室外机，通过操作阀杆，可以关闭阀的内部通路。三通型号（带充注接头）在维修时作为检修阀，用来抽真空，添加制冷剂。
充注阀		充注阀主要安装在空调和冷冻系统中，在维修时做检修阀，用来抽真空，添加制冷剂。
微通道换热器		适用于家用、商用单冷空调以及制冷领域

三花智控制冷空调零部件主要为空调四通换向阀、电子膨胀阀、冰箱电磁阀、电动切换阀、微通道换热器等，通过控制冷媒（如：制冷剂、冷却油、水等介质）流量和不同冷热交换方式来实现热量交换和温度管理，系制冷、空调设备的关键部件，属于制冷空调行业的子行业。三花智控制冷空调电器零部件业务上游行业主要是铜、铝、不锈钢等金属和金属制品行业，下游行业主要是空调、冰箱等制冷设备制造行业。

发行人空调相关零部件为汽车空调控制面板及空调出风口，具体情况如下：

产品系列	产品图示	产品用途
空调控制面板		应用于车载空调的控制交互终端并能够自动采集车内外温度、水箱温度、日照等，借由各种温度参数自动或者手动调整风量、温度、模式及内外空气循环风门
机械出风口		由众多高精密注塑、金属精密冲压的零件和电子元器件组装而成，具有调节车内空调吹风角度、风量大小的功能
光电出风口		主要是在传统机械出风口的基础上集成了伺服机构、集成电路、汽车照明控制模组以及发光组件等模块，相比机械出风口更加智能和时尚

汽车空调控制面板是车载空调的人机交互终端，使用者通过其控制车辆空调系统以实现车内空调温度、空调风量、内外空气循环等的调节功能；通过出风口调整出风口格栅叶片的角度和方向来实现车内空调风向、风量的调节功能。发行人汽车空调控制面板、空调出风口业务的上游行业主要为塑料、电子、橡胶等行业，下游客户为汽车整车制造企业或其一级配套供应商。

综上，三花智控的制冷空调零部件业务与发行人空调相关零部件的产品类型、技术原理、制造工艺以及应用领域均存在显著的差异，双方产品不存在竞争或替代关系，因此三花智控的制冷空调零部件业务与发行人空调相关零部件不存在利益冲突，亦不会与发行人构成竞争。

二、结合下游客户招投标的具体流程与要求，进一步说明三花汽零的汽车零部件业务与发行人是否存在实际竞争关系；发行人与同行业关联方参与客户招投标是否存在限制，发行人与关联方产品向同一客户销售的定价公允性，相关销售是否明确区分，是否存在让渡商业机会、利益输送或变相为发行人体外代垫成本的情形，相关内部控制制度是否有效执行。

（一）结合下游客户招投标的具体流程与要求，进一步说明三花汽零的汽车零部件业务与发行人是否存在实际竞争关系

汽车零部件行业长期实行严格的行业质量认证体系，各大整车制造企业还实行独立的供应商评审体系，对新增供应商的同步研发设计能力、生产能力、生产规模、质量管控能力等方面进行全面评审并持续管理，只有通过评审的企

业才能进入各大整车制造企业的“合格供应商名录”。对于技术专业程度要求高的产品，相关供应商还需要通过特定的专门评审才能成为该细分品类的潜在或合格供应商。同时，整车厂通常会在其技术研发部门、采购部门、质量管理部门内设置不同的专业科（股）或者小组来对应不同的专业产品管理需要，并按照专业度的要求对供应商开展相关的管理。如供应商希望扩展配套细分产品品类，则需要重新履行相关品类的研发设计能力、生产能力、生产规模、质量管控能力等方面专门评审程序。

报告期内发行人主要作为一级供应商向一汽丰田、上汽大众、一汽-大众、广汽丰田、广汽乘用车、上汽乘用车等国内知名整车厂配套供应智能光电系统、座舱功能件等产品。上述整车厂成立时间悠久、行业地位领先，在采购业务上也建立了成熟、标准的采购模式。通常而言：整车厂在开发新车型时，向各细分品类的合格供应商发出初步设计图纸并询价；各合格供应商结合自身的技术方案、成本估算、标的车型生命周期的销量预测情况等，并考虑市场竞争情况，综合评估后提出报价；整车厂收到各供应商报价后进行评估审核，经过专项评标流程后确定新产品的定点方，并向中标供应商下发产品定点信。

报告期内，发行人向各主要客户配套两大系列产品：（1）智能光电系统，主要包含外灯、内灯、外灯控制器、汽车照明控制模组、蓝牙/UWB 虚拟钥匙、BCM、无钥匙进入系统、空调控制面板、伺服机构等；（2）座舱功能件，主要包含机械出风口总成、光电出风口总成、电池盒、储物盒、拉手等产品。三花汽零（及其下属子公司，下同）向各主要客户配套的产品主要为：TXV（热力膨胀阀，应用于燃油汽车）、EXV（电子膨胀阀）、电子油泵、电子水泵、水冷板、储液器、板式换热器等热管理模块组件等产品，产品主要应用于传统燃油车、新能源汽车的热管理领域。发行人和三花汽零产品在应用领域和功能、技术原理、材质、生产工艺等方面存在显著的差异。发行人和三花汽零虽同为部分主要整车厂或其一级配套商的合格供应商，但是两者作为合格供应商配套的细分品类却并不重叠，发行人至今未发生与三花汽零竞争同一定点项目的情形，两者并不存在实际竞争关系。

（二）发行人与同行业关联方参与客户招投标是否存在限制

汽车产品涉及到的零部件种类繁多，各类零部件的材料、工艺、功能存在

较大差异。为此，整车制造企业通常会在其技术研发部门、采购部门、质量管理部门内设置不同的专业科（股）或者小组来应对不同的专业产品管理需要，并按照专业度的要求管理相关供应商。以国内某整车制造企业为例，其采购部门按照采购零部件产品在汽车应用领域不同划分为各专业科，不同专业科对应不同应用领域的汽车零部件产品采购，具体如下：

序号	专业科	涉及汽车应用领域	对应采购物品
1	内饰采购科	汽车座舱内部可触摸可见的应用部件	座椅、安全系统、仪表板、覆盖件及其附件、护板、覆盖件、出风口、装饰条、手套箱、烟灰盒、杯架、眼镜盒、顶棚拉手、内饰灯氛围灯、阅读灯、智能灯、LED 控制器等物品
2	外饰采购科	汽车座舱外部可触摸可见的应用部件	外饰氛围灯、前照灯、后组合灯、雨刮、燃油箱、天窗、轮胎、橡胶管、密封条、标牌、车轮装饰罩、柱外装饰板、尾翼等物品
3	电子电器采购科	汽车需要应用到的电子电器部件，涉及电子信息技术与汽车制造技术相结合的应用部件	车身电子与控制系统（包括导热垫、充电器、开关、舒适性控制器、电池控制单元、胎压监测等）、线束、智能座舱（包括导航系统、收音机、麦克风、天线、屏幕、摄像头、行车记录仪等）、车联网应用开发、导航地图等物品
4	车身底盘采购科	包括汽车上的传动系、行驶系、转向系和制动系四部分的组合，支承、安装汽车发动机及其各部件、总成，形成汽车的整体造型，承受发动机动力	底盘与排气、制动与转向、车身铸件、换挡、踏板、铰链、冲压件等物品
5	动力总成采购科	汽车动力总成系统，是车辆上产生动力，并将动力传递到路面的一系列零部件组件，包括发动机、进气系统、热管理系统、供油系统、变速器等	冷却水管、单向阀、通风管、送风管、进气导风管、油管、水泵、电子水泵、冷却器、热交换器、电池冷却板、减震器、涡轮增压器、变速箱传感器点火线圈、油轨喷嘴、发动机部件、连杆、曲轴、活塞冷却喷嘴、离合器、电芯模组、电池原材料等物品

其中，发行人智能照明系统、出风口总成及其他座舱功能件产品属于汽车座舱内部可触摸可见的应用部件，对应该整车制造企业采购部门的内饰采购科；发行人的智能电子模块产品属于汽车的电子电器部件，涉及电子信息技术与汽车制造技术相结合的应用部件，对应该整车制造企业采购部门的电子电器

采购科。

而三花汽零的产品是汽车热管理（空调、电池、驱动电机进行热管理）系统中的核心控制元器件或者控制模块组件，属于汽车动力总成中的热管理系统，对应该整车企业采购部门的动力总成采购科。

整车制造企业在开发新车型时由各专业的采购科、股或者小组各自独立就其负责的零部件向相关合格供应商进行询价、邀标。虽然整车厂客户通常要求参与询价的同品类的合格供应商之间不能存在关联关系，但是由于发行人和三花汽零产品产品类型、工艺材质、应用领域和功能存在显著的差异，分属于不同品类的合格供应商，其参加的询价或招投标活动均由不同的采购科室、采购单元组织，整车厂的相关要求不会对发行人或三花汽零各自参与客户不同品类产品询价或竞标产生限制。

（三）发行人与关联方产品向同一客户销售的定价公允性，相关销售是否明确区分，是否存在让渡商业机会、利益输送或变相为发行人体外代垫成本的情形，相关内部控制制度是否有效执行

1、发行人与关联方产品向同一客户销售的定价公允性，相关销售是否明确区分，是否存在让渡商业机会、利益输送或变相为发行人体外代垫成本的情形

由于发行人与三花汽零均处于汽车零部件行业，行业客户主要为各大汽车整车制造企业或者知名一级配套商，客户相对集中，因此发行人与三花汽零报告期内存在部分重叠客户。报告期内，发行人与三花汽零重叠客户的情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
重叠客户家数		41	44	38	36
收入及占比-发行人	重叠客户收入	44,700.04	33,591.93	23,256.72	25,324.48
	营业收入	140,913.71	243,625.12	224,042.54	194,816.52
	占比	31.72%	13.79%	10.38%	13.00%

报告期内发行人向重叠客户的销售产品主要为顶灯、氛围灯、数字钥匙、出风口、空调控制面板、顶棚拉手等产品；三花汽零向重叠客户销售的产品主要为电磁阀、调温阀、水阀、膨胀阀、贮液器、水冷板板等汽车空调及热管理

部件。发行人和三花汽零向同一客户销售的主要产品存在明显差异。

发行人与三花汽零重叠的客户主要为各大汽车整车制造企业或者知名一级配套商，上述客户有严格且规范的采购管理制度及供应商考核体系，对零部件采购的定价、结算等有统一的政策及要求，一般采取招标方式确定供应商、采购价格等核心要素条件，发行人和三花汽零对客户的影响力均相对较弱。

