关于广东富强科技股份有限公司

首次公开发行股票并在主板上市申请文件

的审核问询函之回复报告

保荐人（主承销商）

中信证券股份有限公司

CITIC Securities Company Limited

（广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座）

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 7 月 18 日出具的《关于广东富强科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2023〕110125 号）（以下简称“问询函”）已收悉，广东富强科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“富强科技”或“公司”）会同中信证券股份有限公司（以下简称“保荐人”或“中信证券”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“天健会计师”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”或“中伦律师”）等相关方对问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明如下：

1、如无特别说明，本回复使用的简称与《广东富强科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同；

2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致；

3、为便于阅读，本回复不同内容字体如下：

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

目 录

目 录.....2
问题 1.关于主营业务与行业地位.....3
问题 2.关于第一大客户广汽集团.....72
问题 3.关于实际控制人认定及股权变动.....118
问题 4.关于历史沿革.....141
问题 5.关于公司治理及内部控制.....167
问题 6.关于董事、高级管理人员变动.....187
问题 7.关于合规经营.....193
问题 8.关于主营业务收入.....214
问题 9.关于模具销售.....272
问题 10.关于主营业务成本和采购.....306
问题 11.关于毛利率.....348
问题 12.关于期间费用.....372
问题 13.关于存货.....414
问题 14.关于主要流动资产.....450
问题 15.关于应付款项和偿债能力.....463
问题 16.关于其他事项.....489
问题 17.关于资金流水核查.....524
附：保荐人关于发行人回复的总体意见.....529

问题 1.关于主营业务与行业地位

申报材料显示：

（1）发行人主要从事汽车内外饰件研发、生产和销售业务，主要产品为门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等五大类产品，其中主要总成产品的市场占有率平均为 2%-4%。汽车内外饰件种类繁多，差异化较大，国内市场参与者众多，竞争格局相对分散。同行业可比公司主要产品类别与发行人存在一定差异。

（2）发行人采用直销模式，客户类型包括汽车整车厂与一级汽车零部件供应商。汽车内外饰件生产企业进入整车制造企业供应链前，需接受技术研发、质量保证、生产制造、成本控制等能力方面的考察，进入客户合格供应商名录并在客户存在项目采购需求时获得定点后，才能按照客户的生产计划安排生产交付。保荐工作报告显示，报告期内发行人对合并广汽本田及以穿透至终端客户合并计算的广汽系客户实现的销售收入占当期营业收入的比例分别为 92.04%、91.70%、94.58%。

（3）发行人竞争优势包括客户资源、技术研发、核心团队、生产设备和工艺、同步设计与开发、检测能力、模具自主开发设计与制造等方面。主要体现为发行人已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定的合作关系；拥有专利 91 项，其中发明专利 8 项；曾参与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车等客户多款车型内外饰件的同步开发设计工作，拥有丰富的设计经验；已通过国家 CNAS 实验室认证，可有效支持新项目开发中的检测需求，保证开发产品的质量可靠性等。

（4）发行人具备较高的市场知名度和行业认可度，具有行业代表性，主要体现在发行人为面向多家知名整车厂的一级汽车零部件供应商，配套多款热销车型；发行人为较早进入新能源领域内外饰件同步设计和产品配套的供应商；发行人多次荣获广汽本田“品质优秀奖”、广汽埃安“质量优胜奖”“优秀合作奖”、广汽乘用车“优秀供应商”等客户奖项。

请发行人：

（1）说明国内汽车零部件及汽车内外饰行业的产业链构成、细分领域及市

场容量、竞争格局、区域特征，国内主流汽车内外饰生产商主要产品及经营规模等情况；国内主要整车厂商对内外饰件的生产与采购模式，选择自主生产与对外采购的标准，自主生产与对外采购内外饰件的主要类型；与传统汽车相比，新能源汽车对发行人所处汽车内外饰行业在产品技术、工艺、配套效率等要求的主要差异。

（2）说明汽车整车厂客户、一级汽车零部件客户考察汽车内外饰行业相关供应商的具体方式、流程、一般淘汰率，纳入合格供应商名录后的定期考察机制、流程、频率，供应商名录更新的一般周期；进入合格供应商名录后至获得定点前需履行的程序，获得定点的比例；发行人目前已进入下游客户合格供应商名录、获得定点及量产规模情况。

（3）说明自成立以来主营业务、主要生产产品、主要客户变化情况；汽车内外饰件种类繁多，而报告期内发行人主要产品为五大类型的原因及商业合理性；结合竞争格局、区域特征、下游客户采购模式、同行业可比公司服务整车厂商数量与客户集中度情况等，说明发行人主要收入来自广汽系客户的原因及商业合理性；结合汽车行业需求与价格趋势、定点及量产规模、年降政策、产能、在手订单、技术与客户储备等说明发行人未来业绩稳定性，并完善相关风险提示。

（4）说明发行人已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定合作关系的具体含义及体现，前述表述与发行人报告期内主要收入来自广汽系客户的情况是否矛盾；发行人与同行业可比公司客户资源的对比情况，发行人客户资源竞争优势的具体体现。

（5）结合发行人核心技术、专利与同行业可比公司的对比优势，通过国家 CNAS 实验室认证对下游客户开发、体现技术能力等方面的作用，参与整车厂同步开发设计项目情况、具体内容、涉及的合作整车厂以及项目后期转化量产的情况等，进一步说明发行人具有竞争优势的具体体现。

（6）说明发行人主要荣获奖项由广汽系客户颁发的原因，广汽系以外客户颁发奖项情况，相关奖项对体现发行人市场知名度和行业认可度的具体意义；发行人与同行业可比公司进入新能源领域内外饰件同步设计和产品配套时点的

对比情况；发行人配套多款热销车型的出货量及相关车型市场占有率，发行人主要总成产品市场占有率平均为 2%-4%的合理性；结合前述分析进一步说明发行人具备较高的市场知名度和行业认可度的具体体现，相关表述是否准确、客观。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明国内汽车零部件及汽车内外饰行业的产业链构成、细分领域及市场容量、竞争格局、区域特征，国内主流汽车内外饰生产商主要产品及经营规模等情况；国内主要整车厂商对内外饰件的生产与采购模式，选择自主生产与对外采购的标准，自主生产与对外采购内外饰件的主要类型；与传统汽车相比，新能源汽车对发行人所处汽车内外饰行业在产品技术、工艺、配套效率等要求的主要差异。

1、国内汽车零部件及汽车内外饰行业的产业链构成、细分领域及市场容量、竞争格局、区域特征，国内主流汽车内外饰生产商主要产品及经营规模等情况

（1）国内汽车零部件及汽车内外饰行业的产业链构成、细分领域及市场容量、竞争格局、区域特征

1）国内汽车零部件及汽车内外饰行业的产业链构成

①汽车零部件的产业链

汽车零部件是构成汽车配件加工整体的各单元，包括金属结构件产品、注塑件产品等，是汽车产业链条的重要组成部分，也是汽车工业发展的基础。汽车零部件行业的上游为组装、安装零配件所用到的各种原材料，包括钢铁、有色金属、玻璃、橡胶、塑料、纺织品和电子元件等；中游为汽车零部件的生产制造环节；下游客户主要为汽车制造商、汽车维修店、4S 店和汽车零部件批发商等。整个产业链的构成使得汽车零部件制造业能够满足汽车生产和制造的需求，形成了一个相互依存、相互支持的生态系统。随着汽车产业的不断发展，国内的汽车零部件产业链也在不断壮大和完善。

②汽车内外饰的产业链

国内汽车内外饰产业链包括上游原材料、中游内外饰制造生产、下游汽车制造端三部分。其中，汽车内外饰的上游主要为塑料粒子，表皮、吸音棉、拉手等外购部件，精密注塑模具加工所需的模坯等材料，以及包装及周转材料等原材料供应商；产业链中游主要是汽车内外饰及所需精密注塑模具的研发生产；下游主要应用领域为汽车制造行业，主要包括乘用车和商用车等。

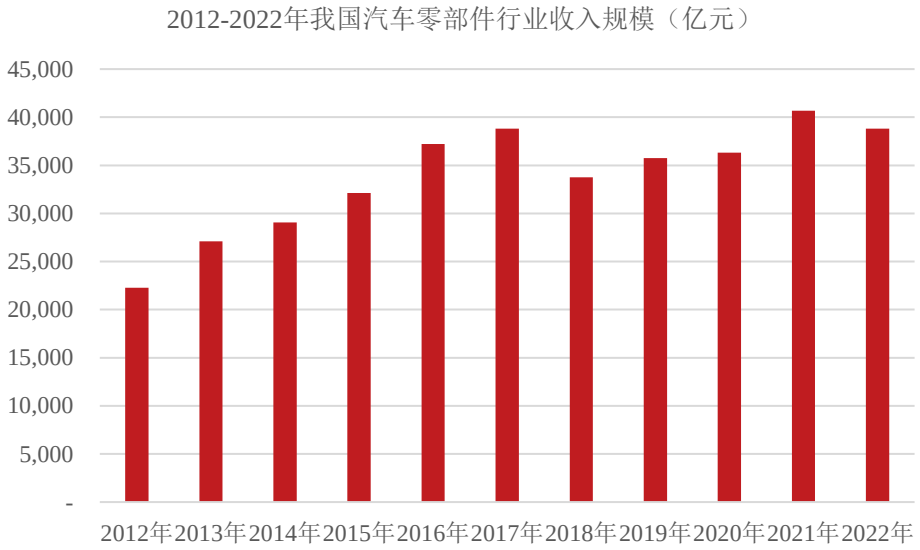
2）国内汽车零部件及汽车内外饰行业的细分领域及市场容量

①汽车零部件的细分领域及市场容量

以传统汽车为例，汽车零部件的细分领域按照用途和性质可分为车身系统、发动机系统、传动系统、转向系统、制动系统、行驶系统及电气系统等，汽车内外饰件为车身系统的主要构成之一，具体如下表所示：

细分领域	主要构成
车身系统	车身系统主要为内外饰件、车身壳体、车身附件、座椅和其他车身部件
发动机系统	发动机是汽车主要的动力提供系统，一般由曲柄连杆机构、配气机构、燃料供给系统、冷却系统、润滑系统、点火系统、启动系统等各子系统零部件组成
传动系统	传动系统一般由离合器、变速器、万向传动装置、主减速器、差速器和半轴等组成，其基本功用是将发动机发出的动力传给汽车的驱动车轮，产生驱动力，使汽车能在一定速度上行驶
转向系统	转向系统是用来改变或保持汽车行驶或倒退方向的一系列装置，主要包括转向机总成、转向盘、助力器、助力泵等
制动系统	制动系统是可使汽车行驶速度强制降低的一系列专门装置，主要包括制动器总成、液压制动泵、刹车片、刹车盘等
行驶系统	行驶系统由车架、车桥、车轮和悬架组成基本框架构成
电气系统	电气系统通常包括电源、点火、起动、信号照明、仪表和辅助电气装置等

国民经济的快速增长及城镇化进程的不断深化推动我国汽车工业迅猛发展，直接带动汽车零部件产品需求，促使我国汽车零部件行业取得长足进步。根据中国汽车工业协会及 Wind 统计，中国汽车零部件企业营业总收入从 2012 年的 22,267 亿元增长到 2022 年的 38,800 亿元。



数据来源：中国汽车工业协会、Wind

②汽车内外饰的细分领域及市场容量

车身系统是汽车零部件领域规模最大的细分市场之一，其中内外饰件作为影响汽车美观性、舒适性和驾乘体验的关键部件，是消费者最容易感知的汽车零部件之一，其涉及的产品众多。从市场容量上看，汽车内外饰的整体行业规模巨大。根据思瀚产业研究院的数据，2019 年全球汽车内外饰件市场规模约为 6,500 亿元，其中内饰市场约为 4,200 亿元，外饰市场规模约 2,300 亿元，我国汽车内外饰件市场规模约为 2,400 亿元。2019 年，我国汽车销量为 2,576.87 万辆，对应的汽车内外饰件单车价值量约为 9,300 元。若按此单车价值量测算，2022 年，我国汽车内外饰件市场空间约为 2,500 亿元。随着消费水平的提高，除了传统的安全需求，消费者在购买汽车时更多地关注舒适性和驾乘体验，汽车内外饰件行业也随之迎来迅猛发展。

汽车内外饰分为内饰件与外饰件，以塑料件为主，整体对车身系统起到一定装饰作用。另外，内饰件具有功能性，更强调舒适性；外饰件具有保护性，更强调安全性，二者均是车身系统的重要组成部分，通常统称为汽车内外饰。

其中，汽车内饰件是覆盖在汽车内部的装饰件，具备美观性的同时还承担着各种功能性。根据产品形态，汽车内饰件可分为硬内饰和软内饰。硬内饰件主要以注塑为核心工艺，主要产品包括门内饰板、主副仪表板和立柱护板等；软内饰产品主要包括遮阳板、顶棚和主地毯等。

汽车外饰件是通过螺栓或者卡扣连接在车身上的外部零件，起到对车辆的装饰和保护等功能，主要包括挡泥板、保险杠、雨刮盖板、机舱护板、格栅、轮眉等。

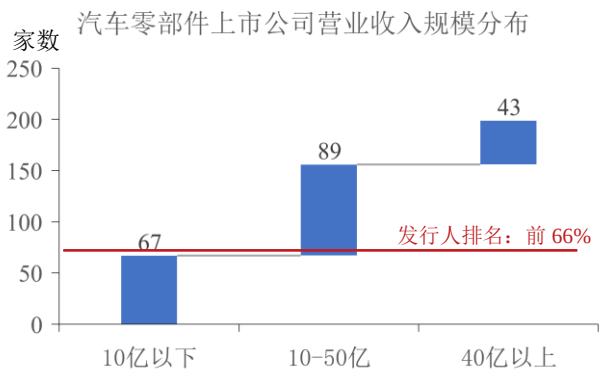
3）国内汽车零部件及汽车内外饰行业的竞争格局

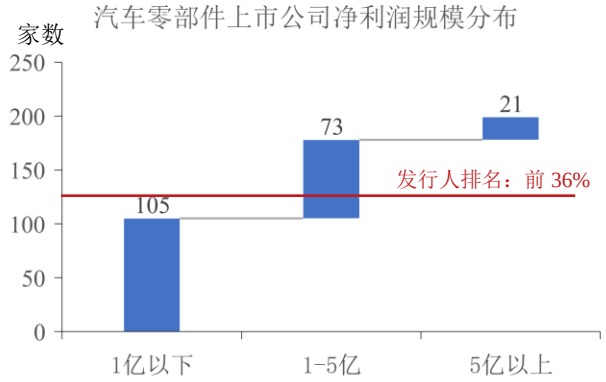
①汽车零部件行业的竞争格局

在汽车工业中，竞争的主要因素包括零部件产品技术、规模、类型、品质、成本和服务等综合因素。国内企业的成本优势和不断增长的需求吸引了众多国外汽车零部件企业在我国建立合资或独资公司，加剧了国内汽车零部件市场的竞争，同时也促进了我国汽车零部件行业的快速发展。

汽车零部件细分领域较多，涉及零部件种类繁多，市场容量较大。整体来看，我国的汽车零部件企业数量众多，各企业凭借自身在技术、品质、成本等各方面的优势在各个细分领域立足。根据 Wind 统计，国内上市的汽车零部件上市公司共有 199 家，2022 年，汽车零部件上市公司收入规模合计为 8,814.88 亿元，占国内汽车零部件市场空间的比例为 22.72%，其中收入规模在 10 亿元以下的上市公司有 67 家，在 10-50 亿元之间的上市公司有 89 家，在 50 亿元以上的上市公司有 43 家；净利润合计为 408.15 亿元，其中净利润规模在 1 亿元以下的上市公司有 105 家，在 1-5 亿元之间的上市公司有 73 家，在 5 亿元以上的上市公司有 21 家。2022 年，汽车零部件上市公司营业收入平均值为 44.30 亿元、中位值为 15.38 亿元；净利润平均值为 2.05 亿元、中位值为 0.92 亿元。

2022 年，发行人收入规模为 10.38 亿元，低于行业平均值，略低于行业中位值，处于前 66%水平；净利润为 1.29 亿元，低于行业平均值，高于行业中位值，处于前 36%水平。我国汽车零部件行业市场集中度偏低，竞争较为激烈，除少数细分领域的零部件企业凭借较强的综合实力占领了较大的整车配套市场份额外，大多数零部件企业的市场份额较低。



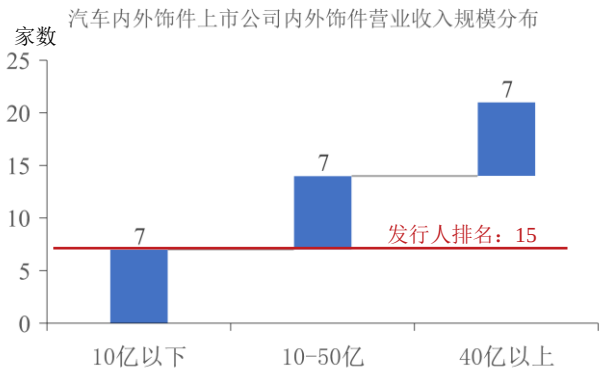


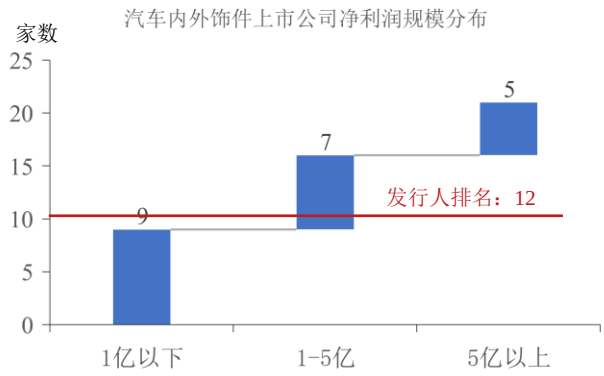
②汽车内外饰行业的竞争格局

作为汽车零部件行业的重要分支，我国汽车内外饰行业的竞争格局按供应商层次划分，一级供应商参与整车制造商关于内外饰件总成的开发设计并直接向整车制造商供应内外饰件总成系统，二、三级配套供应商通常为一级供应商提供相应内外饰件总成的部分配套产品。

内外饰件是车身系统的重要组成部分，由于产品种类繁多、功能各异、工艺繁杂，且工艺之间差别较大，单一企业难以布局所有细分产品，并在各个细分领域产品上建立起较高的护城河，导致行业参与者众多，市场竞争格局较为分散。根据 Wind 统计，国内汽车内外饰件上市公司共有 21 家，其中，2022 年，内外饰件收入规模在 10 亿元以下的上市公司有 8 家，在 10-50 亿元之间的上市公司有 6 家，在 50 亿元以上的上市公司有 7 家；净利润规模在 1 亿元以下的上市公司有 9 家，在 1-5 亿元之间的上市公司有 7 家，在 5 亿元以上的上市公司有 5 家。2022 年，汽车内外饰件上市公司内外饰件营业收入平均值为 131.19 亿元、中位值为 36.66 亿元；净利润平均值为 5.98 亿元、中位值为 1.65 亿元。

2022 年，发行人内外饰件收入规模为 10.38 亿元，低于行业平均值和中位值，排名第 15；净利润为 1.29 亿元，低于行业平均值，略低于行业中位值，排名第 12。

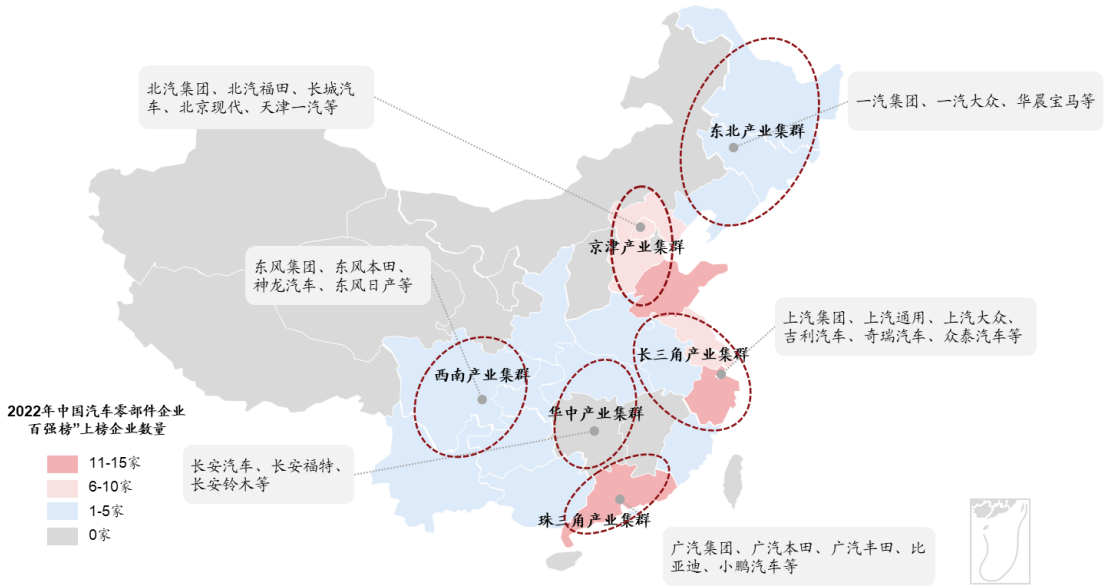




汽车内外饰件企业数量较多，行业竞争格局较为分散。在自主品牌乘用车市场，汽车制造商更多选择本土饰件产品；在合资、外资品牌乘用车市场，饰件产品多由合资饰件企业提供。随着本土饰件企业整体解决方案提供能力的逐步增强，部分领先企业也逐步进入合资、外资乘用车制造商的供应体系，有效提升本土饰件企业在行业中的市场份额。相较于下游行业稳定的竞争格局，汽车内外饰件行业整体呈现高度分散、集中度低的行业格局。随着汽车行业电动化和智能化的持续发展，国际零部件巨头开始剥离传统的内外饰件业务并将资源投向智能驾驶等新兴业务方向，行业的这一变化一方面为国内汽车内外饰件企业带来发展的机会，另一方面促使行业持续整合，市场份额趋于集中。

4）国内汽车零部件及汽车内外饰行业的区域特征

经过多年发展，我国已经形成了长三角地区、珠三角地区、东北地区、京津地区、华中地区、西南地区为主的六大汽车产业集群，六大区域及区域内主要汽车集团分布情况如下图：



根据国家统计局数据，2021 年以来，珠三角地区汽车产量在六大汽车产业集群中均排名前两位。2023 年 1-6 月，我国珠三角地区汽车产量为 231.47 万辆，占全国汽车产量的比例为 17.67%，在六大汽车产业集群排名第一位。

单位：万辆

产业带	2023 年 1-6 月			2022 年			2021 年			2020 年		
	排名	产量	占比	排名	产量	占比	排名	产量	占比	排名	产量	占比
珠三角地区	**1**	**231.47**	**17.67%**	**2**	**415.40**	**15.28%**	**2**	**338.46**	**12.89%**	**4**	**313.29**	**12.37%**
长三角地区	2	223.72	17.07%	1	521.80	19.20%	1	460.26	17.53%	1	430.32	16.99%
西南地区	3	151.61	11.57%	4	283.10	10.41%	6	278.53	10.61%	6	238.86	9.43%
华中地区	4	137.64	10.50%	5	271.20	9.98%	5	290.58	11.07%	5	303.01	11.96%
京津地区	5	130.58	9.97%	6	238.00	8.76%	3	319.52	12.17%	2	358.11	14.14%
东北地区	6	117.35	8.96%	3	300.50	11.06%	4	317.37	12.09%	3	347.63	13.73%

汽车产业集群化推动汽车产业链上下游集聚发展，相应形成了六大汽车零部件产业带，产业规模化、集群化等特征日趋突显。根据《中国汽车报》2022 年中国汽车零部件企业百强榜，数量排名前三的省份为浙江省、山东省和广东省，分别属于长三角地区、其他地区和珠三角地区。

