

关于深圳市麦士德福科技股份有限公司
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中有关财务事项的说明
勤信专字【2022】第 2047 号

中勤万信会计师事务所（特殊普通合伙）

地址：北京市西城区西直门外大街 112 号阳光大厦 10 层

电话：(86-10) 68360123

传真：(86-10) 68360123-3000

邮编：100044

**关于深圳市麦士德福科技股份有限公司
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中
有关财务事项的说明**

勤信专字【2022】第 2047 号

深圳证券交易所：

由民生证券股份有限公司转来的《关于深圳市麦士德福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〔2022〕010934 号，以下简称第二轮审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的深圳市麦士德福科技股份有限公司（以下简称麦士德福公司、公司或发行人）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

（除特别注明外，金额单位均为人民币元）

说明：

- 1、本回复中的报告期指 2022 年 1-6 月、2021 年及 2020 年及 2019 年。
- 2、除非文义另有所指，本回复中的简称或名词的释义与招股说明书中的相同。
- 3、在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。
- 4、本回复中的字体代表以下含义：

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

一、关于实际控制人亲属控制的同行业企业（第二轮审核问询函问题 5）

申报材料及首轮问询回复显示：

（1）发行人控股股东、实际控制人之一张丽萍之侄子张臣锐控制的深圳市瑞特斯热流道科技有限公司主营业务（以下简称瑞特斯热流道）与发行人存在相似性。

（2）中介机构通过比对发行人与瑞特斯热流道提供的客户清单和供应商清单，发现发行人与瑞特斯热流道重合客户 8 家，供应商 11 家。

（3）中介机构核查瑞特斯热流道银行账户 1 个，张臣锐银行账户 3 个；核查发现，2019 年与 2020 年，张臣锐夫妇与瑞特斯热流道大额往来款分别为 129 万与 210 万。

请发行人结合双方技术路线、工艺水平、主要设备性能、产品异同及相互替代性等，说明发行人与瑞特斯热流道是否存在竞争关系、是否存在让渡商业机会或利益输送情形。

请保荐人、申报会计师说明：

（1）针对瑞特斯热流道客户与供应商完整性的核查方法、核查过程及核查结论。

（2）针对瑞特斯热流道、张臣锐银行账户完整性的核查方法、核查过程及核查结论，获取的证据能否支撑核查结论。

（3）综合前述事项进一步说明发行人与瑞特斯热流道是否存在竞争关系，是否对发行人构成重大不利影响，发行人及其实际控制人与瑞特斯热流道、张臣锐夫妇等是否存在体外资金循环或其他利益安排。

请保荐人内核、质控部门说明核查过程及核查意见。

回复：

（一）保荐人、申报会计师针对瑞特斯热流道客户与供应商完整性的核查方法、核查过程及核查结论

保荐机构、申报会计师获取了瑞特斯热流道提供的客户、供应商清单（以下简称“清单”），并针对该清单的完整性以及与发行人客户、供应商重叠情况进行了如下核查：

1、核查瑞特斯热流道资金流水，整理汇总资金流水的交易对手，核查该交

易对手是否是发行人客户、供应商。经核查，资金流水涉及的瑞特斯热流道客户、供应商分别各 1 家不在清单中，但不是发行人客户、供应商。

2、现场亲自在深圳市电子税务局的增值税发票综合服务平台（深圳）中导出报告期内瑞特斯热流道增值税销项税发票明细和进项税发票明细（进项税发票由于税务系统时效，只能导出 2019 年 10 月-2022 年 6 月的发票），根据增值税开票情况整理瑞特斯热流道的客户和供应商名单。经核查，税务系统中 2 家客户不在客户清单中，5 家供应商不在供应商清单中，但上述客户、供应商均不是发行人客户、供应商。

3、取得瑞特斯热流道金蝶账务系统导出的应收账款和应付账款明细账，整理汇总瑞特斯热流道的客户、供应商名单。经核查，账务系统中的客户均在客户清单中，8 家供应商不在供应商清单中，但上述供应商不是发行人供应商。

4、2021 年度年报审计和 2022 年 1-6 月半年报审计时，向发行人主要客户、供应商函证核实发行人客户、供应商报告期内是否与瑞特斯热流道发生交易往来，各次发函客户、供应商数量均分别超过 180 家和 103 家。从回函结果来看，函证客户均未与瑞特斯热流道发生交易往来，仅 2 家供应商与瑞特斯热流道发生交易往来，该供应商在供应商清单内，不存在新增重叠供应商情况。

5、取得瑞特斯热流道主要客户、供应商的购销合同和发票，进一步核查瑞特斯热流道主要客户、供应商是否与发行人存在交易往来。

6、访谈发行人及瑞特斯热流道实际控制人，了解双方业务经营模式，核实双方客户、供应商重叠情况。

经过上述核查保荐人和申报会计师认为：发行人招股说明书已完整披露与瑞特斯热流道客户、供应商重叠情况。

（二）保荐人、申报会计师针对瑞特斯热流道、张臣锐银行账户完整性的核查方法、核查过程及核查结论，获取的证据能否支撑核查结论

1、账户完整性核查

经与瑞特斯热流道实际控制人张臣锐、梁菲菲充分沟通，保荐人、申报会计师补充了对张臣锐配偶梁菲菲的资金流水核查。对瑞特斯热流道、张臣锐、梁菲菲银行账户完整性进行了如下核查：

（1）前往瑞特斯热流道开户行取得瑞特斯热流道《已开立银行结算账户清

单》，并陪同前往银行取得瑞特斯热流道报告期内所有银行账户流水，核查瑞特斯热流道金蝶账务系统中银行账户情况。

(2) 通过支付宝查询张臣锐、梁菲菲名下账户情况，并陪同张臣锐、梁菲菲前往 16 家银行（包括主要国有银行、股份制银行和深圳农商行）查询账户开户情况，现场陪同打印其报告期内所有银行账户流水。

(3) 通过交叉核查发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他关键人员或关联方的流水，核查瑞特斯热流道、张臣锐、梁菲菲银行账户完整性，取得了其提供的银行账户和银行流水完整性承诺函。

经核查，上述主体银行账户开户情况如下：

项目	账户数量 (个)	说明
瑞特斯热流道	2	《已开立银行结算账户清单》中共开立了 2 个银行账户，金蝶账务系统中只有 1 个银行账户。经核查，另 1 个账户开户后仅发生 1 笔银行贷款和还款流水，无其他流水。
张臣锐	11	经核查，张臣锐经常使用其中 3 个银行账户，其余的银行账户大多长年未使用，报告期内均无 5 万元以上大额流水，流水量极少或无流水，大多为银行自动结算的少量利息或日常消费。
梁菲菲	14	鉴于张臣锐、梁菲菲均系瑞特斯热流道的股东，本次对梁菲菲流水进行了补充核查。

2、流水核查情况

(1) 出于谨慎性，本次对瑞特斯热流道流水重要性核查标准从原来的单笔 20 万元以上改为单笔 5 万元以上，核查中重点关注是否与发行人及其实际控制人、客户和供应商等相关方存在资金往来。经核查，报告期内瑞特斯热流道与发行人及其客户供应商往来如下：

资金往来事项	金额（万元）	核查情况
与发行人关联交易相关的货款往来	14.74	已核查双方关联交易相关的合同、送货单、发票等资料，可以确认该资金往来系真实交易往来，不存在异常情况。
与发行人 1 家重叠客户和 1 家重叠供应商存在资金往来，是瑞特斯热流道自身交易往来	13.24	已核查相关合同、发票、送货单、金蝶账务记录等资料，经核查系瑞特斯热流道与客户、供应商的交易往来，与发行人无关。

除上述资金往来外，瑞特斯热流道资金往来对象为其股东张臣锐以及自身客户、供应商以及发放员工的工资款，资金往来与发行人无关。保荐人、申报会计师已取得相关客户、供应商与瑞特斯热流道的购销合同、发票、送货单等资料，并结合金蝶账务系统和税务系统中记录的客户、供应商交易记录核查，确认系瑞

特斯热流道自身的客户、供应商，同时取得瑞特斯热流道工资发放明细表，核查瑞特斯热流道是否存在向发行人代垫成本费用情形。

经核查，瑞特斯热流道不存在异常资金往来，不存在为发行人代垫成本费用、利益输送等情形。

(2) 保荐人、申报会计师对张臣锐、梁菲菲报告期内单笔 5 万元以上的流水进行了核查，核查中重点关注是否与发行人及其实际控制人、客户和供应商等相关方存在资金往来。经核查，张臣锐、梁菲菲报告期内与张丽萍存在以下事项的资金往来：

资金往来事项	金额（万元）	核查情况
帕瑞德系董鹏鹏、张丽萍实际控制的公司，为杜绝关联交易，帕瑞德 2019 年注销，注销清算时与发行人存在 55 万元的关联交易往来款尚未结清（首次申报招股说明书已披露），张丽萍通过张臣锐账户将 55 万元转账至帕瑞德以归还该笔资金。	55.00	已核查发行人实际控制人以及帕瑞德资金流水，以及核查了帕瑞德与发行人关联交易情况，经核查，该笔资金往来不存在异常。
因短期资金周转，张臣锐、梁菲菲账户分别在 2019 年和 2020 年向张丽萍借款 17.50 万元和 10.00 万元，上述资金短期内已归还。	27.50	已核查该笔资金流向，该笔资金往来系亲属间借款，且短期内已偿还，借款系用于瑞特斯热流道支付其供应商货款以及投标保证金，不涉及发行人客户、供应商等相关方。

除以上资金往来外，其他资金往来均系张臣锐、梁菲菲与其亲戚、朋友等个人事项往来，与发行人无关。保荐人、申报会计师通过访谈资金往来对手或取得其出具的相关说明，以及取得相关购房合同、诉讼材料等方式核查资金往来是否涉及发行人。经核查，张臣锐、梁菲菲不存在异常资金往来，不存在为发行人代垫成本费用、利益输送等情形。

综上，保荐人、申报会计师已完整取得报告期内瑞特斯热流道、张臣锐、梁菲菲银行账户及流水，在流水核查中获取了充足的证据。经核查，保荐人和申报会计师认为：瑞特斯热流道、张臣锐、梁菲菲资金流水均系其自身事项而发生的往来，不存在与发行人及其实际控制人进行体外资金循环、利益输送或其他利益安排等情形。

(三) 综合前述事项进一步说明发行人与瑞特斯热流道是否存在竞争关系，是否对发行人构成重大不利影响，发行人及其实际控制人与瑞特斯热流道、张臣锐夫妇等是否存在体外资金循环或其他利益安排

保荐人、申报会计师除核查瑞特斯热流道、张臣锐和梁菲菲流水外，还履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人、瑞特斯热流道工商档案，访谈了发行人实际控制人以及瑞特斯热流道实际控制人，取得双方关于其经营业务、产品和技术情况等相关说明，实地走访了发行人、瑞特斯热流道的生产车间，查阅了双方主要客户和供应商的合同、财务明细账等资料；

2、走访了发行人主要客户和供应商，取得其与发行人不存在任何其他经济利益关系或安排的声明及访谈资料，向客户了解发行人的业务竞争对手（主要为外资品牌热流道）；

3、核查了发行人及其实际控制人、董监高以及销售部、采购部和财务部主要人员报告期内的银行流水，取得流水往来的佐证材料。

经核查，保荐人和申报会计师认为：发行人与瑞特斯热流道系互相独立经营的主体，不存在相互或者单方让渡商业机会行为；虽然双方均从事热流道业务，但双方的产品差异明显，且发行人在经营规模、技术和工艺水平、设备和品牌等方面占据绝对优势地位，因此，双方实际经营中不存在直接竞争关系，瑞特斯热流道不会对发行人未来发展构成重大不利影响。发行人及其实际控制人与瑞特斯热流道、张臣锐夫妇不存在体外资金循环或其他利益安排等情形。

二、关于业务模式及收入确认（第二轮审核问询函问题 6）

申报材料及首轮问询回复显示：

（1）报告期内发行人主要外销贸易方式为 FOB，少量业务以 EXW、CIF 等方式交货完成，发行人在出库并办理出口报关手续后，确认收入。

（2）对于精密注塑模具及下半年销售的热流道产品，发行人均按照最近三年发生的售后维护费占当年实现的销售收入占比作为计提依据，预提售后维护费。

（3）报告期内发行人存在向客户采购塑胶粒子并用于特定产品的生产，其中 2019 年至 2021 年向客户麦克韦尔采购塑料粒子的金额分别为 259.16 万元、972.77 万元、1,130.29 万元，向麦克韦尔销售注塑制品金额分别为 1,170.62 万元、3,500.38 万元、2,689.71 万元；2021 年向客户合元科技采购塑料粒子金额为 965.93 万元，向合元科技销售注塑制品金额为 3,281.30 万元。

请发行人：

(1) 结合外销不同贸易方式的具体约定情况，说明收入确认的具体时点，并结合宏观因素对海运等的影响，说明发行人报关单日期与提单日期是否存在重大差异，收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定。

(2) 结合报告期内精密注塑模具及热流道产品的售后维护费计提比例的确定过程，与同行业可比公司计提方式及比例的对比情况等说明公司售后服务费计提金额的合理性。

(3) 结合主要原材料 PCTG 的市场价格及向其他供应商的采购价格等说明公司向客户采购的 PCTG 塑胶原料价格的公允性。

(4) 结合注塑制品采购及生产周期、成本中直接材料构成及占比、毛利率情况等说明报告期内公司向客户麦克韦尔、合元科技采购塑料粒子金额与对应的注塑制品销售额之间的匹配性。

(5) 说明向麦克韦尔或合元科技等特定客户采购的塑料原材是否只能生产指定客户的产品，并结合上述情况进一步说明公司对于上述客供材料拥有所有权的依据及会计处理的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 结合外销不同贸易方式的具体约定情况，说明收入确认的具体时点，并结合宏观因素对海运等的影响，说明发行人报关单日期与提单日期是否存在重大差异，收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定

1、结合外销不同贸易方式的具体约定情况，说明收入确认的具体时点

报告期内，公司不同贸易方式收入确认的具体时点如下：

贸易方式	相关约定及责任分析	公司收入确认时点
FOB	按 FOB 成交时，在将货物装上买方指定的船只前，卖方应承担所有的费用和风险，当货物交付到船上后，买家将承担所有相关责任，与货物所有权相关的毁损、灭失风险自货物在装运港越过指定船舷后转移给买方。	报关单记载的出口日期
EXW	按 EXW 成交时，卖方要在规定的时间和约定的交货地点将合同规定的货物准备好，由买方自己安排运输工具到交货地点接收货物，并且自己承担一切风险、责任和费用，将货物从交货地点运到目的地。即公司在自己工厂处将货物交予买方处置时，即完成交货，与货物灭失有关的风险由买方	

贸易方式	相关约定及责任分析	公司收入确认时点
	承担。	
CIF	按 CIF 成交时,卖方在装运港把货物装上承运人船舶时即完成交货,并不承担保证把货送到约定目的港的义务。即货物办理报关手续并运上承运人船舶后,与货物所有权有关的毁损、灭失风险已转移给客户。	
CFR	按 CFR 成交时, 卖方在装运港把货物装上指定开往目的港的船只, 即履行了交货的义务, 货物的风险从装运港越过船舷时起即由卖方转移给买方。即货物办理报关手续并在装运港把货物装上指定开往目的港的船只时, 与货物所有权有关的毁损、灭失风险已转移给客户。	