(1) 重叠客户的毛利率

报告期，发行人与三花汽零重叠客户毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
重叠客户毛利率	28.61%	29.37%	25.37%	26.23%
主营业务毛利率	26.42%	27.42%	25.27%	28.49%

报告期，发行人上述重叠客户的毛利率变动与发行人主营业务毛利率变动趋势一致。2019 年上述重叠客户的总体毛利率低于发行人主营业务毛利率；2020 年与发行人主营业务毛利率基本一致；2021 年、2022 年上半年略高于主营业务毛利率，主要是由于 2021 年及 2022 年上半年重叠客户新增广汽埃安、小鹏、赛力斯等新能源汽车客户，该等客户的毛利率较高。假设以主营业务毛利率计算，2021 年、2022 年上半年分别影响重叠客户毛利 655.04 万元、979.14 万元，占公司主营业务毛利的 0.99%、2.64%，影响较小。

(2) 重叠客户的交易价格公允性

报告期内，重叠客户中发行人销售金额较大的客户主要包括广汽乘用车等 18 家客户，来自上述客户的销售收入占发行人向全部重叠客户销售收入总额的 85.62%。

上述重叠客户中，发行人来自广汽乘用车（杭州）有限公司等 6 家客户的销售收入占发行人向全部重叠客户销售收入总额的 36.17%。而三花汽零向上述 6 家客户仅有零星销售，报告期每期销售收入合计在 100 万元左右，三花汽零对客户的影响力微弱。

发行人来自上海马勒热系统有限公司等 4 家客户销售收入占发行人向全部重叠客户销售收入总额的 8.73%。上述客户在三花控股收购发行人之前均已是发行人的客户，产品单一，报告期销售价格与三花控股收购前 2018 年的相比每年波动在 10%以内，且呈下降趋势。

发行人来自小鹏汽车的销售收入占发行人向全部重叠客户销售收入总额的 6.51%。小鹏汽车系发行人 2021 年的新客户，无法与三花控股收购前的价格相比，但其平均销售单价低于同期发行人向整车厂客户销售智能照明系统的平均单价 10%左右，不存在显著差异。

发行人来自上汽大众的销售收入占发行人向全部重叠客户销售收入总额的 5.35%。发行人向上汽大众销售的产品主要为模具及配件，每个模具因其大小、标准、工艺不同，价格差异很大，单价不具可比性。发行人向上汽大众销售毛利率与发行人模具业务整体毛利率不存在重大差异。以发行人模具业务毛利率计算，上述差异分别影响发行人报告期毛利分别为-142.78 万元、69.20 万元、3.60 万元、53.02 万元。

发行人来自广汽乘用车（包括新能源分公司、广汽埃安）等 6 家客户的销售收入占发行人向全部重叠客户销售收入总额的 28.86%。发行人向广汽乘用车（包括新能源分公司、广汽埃安）等客户销售的产品种类、型号众多，相应产品价格根据车型、生产工艺等不同价格差异很大，每年由于销售结构不同价格变动较大，每年的价格不具可比性。发行人来源于上述客户的毛利占其每年整体毛利总额的 5%左右，对公司整体业绩影响很小。

①报告期内，发行人与三花汽零向发行人主要重叠客户的销售情况

单位：万元

客户	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	发行人	三花汽零	发行人	三花汽零	发行人	三花汽零	发行人	三花汽零
广汽乘用车有限公司	3,248.57	9.97	7,164.61	548.67	8,618.01	2,247.04	5,306.78	1,178.92
广汽乘用车（杭州）有限公司	-	-	2,187.98	1.32	950.32	6.28	3,410.95	10.36
上海蔚来汽车有限公司	523.71	5,574.15	22.76	10,520.30	642.90	3,631.35	2,058.77	1,901.35
上汽大众汽车有限公司	1,452.61	303.35	1,566.04	731.50	1,717.07	1.54	2,042.65	22.26
法雷奥汽车空调湖北有限公司南京分公司	497.12	397.70	1,111.57	1,248.41	1,113.10	937.08	1,219.06	926.02
曼德电子电器有限公司保定热系统分公司	14.50	845.68	244.00	1,852.86	573.77	1,566.52	1,159.62	2,022.62
中国第一汽车股份有限公司技术中心	2.20	2.10	2,862.49	0.31	1,676.72	5.13	1,146.52	7.39
重庆市永川区长城汽车零部件有限公司	405.62	1,161.29	1,125.33	1,773.34	2,257.17	297.36	906.95	62.88
江铃汽车股份有限公司小蓝分公司	-	-	556.43	38.72	730.24	97.78	734.22	109.70
上海汽车集团股份有限公司乘用车郑州分公司	34.88	234.93	301.69	338.31	501.95	478.96	730.34	398.62
上海马勒热系统有限公司	705.86	896.47	1,328.29	1,423.84	800.92	1,217.71	717.05	1,390.11
长城汽车股份有限公司徐水分公司	-	-	-	-	-	-	596.93	0.15
东风柳州汽车有限公司	2,538.33	89.98	4,928.48	4.82	-	-	-	-
肇庆小鹏新能源投资有限公司	4,461.11	940.16	3,778.64	475.13	-	-	-	-
赛力斯汽车有限公司	1,428.91	1,777.91	-	-	-	-	-	-
广汽埃安新能源汽车有限公司	1,321.44	1,857.40	-	-	-	-	-	-
广汽乘用车有限公司新能源分公司	-	-	1,520.27	2,167.05	-	-	-	-

广汽丰田汽车有限公司	23,493.36	3.66	-	-	-	-		-
合计	40,128.22	14,094.74	28,698.58	21,124.59	19,582.16	10,486.75	20,029.84	8,030.37
占各自重叠客户收入的比例	89.77%	17.42%	85.43%	15.97%	84.20%	46.60%	79.77%	49.49%

总体而言，由于发行人与三花汽零的产品应用领域存在显著差异，上述重叠客户中，与发行人交易额较大的客户与三花汽零的交易额较小。发行人向上述重叠客户的销售收入呈上升趋势，主要是由于：1、三花汽零作为新能源汽车热管理系统的主要供应商之一与众多新能源汽车客户有业务往来，而公司开发小鹏、广汽埃安等新能源汽车客户造成客户出现重叠；2、2022 年三花汽零进入广汽丰田供应体系开始向其供货，而广汽丰田系公司重要客户，导致重叠客户收入大幅上升。

②三花汽零对部分重叠客户仅有零星销售，影响力微弱

上述发行人与三花汽零的重叠客户中，三花汽零对广汽乘用车（杭州）有限公司等客户仅有零星销售，具体情况如下：

单位：万元

客户	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广汽乘用车（杭州）有限公司	-	1.32	6.28	10.36
中国第一汽车股份有限公司技术中心	2.10	0.31	5.13	7.39
江铃汽车股份有限公司小蓝分公司	-	38.72	97.78	109.70
长城汽车股份有限公司徐水分公司	-	-	-	0.15
东风柳州汽车有限公司	89.98	4.82	-	-
广汽丰田汽车有限公司	3.66	-	-	-
合计	95.74	45.17	109.19	127.60

三花汽零向广汽乘用车（杭州）有限公司等客户仅有零星销售，报告期每期销售收入合计在 100 万元左右，而报告期内发行人对该部分重叠客户的销售收入分别为 5,888.62 万元、3,357.28 万元、10,535.38 万元和 27,658.81 万元，占同期发行人向重叠客户销售收入总额的 23.25%、14.44%、31.36%和 61.88%。三花汽零对客户的影响力微弱，不存在三花汽零与上述客户之间通过价格调整等方式向发行人输送利益的情形。

③发行人对部分重叠客户的销售价格平稳

三花控股收购发行人之前，发行人已向法雷奥汽车空调湖北有限公司南京分公司、曼德电子电器有限公司保定热系统分公司、上海马勒热系统有限公司和上海汽车集团股份有限公司乘用车郑州分公司四家客户销售的产品，主要为空调控制器、电机、开关等产品，上述产品单一，价格平稳。

报告期内，发行人向上述重叠客户的销售收入分别为 3,826.07 万元、2,989.74 万元、2,985.55 万元和 1,252.36 万元，占同期向重叠客户销售收入的 15.2411%、12.86%、8.89%和 2.80%。报告期内，发行人向上述客户销售的空调控制器等产品的价格与 2018 年（三花控股 2018 年 7 月收购发行人股权）相比不存在重大差异，整体呈下降趋势主要是年降因素导致的。发行人与上述客户的销售价格均经过客户招标确认，价格公允，不存在三花汽零与上述客户之间通过价格调整等方式向发行人输送利益的情形。

④发行人向小鹏汽车的平均价格与同类产品价格不存在显著差异

小鹏汽车系发行人 2021 年新增的客户，发行人向其销售智能照明系统，2021 年、2022 年 1-6 月发行人对其销售收入分别为 3,778.64 万元、4,461.11 万元，占同期向重叠客户收入总额的 11.25%、9.98%，销售单价低于同期平均价格且不存在显著差异。发行人与小鹏汽车的销售价格经过客户招标确认，价格公允，不存在三花汽零与小鹏汽车之间通过价格调整等方式向发行人输送利益的情形。

⑤发行人向上汽大众销售毛利率与同类产品毛利率不存在重大差异

发行人向上汽大众销售的产品主要为模具及配件，每个模具因其大小、标准、工艺不同，价格差异很大，单价不具可比性。报告期内，发行人向上汽大众的销售收入分别为 2,042.65 万元、1,717.07 万元、1,566.04 万元和 1,452.61 万元，占同期向重叠客户销售总额的 8.07%、7.38%、4.66%和 3.25%。发行人向上汽大众销售毛利率与发行人模具业务整体毛利率不存在重大差异，2019 年毛利率低于模具业务整体毛利率主要是由于 2019 年发行人向上汽大众销售少量出风口和拉手产品，该等业务毛利率较低。以发行人模具业务毛利率计算，上述差异分别影响发行人报告期毛利分别为-142.78 万元、69.20 万元、3.60 万元、53.02 万元。发行人与上汽大众的销售经其通过严格的采购流程确认，价格公允，不存在三花汽零与上汽大众之间通过价格调整等方式向发行人输送利益的情形。

⑥其他重叠客户

发行人向广汽乘用车（包括新能源分公司、广汽埃安）、上海蔚来汽车有限公司、重庆市永川区长城汽车零部件有限公司、赛力斯汽车有限公司等六家客户销售的产品种类、型号众多，相应产品价格根据车型、生产工艺等不同价