汽车内外饰件作为汽车车身系统的重要组成部分，由于种类繁多、工艺繁杂，整车厂对于汽车内外饰件厂商的成本管控和服务响应能力有着特殊的要求，就近配套原则使得汽车内外饰件生产厂商围绕整车厂生产基地进行布局，从而亦呈现出显著的区域性特征。例如，常熟汽饰国内的生产基地主要布局在江苏常熟，就近配套奇瑞汽车、上汽通用、吉利汽车等集中于长三角区域的客户，长春、沈阳、北京等地的生产基地则主要配套一汽大众、华晨宝马、北京奔驰等东北及京津产业集群的客户；新泉股份生产基地亦主要布局在江苏，就近配套奇瑞汽车、上汽通用、吉利汽车等集中于长三角区域的客户，位于长春、北京的生产基地则就近配套包括一汽集团、北汽福田在内的东北及京津产业集群的客户。

（2）国内主流汽车内外饰生产商主要产品及经营规模等情况

单位：亿元

序号	公司名称及股票代码	上市时间	所属区域	主要产品	营业收入				净利润				内外饰收入	新能源业务收入	前五大客户占比	第一大客户占比	客户群体（2022年占比）
					2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2022年	2022年	2022年	2022年	
1	华域汽车600741.SH	1996-08-26	注册地位于上海市，属于长三角产业集群	主要产品包括内外饰件、金属成型和模具、功能件等，其中内外饰件产品包括汽车座椅、车灯、仪表板等	769.71	1,582.68	1,399.44	1,335.78	33.00	80.61	79.91	69.78	1,041.56	-	47.27%	-	以整车厂为主，主要包括上汽大众、上汽通用、一汽大众、长安福特、神龙汽车等
2	一汽富维600742.SH	1996-08-26	注册地位于吉林省长春市，属于东北产业集群	主要产品包括汽车内饰、保险杠、冲压件和车灯，其中汽车内外饰包括汽车内饰、保险杠等	92.59	199.72	205.37	195.20	3.48	8.26	9.76	9.69	163.60	-	88.61%	55.69%	以整车厂为主，主要包括一汽大众（55.69%）、丰田、沃尔沃、奔驰等
3	宁波华翔002048.SZ	2005-06-03	注册地位于浙江省宁波市，属于长三角产业集群	主要产品包括装饰条、内外饰件、车身金属件等，其中内外饰件产品包括仪表板、门板、立柱等	102.10	196.26	175.88	168.92	7.09	13.38	15.21	11.28	121.82	35.39	46.65%	31.91%	以整车厂为主，主要包括大众（31.91%）、T车厂（4.08%）、奔驰（4.06%）、丰田（3.91%）、南昌江铃（2.69%）等
4	申达股份600626.SH	1993-01-07	注册地位于上海市，属于长三角产业集群	主要产品包括汽车内饰及声学元件，其中内外饰件产品包括内饰部件、后备箱饰件、包装托盘等	55.73	112.44	105.50	108.24	-2.10	-2.54	-0.69	-9.75	75.49	-	45.98%	-	以整车厂为主，主要包括通用、福特、捷豹路虎、戴姆勒、斯特兰蒂斯等
5	模塑科技000700.SZ	1997-02-28	注册地位于江苏省江阴市，属于长三角产业集群	主要产品包括保险杠、防擦条、门槛、轮眉等汽车内外饰件	38.79	76.64	73.90	61.02	2.25	5.02	-1.96	-0.06	63.39	17.01	62.86%	23.26%	以整车厂为主，主要包括宝马、北京奔驰、特斯拉、上汽通用、上汽大众等

序号	公司名称及股票代码	上市时间	所属区域	主要产品	营业收入				净利润				内外饰收入	新能源业务收入	前五大客户占比	第一大客户占比	客户群体（2022年占比）
					2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2022年	2022年	2022年	2022年	
6	继峰股份603997.SH	2015-03-02	注册地位于浙江省宁波市，属于长三角产业集群	主要产品包括座椅、头枕、座椅扶手、中控等汽车内外饰件	104.36	179.67	168.32	157.33	0.86	-14.63	1.26	-3.40	60.64	-	34.50%	-	以整车厂为主，主要包括奥迪、宝马、菲亚特克莱斯勒、戴姆勒、捷豹路虎、保时捷等国外主流厂商，以及一汽、上汽、东风、长城、红旗等国内汽车企业
7	**新泉股份603179.SH**	2017-03-17	注册地位于江苏省镇江市，属于长三角产业集群	主要产品包括仪表板总成、门内护板总成等汽车内外饰件	46.32	69.47	46.13	36.80	3.76	4.73	2.86	2.57	60.25	-	76.95%	26.49%	以整车厂为主，主要包括吉利汽车、奇瑞汽车、上汽集团、北汽福田、一汽集团、比亚迪等
8	岱美股份603730.SH	2017-07-28	注册地位于上海市，属于长三角产业集群	主要产品包括遮阳板、座椅头枕、扶手、内饰灯等汽车内外饰件	28.79	51.46	42.09	39.50	3.39	5.70	4.16	3.93	44.35	-	43.34%	-	以整车厂为主，主要包括奔驰，宝马，奥迪，通用、福特等国外主流整车厂商，以及上汽、一汽、东风、长城等国内汽车企业
9	**常熟汽饰603035.SH**	2017-01-05	注册地位于江苏省常熟市，属于长三角产业集群	主要产品包括门内护板总成、仪表板总成、立柱总成等汽车内外饰件	18.41	36.66	26.63	22.18	2.30	5.03	4.11	3.47	35.82	11.36	48.39%	-	以整车厂为主，主要包括一汽大众、上海通用、奇瑞汽车、北京奔驰、东风神龙等
10	京威股份002662.SZ	2012-03-09	注册地位于北京市，属于京津产业集群	主要产品包括金属件、塑料件等汽车内外饰件	16.70	35.78	35.09	37.54	1.83	4.37	1.02	1.13	30.00	-	62.29%	31.19%	以整车厂为主，主要包括一汽大众、一汽轿车、华晨宝马、北京奔驰、捷豹路虎等
11	金杯汽车	1992-07-24	注册地位于辽宁省沈阳	主要产品包括汽车内饰件、座椅、橡	27.13	56.31	51.91	54.57	2.13	3.53	3.65	-2.84	23.33	-	93.47%	90.12%	以整车厂为主，主要包括华晨宝马、

序号	公司名称及股票代码	上市时间	所属区域	主要产品	营业收入				净利润				内外饰收入	新能源业务收入	前五大客户占比	第一大客户占比	客户群体（2022年占比）
					2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2022年	2022年	2022年	2022年	
	600609.SH		市，属于东北产业集群	胶件等													长安汽车、江淮汽车等
12	广东鸿图002101.SZ	2006-12-29	注册地位于广东省肇庆市，属于**珠三角产业集群**	主要产品包括精密轻合金零部件和汽车内外饰等，主要内外饰包括标牌、散热器格栅、车轮盖、装饰条等	32.68	66.72	60.03	55.96	1.71	4.81	3.47	1.93	18.27	1.67	37.45%	9.95%	以整车厂为主，主要包括本田、日产、丰田、通用、克莱斯勒、福特等
13	一彬科技001278.SZ	2023-03-08	注册地位于浙江省宁波市，属于长三角产业集群	主要产品包括汽车塑料件及金属件	9.25	18.62	14.27	13.20	0.38	1.09	0.98	0.88	12.29	-	57.77%	14.09%	以整车厂为主，主要包括广汽丰田（14.09%）、东风汽车（13.77%）、东风本田（11.20%）、吉利汽车（10.63%）、李尔（8.08%）等
14	**东箭科技300978.SZ**	2021-04-26	注册地位于广东省佛山市，属于**珠三角产业集群**	主要产品为车侧承载装饰系统产品（踏板、侧杠、轮眉等）、车辆前后防护系统产品（前后杠、防翻架等）、车载智能座舱控制系统产品（智能踏板等）、车顶装载系统产品（行李架、行李框等）	8.98	17.67	16.36	14.75	0.78	0.78	1.17	1.91	11.51	0.78	30.62%	13.42%	以后装市场为主，包括后装市场品牌商、汽车经销商、汽车改装美容店、前装市场整车厂、汽车零部件配套供应商
15	**发行人**	-	注册地位于广东省清远市，属于**珠三角产业集**	主要产品包括汽车门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板	6.39	10.38	6.77	4.93	0.78	1.29	1.08	0.71	10.38	4.76	94.46%	73.90%	以整车厂为主，包括广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田、小鹏汽车、零

序号	公司名称及股票代码	上市时间	所属区域	主要产品	营业收入				净利润				内外饰收入	新能源业务收入	前五大客户占比	第一大客户占比	客户群体（2022年占比）
					2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2022年	2022年	2022年	2022年	
			群	总成、机舱护板总成等汽车内外饰件，以及精密注塑模具等													跑汽车、合创汽车等
16	**神通科技605228.SH**	2021-01-20	注册地位于浙江省宁波市，属于长三角产业集群	主要产品包括汽车动力系统零部件、饰件系统零部件和模具类产品等。其中饰件系统零部件包括门护板类、仪表板类、车身饰件等	6.82	14.29	13.79	14.86	0.10	0.45	0.95	1.17	9.06	-	73.65%	-	以整车厂为主，主要包括上汽通用、上汽集团、上汽大众、蔚来汽车、一汽大众、长城汽车等
17	金钟股份301133.SZ	2021-11-26	注册地位于广东省广州市，属于**珠三角产业集群**	主要产品包括汽车轮毂装饰件、汽车标识装饰件和汽车车身装饰件等汽车内外饰件	4.06	7.29	5.49	3.96	0.40	0.52	0.42	0.49	7.16	-	71.02%	35.01%	以整车厂为主，包括现代起亚、特斯拉、Stellantis集团、沃尔沃、一汽股份、一汽、上汽等
18	**唯科科技301196.SZ**	2022-01-11	注册地位于福建省厦门市，属于其他产业集群	主要产品包括模具、注塑等产品，具体包括：汽车中控壳体、出风口壳体、汽车格栅、发动机连接主体、面板壳体、仪表盘壳体等	5.25	9.58	11.59	9.11	0.60	1.65	1.96	1.67	5.12	-	32.12%	8.33%	汽车领域以一级零部件供应商为主，包括均胜电子、施耐德博士集团、艾福迈集团、Altcam集团、慧鱼集团等
19	**肇民科技301000.SZ**	2021-05-28	注册地位于上海市，属于长三角产业集群	主要产品为精密注塑件和精密注塑模具	2.88	5.35	5.84	4.95	0.50	0.94	1.16	1.05	4.92	-	49.56%	15.38%	汽车领域以一级零部件供应商为主，主要包括康明斯、莱顿、石通瑞吉、日本特殊陶业、哈金森、舍弗勒等
20	**福赛科技**	2023-09-11	注册地位于安徽省芜湖	主要产品为汽车功能件（空调出风口	4.03	6.93	5.99	4.64	0.39	0.88	0.75	0.62	3.31	1.76	87.18%	36.38%	以整车厂和一级零部件供应商为主，

序号	公司名称及股票代码	上市时间	所属区域	主要产品	营业收入				净利润				内外饰收入	新能源业务收入	前五大客户占比	第一大客户占比	客户群体（2022年占比）
					2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	2022年	2022年	2022年	2022年	
	301529.SZ		市，属于长三角产业集群	系统、杯托、车门内开把手、储物盒等）和汽车装饰件（仪表板内饰面板、车门内饰面板、装饰圈及装饰条等）													包括马瑞利（36.38%）、新泉股份（25.69%）、延锋汽饰（5.08%）等一级零部件供应商以及长城汽车（16.77%）、比亚迪（3.26%）等整车厂商
21	坤泰股份001260.SZ	2023-02-16	注册地位于山东省烟台市，属于其他产业集群	主要产品包括汽车地毯和汽车脚垫	2.13	4.49	4.14	3.77	0.22	0.64	0.73	0.83	1.98	1.01	52.21%	16.69%	以整车厂和一级零部件供应商为主，包括宝马、奥迪、奔驰、沃尔沃、红旗等多家知名汽车品牌的汽车地毯一级供应商，以及奥迪、沃尔沃、别克、蔚来等整车厂
22	纽泰格301229.SZ	2022-02-22	注册地位于江苏省淮安市，属于长三角产业集群	主要产品包括汽车悬架系统零部件、支架类铝铸件、内外饰塑料件等汽车零部件及注塑模具、发泡模具和压铸模具等	3.84	6.92	5.49	4.96	0.31	0.41	0.53	0.57	0.64	1.56	71.34%	30.46%	以一级零部件供应商为主，包括巴斯夫、延锋彼欧、天纳克、万都、上海众力、昭和、东洋橡塑等

注：上表中列示了发行人与 21 家 A 股汽车内外饰件上市公司，其中标粗为发行人可比公司，资料来源于各公司年报，表格按各公司 2022 年汽车内外饰件收入规模排序。部分上市公司未披露分客户收入占比情况及新能源业务收入情况。

如上表所示，汽车内外饰件上市公司中有 13 家总部位于长三角地区，占比达到 62%；3 家总部位于珠三角地区；2 家总部位于东北地区；1 家总部位于京津地区；2 家总部位于其他地区。重点聚焦珠三角地区的汽车内外饰件上市公司较少，汽车内外饰件行业在珠三角地区竞争格局更为分散。

在汽车内外饰件上市公司中，有 9 家公司披露新能源业务收入，2022 年，发行人新能源业务收入规模排名第 4 位，仅次于宁波华翔、模塑科技和常熟汽饰。此外，报告期内，发行人新能源业务收入迅速提升，分别为 12,236.44 万元、20,588.04 万元、47,584.89 万元和 34,548.26 万元，占比分别为 24.83%、30.40%、45.85%和 54.11%，至 2023 年上半年新能源业务收入已达到 2022 年的 73%。

在珠三角地区中，报告期内，广汽集团下属及合营企业的汽车产量分别为203.44 万辆、213.25 万辆、245.96 万辆、117.82 万辆，占珠三角地区汽车产量的比例分别为 64.94%、63.01%、59.21%和 50.90%，为珠三角地区代表性整车制造集团。

公司与广汽集团下属及合营企业实现深度合作。公司自 2016-2018 年与广汽乘用车、广汽埃安合作以来，销售收入规模保持稳定增长。报告期内，公司对广汽埃安、广汽乘用车的销售收入分别为 27,621.17 万元、38,305.09 万元、76,379.67 万元和 52,079.67 万元，收入规模保持快速增长。根据广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田于 2023 年 9 月出具的确认函，自其与公司合作之日起至确认函出具之日，公司为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商；上述客户与公司的合作关系稳固。

2、国内主要整车厂商对内外饰件的生产与采购模式，选择自主生产与对外采购的标准，自主生产与对外采购内外饰件的主要类型

根据工信部《道路机动车辆生产企业及产品准入管理办法》《道路机动车辆生产企业准入审查要求》，乘用车类企业应具有连续作业的车身内饰装配、动力总成装配、车门装配和整车装配生产线；具有对座椅、车轮、风窗玻璃、仪表台、车门等总成装配必要的机械助力装置。据此，整车制造企业需具备内外饰件装配能力，而无需具备内外饰件生产能力。

同时，由于汽车内外饰件种类繁多、工艺繁杂，且根据不同内外饰件的产品特性通常会选用不同类型的成型加工方式，主要包括：注塑、压塑、层压、挤塑、吹塑、发泡、吸塑和搪塑等，不同的加工工艺所需要配套的机器设备、模具均不相同，因此前期资金投入较大，且需经过较长时间的设计、调整、定型、生产，对工艺要求较高，国内主要整车厂商为了很好地控制整车生产成本，提高生产效率，在实际生产过程中，汽车内外饰件通常均由国内主要整车厂商向就近配套的供应商进行采购，而不自主进行生产，并且对于就近配套的内外饰件供应商有严格的运输半径要求，一方面可以降低成本，另一方面能够保障

供应，提高及时响应的效率。

因此，包括发行人主要产品在内的汽车内外饰件通常均由国内主要整车厂商向就近配套的供应商进行采购，而不自主进行生产。

3、与传统汽车相比，新能源汽车对发行人所处汽车内外饰行业在产品技术、工艺、配套效率等要求的主要差异

与传统汽车相比，新能源汽车更加注重轻量化和互动性，更加关注内外饰件的设计感和现代感，对产品材料与设计、配套响应速度、产品开发周期、生产效率等方面要求更为严格。为适应上述要求，公司配套新能源汽车的内外饰件产品在产品技术、工艺、配套效率等方面存在如下主要差异：

（1）产品技术

1）轻量化设计：新能源汽车通常更加注重车辆的轻量化，以提高电动车的续航里程和性能。因此，公司配套新能源汽车的内外饰件产品一般会采用轻量化塑料材料，如微发泡材料或其他高强度轻质塑料，以减少整车重量。

2）互动式设计：新能源汽车通常更加注重设计元素与用户之间的互动，以满足消费者对驾乘体验的需求。例如，传统汽车普遍采用物理拉手作为车门开关，而新能源汽车一般使用电子触控开关进行替代，另外还增加了可调节氛围灯、触控座椅调节等互动功能。因此，公司配套新能源汽车的内外饰件产品更注重融入触控面板、透光饰板、氛围灯等操作部件，增强用户与汽车的互动。

3）多功能表皮设计：传统汽车在内外饰件设计上更为强调材料的质感与舒适度，通常选用经典的聚氨酯皮革或聚氨酯材料以适合手工包裹的工艺。新能源汽车则在此基础上更注重材料的设计感和现代科技元素的融入。因此，公司配套新能源汽车的内外饰件产品通常选用轻质复合微发泡植物纤维材料来提高能效和车辆的轻量化，并加入与车辆互联性相关的技术（如触控界面），以实现优化用户交互体验，提升整车科技感。另外，为了增强设计感和现代感，公司在内外饰件上采用精细的镭雕花纹和立体车缝线，与车辆的整体设计语言保持一致，并提高车内的品质感，更好地满足了不同消费者对新能源汽车独特性和个性化需求的追求。

（2）工艺

1）影像视觉检测：在传统燃油车的生产检测环节，由于更注重材料的质感和舒适度，检测重点通常在内外饰件的物理质量、表面处理以及装配完整性上，例如确保门内饰板的表皮贴合无瑕疵，其式样的装配无缺失等。而新能源汽车除上述基础检测外，由于其内外饰件增加了触控界面、LED 灯带等互动和设计感较强的部件，生产检测环节相应地更加注重该类部件的功能性和互动性能的检测，包括但不限于镭雕花纹的精确度、触控屏的响应准确性、以及 LED 灯带的均匀性和色彩准确性等。因此，在公司配套新能源汽车的内外饰件产品生产检测过程中，除了常规的质量和完整性检测外，还会使用专用的影像视觉系统，通过摄像头捕获细微差别，并通过先进的图像处理算法分析检测结果，实现对大批量产品的快速、准确检测，保障产品出厂前符合高标准的质量要求。

（3）配套效率

与传统汽车相比，新能源汽车尚处在加速渗透阶段，新车型开发周期大幅缩减，相应的对汽车内外饰件等零部件的配套效率要求更高。因此包括公司在内的新能源汽车内外饰厂商需要提高服务响应速度，缩短产品开发周期，并在生产工艺上增加许多自动化工装与设备，对生产线进行优化，以适应电动车辆的开发及生产周期。

综上，新能源汽车注重轻量化设计，同时对汽车内外饰件的设计感、互动性等方面要求更高，给予汽车内外饰件供应商更多创新空间，使产品设计更富创新性、科技含量更高，并在产品开发周期、生产效率、响应速度等方面具有更为严格的要求。

（二）说明汽车整车厂客户、一级汽车零部件客户考察汽车内外饰行业相关供应商的具体方式、流程、一般淘汰率，纳入合格供应商名录后的定期考察机制、流程、频率，供应商名录更新的一般周期；进入合格供应商名录后至获得定点前需履行的程序，获得定点的比例；发行人目前已进入下游客户合格供应商名录、获得定点及量产规模情况。

1、汽车整车厂客户、一级汽车零部件客户考察汽车内外饰行业相关供应商的具体方式、流程、一般淘汰率，纳入合格供应商名录后的定期考察机制、流程、频率，供应商名录更新的一般周期

（1）汽车整车厂客户、一级汽车零部件客户考察汽车内外饰行业相关供应商的具体方式、流程、一般淘汰率

汽车整车厂客户通常根据自身发展及采购战略需要更新供应商名录，零部件供应商进入整车厂供应商名录一般要经过：

1）首次全面调查：主要涉及对供应商的主营范围、主要生产产品、产品设计开发能力、交付能力、品质管控能力、运营能力、经营规模、财务状况等方面进行调查。一般由整车厂采购部门负责供应商准入审核，有较为严格的准入标准，并由其发起内部确认流程，该步骤的周期一般在 1-3 个月不等；

2）第二次全面流程审核：在首次调查通过后，整车厂会起草针对新供应商的体系评审计划，并进行品质、技术等方面的交流及现场实体考察，之后进行跨部门评定。获评定后进行供应商全面 IATF16949 体系评审，评审结果需要在整车厂采购部门内部签核后，交由整车厂其他部门联签，该步骤的周期一般为 3-6 个月不等。

一级汽车零部件客户的供应商准入整体与汽车整车厂客户的流程相似，部分一级汽车零部件客户会将首次全面调查与第二次全面流程审核进行合并。

一般而言，首次调查之前客户会进行初步筛选，对潜在供应商的经营状况、股东结构、生产能力等方面进行调查，初步认可后方能开展前述正式调查。若首次全面调查或第二次全面流程审核未通过，部分供应商则直接淘汰，部分供应商会有一段时间辅导期进行整改，整改后若仍不符合条件也将会被淘汰。

公司曾参与的客户对汽车内外饰供应商考核中，公司最终均进入其合格供

应商名录。其中，公司分别于 2016 年、2018 年、2018 年进入广汽乘用车、广汽埃安、广汽本田的合格供应商名录，并实现持续稳定合作。

（2）纳入合格供应商名录后的定期考察机制、流程、频率

汽车整车厂客户针对正式供货的供应商，一般会进行以下几方面考核：

1）每月月度评价：根据当月供货情况对供应商进行分级或者打分管理，具体依据整车厂供应商评分管理办法实施；

2）年度重要供应商评审：根据产品重要程度、前一年度供货实绩、未来新车型参与重要度等方面，决定年度重点管控供应商，并实施评审，形式一般通过高层访问、重点领域评审或类似准入时实施的体系评审等，重点考核供应商的产品品质与交付能力。

一级汽车零部件客户会遵循各自服务整车厂的考评要求对其供应商进行考核，整体考核流程与汽车整车厂客户的流程相似。

（3）供应商名录更新的一般周期

客户通常根据自身发展及采购战略需要，考虑新产品引入等方面的综合需求，不定期更新供应商名录。对于持续需求的产品领域，在满足未来计划采购量后，一般不轻易新增供应商；而对于变革期内的新特性产品，例如在传统燃油车向新能源汽车转型的过程中，对电机、电控、电池、内外饰件等整车配套产品需求快速增加，供应商准入的评审机会也会相应增多。

对公司而言，公司在进入广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田等主要整车厂客户的合格供应商名录后持续稳定向其供应产品。根据广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田于 2023 年 9 月出具的确认函，自其与公司合作之日起至确认函出具之日，公司为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商；上述客户与公司的合作关系稳固。此外，公司在进入提爱思、广爱兴、河西、林骏等主要一级零部件供应商客户的合格供应商名录后持续稳定向其供应产品，报告期内交易金额整体保持稳定。

2、进入合格供应商名录后至获得定点前需履行的程序，获得定点的比例

进入合格供应商名录后，公司与主要客户签订保密协议、基本交易合同（即框架销售合同）和品质协议。

在进入主要客户合格供应商名录、签订框架销售合同后，当主要客户存在项目采购需求时，通常在其合格供应商名录中邀请多家符合条件的供应商进行报价。公司在收到客户的报价邀请后，针对询价内容需要和整车厂的采购、技术部门交流技术方案，确定产品品质标准和供货标准，进行降本增效提案并获得整车厂技术部门的认可；结合自身的技术方案、成本估算，并考虑市场价格及与客户的合作历史情况后综合评估定价并提出报价。在正式报价后，整车厂对各家供应商的报价方案进行综合评议，选取在品质、成本、交付、管理、安全等方面综合最优的供应商，并最终确定定点单位，正式发放定点函。