根据《国际贸易术语解释通则》的规定,在 FOB、CIF、CFR 贸易方式下,与货物所有权相关的毁损、灭失风险自货物交到指定的装运港口船上时转移给买方,EXW(工厂交货)贸易方式下,当卖方在其所在地或其他指定地点将货物交由买方处置时(即完成交货),货物所有权相关的毁损、灭失风险已转移。在 FOB、CIF、CFR 贸易方式下,发行人以报关单记载的实际出口日期作为外销收入确认时点,此时发行人与货物相关的主要风险和报酬或控制权已完成转移,符合《国际贸易术语解释通则》、《企业会计准则》的规定。在 EXW(工厂交货)贸易模式下,一般由客户指定承运人自发行人工厂提货,实际执行过程中发行人会配合提供资料,协助客户进行报关,且鉴于货物自工厂交货至报关的周期一般较短,因此发行人以报关单记载的实际出口日期作为收入确认时点亦符合《国际贸易术语解释通则》、《企业会计准则》的规定。

发行人外销业务主要出口销售精密注塑模具,由于精密注塑模具单套价值较高以及国际运输费用较高、运输周期长,海外客户为保证收到的模具符合其要求,避免因模具质量问题退换货影响其生产计划安排,在模具发货前必须完成试模以及试模样品检测等实质性验收程序,以确定符合客户的技术标准和需求。发行人在客户确认模具质量合格后才办理模具出口报关程序,模具出口后出现退换货的可能性极低。经查询同行业上市公司,其模具外销均在办理出口报关手续前进行模具或试模样品的验收,并以出口报关完成确认外销收入,符合“将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方”和“客户取得相关商品或服务的控制权”条件。因此发行人以出口日期作为外销收入确认时点,符合行业惯例和《企业会计准则》规定。

2、并结合宏观因素对海运等的影响，说明发行人报关单日期与提单日期是否存在重大差异

受宏观因素影响，劳动力短缺，海运运力紧张，港口时常出现滞港，集装箱周转紧张，但由于发行人出口产品主要为精密注塑模具，与其他产品相比，模具单套价值高且占用的集装箱体积较小，因此海运紧张时对发行人产品出口影响相对较小，并且发行人根据国际海运运力、货柜情况，积极与客户沟通合理安排订单生产、发货以及积极联系货运渠道，降低港口滞港对公司出口的影响。总体来看，报告期内发行人因海运紧张而出口受限的情况较少。

此外，发行人按报关单的实际出口日期确认收入，实际出口日期一般与提单日期较为接近，如果以提单日期作为外销收入确认时点，两者确认的外销收入不存在重大差异，具体模拟如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外销收入合计	3,961.14	9,177.95	8,601.79	7,904.34
按提单确认收入	3,940.08	9,015.05	8,516.47	7,878.24
差异	21.06	162.90	85.32	26.10
差异占营业收入的比例	0.08%	0.31%	0.19%	0.07%

由上表可见，发行人以报关单实际出口日期与提单日期确认收入金额的差异占当年营业收入比例分别为 0.07%、0.19%、0.31%和 0.08%，整体差异较小。

（二）结合报告期内精密注塑模具及热流道产品的售后维护费计提比例的确定过程，与同行业可比公司计提方式及比例的对比情况等说明公司售后服务费计提金额的合理性

1、报告期内精密注塑模具及热流道产品的售后服务费计提比例的确定过程

发行人热流道销售合同一般约定易损件（包括热咀、阀针、加热元器件等，分流板为机械零件，不属于易损件）质保期在 1 年以内，但由于热流道系统的实际工作环境为高温、高压、强腐蚀（塑胶材料对流道的腐蚀、磨损），因此实际经营中热流道质保期内维修率较高，一般在售后半年内即发生售后维修。据此，发行人上半年销售的热流道对应的售后维修费用通常在当年已经发生，发生时已直接计入费用，下半年热流道销售收入则需要计提售后服务费。精密注塑模具由于单套价值高，客户为充分保障自身利益，销售合同约定的质保期一般在 1 年以

上或几百万模次内，质保期相对较长，因此发行人根据当期精密注塑模具销售收入在期末计提售后服务费。

发行人首次申报时根据近三年售后服务费实际发生额平均比例来确定售后服务费计提比例，具体如下：

（1）首次申报时，2018 年度上半年、2019 年度上半年、2020 年上半年以及 2021 年上半年发行人热流道系统实际发生的售后服务费分别为 363.01 万元、414.60 万元、361.71 万元、509.31 万元，售后服务费占上一年度下半年收入的比例分别为 4.79%、4.83%、4.88%、5.33%，四者平均数为 4.96%。结合历史经验和产品特性，发行人管理层认为按照 5%比例计提热流道系统售后服务费具有合理性。受春节因素影响，热流道系统下半年收入通常略高于上半年收入，但整体差异较小，因此并在实际执行过程中，按照简化原则，年末根据年度收入的 1/2 作为基数预提热流道系统售后服务费。

（2）首次申报时，2018 年、2019 年、2020 年发行人精密注塑模具实际发生的售后服务费分别为 279.96 万元、234.23 万元和 369.76 万元，占对应年度精密注塑模具实现的销售收入占比分别为 3.43%、2.32%和 3.68%，三者平均数为 3.13%，发行人管理层结合以下原因按照简化原则，以 3%比例计提精密注塑模具售后服务费：模具中包含的热流道系统通常在售后半年内即发生售后维修，因此上半年销售的模具中热流道系统的售后服务费通常在当期已经发生，发生时已直接计入费用，使得模具实际发生的售后服务费大于计提的售后服务费。

若剔除模具业务中当期销售且当期即发生的热流道系统售后服务费的影响，则发行人报告期内精密注塑售后服务费具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模具中热流道系统售后服务费（估算）	61.44	53.01	59.59
其中：当期销售且当期发生的售后服务费（估算）	30.72	26.50	29.79
扣除当期销售且当期发生的热流道系统售后服务费后（估算）的精密注塑模具售后服务费	339.04	207.73	249.76

注：由于无法统计模具业务中热流道系统实际发生的售后维修费，因此按照如下方法进行估算：模具中热流道系统售后服务费=模具中热流道系统价值*5%，其中模具中热流道系统价值模具领用的热流道生产成本加计 45%毛利率估算。

如上表所示，若剔除当期销售且当期即发生的热流道系统售后服务费的影响，则精密注塑模具的售后服务费分别为 249.76 万元、207.73 万元、339.04 万元，占发行人模具业务收入的比重分别为 3.06%、2.06%、3.39%，三者平均数为 2.84%。

因此结合历史经验和产品特性，发行人管理层认为在期末以当期销售收入作为计算基数，按照 3.00% 比例计提精密注塑模具售后服务费具有合理性。

2、同行业可比公司计提方式及比例的对比情况

目前暂无以热流道系统为主营业务的上市公司，因此无法取得同行业公司对于热流道系统业务售后服务费计提比例相关数据，无法进行同行业对比。

发行人精密注塑模具业务与同行业可比公司计提方式及比例的对比情况如下：

公司名称	计提依据	计提比例
海泰科	公司对外出售的模具自验收完成、正式投入使用日起，提供一定的质保期限，考虑到质保期内可能发生售后服务支出，本着谨慎性原则，结合报告期各期实际发生的售后服务费情况，公司每期末根据海泰科模具当期主营业务收入的 1.5% 计提产品质量保证，计入预计负债；实际发生售后服务费时冲减预计负债。	1.50%
麦士德福公司	公司每期末根据当期模具主营业务收入的 3% 计提产品质量保证，计入预计负债，实际发生售后服务费时冲减预计负债	3.00%

报告期内除海泰科外，其余同行业可比公司均未对售后维护费计提预计负债。发行人对模具售后维护费的计提比例较海泰科高，主要系精密注塑模具产品差异导致。海泰科模具主要应用于汽车领域体积较大的终端产品生产，包括汽车仪表板、保险杠、门板、格栅等，该领域一般为大型模具，模具的腔数和生产效率一般较低，在生产过程中使用频次较少导致损耗较少，因此海泰科模具售后维护费计提比例较低。发行人模具主要应用在食品和日化包装、电子雾化器等领域，该领域产品体积很小，生产过程需要大批量、高效率生产，模具的使用频次和使用寿命要求较高，需要更多的维修保养工作，导致发行人模具业务售后服务费用率较高，售后维护费计提比例高于海泰科，发行人结合自身实际业务情况已谨慎计提售后维护费。

综上所述，发行人对热流道系统和精密注塑模具售后维护费的计提比例符合发行人的实际经营情况，售后服务费计提具有合理性。

（三）结合主要原材料 PCTG 的市场价格及向其他供应商的采购价格等说明公司向客户采购的 PCTG 塑胶原料价格的公允性

报告期内，公司向客户（麦克韦尔、合元科技）和其他部分供应商采购 PCTG 塑胶的基本情况如下：

年度	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单 价(万元/吨)	占比 (%)
2022 年 1-6 月	麦克韦尔	7.32	24.62	3.36	17.07
	合元科技	34.51	119.40	3.46	82.79
	小计	41.83	144.02	3.44	99.86
2021 年 度	麦克韦尔	336.98	1,129.49	3.35	47.31
	合元科技	218.07	931.38	4.27	39.01
	伊士曼（中国）投资管理有限公司	41.48	145.84	3.52	6.11
	东莞市泰科工程塑料有限公司	19.52	89.72	4.60	3.76
	小计	616.05	2,296.43	3.73	96.19
2020 年 度	麦克韦尔	288.18	972.77	3.38	71.90
	伊士曼（中国）投资管理有限公司	65.27	225.27	3.45	16.65
	深圳市大通裕生科技有限公司	18.30	71.26	3.89	5.27
	小计	371.75	1,269.30	3.41	93.82
2019 年 度	麦克韦尔	71.25	252.19	3.54	99.81
	深圳市纳达尔塑料有限公司	0.10	0.39	3.90	0.15
	小计	71.35	252.58	3.54	99.96

报告期内，公司 PCTG 采购金额分别为 252.68 万元、1,352.86 万元、2,387.37 万元和 144.22 万元，采购均价分别为 3.54 万元/吨、3.41 万元/吨、3.73 万元/吨和 3.44 万元/吨。发行人向客户采购 PCTG 的价格整体上较市场价格（市场查询价格 3.5 万元/吨-3.8 万元/吨不等）和向其他供应商（除伊士曼（中国）投资管理有限公司）采购价格略偏低，主要系 PCTG 市场供给较为紧俏，市场查询价格和其他供应商采购价格大多为原料贸易商的报价，而麦克韦尔与合元科技具有直接采购和规模采购优势，其采购价格较低。

2021 年度，发行人向合元科技采购的 PCTG 价格高于伊士曼（中国）投资管理有限公司，伊士曼（中国）投资管理有限公司系美国伊士曼原厂供应商在国内设立的销售机构，发行人 2020 年 9 月开始向其采购，采购价格相对较低。2021 年初 PCTG 的市场供应较为紧俏，出于优先供应大客户考虑，2021 年 5 月起伊

士曼（中国）投资管理有限公司不再向发行人供货，与此同时，合元科技为保证其上游供应商向其供货的稳定性，开始向美国伊士曼直接采购，统一供应至其上游供应商，因此发行人开始向合元科技采购 PCTG。由于合元科技与美国伊士曼建立合作相对较晚，且合作时 PCTG 市场供应紧俏，合元科技 2021 年度自身向美国伊士曼采购价格较高，导致 2021 年度发行人向合元科技采购价格相对较高，但低于其他市场同类型 PCTG 贸易供应商（东莞市泰科工程塑料有限公司）。2022 年 1-6 月，随着合元科技与美国伊士曼合作程度的加深，以及 PCTG 市场需求的回落，其向美国伊士曼采购的价格有所下降，因此对发行人销售的 PCTG 价格亦有所降低。

报告期内，发行人向麦克韦尔采购 PCTG 价格整体较为稳定，且低于合元科技，主要系麦克韦尔业务规模远大于合元科技，据麦克韦尔母公司思摩尔国际 2021 年年报披露的营业收入达 137.55 亿，而合元科技 2021 年的营业收入约为 18 亿（来源客户访谈），麦克韦尔采购规模相对较大，使自身采购价格具有一定优势，并且麦克韦尔与美国伊士曼合作较早且较为稳定，导致其自身采购价格较为稳定。受上述因素影响，发行人向麦克韦尔采购价格较为稳定且相对较低。

综上，麦克韦尔、合元科技基于其采购成本，与发行人协商定价，在考虑一定费用后，以高于其采购价格但略低于市场价格向发行人销售 PCTG，用于其产品生产。因此，发行人与麦克韦尔、合元科技之间 PCTG 采购定价公允。

（四）结合注塑制品采购及生产周期、成本中直接材料构成及占比、毛利率情况等说明报告期内公司向客户麦克韦尔、合元科技采购塑料粒子金额与对应的注塑制品销售额之间的匹配性

1、注塑制品采购和生产周期

公司对注塑生产的主要塑胶原料拥有一定的库存，若需要进行塑胶原料的采购，则在排产当天下单采购订单，通常 5 天内材料可到达公司工厂。注塑制品从接受订单、车间排产、订料、生产和装箱、产品交付全流程周期通常在 2-3 周。

2、成本中直接材料构成及占比、毛利率情况及向客户采购塑胶粒子金额与对应的注塑制品销售额之间的匹配性

报告期内，公司对麦克韦尔、合元科技销售制品收入、成本及采购的 PCTG 情

况如下：

年度	项目	麦克韦尔	合元科技
2022 年 1-6 月	销售收入（万元）	360.32	1,493.02
	营业成本（万元）	359.81	1,450.95
	其中：材料成本（万元）	144.97	593.43
	材料成本占营业成本比重（%）	40.29	40.90
	毛利率（%）	0.14	2.82
	采购 PCTG 材料的金额（万元）	24.62	119.40
2021 年度	销售收入（万元）	2,689.71	3,281.30
	营业成本（万元）	2,663.76	3,199.90
	其中：材料成本（万元）	1,057.17	1,342.34
	材料成本占营业成本比重（%）	39.69	41.95
	毛利率（%）	0.96	2.48
	采购 PCTG 材料的金额（万元）	1,129.49	931.38
2020 年度	销售收入（万元）	3,500.38	1,713.18
	营业成本（万元）	2,647.98	1,301.39
	其中：材料成本（万元）	1,053.95	570.79
	材料成本占营业成本比重（%）	39.80	43.86
	毛利率（%）	24.35	24.04
	采购 PCTG 材料的金额（万元）	972.77	
2019 年度	销售收入（万元）	1,170.62	271.27
	营业成本（万元）	916.05	185.73
	其中：材料成本（万元）	301.61	78.17
	材料成本占营业成本比重（%）	32.93	42.09
	毛利率（%）	21.75	31.53
	采购 PCTG 材料的金额（万元）	252.19	