格差异很大，每年由于销售结构不同价格变动较大，每年的价格不具可比性。发行人来源于上述客户的毛利占其整体毛利总额的比例很低，对公司整体业绩影响很小。

报告期内，发行人向上述客户的销售收入分别为 8,272.50 万元、11,518.08 万元、9,832.97 万元和 6,928.25 万元，占同期向重叠客户收入总额的 32.67%、49.53%、29.27%和 15.50%，发行人来源于上述客户的毛利占发行人总体毛利的 5%左右，对发行人整体业绩影响很小。广汽乘用车、蔚来汽车、长城汽车、赛力斯均为知名汽车整车制造企业，具有严格的供应商管理体系，相应采购价格均履行了招标流程，发行人及三花汽零对上述客户的影响力微弱。发行人与上述客户的销售价格公允，不存在三花汽零与上述客户之间通过价格调整等方式向发行人输送利益的情形。

发行人的对外报价由市场营销本部归口管理，由成本核算科、研发部门、采购部门、生产技术部门协作完成，并由财务部门进行监管，各部门的具体分工情况如下：1、成本核算科根据研发中心（或分/子公司技术中心）提供的技术状态分析表（BOM）进行成本分析，并形成成本核算明细表。将经批准的成本核算明细表转换成客户要求格式的报价单，由销售经理反馈给客户；2、销售经理负责接收、传递和反馈客户询价文件 RFQ，组织新项目定点可行性分析，对成本核算科提供的成本核算明细表进行成本审核，由区域总经理批准对外报价方案；3、研发中心（或分/子公司技术中心）负责对客户询价文件 RFQ 中技术要求（SOR）进行技术分析，并形成技术状态分析表（BOM），实验室识别 SOR 中内部和外部的实验项目，并核算出内部实验成本，反馈给成本核算科；4、生产技术部负责识别 SOR 中的有关的生产设备及工装，核算相关成本反馈给成本核算科；5、采购中心（或分/子公司采购部）负责传递客户要求给供应商，沟通新材料/外购件价格（包含实验项目），工装/模具/实验项目（外部）等相关价格，协助成本核算科核算成本；6、报价完成后，成本管理部收到销售经理发起的《产品报价表》，根据目标价监管项目开发过程中的产品单价及费用使用情况。

发行人和三花汽零向上述客户销售的产品由客户采购部门的不同科室、采购单元分别独立就各自负责的零部件向合格供应商询价，在收到各合格供应商的报价后，选择最低报价的供应商中标或者综合考虑各参与询价对象的技术实

力及商务条件组织多轮询价后确定最终中标供应商和中标价格。

综上所述，发行人的报价均是在对定点项目的预计成本核算的基础上经过内部审批对外报出的，发行人及三花汽零向客户销售产品的价格由客户不同采购科室、采购单元通过向多个合格供应商询价后分别确定，具有公允性。

发行人和三花汽零需要独立参加上述询价竞标，独立地签署合同。发行人不存在与三花汽零联合参加客户招投标或者询价的情形，也不存在互相借用对方名义、品牌向客户进行销售的情形，相关销售能够明确区分，发行人并不能因为存在上述重合客户而获得额外的商业机会。

发行人与三花汽零产品存在显著差异，分别应用于不同的领域，两者之间不存在替代性。发行人与三花汽零在与客户的业务往来中对接的采购科室、采购单元不同，这些采购科室、采购单元分别独立就各自负责的零部件向合格供应商询价。由于产品的显著差异以及组织询价的采购科室、采购单元的不同，报告期内，发行人和三花汽零不存在同时参与同一产品品类客户询价的情形，亦不存在让渡商业机会、利益输送或变相为发行人体外代垫成本的情形。

2、相关内部控制制度是否有效执行

发行人制定了《产品报价管理标准》以规范产品报价、审批流程，降低报价风险，确保对外报价的有效性。根据《产品报价管理标准》，销售经理对成本核算科提供的成本核算明细表进行成本审核，经营销区域总经理批准后对外报价；当成本高于目标价时，必须向区域总经理说明原因后，提交集团总经理批准，才能对外报价。报告期内，发行人严格执行相关对外报价制度，不存在未经授权和审批对外报价的情况。

发行人与各主要客户保持了长期的合作关系，报告期内，发行人与各主要客户之间的合同履行情况正常，发行人在履约过程中不存在重大违法、违规或不诚信行为，也不存在任何重大纠纷。发行人相关内部控制得到有效执行。

三、结合前述情况，进一步说明发行人与实际控制人控制的其他企业间是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

除三花智控外，发行人实际控制人控制的其他企业主要从事投资管理、房地产开发、房屋出租及物业管理、合同能源管理等业务，与发行人属于不同行业，亦不存在竞争关系。

三花智控业务分为制冷空调电气零部件业务及汽车零部件业务两大业务板块。制冷空调电气零部件业务板块主要从事建筑暖通节能和家电设备热管理节能的控制部品、子系统和技术解决方案的开发和应用，是全球家用空调、商用空调、商业冷冻、工业制冷和小家电设备（洗衣机、干衣机、洗干一体机、冰箱、冷柜、洗碗机、咖啡机）等自控元器件及系统技术解决方案的主要或重要供应商。三花智控的制冷空调零部件业务与发行人空调相关零部件的产品类型、技术原理以及应用领域均存在显著的差异，双方产品不存在竞争或替代关系，因此三花智控的制冷空调零部件业务与发行人空调相关零部件不存在利益冲突，亦不会与发行人构成竞争。

三花智控汽车零部件业务板块均集中在三花汽零及其子公司，三花汽零与发行人同属汽车零部件制造业。三花汽零向各主要客户配套的产品主要为：TXV（热力膨胀阀，应用于燃油汽车）、EXV（电子膨胀阀）、电子油泵、电子水泵、水冷板、储液器、板式换热器等热管理模块组件等产品，产品主要应用于传统燃油车、新能源汽车的热管理领域。发行人和三花汽零产品在产品类型、工艺材质、应用领域和功能存在显著的差异，双方产品不存在替代关系。

整车制造企业的采购部门通常根据采购物料的材料、功能不同划分专业的科室（或类似组织），乃至进一步细分为不同采购单元负责不同细分品类产品的采购事宜。发行人和三花汽零分别独立参加各采购科室、采购单元组织的询价、竞标，不存在让渡商业机会、利益输送等情形。

综上所述，发行人与实际控制人控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

四、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师实施了如下核查程序：

- 1、查阅发行人及三花智控、三花汽零产品目录、产品介绍及技术参数；
- 2、访谈发行人及三花汽零销售部门负责人，了解发行人参与下游客户的项目询价、竞标的流程及日常业务对接客户情况；
- 3、走访发行人主要客户，了解发行人与三花汽零是否存在联合竞标，互相借用对方名义、品牌向客户销售或利益输送情况；

4、查阅发行人《产品报价管理标准》，抽查发行人对外报价相关的批准文件。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人实际控制人控制的其他企业所从事的制冷空调电器零部件业务主要从事建筑暖通节能和家电设备热管理节能的控制部品、子系统和技术解决方案的开发和应用，与发行人空调相关零部件不存在技术共同点，不存在竞争或替代关系，不存在利益冲突，亦不会与发行人构成竞争；

2、发行人和三花汽零产品在产品类型、工艺材质、应用领域和功能存在显著的差异，因此发行人和三花汽零虽同为部分主要整车厂或其以及配套商的合格供应商，但是由于配套的产品品类的显著差异，两者从未并不存在实际竞争关系；整车厂客户通常要求参与询价的同品类的合格供应商之间不能存在关联关系，但是由于发行人和三花汽零产品产品类型、工艺材质、应用领域和功能存在显著的差异，整车厂的相关要求并未对发行人或三花汽零参与询价或招投标产生实质性的限制；发行人与关联方产品向同一客户销售的定价公允，发行人与三花汽零分别独立参与客户的询价，相关销售能够明确区分，不存在让渡商业机会、利益输送或变相为发行人体外代垫成本的情形，相关内部控制制度有效执行；

3、发行人与实际控制人控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

7.关于历史沿革

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 2014 年发行人 100% 股权由上市公司京威股份通过发行股份并支付现金方式收购，2018 年京威股份出于解决债券偿债资金等原因将发行人全部股权出售给非关联方三花控股。此后发行人控股股东为三花控股，实际控制人为张氏父子三人。

(2) 为保障发行人经营稳定性，三花控股与发行人创始人龚氏家族存在相关协议与合作，2019 年 12 月龚斌自三花控股处受让发行人 35% 股权并由三花控股提供股权转让借款，龚斌将受让的 35% 股权质押给三花控股，双方对上述股权约定了回购条款。

(3) 2021 年 12 月，发行人第二大股东、原总经理龚斌因超比例减持股票未按规定披露、限制转让期限内减持京威股份，受到中国证监会北京监管局处以罚款 50 万元的行政处罚，2021 年 11 月起龚斌不再担任公司董事、总经理。

(4) 2021 年 1 月外部投资机构湖州宏泰、新昌勤入股价格为 9.86 元/出资额，相当于 2018 年三花控股收购福尔达的股权价格考虑 6% 利息以及分红调整后的金额。

(5) 2020 年 11 月发行人员工增资入股，价格以 2019 年龚斌入股价格及期间股利分配计算确认，龚斌入股价格系以三花控股向京威股份收购福尔达的价格为基础，按照年化 6% 利率计算资金成本确定。发行人未进行股份支付会计处理，相关员工入股存在服务期约定。部分员工入股资金来源于发行人创始人龚福根，并存在借款利息约定。

请发行人：

(1) 说明三花控股与龚氏家族关于发行人经营的合作模式及其合理性；结合双方股权质押与回购条款、龚斌辞任总经理后发行人公司治理结构的运作情况，说明三花控股、龚氏家族对发行人的具体作用，发行人公司治理结构的有效性，控制权与管理团队的稳定性，是否存在潜在风险，相关信息披露是否真实、准确、完整。

(2) 结合发行人 2018 年与 2021 年业绩与估值情况，进一步说明 2021 年 1 月外部投资机构入股价格公允性，相关外部投资机构的基本情况，是否专为

发行人设立，是否存在利益输送。

（3）结合发行人服务期约定等情况，以合适的市盈率测算发行人 2020 年员工入股如进行股份支付对发行人期初未分配利润及各期净利润的影响。

（4）说明部分员工入股资金来源于发行人创始人龚福根的背景及原因，相关利息约定是否实际执行，结合分红款流向、资金流水核查情况说明是否存在员工代龚福根持有发行人股份的情形，是否存在规避股份锁定期的情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（2）-（4）发表明确意见。