在报价过程中，整车厂会发放询价包，询价包中包含某款车型的若干个内外饰件项目，公司对询价包项目进行报价，最终获得询价包中部分或全部产品的定点。报告期内公司所有报价项目中，最终获得定点的项目比例整体约为50%。其中例如，公司某整车客户于 2021 年 5 月启动某新车型内外饰件询价，询价包中包含 11 个项目，公司最终获得定点 7 个项目，该询价包获得定点的比例约为 64%。

3、发行人目前已进入下游客户合格供应商名录、获得定点及量产规模情况

公司目前已进入广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车、合众汽车、某国际一流新能源车企等汽车整车厂客户，以及提爱思、广爱兴、河西、林骏等一级汽车零部件客户的合格供应商名录，并累计获得 58 款新车型定点，具体情况如下：

序号	客户名称	客户类别	发行人是否进入其合格供应商名录	发行人已获得定点车型
1	广汽埃安	整车厂	是	埃安 S、埃安 Y 等 6 款车型及相应改款换代车型
2	广汽乘用车	整车厂	是	GS3、GS4 等 10 款车型及相应改款换代车型
3	广汽本田	整车厂	是	皓影、雅阁等 11 款车型及相应改款换代车型
4	小鹏汽车	整车厂	是	小鹏 G9、小鹏 P5、小鹏 G3I

序号	客户名称	客户类别	发行人是否进入其合格供应商名录	发行人已获得定点车型
				等 5 款车型
5	零跑汽车	整车厂	是	C11、B11 等 2 款车型
6	合创汽车	整车厂	是	Z03、A06 等 4 款车型
7	合众汽车	整车厂	是	哪吒 S 车型
8	某国际一流新能源车企	整车厂	是	3 系车型
9	提爱思	一级零部件供应商	是	冠道、奥德赛等 8 款车型及相应改款换代车型
10	广爱兴	一级零部件供应商	是	雅阁、皓影等 4 款车型及相应改款换代车型
11	河西	一级零部件供应商	是	轩逸、骐达等 3 款车型及相应改款换代车型
12	林骏	一级零部件供应商	是	凯美瑞、冠道等 3 款车型及相应改款换代车型

除上述已获定点车型外，公司还与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户合计有 35 款车型的相关产品处于同步开发设计阶段，其中，预计有 5 款车型的相关产品可在 2023 年获得定点。

公司业务具有较好的成长性和稳定性，主要体现在以下两个方面：

（1）报告期内已量产车型中，尚有较多车型目前尚未达到整车厂预计销量，该部分车型在剩余生命周期内将继续由公司配套内外饰件产品，并产生持续的订单需求；另外，对于报告期内未量产、目前已获定点的车型，公司已具备为其配套内外饰件产品的条件，按照整车厂开发计划，在其生命周期内亦将持续产生内外饰件订单需求，可为公司未来业务发展提供支撑。按照产品现行单价与车型生命周期内预计剩余整车销量（即预计销量-目前实际销量，并对预计销量进行部分折扣）来计算，未来 3-5 年内，公司为上述车型配套的产品收入合计约为 72 亿元。

（2）除已定点或已量产车型外，公司还与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户合计有 35 款车型的相关产品处于同步开发设计阶段，其中，预计有 5 款车型的相关产品可在 2023 年获得定点。当公司获得该部分车型定点并开始量产后，在其生命周期内亦将持续产生内外饰件订单需求，可为公司未来业务发展提供支撑。

（三）说明自成立以来主营业务、主要生产产品、主要客户变化情况；汽车内外饰件种类繁多，而报告期内发行人主要产品为五大类型的原因及商业合理性；结合竞争格局、区域特征、下游客户采购模式、同行业可比公司服务整车厂商数量与客户集中度情况等，说明发行人主要收入来自广汽系客户的原因及商业合理性；结合汽车行业需求与价格趋势、定点及量产规模、年降政策、产能、在手订单、技术与客户储备等说明发行人未来业绩稳定性，并完善相关风险提示。

1、自成立以来主营业务、主要生产产品、主要客户变化情况

公司自成立以来即专注于汽车内外饰件的研发、生产和销售，主营业务未发生变化。公司不断开拓新客户，主要产品围绕下游客户需求及行业发展进行不断深化和延伸，并以主要产品为切入点，专注于工艺创新能力的提升、新产品与新技术的研发，逐步向更加轻量化、环保化、智能化的方向发展。

公司自成立以来主要生产产品、主要客户变化情况如下表所示：

年份	公司变化	主要客户变化	主要产品变化
2014 年	清远总部设立	开始客户开拓	开始产品研发
2016 年	清远总部开始投产	新增为广汽乘用车、林骏配套产品	挡泥板总成、雨刮盖板总成、机舱护板总成等产品实现量产，最初用于配套传祺 GS4 等车型
2017 年	新设全资子公司杭州富嘉并开始投产	-	新增门内饰板总成产品实现量产，最初用于配套传祺 GS3 等车型
2018 年	新设全资子公司宜昌富强并开始投产	新增为广汽本田、广爱兴配套产品；新增为广汽埃安配套产品，公司进入新能源领域	新增保险杠类产品实现量产，最初以保险杠部件为主，最初用于配套本田雅阁等车型
2019 年	-	新增为提爱思、河西配套产品；新增为合创汽车配套产品，新能源汽车客户进一步扩充	-
2021 年	-	新增为小鹏汽车、零跑汽车配套产品，并通过一级供应商为合众汽车配套产品，新能源汽车客户进一步扩充，新能源领域收入占比首次突破 30%	新增保险杠总成产品实现量产，最初用于配套合创 Z03 等车型
2022 年	新设全资子公司广州富强	进入某国际一流新能源车企的合格供应商名录，具备直接向其配套	-

年份	公司变化	主要客户变化	主要产品变化
		产品的条件，新能源领域收入占比超过 45%	
2023 年	新设全资子公司长沙富强	新能源领域收入占比超过 54%	持续进行新产品研发

注：2016 年与广汽乘用车合作的合同主体为富强实业，经通知广汽乘用车及其同意，自 2018 年 3 月 1 日起，与广汽乘用车合作的合同主体变更为富强有限；上表仅列示公司主要产品的变化情况，公司其他内外饰件产品种类较多，且不断更新扩充，2023 年 1-6 月公司其他内外饰件产品收入占主营业务收入的比例达到 20%。

如上表所示，公司自成立以来不断开拓新客户及新产品。报告期内，公司整车厂客户收入占比分别为 79.41%、83.79%、91.16%和 94.67%，其中新能源客户收入占比分别为 24.83%、30.40%、45.85%和 54.11%，均呈显著上升趋势。截至报告期期末，发行人已成为以整车厂客户为主、新能源领域收入占比较高的汽车内外饰件供应商，并形成以门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成五大类产品为主、其他内外饰件产品为辅的产品布局。

公司创始人与主要客户的合作情况如下：

公司创始人陈茂镜先生、陈茂山先生早在二十世纪九十年代即开始从事注塑件制造行业，最初主要服务于日用品、家电生产厂商，将注塑产品出口至日本等地，并与日本东芝、松下等长期合作。随着对日本市场的熟悉、对汽车行业在中国逐步进入和发展趋势的洞悉，2006 年开始公司实控人所创办的富强实业开始为较早进入中国市场的日本合资企业广爱兴、提爱思等汽车内外饰件一级供应商提供注塑零部件。

2008 年 7 月，广汽集团成立独资公司广汽乘用车发展自有品牌广汽传祺，设计开发第一款车型传祺 GA5，并寻求内资零部件供应商共同开发制造。由于富强实业与日本合资企业、本田汽车系零部件供应商广爱兴、提爱思等汽车一级零部件供应商良好的合作记录、以及在注塑件领域丰富的行业经验，富强实业成为了广汽乘用车第一批合格供应商，并开启了与广汽集团长期以来的合作。

进入 2013 年后，中国汽车行业开启了高速发展的阶段，这一时期的广汽乘用车已经积累了若干款量产的车型，并计划大规模扩产。同时，在国家产业政策指引下，2015 年广汽集团发布“1513”战略，“力争十三五期末完成汽车产销量达 240 万辆，年复合增长率约 12%……”，“举全集团之力发展自主品牌，

实现自主品牌事业的跨越式发展”，全方位提升核心竞争力，实现可持续发展，并首发了新能源概念车 EV Coupe（酷沛）等。在“1513”战略的指引下，广汽集团于 2015 年 12 月成立广汽乘用车有限公司新能源分公司发展新能源汽车业务，并于 2017 年 4 月启动广汽智联新能源汽车产业园项目。广汽埃安前身广汽新能源汽车有限公司作为广汽集团新能源战略的重要实施载体，于 2017 年 7 月在广州市番禺区正式成立，标志着广汽集团在智联新能源汽车领域迈入了全新的发展阶段。

公司创始人陈茂镜先生、陈茂山先生紧抓广汽集团大力发展自主品牌、广汽乘用车大规模扩产的机遇，为广汽传祺系列车型开发模具并配套产品，并响应《中共广东省委 广东省人民政府关于进一步促进粤东西北地区振兴发展的决定》（粤发〔2013〕9 号），落实广东省委省政府出台的“大力推进产业和劳动力‘双转移’政策”，2014 年在广东省清远市“广州（清远）产业园”出资设立了发行人前身富强有限，为广汽乘用车广汽传祺系列车型扩产配套，同时为广汽乘用车下属新能源分公司（广汽埃安业务发展的源起）开发模具、提供配套零部件，包括广汽埃安前几款车型所用模具，因此富强科技亦成为广汽埃安最早一批的一级零部件配套供应商，并与其建立了共同发展的战略合作机制。

在行业实践中，针对同一款车型所需的某一零部件，整车厂客户通常仅在一家供应商（A 点供应商）开立模具，不在其他一级供应商（B 点供应商）针对同个零部件另开模具。例如广汽埃安各车型的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板主要由发行人供应。主要原因一是有利于整车厂培养某零部件的核心供应商，核心供应商达到量产、与客户充分磨合、形成生产规模效应，则供应商的生产工艺越发成熟，产品质量更有保障，成本控制也更有空间，最终会对整车厂的成本控制、产品质量控制产生深远影响；二是模具成本较高，价值可达千万，对整车厂具体车型的利润影响较大。因此，自广汽集团开始布局新能源汽车初期，公司凭借自身技术优势和供应能力，以及与广汽乘用车长期合作的基础，率先成为广汽埃安内外饰件供应商，广汽埃安各车型的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板主要由发行人供应。公司与广汽集团之间建立了共同发展、相互促进的合作关系。

另外，公司持续向广汽本田整车厂，以及提爱思、广爱兴、河西、林骏等

一级零部件供应商配套内外饰件产品。上述合资企业的股权结构情况如下表：

公司名称	股权结构
提爱思	提爱思科技股份有限公司（本田技研工业株式会社持股超过 47%的日资企业）52.00%、广汽零部件有限公司 48.00%
广爱兴	提爱思科技股份有限公司 36.00%（未并表）、广汽零部件有限公司 32.00%、优利得公司 22.00%、全兴工业股份有限公司 10.00%
河西	河西工业株式会社 65.94%、裕信国际投资有限公司 34.06%
林骏	HAYASHI TELEMPU CORPORATION 51.00%、广汽零部件有限公司 49.00%
广汽本田	广州汽车集团股份有限公司 50.00%、本田技研工业株式会社 40.00%、本田技研工业（中国）投资有限公司 10.00%
广汽丰田	广州汽车集团股份有限公司 50.00%、丰田汽车公司 30.50%、丰田汽车（中国）投资有限公司 19.50%

2020 年以来，一方面，公司既有客户广汽埃安等新能源车企增长迅速，另一方面，公司积极开拓新客户，并实现为新能源车企如小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车直接配套内外饰件产品，亦通过一级零部件供应商为某国际一流新能源车企、合众汽车等配套内外饰件产品，并成功进入其合格供应商名录。

目前，公司已发展成为珠三角地区领先的汽车内外饰件整体解决方案提供商，并成为珠三角区域最大、全国第四大的整车制造集团广汽集团自主汽车品牌的核心供应商，同时为中日合资企业广汽本田、广汽丰田等整车厂，为提爱思、河西、广爱兴、林骏等知名汽车内外饰件企业配套零部件产品。根据广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田于 2023 年 9 月出具的确认函，自其与公司合作之日起至确认函出具之日，公司为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商；上述客户与公司的合作关系稳固。

新能源汽车方面，公司下游客户包括广汽埃安、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车、合众汽车、某国际一流新能源车企等知名新能源汽车整车厂。在乘联会发布的 2022 年我国新能源乘用车销量排名前十五名的厂商中，公司覆盖其中三分之一的新能源车企。

公司已拥有以整车厂为主、一级零部件供应商为辅的客户群体，在整车厂客户中亦实现传统领域与新能源领域并驾齐驱的发展格局。2023 年 1-6 月，公司营业收入中，来自于整车厂客户的收入占比为 94.67%，其中包括传统领域客

户 40.56%，新能源领域客户 54.11%；来自于提爱思、河西、广爱兴、林骏等一级零部件供应商客户的收入占比为 5.33%。

2、汽车内外饰件种类繁多，而报告期内发行人主要产品为五大类型的原因及商业合理性

报告期内，公司主营业务收入主要来自以下五大类产品：

单位：万元

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
门内饰板总成	30,869.77	48.75%	50,147.43	48.60%	26,957.18	39.90%	18,683.49	38.08%
挡泥板总成	5,538.84	8.75%	10,023.31	9.71%	7,785.89	11.53%	5,509.66	11.23%
保险杠类产品	4,650.55	7.34%	6,775.62	6.57%	5,579.60	8.26%	3,826.46	7.80%
雨刮盖板总成	1,967.34	3.11%	4,036.06	3.91%	3,695.56	5.47%	2,471.31	5.04%
机舱护板总成	601.31	0.95%	2,183.48	2.12%	1,594.28	2.36%	1,727.28	3.52%
小计	**43,627.81**	**68.89%**	**73,165.90**	**70.91%**	**45,612.51**	**67.52%**	**32,218.20**	**65.66%**
主营业务收入合计	**63,328.53**	**100.00%**	**103,187.30**	**100.00%**	**67,553.89**	**100.00%**	**49,068.85**	**100.00%**

其中，门内饰板总成为公司核心产品。报告期内，公司门内饰板总成产品收入占主营业务收入的比例分别为 38.08%、39.90%、48.60%和 48.75%。

汽车内外饰件种类繁多，工艺繁杂，单一企业难以布局所有细分产品，内外饰件生产厂商受自身规模限制通常重点聚焦其中几类产品，控制投资风险，待在细分市场脱颖而出之后，再凭借产业链整合、管理能力提升，寻找品类拓展的方向，实现横向拓展和公司的成长。例如，新泉股份主要产品为仪表板总成和门内护板总成，收入占比可分别达到约 60%和 20%；常熟汽饰主要产品为门内护板、仪表板，收入占比可分别达到约 40%和 20%；神通科技主要产品为门护板和车身饰件，收入占比可分别达到约 30%和 20%；福赛科技主要产品为空调出风口、仪表板，收入占比可分别达到约 40%和 20%。除此之外，内外饰生产厂商的主要产品还包括立柱、保险杠、槽盖板、顶置柜、遮阳板、衣帽架、杯托、储物盒等产品。

门内饰板总成的加工工艺工序相对较为复杂，包括注塑、焊接、植绒、电镀、喷涂、包覆、阴模、阳模、吸塑等。门内饰板总成属于中大型注塑件，价值较高，对模具设计与制造、注塑等环节的要求较高，且运输费用较高，更加

注重区域就近配套。另外，门内饰板总成上覆较多部件，对外购部件质量、成本管控能力等方面要求较高。经过多年的发展与沉淀，公司已具备较为成熟的生产技术，形成了较为完善的供应商体系，并具有较强的总成成本控制能力，门内饰板总成产品有利于发挥公司自身的竞争优势，形成一定的进入壁垒。

因此，报告期内公司主要产品以门内饰板总成为主，并配套提供挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成和机舱护板总成等产品，符合行业特点，具有商业合理性。

除上述五大类型产品外，公司还拥有其他内外饰件如座椅类、车灯类、轮眉类、立柱类、副仪表板类、导流板类、衣帽架类等产品，产品系列丰富，能够为客户提供汽车内外饰件整体解决方案，并具备高端模具的独立设计开发、制造能力，及汽车内外饰件产品设计开发、产品总成制造、及时交付等服务能力，总体配套能力、服务响应能力强；同时，公司抢抓新能源汽车发展的良好机遇，持续进行新能源汽车轻量化等方向的产品和解决方案的研究和开发，不断丰富自身产品系列，持续为客户提供全应用领域的优质产品及服务，致力于发展成为集高端模具设计和制造、产品总成开发和生产能力于一体的行业领先、国内知名的汽车内外饰件整体解决方案提供商。

3、结合竞争格局、区域特征、下游客户采购模式、同行业可比公司服务整车厂商数量与客户集中度情况等，说明发行人主要收入来自广汽系客户的原因及商业合理性

公司主要收入来自广汽系客户与汽车行业竞争格局、行业区域特征、下游客户采购模式等方面有关，具有商业合理性，具体如下：

（1）我国汽车整车行业整体集中度较高

近年来，我国汽车整车行业集中度一直处于较高水平，根据中国汽车工业协会数据统计，2020-2022 年，我国汽车销量排名前十位的企业集团合计销量分别为 2,264.4 万辆、2,262.2 万辆和 2,314.9 万辆，占汽车销售总量的比例分别为 89.46%、86.10%和 86.17%，整体集中度较高。2022 年，国内重点汽车企业集团中，广汽集团汽车销量为 243.5 万辆，占全国汽车销量的 9.06%，在国内汽车企业集团中排名第四位，具体如下：

序号	企业集团名称	2022 年整车销量（万辆）	市场份额
1	上汽集团	519.2	19.33%
2	一汽集团	320.4	11.93%
3	东风汽车	291.9	10.87%
4	**广汽集团**	**243.5**	**9.06%**
5	长安汽车	234.6	8.73%
6	比亚迪	186.9	6.96%
7	北汽集团	145.3	5.41%
8	吉利汽车	143.3	5.33%
9	奇瑞汽车	123.0	4.58%
10	长城汽车	106.8	3.98%
合计		**2,314.9**	**86.17%**

数据来源：中国汽车工业协会。

上表中广汽集团的汽车销量包含广汽集团下属及合营企业汽车销量。根据中国汽车工业协会和广汽集团公告，广汽集团下属企业及合营企业 2022 年汽车销量情况如下：

类别	整车厂名称	汽车销量（万辆）	全国市场占有率
广汽集团合并范围企业	广汽乘用车	36.25	1.35%
	广汽埃安	27.12	1.01%
	小计	**63.37**	**2.36%**
广汽集团合营企业	广汽本田	74.18	2.76%
	广汽丰田	100.50	3.74%
	小计	**174.68**	**6.50%**
其他		5.45	0.20%
合计		**243.50**	**9.06%**

注：其他包含广汽三菱等广汽集团公告中披露的单位。

我国汽车行业集中度较高，且区域性特征明显，因此作为与整车厂就近配套的、包括公司在内的成规模的汽车零部件企业的客户集中度普遍较高。

（2）我国汽车行业及汽车零部件行业呈现明显的区域特征

随着我国汽车工业的快速发展，到目前为止，已经形成了长三角地区、珠三角地区、东北地区、京津地区、华中地区、西南地区为主的六大汽车产业集群。汽车内外饰件生产厂商趋于向整车厂靠拢，以满足当地整车厂客户对内外

饰件产品的需求，有利于维持企业与客户的合作关系，实现同步开发、快速响应，并能够大幅降低运输成本。因此，我国汽车内外饰件行业也呈现出以六大汽车产业集群基地为辐射中心的区域性分布特征。

公司总部位于珠三角地区，成立以来一直深耕珠三角地区的业务发展，并跟随整车厂新建工厂的布局逐步在长三角地区、华中地区扩展业务布局。经过多年发展，公司实现与国内第四大、珠三角地区第一大的整车制造集团广汽集团的深度合作，主要收入来自于广汽系客户具有商业合理性。

（3）下游客户通常按照就近采购原则，在生产基地周边布局供应商

下游整车厂商通常在生产基地周边布局供应商，按照就近采购原则，以缩减零部件运输成本，赋予供应系统快速灵活的响应能力，同时使工厂能够按照生产计划随时调配周边企业零部件，实现整车厂工厂“零库存”。在整车厂的采购流程中，为了提高成本效益和控制供应链风险，通常力求在可行的范围内实现供应链本地化，这也促使包括内外饰件企业在内的汽车零部件企业向整车厂商聚拢，并与生产基地布局附近的整车厂客户实现深度合作，而零部件企业通常收入向该等客户集中。

（4）同行业可比公司服务整车厂商数量与客户集中度情况

为满足汽车整车厂商提高生产效率、缩短采购半径等方面的需求，汽车内外饰件等零部件企业一般均围绕整车厂进行生产基地布局。同行业可比公司主要覆盖区域内主要整车厂客户，并随着整车厂客户新设工厂而进行新的生产基地布局，以满足现有及新开发整车厂客户的需求。

同行业可比公司主要整车厂客户与客户集中度情况如下：

序号	公司简称	主要整车厂客户	前五大客户销售收入占比			第一大客户销售收入占比		
			2022 年	2021 年	2020 年	2022 年	2021 年	2020 年
1	新泉股份	长三角地区：吉利集团、奇瑞汽车、上汽集团、国际知名品牌电动车企业等 东北地区：一汽集团等 京津地区：北汽福田等 珠三角地区：比亚迪等	76.95%	71.87%	68.93%	26.49%	24.30%	29.00%
2	常熟汽饰	长三角地区：奇瑞汽车、上汽通用、吉利汽车等 东北地区：一汽大众等	48.39%	58.59%	58.93%	未披露	未披露	未披露

序号	公司简称	主要整车厂客户	前五大客户销售收入占比			第一大客户销售收入占比		
			2022 年	2021 年	2020 年	2022 年	2021 年	2020 年
		京津地区：北京奔驰等						
3	神通科技	长三角地区：上汽集团、上汽通用、上汽大众、蔚来汽车等 东北地区：一汽集团等 京津地区：长城汽车等	73.65%	77.79%	81.43%	28.72%	33.77%	36.75%
4	肇民科技	客户主要为一级零部件供应商	49.56%	54.82%	61.33%	15.38%	26.34%	35.06%
5	唯科科技	客户主要为一级零部件供应商	32.12%	40.84%	38.90%	8.33%	13.66%	13.32%
6	东箭科技	客户主要为一级零部件供应商、品牌商、经销商	30.62%	25.62%	30.23%	13.42%	8.09%	7.84%
7	福赛科技	京津地区：长城汽车等 珠三角地区：比亚迪等	87.18%	87.93%	86.85%	36.38%	44.24%	39.88%

数据来源：各公司的年度报告、招股说明书或募集说明书。

发行人同行业可比公司中，专注于汽车内外饰件的神通科技、新泉股份、福赛科技的前五大客户收入集中度达到 70%-90%，与发行人较为接近；唯科科技、肇民科技生产的注塑件产品除应用在汽车领域外还应用在家用电器等领域，且汽车领域客户以一级零部件供应商为主；东箭科技涉及境内外市场改装业务及智能座舱业务，且客户主要为一级零部件供应商、品牌商、经销商，导致该三家公司的客户集中度略低于其他公司。

另外，汽车零部件行业中，重庆新铝时代科技股份有限公司（简称“新铝时代”）、江苏永成汽车零部件股份有限公司（简称“江苏永成”）、东实汽车科技集团股份有限公司（简称“东实股份”）亦存在客户集中度较高的情形。

公司简称	前五大客户销售收入占比				第一大客户销售收入占比			
	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
新铝时代	95.98%	94.76%	91.11%	88.50%	79.20%	78.87%	70.42%	64.80%
江苏永成	-	93.17%	89.98%	86.21%	-	27.32%	24.58%	27.12%
东实股份	-	69.18%	79.20%	83.32%	-	47.14%	58.55%	65.24%