注：2022 年 1-6 月发行人采购合元科技塑胶粒子总额为 112.95 万元，但当期向合元科技采购 PCTG 金额为 119.40 万元，超过塑胶粒子当期采购总额，系 2021 年度向合元科技采购入库的少量其他塑胶粒子因产品质量不符，在 2022 年 1-6 月退货导致。

发行人向麦克韦尔、合元科技采购的塑胶粒子主要为 PCTG（累计采购占比均达到 97%以上），主要系 PCTG 市场较为紧俏，客户为保证产品质量，以及发行人为保证原材料供应稳定性，双方协商由发行人采购客户 PCTG 专供其产品生产。但并非所有电子雾化器产品均需使用 PCTG 生产，除 PCTG 外，其他所需材料主要由发行人向其他供应商购买。

报告期各期发行人向麦克韦尔采购的 PCTG 金额分别为 252.19 万元、972.77

万元、1,129.49 万元和 24.62 万元，销售的产品对应的直接材料成本的金额分别为 301.61 万元、1,053.95 万元、1,057.17 万元和 144.97 万元，累计直接材料成本超过 PCTG 采购总额达到 178.63 万元，差异比率为 6.98%，差异原因如下：

（1）发行人除向麦克韦尔采购 PCTG 外，还向其采购了少量其他塑胶粒子，采购金额为 48.54 万元；（2）生产电子雾化器用到的色母、助剂等辅助原材料，由发行人向其他供应商采购。

2019 年度和 2020 年度发行人未向合元科技采购 PCTG，主要系 2019 年度发行人向合元科技销售的产品主要为 J19 系列（当年销售占比达到 98%以上），但 J19 系列所使用的注塑原料为 PC。此外，2020 年度向合元科技销售的产品除了 J19 系列外，新开发的 SP03（烟弹管）、P53 等系列新产品生产需要 PCTG，但当年该类新产品销售量较少（收入占比 35.66%）。因此 2019 年度和 2020 年度发行人未直接向合元科技采购 PCTG。

随着市场需求的增加以及与合作程度的加深，2021 年度、2022 年 1-6 月合元科技生产所需 PCTG 需求较大，经双方协商决定由发行人直接向合元科技采购。2021 年度、2022 年 1-6 月发行人向合元科技采购 PCTG 的金额分别为 931.38 万元和 119.40 万元，而向其销售的产品对应的直接材料成本分别为 1,342.34 万元和 593.43 万元，累计直接材料成本超过 PCTG 采购总额达到 884.99 万元，主要原因系：（1）2021 年与 2022 年 1-6 月销售的 J19、SP03（支架）等系列产品收入合计为 1,852.33 万元，对应的直接材料成本合计为 712.63 万元，该系列产品不使用 PCTG，考虑该因素后上述直接材料成本与 PCTG 采购总额仅差异 172.36 万元；（2）发行人除向合元科技采购 PCTG 外，还向其采购了其他塑胶粒子 28.10 万元；（3）生产电子雾化器用到的色母、助剂等辅助原材料，由发行人向其他供应商采购。

综上所述，发行人向麦克韦尔采购的塑胶粒子的金额与对应销售的注塑制品直接材料成本存在一定差异，但总体差异较小，主要系麦克韦尔电子雾化器注塑制品使用的主要材料为 PCTG，其余材料使用较少，且主要由发行人自行采购。发行人向合元科技采购的塑胶粒子金额与对应销售的注塑制品差异较大，系部分型号产品不使用 PCTG，所需材料主要由发行人自行采购导致。

（五）说明向麦克韦尔或合元科技等特定客户采购的塑料原材是否只能生

产指定客户的产品，并结合上述情况进一步说明公司对于上述客供材料拥有所有权的依据及会计处理的合理性

1、向麦克韦尔或合元科技等特定客户采购的塑料原材只能生产指定客户的产品

报告期内，发行人各期主要向电子雾化器客户麦克韦尔、合元科技采购塑胶原料，均指定用于其电子雾化器塑料零配件的生产，不能用作其他客户产品生产。

2、客供材料拥有所有权的依据及会计处理的合理性

发行人向上述客户采购原材料均签订独立的采购合同，销售则在客户的供应链系统中竞价接单，销售和采购遵循独立自主的交易原则独立开展，并由发行人承担与原材料所有权有关的风险，包括价格波动风险、保管和灭失风险，因此发行人拥有所购买塑胶粒子的所有权。

发行人对于上述客户收入确认采用总额法进行确认。根据证监会发布的《首发业务若干问题解答》，对发行人收入确认采用总额法的合理性分析如下：

（1）发行人向上述客户采购均签订独立的采购合同，销售则为在客户的供应链系统中竞价接单，销售和采购独立开展。发行人拥有所购买塑胶粒子的所有权，并承担与原材料所有权有关的风险，包括价格波动风险、保管和灭失风险，故客户售出的塑胶粒子控制权已转移至发行人。

（2）发行人向客户购买塑胶粒子后，负有按照合同约定交付货款的义务；发行人向客户销售产品后，客户亦在约定的信用期内向公司支付款项。公司作为销售方承担最终产品销售对应账款的信用风险。发行人向客户采购的付款信用期为 30 天，而与客户销售结算的信用期为 30 天、60 天不等，向客户采购、销售的付款结算独立。

（3）发行人向客户采购、销售的定价均为参考市场情况独立确定。公司在客户的供应链系统中通过竞价方式取得订单，在综合考虑材料、人工、费用和利润水平等因素后，独立决定是否接单，发行人具有产品的完整定价权。

（4）发行人向客户采购的塑胶原料与最后销售产品之间存在实质性差异。发行人注塑产成品系电子烟塑料零配件，包括烟弹管、发热座等，塑胶原料系生产上述产品的原料之一，构成最终产品的部分直接材料成本。注塑制品需要通过注塑加工一系列加工工序最终制成，产品的形态、功用方面发生了本质性的改变。

综上所述，公司向客户采购、销售的行为独立，拥有所购买塑胶粒子的所有权。公司对于上述客户收入采用总额法核算具有合理性，符合《企业会计准则》和证监会《首发业务若干问题解答》的相关规定。模拟麦克韦尔、合元科技如果按净额法核算，发行人报告期内现有财务报表主要科目和模拟后的报表主要科目差异如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	总额法	净额法	变动比例	总额法	净额法	变动比例
营业收入	27,068.50	26,890.15	-0.66%	51,905.67	49,809.45	-4.04%
营业成本	19,367.73	19,189.38	-0.92%	36,725.30	34,629.09	-5.71%
净利润	2,410.88	2,410.88	0.00%	3,308.13	3,308.13	0.00%
归属于母公司所有者的净利润	2,410.88	2,410.88	0.00%	3,308.13	3,308.13	0.00%
项目	2020 年度			2019 年度		
	总额法	净额法	变动比例	总额法	净额法	变动比例
营业收入	44,038.43	43,065.65	-2.21%	35,530.55	35,271.39	-0.73%
营业成本	28,460.94	27,488.16	-3.42%	22,153.28	21,894.12	-1.17%
净利润	5,240.89	5,240.89	0.00%	2,899.52	2,899.52	0.00%
归属于母公司所有者的净利润	5,240.89	5,240.89	0.00%	2,899.52	2,899.52	0.00%

报告期内，麦克韦尔、合元科技按净额法核算，对发行人营业收入和营业成本变动影响整体较小，对发行人净利润无影响，发行人不存在通过改变会计处理方式调节经营业绩的情形。

（六）核查过程

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、访谈发行人各主要产品的销售负责人和财务负责人，并查阅主要境外客户合同，了解发行人境外销售的验收流程、与客户关于境外交易的主要贸易方式等。取得中国电子口岸系统导出的出口报关清单、产品出口报关单、提单等材料，结合发行人各产品收入确认政策，核查各期发行人按出口报关单的出口日期确认收入金额、按提单的日期确认收入金额和账面境外业务收入的匹配性。抽取报告期各期末前后一个月的外销收入明细，核查至报关单、提单等相关资料，检查收入入账时间与报关单日期、提单日期是否在同一会计期间；

2、获取发行人的销售合同，了解相关质量保证条款具体约定内容以及发行

人售后责任，核实发行人产品质量保证相关会计处理的准确性；获取发行人报告期各期的历史售后维护费的实际发生额、对应业务的销售收入明细；查阅同行业可比上市公司对售后服务费的会计处理方式；

3、获取并检查报告期内发行人采购明细，分析 PCTG 原材料向不同供应商采购价格差异；查阅发行人与麦克韦尔和合元科技签订的采购合同，将采购价格与其他供应商的采购价格对比分析；查询 PCTG 原材料的市场公开价格，与发行人采购价格进行比较，核查 PCTG 原材料采购价格是否存在异常；

4、获取对麦克韦尔、合元科技的销售产品明细和向其采购的原材料明细，向发行人了解各项产品生产所需对应原材料具体型号情况；计算对麦克韦尔、合元科技销售产品的直接材料金额、成本结构情况；分析向客户麦克韦尔、合元科技采购塑胶粒子金额与对应的注塑制品产品直接材料成本金额差异的原因及合理性；

5、访谈发行人业务人员、财务人员，了解客供料和客户指定采购原材料的背景和原因，以及财务会计处理的方式；查阅客供料相关销售合同，了解合同对于客供料产品定价、交付、风险和报酬转移相关的条款约定，对照《首发业务若干问题解答》进行逐条分析，核查发行人收入会计处理的合理性。模拟净额法会计处理对发行人主要财务数据的影响。

（七）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人报关单日期与提单日期不存在重大差异，发行人以出口日期作为外销收入确认时点，符合行业惯例和《企业会计准则》规定。

2、发行人对热流道系统和精密注塑模具售后维护费的计提比例根据发行人的实际经营情况确定，售后服务费计提较为谨慎，具有合理性。

3、发行人向麦克韦尔、合元科技采购 PCTG 价格系基于客户自身对外采购价格以及发行人实际需求协商确定，定价公允。发行人向客户采购的 PCTG 价格略低于市场价格和向其他供应商采购价格，系麦克韦尔、合元科技具有直接采购和规模采购优势导致，具有合理性。

4、发行人向麦克韦尔采购的塑胶粒子的金额与对应销售的注塑制品直接材料成本存在一定差异，但总体差异较小，主要系麦克韦尔电子雾化器注塑制品使

用的主要材料为 PCTG，其他材料使用较少，且主要由发行人自行采购。发行人向合元科技采购的塑胶粒子金额与对应销售的注塑制品差异较大，系部分型号产品不使用 PCTG，所需材料主要由发行人自行采购。因此，报告期内发行人向麦克韦尔、合元科技采购塑料粒子金额与对应销售的注塑制品直接材料成本之间存在一定的差异，具有合理。

5、报告期内各期，发行人主要向麦克韦尔、合元科技采购塑胶原料，专门用于为其生产电子雾化器塑料零配件，对采购的塑胶原料拥有所有权。发行人对客户供材料采用总额法确认收入符合《企业会计准则》的规定，模拟按照净额法对发行人财务报表无重大影响。

三、关于模具（第二轮审核问询函问题 8）

申报材料及首轮问询回复显示：

（1）生产模具系为注塑业务开发相应的生产模具，其成本对应的经济收益通过注塑业务收入而收回。

（2）生产模具分为：①自制生产模具：发行人内部开发的模具，客户未下达模具开发订单，系发行人为了提高产能而开发的模具。②注塑分摊模具：客户下达模具订单，约定最低注塑制品采购数量，公司以该数量作为摊销基础，按照当期销售量进行摊销。

请发行人：

（1）结合报告期内注塑分摊模具中客户达到约定采购量以及未达到约定采购量的情况，说明约定采购量与模具可使用周期是否匹配。

（2）说明注塑分摊模具的定价依据，与同类型商品模具相比是否存在较大差异。

（3）说明如何对模具进行日常管理，是否承担损毁灭失的风险，报告期内的实际损毁情况，报废的模具数量，相应的会计处理方式。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）结合报告期内注塑分摊模具中客户达到约定采购量以及未达到约定采购量的情况，说明约定采购量与模具可使用周期是否匹配

1、模具可使用周期

发行人模具主要用于食品、日化包装和电子雾化器等领域，其终端产品消费迭代更新较快，生命周期一般在 3-5 年，而发行人模具的使用寿命一般在 300 万模次以上，可以保持较长的使用寿命，通常能覆盖终端产品的生命周期，因此发行人模具受益年限一般在 3-5 年。

2、报告期内注塑分摊模具中客户达到约定采购量以及未达到约定采购量的情况

报告期内，发行人注塑分摊模具中客户达到约定采购数量以及未达到约定采购数量的情况如下：

模具	模具数量 (套)	约定采购数量 (万件)	平均摊销时长 (月)	摊销时长最大 值(月)
达到约定采购数量	39	66,001.64	15.03	60
尚未达到约定采购数量	71	78,177.79	6.08	38

注：1、达到约定采购数量模具：摊销时长为模具开始投入使用至达到约定采购数量的时长，平均摊销时长、最大摊销时长为报告期内所有该类模具摊销时长的平均值、最大值；

2、尚未达到约定采购数量模具：摊销时长为模具开始投入使用至 2022 年 6 月 30 日的时长，平均摊销时长、最大摊销时长为报告期内所有该类模具摊销时长的平均值、最大值。

如上表所示，截止至 2022 年 6 月 30 日，发行人报告期内注塑分摊模具中共有 39 套模具达到约定采购数量，71 套尚未达到约定采购数量，达到约定采购数量的注塑分摊模具平均摊销时长为 15.03 个月，最大的摊销时长为 60 个月；尚未达到约定采购数量的模具平均摊销时间为 6.08 个月，最大摊销时长为 38 个月，期末尚未摊销完毕的模具成新率较高。在注塑分摊模具业务中，发行人注塑分摊模具摊销时长较短，低于模具的使用寿命（3-5 年），主要系发行人为充分保障自身利益，为尽快收回模具成本，通常与客户约定在 3 年内达到约定采购量，而由于发行人客户采购需求较大，大多在约定期限内提前达到采购量，使报告期内模具从开发完成到达到约定采购数量平均摊销时长为 15.03 个月，因而能够在模具使用周期内较快实现注塑产品订单任务。因此，发行人注塑分摊模具摊销政策较为谨慎，模具摊销完毕后一般仍可投入使用，但前期摊销成本较大。

综上，发行人注塑分摊模具摊销时长较短，低于模具的使用寿命（3-5 年），具有合理性，发行人注塑分摊模具摊销政策较为谨慎。

（二）说明注塑分摊模具的定价依据，与同类型商品模具相比是否存在较大差异

精密注塑模具作为定制化产品，系公司根据不同终端注塑制品的外观、型号和精密度等要求设计并制造的专业生产工具，不同模具产品的成型工艺、规格参数、型腔数量、内部结构、外观体积和所用材质等方面差异较大，使得模具的设计制造难度、花费的材料、人工和时间成本以及对生产商技术水平的要求各不相同，因此模具产品定价方式一般为“一模一议”，不同客户、不同产品间的模具销售价格均存在差异。