【回复】

一、说明三花控股与龚氏家族关于发行人经营的合作模式及其合理性；结合双方股权质押与回购条款、龚斌辞任总经理后发行人公司治理结构的运作情况，说明三花控股、龚氏家族对发行人的具体作用，发行人公司治理结构的有效性，控制权与管理团队的稳定性，是否存在潜在风险，相关信息披露是否真实、准确、完整。

（一）说明三花控股与龚氏家族关于发行人经营的合作模式及其合理性；

三花控股成立于 1984 年，以热泵变频控制与热管理系统设计技术为核心，坚持“专注领先”，追求“创新超越”，已成为全球建筑暖通、家电设备、汽车热管理控制部件领域的行业领先企业，在汽车零部件领域具有长期经营的经验；龚氏家族作为福尔达的创始人，龚斌长期担任福尔达总经理等职务，具有丰富的汽车零部件行业经验和管理经验，并对福尔达生产经营情况非常熟悉。

三花控股收购福尔达系公司是三花控股的长期战略投资，旨在优化其在汽车零部件领域产业布局，丰富产品线，进一步提升经营实力和经营业绩。在 2018 年三花控股全资收购福尔达系公司后，发行人作为三花控股在汽车零部件领域的重要布局，为保障发行人的稳定发展，全面提升企业品牌及市场地位，将发行人打造为细分行业的引领者、车载智能光电技术的领先企业，三花控股与龚氏家族进行合作，具体情况如下：

2018 年 7 月至 2019 年 12 月，为保障福尔达人员、客户和经营的稳定性，由三花控股委托龚氏家族进行日常经营管理。三花控股对福尔达系公司股权收购完成后，对福尔达系公司完成“百日融合计划”发现，虽然双方同属汽车零

部件行业，但分处不同细分领域，在产品技术特点、产品工艺、产品研发、商业模式、对接客户的商务渠道等方面差异存在较大差异，需要通过一定的时间了解福尔达并对其进行整合，基于维持福尔达系公司生产经营的稳定的需要，由三花控股与惠联投资签署委托管理协议，委托龚氏家族对发行人进行经营管理及日常运营。同时，三花控股通过其委派的董事长兼总经理授权龚斌具体负责实施。

2019 年 12 月，基于利益共享与风险共担的考虑，双方解除委托管理协议，三花控股向龚斌转让发行人股权，此后双方作为发行人股东各自行使股东权利，通过改组董事会、监事会，初步建立了现代公司治理体系。三花控股提名翁伟峰、张少波、蔡荣生三名董事，龚斌提名龚斌、杨冬华两名董事，董事会选举翁伟峰担任董事长，任命龚斌担任总经理。三花控股、龚斌作为股东通过股东大会、董事会、监事会层面按照法人治理要求进行公司经营决策。

2020 年 11 月，发行人实施管理层持股，保障了公司核心管理团队的稳定性，有助于提升公司管理人员的积极性。2021 年 4 月，公司整体改制设立股份公司，制定了三会议事规则等一系列法人治理规则，明确了股东大会、董事会、监事会、高级管理人员、独立董事的权责范围和工作程序，进一步完善了公司治理的组织架构并形成了授权管理的管理模式。股东大会、董事会、监事会等经营决策机构运行良好，发行人经营业绩稳步提升。

综上，2018 年 7 月-2019 年 12 月，基于稳定公司生产经营的需要，三花控股委托龚氏家族负责公司的日常生产经营；2019 年 12 月开始三花控股及龚斌作为股东按照法人治理要求实施公司经营决策，建立了科学有效的决策机制和监督机制，具有合理性。

（二）结合双方股权质押与回购条款、龚斌辞任总经理后发行人公司治理结构的运作情况，说明三花控股、龚氏家族对发行人的具体作用，发行人公司治理结构的有效性，控制权与管理团队的稳定性，是否存在潜在风险，相关信息披露是否真实、准确、完整。

1、结合双方股权质押与回购条款、龚斌辞任总经理后发行人公司治理结构的运作情况，说明三花控股、龚氏家族对发行人的具体作用

2019 年 12 月因龚斌受让发行人 35%股权的款项均来自三花控股提供的借

款，龚斌将其持有的发行人 35%股权质押给三花控股并对股份回购作出约定。2023 年 1 月双方协商并同意，若福尔达在 2023 年 12 月 31 日前资产证券化不成功，且龚斌未能在 2023 年 12 月 31 日前及时足额清偿全部借款本息，龚斌所持发行人股份按 5.86 亿元由三花控股回购。该等约定对三花控股的控制地位不会产生不利影响。2023 年 2 月，经三花控股与龚斌双方协商，三花控股同意解除龚斌的发行人股份质押担保，并对龚斌质押给三花控股的全部福尔达股份进行质权出质注销。2023 年 2 月 28 日，双方就上述股份质押担保解除事项在宁波市市场监督管理局办理了质权出质注销手续。

2021 年 11 月，龚斌辞去公司董事兼总经理职务后，由姜磊担任总经理（姜磊在发行人处工作多年，历任副总经理、董事、市场总监职务，熟悉发行人的经营情况）。发行人严格按照三会议事规则等内部控制制度规范运作，各方对三会决议的有效性不存在异议，各项决议形成后均能够得到有效实施。公司日常经营管理活动在总经理的牵头负责下高效、有序开展，股东、董事、监事、高级管理人员均能够按照《公司章程》和各种规章制度的规定依法履行职责。

2018 年 7 月三花控股收购福尔达系公司后，三花控股作为发行人的控股股东通过股东大会、董事会、监事会等法人治理结构行使控股股东对发行人的经营管理决策权，从企业经营战略、投资计划、董事任免等方面实现对公司控制。除此之外，三花控股作为知名的民营企业，在人才引进、管理方法和管理模式输出、行业资源等方面为发行人提供帮助，以保障发行人的稳定发展。

2018 年 7 月三花控股收购福尔达系公司后至龚斌受让福尔达股权前，龚斌通过担任公司董事兼总经理职务或受托行使相应职权，负责公司的日常经营管理。2019 年 12 月龚斌在取得发行人股份后，通过行使股东表决权对公司经营发挥作用；另一方面，也亲自及推荐相关管理人员参与公司日常经营。2021 年 11 月，龚斌辞去公司董事兼总经理职务后至今任公司运营总监，在总经理领导下开展工作，负责协助总经理进行制造运营工作，提升工厂管理流程体系、工艺技术能力和运营数据化建设等。龚福根担任终身名誉董事长，为公司发展提供建议；担任创新研究院资深院长，指导行业前沿技术的跟踪和预研工作。

综上，三花控股通过法人治理结构行使控股股东对发行人的经营管理决策权；龚斌通过法人治理结构行使股东表决权对公司经营发挥作用，并作为公司管理人员参与公司经营，履行相应职权。

2、发行人公司治理结构的有效性，控制权与管理团队的稳定性，是否存在潜在风险，相关信息披露是否真实、准确、完整。

（1）发行人公司治理结构的有效性

发行人已按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规的要求，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易决策制度》等一系列法人治理规则，明确了股东大会、董事会、监事会、高级管理人员、独立董事的权责范围和工作程序。发行人股东大会、董事会及监事会严格按照《公司法》、《公司章程》及有关法律法规规定规范运作，各项决议形成后能够得到有效实施；董事、监事及高级管理人员能够勤勉尽责行使职责，日常经营管理活动在总经理的牵头负责下高效、有序开展。

天健对发行人内部控制进行了审核，并出具了《关于宁波福尔达智能科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审〔2022〕9529号），认为：发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2022年6月30日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上，发行人的公司治理结构有效运行。

（2）控制权与管理团队的稳定性，是否存在潜在风险，相关信息披露是否真实、准确、完整

三花控股收购福尔达系公司以来，持股比例未低于51%，一直系发行人的控股股东；张道才、张亚波、张少波通过三花控股以及张少波直接持有的福尔达股份，合计控制发行人股份未低于56%，为发行人实际控制人。实际控制人、控股股东承诺所持发行人股份锁定36个月，三花控股及张道才父子三人控制发行人在发行人上市后的可预期期限内稳定。

最近两年，发行人董事、高级管理人员没有发生重大不利变化，包括员工持股平台人员在内的主要经营管理团队保持稳定，不存在离职情形。公司通过实施员工持股方式稳定管理团队，并对公司董事、监事、高级管理人员及员工持股平台人员进行了股份锁定。

综上，发行人公司治理结构有效，控制权稳定，核心经营管理团队人员稳定，不存在重大潜在风险，相关信息披露真实、准确、完整。

二、结合发行人 2018 年与 2021 年业绩与估值情况，进一步说明 2021 年 1 月外部投资机构入股价格公允性，相关外部投资机构的基本情况，是否专为发行人设立，是否存在利益输送。

（一）结合发行人 2018 年与 2021 年业绩与估值情况，进一步说明 2021 年 1 月外部投资机构入股价格公允性

2018 年与 2021 年发行人业绩及估值情况如下：

时间及事项	净利润（万元）	市盈率（倍）
2018 年京威股份转让福尔达系公司股权	26,643.47（2017 年）	8.03
近年部分上市公司并购汽车零部件标的公司案例[注]	-	7.96
2021 年 1 月外部机构入股	14,757.64（2020 年） 18,686.03（2021 年）	11.69 9.23

注：相关案例及对应市盈率情况参见首轮问询回复“8、关于历史沿革”“一（一）结合《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的要求，说明 2021 年 1 月外部投资机构入股价格的公允性”回复部分。

2018 年三花控股收购福尔达系公司的价格是基于 2017 年业绩经过评估后，并结合同行业上市公司市盈率水平、2018 年市场的实际变化情况及交易条件与交易对方协商确定的，一方面 2017 年福尔达系公司业绩处于历史高位，同时 2018 年下半年汽车行业出现整体性下滑，定价对应的市盈率如基于 2017 年业绩进行测算为 8.03 倍，能够反映市场类似交易的估值水平。

2017 年之前我国汽车行业一直保持增长趋势，自 2018 年开始出现 28 年以来首次负增长，2018 年至 2020 年连续三年负增长。与此同时福尔达的净利润在 2017 年达到高点后，2018 年-2019 年期间与行业趋势同步下滑，2020 年福尔达净利润有所回升，但仍低于 2017 年。2021 年 1 月外部投资机构入股时我国汽车行业初步复苏企稳，发行人未来业绩虽然存在增长预期，但净利润尚未完全恢复到 2017 年水平，因此经过投资者与控股股东谈判，此次外部机构投资者受让控股股东所持福尔达的股份，价格以控股股东 2018 年基于发行人 2017 年业绩的收购定价和资金成本为基础协商确定。一方面，本次外部机构投资者入股的估值不低于近年来部分市场同类交易案例估值对应市盈率平均值 7.96 倍，不存在低于公允价值的情况。另一方面，该估值对应的市盈率基于 2020 年、2021 年净利润进行测算分别为 11.69 倍和 9.23 倍，均高于 2018 年估值水平 8.03 倍。