注：江苏永成、东实股份暂未披露 2023 年 1-6 月客户收入占比情况。

综上：

（1）我国汽车行业集中度较高，且区域性特征明显，因此作为与整车厂就近配套的、包括公司在内的成规模的汽车零部件企业下游客户集中度普遍较高。

（2）我国汽车行业及汽车零部件行业呈现明显的区域特征，逐步形成长三角、珠三角等六大产业集群。发行人总部位于珠三角地区，经过多年发展，公司实现与国内第四大、珠三角地区第一大的整车制造集团广汽集团的深度合作，主要收入来自于广汽系客户具有商业合理性。

（3）下游客户通常按照就近采购原则，在生产基地周边布局供应商，这也促使包括内外饰件企业在内的汽车零部件企业向整车厂商聚拢，并与生产基地布局附近的整车厂客户实现深度合作，而零部件企业通常收入向该等客户集中。

（4）同行业可比公司主要覆盖区域内主要整车厂客户，并随着整车厂客户新设工厂而进行新的生产基地布局，以满足现有及新开发整车客户的需求。发行人同行业可比公司中，神通科技、新泉股份、福赛科技的前五大客户集中度与发行人较为接近。

因此，发行人主要收入来自广汽系客户具有商业合理性。

4、结合汽车行业需求与价格趋势、定点及量产规模、年降政策、产能、在手订单、技术与客户储备等说明发行人未来业绩稳定性，并完善相关风险提示

报告期内，公司主要经营成果如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	63,850.99	103,790.34	67,731.13	49,281.27
利润总额	9,059.62	14,657.81	12,448.31	8,160.79
净利润	7,830.50	12,850.01	10,832.74	7,081.29

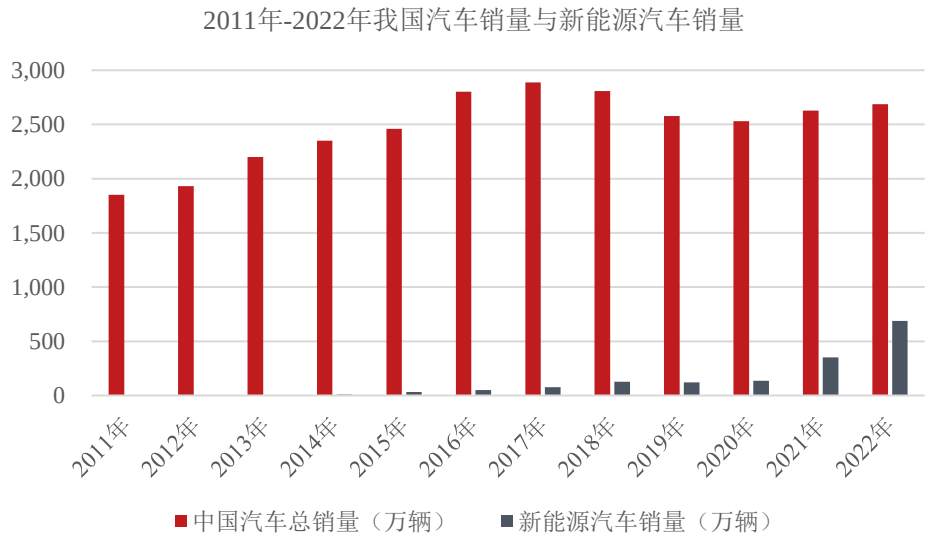
报告期内，公司紧跟下游汽车行业发展趋势，收入与净利润均保持快速增长趋势。报告期内，公司分别实现营业收入 49,281.27 万元、67,731.13 万元、103,790.34 万元和 63,850.99 万元，年均复合增长率达 45.12%；分别实现净利润 7,081.29 万元、10,832.74 万元、12,850.01 万元和 7,830.50 万元，年均复合增长率为 34.71%。当前，由于科技和产业变革，新能源汽车已经成为汽车产业转型升级的中坚力量，新能源汽车行业迎来了前所未有的发展机遇。未来，在国家产业政策的支持下，我国汽车行业整体需求预计将呈现稳中向好的发展态势，而发展新能源汽车作为我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，亦作为应对气候变化、推动绿色发展的战略举措，在相关产业政策的推动下将成为汽车行

业发展不可逆转的潮流。

公司作为较早进入新能源汽车产业链的零部件供应商，已经具备较大的经营规模，并形成良好的区域布局和客户结构，定点及量产车型不断增加，在手订单充足，产能即将迎来进一步扩张，具备较为丰富的技术与客户储备，未来业绩稳定性具有较好的保障。具体如下：

（1）汽车产业政策支持我国汽车行业向好发展

2022 年，我国汽车产销量分别达到 2,702.1 万辆和 2,686.4 万辆，同比增长 3.6%和 2.2%，我国汽车产销总量连续 14 年稳居全球第一。2023 年 1-6 月，我国汽车产销分别为 1,324.8 万辆和 1,323.9 万辆，同比分别增长 9.3%和 9.8%。在产业政策的支持下，我国新能源汽车行业在过去几年内经历了飞速的发展，产销量在 5 年间增长近 8 倍。2022 年，我国新能源汽车销量达到 688.7 万辆，同比增长 95.60%，占国内汽车销量的比例达到 25.6%，连续 8 年位居全球第一。2023 年 1-6 月，我国新能源汽车销量达到 374.7 万辆，同比增长 44.10%，市场占有率达到 28.3%。当前，由于科技和产业变革，新能源汽车已经成为汽车产业转型升级的中坚力量，新能源汽车行业也迎来了前所未有的发展机遇。



2023 年 6 月，财政部、税务总局、工信部发布《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》，为支持新能源汽车产业发展，促进汽车消费，对购置日期在 2024-2025 年的新能源汽车免征车辆购置税；对购置日期在 2026-2027 年的新能源汽车减半征收车辆购置税。根据上述公告，2024-2027 年新能

源汽车购置税减免政策将再度延续，有望刺激中期需求增量。

2023 年 7 月，国务院办公厅转发《国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知》，各地区不得新增汽车限购措施，已实施限购的地区因地制宜优化汽车限购措施。促进汽车更新消费，鼓励以旧换新；扩大新能源汽车消费。落实构建高质量充电基础设施体系、支持新能源汽车下乡、延续和优化新能源汽车车辆购置税减免等政策。

在国家产业政策的加持下，我国汽车行业有望保持平稳发展。价格方面，2023 年初，部分整车厂受补贴政策调整、国六排放标准车型换代、清理库存等因素影响出现一定幅度降价。2023 年 5 月初，特斯拉对旗下四款车型进行了两轮提价，涨幅约为 2%。2023 年 8 月，特斯拉、上汽大众、零跑汽车等车企对旗下部分车型进行降价，降幅约为 4%。从汽车产销量来看，2023 年 1-9 月，我国乘用车产销分别完成 1,816.8 万辆和 1,813.0 万辆，同比分别增长 5.6%和 6.7%；我国新能源汽车产销分别完成 631.3 万辆和 627.8 万辆，同比分别增长 33.7%和 37.5%；新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 29.8%。根据中国汽车工业协会预测，2023 年全年，我国乘用车销量将达到 2,380 万辆，新能源汽车销量将达到 900 万辆，渗透率将达到 32.6%。

因此，尽管目前汽车行业市场价格趋势不明，但我国汽车产销量均保持稳定增长，且新能源汽车产销量大幅增长，渗透率明显提高。在上述因素的促进下，公司预计 2023 年营业收入仍保持一定幅度增长，下游汽车价格波动未对公司业绩构成重大不利影响。

（2）公司定点及量产车型不断增加，经营业绩有保障

报告期内已量产车型中，尚有较多车型目前尚未达到整车厂预计销量，该部分车型在剩余生命周期内将继续由公司配套内外饰件产品，并产生持续的订单需求；另外，对于报告期内未量产、目前已获定点的车型，公司已具备为其配套内外饰件产品的条件，按照整车厂开发计划，在其生命周期内亦将持续产生内外饰件订单需求，可为公司未来业务发展提供支撑。按照产品现行单价与车型生命周期内预计剩余整车销量（即预计销量-目前实际销量，并对预计销量进行部分折扣）来计算，未来 3-5 年内，公司为上述车型配套的产品收入合计

约为 72 亿元。

除已定点或已量产车型外，公司还与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户合计有 35 款车型的相关产品处于同步开发设计阶段，其中，预计有 5 款车型的相关产品可在 2023 年获得定点。当公司获得该部分车型定点并开始量产后，在其生命周期内亦将持续产生内外饰件订单需求，可为公司未来业务发展提供支撑。

从上述订单获取情况来看，公司未来业务具有较好的成长性和稳定性。

（3）产品年降对公司经营业绩的影响

根据汽车及汽车零部件行业定价特征，发行人主营产品中存在与部分客户约定产品价格年降条款。2021 及 2022 年，年降金额占公司产品收入的比例分别为-2.81%和-2.06%，2023 年预计该项比例为-3.81%。随着整车厂新车型的推出、公司新产品的开发及量产，年降对产品销售均价的影响能够得到部分抵消。此外下游整车客户对其指定采购供应商、公司对自主采购供应商均会向上传导年降的影响，即，公司上游供应商亦会相应调整年降比例，可在一定程度上减小产品年降对公司经营业绩的影响。如果未来新产品开发及量产进度放缓、年降产品数量及占比提高、年降幅度进一步大幅增加，则可能对公司的产品价格及业绩形成不利影响。公司已在招股说明书中对相关风险进行提示。

（4）公司产能即将迎来进一步扩张

2023 年 1-6 月，公司产能利用率为 83.80%，其中清远二厂和宜昌工厂接近满负荷运行，产能利用率处于较高水平。报告期内，公司主要产品产量逐年攀升，其中 2022 年门内饰板总成产量达 48.53 万套，2023 年 1-6 月达 31.95 万套。公司募投项目之“富强科技新生产基地建设项目”计划在达产后具备年产汽车门内饰板总成 35 万套、其他内外饰件 50 万套的产能规模。在募投项目完全达产后，公司门内饰板总成产量将达到近百万套，产能产量实现进一步扩张。

另外，发行人全资子公司广州富强已新购入土地、拟筹划建设厂房，就近配套下游整车厂。公司产能即将迎来进一步扩张，有利于支撑公司业绩的持续发展。

（5）公司在手订单充足

在汽车产业链，整车厂一般根据自身的生产计划每周或每两周向供应商下一次采购订单，周期较为频繁。因此，公司在手订单仅能体现短期内的销售收入。相比之下，定点通知书预示着某个客户某款车型的某类产品由特定供应商进行生产，更能体现公司在未来几年内的订单储备。

对于公司已获定点的车型，公司已具备为客户配套内外饰件产品的条件，在车型生命周期内将持续产生内外饰件订单需求，可为公司未来业务发展提供支撑。按照产品现行单价与车型生命周期内预计剩余整车销量（即预计销量-目前实际销量，并对预计销量进行部分折扣）来计算，未来 3-5 年内，公司为上述车型配套的产品收入合计约为 72 亿元。

从上述订单获取情况来看，公司未来业务具有较好的成长性和稳定性。

（6）公司具备较为丰富的技术与客户储备

1）技术储备

公司成立以来高度重视核心技术的研发，不断提升同步开发、模具设计与生产、产品总成制造等方面的技术能力，竭力为整车制造企业提供优良的产品及服务。通过持续的自主技术开发，公司持续掌握着行业前沿技术，实现产品和技术创新。公司核心技术对应的主要关键指标参数优于行业水平，在行业内具有一定优势。凭借优异的技术表现，公司与珠三角地区代表性整车制造集团广汽集团、广汽本田合作以来始终稳定向其供应内外饰件产品，并成为广汽埃安、广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商，广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商。

公司核心技术的先进性参见本回复报告“问题 1.关于主营业务与行业地位”之“一（五）1、发行人核心技术、专利与同行业可比公司的对比优势”。

公司具备一级供应商完备的产品设计、开发与生产能力，对模具开发生产、产品总成制造等各环节技术具有深入研究，不断开发出符合客户要求的汽车内外饰件产品。截至报告期末，公司正在研究开发的主要项目包括高韧性耐冲击后保险杠饰板的研发项目、高韧性耐冲击前保下格栅饰板的研发项目等 18 项，具有一定的技术储备。

2）客户储备

公司具备优质的产品开发与生产能力，产品质量较高，客户口碑较好，且具备较强的新客户开拓能力。经过多年发展，公司已形成一定的客户储备。

对于传统整车厂客户广汽乘用车、广汽本田，公司创始人已与其稳定合作 15 年以上。报告期内，发行人对上述客户的收入稳定增长，并在多个产品上均为上述客户的最大供应商；

对于传统一供客户提爱思、广爱兴、河西、林骏等，公司创始人已与其稳定合作 10 年以上。报告期内，发行人对上述客户的收入保持稳定；

公司坚定新能源战略，截至目前公司已覆盖全国新能源乘用车销量前十五名中的三分之一车企，并进入某国际一流新能源车企的合格供应商目录。

具体如下：

首先，公司自 2016-2018 年与广汽乘用车、广汽埃安合作以来，销售收入规模保持稳定增长，在多个产品上成为其供应份额最大的供应商。报告期内，公司对广汽埃安、广汽乘用车的销售收入分别为 27,621.17 万元、38,305.09 万元、76,379.67 万元和 52,079.67 万元，年均复合增长率达 66.29%，收入规模保持快速增长。其中，广汽埃安作为国内新能源汽车领域的主要企业之一，报告期内分别实现销量 5.95 万辆、12.02 万辆、27.12 万辆和 20.93 万辆，年均复合增长率达 113.49%，远高于我国整体汽车销量的年均复合增长率 3.02%。

其次，广汽本田、广汽丰田分别为广汽集团与本田技研工业株式会社、丰田汽车株式会社的合营企业，广汽集团持股比例为 50%，不存在控制关系，广汽集团未合并其财务报表；且广汽本田、广汽丰田运营方式相对独立，并不受控于广汽集团，是公司独立的客户，也是公司尚在努力争取扩大销售份额的重要客户。公司与广汽本田自 2018 年开始合作，在多个产品上成为其供应份额最大的供应商。报告期内，公司对广汽本田和广汽丰田的销售收入合计分别为 11,342.43 万元、17,509.50 万元、15,524.16 万元和 5,775.62 万元。

再次，公司自 2016-2019 年间与提爱思、广爱兴、河西、林骏等一级汽车零部件供应商开始合作以来，持续稳定向其销售产品。报告期内，公司对一级零部件供应商的销售收入分别为 10,147.82 万元、10,977.25 万元、9,177.24 万元

和 3,411.34 万元，整体保持稳定。

新能源方面，公司坚定实施新能源发展战略，积极开拓并实现对小鹏汽车、合创汽车等客户的直接销售，并在报告期内保持收入快速增长；公司已实现对零跑汽车的量产销售，并于 2023 年实现收入。目前，在乘联会发布的 2022 年我国新能源乘用车销量排名前十五名的厂商中，公司覆盖其中三分之一的新能源车企。报告期内，公司对前述造车新势力的销售收入金额分别为 8.82 万元、803.96 万元、2,494.98 万元和 2,447.59 万元，占比分别为 0.02%、1.19%、2.40%和 3.83%，呈明显增长趋势。截至目前，公司已获小鹏汽车、合创汽车、零跑汽车定点车型共 9 款，预计剩余产品收入约 10 亿元；另外公司对上述客户尚有 13 款车型处于同步开发设计阶段，其中有 2 款车型预计于 2023 年获定点。

另外，公司报告期内通过一级零部件供应商向合众汽车、某国际一流新能源车企配套内外饰件产品，并已于 2022 年进入某国际一流新能源车企的合格供应商名录，具备直接为其供应内外饰件产品的条件。

综上，公司与广汽乘用车、广汽埃安、广汽本田、提爱思、广爱兴、河西、林骏等客户合作时间较长，报告期内收入规模保持稳定增长，并在多个产品上成为广汽乘用车、广汽埃安、广汽本田供应份额最大的供应商；公司在新客户开拓上卓有成效，在乘联会发布的 2022 年我国新能源乘用车销量排名前十五名的厂商中，公司已覆盖其中三分之一的新能源车企。报告期内公司对造车新势力的收入保持增长，并有 9 款车型已获定点，13 款车型正处于同步开发设计阶段；公司已进入某国际一流新能源车企的合格供应商名录，具备直接为其供应内外饰件产品的条件。公司未来业绩具有较好的成长性和稳定性。

针对可能对公司未来业绩造成负面影响的风险，如汽车行业景气度风险、产业政策变化风险、产品价格年降风险、经营业绩下滑风险等，公司已在招股说明书中进行充分的风险提示，并对汽车行业降价风险、新客户开拓不及时风险补充完善风险提示，参见招股说明书“第三节 风险因素”之“一（五）汽车行业降价风险”及“二（一）3、新客户开拓不及时风险”，具体内容如下：

“（五）汽车行业降价风险

2023 年初，部分整车厂受补贴政策调整、国六排放标准车型换代、清理库

存等因素影响出现一定幅度降价。2023 年 5 月初，特斯拉对旗下四款车型进行了两轮提价，涨幅约为 2%。2023 年 8 月，特斯拉、上汽大众、零跑汽车等车企对旗下部分车型进行降价，降幅约为 4%。目前，汽车行业市场价格趋势不明，若未来汽车价格出现波动并影响公司产品价格，将对公司经营产生不利影响。

3、新客户开拓不及时风险

报告期内，公司客户集中度较高。未来如果发行人主要客户广汽埃安、广汽本田等客户的经营业绩大幅下滑，且发行人配套小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户的收入规模增长不及预期，或发行人开拓其他新客户不及时，将对公司经营产生不利影响。”

（四）说明发行人已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定合作关系的具体含义及体现，前述表述与发行人报告期内主要收入来自广汽系客户的情况是否矛盾；发行人与同行业可比公司客户资源的对比情况，发行人客户资源竞争优势的具体体现

1、发行人已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定合作关系的具体含义及体现，前述表述与发行人报告期内主要收入来自广汽系客户的情况是否矛盾

公司已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定合作关系的具体含义及体现如下：

（1）公司具备较为丰富的客户储备

目前公司的主要客户既包括广汽乘用车、广汽本田、广汽丰田等主流整车企业，亦包括广汽埃安、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等新能源车企，传统汽车与新能源汽车领域的业务发展齐头并进，很好地分散行业发展不确定性的风险；同时，公司的主要客户既包括上述国内知名整车厂，亦包括提爱思、广爱兴、河西、林骏、斯坦雷等较早进入中国的国际知名一级汽车零部件供应商，其中，提爱思、广爱兴均为日本本田汽车的核心一级零部件供应商，为本田汽车配套座椅、门内饰板等产品；河西为日本日产汽车的核心一级零部件供应商，为日产汽车配套门内饰板等产品。公司对上述客户的收入情况参见本回复报告“问题 1.关于主营业务与行业地位”之“一（三）4、结合汽车行业需求与价格

趋势、定点及量产规模、年降政策、产能、在手订单、技术与客户储备等说明发行人未来业绩稳定性，并完善相关风险提示”。

（2）与客户合作时间长、持续性好

公司创始人陈茂镜先生、陈茂山先生早在二十世纪 90 年代即开始从事注塑件制造行业，最初主要服务于日用品、家电生产厂商，将注塑产品出口至日本等地，并与日本东芝、松下等长期合作。随着对日本市场的熟悉、对汽车行业在中国逐步进入和发展趋势的洞悉，逐步将产品扩充到汽车内外饰件，并开始与一级零部件供应商及整车厂开始合作。公司创始人与主要客户的合作情况如下：

开始合作时间	客户名称	合作背景
2006 年开始	广爱兴、提爱思	公司实控人所创办的富强实业开始为较早进入中国市场的日本合资企业广爱兴、提爱思等汽车内外饰件一级供应商提供注塑零部件，间接为广汽本田配套汽车内外饰件产品
2006 年开始	广汽本田	广汽本田作为广州地区的合资整车厂，出于本地化响应速度较快、节约成本等因素考虑，与富强实业建立合作关系
2008 年开始	广汽乘用车	广汽集团成立独资公司广汽乘用车发展自有品牌广汽传祺，设计开发第一款车型传祺 GA5，并寻求内资零部件供应商共同开发制造。由于富强实业与日本合资企业、本田汽车系零部件供应商广爱兴、提爱思等汽车一级零部件供应商良好的合作记录、以及在注塑件领域丰富的行业经验，富强实业成为了广汽乘用车第一批合格供应商，并开启了与广汽集团长期以来的合作
2015 年开始	广汽埃安	公司于 2015 年为广汽乘用车下属新能源分公司（广汽埃安业务发展的源起）开发模具、提供配套零部件，包括广汽埃安前几款车型所用模具，于 2018 年进入广汽埃安合格供应商名录，并于 2019 年开始量产销售

2014 年发行人成立后，创始人将汽车零部件制造业务全部转移至发行人并延续了与上述中日合资企业、广汽乘用车的合作，并逐步发展成为珠三角地区汽车内外饰件龙头企业。根据广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田于 2023 年 9 月出具的确认函，自其与公司合作之日起至确认函出具之日，公司为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商；上述客户与公司的合作关系稳固。

公司与主要客户的合作关系已经持续多年，并且随着公司业务规模的扩大、区域布局扩展、下游客户的销量增长，上下游合作的紧密度有加深的态势，公司与主要客户的合作关系持续性较好。

综上，公司已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定合作关系，且前述表述与公司报告期内主要收入来自广汽集团及其下属公司的情况不存在矛盾情形。

2、发行人与同行业可比公司客户资源的对比情况，发行人客户资源竞争优势的具体体现

公司与同行业可比公司的客户资源对比情况如下：

序号	公司简称	主要客户类别及分布	客户资源	进入新能源领域情况
1	新泉股份	客户以**整车厂**为主，主要集中在**长三角地区**，并逐步扩展到京津地区、东北地区、珠三角地区	客户主要包括吉利汽车、奇瑞汽车、上汽集团、比亚迪、一汽集团、北汽福田、国际知名品牌电动车企业等整车厂	**2019 年**实现配套新能源汽车项目
2	常熟汽饰	客户以**整车厂**为主，主要集中在**长三角地区**，并逐步扩展到东北地区、京津地区	客户主要包括奇瑞汽车、一汽大众、上汽通用、北京奔驰、华晨宝马、吉利汽车、观致汽车、奇点汽车等整车厂	**2019 年**实现配套新能源汽车项目，当年新能源销售占总销售比例仅为 0.8%
3	神通科技	客户以**整车厂**为主，主要集中在**长三角地区**，并逐步扩展到东北地区、京津地区	客户主要包括上汽通用、上汽集团、中国一汽、大众汽车、长城汽车、蔚来汽车等整车厂；以及延锋汽饰、佛吉亚、李尔、恩坦华等汽车零部件供应商	在新能源市场**尚处于布局阶段**
4	肇民科技	客户以**汽车零部件供应商**为主	客户主要包括康明斯、莱顿、石通瑞吉、日本特殊陶业、哈金森、舍弗勒等汽车零部件供应商	注塑内外饰件相关业务目前**尚未进入新能源领域**
5	唯科科技	客户以**汽车零部件供应商**为主	客户主要包括均胜电子、施耐德博士集团、艾福迈集团、Altcam 集团、慧鱼集团等汽车零部件供应商	产品多数为可同时应用于多种车型的功能结构件，**无法判断**是否应用于新能源车
6	东箭科技	客户以**后装市场**为主	客户主要包括后装市场品牌商、汽车经销商、汽车改装美容店、前装市场整车厂、汽车零部件配套供应商	**2021 年**实现配套新能源汽车项目，当年新能源汽车零部件业务收入占比为 1.13%
7	福赛科技	客户以**汽车零部件供应商**为主	客户主要包括马瑞利、延锋汽饰、新泉股份、北汽	其在 **2018 年已进入**新能源领域，至

序号	公司简称	主要客户类别及分布	客户资源	进入新能源领域情况
			韩一等汽车零部件供应商；整车厂客户主要为长城汽车、比亚迪等	2022 年新能源领域收入占比为 28.38%
8	发行人	客户以**整车厂**为主，主要集中在**珠三角地区**，并逐步扩展到长三角地区和华中地区	客户主要包括广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田、广汽丰田、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等整车厂；以及提爱思、广爱兴、河西、林骏、斯坦雷、武汉新明等汽车零部件供应商	**公司于 2015 年为广汽乘用车下属新能源分公司开发模具、提供配套零部件，于 2018 年进入广汽埃安合格供应商名录，并于 2019 年开始量产销售，至 2023 年 1-6 月新能源领域业务收入占比达到 54.11%，覆盖我国新能源乘用车销量前十五名中的三分之一车企，已获得造车新势力 10 款车型定点，并进入某国际一流新能源车企的合格供应商名录**