注塑分摊模具与公司其他模具定价流程一致，公司根据客户终端产品实物或示意图进行图纸方案设计后，综合考虑型腔结构、生产工艺工序、内部结构精度、使用周期寿命、耗用的原材料、人工和机器工时等因素进行成本估算。但由于注塑分摊模具主要为后续获取客户注塑订单服务，其约定价款综合考虑了未来注塑订单和潜在市场机会等因素，因此注塑分摊模具的约定价款一般会覆盖模具开发成本；而商品模具一般在定价时考虑了一定的利润空间，因此注塑分摊模具与同类型商品模具相比，一般价款约定较低。

综上所述，公司对注塑分摊模具的定价依据与其他商品模具存在差异。

（三）说明如何对模具进行日常管理，是否承担损毁灭失的风险，报告期内的实际损毁情况，报废的模具数量，相应的会计处理方式

1、说明如何对模具进行日常管理

注塑分摊模具系公司根据客户约定而开发，并存放于公司厂区专用于客户注塑制品生产的模具，与客户合作期间，如注塑分摊模具未达到约定的客户采购量，公司能够有效控制该类模具，只有客户支付剩余价款公司才将模具移交或将模具所有权及风险报酬转移至客户，否则该类模具所有权归公司。如模具达到客户约定采购数量则模具的所有权归客户所有，因此该类模具在履行约定采购数量合同的使用期间，模具归属权处于过渡期，归公司/客户所有。为了有效维护、保养模具，使模具处于良好状态，确保产品满足客户质量要求，公司制定了《模具管理程序》对模具进行日常管理，主要如下：

（1）模具的使用

公司制定《模具仓库管理流程》、《注塑分摊模具管理制度》等程序性文件，要求模具部和注塑部建立模具台账，并负责对台账的后续更新、维护；规定模具的存放位置以及使用要求，规定订单结束后及时判断模具的状态。

（2）模具的日常保养方面

公司制定《模具保养规范》，要求各注塑部密切关注模具的使用状态，车间主管需要跟踪模具的日常保养情况，日常保养分模具使用前检查、模具使用过程检查和模具使用后检查三个阶段，即班次保养，生产过程中每班次需对模具表面进行清洁保护，润滑件、活动件的清理护养等。模具维修车间负责模具的定期保养，模具保养周期系根据模具的易损程度及使用频率而定，结合现场实际使用情况，由模具维护人员按模具保养点检表进行对模具进行全面、彻底的检修和保养，并将保养事项作详细记录。

2、是否承担损毁灭失的风险

注塑分摊模具在客户达到约定采购量或支付剩余价款时，模具所有权属于客户，而在约定采购数量合同的使用期间，模具归属权处于过渡期，归公司/客户所有，但公司承担管理义务，承担相应损毁灭失的风险。

3、报告期内的实际损毁情况，报废的模具数量，相应的会计处理方式

报告期内，公司未发生使用不当造成模具损坏或保管不当造成模具丢失的情形。如因发行人保管不当导致模具损毁，发行人根据与客户协商的结果将赔偿损失计入营业外支出。如模具超过使用寿命停用，本公司仅根据客户要求归还或处置模具，无需进行会计处理。

截至报告期末，发行人不存在因模具保管问题而与客户发生纠纷的情形。

（四）核查过程

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、获取并查阅公司报告期内模具台账，了解注塑分摊模具关于客户摊销数量的约定，分析和复核报告期内注塑分摊模具的分摊情况，计算开始摊销日到摊销完毕日所需时长，分类计算达到约定采购量的注塑分摊模具和未达到约定采购量的模具数量和平均摊销时长。

2、访谈模具业务主要人员，获取模具的报价单并了解公司各类模具分类依据以及对应类型模具的定价流程。

3、获取模具日常管理制度，核查日常管理制度的设计和实际执行情况。访谈模具保管主要责任人，了解模具的实际管理情况与保管责任的划分，询问并检查公司报告期内是否存在报废情况，核查模具损毁、报废的原因及数量，对应会

计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定。

（五）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人注塑分摊模具摊销时长较短，低于模具的使用寿命（3-5 年），具有一定合理性，发行人注塑分摊模具摊销政策较为谨慎。

2、注塑分摊模具由发行人根据客户终端产品实物或示意图进行图纸方案设计后，考虑相关因素后进行成本估算，约定价款一般会覆盖模具开发成本，而商品模具一般在定价时考虑了一定的利润空间，因此注塑分摊模具与同类型商品模具相比定价存在一定差异。

3、发行人制定了《模具管理程序》对模具进行日常管理，实际执行与相关制度要求无明显偏差；发行人对注塑分摊模具有保管责任，承担毁损、灭失的风险，但截止报告期末未发生因模具使用不当造成损坏或保管不当丢失的情形；如因发行人保管不当导致模具损毁，发行人根据与客户协商的结果将赔偿损失计入营业外支出。如模具超过使用寿命停用，发行人仅根据客户要求归还或处置模具，无需进行会计处理；截至报告期末，发行人不存在因模具保管问题而与客户发生纠纷的情形。

四、关于期间费用（第二轮审核问询函问题 12）

申报材料及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人销售费用分别为 5,548.42 万元、4,426.44 万元和 5,615.70 万元，占同期营业收入比例分别为 15.62%、10.05%和 10.82%，显著高于同行业可比公司。其中售后服务费分别为 1,246.82 万元、1,244.82 万元、1,503.79 万元。

（2）报告期内，发行人研发费用金额分别为 2,044.34 万元、1,769.73 万元和 2,539.75 万元，占同期营业收入比例分别为 5.75%、4.02%和 4.89%，存在一定的波动，主要系 2020 年随着技术实力逐渐增强，在食品、日化等领域注塑技术日趋成熟，故当年研发费用有所减少。

请发行人：

（1）结合报告期内的售后服务费计提原则、会计处理、实际发生的售后服

务费金额等进一步说明售后服务费占营业收入比例波动的原因以及售后服务费计提金额的充分性。

(2) 结合报告期内业务推广模式、销售人员占比情况进一步说明公司销售人员数量以及销售费用率均显著高于同行业可比公司的原因及合理性。

(3) 结合公司热流道、精密注塑模具以及注塑制品的技术水平以及行业地位进一步说明报告期内研发费用波动的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 结合报告期内的售后服务费计提原则、会计处理、实际发生的售后服务费金额等进一步说明售后服务费占营业收入比例波动的原因以及售后服务费计提金额的充分性

1、售后服务费计提原则和会计处理

发行人售后服务费计提原则详见本回复“二、关于业务模式及收入确认”之“(二)”之“1、报告期内精密注塑模具及热流道产品的售后服务费计提比例的确定过程”。

发行人按照《企业会计准则》的相关规定对售后服务费的计提及使用、冲销进行账务处理，具体如下：

项目	会计处理	
	热流道系统	精密注塑模具
确认收入时	借：销售费用-售后服务费 ^{注1} 贷：预计负债	借：销售费用-售后服务费 贷：预计负债
实际发生售后服务费时	借：预计负债 贷：银行存款/原材料/应付账款等	借：预计负债 贷：银行存款/原材料/应付账款等
期末按最佳估计数保留预计负债	借：预计负债 贷：销售费用-售后服务费 ^{注2} (或相反分录)	借：预计负债 贷：销售费用-售后服务费 (或相反分录)

注 1：确认热流道销售收入时，计提的热流道售后服务=热流道的销售收入*5%；

注 2：报告期末按热流道销售收入 1/2 和计提比例 5%计算期末应保留的“预计负债-售后服务费”余额，应保留余额与已计提金额的差额进行补提或冲销。

2、结合报告期内实际发生的售后服务费金额等进一步说明售后服务费占营业收入比例波动的原因以及售后服务费计提金额的充分性

(1) 结合报告期内实际发生的售后服务费金额等进一步说明售后服务费占营业收入比例波动的原因

报告期内，发行人实际发生的售后服务费金额及其占当期各业务的营业收入比例情况如下：

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
当期实际发生的售后服务费				
热流道系统	504.92	978.43	826.06	981.33
精密注塑模具	149.93	376.73	369.76	234.23
实际发生的售后服务费占各业务收入比重				
热流道系统	4.44%	4.99%	5.03%	6.81%
精密注塑模具	3.19%	3.11%	3.70%	2.32%

注：实际发生的售后服务费与财务报表“销售费用”中的售后服务费金额不一致，系财务报表中的数据包括期末预提了售后服务费导致。

由于热流道和模具均为非标准化定制产品，每套热流道和模具实际发生的售后服务费因具体项目情况千差万别，使用频次与客户终端注塑制品的需求有关，当客户注塑制品订单旺盛时，热流道和模具的使用频率较高，维修保养的概率相应较高，反之较低。并且，由于每套热流道和模具生产的具体产品不同，在注塑生产过程中客户使用的材料、生产环境、保养措施均不同，导致每套热流道和模具损耗情况差异亦较大，因此热流道和模具业务售后服务比例较易发生波动。此外，售后服务费比例波动还包括以下因素，具体如下：

报告期内发行人热流道业务售后服务费比例有所下降，主要是实际发生的售后服务费具有一定的滞后性导致：2019 年该比例较高，主要系 2019 年热流道销售收入较 2018 年收入有所下滑导致；2020 年度和 2021 年度售后服务费比例接近 5%，变动较小；2022 年 1-6 月该比例有所下滑，主要系 2022 年 1-6 月热流道销售规模增长导致。

报告期内，发行人模具业务售后服务费比例存在波动，主要系模具产品特性导致。2019 年度和 2020 年度模具的销售收入分别为 10,083.96 万元、10,001.51 万元，模具收入基本持平，而 2019 年度与 2020 年度发生的售后服务费用存在差异主要系 2019 年度的销售收入较 2018 年销售收入增加 23.64%所致；2021 年度和 2022 年 1-6 月实际发生的售后服务费占对应收入较为接近 3%，整体波动符合产品和行业特性，具有合理性。

（2）售后服务费计提金额的充分性

①热流道

报告期内，发行人热流道业务实际发生的售后服务费与计提的售后服务费对比情况如下：

单位：万元				
项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上期末计提的售后服务费	490.22	410.29	360.04	387.56
本期上半年实际发生的售后服务费	504.92	509.31	361.71	414.60
差异	-14.70	-99.02	-1.67	-27.04

除 2021 年度外，发行人售后服务费用的计提金额基本能覆盖下一期实际发生额，计提金额略低主要系发行人期末按照全年收入的 1/2 作为基数计提售后服务费，但受春节等因素影响，发行人一般下半年热流道销售收入略高于全年收入的 1/2，使售后服务费的计提基数略低，因此下半年实际销售较多导致下年度上半年发生的售后服务费偏多。2021 年差异较大，主要系 2020 年下半年热流道销售金额较大导致。

假设发行人按照 6%计提售后服务费，则报告期内各期应计提的售后服务费分别为 431.63 万元、492.35 万元、588.04 万元和 682.80 万元，与目前计提金额相比，对各期利润影响分别为 5.57 万元、-10.12 万元、-15.95 万元和-15.79 万元，对利润整体影响较小。

②精密注塑模具

报告期内，发行人模具业务实际发生的售后服务费与计提的售后服务费对比情况如下：

单位：万元				
项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上期末计提的售后服务费	363.70	301.62	303.46	244.69
本期实际发生的售后服务费	149.93	376.73	369.76	234.23
差异	213.77	-75.11	-66.30	10.46

如上表所示，报告期内计提的售后服务费与实际发生的售后服务费的差异分别为 10.46 万元、-66.30 万元、-75.11 万元、213.77 万元，主要系模具业务收入波动以及模具产品特性导致，同时模具中包含的热流道系统通常在售后半年内即发生售后维修，因此上半年销售的模具中热流道系统的售后服务费通常在当期

已经发生，发生时已直接计入费用，使得模具实际发生的售后服务费大于计提的售后服务费。具体详见本回复“6. 关于业务模式及收入确认”之“（二）”之“1、报告期内精密注塑模具及热流道产品的售后维护费计提比例的确定过程”分析。

假设发行人按照 4%计提售后服务费，则报告期内各期应计提的售后服务费分别为 403.36 万元、400.06 万元、484.40 万元和 187.70 万元，与目前计提金额相比，对各期利润影响分别为-19.28 万元、0.82 万元、-21.09 万元、74.17 万元，对利润整体影响较小。

综上，报告期内发行人已充分、合理计提售后服务费，会计处理符合准则要求，实际发生的售后服务费比例存在波动系产品特性和收入波动导致，具有合理性。

（二）结合报告期内业务推广模式、销售人员占比情况进一步说明公司销售人员数量以及销售费用率均显著高于同行业可比公司的原因及合理性

1、公司销售人员数量以及销售费用率

报告期内，发行人采用直销销售模式，主要通过展会、上门拜访、电话及电子邮件等方式进行业务推广，与同行业可比公司的业务推广模式不存在显著差异。报告期内，发行人销售人员数量以及销售费用率均显著高于同行业可比公司。其中，发行人销售人员数量与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
昌红科技	销售人员平均人数（人）	/	46	43	48
	占员工总数的比例（%）	/	2.04	2.05	2.3
海泰科	销售人员平均人数（人）	/	36	30	25
	占员工总数的比例（%）	/	6.29	5.70	5.69
横河精密	销售人员平均人数（人）	/	39	38	32
	占员工总数的比例（%）	/	3.85	3.69	3.22
金富科技	销售人员平均人数（人）	/	13	12	10
	占员工总数的比例（%）	/	2.02	2.20	1.86
上海亚虹	销售人员平均人数（人）	/	34	64	37
	占员工总数的比例（%）	/	8.00	18.13	10.72
肇民科技	销售人员平均人数（人）	/	15	15	12
	占员工总数的比例（%）	/	3.53	4.25	3.48

公司名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
唯科科技	销售人员平均人数（人）	/	63	62	64
	占员工总数的比例（%）	/	3.55	3.72	4.74
行业平均水平	销售人员平均人数（人）	/	35	38	33
	占员工总数的比例（%）	/	3.35	3.82	3.51
发行人	销售人员平均人数（人）	156	140	137	134
	占员工总数的比例（%）	13.30	12.79	12.77	14.14

注：1、根据上市公司年度报告或招股说明书整理披露的销售人员人数。销售人员平均人数、计算员工比例的员工总人数按照年均人数=（本年末人数+上年末人数）/2 取整数计算所得；

2、公司销售人员人均薪酬=年度工资总额/年加权平均人数；

3、2022 年 1-6 月同行业可比公司销售人员人数未披露，故未进行列示。

如上表所示，发行人销售人员人数较多，占员工总数比例分别为 14.14%、12.77%、12.79%、13.30%，明显高于同行业可比公司的销售人员比重。

报告期内，发行人销售费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
昌红科技	2.95%	4.21%	5.05%	3.42%
横河精密	1.02%	1.29%	1.39%	2.87%
上海亚虹	1.43%	1.28%	1.71%	3.82%
海泰科	3.46%	3.31%	3.47%	7.71%
肇民科技	0.92%	1.36%	1.72%	2.46%
金富科技	0.50%	0.67%	0.73%	4.62%
唯科科技	2.67%	1.98%	2.42%	4.22%
同行业可比公司平均值	1.85%	2.01%	2.35%	4.16%
麦士德福	9.50%	10.82%	10.05%	15.62%