综上，2021 年 1 月外部机构入股价格符合市场估值水平和企业的经营变化

情况，具备公允性及合理性。

（二）相关外部投资机构的基本情况，是否专为发行人设立，是否存在利益输送

1、外部投资机构的基本情况，是否专为发行人设立

2021 年入股发行人的外部机构基本情况如下：

序号	机构名称	成立时间	主营业务	基金管理人/实际控制人	是否专为发行人设立
1	湖州宏泰股权投资合伙企业（有限合伙）	2020-11-26	股权投资	杭州和盟和你投资管理有限公司（以下简称“和盟和你”）	是
2	新昌勤进投资有限公司	2017-01-03	实业投资	胡柏藩	否

（1）湖州宏泰股东及经营情况

①湖州宏泰的股东穿透情况

机构名称	第一层股东	第二层股东	第三层股东
湖州宏泰股权投资合伙企业（有限合伙）	杭州和盟和你投资管理有限公司 1%	浙江和盟投资集团有限公司 86%	王华春 88%
			王必旺 12%
		杭州青葵科技有限公司 12%	郭铁 99%
			杨静 1%
		郭华明 2%	-
	卢立君 9%	-	-
	冯玉馨 90%	-	-

经核查，湖州宏泰穿透后的自然人股东在浙江和盟投资集团有限公司或其控制的私募基金管理人公司任职，或从事实业投资，不存在曾在证监会系统任职的情形。②湖州宏泰的经营情况

湖州宏泰为私募股权投资基金，其基金管理人和盟和你进行基金管理，旗下管理包括湖州宏泰在内的三只基金，所管理的基金对外投资多家企业，包括华康股份等 A 股上市公司及其他 PE 项目。湖州宏泰是和盟和你管理的基金之一，该基金系为投资发行人而设立，系基金管理人进行项目投资的惯常做法。和盟和你控股股东为浙江和盟投资集团有限公司，实际控制人为王华春。浙江和盟投资集团有限公司主要从事钛白粉及高机能化工新材料等化工品贸易及 PE 股权投资业务。

(2) 新昌勤进股东及经营情况

①新昌勤进的股东穿透情况

机构名称	第一层股东	第二层股东
新昌勤进投资有限公司	浙江耕读投资有限公司 94%	胡柏藩 80%
		王丽英 20%
	胡柏藩 6%	-

经核查，新昌勤进穿透后的自然人股东胡柏藩为 A 股上市公司新和成实际控制人，王丽英为其配偶，不存在曾在证监会系统任职的情形。②新昌勤进的经营情况

新昌勤进从事实业投资，实际控制人为胡柏藩，新昌勤进对外投资多家企业，包括福元医药、海翔药业等 A 股上市公司及其他企业。

2、是否存在利益输送

根据公开渠道查询和对两家投资机构及其股东的核查，两家机构均为专业投资机构，主要从事股权投资、实业投资。二者与发行人及其关联方、发行人客户供应商、本次发行上市中介机构不存在关联关系及其他利益关系；二者各层次自然人股东不存在证监会系统离职人员入股的情况。据此，二者入股发行人不存在利益输送的情形。

综上，2021 年 1 月入股的投资机构新昌勤进并非专为发行人设立，投资机构湖州宏泰虽为专门为发行人设立的基金，但符合基金管理人进行项目投资的惯常做法；两家投资机构及其股东/合伙人与发行人不存在关联关系及其他利益关系，其自然人股东/合伙人不存在证监会系统离职人员，不存在利益输送的情形。

三、结合发行人服务期约定等情况，以合适的市盈率测算发行人 2020 年员工入股如进行股份支付对发行人期初未分配利润及各期净利润的影响。

(一) 发行人服务期约定

2020 年 11 月，发行人员工增资入股，与发行人或三花控股存在服务期约定，具体约定如下：入股员工承诺为福尔达系企业或三花控股服务 5 年，自授予日起算，即自 2020 年 11 月 26 日起至 2025 年 11 月 25 日止（下称“服务期”）。如福尔达在股权授予日起 3 年内独立 IPO 成功的，则入股员工的服务

期变更至福尔达资产证券化成功之日后 2 年止。服务期内，非经福尔达或三花控股董事会书面同意，入股人员不得从福尔达系企业或三花控股离职或辞职，或与福尔达系企业或三花控股解除劳动合同/聘用合同。

约定服务期的人员范围包括本次入股的全部直接股东及通过员工持股平台宁波孜溯入股的全部间接股东，同时该等入股人员中，在发行人任职的董事、监事、高级管理人员及其他发行人员工承诺直接或间接所持发行人股份锁定期为 3 年。

（二）以合适的市盈率测算发行人 2020 年员工入股如进行股份支付对发行人期初未分配利润及各期净利润的影响

2020 年发行人部分管理人员及控股股东部分管理入股，因其中陈金玉、蔡荣生和倪晓明存在委托持股，在规范代持后，该等员工持股情况如下：

序号	股东	在三花控股、发行人任职情况	持股数量（万股）
1	张少波	三花控股董事、发行人董事	997.00
2	宁波孜溯	合伙人为发行人管理人员	474.00
3	任金土	三花控股董事、发行人董事	120.00
4	陈金玉	三花控股董事、财务总监	70.00
5	翁伟峰	发行人董事长	90.00
6	姜磊	发行人董事、总经理	90.00
7	杨冬华	发行人董事、常务副总经理	90.00
8	蔡荣生	发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书	60.00
9	岑仲达	发行人副总经理	90.00
10	刘锡琳	发行人监事、审计总监	90.00
11	王大勇	三花控股董事	80.00
12	史初良	三花控股董事、首席技术官	80.00
13	倪晓明	三花控股董事	25.00
14	陈雨忠	三花控股董事	70.00
15	赵亚军	发行人监事、三花控股财务副总监	8.00

根据《会计监管规则适用指引——会计类第 1 号》，企业集团（由母公司和其全部子公司构成）内发生股份支付交易的，接受服务企业应确认股份支付费用。股份支付的确认应按照“谁受益，谁确认费用”的原则进行确认。前述人员中的陈金玉、王大勇、史初良、倪晓明和陈雨忠系三花控股员工，为三花

控股服务，福尔达层面不作股份支付费用处理。因此，2020 年 11 月管理人员入股股份数量为 2,434 万股，其中：属于三花控股股份支付的股份数量为 325 万股，属于发行人股份支付的股份数量为 2,109 万股。

近年来部分同行业可比交易相似情形的案例中，收购市盈率平均值为 7.96 倍，中位数为 7.98 倍，区间值在 5.38-9.79 倍；与此同时，2020 年 11 月发行人员工入股估值对应市盈率 10.07 倍，且本次员工入股价格与 2021 年 1 月独立外部投资机构入股价格相同，综上情况，本次员工入股价格公允，未产生股份支付费用。

假设以 12 倍市盈率测算本次入股公允价值为 11.75 元/股，则本次员工入股价格 9.86/股与公允价值之间差异为 1.89 元/股，张少波等福尔达董事、监事及其他管理人员受让股份 2,109 万股，涉及发行人股份支付费用总金额 3,995.28 万元。陈金玉等 5 名三花控股员工受让发行人股份 325 万股，不作为发行人股份支付费用，涉及金额合计 614.25 万元。

根据《首发业务若干问题解答》，对设定服务期的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益。基于上述人员均约定了 5 年服务期，如股份支付费用在服务期内进行分摊，对发行人期初未分配利润及各期净利润的影响如下（不包含陈金玉等 5 名三花控股员工持股数量）：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
测算股份支付费用	399.53	799.06	66.59	-
归属于母公司净利润	10,244.57	18,686.03	14,757.64	11,433.80
占比	3.90%	4.28%	0.45%	-

假设将陈金玉等 5 名三花控股员工包含在福尔达层面确认股份支付费用，则相应的股份支付费用金额及对净利润影响情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
测算陈金玉等 5 名三花控股员工的股份支付费用	61.57	123.14	10.26	-
合计测算股份支付费用	461.10	922.20	76.85	-
归属于母公司净利润	10,244.57	18,686.03	14,757.64	11,433.80

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合计测算股份支付费用 占净利润比例	4.50%	4.94%	0.52%	-

由表可知，如福尔达 2020 年度员工入股确认股份支付，按照合适的市盈率（12 倍）测算对福尔达报告期各期净利润影响在 5%以内，影响较小。

因福尔达员工入股事宜发生在 2020 年度，福尔达申报报告期首期为 2019 年度，如 2020 年度员工入股确认股份支付费用，仅对 2020 年及以后年度未分配利润产生影响，对 2019 年及以前年度未分配利润不产生影响，即对福尔达报告期期初未分配利润不产生影响。

同时，因发行人整体变更为股份公司基准日为 2021 年 1 月 31 日，整体变更前后，发行人注册资本未发生变化，如 2020 年度员工入股确认股份支付费用，将导致发行人股改基准日未分配利润减少 133.18 万元。发行人 2021 年 1 月 31 日的经审计账面净资产 83,359.03 万元，其中实收资本 17,500 万元，资本公积 21,565.24 万元，盈余公积 7,419.85 万元，未分配利润 36,873.94 万元，根据公司整体变更时净资产状况，因测算股份支付费用较低，如据此调减股改时未分配利润，不会导致出现未弥补亏损，不影响股改后注册资本、各股东持股数量及比例，不存在出资不实需要补足的情形。

综上，以合适的市盈率测算发行人 2020 年员工入股如进行股份支付对发行人报告期期初未分配利润没有影响；对发行人股改基准日未分配利润影响较小，不会导致出现未弥补亏损，不影响股改后注册资本、各股东持股数量及比例，不存在出资不实需要补足的情形；对报告期各期净利润的影响较小。

四、说明部分员工入股资金来源于发行人创始人龚福根的背景及原因，相关利息约定是否实际执行，结合分红款流向、资金流水核查情况说明是否存在员工代龚福根持有发行人股份的情形，是否存在规避股份锁定期的情况。

（一）说明部分员工入股资金来源于发行人创始人龚福根的背景及原因

2020 年 11 月，发行人召开股东会并作出决议，增加注册资本 2,434 万元，该部分新增注册资本由三花控股和发行人核心员工认购。因本次认购款涉及资金较大，发行人部分员工通过银行贷款和向龚福根借款的方式解决资金缺口。其中银行贷款金额为 4,767.44 万元，龚福根提供的借款金额为 1,889.80 万元。在本次增资完成后，因贷款银行要求贷款人提早还款，进行银行贷款的员工无