注：上表中同行业可比公司的客户资源来自于其在招股说明书、募集说明书、年度报告等披露的主要代表性客户。

同行业可比公司主要覆盖区域内主要整车厂客户，并随着整车厂客户新设工厂而进行新的生产基地布局，以满足现有及新开发整车客户的需求，并形成稳定的客户资源布局。公司客户资源竞争优势主要体现在如下几个方面：

（1）深耕珠三角区域，成为珠三角地区领先的汽车内外饰件供应商

目前，我国已经形成了长三角地区、珠三角地区、东北地区、京津地区、华中地区、西南地区为主的六大汽车产业集群。根据国家统计局数据，2021 年以来，珠三角地区汽车产量在六大汽车产业集群中均排名前两位。2023 年 1-6 月，我国珠三角地区汽车产量为 231.47 万辆，占全国汽车产量的比例为 17.67%，在六大汽车产业集群排名第一位。

单位：万辆

产业带	2023 年 1-6 月			2022 年			2021 年			2020 年		
	排名	产量	占比	排名	产量	占比	排名	产量	占比	排名	产量	占比
珠三角地区	**1**	**231.47**	**17.67%**	**2**	**415.40**	**15.28%**	**2**	**338.46**	**12.89%**	**4**	**313.29**	**12.37%**
长三角地区	2	223.72	17.07%	1	521.80	19.20%	1	460.26	17.53%	1	430.32	16.99%
西南地区	3	151.61	11.57%	4	283.10	10.41%	6	278.53	10.61%	6	238.86	9.43%

产业带	2023 年 1-6 月			2022 年			2021 年			2020 年		
	排名	产量	占比	排名	产量	占比	排名	产量	占比	排名	产量	占比
华中地区	4	137.64	10.50%	5	271.20	9.98%	5	290.58	11.07%	5	303.01	11.96%
京津地区	5	130.58	9.97%	6	238.00	8.76%	3	319.52	12.17%	2	358.11	14.14%
东北地区	6	117.35	8.96%	3	300.50	11.06%	4	317.37	12.09%	3	347.63	13.73%

在珠三角地区中，报告期内，广汽集团下属及合营企业的汽车产量分别为 203.44 万辆、213.25 万辆、245.96 万辆、117.82 万辆，占珠三角地区汽车产量的比例分别为 64.94%、63.01%、59.21%和 50.90%，为珠三角地区代表性整车制造集团。

公司总部位于珠三角地区，成立以来一直深耕珠三角地区的业务发展，与国内第四大、珠三角地区第一大的整车制造集团广汽集团建立了深度合作关系，并随着整车厂业务布局的扩展，逐步在长三角地区、华中地区布局业务。截至目前，公司覆盖客户包括广汽乘用车、广汽埃安、广汽本田、广汽丰田、小鹏汽车等珠三角地区整车制造企业，以及提爱思、广爱兴、河西、林骏等珠三角地区一级零部件供应商。公司已成为珠三角地区领先的汽车内外饰件供应商。根据广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田于 2023 年 9 月出具的确认函，自其与公司合作之日起至确认函出具之日，公司为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商；上述客户与公司的合作关系稳固。

相比而言，发行人同行业可比公司如神通科技、常熟汽饰、新泉股份受地域影响主要客户集中在长三角地区，并逐步扩展至东北地区、京津地区，在珠三角地区布局较少，公司在珠三角地区的客户资源竞争优势明显。

（2）抢先布局新能源领域，实现传统领域与新能源领域共同发展

公司于 2015 年为广汽乘用车下属新能源分公司开发模具、提供配套零部件，并于 2018 年进入广汽埃安合格供应商名录，同行业可比公司新泉股份、常熟汽饰 2019 年实现配套新能源汽车项目，神通科技、肇民科技在新能源领域尚处于布局阶段。公司抢先布局新能源领域，进入新能源领域汽车内外饰件同步设计和产品配套的时点早于多数同行业可比公司，并凭借积累的产品开发与生产经

验已形成一定的先发优势。目前，公司已成为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商，已覆盖我国新能源乘用车销量前十五名中的三分之一车企，已获得新能源车企 22 款车型定点，其中包括造车新势力 10 款车型定点，且尚有 23 款新能源车型处于同步开发设计阶段。公司已进入某国际一流新能源车企的合格供应商名录。

公司新能源领域收入占比显著高于同行业可比公司。2022 年，公司新能源领域收入占比为 45.85%，高于常熟汽饰的 31.41%、福赛科技的 28.38%和东箭科技的 4.23%。截至目前，公司已获新能源车企 22 款车型定点，且尚有 23 款车型处于同步开发设计阶段，在上述车型获定点并量产后，在其生命周期内将持续产生产品收入。未来随着我国新能源汽车行业的不断发展，公司与广汽埃安的业务合作持续深入，与小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等新能源整车客户的收入规模逐渐提升，以及不断开拓其他新客户，预计公司针对新能源汽车客户的销售收入规模及占比将进一步提升。

（3）客户优质，具备一定的客户深度和客户广度

在客户深度方面，公司与国内第四大、珠三角地区第一大整车制造集团广汽集团实现深度合作。根据广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田于 2023 年 9 月出具的确认函，自其与公司合作之日起至确认函出具之日，公司为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商；上述客户与公司的合作关系稳固。

在客户广度方面，公司积极开拓客户，在乘联会发布的 2022 年我国新能源乘用车销量排名前十五名的厂商中，公司覆盖其中三分之一的新能源车企，除此之外，公司客户还包括传统主流车企如广汽乘用车、广汽本田，以及知名汽车零部件供应商如提爱思、广爱兴、河西、林骏等，已形成较为稳定、优质的客户群体，具有一定的客户资源竞争优势。

（五）结合发行人核心技术、专利与同行业可比公司的对比优势，通过国家 CNAS 实验室认证对下游客户开发、体现技术能力等方面的作用，参与整车厂同步开发设计项目情况、具体内容、涉及的合作整车厂以及项目后期转化量产的情况等，进一步说明发行人具有竞争优势的具体体现

1、发行人核心技术、专利与同行业可比公司的对比优势

公司以客户需求为基础，对模具开发、内外饰件生产制造等各环节技术进行研发投入，不断开发出符合客户要求的汽车饰件产品。公司通过自主研发，在注塑生产、涂覆环节等核心工序上形成 8 项核心技术，核心技术对应的主要关键指标参数优于行业水平，在行业内具有一定优势。其中，公司在双层叠模、阴阳模真空成型、超声波焊接等方面技术优势突出。在双层叠膜技术上，公司充分利用软件分析，以及巧妙、精密的双层型腔模具结构搭配，使不同材质的塑料粒子，实现在同一副模具里先后注射成型，可减少生产工序、降本增效，且产品的耐热、耐老化性能更佳；在阴模、阳模真空成型技术上，公司使用自主设计的精密模具，通过真空吸附，使塑料骨架与不同材质的表皮完美贴合，其产品更耐久、更耐腐蚀，该技术还可以有效减少人工作业；在超声波焊接技术上，公司依托自动化控制，实现柔性化灵活生产，满足客户个性化需求的同时可提高生产效率，且超声波焊接技术将塑料粒子融化后进行焊接，使得塑料部件的连接更加紧密、牢固，产品可以承受更大的冲击强度，更安全、更耐久。

公司 8 项核心技术与行业水平的对比情况如下：

主要工序环节	核心技术	应用	对应关键指标参数	行业水平	公司技术水平	公司优势说明
注塑生产	双层叠模技术	利用双层型腔的模具结构，在不额外占用线外组装空间的前提下解决不同材质中间板组件的搭接问题，主要应用于门内饰板总成、雨刮盖板总成等产品	耐热老化	ΔE≤3.0	0.262	公司产品颜色保持稳定，不会在长期使用或受热影响下发生变化，使得相关车型能够持续保持一致的外观。
注塑生产	模具气辅成型技术	利用气体压力保压成型，压力传递更均匀，改善产品外观降低冷却、保压时间，提高产品生产效率，	柱内饰表面刚度（在外力下的变形量）	10N 时≤1.5mm	0.34mm	公司产品在不同受力情况下的实际变形较小，具有较高的可靠性和安全性，亦具有较长的使用寿命。
				20N 时≤2.5mm	0.63mm	
				30N 时	0.90mm	

主要工序环节	核心技术	应用	对应关键指标参数	行业水平	公司技术水平	公司优势说明
		主要应用于门内饰板总成等产品		≤3.5mm		
注塑生产	表皮真空阳膜吸附成型技术	依靠真空负压将塑料骨架与加热表皮之间产生压差，从而使表皮紧紧贴覆在塑料骨架表面成型的技术，主要应用于门内饰板总成等产品	常温剥离力	≥24N	47.62N	公司产品具有出色的剥离力性能，可抵抗日常使用中的各种外力，减少产品的变形、开裂和损坏等问题，同时可避免噪音、异响等问题，产品具有较高的质量和较长的使用寿命。
注塑生产	双色注塑成型技术	将两种不同物性的塑料通过两个料筒塑化后，同时或先后经两个喷嘴进行注塑的技术，主要应用于雨刮盖板总成等产品	冷热循环测试（冷阶段/热夹断变化量）	±≤1mm	0.15-0.52mm	公司产品在各种气候条件下均能保持原有形状和性能，提升汽车耐久性，在汽车驾驶过程中不会因为变形过大而影响驾驶视野或造成其他安全问题。
			冷热循环测试（最终变化量）	±≤0.5mm	0.08-0.22mm	
注塑生产	阴模真空成型技术	通过真空负压将模具的纹路成型在表皮的同时，将产品与表皮紧密贴合的技术，主要应用于门内饰板总成等产品	高温剥离力	≥18N	19.3N	公司产品在高温环境下能够保持良好的附着力和粘合力，减少在长期使用过程中出现分离、脱落或损坏的风险，且具有较好的耐久性和防腐蚀性能，可以在长期使用过程中保持稳定，增强汽车的安全性能。
注塑生产	超声波焊接技术	通过超声波发生器将电能转换成动能，改变焊头振幅，通过摩擦转换成热能，将塑料融化进行焊接的技术，主要应用于门内饰板总成等产品	侧面冲击强度	≤3kN	2.09-2.28kN	公司产品在受到冲击时能够吸收更多的能量，有效防止产品开裂、破碎等现象的发生，有助于提升相关车型的安全性与耐久性，可以在长期使用过程中保持稳定。
注塑生产	表面活性火焰处理技术	通过强氧化焰使塑料表面氧化的过程，破坏塑料表面张力增加粘附力，主要应用于门内饰板总成等产品	环保低气味（甲醛）	≤100	12	公司产品有害物质含量极低，在制造和使用过程中对环境和人体健康的影响非常小，具有环保、可持续的特点，有助于提升整车的品质和安全性。
			环保低气味（乙醛）	≤50	5	
			环保低气味（丙烯醛）	≤10	ND	
			常温剥离力	≥18N	24.6N	公司产品在不同温度条件下均能保持良好的附着力和粘合力，有效避免剥离或脱落现象的发生，有助于提升整车的品质和内饰外观，增强汽车的安全性和耐久性。
			高温剥离力	≥18N	18.5N	
涂覆环节	涂料均匀涂覆技术	在产品表面的基体上除覆涂料而形成均匀、连续、附着牢固的、具备耐腐性能或	漆面质量	≤30 波长	6.2 波长	公司产品具有优质的漆面质量，漆面更光滑细腻，且有更佳的耐磨和耐腐蚀性能，使得相关车型在暴雨等恶劣天气下

主要工序环节	核心技术	应用	对应关键指标参数	行业水平	公司技术水平	公司优势说明
		功能的涂膜的技术，主要应用于保险杠类产品、轮眉总成等产品				能够保持稳定的外观品质。
			最大拉升力	≥100N	247.9N	公司产品漆面稳定性较高，在承受拉伸载荷时不易脱落或龟裂，漆面材料具有较高的强度和韧性，且具有较好的防腐蚀性能，可以免受氧化和腐蚀的侵害，从而延长使用寿命。

注：上表中，“行业水平”是指公司的整车厂客户的要求。由于各项指标没有明确的行业标准，也无同行业可比公司的披露，同时考虑到发行人主要客户为广汽集团等国内知名整车厂，其相关要求可代表行业先进标准，故采用整车厂客户要求作为行业水平。

凭借优异的技术表现，公司与珠三角地区代表性整车制造集团广汽集团合作以来始终稳定向其供应内外饰件产品，并成为广汽埃安、广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商，广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商。

截至本回复出具日，公司拥有专利 95 项，其中发明专利 9 项，实用新型专利 86 项，均为通过自主研发形成。公司研发成果转化能力较强，上述专利均已应用在日常生产中。公司专利数量与同行业可比公司的对比情况如下：

序号	公司简称	专利
1	神通科技	截至 2023 年 6 月 30 日，拥有专利 545 项，其中发明专利 79 项、实用新型专利 454 项，外观设计专利 12 项
2	常熟汽饰	截至 2023 年 6 月 30 日，拥有专利 383 项，其中发明专利 18 项，实用新型专利 357 项，外观设计专利 8 项
3	新泉股份	截至 2023 年 6 月 30 日，拥有专利 162 项，其中发明专利 7 项，实用新型专利 154 项，外观设计专利 1 项
4	唯科科技	截至 2023 年 6 月 30 日，拥有 439 项授权专利，其中 21 项发明专利
5	肇民科技	截至 2021 年 5 月 17 日，拥有专利 90 项，其中发明专利 4 项，实用新型专利 84 项，外观设计专利 2 项
6	东箭科技	截至 2022 年末，累计获得授权专利总数超过 900 项，其中有效专利总数超过 800 项；2023 年 1-6 月，新增专利 27 项，其中发明专利 16 项
7	福赛科技	截至 2022 年末，拥有已授权专利 155 项，其中发明专利 12 项，实用新型专利 143 项
8	**富强科技**	**截至目前，拥有专利 95 项，其中发明专利 9 项，实用新型专利 86 项**

注：肇民科技定期报告中未披露期末专利数量；福赛科技未披露半年度数据，故选取其上市时招股说明书中数据。

如上表所示，公司专利数量多于肇民科技，少于其他同行业可比公司；其中发明专利数量多于新泉股份、肇民科技，与福赛科技相近。

另外，公司为国家高新技术企业，凭借出色的自主研发能力、技术创新能

力、研发成果转化能力，被广东省科学技术厅评定为“广东省汽车精密注塑饰件工程技术研究中心”。

获得省级工程技术研究中心的认定需要满足一系列条件，如需要具备高度的技术能力、设备水平和专业人才队伍，对研发进行复杂的测试、测量和分析，并配置充足的专业设备和经验丰富的专业人员，以确保研究的准确性和可靠性；需要建立完善的质量管理体系，以保证研发过程的可操作性和高度准确性；需要具备科技创新能力，在行业或领域内开展高水平的研究和创新活动，并拥有自主知识产权的科技成果；需要具备工程化开发的能力，将科技成果转化为现实生产力，实现科技成果的产业化，保证科技成果转化的质量和效率。公司需要满足一系列条件要求，并经过多环节评审后方能通过省级工程技术研究中心的评定。

报告期内，发行人研发投入分别为 2,214.23 万元、3,994.64 万元、4,981.59 万元和 2,480.50 万元，占营业收入的比例分别为 4.49%、5.90%、4.80%和 3.88%。在 A 股汽车内外饰件上市公司中，发行人的研发投入占比较高。2020-2022 年，发行人研发投入占比在全部汽车内外饰件上市公司中分别排名第 4 位、第 2 位和第 7 位。报告期内，发行人与 A 股汽车内外饰件上市公司的研发投入对比情况如下：

单位：万元

序号	公司名称及股票代码	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
		研发投入	研发投入占比	研发投入	研发投入占比	研发投入	研发投入占比	研发投入	研发投入占比
1	京威股份 002662.SZ	12,318.95	7.38%	22,256.12	6.22%	20,100.60	5.73%	14,043.92	3.74%
2	**唯科科技 301196.SZ**	3,199.75	6.09%	5,804.25	6.06%	4,384.86	3.78%	3,260.81	3.58%
3	**神通科技 605228.SH**	4,073.65	5.97%	8,337.40	5.84%	6,500.91	4.72%	5,501.17	3.70%
4	**福赛科技 301529.SZ**	2,754.66	6.84%	3,982.93	5.74%	3,545.97	5.92%	2,701.42	5.82%
5	金钟股份 301133.SZ	2,336.46	5.75%	3,910.64	5.36%	2,431.78	4.43%	1,453.82	3.67%
6	**东箭科技 300978.SZ**	5,043.25	5.62%	9,438.95	5.34%	6,596.71	4.03%	5,426.72	3.68%
7	**发行人**	**2,480.50**	**3.88%**	**4,981.59**	**4.80%**	**3,994.64**	**5.90%**	**2,214.23**	**4.49%**
8	纽泰格 301229.SZ	1,692.92	4.41%	3,179.48	4.59%	2,729.33	4.97%	2,719.06	5.49%

序号	公司名称及股票代码	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
		研发投入	研发投入占比	研发投入	研发投入占比	研发投入	研发投入占比	研发投入	研发投入占比
9	广东鸿图 002101.SZ	14,886.04	4.55%	30,265.63	4.54%	28,167.19	4.69%	26,208.80	4.68%
10	华域汽车 600741.SH	350,567.40	4.55%	716,146.38	4.52%	635,156.30	4.54%	557,285.33	4.17%
11	一彬科技 001278.SZ	5,660.93	6.12%	8,406.90	4.52%	6,774.37	4.75%	5,558.35	4.21%
12	**肇民科技 301000.SZ**	1,270.78	4.42%	2,383.19	4.46%	2,358.49	4.04%	1,707.67	3.45%
13	**新泉股份 603179.SH**	20,525.47	4.43%	30,618.25	4.41%	22,473.45	4.87%	15,079.33	4.10%
14	金杯汽车 600609.SH	11,043.21	4.07%	24,378.15	4.33%	16,951.67	3.27%	18,352.96	3.36%
15	岱美股份 603730.SH	10,826.08	3.76%	20,757.20	4.03%	18,720.43	4.45%	15,138.22	3.83%
16	宁波华翔 002048.SZ	36,888.96	3.61%	69,006.93	3.52%	64,042.39	3.64%	52,806.24	3.13%
17	**常熟汽饰 603035.SH**	7,539.04	4.10%	12,787.33	3.49%	9,712.29	3.65%	6,762.70	3.05%
18	模塑科技 000700.SZ	10,958.19	2.83%	21,351.26	2.79%	27,497.98	3.72%	21,092.38	3.46%
19	坤泰股份 001260.SZ	760.73	3.58%	1,161.43	2.58%	724.73	1.75%	704.65	1.87%
20	继峰股份 603997.SH	20,855.47	2.00%	37,641.99	2.10%	32,137.52	1.91%	25,560.38	1.62%
21	一汽富维 600742.SH	23,770.66	2.57%	36,803.45	1.84%	33,591.34	1.64%	26,866.50	1.38%
22	申达股份 600626.SH	7,749.56	1.39%	18,027.96	1.60%	16,421.75	1.56%	15,744.83	1.45%

注：上表中列示了发行人与 21 家 A 股汽车内外饰件上市公司，其中标粗为发行人可比公司，资料来源于各公司年报，表格按各公司 2022 年研发投入占比排序。

另外，公司在不断开展同步开发、模具开发、产品总成制造等各环节技术的深入研究，拥有多项在研项目，计划投入更多研发资金。目前，公司正在申请的未授权专利数量为 13 个。公司核心技术对应的主要关键指标参数优于行业水平，在行业内具有一定优势。随着公司对知识产权保护的重视程度逐渐加强，以及在研发领域的持续投入，未来公司的专利数量会有较大提升。

2、通过国家 CNAS 实验室认证对下游客户开发、体现技术能力等方面的作用

中国合格评定国家认可委员会（CNAS）是根据《中华人民共和国认证认可条例》《认可机构监督管理办法》的规定，依法经国家市场监督管理总局确定，从事认证机构、实验室、检验机构、审定与核查机构等合格评定机构认可评价

活动的权威机构，负责合格评定机构国家认可体系运行。

国家 CNAS 实验室认证是指由中国合格评定国家认可委员会对检测/校准实验室和检验机构有能力完成特定任务作出正式承认的评审程序，属于自愿性认证体系。根据《实验室认可领域分类（CNAS-AL06）》，实验室认可领域覆盖生物、化学、机械、电气、日用消费品、植物检疫、卫生检疫、医疗器械等 14 项检测领域。

公司在试模及产品小批量生产前，客户均要求公司提供 CNAS 实验室认证报告。根据公司客户要求，拥有该项报告为汽车内外饰件量产前的必需阶段。认证报告主要涉及耐热老化、表面刚度、漆面质量、拉升力、剥离力、冲击强度、环保气味等技术指标的认证，是对产品质量的全面检测与认证。经过实验室认证报告的认可，客户才会信赖公司产品质量，才认为公司产品达到量产条件。若无 CNAS 实验室资质，则需额外聘请第三方机构对产品进行检测，以满足客户要求。公司通过 CNAS 实验室认证可表明公司可提供可靠的测试、检验、校准或认证服务，其测试结果和报告具备权威认可性。

公司通过国家 CNAS 实验室认证需要具备高水平的技术能力和设备，能够进行精密的测试、测量和分析，开展包括材料、安全性能、材料工程学等多个方面的测试，需要配备充足的专业设备和经验丰富的专业人员；实验室的测试和校准过程必须符合国际标准和相关规范如安全标准、材料耐久性标准等；实验室需建立完善的质量管理体系，确保测试过程的准确性、可靠性和可重复性。公司需要满足一系列条件要求，并经过申请、初审、现场评审等多个环节评审后方能通过国家认证。

通过国家 CNAS 实验室认证表明公司实验室已通过国家权威机构的评估和认可，可以体现公司的技术能力，亦是对公司产品与服务质量的认可和保证，在客户选择供应商时会成为加分项，有利于提高客户对公司的信任度，增强公司的市场竞争优势，并提升公司产品对下游客户的吸引力。

公司拥有自主检测实验室，可以节约外发检测费用，降低生产成本，亦可提升公司产品的市场竞争力。另外，外发检测需要配合第三方实验室的机台稼动，测试及调整时间较长。公司进行自主检测可较早确认质量稳定性，提高生

产效率。

经检索，发行人同行业可比公司中，仅新泉股份、东箭科技、常熟汽饰通过了 CNAS 实验室认证。

3、参与整车厂同步开发设计项目情况、具体内容、涉及的合作整车厂以及项目后期转化量产的情况

同步开发设计，指一级零部件供应商融入整车配套体系，充分理解整车设计的理念和需求，根据整车厂的计划和时间节点配合新车型开发进度，及时同步推出配套产品的设计方案。整车厂同步开发设计项目涵盖了设计、开发、质量控制等各个方面，确保整个项目能够按计划进行，并达到预期的交付标准，属汽车行业惯例。

整车厂对汽车内外饰件供应商的同步开发设计能力极为看重，具体来说，在整车厂提供零部件初版数据、功能要求及关键参数后，供应商须能提供专业的仿真分析等技术支持，模拟验证产品的可靠性、工艺可行性，以提前发现设计缺陷，确保产品结构能够满足性能和工艺要求。整车厂通过将供应商纳入其产品的同步开发过程，可以有效缩短产品开发周期，加快新产品推出速度，提升产品质量水平。因此，在激烈的市场竞争中，具备产品同步开发设计能力是汽车内外饰件供应商的关键竞争能力之一。如不具备同步开发设计能力，汽车内外饰件供应商无法直接向整车厂供货。