注：2020 年度起公司执行新的收入准则，将与合同履约直接相关的运输费用计入营业成本。剔除运输费用后，发行人 2019 年度销售费用率和剔除热流道业务影响销售费用率分别为 13.60%和 5.95%。

如上表所示，发行人报告期内销售费用率分别为 15.62%、10.05%、10.82%和 9.50%，显著高于同行业可比公司水平。

2、原因及合理性

①热流道业务销售费用支出较高

由于热流道客户众多且分布较广，发行人为及时、快速响应客户的售后维修需求，在厦门、昆山、武汉、重庆等十余地设立了办事处，并配备了较多的售后和技术服务人员。而上述同行业可比公司大多数为“模塑一体化”企业，均未涉及热流道业务，因此发行人所需售后及技术服务人员更多，售后服务费用等支出更高。若剔除热流道业务影响，发行人销售费用率如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
剔除热流道业务影响销售费用率	2.98%	4.59%	4.28%	8.66%

如上表所示，剔除热流道业务影响后，发行人报告期内销售费用率分别为 8.66%、4.28%、4.59%、2.98%，与同行业可比公司差异明显减小，其中，发行人与昌红科技 2020 年度至 2022 年 1-6 月销售费用率较为接近，2022 年 1-6 月销售费用率略低于海泰科。

②发行人注塑业务占比与同行业可比公司相比较小

一般而言，注塑业务由于批量化向客户供货，客户相对较为集中，且由于注塑业务无相关售后服务费，因此注塑业务需要的业务人员、售后服务人员较少，注塑业务销售费用较小。报告期内，发行人与同行业可比公司注塑业务占比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
昌红科技	56.24%	55.45%	44.56%	70.00%
横河精密	75.15%	87.61%	84.17%	88.16%
上海亚虹	55.63%	57.75%	57.56%	56.30%
海泰科	17.27%	14.92%	7.98%	0.13%
肇民科技	90.39%	93.59%	92.29%	91.56%
金富科技	89.64%	100.00%	100.00%	100.00%
唯科科技	52.93%	52.86%	50.32%	54.38%
可比公司注塑业务平均规模占比	62.46%	66.03%	62.41%	65.79%
麦士德福注塑业务规模占比	40.20%	38.10%	38.67%	30.57%

如上表所示，报告期内发行人同行业可比公司注塑业务平均规模占比均在 60%以上，明显高于发行人注塑业务规模占比，因此同行业可比公司需要的业务

人员、售后人员较少，销售费用一般相对较低。而热流道、模具为定制化产品，客户相对分散，公司需要提供较多的售后服务，因此销售费用率较高，并且热流道作为模具重要零部件，使用过程中长期处于高温、腐蚀等条件，更容易损坏，与模具业务相比需要更高的售后维护。

③模具产品差异

发行人与同行业可比公司模具应用领域不尽相同，导致业务售后服务费存在差异。报告期内，发行人与同行业可比公司模具业务售后服务费情况如下：

单位：万元

可比公司	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
海泰科	263.80	1.51%	729.90	1.46%	654.81	1.57%	509.69	1.50%
横河精密	-	-	173.63	3.10%	226.79	2.99%	-	1.67%
唯科科技	140.19	1.48%	471.15	2.56%	347.79	1.96%	310.83	1.70%
行业平均	134.66	0.99%	371.78	2.37%	349.57	2.17%	323.79	1.62%
发行人	67.78	1.44%	438.81	3.62%	367.92	3.68%	293.00	2.91%

注：同行业公司未单独披露模具业务售后服务费，但由于注塑制品一般无售后服务费或金额极低，售后服务费主要来自模具业务，因此上表中“比例”为同行业公司披露的售后服务费金额/模具业务收入；除海泰科、横河精密、唯科科技外，其余公司未单独披露售后服务费金额。

如上表所示，发行人模具售后服务费率高于同行业可比公司平均水平，主要系发行人模具主要应用在食品和日化包装、电子雾化器等领域，该领域产品体积很小，生产过程需要大批量、高效率生产，模具的使用频次和使用寿命要求较高，需要更多的维修保养工作。而上述同行业可比公司模具业务主要集中于汽车、高端厨卫、家用电器等领域，该类模具在生产过程中使用频率较少导致损耗较少，因此与发行人相比售后维护费用率较低。

由于发行人产品结构差异及产品特性，导致发行人售后及技术服务人员较多。报告期内，发行人各期末售后及技术服务人员数量分别为 70 人、52 人、76 人和 83 人，占销售人员比重分别为 47.30%、50.98%、50.33%和 52.87%，使得发行人销售人员占比、销售费用率明显高于同行业可比公司。

综上所述，销售人员数量以及销售费用率均高于同行业可比公司，主要系产品结构差异及产品特性导致，具有合理性。

（三）结合公司热流道、精密注塑模具以及注塑制品的技术水平以及行业地位进一步说明报告期内研发费用波动的合理性

公司热流道、精密注塑模具和注塑制品均具有良好的行业地位。根据中国模具工业协会出具的证明，公司在行业内知名度较高、市场竞争力较强，技术水平达到细分行业先进水平。

发行人拥有的良好技术和市场地位，与多年来持续不断地研发投入密切相关。发行人研发项目根据产品具体应用领域的切实需求而展开，可以分为新领域产品研发、现有领域技术升级研发、制造工艺升级研发三大类。新领域产品研发指针对新客户的产品进行的研发，系取得新客户订单并在后续实现新业务大规模量产的必要阶段；现有领域技术升级研发指新产品开发完成后，根据客户后续具体需求变化、使用反馈等情况，发行人提升产品质量、丰富产品功能而开展的进一步研发，从而有利于提升发行人产品竞争力和客户服务水平；制造工艺升级研发主要系发行人为提升自动化、数字化、智能化制造水平而开展的工艺研发。报告期内发行人研发项目如下：

单位：万元

项目	研发投入金额	研发项目分类
2022 年 1-6 月		
高速成型瓶盖模具技术研发	86.16	现有领域技术升级研发
电子雾化器组件精密模具技术研究	61.09	现有领域技术升级研发
智能化生产车间智慧平台开发	113.11	制造工艺升级研发
新能源动力电池组件精密模具及热流道技术研究	97.11	新领域产品研发
大型智能家电塑件热流道成型关键技术研究	146.32	现有领域技术升级研发
可降解材料食品包装模具技术研究	169.15	现有领域技术升级研发
可穿戴设备关键部件精密成型热流道技术研究	168.78	现有领域技术升级研发
一种可以适用不同材料温度的开放式热咀的研发	47.65	现有领域技术升级研发
一体式阀针导向套及其制作的热咀结构研发	51.98	现有领域技术升级研发
一种用于高温料的针阀式热咀的研发	43.32	现有领域技术升级研发
一种多段且不同直径的加热保护连接装置的研发	34.65	现有领域技术升级研发
一种白色料、透明料专用针阀式热咀结构的研发	38.99	现有领域技术升级研发
合计	1,058.31	

项目	研发投入金额	研发项目分类
2021 年度		
高速成型瓶盖模具技术研发	296.32	现有领域技术升级研发
电子雾化器组件精密模具技术研究	366.35	现有领域技术升级研发
盖勺一体化新型奶粉高盖开发	238.22	现有领域技术升级研发
电子雾化器塑胶模具全热流道系统开发	364.44	现有领域技术升级研发
LED 光学透镜元件热流道成型关键技术研究	275.35	现有领域技术升级研发
智能化生产车间智慧平台开发	352.38	制造工艺升级研发
新能源动力电池组件精密模具及热流道技术研究	225.78	新领域产品研发
一种用于密集点位新型油缸	92.60	现有领域技术升级研发
一种半叠模式热流道系统	101.02	现有领域技术升级研发
一种高效换色热咀	75.76	现有领域技术升级研发
一种用于多种材料热咀	84.18	现有领域技术升级研发
一种高注塑压力开放式系统	67.35	现有领域技术升级研发
合计	2,539.75	
2020 年度		
冷制品包装产品开发及高速成型模具技术研究	171.58	现有领域技术升级研发
奶制品容器产品开发及高速成型模具研究	173.94	现有领域技术升级研发
精密电子元器件模具及热流道技术研究	194.91	现有领域技术升级研发
可互换精密瓶盖模具技术研究	194.01	现有领域技术升级研发
倒装热流道新技术开发	199.83	现有领域技术升级研发
塑料制品智能生产及智能检测系统开发	168.08	制造工艺升级研发
熔喷模具热流道技术研究	136.94	新领域产品研发
超多腔精密模具技术研究	135.01	现有领域技术升级研发
一种可调节大行程气缸的研发	59.32	现有领域技术升级研发
一种斜进胶连接结构的研发	98.85	现有领域技术升级研发
一种热咀导热结构的研发	51.41	现有领域技术升级研发
一种主热咀的研发	79.68	现有领域技术升级研发
一种多点密集系统的研发	106.17	现有领域技术升级研发
合计	1,769.73	
2019 年度		
新型单点式热流道热咀开发	216.67	现有领域技术升级研发
汽车饰件热流道新技术开发	197.21	现有领域技术升级研发

项目	研发投入金额	研发项目分类
电视胶框模具技术开发	248.08	现有领域技术升级研发
基于视觉塑胶瓶盖检测系统开发	269.08	制造工艺升级研发
基于 PCTG 精密模具及热流道系统开发	253.13	新领域产品研发
奶粉高盖产品及模具技术开发	204.80	新领域产品研发
5G 产品热流道成型技术研发	184.63	现有领域技术升级研发
一种控制注塑模具铲机分离式机构的研发	103.56	现有领域技术升级研发
一种镶件式主唧咀的研发	112.98	现有领域技术升级研发
一种隔热式针阀热咀的研发	136.51	现有领域技术升级研发
一种约束热流道钢管排布走向的管夹的研发	117.68	现有领域技术升级研发
合计	2,044.33	

根据上述研发项目类型划分，报告期内发行人研发费用变动如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
新领域产品研发	97.11	97.11	225.78	88.84	136.94	-320.99	457.93
现有领域技术升级研发	848.09	-209.55	1,961.59	496.88	1,464.71	147.39	1,317.32
制造工艺升级研发	113.11	-89.53	352.38	184.30	168.08	-101.00	269.08
合计	1,058.31	-201.97	2,539.75	770.02	1,769.73	-274.60	2,044.33

由上表所示，报告期内发行人各期实际研发需求不同导致当年研发投入有所波动，报告期内发行人研发费用分别为 2,044.34 万元、1,769.73 万元、2,539.75 万元和 1,058.31 万元，2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月较同期分别增长 -274.60 万元、770.02 万元和 -201.97 万元，具体分析如下：

2020 年度发行人研发费用较 2019 年度减少 274.60 万元，主要系当年新领域产品研发减少 320.99 万元导致；2019 年度发行人为拓展客户飞鹤的奶粉盖、麦克韦尔和合元科技的电子雾化器新领域注塑业务，分别开展了“奶粉高盖产品及模具技术开发”、“基于 PCTG 精密模具及热流道系统开发”研发项目，新产品的成功开发使 2020 年度上述领域注塑制品实现大规模销售收入；随着新产品开发完成，2020 年度发行人新产品开发较少，仅针对新增的口罩业务“熔喷模具热流道技术研究”项目展开了研发，但由于口罩业务规模较少，新产品开发投入亦较小。

2021 年度发行人研发费用较 2020 年度大幅增长 770.02 万元，主要原因如

下：1）新领域产品研发投入增加 88.84 万元，系发行人针对新能源电池塑料件领域开展了“新能源动力电池组件精密模具及热流道技术研究”研发项目，该业务于 2022 年开始实现一定规模的销售收入；2）现有领域技术升级研发投入增加 496.88 万元，系发行人进入电子雾化器领域时间较短，且该领域收入规模较大，为进一步提升该领域产品竞争力而开展了“电子雾化器组件精密模具技术研究”、“电子雾化器塑胶模具全热流道系统开发”研发项目；鉴于在其他领域技术相对成熟，发行人相应减少了其他领域的研发投入，上述综合导致当年产品升级研发投入增长 496.88 万元；3）制造工艺升级研发投入增加 184.30 万元，系随着食品安全监管以及电子雾化器行业监管政策趋严，客户对供应商产品交付的质量愈加重视，产品交付标准趋严亦增加了发行人产品加工、检测、包装等工作量，为减少退换货情况以及提升发行人智能制造水平，发行人启动了“智能化生产车间智慧平台开发”的研发项目，使当年该类型研发投入有所增长。

2022 年 1-6 月发行人研发项目较上年同期减少 201.97 万元，主要系发行人在电子雾化器领域采取稳健发展战略，相关业务研发投入亦有所减少，导致现有领域技术升级研发总投入较上年同期减少 209.55 万元。同时，由于 2022 年 1-6 月几个研发项目（“高速成型瓶盖模具技术研发”、“电子雾化器组件精密模具技术研究”、“智能化生产车间智慧平台开发”、“新能源动力电池组件精密模具及热流道技术研究”）系 2021 年末已取得阶段性进展的在研项目，2022 年 1-6 月研发投入相对较少。

综上，发行人研发投入系结合自身业务需求而发生，报告期内研发费用波动具有合理性。

（四）核查过程

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、了解费用报销相关内控制度，访谈相关人员，执行穿行测试，检查内部控制制度的建立是否健全，是否存在设计缺陷；执行内部控制测试，测试关键岗位的内部控制执行是否到位，内控执行是否存在缺陷。

2、获得公司报告期内销售费用、研发费用各明细项目，对报告期内销售费用和研发费用增减变动进行复核分析，分析各费用明细在报告期内变化的原因及合理性，并与营业收入变动情况进行匹配分析；

3、通过抽样检查，对公司销售费用和研发费用进行截止测试，检查原始资料，核实各期间费用的真实性、完整性；对公司报告期内大额项目、异常项目进行重点核查，并抽查合同、结算凭证、发票、付款单据等资料；

4、获取报告期各期公司员工花名册及工资表，统计各期分部门人数，查阅同行业可比公司的年报等资料，将其数据与公司进行对比，分析销售人员人数占比情况；

5、获取公司的销售合同，了解相关质量保证条款具体约定内容以及公司售后责任，核实公司产品质量保证相关会计处理的准确性；获取公司报告期各期的历史售后维护费的实际发生额，并进行核实检查；并查阅同行业可比上市公司对售后服务费的会计处理方式；

6、询问了公司业务部门人员，了解公司的销售模式；

7、走访公司主要客户，了解公司是否提供售后服务，是否存在产品质量纠纷；

8、核查公司报告期内的研发项目立项报告、立项审批文件、领料单、费用报销单、工资表、技术服务合同等资料文件，核查内控有效性；分析研发项目投入情况，访谈研发总监及财务负责人，分了解研发费用波动原因。

（四）核查结论

经核查，我们认为：

（1）报告期内发行人已充分、合理计提售后服务费，计提比例根据发行人的实际经营情况确定，会计处理符合《企业会计准则》相关要求，实际发生的售后服务费比例存在波动系产品特性和收入波动导致，具有合理性。