法及时筹措大量资金，龚福根为解决该等员工困境，同意再次向员工提供借款让其归还银行贷款。

入股资金最终来源于龚福根前述两次借款的员工、借款金额及还款情况如下：

单位：万元

序号	姓名	入股资金	龚福根提供的借款金额	截至 2023 年 2 月 15 日剩余借款	已支付利息
1	杨冬华	887.40	787.40	437.40	57.21
2	岑仲达	887.40	887.40	0	32.33
3	姜磊	887.40	887.40	450.00	66.69
4	刘锡琳	887.40	857.40	300.00	48.22
5	岑红迪	778.94	578.94	394.54	-
6	叶旭锋	739.50	619.50	369.80	-
7	王文忠	739.50	539.50	375.10	-
8	廉治丰	690.20	517.65	295.80	-
9	王猛	640.90	468.35	320.80	-
10	吴成华	591.60	295.80	295.80	-
11	卓健	295.80	217.90	160.00	-
合计		8,026.04	6,657.24	3,399.24	204.45

（二）相关利息约定是否实际执行，结合分红款流向、资金流水核查情况说明是否存在员工代龚福根持有发行人股份的情形，是否存在规避股份锁定期的情况。

1、利息执行情况

根据双方签订的《借款协议》，利息的支付分为两类：

一类是接受借款的直接股东，均为公司董事、监事或高级管理人员，偿债能力相对较强，借款金额及入股数量相对较多，约定按月支付利息，这类人员包括姜磊、岑仲达、杨冬华、刘锡琳，该类人员具体支付利息的情况如上表所列。其中由于 2019 年 1 月 1 日前龚福根累计欠岑仲达 1,250 万元，由此产生的利息与此次入股资金中岑仲达向龚福根借款的利息进行了部分抵消。综上，上述人员均按照借款协议履行了利息支付义务；

另一类为接受借款的间接股东，主要为公司生产、销售、研发、财务等部门人员，偿债能力相对较弱，借款金额及入股数量相对较少，约定在借款期限

到期归还本金时支付利息，根据约定目前上述借款尚未到期，因此尚未支付利息。

经核查相关借款员工及出借人龚福根的银行流水，各借款人能够按照协议的约定履行利息支付义务。同时，在取得借款后至今，借款员工已根据自身资金周转情况积极偿还借款本金。

2、是否存在股份代持及规避股份锁定期的情况

经核查借款双方银行资金流水，借款入股员工于 2021 年 1 月、2022 年 5 月收到发行人分红款后，主要用于家庭开支、投资理财、偿还龚福根借款本金利息等用途，不存在借款员工在取得发行人分红款后向龚福根全额转移的情况；也不存在借款员工在向龚福根归还本金后又被转回的情况。

借款员工已出具承诺，自福尔达股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理其直接或间接持有的福尔达首次公开发行前已发行的股份，也不由福尔达回购其持有的福尔达首次公开发行前已发行的股份。据此，不存在以代持方式规避锁定期的情况。

前述向龚福根借款入股发行人的员工，均就其所持公司股份自愿锁定 36 个月，具体情况如下：

姓名或名称	是否向龚福根借款入股	锁定期	备注
宁波孜溯	-	直接持有发行人的股票自上市之日起三十六个月	直接股东
宁波孜牧、岑红迪、叶旭锋、廉治丰、王猛、王文忠、吴成华、卓健	是	间接持有发行人的股票自上市之日起三十六个月	间接股东
姜磊、杨冬华、刘锡琳、岑仲达	是	直接持有发行人的股票自上市之日起三十六个月	直接股东

综上，不存在员工代龚福根持有发行人股份的情形，发行人不存在规避股份锁定期的情况。

五、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师、发行人律师实施了如下核查程序：

1、核查了三花控股收购福尔达系公司的有关文件、三花控股与龚斌签署的《借款协议》《股权质押协议》《股权转让框架协议》《补充协议》《补充协

议二》等相关文件；查阅三花控股公司网站；

2、核查了龚氏家族在公司任职情况，龚斌辞任发行人董事、总经理后的三会资料；发行人组织架构图及各机构职责；公司董事、监事、高级管理人员及员工持股平台人员股份锁定承诺；

3、对 2018 年三花控股收购福尔达系公司与 2021 年外部机构入股发行人是的估值及相应业绩进行比较分析；对 2021 年 1 月外部投资机构入股价格与近年来市场零部件生产企业收购估值进行比较分析；核查了湖州宏泰、新昌勤进两家外部投资机构及其股东的工商登记资料、身份证明资料、问询函和确认函等，并通过公开渠道查询两家公司及对外投资等相关基本情况；

4、核查了相关入股员工与发行人或三花控股签署的服务期约定；以 12 倍市盈率测算发行人 2020 年员工入股如进行股份支付对发行人报告期期初未分配利润、股改基准日未分配利润、各期净利润的影响；

5、对龚福根及相关借款人进行的访谈；核查了龚福根与相关员工签订的借款合同、付息及还款凭证、龚福根及其配偶的银行流水等，相关借款员工及其配偶的银行流水、填写的核查表、出具的承诺、确认函等。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、2018 年 7 月-2019 年 12 月，基于稳定公司生产经营的需要，三花控股委托龚氏家族负责公司的日常生产经营；2019 年 12 月开始双方作为股东按照法人治理要求实施公司经营决策，建立了科学有效的决策机制和监督机制，具有合理性。三花控股通过法人治理结构行使控股股东表决权对发行人的经营管理发挥作用；龚斌通过行使股东表决权对公司经营发挥作用，并作为公司管理人员参与公司经营，行使相应职权；发行人公司治理结构有效，控制权稳定，核心经营管理团队人员稳定，不存在重大潜在风险，相关信息披露真实、准确、完整。

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、2021 年 1 月外部机构入股价格符合市场估值水平和企业的经营变化情况，具备公允性及合理性。湖州宏泰、新昌勤进均为专业投资机构，主要从事股权投资、实业投资，新昌勤进并非专为发行人设立，湖州宏泰虽为专门为发

行人设立的基金，但符合基金管理人进行项目投资的惯常做法；两家投资机构及其股东/合伙人与发行人不存在关联关系及其他利益关系，其自然人股东/合伙人不存在证监会系统离职人员，不存在利益输送的情形。

2、发行人授予股份后，相关员工承诺在发行人服务 5 年，以合适的市盈率 12 倍测算发行人 2020 年员工入股如进行股份支付，对发行人报告期期初未分配利润没有影响；对发行人股改基准日未分配利润影响较小，不会导致出现未弥补亏损，不影响股改后注册资本、各股东持股数量及比例，不存在出资不实需要补足的情形；对报告期各期净利润的影响较小。

3、因部分员工入股时资金紧张及贷款银行要求提早还款无法及时筹措大量资金，龚福根同意向其借款，具有合理性。相关利息约定得到实际执行，不存在员工代龚福根持有发行人股份的情形，借款人员自愿承诺所持股份上市后锁定 36 个月，不存在规避股份锁定期的情况。

8.关于其他事项

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人及其控股子公司共有 8,578.52 平方米房产未办理产权证书，主要为设备放置间、车棚、仓库等；同时发行人已新建 5,939.43 平方米厂房，若该等房产被拆除，发行人可将涉及生产经营的设备搬迁至新厂房以保证生产经营的安全。

（2）报告期内，发行人曾存在劳务派遣人员人数占比较高的情况，2022 年 6 月末发行人未缴纳员工社保公积金比例上升，主要系当月约有 300 余名入职员工因错过扣缴时间，发行人于次月进行了缴纳。

（3）新昌县道才公益基金会系由发行人实际控制人于 2013 年捐资设立的公益基金，通过控股股东三花控股持有发行人 1%以下股份。

请发行人：

（1）说明未办理产权证书的房产是否存在不可替代性，涉及到生产经营用房的比例，对发行人生产经营可能存在的不利影响；发行人新建厂房搬迁的预计时间，通过搬迁新建厂房解决上述问题的可行性。

（2）结合报告期内用工合规性及整改情况，进一步说明发行人报告期内用工规范整改的有效性与可持续性，是否存在违法违规行为；发行人保障合规经营的相关内部控制机制及其执行有效性。

（3）结合公益基金会章程，说明新昌县道才清算安排、运营及决策方式、实际控制人所起作用及所持股份用途，是否存在规避实际控制人股份锁定期的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、说明未办理产权证书的房产是否存在不可替代性，涉及到生产经营用房的比例，对发行人生产经营可能存在的不利影响；发行人新建厂房搬迁的预计时间，通过搬迁新建厂房解决上述问题的可行性。

（一）说明未办理产权证书的房产是否存在不可替代性，涉及到生产经营用房的比例，对发行人生产经营可能存在的不利影响

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人及其控股子公司未办理产权证书房产的具体用途、面积及占比情况如下：

序号	权利人	建筑物坐落	建筑物名称	具体用途	建筑面积 (m ²)	占比	是否存在不可替代
1	发行人	慈溪高新技术产业开发区新兴二路 9 号	仓库一改造部分	进货检验区域	1,395	1.11%	否
2				智能仓库设备平台	1,200	0.96%	否
3				喷涂车间设备平台	1,200	0.96%	否
4			四号厂房南边建筑	设备放置区域	235.15	0.19%	否
5				车棚	720	0.58%	否
6			二号厂房西侧建筑	喷漆间	286.92	0.23%	否
7			厂区东面建筑	注塑机房	100	0.08%	否
8				周转库	140	0.11%	否
9				废物房	37.01	0.03%	否
10	发行人	道林镇道林大道 1493-1569 号	厂房及仓库改造部分	仓库	396.94	0.32%	否
11				日系车间	1,700	1.36%	否
12				食堂	180	0.14%	否
13				连廊	90	0.07%	否
14			门卫室	门卫安保	155.93	0.12%	否
15			变电房	变电房	152.64	0.12%	否
16			机房	机房	141.04	0.11%	否
17			废物房	杂物堆放	31.08	0.02%	否
18	发行人	道林镇樟新南路 113 号	门卫室	门卫安保	53.29	0.04%	否
19			变电房	变电房	69.78	0.06%	否
20			2 号楼西侧电梯	设备电梯	9.30	0.01%	否
21	福宇龙	嘉定区园汽路 999 号，园耀路 55 号	门卫室	门卫安保	51.25	0.04%	否
22			配电房	厂区电力设施房	127.89	0.10%	否
23			废物房	厂区杂物堆放	13.68	0.01%	否