从流程上来看，就汽车内外饰件产品而言，在整车厂客户推出新车型设计方案后，进入内外饰件产品的前期论证阶段，内外饰件厂商此时开始深度参与，凭借自身的产品设计和模具开发能力提出内外饰件产品的设计方案，并与整车厂研究人员展开充分讨论，不断对设计方案进行优化。其后整车厂正式向供应商发放询价包，内外饰件厂商递交产品技术提案及报价，整车厂商在收到供应商正式报价方案后，在品质、成本、交付、管理、安全等方面选取综合最优的供应商，正式发放定点函，并选定产品技术方案，进行数据冻结。定点后，由最终确定的配套供应商与整车厂就开模数据优化等内容进行细化延伸。其后由整车厂向供应商发放开模指令，按照最终的技术方案生产模具、交付样品、实现量产。

具体而言，同步开发设计主要包括以下几个方面：

（1）设计开发：供应商开始进行内外饰件的设计开发工作，在客户仅提供造型面的情况下，制定结构与搭接设计方案并进行初步设计验证。

（2）样品交付与评审：供应商将新工艺样品交付给整车厂进行评审，整车厂对样品进行技术评估和验证，提供反馈和建议。

（3）设计优化：供应商根据整车厂的评审意见对内外饰件设计进行调整和优化，包括模块化设计、环保材料选型、一体式搭接结构等，在满足整车厂的要求同时，达到降本增效的作用。

（4）工艺开发：供应商进行内外饰件的生产工艺优化开发，并以现有制程设备导入在结构设计中，包括制造流程、工艺参数和设备准备等。

（5）风险评估与应对措施：供应商与整车厂共同进行风险评估，识别潜在的问题和风险，并制定应对措施。

公司有能力承担新车型内外饰件的同步开发设计任务，曾参与且正在参与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户数百种内外饰件产品的同步开发设计项目。报告期内，公司参与配套广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等 5 家整车厂客户合计超过 40 款量产车型，由发行人配套的全部内外饰件产品均涉及同步开发设计。报告期内，公司参与同步开发设计的产品收入占全部营业收入的比例分别为 56.07%、57.74%、75.99%和 85.40%。另外，目前公司正在参与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户 35 款车型相关内外饰件产品的同步设计开发工作。

综上：

（1）公司核心技术主要关键指标参数优于行业水平。公司以客户需求为基础，对模具开发、内外饰件生产制造等各环节技术进行研发投入，不断开发出符合客户要求的汽车饰件产品。公司通过自主研发，在注塑生产、涂覆环节等核心工序上形成 8 项核心技术，核心技术对应的主要关键指标参数优于行业水平，在行业内具有一定优势。公司专利数量多于肇民科技，少于其他同行业可比公司；其中发明专利数量多于新泉股份、肇民科技，与福赛科技相近。随着公司对知识产权保护的重视程度逐渐加强，以及在研发领域的持续投入，未来

公司的专利数量会有较大提升。

（2）公司已通过国家 CNAS 实验室认证，对下游客户开发、体现技术能力等方面具有促进作用。公司在试模及产品小批量生产前，客户均要求公司提供 CNAS 实验室认证报告。通过国家 CNAS 实验室认证可以体现公司的技术能力，亦是对公司产品与服务质量的认可和保证，在客户选择供应商时会成为加分项，有利于提高客户对公司的信任度，增强公司的市场竞争优势，并提升公司产品对下游客户的吸引力。发行人同行业可比公司中，仅新泉股份、东箭科技、常熟汽饰通过了 CNAS 实验室认证。

（3）公司曾参与且正在参与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户数百种内外饰件产品的同步开发设计项目。报告期内，公司参与配套广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等 5 家整车厂客户合计超过 40 款量产车型，由发行人配套的全部内外饰件产品均涉及同步开发设计，公司参与同步开发设计的产品收入占全部营业收入的比例较高。另外，目前公司正在参与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户 35 款车型相关内外饰件产品的同步设计开发工作。

因此，公司在技术研发、检测能力、同步开发设计等方面具有一定竞争优势。

（六）说明发行人主要荣获奖项由广汽系客户颁发的原因，广汽系以外客户颁发奖项情况，相关奖项对体现发行人市场知名度和行业认可度的具体意义；发行人与同行业可比公司进入新能源领域内外饰件同步设计和产品配套时点的对比情况；发行人配套多款热销车型的出货量及相关车型市场占有率，发行人主要总成产品市场占有率平均为 2%-4%的合理性；结合前述分析进一步说明发行人具备较高的市场知名度和行业认可度的具体体现，相关表述是否准确、客观

1、发行人主要荣获奖项由广汽系客户颁发的原因，广汽系以外客户颁发奖项情况，相关奖项对体现发行人市场知名度和行业认可度的具体意义

报告期内，公司主要荣获广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田颁发的奖项情况如下：

序号	奖项名称	授予单位	获奖年份	奖项权威性体现
1	成本特别贡献奖	广汽本田	2020 年	广汽本田在当年度约 500 家供应商中评选前 10 家成本优秀供应商颁发“成本特别贡献奖”奖项
2	优秀品质奖	广汽本田	2020 年	广汽本田在当年度约 500 家供应商中评选前 10 家品质优秀供应商颁发“优秀品质奖”奖项
3	质量协力奖	广汽乘用车	2021 年	广汽乘用车在当年度约 600 家供应商中评选前 15 家品质优秀供应商颁发“质量协力奖”奖项
4	优秀质量奖	广汽埃安	2021 年	广汽埃安在当年度约 300 家供应商中评选前 5 家品质优秀供应商颁发“优秀质量奖”奖项
5	最佳供应保障奖	广汽乘用车	2021 年	广汽乘用车在当年度约 600 家供应商中评选前 25 家供应保障优秀供应商颁发“最佳供应保障奖”奖项
6	品牌推广奖	广汽乘用车	2021 年	广汽乘用车在当年度约 600 家供应商中评选前 15 家对品牌推广优秀供应商颁发“品牌推广奖”奖项
7	品质优胜供应商	广汽本田	2022 年	广汽本田在当年度约 500 家供应商中评选前 10 家品质优秀供应商颁发“品质优胜供应商奖”奖项
8	质量协力奖	广汽乘用车	2022 年	广汽乘用车在当年度约 600 家供应商中评选前 15 家质量优秀供应商颁发“质量协力奖”奖项
9	成本优胜供应商	广汽本田	2023 年	广汽本田在当年度约 500 家供应商中评选前 10 家品质优秀供应商颁发“成本优胜供应商”奖项
10	质量协力奖	广汽乘用车	2023 年	广汽乘用车在当年度约 600 家供应商中评选前 15 家质量优秀供应商颁发“质量协力奖”奖项
11	砥砺相助奖	广汽乘用车	2023 年	广汽乘用车在当年度约 600 家供应商中评选前 25 家在突发全球公共卫生事件时仍积极拉动资源应对供应的优秀供应商颁发“砥砺相助奖”奖项

相关奖项系各客户在当年度全部零部件供应商中评选排名靠前的供应商颁发，以作为对供应商供货保障、产品品质、产品交付、成本管控等方面的肯定与激励。相关奖项名额较少，充分体现上述主要客户对公司的认可度。上述颁奖主体均为珠三角地区代表性整车厂，相关奖项亦可凸显对公司作为珠三角地区汽车内外饰件龙头企业的认可。

公司主要荣获奖项由广汽系客户颁发与发行人的客户集中度较高有关。公司与广汽集团及广汽本田保持持续稳定深度合作。报告期内，广汽集团、广汽本田均分别为发行人第一、第二大客户，公司来自广汽集团、广汽本田合并范

围内的合计销售收入占公司营业收入的比重分别为 77.24%、81.54%、88.60%和91.24%，占比较高。通常情况下，整车厂会在与其合作达到一定规模的供应商中评选各方面优质的供应商颁发相应奖项，而公司与小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车合作时间较短、尚处于业务扩张阶段，公司获该类客户评定奖项相对较为有限。

报告期内，公司主要荣获除广汽系客户颁发奖项及其他奖项情况如下：

序号	奖项名称	授予单位	获奖年份	奖项权威性体现
1	优秀供应商	广爱兴	2020 年	广爱兴在当年度约 40 家供应商中评选 1 家供应商颁发“优秀供应商”奖项
2	成本优胜奖	广爱兴	2021 年	广爱兴在当年度约 40 家供应商中评选 1 家成本优秀供应商颁发“成本优胜奖”奖项
3	广东省汽车精密注塑饰件工程技术研究中心	广东省科学技术厅	2021 年	为深入实施创新驱动发展战略，高质量推动广东省科技创新平台建设而组织评选，申报条件包括单位规模、科研条件、科研成果、体制机制等多个方面
4	专精特新中小企业	广东省工业和信息化厅	2023 年	根据《广东省推动专精特新企业高质量发展的指导意见》，聚焦核心基础零部件等重点领域和战略性产业集群，做实做强做优专精特新企业群体
5	经济发展优秀贡献奖	广清产业园管委会	2023 年	根据《广清经济特别合作区广清产业园促进先进制造业发展办法实施细则》，对园区经济发展有贡献的企业共设七大类奖励，各项奖励视相关条件设置一定的奖励梯度

上述奖项可体现客户及主管部门对公司研发能力与技术优势等方面的认可，可体现公司的市场知名度。

综上，相关奖项可体现公司在产品与技术研发、产品生产与交付等方面的能力与优势，可体现珠三角地区主要客户对公司产品品质、供应能力等方面的认可，可体现公司在珠三角地区的代表性地位，亦可体现公司在行业内的知名度。

2、发行人与同行业可比公司进入新能源领域内外饰件同步设计和产品配套时点的对比情况

从同行业可比公司情况来看，发行人与同行业可比公司为新能源汽车配套内外饰件产品的对比情况如下：

公司简称	新能源汽车零部件销售收入占比				进入新能源领域内外饰件同步设计和产品配套时点
	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	
神通科技	未披露	未披露	未披露	未披露	根据神通科技于 2023 年 4 月披露的募集说明书，传统汽车零部件收入是其收入的重要组成部分，新能源汽车的较快发展影响了其业绩，其将全面布局新能源汽车市场。据此，神通科技在新能源市场尚处于布局阶段
常熟汽饰	31.41%	31.00%	24.50%	10.60%	根据常熟汽饰披露的年度报告，公司于 2015 年启动 Karma 项目，开始布局新能源赛道。至 2019 年，常熟汽饰新能源销售占总销售比例仅为 0.8%，在此之前未披露相关数据
新泉股份	未披露	未披露	未披露	未披露	根据新泉股份 2018 年年度报告，其将积极开拓新能源汽车市场，当年未披露新能源配套情况；根据新泉股份 2019 年年度报告，其实现配套新能源汽车项目
唯科科技	未披露	未披露	未披露	未披露	根据唯科科技年度报告，公司主要为汽车整车厂二级供应商，产品多数为可同时应用于多种车型的功能结构件，故无法判断是否应用于新能源车
肇民科技	未披露	未披露	未披露	未披露	根据肇民科技年度报告，公司生产的精密注塑件主要应用于传统燃油汽车，在新能源车领域的主要产品应用于热管理模块和三电系统。据此，肇民科技注塑内外饰件相关业务目前尚未进入新能源领域
东箭科技	未披露	4.23%	1.13%	-	根据东箭科技年度报告，其 2020 年未涉及新能源汽车零部件业务，其 2021 年新能源汽车零部件业务收入占比为 1.13%
福赛科技	未披露	28.38%	17.14%	9.95%	根据福赛科技招股说明书，其在报告期第一年（2018 年）已进入新能源领域
发行人	**54.11%**	**45.85%**	**30.40%**	**24.83%**	**公司于 2015 年为广汽乘用车下属新能源分公司（广汽埃安业务发展的源起）开发模具、提供配套零部件，包括广汽埃安前几款车型所用模具，于 2018 年进入广汽埃安合格供应商名录，并于 2019 年开始量产销售。目前，公司新能源领域的直接客户主要为广汽埃安、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等**

如上表所示，根据发行人同行业可比公司披露的公开资料，发行人进入新能源领域汽车内外饰件同步设计和产品配套的时点早于多数同行业可比公司；从新能源领域收入占比来看，目前发行人新能源领域收入占比显著高于同行业

可比公司。

另外，从我国新能源汽车行业来看，2018 年，我国新能源汽车销量为 125.6 万辆，仅占我国汽车销售总量的 4.47%。在国家产业政策的指引下，我国新能源汽车行业迎来快速发展。2022 年，我国新能源汽车销量达到 688.7 万辆，占我国汽车销售总量的比例达到 25.64%。因此，发行人于 2018 年开展新能源汽车内外饰件供应，尚处于国内新能源汽车行业发展初期，发行人进入新能源领域时间较早。

从广汽集团新能源业务发展历程来看，在国家产业政策指引下，广汽集团发布“1513”战略，并于 2017 年 4 月启动广汽智联新能源汽车产业园项目。广汽埃安前身广汽新能源汽车有限公司作为广汽集团新能源战略的重要实施载体，于 2017 年 7 月在广州市番禺区正式成立，标志着广汽集团在智联新能源汽车领域迈入了全新的发展阶段。因此，发行人于广汽集团发展新能源业务初期便为其配套内外饰件产品，发行人进入新能源领域时间较早。

综上，从同行业可比公司开展新能源领域业务情况、我国新能源汽车发展情况、广汽集团布局新能源领域情况等来看，发行人为较早进入新能源领域汽车内外饰件同步设计和产品配套的供应商。报告期内，公司针对新能源汽车客户的销售收入占比不断提高，至 2022 年实现销售收入 47,584.89 万元，占当年营业收入的比重达到 45.85%，复合增长率达到 97.20%。2023 年 1-6 月，公司新能源领域业务收入进一步提升，收入规模达到 34,548.26 万元，占比达到 54.11%。根据 IDC 预测，中国新能源汽车市场规模将在 2026 年达到 1,598 万辆的水平，届时国内新能源汽车的新车渗透率将超过 50%，保有量在整个汽车市场中的占比将超过 10%。未来随着我国新能源汽车行业的不断发展，公司与广汽埃安的业务合作持续深入，与小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等新能源整车客户的收入规模逐渐提升，以及不断开拓其他新客户，预计发行人针对新能源汽车客户的销售收入规模及占比将进一步提升。

3、发行人配套多款热销车型的出货量及相关车型市场占有率，发行人主要总成产品市场占有率平均为 2%-4%的合理性

（1）发行人配套多款热销车型的出货量及相关车型市场占有率

报告期内，发行人主要配套车型包括埃安 S、本田皓影、埃安 Y、传祺 GS5 等十余款车型。报告期内发行人配套上述车型的产品收入占主营业务收入的比重达到约 70%。

发行人主要配套车型的出货量及相关车型市场占有率情况如下：

单位：万辆

配套车型	2023 年 1-6 月			
	整车销量	全国市场占有率	珠三角地区市场占有率	珠三角地区新能源汽车市场占有率
埃安 S	11.46	1.02%	4.95%	11.04%
本田皓影	5.26	0.47%	2.27%	不适用
埃安 Y	9.10	0.81%	3.93%	8.77%
传祺 GS5	1.21	0.11%	0.52%	不适用
传祺 GS4	3.46	0.31%	1.50%	不适用
埃安 V	0.35	0.03%	0.15%	0.34%
本田雅阁	8.11	0.72%	3.50%	不适用
传祺 GS3	2.95	0.26%	1.27%	不适用
传祺影豹	1.96	0.17%	0.85%	不适用
本田飞度	2.79	0.25%	1.21%	不适用
合计	**46.65**	**4.14%**	**20.15%**	**20.15%**

（续上表）

单位：万辆

配套车型	2022 年			
	整车销量	全国市场占有率	珠三角地区市场占有率	珠三角地区新能源汽车市场占有率
埃安 S	11.57	0.49%	2.79%	8.92%
本田皓影	12.85	0.55%	3.09%	不适用
埃安 Y	11.97	0.51%	2.88%	9.23%
传祺 GS5	5.24	0.22%	1.26%	不适用
传祺 GS4	6.75	0.29%	1.62%	不适用
埃安 V	3.18	0.13%	0.77%	2.45%

配套车型	2022 年			
	整车销量	全国市场占有率	珠三角地区市场占有率	珠三角地区新能源汽车市场占有率
本田雅阁	23.39	0.99%	5.63%	不适用
传祺 GS3	3.16	0.13%	0.76%	不适用
传祺影豹	4.58	0.19%	1.10%	不适用
本田飞度	6.55	0.28%	1.58%	不适用
合计	**89.24**	**3.79%**	**21.48%**	**20.60%**

注：车型销量数据来自于 Marklines 数据库；全国市场占有率为各车型销量与全国乘用车销量的比例，数据来自于中国汽车工业协会；珠三角地区市场占有率为各车型销量与珠三角地区汽车产量的比例，数据来自于国家统计局，因国家统计局未公布各地区汽车销量数据，故用产量数据代替；珠三角地区新能源汽车市场占有率为各车型销量与珠三角地区新能源汽车产量的比例，数据来自于广东省统计局，因广东省统计局未公布新能源汽车销量数据，故用产量数据代替；部分车型如本田皓影、传祺 GS5 为燃油或混动车型，非新能源车型，故在新能源汽车市场占有率一列标注“不适用”。

如上表所示，发行人配套主要热销车型在珠三角地区的市场占有率较高，2022 年达 21.48%，2023 年 1-6 月为 20.15%。此外，发行人配套的主要新能源车型为埃安 S、埃安 Y、埃安 V，其在珠三角地区新能源汽车的市场占有率较高，2022 年达 20.60%，2023 年 1-6 月为 20.15%。

（2）发行人主要总成产品市场占有率平均为 2%-4%的合理性

公司主要总成产品市场占有率平均为 2%-4%与行业竞争格局较为分散有关，且同行业公司市场占有率普遍较低。按区域市场测算，公司在珠三角地区的市场占有率水平可达到 10%-20%，处于较高水平。具体如下：

1）行业竞争格局较为分散

汽车内外饰件种类繁多，不同产品对模具开发等方面的要求存在较大差异，内外饰件生产厂商受自身规模限制通常重点聚焦其中几类产品，有利于发挥规模优势。目前，国内汽车内外饰件市场参与者众多，整体竞争格局较为分散。

根据研究数据，2019 年，全球汽车内外饰件市场规模约为 6,500 亿元，我国汽车内外饰件市场规模约为 2,400 亿元。2019 年，我国汽车销量为 2,576.87 万辆，对应的汽车内外饰件单车价值量约为 9,300 元。若按此单车价值量测算，2022 年，我国汽车内外饰件市场空间约为 2,500 亿元。

2022 年，发行人 7 家可比公司的营业收入合计为 159.94 亿元，按上述市场

空间测算，对应的市场占有率合计仅为 6.40%。

2）同行业公司市场占有率普遍较低

根据同行业可比公司公开披露的数据，发行人同行业可比公司主要产品的市场占有率情况如下：

公司简称	产品	市场占有率	备注
新泉股份	仪表板总成	13.95%	新泉股份公开披露的 2022 年数据
	门内护板总成	4.13%	根据新泉股份披露的 2022 年门内护板总成销量与当年国内乘用车产量计算得出
常熟汽饰	门内护板总成	7.83%	根据常熟汽饰披露的 2022 年门内护板总成销量与当年国内乘用车产量计算得出
发行人	**门内饰板总成**	**1.94%**	**2022 年数据**
	挡泥板总成	**3.80%**	
	雨刮盖板总成	**3.85%**	
	机舱护板总成	**2.06%**	
	门内饰板总成	**2.78%**	**2023 年 1-6 月数据**
	挡泥板总成	**4.26%**	
	雨刮盖板总成	**4.49%**	
	机舱护板总成	**2.48%**	
唯科科技	注塑件	0.07%	唯科科技公开披露的 2020 年数据，为注塑件业务收入规模占塑料零件及其他塑料制品规模以上企业实现主营业务收入比例
神通科技	立柱饰板（A 柱）	3.06%	神通科技公开披露的 2020 年 1-6 月数据
	立柱饰板（B 柱）	2.91%	
	立柱饰板（C 柱）	2.58%	
	门开启把手总成	6.62%	
	手套箱总成	4.31%	
	落水槽	4.21%	
	导流件	3.79%	
肇民科技	-	-	未披露
福赛科技	空调出风口	2.77%	福赛科技公开披露的 2021 年数据，为全球市场占有率
	杯托	1.70%	
	储物盒	0.55%	
东箭科技	-	-	未披露

注：数据来源为可比公司最新披露的招股说明书、募集说明书，上表中数据均为可比公司披露的最新数据，其他产品及其他年份的市场占有率水平未公开披露。

其中，新泉股份、常熟汽饰上市时间较早，已形成一定规模，公司门内饰板总成的市场占有率略低于新泉股份、常熟汽饰。整体来看，公司主要总成产品的市场占有率水平与同行业可比公司相近。

3）公司在珠三角地区市场占有率较高

报告期内，公司主要总成产品的全国市场占有率逐渐上升。2023 年 1-6 月，公司主要总成产品在全国的市场占有率为 2%-4%。另外，公司总部位于珠三角地区，成立以来一直深耕珠三角地区的业务发展，并跟随整车厂新建工厂的布局逐步在长三角地区、华中地区扩展业务布局。报告期内，公司主要收入来自于珠三角地区。按公司主要总成产品在珠三角地区销量与珠三角地区汽车产量来测算，2023 年 1-6 月，发行人在珠三角地区的市场占有率水平可达到 10%-20%，处于较高水平。具体如下：

年份	类别	产品分类	在全国的情况			在珠三角地区的情况		
			公司产品销量（万套）	国内乘用车产量（万辆）	市场占有率	公司产品在珠三角地区的销量（万套）	珠三角地区汽车产量（万辆）	市场占有率
2023 年 1-6 月	内饰	门内饰板总成	31.41	1,128.10	2.78%	24.39	231.47	10.54%
	外饰	挡泥板总成	48.10		4.26%	40.75		17.60%
		雨刮盖板总成	50.65		4.49%	44.77		19.34%
		机舱护板总成	27.92		2.48%	25.54		11.03%
2022 年	内饰	门内饰板总成	46.17	2,383.60	1.94%	29.86	415.40	7.19%
	外饰	挡泥板总成	90.58		3.80%	73.44		17.68%
		雨刮盖板总成	91.84		3.85%	80.65		19.41%
		机舱护板总成	49.18		2.06%	39.31		9.46%
2021 年	内饰	门内饰板总成	23.19	2,140.80	1.08%	11.13	338.46	3.29%
	外饰	挡泥板总成	73.83		3.45%	61.05		18.04%
		雨刮盖板总成	75.48		3.53%	66.01		19.50%
		机舱护板总成	34.75		1.62%	26.57		7.85%
2020 年	内饰	门内饰板总成	14.73	1,999.40	0.74%	7.73	313.29	2.47%
	外饰	挡泥板总成	48.64		2.43%	40.60		12.96%
		雨刮盖板总成	47.86		2.39%	41.68		13.30%
		机舱护板总成	31.94		1.60%	24.01		7.67%

注：因公司保险杠类产品以零部件为主，涉及产品规格种类大小不一，与整车产量不

具有明显的匹配关系，无法计算市场占有率。

发行人除深耕总部所在地珠三角地区外，积极开拓其他区域业务，如在长三角地区、华中地区布局生产基地，为广汽乘用车、零跑汽车、某国际一流新能源车企、合创汽车等整车厂，武汉新明、宁波万众等一级零部件供应商配套内外饰件产品。报告期内，发行人来自非珠三角地区的收入占比逐年上升。

综上，公司所处汽车内外饰件行业市场参与者众多，整体竞争格局较为分散，同行业可比公司主要产品的市场占有率水平与发行人相近，公司主要总成产品国内市场占有率平均为 2%-4%具有合理性。另外，报告期内公司主要总成产品的全国市场占有率逐渐上升，且公司主要总成产品在珠三角地区的市场占有率可达 10%-20%，处于较高水平。

4、结合前述分析进一步说明发行人具备较高的市场知名度和行业认可度的具体体现，相关表述是否准确、客观

公司具备较高的市场知名度和行业认可度具体体现在如下方面：

（1）公司为珠三角地区汽车内外饰件龙头企业

1）公司与珠三角地区代表性整车制造集团实现深度合作

目前，我国已经形成了长三角地区、珠三角地区、东北地区、京津地区、华中地区、西南地区为主的六大汽车产业集群。根据国家统计局数据，2021 年以来，珠三角地区汽车产量在六大汽车产业集群中均排名前两位。2023 年 1-6 月，我国珠三角地区汽车产量为 231.47 万辆，占全国汽车产量的比例为 17.67%，在六大汽车产业集群排名第一位。