（2）报告期内发行人销售费用率与同行业可比公司相比较，主要系发行人与同行业可比公司的产品结构差异及产品特性导致，具有合理性。

（3）发行人拥有的良好技术和市场地位，与多年来持续不断地研发投入密切相关，发行人研发投入系结合自身业务需求而发生，报告期内研发费用波动具有合理性。

五、关于存货（第二轮审核问询函问题 14）

申报材料及首轮问询回复显示：

（1）报告期各期末，发行人在产品跌价准备余额分别为 860.54 万元、

1,108.58 万元和 314.26 万元，在产品的跌价金额较高主要系发行人注塑客户在下达注塑订单前通常会与发行人签订模具开发合同，发行人为获取注塑客户的后续订单，与注塑客户签订的注塑生产模具合同模具价格会略低，并根据在制模具的账面成本与可变现净值孰低的原则对部分模具计提了跌价准备。

(2) 2020 以及 2021 年度，保荐人分别针对发行人的存货盘点的监盘比例分别为 92.14%、100%；抽盘比例分别为 17.97%、78.22%。

请发行人以列表形式列示报告期内各期采用低价销售模具以获取后续订单模式所出售的模具情况（包括但不限于收入、成本、单价及单位成本、期末存货余额）以及注塑制品情况（包括但不限于收入、成本、单价及单位成本、期末存货余额），该模式下模具销售和注塑制品销售是否分别构成单项履约义务、相关会计处理是否符合准则规定及行业惯例，并结合上述模具所有权归属情况、各期末在产品情况、各期末在手订单情况等说明采用上述模式的商业合理性，存货跌价准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并请保荐人结合监盘人员情况说明 2020 年监盘比例较高而抽盘比例较低的原因，是否采取替代核查程序以保证期末存货金额的真实、准确、完整。

回复：

(一) 以列表形式列示报告期内各期采用低价销售模具以获取后续订单模式所出售的模具情况（包括但不限于收入、成本、单价及单位成本、期末存货余额）以及注塑制品情况（包括但不限于收入、成本、单价及单位成本、期末存货余额）

报告期内，公司以低价销售模具以获取后续注塑订单模式的客户为麦克韦尔和合元科技，各期涉及的模具及注塑销售情况如下：

单位：万元、万元/套、元/件

期间	客户名称	模具					
		确认收入金额	成本金额	单价	单位成本	期末存货余额	毛利
2022 年 1-6 月	麦克韦尔	386.90	395.22	17.59	17.96	135.75	-8.32
	合元科技	30.29	18.62	7.57	4.66	41.73	11.67
2021 年 度	麦克韦尔	483.01	744.34	15.09	23.26	523.21	-261.33
	合元科技	557.24	668.62	11.37	13.65	46.09	-111.39

期间	客户名称	模具					
		确认收入金额	成本金额	单价	单位成本	期末存货余额	毛利
2020 年度	麦克韦尔	66.19	127.39	8.22	15.92	32.75	-61.20
	合元科技	102.67	104.44	17.11	17.41	819.51	-1.77
2019 年度	麦克韦尔	355.47	245.39	21.96	15.34	-	110.08
	合元科技	100.00	53.73	14.29	7.68	146.24	46.27
小计	麦克韦尔	1,291.57	1,512.34	16.56	19.39	691.71	-220.77
	合元科技	790.20	845.41	11.97	12.81	1,053.57	-55.21
期间	客户名称	注塑					毛利
		确认收入金额	成本金额	单价	单位成本	期末存货余额	
2022 年 1-6 月	麦克韦尔	360.32	359.81	0.23	0.23	147.53	0.51
	合元科技	1,493.02	1,450.95	0.13	0.13	88.33	42.07
2021 年度	麦克韦尔	2,689.71	2,663.76	0.17	0.17	192.51	25.95
	合元科技	3,281.30	3,199.90	0.15	0.15	215.12	81.40
2020 年度	麦克韦尔	3,500.38	2,647.98	0.18	0.14	211.90	852.40
	合元科技	1,713.18	1,301.39	0.12	0.09	79.81	411.79
2019 年度	麦克韦尔	1,170.62	916.05	0.18	0.14	163.12	254.57
	合元科技	271.27	185.73	0.09	0.06	16.03	85.54
小计	麦克韦尔	7,721.03	6,587.60	0.18	0.15	715.07	1,133.43
	合元科技	6,758.77	6,137.97	0.13	0.12	399.28	620.80

报告期内，发行人向麦克韦尔销售模具和注塑制品获取的毛利合计分别为-220.77 万元和 113.43 万元，合元科技销售模具和注塑制品获取的毛利合计分别为-55.21 万元和 620.80 万元。虽然模具整体毛利较低，部分年度毛利为负，但整体来看注塑制品的毛利贡献已弥补模具的低毛利水平，上述策略性模具订单取得了一定收益，因此，发行人为后续注塑业务深度合作，对前期模具业务作出相应的价款让步具有商业合理性。

报告期各期末，公司对模具进行减值测试，并根据在制模具的账面成本与可变现净值孰低的原则对模具计提跌价准备。由于麦克韦尔和合元科技签订的部分模具合同模具价格会略低于实际开发成本，公司报告期各期末对该部分模具均进行减值测试时并未考虑注塑制品的潜在毛利贡献，因此，公司在产品的跌价金额较高。

（二）该模式下模具销售和注塑制品销售是否分别构成单项履约义务、相关会计处理是否符合准则规定及行业惯例

1、注塑分摊模式下模具销售和注塑制品销售是否分别构成单项履约义务

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）第十条规定：企业向客户承诺的商品同时满足下列条件的，应当作为可明确区分商品：

（1）客户能够从该商品本身或从该商品与其他易于获得资源一起使用中受益；

（2）企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺可单独区分。

以低价模具获取注塑订单的合作模式下，发行人和麦克韦尔、合元科技分别独立签订模具销售合同与注塑制品销售合同，相关商品可单独完成控制权的转移，不存在一揽子交易情况，故分别构成单项履约义务。

2、相关会计处理是否符合准则规定及行业惯例。

报告期内，公司模具与注塑制品的具体收入确认方法如下：

2019 年度，在原收入准则下，公司于模具和注塑制品的风险报酬转移至客户后，分别确认模具和注塑制品的收入，符合当时《企业会计准则》的规定。2020 年起，在新收入准则下，公司对销售合同或订单进行评估，识别合同或订单中包含的履约义务。模具和注塑制品能分别作为可明确区分商品，且客户能单独从该模具或注塑产品本身中受益：（1）精密注塑模具：根据销售合同或客户发送的订单，公司组织模具的生产及自检完成后，客户对模具或试模样品进行验收，验收合格后，公司将模具移交客户并确认收入或公司将模具出库并办理出口报关手续后，确认收入。（2）注塑制品：根据销售合同或客户发送的订单，公司在注塑制品生产完成后，将货物运送至客户指定地点经客户签收并确认合格后，或出库并办理出口报关手续后，确认收入。

与公司具有类似业务的同行业上市公司唯科科技在其招股说明书中披露了其“为取得主要客户盈趣科技更多的注塑制品批量订单，在模具价格方面给予一定优惠，及对主要客户博格步集团注塑模具的策略性接单较多”（注：盈趣科技为唯科科技电子烟业务客户），但未查询到详细披露信息，其他同行业可比公司未披露其新进入行业领域时的竞争策略。公司采用低价策略开发精密注塑模具，系为了后续注塑业务深度合作而前期模具业务作出相应的价款让步，具有商业合

理性，与唯科科技上述策略不存在明显差异，符合行业惯例。

综上，该模式下模具销售和注塑制品销售分别构成单项履约义务，相关会计处理符合准则规定及行业惯例。

（三）上述模具所有权归属情况、各期末在产品情况、各期末在手订单情况等说明采用上述模式的商业合理性，存货跌价准备计提的充分性

1、上述模具所有权归属情况、各期末在产品情况、各期末在手订单情况等说明采用上述模式的商业合理性

上述模具系应客户要求开发的商品模具，开发之前便对模具的具体价格进行了确认，生产和开发过程中属于公司存货，公司在存货中核算模具的开发成本，完工之后客户验收时单独确认模具销售收入，所有权归属于客户。各期末在产品情况如下：

单位：万元						
期间	客户名称	预计成本	在产品余额	跌价准备	期末模具在手订单	期末注塑在手订单
2022 年 1-6 月	麦克韦尔	138.56	135.75	30.79	117.96	11.88
	合元科技	42.69	41.73	16.23	29.94	296.20
2021 年度	麦克韦尔	528.45	523.21	85.85	482.48	21.69
	合元科技	46.09	46.09	28.46	47.13	445.03
2020 年度	麦克韦尔	32.75	32.75	7.60	131.24	351.87
	合元科技	883.86	819.51	423.01	509.03	394.16
2019 年度	麦克韦尔	-	-	-	-	218.89
	合元科技	265.86	146.24	115.26	78.58	51.99

公司与上述客户自报告期初开始合作，为其提供“模塑一体化”生产服务即公司为客户设计、开发并生产模具后，继续为其提供注塑制品的生产，报告期各期末公司上述模具在产品均有对应订单支持。

2019 年度，电子雾化器客户与公司合作处于初期合作阶段，买卖双方建立起初步信任关系，期末在产品金额主要为合元科技生产的在制模具 146.24 万元，当年末在手订单为 78.58 万元，期末对应计提了 115.26 万元存货跌价。

2020 年度，电子雾化器客户与公司合作进入深化阶段，随着市场需求的增加，双方之间有了更广泛的合作，客户为抢占市场份额向发行人下达了较多的模具订单，因此当年的在产品余额较大。麦克韦尔和合元科技的在产品模具金额分

别为 32.75 万元和 819.51 万元，当年末模具在手订单分别为 131.24 万元和 509.03 万元，当年末在制模具计提的跌价准备较高，分别为 7.60 万元和 423.01 万元。

2021 年度，随着电子烟行业相关监管政策的出台，下游行业市场受到影响，发行人在 2021 年下半年开始停止了电子雾化器领域业务的扩展，年末在产品模具和在手订单有所减少。麦克韦尔和合元科技的在产品模具金额分别为 523.21 万元和 46.09 万元，当年末模具在手订单分别为 482.48 万元和 47.13 万元，计提的跌价准备分别为 85.85 万元和 28.46 万元。

2022 年 1-6 月，发行人电子雾化器领域业务在产品模具金额分别为 135.75 万元和 41.73 万元，期末模具在手订单分别为 117.96 万元和 29.94 万元，计提的跌价准备分别为 30.79 万元和 16.23 万元。

公司与麦克韦尔、合元科技合作的发展历程与电子雾化器政策监管导向及市场整体发展过程较为一致，订单规模呈现先增后减趋势，而后趋于平稳。该模式下，电子雾化器客户得以节省部分前期开具模具的资金占用成本，而发行人在模具开发过程中收取一定的模具开发费用，减少经营风险，并在后续注塑制品的订单中获得利润。因此，双方采用此种合作模式具有商业合理性。

2、存货跌价准备计提的充分性

报告期内，发行人对上述低价模具充分计提了跌价准备，跌价准备计提的计算过程如下：

1) 2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	模具	合同金额(A)	在产品余额(B)	继续加工所需要发生的生产成本(C)	估计产品的销售费用(D)	估计产品的税费(E)	可变现净值 (F=A-C-D-E, 若 F<0, 则取 0)	应计提的跌价准备 (G=B-F, 若 G<0,则 取 0)
1	麦克韦尔	21212	77.88	85.19	-	4.78	0.65	72.44	12.75
2		21201	34.96	50.56	-	2.15	0.29	32.52	18.04
3	合元科技	21440	3.72	3.63	-	0.23	0.03	3.46	0.17
4		21441	4.87	4.81	-	0.30	0.04	4.53	0.28

序号	客户名称	模具	合同金额(A)	在产品余额(B)	继续加工所需要发生的生产成本(C)	估计产品的销售费用(D)	估计产品的税费(E)	可变现净值 (F=A-C-D-E, 若 F<0, 则取 0)	应计提的跌价准备 (G=B-F, 若 G<0,则 取 0)
5		21442	5.49	4.62	-	0.34	0.05	5.10	-
6		21443	7.43	22.69	-	0.46	0.06	6.91	15.78
7		21444	6.64	5.98	-	0.41	0.06	6.17	-
	合计		140.97	177.47	-	8.66	1.18	131.13	47.02

2) 2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	模具	合同金额(A)	在产品余额(B)	继续加工所需要发生的生产成本(C)	估计产品的销售费用(D)	估计产品的税费(E)	可变现净值 (F=A-C-D-E, 若 F<0, 则取 0)	应计提的跌价准备 (G=B-F, 若 G<0,则 取 0)
1	麦克韦尔	21150	34.96	37.21	-	2.24	0.25	32.47	4.74
2		21151	34.96	34.68	-	2.24	0.25	32.47	2.21
3		21152	34.96	33.71	-	2.24	0.25	32.47	1.25
4		21153	34.96	32.37	-	2.24	0.25	32.47	-
5		21154	33.63	37.55	-	2.16	0.24	31.23	6.32
6		21155	33.63	41.00	-	2.16	0.24	31.23	9.77
7		21156	32.74	32.20	-	2.10	0.23	30.41	1.79
8		21157	34.96	46.22	-	2.24	0.25	32.47	13.76
9		21188	34.96	30.09	-	2.24	0.25	32.47	-
10		21189	34.96	29.46	-	2.24	0.25	32.47	-
11		21201	34.96	49.81	-	2.24	0.25	32.47	17.35
12		21212	77.88	84.12	-	5.00	0.55	72.33	11.80
13		21305	6.73	11.79	-	0.43	0.05	6.25	5.55
14		21306	5.31	1.90	3.90	0.34	0.04	1.03	0.87
15		21309	4.96	3.66	1.34	0.32	0.04	3.27	0.40
16		21310	3.36	3.73	-	0.22	0.02	3.12	0.61
17		21311	4.60	13.71	-	0.30	0.03	4.27	9.43
18	合元科	21299	6.73	13.25	-	0.43	0.05	6.25	7.01

序号	客户名称	模具	合同金额(A)	在产品余额(B)	继续加工所需要发生的生产成本(C)	估计产品的销售费用(D)	估计产品的税费(E)	可变现净值 (F=A-C-D-E, 若 F<0, 则取 0)	应计提的跌价准备 (G=B-F, 若 G<0,则 取 0)
19	技	21300	3.72	10.75	-	0.24	0.03	3.45	7.30
20		21301	4.27	15.45	-	0.27	0.03	3.97	11.48
21		21302	4.27	6.64	-	0.27	0.03	3.97	2.67
	合计		501.51	569.31	5.24	32.20	3.56	460.51	114.31