序号	权利人	建筑物坐落	建筑物名称	具体用途	建筑面积 (m ²)	占比	是否存在不可替代
24			其他建筑物	杂物堆放、闲置	91.62	0.07%	否
合计					8,578.52	6.84%	/

发行人对生产经营场所并无特殊要求，只需要采用一般工业厂房和办公场所，市场上可替代房屋充足，未办理产权证书的房产不存在不可替代性。

发行人上述未办理产权证书的房产中涉及到生产经营用房的为序号 1 至序号 4、序号 6 至序号 7、序号 11，面积合计为 6,117.07 平方米，占发行人已取得产权证书房产面积总和的 4.89%。

发行人聘请了浙江华咨结构设计事务所有限公司上述未取得产权证书房屋的安全性进行鉴定，出具了《房屋鉴定报告》（浙房鉴（2016-031）证字第 2022-008-01 号，浙房鉴（2016-031）证字第 2022-008-02 号，浙房鉴（2016-031）证字第 2022-008-03 号），除废物房（31.08 平方米）安全性等级评定为二级尚不明显影响整体安全外，发行人其余房产安全性等级评级均为一级/a 级，符合国家现行标准的安全性要求，不影响整体安全。

发行人上述未取得产权证书的房产中涉及生产经营用房的面积占发行人已取得产权证书房产面积的比例较小，若该等生产经营用房被拆除，发行人可以通过对现有厂房进行内部布局调整以及搬迁的方式进行解决，在内部布局调整及搬迁期间发行人将根据生产需求提前排产，避免因内部布局调整、搬迁导致停产。同时，发行人控股股东三花控股已经出具承诺，对发行人未取得产权证书的房产被有关部门拆除给发行人造成任何经济损失或发行人因此而受到任何处罚，由三花控股承担全部损失。

因此，发行人部分生产经营用房未取得产权证书对发行人生产经营不存在重大不利影响。

（二）发行人新建厂房搬迁的预计时间，通过搬迁新建厂房解决上述问题的可行性。

发行人新建厂房已于 2022 年 11 月 15 日取得了不动产权证书，新建厂房的面积为 5,939.43 平方米。

发行人未办理产权证书的生产经营用房中，序号 11 日系车间可通过搬迁至

新建厂房予以解决，其余生产经营用房虽然涉及喷涂附属设备、升降机和检测设备，但该等设备可进行拆分后重新组装。发行人后续将结合实际情况通过对现有厂房进行内部布局调整、以及后续搬迁至募投项目智能光电生产基地等方式予以解决。

发行人已经出具承诺，发行人将在募投项目智能光电生产基地建造完成后通过对现有厂房进行内部布局调整、搬迁等方式进行解决；若未办理产权证书的生产经营用房在募投项目智能光电生产基地建造完成前被拆除，发行人将通过租赁厂房进行搬迁予以解决。

二、结合报告期内用工合规性及整改情况，进一步说明发行人报告期内用工规范整改的有效性与可持续性，是否存在违法违规行为；发行人保障合规经营的相关内部控制机制及其执行有效性。

（一）结合报告期内用工合规性及整改情况，进一步说明发行人报告期内用工规范整改的有效性与可持续性，是否存在违法违规行为；

1、报告期内发行人社会保险、住房公积金缴纳情况

报告期内，发行人及其控制企业境内的员工人数和社会保险缴纳情况如下：

单位：人

时间	员工总数	已缴人数	已缴人数比例	未缴人数			未缴人数比例
				退休返聘	当月入职	自愿放弃缴纳	
2019.12.31	2,256	2,227	98.71%	7	16	6	1.29%
2020.12.31	2,110	2,072	98.20%	17	14	7	1.80%
2021.12.31	2,596	2,513	96.80%	28	52	3	3.20%
2022.06.30	3,423	3,084	90.10%	31	307	1	9.90%

报告期内，发行人及其控制企业境内的员工人数和住房公积金缴纳情况如下：

单位：人

时间	员工总数	已缴人数	已缴人数比例	未缴人数			未缴人数比例
				退休返聘	当月入职	自愿放弃缴纳	
2019.12.31	2,256	2,225	98.63%	7	16	8	1.37%

时间	员工总数	已缴人数	已缴人数比例	未缴人数			未缴人数比例
				退休返聘	当月入职	自愿放弃缴纳	
2020.12.31	2,110	2,070	98.10%	17	14	9	1.90%
2021.12.31	2,596	2,517	96.96%	28	46	5	3.04%
2022.06.30	3,423	3,090	90.27%	30	300	3	9.73%

除上述员工外，发行人报告期各年期末的境外员工分别为 7 人、7 人、12 人、22 人，根据境外律师出具的法律意见书，该等员工均按照所在国法律要求签订劳动合同并提供相应的社会保障。

报告期内，除退休返聘人员无需缴纳社会保险和住房公积金，当月入职人员因错过当月社会保险和住房公积金扣缴时间由发行人次月进行缴纳，个别员工自愿放弃缴纳外，发行人为其他全部员工缴纳了社会保险和住房公积金。

2022 年 5、6 月份，发行人因长春、上海等地疫情封控管控措施陆续结束客户订单增加、年初新招员工有部分离职、5、6 月份招工相对容易以及将部分劳务派遣人员招聘为正式员工进一步降低劳务派遣人员比例，致使发行人在 2022 年 5、6 月份存在大量新招员工。发行人 2022 年 6 月份新招员工因错过当月社会保险和住房公积金扣缴时间导致发行人 2022 年 6 月份社会保险、住房公积金的未缴比例上升。经核查，上表中当月入职的未缴人员除 32 名员工在 2022 年 7 月离职外，发行人均在 2022 年 7 月份为其缴纳了社会保险和住房公积金。

2、报告期内发行人劳务派遣及整改情况

发行人系生产型企业，日常经营需要工人数量较多，报告期内，受业务规模及订单量增长、交货期紧等因素影响，发行人根据各地招工的实际难度以及预计订单，在加大自主招工力度的同时也辅以更加灵活的劳务派遣用工形式，以缓解用工压力。

报告期各期末，发行人的劳务派遣情况如下：

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
境内员工人数（人）A	3,423	2,596	2,110	2,256
劳务派遣用工人数（人）B	67	195	760	507
劳务派遣用工占比（B/（A+B））	1.92%	6.99%	26.48%	18.35%

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
劳务派遣中涉及实习生人数[注]（人）C	-	-	321	241
劳务派遣中涉及实习生占职工总数比例（C/A）	-	-	15.21%	10.68%
劳务派遣中涉及实习生占同等岗位职工比例	-	-	33.72%	21.46%

注：报告期内，劳务派遣公司向发行人派遣的人员中有部分职业学校学生，此处的实习生指劳务派遣人员中的职业学校学生。

发行人在报告期内曾存在劳务派遣用工数量超过用工总量 10%的情况；随着发行人用工规范意识的加强，发行人通过增加招聘正式员工、吸收劳务派遣人员并招聘为正式员工等措施提高正式员工人数占比，降低了劳务派遣用工比例。截至 2021 年末、2022 年 6 月末，发行人劳务派遣用工数量占用工总量的比例分别为 6.99%和 1.92%，已不存在劳务派遣比例超过 10%的情形。

发行人报告期内曾存在劳务派遣公司向发行人派遣的人员中存在部分人员为职业学校学生的情形，发行人要求劳务派遣公司不要派遣职业学校学生，以及与职业学校开展合作，直接与学生、职业学校签订三方实习协议。截至 2021 年末、2022 年 6 月末，发行人劳务派遣人员中已不存在职业学校学生的情形。

3、发行人报告期内用工规范整改的有效性与可持续性，是否存在违法违规行为

发行人因 2022 年 6 月大量新招员工错过当月社会保险和住房公积金扣缴时间导致其 2022 年 6 月份社会保险、住房公积金的未缴比例上升，该等未缴人员除部分人员在 2022 年 7 月离职外，发行人均在 2022 年 7 月份为其缴纳了社会保险和住房公积金。

发行人针对报告期内曾存在劳务派遣用工数量超过用工总量 10%的情形，通过增加招聘正式员工、吸收劳务派遣人员并将其招聘为正式员工等措施提高正式员工人数占比，降低了劳务派遣用工比例等措施进行了有效整改，截至 2021 年末、2022 年 6 月末，发行人劳务派遣用工数量占用工总量的比例分别为 6.99%和 1.92%，已不存在劳务派遣比例超过 10%的情形。

同时，制定了《劳务派遣管理标准》，规定了公司使用被派遣员工数量必须严格遵守《劳务派遣暂行规定》，使用被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%。

2022 年 2 月 11 日、2022 年 9 月 13 日，慈溪市人力资源和社会保障局出具

《证明》，确认发行人自 2019 年 1 月至 2021 年 10 月期间，未因劳务派遣员工数量超过其用工总量 10%的情况而受到行政处罚；确认福尔达自 2021 年 11 月至 2022 年 6 月期间，劳务派遣员工数量未超过其用工总量的 10%，符合《劳务派遣暂行规定》；慈溪市人力资源和社会保障局、天津市西青区人力资源和社会保障局、上海市人力资源和社会保障局均出具了证明，确认发行人及其控股子公司报告期内不存在因违反劳动保障法律法规而被行政处罚。

发行人控股股东三花控股已出具承诺：“如发行人及其子公司因违反《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国劳动合同法实施条例》《劳务派遣暂行规定》等任何关于劳务派遣的规定被政府主管部门处以罚款或者因劳务派遣公司拖欠劳务派遣人员工资等损害劳务派遣人员情形导致发行人及其子公司须承担连带赔偿责任的，本企业愿意实际承担上述费用，确保发行人及其子公司不因此遭受任何经济损失。”

发行人对报告期内曾存在不规范用工进行的规范整改具有有效性与可持续性。发行人虽然不能完全排除因劳务派遣超过法定比例被劳动行政主管部门处罚的风险，但鉴于发行人已自行纠正该等情形，发行人报告期内未受到劳动行政主管部门的行政处罚，发行人不存在任何劳动保障违法行为的公告记录，发行人控股股东三花控股已就劳动用工事项出具承诺。因此，发行人的上述行为不属于重大违法违规，被主管部门处罚的风险较小，不会构成本次发行上市的实质性障碍。

（二）发行人保障合规经营的相关内部控制机制及其执行有效性

发行人已就用工合规性制定了《劳动合同管理标准》《社会保险及住房公积金缴纳管理标准》《工伤事故处理和管理规定》《人力资源与培训控制程序》《劳务派遣管理标准》《法律法规和其他要求控制程序》等制度。