在珠三角地区中，报告期内，广汽集团下属及合营企业的汽车产量分别为 203.44 万辆、213.25 万辆、245.96 万辆、117.82 万辆，占珠三角地区汽车产量的比例分别为 64.94%、63.01%、59.21%和 50.90%，为珠三角地区代表性整车制造集团。

公司与广汽集团下属及合营企业实现深度合作。公司自 2016-2018 年与广汽乘用车、广汽埃安合作以来，销售收入规模保持稳定增长。报告期内，公司对广汽埃安、广汽乘用车的销售收入分别为 27,621.17 万元、38,305.09 万元、76,379.67 万元和 52,079.67 万元，收入规模保持快速增长。根据广汽埃安、广

汽乘用车、广汽本田于 2023 年 9 月出具的确认函，自其与公司合作之日起至确认函出具之日，公司为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商；公司为广汽本田供应份额最大的雨刮盖板、挡泥板供应商；上述客户与公司的合作关系稳固。

另外，公司多次荣获广汽集团下属及合营企业颁发的优秀供应商等奖项，可体现发行人在供货保障、产品品质、产品交付、成本管控等方面可在其全部供应商中排名前列。

2）公司主要产品及配套车型在珠三角地区的市场占有率较高

报告期内，公司主要总成产品的全国市场占有率逐渐上升。2023 年 1-6 月，公司主要总成产品在全国的市场占有率为 2%-4%。另外，公司总部位于珠三角地区，成立以来一直深耕珠三角地区的业务发展，并跟随整车厂新建工厂的布局逐步在长三角地区、华中地区扩展业务布局。报告期内，公司主要收入来自于珠三角地区。2023 年 1-6 月，发行人在珠三角地区的市场占有率水平可达到 10%-20%，处于较高水平。

另外，公司主要配套车型包括埃安 S、本田皓影、埃安 Y、传祺 GS5 等十余款车型，相关车型在珠三角地区的市场占有率较高，2022 年达 21.48%，2023 年 1-6 月为 20.15%。此外，公司配套的主要新能源车型埃安 S、埃安 Y、埃安 V 等在珠三角地区新能源汽车的市场占有率较高，2022 年达 20.60%，2023 年 1-6 月为 20.15%。

综上，公司重点聚焦目前国内第一大汽车产业集群珠三角地区，并与珠三角地区第一大整车制造集团广汽集团实现深度合作，逐渐发展成为珠三角地区汽车内外饰件龙头企业。

（2）公司较早进入新能源汽车内外饰件领域，已形成一定先发优势

1）公司进入新能源领域时间较早，已形成一定先发优势

公司于 2015 年为广汽乘用车下属新能源分公司开发模具、提供配套零部件，并于 2018 年进入广汽埃安合格供应商名录，同行业可比公司新泉股份、常熟汽饰 2019 年实现配套新能源汽车项目，神通科技、肇民科技在新能源领域尚处于

布局阶段。公司抢先布局新能源领域，进入新能源领域汽车内外饰件同步设计和产品配套的时点早于多数同行业可比公司，并凭借积累的产品开发与生产经验已形成一定的先发优势。目前，公司已成为广汽埃安供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商，已覆盖我国新能源乘用车销量前十五名中的三分之一车企，已获得新能源车企 22 款车型定点，其中包括造车新势力 10 款车型定点，且尚有 23 款新能源车型处于同步开发设计阶段。公司已进入某国际一流新能源车企的合格供应商名录。

2）公司新能源业务收入占比处于较高水平

报告期内，公司针对新能源汽车客户的销售收入占比不断提高，至 2022 年实现销售收入 47,584.89 万元，占当年营业收入的比重达到 45.85%，复合增长率达到 97.20%。2023 年 1-6 月，公司针对新能源汽车客户的销售收入占营业收入的比重达到 54.11%。公司新能源领域收入占比高于常熟汽饰的 31.41%、福赛科技的 28.38%和东箭科技的 4.23%。截至目前，公司已获新能源车企 22 款车型定点，且尚有 23 款车型处于同步开发设计阶段，在上述车型获定点并量产后，在其生命周期内将持续产生产品收入。

根据 IDC 预测，中国新能源汽车市场规模将在 2026 年达到 1,598 万辆的水平，届时国内新能源汽车的新车渗透率将超过 50%，保有量在整个汽车市场中的占比将超过 10%。未来随着我国新能源汽车行业的不断发展，公司与广汽埃安的业务合作持续深入，与小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等新能源整车客户的收入规模逐渐提升，以及不断开拓其他新客户，预计公司针对新能源汽车客户的销售收入规模及占比将进一步提升。

（3）公司在技术研发、检测能力、同步开发设计等方面具有一定竞争优势

1）技术研发优势

公司为国家高新技术企业，凭借出色的自主研发能力、技术创新能力、研发成果转化能力，被广东省科学技术厅评定为“广东省汽车精密注塑饰件工程技术研究中心”。

报告期内，发行人研发投入分别为 2,214.23 万元、3,994.64 万元、4,981.59 万元和 2,480.50 万元，占营业收入的比例分别为 4.49%、5.90%、4.80%和

3.88%。在 A 股汽车内外饰件上市公司中，发行人的研发投入占比较高。2020-2022 年，发行人研发投入占比在全部汽车内外饰件上市公司中分别排名第 4 位、第 2 位和第 7 位。

截至本专项意见出具日，公司拥有专利 95 项，其中发明专利 9 项，均为通过自主研发形成。公司研发成果转化能力较强，上述专利均已应用在日常生产中。

公司以客户需求为基础，对模具开发、内外饰件生产制造等各环节技术进行研发投入，不断开发出符合客户要求的汽车饰件产品。公司通过自主研发，在注塑生产、涂覆环节等核心工序上形成 8 项核心技术，核心技术对应的主要关键指标参数优于行业水平，在行业内具有一定优势。

2）检测能力优势

公司已通过国家 CNAS 实验室认证，可体现公司技术能力，增强公司的市场竞争优势，降低生产成本，提高生产效率。经检索，发行人同行业可比公司中，仅新泉股份、东箭科技、常熟汽饰通过了 CNAS 实验室认证。

3）同步开发设计优势

整车厂对汽车内外饰件供应商的同步开发设计能力极为看重。在激烈的市场竞争中，具备产品同步开发设计能力是汽车内外饰件供应商的关键竞争能力之一。

公司有能力承担新车型内外饰件的同步开发设计任务，曾参与且正在参与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户数百种内外饰件产品的同步开发设计项目。报告期内，公司参与配套广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等 5 家整车厂客户合计超过 40 款量产车型，由发行人配套的全部内外饰件产品均涉及同步开发设计。报告期内，公司参与同步开发设计的产品收入占全部营业收入的比例分别为 56.07%、57.74%、75.99%和 85.40%。另外，目前公司正在参与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户 35 款车型相关内外饰件产品的同步设计开发工作。

综上，公司为珠三角地区汽车内外饰件龙头企业，进入新能源汽车内外饰件领域较早，已形成一定先发优势，且在技术研发、检测能力、同步开发设计

等方面具有一定竞争优势。公司具备较高的市场知名度和行业认可度，是准确、客观的。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人履行了如下核查程序：

1、查阅汽车行业、汽车零部件行业、汽车内外饰件行业相关研究报告；

2、查阅发行人可比公司招股说明书、募集说明书、年度报告等公开资料；

3、与发行人董事长、研发与销售部门相关人员访谈了解公司实际情况；

4、查阅发行人所获奖项等相关资料；

5、查阅发行人核心技术相关指标技术水平等相关资料；

6、查阅国内汽车产销数据、珠三角地区汽车产销数据、主要车型产销数据等资料；

7、查阅发行人主要客户出具的专项确认函。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、（1）国内汽车零部件行业产业链构成包括上游钢铁、玻璃、塑料等原材料，中游汽车零部件生产及下游整车制造；汽车内外饰行业产业链构成包括上游塑料粒子等原材料，中游内外饰件生产及下游整车制造。汽车零部件细分领域包括车身系统、发动机系统等；汽车内外饰行业细分领域包括门内饰板、仪表板等内饰件及挡泥板、保险杠等外饰件。汽车零部件及汽车内外饰行业的市场容量较大，参与竞争的企业数量众多，竞争格局较为分散，且围绕整车厂布局而呈现区域性特征。发行人汽车内外饰件收入规模在同行业上市公司中处于中游水平，所配套的珠三角地区整车厂客户尚未有同行业上市公司成为其核心供应商；

（2）包括发行人主要产品在内的汽车内外饰件通常均由国内主要整车厂商向就近配套的供应商进行采购，而不自主进行生产；

（3）与传统汽车相比，新能源汽车更加注重轻量化和互动性，更加关注内外饰件的设计感和现代感，对产品材料与设计、配套响应速度、产品开发周期、生产效率等方面要求更为严格。为适应上述要求，公司配套新能源汽车的内外饰件产品在产品技术、工艺、配套效率等方面存在一定差异；

2、（1）零部件供应商进入整车厂供应商名录一般要经过初步筛选、首次全面调查、第二次全面流程审核等步骤。发行人曾参与的客户对汽车内外饰供应商考核中，最终均进入其合格供应商名录。纳入合格供应商名录后，客户会对供应商定期进行考核，包括月度评价、年度评审等。一级汽车零部件客户的供应商考核整体与汽车整车厂客户的流程相似。客户通常根据自身发展及采购战略需要，考虑新产品引入等方面的综合需求，不定期更新供应商名录。对于持续需求的产品领域，在满足未来计划采购量后，一般不轻易新增供应商，从而形成较高的客户准入壁垒；

（2）进入整车厂合格供应商名录后至获得定点前，主要需经过签订合同、报价邀请、技术交流、方案评审、成本评定、核定报价等程序，符合整车厂具体车型要求后完成定点；

（3）发行人目前已进入广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车、合众汽车、某国际一流新能源车企等汽车整车厂客户，以及提爱思、广爱兴、河西、林骏等一级汽车零部件客户的合格供应商名录，并累计获得 58 款新车型定点。另外，公司还与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户合计有 35 款车型的相关产品处于同步开发设计阶段，其中，预计有 5 款车型的相关产品可在 2023 年获得定点，公司业务具有较好的成长性和稳定性；

3、（1）发行人自成立以来即专注于汽车内外饰件的研发、生产和销售，主营业务未发生变化。公司不断开拓新客户，主要产品围绕下游客户需求及行业发展进行不断深化和延伸；

（2）汽车内外饰件种类繁多，工艺繁杂，单一企业难以布局所有细分产品，内外饰件生产厂商受自身规模限制通常重点聚焦其中几类产品，发行人主要产品为五大类型具有商业合理性；

（3）发行人主要收入来自广汽系客户与汽车行业竞争格局、行业区域特征、下游客户采购模式等方面有关，具有商业合理性；

（4）发行人定点及量产车型不断增加，在手订单充足，产能即将迎来进一步扩张，具备较为丰富的技术与客户储备，未来业绩稳定性具有较好的保障。发行人已在招股说明书中完善相关风险提示；

4、（1）发行人具备较为丰富的客户储备，与客户合作时间长、持续性好，与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定合作关系，且前述表述与发行人报告期内主要收入来自广汽集团及其下属公司的情况不存在矛盾情形；

（2）发行人深耕珠三角区域，成为珠三角地区领先的汽车内外饰件供应商；抢先布局新能源领域，实现传统领域与新能源领域共同发展；客户优质，具备一定的客户深度和客户广度，具有一定的客户资源竞争优势；

5、发行人核心技术主要关键指标参数优于行业水平；发行人已通过国家 CNAS 实验室认证，有利于提高客户对公司的信任度，增强发行人的市场竞争优势，并提升产品对下游客户的吸引力；发行人曾参与且正在参与广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户数百种内外饰件产品的同步开发设计项目。公司在技术研发、检测能力、同步开发设计等方面具有一定竞争优势；

6、（1）发行人主要荣获奖项由广汽系客户颁发与发行人的客户集中度较高有关，此外发行人还曾获得广爱兴“优秀供应商”、“成本优胜奖”等客户奖项。相关奖项可体现发行人在产品与技术研发、产品生产与交付等方面的能力与优势，可体现珠三角地区主要整车厂对发行人产品品质、供应能力等方面的认可，可体现发行人在珠三角地区的代表性地位，亦可体现发行人在行业内的知名度；

（2）从同行业可比公司开展新能源领域业务情况、我国新能源汽车发展情况、广汽集团布局新能源领域情况等来看，发行人为较早进入新能源领域汽车内外饰件同步设计和产品配套的供应商；

（3）发行人配套主要热销车型在珠三角地区的市场占有率较高。发行人所处汽车内外饰件行业市场参与者众多，整体竞争格局较为分散，同行业可比公司主要产品的市场占有率水平与发行人相近，发行人主要总成产品国内市场占

有率平均为 2%-4%具有合理性。另外，发行人主要总成产品在珠三角地区的市场占有率可达 10%-20%，处于较高水平；

（4）发行人为珠三角地区汽车内外饰件龙头企业，进入新能源汽车内外饰件领域较早，已形成一定先发优势，且在技术研发、检测能力、同步开发设计等方面具有一定竞争优势。发行人具备较高的市场知名度和行业认可度，是准确、客观的。

问题 2.关于第一大客户广汽集团

申报材料显示：

（1）报告期各期，发行人向第一大客户广汽集团的销售占比分别为 56.51%、56.93%和 73.90%，其中对广汽埃安和广汽乘用车的合计销售金额占广汽集团销售金额的比例超过 99%；目前发行人与广汽埃安、广汽乘用车所履行合同的签订时间分别为 2022 年 5 月、2021 年 2 月。

（2）报告期内，发行人向广汽埃安 S、埃安 Y、埃安 V 相关产品的销售单价存在一定波动，销量均大幅提高；2022 年度，埃安 S-门内饰板总成、埃安 Y-门内饰板总成销售量较上年分别增长 82.99%、372.54%，部分产品销售量大于相关车型产量。

（3）报告期内，发行人主要向广汽乘用车销售传祺 GS5-门内饰板总成、传祺 GS5-挡泥板总成、传祺 P5-门内饰板总成等产品，前述产品收入金额占广汽乘用车销售金额的比例分别为 14.35%、34.05%、33.55%，前述主要产品的销量均逐年增长，不同产品单价变动趋势存在差异。

（4）2021 年和 2022 年，广汽埃安的年降金额占产品收入比例分别为-1.27%和-2.03%，广汽乘用车相关比例分别为-3.07%和-2.91%。

请发行人：

（1）说明与广汽埃安和广汽乘用车的合作情况，包括合同有效期、续约安排、签订周期、客户认证过程、发行人进入供应商名录时间、开始销售时间，提货方式、验收、合同价款确定依据、价格调整安排、指定采购（如适用）、结算及信用政策、违约条款等合同主要约定及与其他客户是否存在差异。

（2）说明广汽埃安、广汽乘用车主要产品单价变动情况、变动原因及合理性，同类产品不同客户及不同车型的销售价格及变动趋势的差异情况、差异原因及合理性；产品单价相较于同行业可比公司的同类产品是否具有价格优势，单价变动是否符合行业变化趋势。

（3）说明除传祺 GS5-门内饰板总成、传祺 GS5-挡泥板总成等产品外，发行人对广汽乘用车其他主要产品的销售情况、对应的车型、单价及销量变动、

变动的原因及合理性，与主要车型产销量的对应关系，相关产品占该类车型的比例；结合广汽埃安及广汽乘用车的产销量、对应车型的上市和换代情况等，说明广汽埃安及广汽乘用车主要产品销量大幅增加的原因及合理性，销售数量与主要车型产销量的匹配性，部分年度产品总销售量大于相应车型产量的原因及合理性。

（4）说明与广汽埃安、广汽乘用车关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例，报告期内年降政策的实际执行情况，年降政策对发行人未来经营业绩的潜在影响。

（5）结合广汽埃安及广汽乘用车相关产品的车型集中度、主要车型上市及换代情况、产品定制化程度及可替代性、相关研发及资源投入情况、行业竞争格局、汽车降价、年降政策、在手订单及期后业绩等，说明发行人对广汽埃安及广汽乘用车销售产品及收入增长的可持续性；结合同行业可比公司第一大客户集中度情况、发行人主要产品车型集中度情况等进一步完善风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-17 的相关要求说明核查情况。

回复：

一、发行人说明

（一）说明与广汽埃安和广汽乘用车的合作情况，包括合同有效期、续约安排、签订周期、客户认证过程、发行人进入供应商名录时间、开始销售时间，提货方式、验收、合同价款确定依据、价格调整安排、指定采购（如适用）、结算及信用政策、违约条款等合同主要约定及与其他客户是否存在差异

1、公司与广汽埃安、广汽乘用车的合作情况

公司成为广汽乘用车、广汽埃安的合格供应商，均经过了客户采购部、技术部和广汽研究院共同参与的供应商准入评审，并分别于 2016 年、2018 年进入其供应商名录，分别于 2016 年、2019 年开始实现销售。具体合作情况参见本回复报告“问题 1.关于主营业务与行业地位”之“一（三）1、自成立以来主营业务、主要生产产品、主要客户变化情况”。

2、公司与广汽埃安、广汽乘用车的合同主要约定情况

发行人主要整车厂客户包括广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田。报告期内，发行人向上述三个客户的销售收入合计占总营业收入的比例分别达到 76.78%、81.16%、88.29%和 90.56%，为发行人主要客户。

公司与广汽埃安、广汽乘用车及广汽本田的合同主要约定如下：

项目	广汽埃安	广汽乘用车	广汽本田
在履行合同签订时间	2022 年 5 月	2021 年 2 月	2020 年 6 月
合同有效期及续约安排、签约周期	根据公司与广汽埃安签订的合同：合同的有效期限为自合同签订之日起至 2032-12-31 止。但在期满日前的 2 个月之前甲乙方均无异议的，合同自动延续 1 年，以后亦同。	根据公司与广汽乘用车签订的合同：合同的有效期限为 1 年。但在距有效期满的 2 个月以前甲乙方均无异议，合同有效期限自动延长 1 年，以后亦同。	根据公司与广汽本田签订的合同：在距有效期满的 2 个月以前甲乙方均无异议，合同有效期限自动延长 1 年，以后亦同。
提货方式	按照交货日期、交货地点、数量及单项合同规定的其他交易条件，自行承担责任，向甲方交付零部件。		
验收	甲方在乙方每次交付零部件时及时进行接收检验，并仅接收认定为合格的零部件。		
合同价款确定依据	零部件的价格由乙方在甲方指定格式的报价单上填写价格后提交甲方，甲乙方另行协商决定。		
价格调整安排	集中购买材料由甲方与材料供应商洽谈供应价格，根据材料供应价格确定零件结算单价。 非集中购买的材料价格根据市况变动调整。材料价格根据官方渠道公布的变动情况进行调整：每年初，取上一年平均值。变动>5%时，每半年调整一次价格：变动≤5%时不调整价格。 个别零部件材料如涉及使用钯、铑、镍等贵金属材料，价格变动处理另行协商。	集中购买材料由甲方与材料供应商洽谈供应价格，根据材料供应价格确定零件结算单价。 非集中购买的材料价格根据市况变动调整。材料价格根据官方渠道公布的变动情况进行调整：每季度初，取上一季度平均值。变动>5%时，每季度调整一次价格：变动≤5%时不调整价格。 个别零部件材料如涉及使用钯、铑、镍等贵金属材料，价格变动处理另行协商。	未在合同中就价格调整安排进行约定
指定采购	甲方可根据需要，经与乙方商定，有偿供应制作订货零部件所需的材料、半成品或配件。 甲方可不经由甲方而由其指定的供应商直接向乙方交付支给品。此时，乙方可与指定供应商就该支给品的交货日期、交货地点等进行调整。		甲方可指定其供应商直接向乙方交付供应品。此时，乙方可与指定供应商就该供应品的交货日期、交货地点等进行协商调整
结算及信用	量产供应零部件货款的支付，甲方到货验收后 60 天内向乙方指定的账户支付货款。		甲方按照其另行规定的方式，向

项目	广汽埃安	广汽乘用车	广汽本田
政策			乙方支付乙方所交付的零部件等的货款
违约条款	甲方与乙方因对方违反本合同、订货单或补充协议而遭受损失时，可要求对方赔偿该损失。		

如上表所示，公司与主要整车厂客户签订的合同均为汽车零部件交易框架合同，且均为到期自动延续的长期有效合同；价格方面，均为客户与公司通过协商确定；货款支付方面，广汽本田未在合同中对支付周期作出明确约定，在实际执行中，广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田等客户均在货物交付后一定期间支付货款，不存在重大差异。因此，公司与广汽埃安和广汽乘用车的提货方式、验收、合同价款确定依据、价格调整安排、指定采购、结算及信用政策、违约条款等合同主要约定基本相同，且与其他主要客户不存在明显差异。

（二）说明广汽埃安、广汽乘用车主要产品单价变动情况、变动原因及合理性，同类产品不同客户及不同车型的销售价格及变动趋势的差异情况、差异原因及合理性；产品单价相较于同行业可比公司的同类产品是否具有价格优势，单价变动是否符合行业变化趋势

1、广汽埃安、广汽乘用车主要产品单价变动情况、变动原因及合理性

（1）C 客户

报告期内，公司向 C 客户销售的产品主要为门内饰板总成、挡泥板总成和雨刮盖板总成，以上产品收入占公司对 C 客户主营业务产品收入的比例分别为 87.90%、84.57%、84.51%和 78.45%，其价格变动分析如下：

单位：元/套

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
门内饰板总成	1,004.30	-7.69%	1,087.96	-8.52%	1,189.30	-2.01%	1,213.75
挡泥板总成	131.92	-4.53%	138.19	-4.14%	144.16	-0.75%	145.25
雨刮盖板总成	36.43	-2.39%	37.32	1.52%	36.76	4.40%	35.21

①门内饰板总成单价变动分析

公司销售 C 客户的门内饰板总成产品 2021 年较 2020 年单价降 2.01%，主

要系：公司当年度新增配套 d 车型，该车型门内饰板总成因配置及材料差异，其单位售价低于 C 客户其他车型的平均水平，使整体单位售价有所下降。

公司销售 C 客户的门内饰板总成产品 2022 年较 2021 年单价降 8.52%，主要系：1）受结构性影响，单价较低的 d 车型配套门板总成收入占比从 15.89%增加到 32.63%；2）受年降影响，i 车型、V 的门内饰板总成售价均出现小幅的下降。

公司销售 C 客户的门内饰板总成产品 2023 年 1-6 月较 2022 年单价降 7.69%，主要系：1）受结构性影响，单价较高的 g 车型配套门内饰板总成收入占比下降；2）受年降影响，i 车型、Y 相关配套门内饰板总成售价下降。

②挡泥板总成

公司销售 C 客户的挡泥板总成产品 2021 年较 2020 年单价无明显波动；2022 年较 2021 年单价下降，主要是单价较低的 d 车型挡泥板总成收入占比提升，且其他车型配套产品受年降影响售价下降综合影响所致；2023 年 1-6 月较 2022 年单价下降，主要受年降影响所致。

③雨刮盖板总成

公司销售 C 客户的雨刮盖板总成产品单价 2021 年较 2020 年上升，主要系当期单价较高的 g 车型雨刮盖板总成收入占比增加所致，2022 年无明显波动；2023 年 1-6 月较 2022 年单价下降，主要是单价较低的 i 车型雨刮盖板总成收入占比从 31.39%提升至 44.68%所致。

（2）E 客户

报告期内，公司向 E 客户销售的产品主要为门内饰板总成、挡泥板总成、雨刮盖板总成和机舱护板总成，以上产品收入占公司对 E 客户主营业务产品收入的比例分别为 84.01%、88.45%、77.86%和 64.52%，其价格变动分析如下：

单位：元/套

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
门内饰板总成	619.31	-8.60%	677.56	-10.42%	756.34	-5.92%	803.94
挡泥板总成	112.64	2.48%	109.92	-2.78%	113.06	1.35%	111.55