3) 2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	模具	合同金额(A)	在产品余额(B)	继续加工所需要发生的生产成本(C)	估计产品的销售费用(D)	估计产品的税费(E)	可变现净值 (F=A-C-D-E, 若 F<0, 则取 0)	应计提的跌价准备 (G=B-F, 若 G<0,则 取 0)
1	麦克 韦尔	P&CC201 57	13.72	14.10	-	1.03	0.11	12.58	1.52
2		P&CC201 58	13.72	18.65	-	1.03	0.11	12.58	6.08
3	合元 科技	P&CC193 76	8.14	15.54	0.09	0.61	0.07	7.38	8.17
4		P&CC193 77	7.08	14.58	0.08	0.53	0.06	6.41	8.17
5		P&CC194 13	7.08	66.09	0.71	0.53	0.06	5.78	60.32
6		P&CC194 14	6.11	22.82	2.66	0.46	0.05	2.94	19.87
7		P&CC194 15	6.19	30.43	0.82	0.46	0.05	4.86	25.57
8		P&CC201 83	7.35	34.28	4.26	0.55	0.06	2.48	31.81
9		P&CC201 90	15.22	28.55	0.20	1.14	0.12	13.76	14.79
10		P&CC201 91	11.50	23.88	1.47	0.86	0.09	9.08	14.81
11		P&CC201 92	13.27	16.68	0.39	1.00	0.11	11.79	4.90
12		P&CC201 98	13.27	31.83	3.76	1.00	0.11	8.41	23.42
13		P&CC201 99	15.22	21.64	0.14	1.14	0.12	13.82	7.82
14		P&CC202 31	15.22	14.93	0.09	1.14	0.12	13.86	1.06
15		P&CC202 32	15.22	26.29	20.22	1.14	0.12	-	26.29

序号	客户名称	模具	合同金额(A)	在产品余额(B)	继续加工所需要发生的生产成本(C)	估计产品的销售费用(D)	估计产品的税费(E)	可变现净值 (F=A-C-D-E, 若 F<0, 则取 0)	应计提的跌价准备 (G=B-F, 若 G<0,则 取 0)
16		P&CC202 41	7.35	20.05	0.39	0.55	0.06	6.35	13.70
17		P&CC202 51	7.35	17.90	0.26	0.55	0.06	6.47	11.43
18		P&CC202 53	13.63	35.80	3.25	1.02	0.11	9.25	26.55
19		P&CC202 54	13.98	26.62	2.28	1.05	0.11	10.54	16.08
20		P&CC202 77	7.35	19.47	0.04	0.55	0.06	6.69	12.77
21		P&CC202 78	28.32	25.61	0.22	2.12	0.23	25.75	-
22		P&CC202 79	11.50	15.58	3.15	0.86	0.09	7.40	8.19
23		P&CC202 80	13.27	16.93	0.09	1.00	0.11	12.08	4.85
24		P&CC202 81	28.32	25.08	0.21	2.12	0.23	25.76	-
25		P&CC202 82	28.32	23.82	0.44	2.12	0.23	25.52	-
26		P&CC202 83	28.32	37.06	1.36	2.12	0.23	24.61	12.45
27		P&CC202 84	11.50	12.99	-	0.86	0.09	10.55	2.44
28		P&CC202 85	13.27	12.80	0.35	1.00	0.11	11.82	0.98
29		P&CC202 86	13.27	13.21	0.49	1.00	0.11	11.68	1.53
30		P&CC202 88	28.32	27.43	1.26	2.12	0.23	24.71	2.72
31		P&CC202 89	11.50	12.35	0.79	0.86	0.09	9.76	2.60
32		P&CC202 90	13.27	11.53	0.75	1.00	0.11	11.43	0.11
33		P&CC204 37	3.54	1.12	1.55	0.27	0.03	1.70	-
34		P&CC204 38	-	0.74	1.03	-	-	-	0.74
35		P&CC203 23	6.81	9.55	5.16	0.51	0.05	1.09	8.46
36		P&CC203 24	3.54	6.80	0.09	0.27	0.03	3.16	3.64
37		P&CC203 25	3.54	5.23	-	0.27	0.03	3.25	1.99
38		P&CC203 27	7.08	14.52	2.38	0.53	0.06	4.11	10.41
39		P&CC203 28	7.08	13.61	1.77	0.53	0.06	4.72	8.89

序号	客户名称	模具	合同金额(A)	在产品余额(B)	继续加工所需要发生的生产成本(C)	估计产品的销售费用(D)	估计产品的税费(E)	可变现净值 (F=A-C-D-E, 若 F<0, 则取 0)	应计提的跌价准备 (G=B-F, 若 G<0,则 取 0)
40		P&CC203 29	7.08	13.39	0.11	0.53	0.06	6.39	7.00
41		P&CC203 30	7.08	14.01	0.10	0.53	0.06	6.39	7.62
42		P&CC203 31	13.27	16.41	-	1.00	0.11	12.17	4.24
43		P&CC203 32	13.27	17.18	1.61	1.00	0.11	10.56	6.62
44		P&CC203 39	12.39	3.80	-	0.93	0.10	11.36	-
45		P&CC204 15	2.65	1.38	0.47	0.20	0.02	1.97	-
	合计		534.51	852.28	64.48	40.09	4.28	432.96	430.59

4) 2019 年度

序号	客户名称	模具	合同金额(A)	在产品余额(B)	继续加工所需要发生的生产成本(C)	估计产品的销售费用(D)	估计产品的税费(E)	可变现净值 (F=A-C-D-E, 若 F<0, 则取 0)	应计提的跌价准备 (G=B-F, 若 G<0,则 取 0)
1	合元科技	P&CC1922 5	8.85	32.07	19.95	0.77	0.07	-	32.07
2		P&CC1922 6	16.37	32.85	4.09	1.43	0.12	10.73	22.12
3		P&CC1922 7	15.04	12.99	0.74	1.31	0.11	12.88	0.12
4		P&CC1935 8	3.72	6.71	2.79	0.32	0.03	0.57	6.14
5		P&CC1937 6	8.14	12.89	2.65	0.71	0.06	4.72	8.17
6		P&CC1937 7	7.08	10.26	4.33	0.62	0.05	2.08	8.17
7		P&CC1941 3	7.08	17.50	49.31	0.62	0.05	-	17.50
8		P&CC1941 4	6.11	11.06	14.41	0.53	0.05	-	11.06
9		P&CC1941 5	6.19	9.91	21.33	0.54	0.05	-	9.91
	合计		78.58	146.25	119.61	6.85	0.59	30.98	115.26

注：1、公司在对模具进行报价时会根据模具的设计图纸、参数等要求进行成本测算，对每一套模具均有预计生产成本。因此继续加工所需要发生的生产成本=预计生产成本-已发生的生产成本；

2、估计产品的销售费用=当期模具业务所产生的销售费用/当期模具业务营业收入*该模具销

售价格；

3、估计产品的税费=当期的税金及附加/营业收入*销售价格。

报告期各期末，公司对上述模具进行减值测试，结合模具生产状态、已发生成本、预估发生的成本，并结合订单售价情况和相关销售费用率，确定在制模具的可变现净值，逐一核对所有处于在制模具是否存在减值迹象。公司在报告期各期末谨慎评估在制生产模具的生产状态和未来将要发生的成本，充分计提相关存货跌价准备。

截至报告期末，发行人该类模具数量和金额较少，且发行人已对电子雾化器业务进行了战略调整，2021年下半年以来基本不再接受类似低价模具开发订单，以进一步控制经营风险。

（四）核查过程

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期各期模具、注塑制品的销售成本明细表，分析对应收入、成本、单价情况。获取报告期各期末在制模具清单，注塑制品的库存商品明细。

2、查阅公司模具开发合同的具体条款，访谈公司生产部门人员了解模具的实物转移情况，复核公司模具收入确认方法的合理性。查询同行业公司模具收入确认的会计处理方法并与公司会计处理进行比较。

3、查询模具合同中对模具所有权归属情况的约定，向公司主要人员了解报告期各期末在产品情况、各期末在手订单情况，并获取各期末在手订单明细；了解公司存货减值的测试方法及存货跌价准备计提政策，检查存货跌价计提依据和方法是否合理，复核存货跌价准备计提的充分性。

（五）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司采用低价销售模具以获取后续注塑制品订单的合作模式具有商业合理性。

2、公司在该模式下分别签订模具销售合同与注塑制品销售合同，其条款可明确区分为模具和注塑制品两类商品的承诺，分别构成单项履约义务，相关会计处理符合行业惯例和《企业会计准则》规定。

3、上述模具生产和开发过程中属于公司存货，完工验收之后所有权归属于

客户，报告期各期末公司模具在手订单和在产品情况匹配，与电子雾化器政策监管导向及市场整体发展较为一致，报告期期末公司对上述模具进行减值测试，对于存在减值迹象的模具计提了充分的存货跌价准备。

六、关于长期待摊费用（第二轮审核问询函问题 15）

申报材料显示，报告期各期末，发行人长期待摊费用金额分别为 1,132.34 万元、2,523.06 万元和 3,767.83 万元。

请发行人结合报告期内各期长期待摊费用中模具费对应的模具数量、原值、使用状态、摊销情况等说明长期待摊费用-模具费是否存在减值风险，相关模具减值准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）报告期内各期长期待摊费用中模具费对应的模具数量、原值、使用状态、摊销情况，长期待摊费用中模具费是否存在减值风险，相关模具减值准备计提是否充分

报告期内，发行人各期长期待摊费用中模具费对应的模具可分为自制生产模具、注塑分摊模具，相关模具的数量、原值、摊销情况如下：

单位：万元						
期间	类型	期末数量 (套)	原值	累计摊销	减值准备	期末净值
2022 年 1-6 月	自制生产模具	71	2,431.42	1,236.80		1,194.62
	注塑分摊模具	71	2,305.16	875.00		1,430.15
	合计	142	4,736.58	2,111.80		2,624.77
2021 年度	自制生产模具	71	2,726.37	1,176.55		1,549.82
	注塑分摊模具	58	2,954.69	1,686.30		1,268.39
	合计	129	5,681.07	2,862.86		2,818.21
2020 年度	自制生产模具	42	2,326.67	1,147.70		1,178.98
	注塑分摊模具	16	897.86	423.09	60.78	413.99
	合计	58	3,224.54	1,570.79	60.78	1,592.97
2019 年度	自制生产模具	22	1,050.20	595.87		454.33
	注塑分摊模具	14	777.43	559.20	27.75	190.48
	合计	36	1,827.62	1,155.07	27.75	644.81

随着发行人注塑业务的发展，公司生产模具数量呈逐步上升的趋势。发行人大部分模具为报告期内新开发的模具，摊销期限均处于模具正常使用寿命范围内，不存在损耗严重或无法使用的情况，且对应的客户仍存在注塑订单的需求。报告期内，发行人上述模具使用状态如下：

单位：套、万元

期间	正常使用模具		跌价模具					
	期末数量	金额	期初数量	本期新增	本期减少	期末数量	计提减值前净额	减值准备
2022年1-6月	142	2,624.77	-	-	-	-	-	-
2021年度	129	2,818.21	3	-	3	-	-	-
2020年度	55	1,585.71	1	2	-	3	68.04	60.78
2019年度	35	641.30	1	-	-	1	31.26	27.75

发行人于各报告期末逐一复盘所有的生产模具，重点关注模具的使用状态、未来潜在订单情况，确认是否存在减值迹象，对于未来订单可能性较小的模具计提了减值准备。如上表所示，发行人大部分模具正常使用，存在少量模具跌价主要系个别客户因经营问题或项目终止等原因，导致相关的部分模具存在跌价风险，发行人已充分计提减值准备，具体情况如下：

2019年期末计提减值准备 27.75 万元，主要系发行人客户深圳市兆驰股份有限公司相关项目终止，且发行人就该套模具的款项支付问题未能达成一致意见，因此计提了减值准备 27.50 万元。2020 年新增 2 套注塑分摊模具减值，主要系发行人客户中新科技集团股份有限公司无新增注塑订单或潜在订单可能，因此计提了减值准备 33.03 万元。针对上述 3 套模具，发行人结合以往模具处理可回收价值，充分计提了减值准备，减值金额占减值前净额 90%左右，系模具还存在一定的处置价值。经沟通，上述模具对客户无利用价值，其不再支付模具剩余款项且放弃模具所有权，因此发行人对上述模具进行修改，并于 2021 年将修改后的模具销售给京东方数字科技有限公司，考虑后续改模费用（30.27 万元）以及减值准备，资产处置损益为 104.07 万元（计入非经常性损益）。

2021 年度及 2022 年 1-6 月，发行人不存在新增跌价生产模具情况。

综上，报告期内除上述少量闲置的模具已充分计提了资产减值准备外，其他生产模具均正常使用中，不存在减值风险。

（二）核查过程

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、了解与仓储管理相关的关键内部控制，评价内控设计的合理性，并通过内控测试确认相关内控措施是否得到执行以及内部控制的运行有效性。

2、访谈销售部门、模具部门和注塑部门相关人员，了解注塑分摊模具和自制生产模具的日常管理和盘点情况，以及模具目前的在手订单情况和客户未来潜在订单情况；

3、获取公司报告期各期末注塑分摊模具和自制生产模具盘点报告，检查公司是否按照相关制度进行模具管理和盘点；报告期末对发行人生产模具执行监盘程序，在监盘过程中关注模具是否存在损毁或长期未使用情况。

4、取得公司报告期内自制生产模和注塑分摊模的模具台账、模具摊销表，并复核自制生产模和注塑分摊模的摊销方法及摊销过程。

5、获取公司注塑产品销售后入明细及各期末在手订单明细、结合下游客户需求 and 潜在订单情况，分析模具是否存在减值。

6、访谈公司财务总监，了解公司注塑分摊模具和自制生产模具减值的测试方法及跌价准备计提政策，检查注塑分摊模具和自制生产模具跌价计提依据和方法是否合理，复核跌价准备计提是否正确。

7、走访了发行人主要客户，了解主要客户与发行人的合作情况，以及其未来是否与发行人继续保持合作。

（三）核查结论

经核查，我们认为：报告期内发行人仅存在少量的跌价模具，并已充分计提了资产减值准备，其他生产模具均正常使用中，不存在减值风险。

七、关于期后业绩（第二轮审核问询函问题 17）

申报文件显示，发行人预计 2022 年 1-6 月扣非后净利润为 2,003.37 万元，同比增长 23.69%。

请发行人：

（1）结合 2022 年 1-6 月每月收入波动情况，期后业务开展情况、宏观因素、汇率波动、原材料价格波动等因素说明对发行人业绩增长可持续性。

(2) 结合外贸环境、市场竞争、行业监管政策、2022 年业绩预计情况、在手订单及同比变动情况等，分析发行人的持续经营能力是否发生重大不利变化。

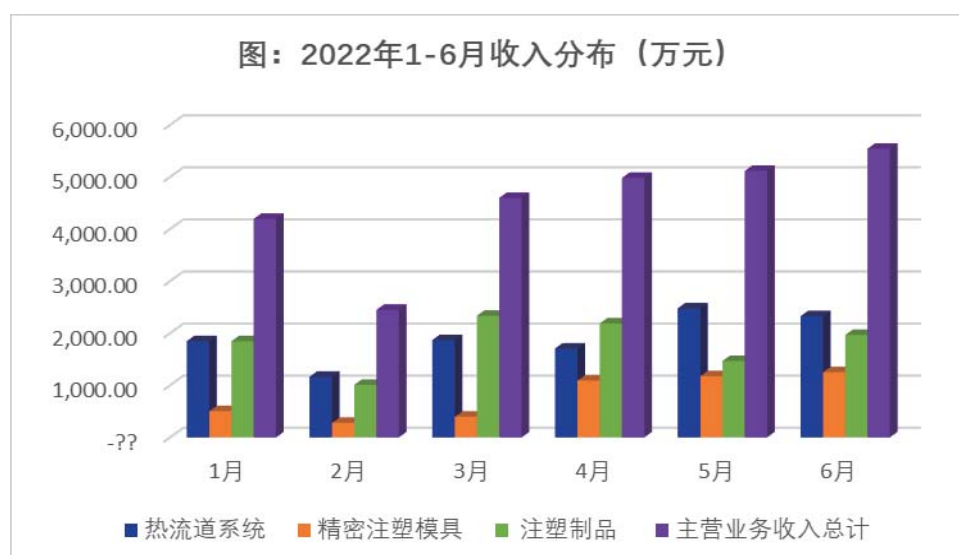
请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 结合 2022 年 1-6 月每月收入波动情况，期后业务开展情况、宏观因素、汇率波动、原材料价格波动等因素说明对发行人业绩增长可持续性