《劳动合同管理标准》对劳动合同的订立、劳动合同的期限、劳动合同的内容、劳动合同的履行和变更、劳动合同的终止和解除、劳动合同管理等内容进行了明确的规定。

《社会保险及住房公积金缴纳管理标准》对社会保险及住房公积金缴纳标准，社会保险的中止、转移及支取，住房公积金的中止、转移及支取，停薪留职或长假期间社会保险及住房公积金的缴纳，社会保险及住房公积金的调整及

结算，社会保险及住房公积金缴纳流程等进行了明确的规定。

《工伤事故处理和管理规定》对安全生产涉及的各部门的职责、工伤事故的处理流程、工伤的认定范围、工伤的工作流程、事故救援和治疗、事故的申报和处理以及工伤期间的工资、医疗费用标准等进行了明确的规定。

《人力资源与培训控制程序》对人力资源管理工作流程（涉及人力资源规划、审核、岗位分析说明书、人力需求、招聘、入用、记录规定等内容）、培训管理工作流程（涉及培训需求、培训策划、年度培训计划制定、临时培训申请、实施培训、培训考核和评估、记录规定等内容）等进行了明确的规定。

《劳务派遣管理标准》对使用劳务派遣员工的数量、劳务派遣单位的核查、派遣员工的日常管理和劳动纪律、报酬等进行了明确的规定。

《法律法规和其他要求控制程序》对及时获取并识别法律法规对于公司的质量、环境与职业健康安全等最新规定、信息，并对该等信息进行登记、发布以及组织培训、制度修订等进行了明确规定。

发行人已经根据相关法律法规制定了保障用工合规性的内部控制制度，该等内部控制制度运行良好且有效执行。

三、结合公益基金会章程，说明新昌县道才公益基金会清算安排、运营及决策方式、实际控制人所起作用及所持股份用途，是否存在规避实际控制人股份锁定期的情形。

新昌县道才公益基金会于 2013 年 1 月 8 日成立，为在浙江省民政局登记的基金会法人（慈善组织），业务主管单位为中共浙江省委浙江省人民政府农业和农村工作领导小组办公室，注册资金为 1,000 万元，法定代表人为俞青娟，业务范围为扶危济困、助学兴教、公益援助和农村公益建设。

（一）新昌县道才公益基金会的清算安排

根据《新昌县道才公益基金会章程》第四十九条规定：本基金会注销后的剩余财产，应当在业务主管单位和登记管理机关的监督下，通过以下方式用于公益目的：（1）捐赠给其它基金会；（2）捐赠给其它社会公益组织；无法按照上述方式处理的，由登记管理机关组织捐赠给与本基金会性质、宗旨相同的社会公益组织，并向社会公告。

上述章程的约定符合《中华人民共和国慈善法》第十八条第二款“慈善组

织清算后的剩余财产，应当按照慈善组织章程的规定转给宗旨相同或者相近的慈善组织；章程未规定的，由民政部门主持转给宗旨相同或者相近的慈善组织，并向社会公告”，《中华人民共和国民法典》第九十五条“为公益目的成立的非营利法人终止时，不得向出资人、设立人或者会员分配剩余财产。剩余财产应当按照法人章程的规定或者权力机构的决议用于公益目的；无法按照法人章程的规定或者权力机构的决议处理的，由主管机关主持转给宗旨相同或者相近的法人，并向社会公告”之规定。

（二）新昌县道才公益基金会的运营及决策方式

根据《新昌县道才公益基金会章程》第八条、第十条、第十二条、第十四条之规定，基金会的运营及决策方式如下：

基金会由 7 名理事组成理事会，理事每届任期为 5 年，任期届满连选可连任。

理事的产生和罢免程序为：（1）第一届理事由业务主管单位、主要捐赠人、发起人分别提名并共同协商确定；（2）理事会换届改选时，由业务主管单位、理事会主要捐赠人共同提名候选人并组织换届领导小组，组织全部候选人共同选举产生新一届理事；（3）罢免、增补理事应当经理事会表决通过，报业务主管单位审查同意；（4）理事的选举和罢免结果报登记管理机关备案；（5）相互间有近亲属关系的基金会理事，总数不得超过理事总人数的 1/3。

理事会为基金会的决策机构，行使下列职权：（1）制定、修改章程；（2）选举、罢免理事长、副理事长、秘书长；（3）决定重大业务活动计划，包括资金的募集、管理和使用计划；（4）年度收支预算及决算审定；（5）制定内部管理制度；（6）决定设立办事机构、分支机构、代表机构；（7）决定由秘书长提名的副秘书长和各机构主要负责人的聘任；（8）听取、审议秘书长的工作报告，检查秘书长的工作；（9）决定基金会的分立、合并或终止；（10）决定其他重大事项。

理事会会议须有 2/3 以上理事出席方能召开；理事会决议须经出席理事过半数通过方为有效。下列重要事项的决议，须经出席理事 2/3 以上表决通过方为有效：（1）章程的修改；（2）选举或者罢免理事长、副理事长、秘书长；（3）章程规定的重大募捐、投资活动；（4）基金会的分立、合并或终止。

（三）实际控制人所起作用及所持股份用途

根据《新昌县道才公益基金会章程》的规定，理事会为基金会的决策机构，理事的改选需要由业务主管单位和理事会主要捐赠人共同提名，理事的罢免、增补经理事会表决通过后需报业务主管部门审查同意，且理事会 7 名理事中相互有亲属关系的理事不得超过理事总人数的 1/3。新昌县道才公益基金会章程理事会 7 名理事中为实际控制人和实际控制人亲属的为张道才及其配偶俞青娟，其余 5 名理事与张道才、俞青娟不存在亲属关系。根据基金会章程的规定，新昌县道才公益基金会不受发行人实际控制人控制。

根据《新昌县道才公益基金会章程》第三条、第七条、第三十三条之规定，基金会的宗旨为以人为本、关爱民生、扶贫济困、支助公益建设，支持和推动社会公益和社会文明的进步与发展；基金会的业务范围为（1）扶危济困、帮助困难群体改善生活和健康状况；（2）助学兴教、帮助优秀贫困青少年完成学业；（3）公益援助，扶持文化、教育、卫生、体育、公益建设等农村公益事业；（4）承担捐赠人特别指定并符合本基金会宗旨的项目；（5）组织符合法律、法规规定和本基金会宗旨的其他活动；基金会财产主要用于（1）开展各类公益活动的费用支出；（2）各类资助性公益项目的支出；（3）本基金会保值、增值的投资活动；（4）工作人员工资福利和行政办公的必要支出。根据上述约定，该基金会所持股权及其收益用于章程所规定的用途。

因此，新昌县道才公益基金会系以公益为目的、经依法登记成立的社会团体法人。根据该基金会章程的规定，该基金会不受发行人实际控制人控制，基金会所持股权及其收益以及基金会注销后的剩余财产均将用于公益目的，不存在规避实际控制人股份锁定期的情形。

四、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师实施了如下核查程序：

- 1、核查了发行人及其控股子公司的《国有土地使用证》《房地产权证书》《不动产权证书》《房屋鉴定报告》；
- 2、对未取得产权证书的房产进行了现场勘验；
- 3、核查了发行人控股股东三花控股出具的承诺函；

4、就发行人未取得产权证书房产对发行人生产经营的影响、后续的搬迁计划、搬迁对生产经营的影响等事项对发行人总经理进行了访谈；

5、核查了发行人及其控股子公司所在地社会保险管理部门及公积金管理中心出具的缴纳清单、无违规证明，发行人及其控股子公司社会保险及公积金的缴款凭证；核查未缴纳原因、涉及的人数、金额等；

6、核查了发行人劳动用工相关的制度；

7、发行人及其控股子公司与劳务派遣公司签署的劳务派遣协议、劳务派遣公司的经营资质证书、发行人提供的劳务派遣人员名单；

8、核查了新昌县道才公益基金会的《基金会法人登记证书》、基金会章程、基金会理事名单、2019年度至2021年度的年检报告。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人对生产经营场所并无特殊要求，未办理产权证书的房产不存在不可替代性；且该等房产中涉及生产经营用房的比例较小，发行人后续可通过对现有厂房进行内部布局调整以及搬迁的方式进行解决，对其生产经营不存在重大不利影响；发行人已经出具承诺，将在募投项目智能光电生产基地建造完成后通过对现有厂房进行内部布局调整、搬迁等方式进行解决；若未办理产权证书的生产经营用房在募投项目智能光电生产基地建造完成前被拆除，发行人将通过租赁厂房进行搬迁予以解决。

2、发行人对当月错过社会保险、住房公积金扣缴时间新近员工在下月为其缴纳社会保险、住房公积金，针对报告期内曾存在劳务派遣用工数量超过用工总量 10%的情形，通过增加招聘正式员工、吸收劳务派遣人员并将其招聘为正式员工等措施提高正式员工人数占比，降低了劳务派遣用工比例等措施进行了有效整改；该等规范整改措施具有有效性与可持续性。发行人虽然不能完全排除因劳务派遣超过法定比例被劳动行政主管部门处罚的风险，但上述行为不属于重大违法违规，被主管部门处罚的风险较小，不会构成本次发行上市的实质性障碍；发行人已经根据相关法律法规制定了保障用工合规性的内部控制制度，该等内部控制制度运行良好且有效执行。

3、新昌县道才公益基金会系以公益为目的、经依法登记成立的社会团体法

人。根据该基金会章程的规定，该基金会不受发行人实际控制人控制，基金会所持股权及其收益以及基金会注销后的剩余财产均将用于公益目的，不存在规避实际控制人股份锁定期的情形。

（此页无正文，为宁波福尔达智能科技股份有限公司《关于宁波福尔达智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）

法定代表人签名：



翁伟峰

宁波福尔达智能科技股份有限公司

2023年 3 月 3 日



发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于宁波福尔达智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》的全部内容，确认本回复中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

法定代表人、董事长签名：


翁伟峰

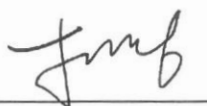
宁波福尔达智能科技股份有限公司

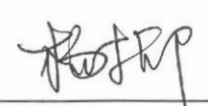
2023 年 3 月 3 日



（此页无正文，为海通证券股份有限公司《关于宁波福尔达智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签名：


崔 浩


杨 柳

保荐机构董事长签名：


周 杰



海通证券股份有限公司

2023年 3 月 3 日

声 明

本人已认真阅读宁波福尔达智能科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长签名：



周 杰



海通证券股份有限公司

2023 年 3 月 3 日