1、发行人 2022 年 1-6 月每月收入波动情况

2022 年 1-6 月发行人主营业务收入为 26,876.77 万元，较上年同期增长 3.99%。从每月的主营业务收入分布来看，除 2 月份受春节等因素影响主营业务收入偏低外，其余月份主营业务收入总体波动较小，且呈略有增长趋势。



2、期后业务开展情况

发行人审计截止日为 2022 年 6 月 30 日，审计截止日后发行人主要经营状况正常，经营模式、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项未发生重大变化。发行人与报告期内的主要客户仍保持较为稳定的合作关系，所处行业和下游市场保持的良性发展。发行人以 2022 年 1-10 月经营情况为基础，结合目前经营和市场拓展情况编制了 2022 年度盈利预测报告，2022 年 1-10 月发行人经营业绩及 2022 年全年业绩预测如下：

(1) 2022 年 1-10 月发行人业绩情况

2022 年 1-10 月发行人业绩情况如下（未经审计）：

单位：万元

项目	2022 年 1-10 月	2021 年 1-10 月	增长额	增长率
营业收入	45,537.61	40,946.05	4,591.56	11.21%
营业毛利	13,854.29	11,639.63	2,214.66	19.03%
归属于母公司所有者的净利润	4,533.01	2,229.60	2,303.41	103.31%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,058.11	2,001.69	2,056.42	102.73%

2022 年 1-10 月发行人实现营业收入 45,537.61 万元，同比增长 11.21%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 4,058.11 万元，同比增长 102.73%。

(2) 2022 年度盈利预测情况

单位：万元

项目	2020 年度审定数	2021 年度审定数	2022 年度预测数
营业收入	44,038.43	51,905.67	55,061.80
营业成本	28,460.94	36,725.30	38,203.16
营业毛利	15,577.49	15,180.36	16,858.64
归属于母公司所有者的净利润	5,240.89	3,308.13	5,259.77
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,820.67	3,088.72	4,710.53

发行人预计 2022 年度实现营业收入 55,061.80 万元，预计扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 4,710.53 万元。2022 年度发行人扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较为接近 2020 年度业绩水平，较 2021 年度大幅增长 1,621.81 万元，主要系 2021 年度受多方面因素影响，当期利润水平较低导致。2021 年度发行人销售了较多负毛利的电子雾化器模具，以及注塑业务扩产而订单不及预期等因素对 2021 年业绩冲击较大。2021 年下半年开始发行人进行发展战略调整，停止了电子雾化器领域业务的扩张，退租了部分厂房和注塑机，使 2021 年度业绩不利影响因素逐渐在 2022 年度上半年基本消除，因此 2022 年度业绩开始大幅回升，较为接近 2020 年度业绩水平。

2020 年至 2022 年度（2022 年度数据为预测数，下同）主营业务收入、毛利、毛利率及扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2021 年度	2022 年度		
			预测数	较 2020 年 度变动	较 2021 年 度变动
一、主营业务收入	43,068.72	51,228.61	54,776.22	11,707.50	3,547.60
热流道	16,411.78	19,601.18	22,896.80	6,485.02	3,295.62
精密注塑模具	10,001.51	12,110.10	10,628.63	627.12	-1,481.47
注塑制品	16,655.43	19,517.33	21,250.79	4,595.36	1,733.46
二、主营业务毛利	14,992.10	15,010.35	16,717.04	1,724.94	1,706.69
热流道	7,860.44	9,871.49	11,055.66	3,195.22	1,184.17
精密注塑模具	3,957.86	3,935.34	4,370.25	412.39	434.91
注塑制品	3,173.80	1,203.52	1,291.13	-1,882.67	87.61
三、主营业务综合 毛利率	34.81%	29.30%	30.52%	-4.29%	1.22%
热流道	47.90%	50.36%	48.28%	0.38%	-2.08%
精密注塑模具	39.57%	32.50%	41.12%	1.55%	8.62%
注塑制品	19.06%	6.17%	6.08%	-12.98%	-0.09%
四、扣除非经常性 损益后归属于母公 司所有者的净利润	4,820.67	3,088.72	4,710.53	-110.14	1,621.81

公司预测的 2022 年度业绩大幅增长主要系主营业务毛利大幅增长所致，一方面发行人主营业务收入增长较快，2020 年度至 2022 年度主营业务收入复合增长率达到 12.78%，另一方面系主营业务综合毛利率略有提升。具体分析如下：

在热流道领域，2020 年度-2022 年度发行人热流道销售收入复合增长率达到 18.12%，销售收入增长较快导致热流道毛利提升明显。发行人热流道主要应用领域为汽车、家电和 IT 电子领域，近年来受汽车行业复苏、家电和 IT 电子行业稳定发展影响，以及发行人品牌提升，发行人热流道面临良好的发展机遇；另一方面，受宏观经济放缓影响，下游模具行业客户对热流道采购成本管控更为严格，而外资品牌热流道品牌溢价较高，发行人热流道价格优势和售后服务优势进一步凸显，有利于发行人进一步拓展市场。因此，近年来发行人热流道销售收入稳定增长，且该产品较高的毛利率有利于发行人业绩增长。

在精密注塑模具领域，发行人 2021 年度模具收入较高，主要系发行人当期销售了一批电子雾化器模具，销售收入为 1,073.30 万元，扣除该因素影响，2022 年度发行人模具收入总体保持稳定趋势。发行人根据电子烟雾化器市场的变化做

出了战略调整,2021年下半年基本不再接受电子雾化器亏损模具订单,因此2022年销售的电子雾化器模具较上年大幅减少,同时该部分模具在2021年末充分计提了跌价准备,使2022年度模具毛利率开始恢复至正常水平,全年精密注塑模具毛利率为41.12%。精密注塑模具毛利率提升导致2022年度精密注塑模具毛利较上年有所增长。

在注塑制品领域,发行人飞鹤、伊利等客户收入有所增长,以及在新能源电池塑料件领域拓展了瑞德丰客户,使当期注塑制品收入保持增长。另一方面,发行人2021年底和2022年退租了部分注塑业务厂房和注塑机,减少了固定开支,

以及经过发行人战略布局调整,2022年度下半年注塑制品业务毛利率(预计约8%-9%)较2022年度上半年、2021年下半年稳步提升。2022年度发行人注塑业务毛利率整体较低主要系:(1)发行人近年来为拓展注塑业务规模,开发了较多的生产模具,由于发行人模具摊销政策较为谨慎,其中自制生产模具按3年期限摊销,注塑分摊模具平均摊销时长更短,因此前期摊销费用较高,使得发行人2022年度制造费用中模具摊销费预计较2021年度增长约44.32%。(2)发行人虽然退租了部分场地和注塑机,但出于未来发展前景的良好预期,总体租赁厂房面积和租金、固定资产规模和生产人数规模均有所扩大,固定成本增长较为明显,但目前注塑业务规模仍较小,规模优势尚未充分体现,使得毛利率提升幅度有限。未来,随着发行人注塑规模的提升,营业收入的增长将带动边际贡献较快的提升,规模效应将使注塑业务毛利率得到进一步提高。

综上,发行人预测的2022年度业绩增长具有合理性。

3、宏观因素对发行人业绩的影响

发行人产品终端应用领域广泛,终端消费需求与宏观经济发展密切相关。整体而言,发行人具有良好的业绩韧性和风险抵御能力,宏观因素对发行人持续经营能力和未来经营业绩未构成重大不利影响,具体如下:

从采购端来看,发行人主要原材料为模具钢、塑胶粒子等大宗原材料,市场供应较为稳定。从销售端来看,发行人客户集中度较低,客户数量众多,地域分布广泛,且多数主要客户在多地设立了生产基地,2022年上半年至今,主要客户工厂大多正常生产。从生产端来看,2022年上半年至今,发行人深圳生产基地于2022年3月中旬停产约一周,昆山生产基地于2022年4月停产约1个月,2022

年上半年经营业绩因此受到一定影响，但发行人已快速恢复生产，因此宏观因素对发行人业绩未产生重大不利影响。

4、汇率波动对发行人业绩影响

报告期内发行人外销收入分别为 7,904.34 万元、8,601.79 万元、9,177.95 万元和 3,961.14 万元，占主营业务收入比例分别为 22.43%、19.97%、17.92%和 14.74%，外销收入占比总体较小。发行人在出口销售商品、采购进口原材料时一般使用美元、欧元等外币进行结算，外币币种兑人民币汇率受国内外经济政治等多重因素共同影响，呈现一定程度的波动。报告期内各期发行人汇兑损益金额（若为负数代表收益）分别为 33.53 万元、90.28 万元、-4.95 万元和 10.21 万元，汇兑损益对发行人业绩影响较小。

5、原材料价格波动对发行人业绩的影响

发行人主要产品原材料为塑胶粒子、模具钢等。塑胶粒子及模具钢属于价格波动频繁的大宗商品，对经济环境变化、石油及铁矿石价格等外部因素变动较为敏感，报告期内发行人塑胶粒子价格有所上涨，模具钢价格相对平稳，主要原材料采购价格波动对报告期经营业绩量化分析详见首轮问询回复“十、关于原材料采购与供应商”之“（九）量化分析主要原材料采购价格波动对发行人生产成本以及经营业绩的影响，说明发行人的应对措施，并充分披露相关风险。”之说明。截至本回复签署日，发行人原材料价格波动整体较小，原材料价格波动未对发行人业绩产生重大不利影响。

综上，公司 2022 年 1-6 月主营业务收入总体波动较小，且呈略有增长趋势。公司期后业务开展情况良好，宏观因素、汇率波动、原材料价格波动对公司业绩不存在重大不利影响。公司业绩增长具有可持续性，预计 2022 年度营业收入和净利润有所增长。

（二）结合外贸环境、市场竞争、行业监管政策、2022 年业绩预计情况、在手订单及同比变动情况等，分析发行人的持续经营能力是否发生重大不利变化

1、发行人外贸环境变化

发行人外销收入国家、地区分布较为广泛，外销收入主要国家包括印度、美国、迪拜、俄罗斯、澳大利亚、土耳其和阿联酋等，不存在对某一国家或地区存在销售依赖性的情形。报告期内发行人面临的外贸环境不利因素主要为中美贸易

摩擦，但由于发行人对美国客户的销售收入占比较低，中美贸易摩擦加征关税后对发行人经营业绩影响较小。

此外，2022 年 2 月俄乌冲突爆发，但由于发行人在乌克兰地区未开展业务，以及俄罗斯客户收入金额较小且较为稳定，预计俄乌冲突对发行人的业务开展和经营业绩影响较小。综上，截止本回复签署日，发行人外贸环境未发生重大不利变化。

2、发行人市场竞争情况变化

发行人所处各行业均为充分市场竞争的行业，截至本回复签署日，发行人所处行业未出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况，市场竞争情况未发生重大不利变化。

3、发行人行业监管政策变化

发行人所处行业为政策鼓励类行业，为加快中国制造业实力的提升和转型升级，近年来我国相继出台一系列鼓励政策，提升模具制造行业的自主创新能力和制造水平。随着中国“工业 4.0”的加速推进和《中国制造 2025》的提出，未来中国模具制造行业在红利政策的支持下，其技术实力和创新水平将会不断提高，未来发展前景良好。因此截至本回复签署日发行人所处行业监管政策未发生重大不利变化。

发行人主要上游行业为钢材及塑胶行业，下游终端行业覆盖范围较广，包括汽车、家电、IT 电子、食品和日化包装、医疗耗品、电子雾化器等领域，近年来我国居民收入水平和消费水平不断攀升，下游行业良性发展，市场需求稳定增长。报告期内除电子雾化器行业监管政策趋严，发行人其他上下游行业未发生重大不利变化。截至本回复签署日发行人所处行业上下游行业监管政策变化不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

4、发行人 2022 年业绩预计情况

详见本题之“(一)”之“2、期后业务开展情况”之回复。

5、在手订单及同比变动情况

发行人报告期各期末在手订单分别为 7,952.13 万元、8,581.60 万元、11,293.58 万元和 12,697.85 万元，在手订单保持持续增长的良好发展态势。

综上，发行人外贸环境、市场竞争、行业监管政策未发生重大不利变化，发

行人期后业绩、在手订单情况良好，持续经营能力未发生重大不利变化。

（三）中介机构核查过程及意见

1、核查过程

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

（1）获取了发行人销售收入明细表，分析每月收入波动情况；

（2）获取发行人编制的 2022 年 1-10 月财务报表、2022 年度盈利预测报告，复核盈利预测数据，分析盈利预测的合理性；

（3）访谈发行人销售和采购负责人、财务负责人等高级管理人员，了解宏观因素、汇率波动、原材料价格上涨对发行人业绩的影响，目前公司面临的外贸环境、市场竞争、行业监管及在手订单情况；

（4）复核发行人外销收入占比及汇兑损益数据，查询中国外汇交易中心人民币了解人民币汇率变动情况，分析汇率变动对发行人业绩的影响；

（5）获取发行人原材料采购明细表，查询原材料公开市场价格波动情况，测算原材料价格变动对公司业绩影响；

（6）查阅相关行业政策、行业新闻、行业学术杂志等，了解公司产品技术及行业发展状况、国际贸易环境以及行业监管政策变化情况，获取发行人销售订单情况，分析发行人持续经营能力。

2、核查意见

经核查，我们认为：

（1）发行人 2022 年 1-6 月主营业务收入总体波动较小，且呈略有增长趋势，宏观因素、汇率波动、原材料价格波动对发行人业绩不存在重大不利影响。发行人业绩增长具有可持续性，预计 2022 年度营业收入和净利润有所增长。

（2）发行人外贸环境、市场竞争、行业监管政策未发生重大不利变化，发行人期后业绩、在手订单情况良好，持续经营能力未发生重大不利变化。

专此说明，请予查核。

（以下无正文）

(本页无正文，为中勤万信会计师事务所(特殊普通合伙)《关于深圳市麦士德福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中有关财务事项的说明》之签章页)



中国注册会计师: 

2023 年 1 月 31 日

中国注册会计师: 