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
雨刮盖板总成	39.40	5.56%	37.32	-1.71%	37.97	-0.55%	38.18
机舱护板总成	42.45	-29.38%	60.11	-0.92%	60.67	-4.28%	63.38

①门内饰板总成单价变动

公司销售 E 客户门内饰板总成产品 2021 年较 2020 年单价降 5.92%，主要系：公司当年度新增 m 车型，在 E 客户同类型产品中收入占比上升较快，但其配套门内饰板总成产品因配置不同单价低于 E 客户其他车型平均水平，使整体单位售价有所下降。

公司销售 E 客户门内饰板总成产品 2022 年较 2021 年单价下降，主要系：公司当年度配套 o 车型的仅为掀背尾门内饰板，未承接该车型的前后门内饰板总成，掀背尾门内饰板材料和配置构成较少，单位售价较低，该产品收入占比从 0.53%提升至 3.18%，使整体平均售价下降。

公司销售 E 客户门内饰板总成产品 2023 年 1-6 月较 2022 年单价降 8.60%，主要系：1）受结构性影响，单价较高的 c 车型配套门内饰板总成收入占比下降；2）受年降影响，整体平均售价下降。

②挡泥板总成

公司销售 E 客户的挡泥板总成产品 2021 年较 2020 年单价无明显波动；2022 年较 2021 年单价下降，主要是 h 车型、m 车型等车型配套挡泥板产品受年降影响售价下降所致；2023 年 1-6 月较 2022 年单价上升，主要系新增更新换代 z 车型，其配套产品单价较 2022 年上升，使整体售价上升。

③雨刮盖板总成及机舱护板总成

2020-2022 年，公司销售 E 客户的雨刮盖板总成单价较为稳定，未出现明显波动；2023 年 1-6 月单价上升，主要系 h 车型单价较高的配套产品系列收入占比上升，使整体单价上升。

机舱护板总成产品 2020-2022 年单价未出现明显波动；2023 年 1-6 月单价下降，主要系单价较高的 c 车型配套产品收入占比下降，使整体单价下降。

2、同类产品不同客户及不同车型的销售价格及变动趋势的差异情况、差异原因及合理性

发行人产品种类众多，即便是同类型产品，因适配不同客户和车型，在产品成本构成、形态、工艺流程、报价策略等方面均存在差异，故而销售价格存在一定差异。具体而言，影响发行人产品报价水平的因素主要包括：1）细分产品因不同配置需求产生的材料成本和构成差异，此为主要差异；2）报价环节，其他供应商的竞争性报价的影响；3）客户体系差异，不同客户的报价、留存利润空间存在较大差异；4）特定因素，如形状、工艺流程层面等。因此，公司同类产品不同客户及不同车型的销售价格及变动趋势存在差异具有合理性。报告期内，公司主要产品在不同客户及不同车型之间的单价对比情况如下：

（1）门内饰板总成

报告期内，公司门内饰板总成产品主要销售客户为 C 客户和 E 客户，分别配套新能源、传统燃油车的轿车和 SUV 车型，由于各车型市场定位、设计需求和材料成本构成存在差异，导致不同客户及不同车型的销售价格存在差异。各车型产品价格变化趋势亦受到各年度产品结构变化的影响。公司门内饰板总成对应的主要车型及其单价情况如下：

单位：元/套

客户	车型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
C 客户	i 车型	1,150.39	-6.91%	1,235.80	-5.92%	1,313.57	12.57%	1,166.85
	d 车型	821.25	-2.57%	842.94	1.35%	831.68	-	-
	g 车型	1,382.15	2.26%	1,351.55	-13.56%	1,563.48	-0.08%	1,564.67
E 客户	c 车型	965.50	-6.56%	1,033.25	1.87%	1,014.26	-6.10%	1,080.16
	m 车型	662.79	-15.48%	784.19	7.47%	729.67	-	-
	k 车型	564.30	-8.40%	616.07	-0.49%	619.11	-3.96%	644.63

注：以上为公司 2022 年同类产品收入占比较高车型，报告期内收入占比分别为 62.89%、76.92%、81.71%和 78.64%

①i 车型

i 车型系 C 客户的轿车车型，其配套门内饰板总成的主要材料成本构成包括：门饰板本体、吸音棉、上装饰板、嵌饰板、扶手总成、地图袋、内开拉手总成、音响喇叭罩等。

报告期内的单位售价分别为 1,166.85 元/套、1,313.57 元/套、1,235.80 元/套和 1,150.39 元/套。其单价波动，主要系受低配、中高配车型配置占比变化影响，i 车型主要有低配、中高配两种配置，各配置单位价格区间为 950.00-1,300.00 元/套不等，2021 年中高配占比从 55.85%上升至 86.71%，带动平均售价大幅上升；2022 年中高配占比下降至 81.79%，平均售价略有下降；2023 年 1-6 月，中高配占比下降至 73.59%，同时受年降因素影响，使平均售价下降。

②d 车型

d 车型系 C 客户紧凑型 SUV，其配套门内饰板总成相较于 i 车型减少了上装饰条、发光饰板、扶手饰条等配置，且整体形状大小与 i 车型有显著区别，故材料的单位成本存在差异，产品单价售价较低。

2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，单位售价分别为 831.68 元/套、842.94 元/套和 821.25 元/套。2022 年单位售价上升，主要系受配置变化影响，各配置单位价格区间为 780-950 元/套不等，2022 年中高配占比由 26.11%提升至 30.33%，使平均售价有所提升。2023 年 1-6 月，受产品年降增加的影响，使平均售价降低。

③g 车型

g 车型系 C 客户 SUV 车型，配套门内饰板总成的产品结构配置较 d 车型增加嵌饰板装饰条 INS-炫切纹膜片、左前门小饰条-LSC 丝锻电镀，并且嵌饰板、扶手包覆材料等用料成本较高，因产品结构配置、用料等差异造成单位材料成本较高，故 g 车型门内饰板总成的产品售价高于 d 车型。

报告期内的单位售价分别为 1,564.67 元/套、1,563.48 元/套、1,351.55 元/套和 1,382.15 元/套。2022 年较 2021 年下降幅度较大，主要系新增其他系列配置，其所使用的嵌饰板饰条材质不同、单价较低，带动平均售价下降。2023 年 1-6 月，受产品结构影响，单价较低的螺栓饰盖、掀背门左右饰板、拉手盒等收入占比降低，使平均单价上升。

④c 车型

c 车型，系 E 客户 SUV 车型，整体形状大小与紧凑型 SUV 的 d 车型有所区别，主要外购件存在显著差异，c 车型嵌饰板总成+上饰板表皮面积较大、采购

单价较高，总体材料成本较高，故产品单价高于 d 车型。

报告期内其单位售价分别为 1,080.16 元/套、1,014.26 元/套、1,033.25 元/套和 965.50 元/套，2021 年受产品年降影响，使单位平均售价下降；2022 年新增加门内饰板配件门框三角块，使单位平均售价上升。2023 年 1-6 月，销售中配车型收入占比上升，高配车型占比下降，使平均售价降低。

⑤m 车型

m 车型系 E 客户的车型，属于紧凑型轿车，整体形状大小与 i 车型有区别。产品结构上，m 车型较 i 车型减少发上装饰条、光饰板、扶手饰条、扬声器饰条，以及扶手表皮和嵌饰板表皮工艺差异，材料成本较低；另门内饰板注塑部分重量小于 i 车型。m 车型在产品结构、客户报价体系、产品工艺要求等都与其他同类型产品均存在较大差异，故产品价格存在差异，具有合理性。

2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，其单位售价分别为 729.67 元/套、784.19 元/套和 662.79 元/套，2022 年单位售价上升，主要系 2022 年新增 m 车型赛道版配置，单位售价较高，带动该车型门内饰板总成 2022 年单位平均售价上升。2023 年 1-6 月，低配车型占比由 4.13%上升至 28.92%，使平均售价降低。

⑥k 车型

k 车型系 E 客户的车型，属于紧凑型 SUV，整体形状大小与 d 车型有区别。产品结构上，k 车型较 d 车型减少上饰板，以及扶手表皮和嵌饰板表皮工艺差异，材料成本较低；另门内饰板注塑部分重量小于 d 车型，故售价低于 d 车型。

报告期内的单位售价 644.63 元/套、619.11 元/套、616.07 元/套和 564.30 元/套，2021 年较 2020 年下降幅度较大，主要系部分配色表皮单价成本较高，上述配色系列收入占比下降，使 2021 年平均单价下降。2023 年 1-6 月，k 车型更新换代车系在 2023 年 1 月份量产，单位售价低于上一代车系，使平均售价降低。

综上，公司主力配套车型的门内饰板总成价格变动趋势存在差异，主要系各期产品结构变化所致，差异具有合理性。

（2）挡泥板总成

报告期内，公司挡泥板总成收入对应的主要车型及其单价情况如下：

单位：元/套

客户	车型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
C 客户	i 车型	137.05	-4.63%	143.71	-0.96%	145.1	-0.16%	145.33
	d 车型	125.15	-2.05%	127.78	-2.44%	130.97	-	-
F 客户	b 车型	108.01	0.71%	107.25	6.00%	101.18	-4.58%	106.04
E 客户	c 车型	120.01	-2.93%	123.63	-0.46%	124.2	-3.72%	129
	h 车型	102.82	-4.05%	107.16	-6.26%	114.32	-7.50%	123.59

注：以上为公司 2022 年同类产品收入占比较高车型，报告期内收入占比分别为 71.84%、63.32%、61.08%和 62.16%

i 车型挡泥板总成单位价格较同类其他产品高，主要系 i 车型为 C 客户推出的首款车型，其单位材料成本及开发成本较高。

F 客户挡泥板总成单位价格低于其他产品，主要系公司均承接了其他对比车型的前后挡泥板，而仅承接 b 车型前挡泥板所致；因车型配置差异，b 车型挡泥板较其他车型所使用的吸音棉的种类、数量不同，相应成本增加，所以单个挡泥板价格高于其他车型。

上表中除 b 车型外的车型所配套挡泥板总成产品的价格总体趋于下降，主要系受价格年降影响所致。

（3）保险杠类产品

报告期内，公司保险杠类产品收入对应的主力车型及其单价情况如下：

单位：元/件

客户	车型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
F 客户	b 车型	6.80	-65.17%	19.52	2.95%	18.96	-8.54%	20.73
	n 车型	8.99	-30.36%	12.91	-1.68%	13.13	-20.52%	16.52
	f 车型	12.09	-25.71%	16.27	-	-	-	-
	e 车型	12.38	87.29%	6.61	-47.87%	12.68	-7.04%	13.64
A 客户、E 客户（注）	a 车型	73.32	-41.32%	124.95	53.50%	81.40	-	-
I 客户（以下简称“三梯模具”）	l 车型	-	-	52.40	-8.60%	57.33	-11.80%	65.00

客户	车型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
上海临港延锋彼欧汽车外饰系统有限公司（以下简称“延锋彼欧”）		50.61	-3.42%	-	-	-	-	-

注 1：以上为公司 2022 年同类产品收入占比较高车型，报告期内收入占比分别为 91.00%、91.51%、84.92%和 82.24%

注 2：a 车型系 A 客户车型，从 2022 年开始，公司根据客户要求，对该车型配套产品向 E 客户子公司 L 客户（由 E 客户持股 51%，A 客户持股 49%）进行交货与结算

保险杠类产品装配在整车的车头部位和车尾部位，根据车型的不同外观设计，所需的保险杠类产品不一，主要有：1）涂装件：前后保险杠等，前后保险杠单价较高；2）注塑件：前格栅部件、前保装饰件、前围侧感应板、前保中央感应板、前保下安全板等。公司向不同车型供应保险杠类产品的构成存在较大差异，导致单位售价差异较大。

b 车型保险杠类产品主要有后保饰条、前保下饰板、前格栅盖等注塑件，2023 年 1-6 月，b 车型更新换代新车系，产品结构发生变化，主要新增产品前保险杠上角加强件、前缓冲阻流板等单价较低的零部件，使平均单价下降。

n 车型保险杠类产品主要有前保左右支撑横梁、前格栅罩、左右感应板、前保下安全板等，产品是注塑小件为主，平均单价较低，单位售价分别为 16.52 元/件、13.13 元/件、12.91 元/件和 8.99 元/件。2020 年单价较高，主要系当年单价高的前保下格栅收入占比较高，使 2020 年平均单位售价较高；2023 年 1-6 月，单价较高的前保下格栅、前保下安全板、后保饰板产品收入占比下降，使平均单位售价降低。

f 车型保险杠类产品主要有前保下格栅总成、前保侧导风板、前保险杠装饰件、前保上感应板总成、前格栅上盖板等注塑件，2023 年 1-6 月平均单价较 2022 年有所下降，主要系：1）受产品结构影响，单价较高的前格栅上盖板收入占比下降，使平均单价下降；2）受产品年降影响，使平均单价下降。

e 车型保险杠类产品主要有后保险杠下安装支架、大灯左右支架、前保险杠左右饰件、前保挡板、前保大灯挡板、感应板等小型注塑件，单价较低，单

位售价分别为 13.64 元/件、12.68 元/件、6.61 元/件和 12.38 元/件。2022 年前保挡板、前保大灯挡板、后保险杠安装支架总成等单价较低的小件占比较高，使 2022 年平均单价大幅下降；2023 年 1-6 月，e 车型更新换代新车系，在 2023 年 3 月量产，新增单价较高的产品前保护板总成，使平均单价上升。

a 车型保险杠类产品主要系涂装后的前后保险杠，其他车型的保险杠类产品主要为注塑件，因此 a 车型保险杠类产品单价较其他产品单价高；2022 年售价上升，主要系单价较低的安装支架收入占比下降，使单位平均售价提高；2023 年 1-6 月，新增产品前围导水槽，平均单价较低，使平均售价降低。

l 车型系国际某知名电动车汽车企业车型，公司通过二级模式向三梯模具销售并终端配套国际某知名电动车汽车企业，该车型保险杠类产品承接的部件只有前保导流板，产品类别与其他车型差异较大，因此售价差异较大；受国际某知名电动车汽车企业年降影响传导，售价逐年下降。

（4）雨刮盖板总成

报告期内，公司雨刮盖板总成收入对应的主要车型及其单价情况如下：

单位：元/套

客户	车型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
F 客户	b 车型	75.00	-0.05%	75.04	-1.13%	75.90	-5.91%	80.67
C 客户	d 车型	43.12	-1.25%	43.67	-2.41%	44.75	-	-
F 客户	n 车型	45.99	-0.98%	46.45	-6.12%	49.48	-5.23%	52.21
E 客户	h 车型	41.68	11.91%	37.24	-10.63%	41.67	11.27%	37.45
F 客户	f 车型	33.08	-7.04%	35.59	-	-	-	-
C 客户	i 车型	30.49	4.75%	29.11	-1.09%	29.43	-2.52%	30.19

注：以上为公司 2022 年同类产品收入占比较高车型，报告期内收入占比分别为 76.51%、73.84%、70.41%和 61.91%

雨刮盖板总成需贴合挡风玻璃，对耐高温、耐用等具有高要求，因此各车型根据自身市场定位、设计需求，对于雨刮盖板总成生产所使用的塑料粒子、外购配件均有特殊要求，因此同类型产品的单价存在较大差异，具有合理性。

b 车型配套雨刮盖板总成售价较高，主要系其配置构成上较其他同类型产品增加密封罩，材料成本较高。n 车型配套雨刮盖板总成售价低于 b 车型，主

要系发行人为进入新一代 n 车型项目，战略性调整产品报价价格所致。

相较其他同类型对比产品，i 车型雨刮盖板总成价格较低，主要系其产品设计重量小，所使用的塑料粒子成本较低所致。

h 车型雨刮盖板总成单价 2021 年上升主要系受车型配置变化影响；2022 年主要系年降导致价格下降；2023 年 1-6 月主要系受产品结构变化影响，单价较高的产品收入占比上升，使平均单价上升。

（5）机舱护板总成

报告期内，公司机舱护板总成收入对应的主力车型及其单价情况如下：

单位：元/套

客户	车型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
E 客户	h 车型	47.44	-4.18%	49.50	-7.08%	53.27	-0.50%	53.54
	c 车型	72.35	-12.69%	82.87	4.29%	79.46	-14.77%	93.23
C 客户	i 车型	12.19	-39.98%	20.31	12.17%	18.11	29.22%	14.01
	d 车型	14.95	16.03%	12.89	0.01%	12.88		
J 客户	j 车型	146.92	27.85%	114.91	-	-	-	-

注：以上为 2022 年同类产品收入占比较高车型，报告期内收入占比分别为 77.07%、81.96%、74.08%和 63.13%

机舱护板总成安装于前舱上、下部位，每个车型根据配置，选择安装不同的护板位置及数量。因新能源汽车无需发动机，设计结构与燃油车差异较大，因此机舱护板总成的用料、重量和售价差别较大。即便同为燃油车，因发动机布局、大小和配置要求不一，售价也存在一定差异。

报告期内，E 客户 h 车型机舱护板总成价格总体趋于下降，主要系受产品价格年降的影响；E 客户 c 车型机舱护板总成报告期内售价分别为 93.23 元/套、79.46 元/套、82.87 元/套和 72.35 元/套，因机舱护板总成存在上下部位配置的差异，部分配置车型只配上护板，c 车型机舱护板总成在 2023 年 1-6 月上下护板配比比例最高，因此单位价格最高，其次分别为 2020 年、2022 年、2021 年，因此平均单价存在一定波动，具有合理性。

2022 年 j 车型机舱护板总成售价为 114.91 元/套，j 车型系新能源车，机舱护板厚度、面积等比燃油车大，因此产品重量、单价较高；2023 年 1-6 月，产

品结构变化，只销售了单价较高的前舱饰板总成，导致平均单价上升。

i 车型机舱护板总成包含电机控制器上护板总成（单价约 107 元/件）、机舱前上护板（单价约 12 元/件），报告期内，电机控制器上护板总成与机舱前上护板占比变化，导致单价波动；机舱前上护板报告期内占比分别为 98.30%、94.05%、89.22%、99.48%，2023 年 1-6 月占比最高，因此单价最低。

d 车型机舱护板总成主要是机舱前上护板，2023 年 1-6 月新增更新换代车系，单价较 2022 年有所上升。

3、产品单价相较于同行业可比公司的同类产品是否具有价格优势，单价变动是否符合行业变化趋势

公司及同行业可比公司的产品结构、主要客户情况如下：

可比公司	主要产品收入构成分类	主要客户[注]	主要客户性质
新泉股份	仪表板总成、门内护板总成等	吉利汽车、国际某知名电动车汽车企业、奇瑞汽车、上汽集团、比亚迪等	整车厂为主
常熟汽饰	门内护板、仪表板、天窗遮阳板等	奇瑞汽车（整车厂）、安通林集团（汽车零部件）一汽大众（整车厂）、长春派格（汽车零部件）、理想汽车（整车厂）等	整车厂及汽车一级供应商
神通科技	饰件系统、动力系统、模具类	上汽通用、中国一汽、上汽集团、大众汽车、长城汽车等	整车厂为主
肇民科技	精密注塑件、精密注塑模具	康明斯（汽车零部件）、莱顿（汽车零部件）、远景汽配（汽车零部件）、日本特殊陶业（汽车零部件）、A.O.史密斯（家用电器）等	以汽车一级供应商为主，同时涉足家电企业
东箭科技	车侧承载装饰系统产品；车辆前后防护系统产品；车辆其他系统产品；车载互联智能机电系统产品；车顶转载系统产品	汽车后装市场的知名品牌商、汽车经销商、汽车改装美容店等，也包括面向汽车前装市场的整车厂、汽车零部件配套供应商	以后装市场为主
唯科科技	注塑产品、精密模具、健康产品	均胜电子（汽车零部件）、盈趣集团（消费电子）、晨北集团（家电）、康普集团（通讯）、威卢克斯集团（家居）等	唯科科技下游客户包括汽车一级供应商、电子、家居等
福赛科技	空调出风口系统、车门内开把手、杯托、储物盒、主仪表板内饰面板、副仪表板内饰面板、车内饰面	马瑞利（汽车零部件）、长城汽车（整车厂）、新泉股份（汽车零部件）、延锋汽饰（汽车零部件）、大协西	整车厂、汽车一级供应商

可比公司	主要产品收入构成分类	主要客户[注]	主要客户性质
	板、装饰圈及装饰条	川（汽车零部件）等	
富强科技	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成	广汽集团（整车厂）、F 客户（整车厂）、B 客户（汽车零部件）、A 客户（整车厂）、D 客户（汽车零部件）等	以整车厂为主，涉及部分汽车一级供应商

注：同行业公司资料系根据年度报告、招股说明书或募集说明书摘录

根据上表，公司、各家同行业可比公司之间的主要产品结构、下游领域、经营规模均存在不同程度的差异，由于汽车内外饰件种类较多，涉及汽车内外部的各种部位，不同产品间材料以及单价差异大，各家公司在产品披露上的细分程度上也存在较大差异。

以公司收入占比最大的产品门内饰板总成为例，其可比公司为新泉股份、常熟汽饰。报告期内，公司门内饰板总成与同行业公司同类产品的平均价格对比情况如下：

单位：元/套

可比公司	门内饰板总成同类型产品平均价格			该产品涉及客户[注]
	2022 年	2021 年	2020 年	
常熟汽饰	-	-	1,038.95	大众、奔驰、宝马、奥迪、沃尔沃、理想等
新泉股份	1,295.44	-	679.55	吉利、领克、长城汽车等乘用车
富强科技	1,086.08	1,162.24	1,268.66	C 客户、E 客户等

注 1：常熟汽饰、新泉股份该产品的名称是“门内护板”或“门板总成”
注 2：产品涉及客户来自可比公司公开披露文件信息
注 3：同行业可比公司未披露 2023 年半年度产品单价信息

报告期内，公司门内饰板总成产品的平均价格分别为 1,268.66 元/套、1,162.24 元/套和 1,086.08 元/套，主要配套客户为 C 客户、E 客户等广汽车系。产品平均价格波动主要系受自身产品车型收入结构变动及整车厂年度降价等因素导致，产品单价变动具有合理性。具体分析参见本题回复之“一（二）1、C 客户、E 客户主要产品单价变动情况、变动原因及合理性”。

报告期内，公司门内饰板总成所配套前五大车型的产品单价区间为 728.60-1,563.85 元/套，存在一定区间跨度，主要系由于公司门内饰板总成所配套车型种类较多，每一车型市场定位、材料构成和成本存在不同，故而不同客户、车型所配套的门内饰板总成单价亦存在较大差异。

报告期内，根据公开资料，常熟汽饰门内护板配套大众、奔驰、宝马等客户，而新泉股份门内饰板产品配套客户包括领克、长城汽车等，相关产品与公司门内饰板总成所配套的客户、车型均存在较大差异。新泉股份披露的门内饰板总成平均价格 679.55-1,295.44 元/套，常熟汽饰披露其 2020 年门内饰板总成同类产品平均价格为 1,038.95 元/套，相较于同行业公司，公司门内饰板总成平均价格 1,086.08-1,268.66 元/套处于合理区间内。

综上所述，公司收入占比最大的产品门内饰板总成与同行业公司常熟汽饰、新泉股份配套的客户、车型不同，价格及其变动趋势均存在一定差异，具有合理性。根据公开信息无法简单直接比较公司产品是否具有价格优势，总体而言，公司门内饰板总成价格位于行业合理区间内。

（三）说明除传祺 GS5-门内饰板总成、传祺 GS5-挡泥板总成等产品外，发行人对广汽乘用车其他主要产品的销售情况、对应的车型、单价及销量变动、变动的原因及合理性，与主要车型产销量的对应关系，相关产品占该类车型的比例；结合广汽埃安及广汽乘用车的产销量、对应车型的上市和换代情况等，说明广汽埃安及广汽乘用车主要产品销量大幅增加的原因及合理性，销售数量与主要车型产销量的匹配性，部分年度产品总销售量大于相应车型产量的原因及合理性

1、说明除传祺 GS5-门内饰板总成、传祺 GS5-挡泥板总成等产品外，发行人对广汽乘用车其他主要产品的销售情况、对应的车型、单价及销量变动、变动的原因及合理性，与主要车型产销量的对应关系，相关产品占该类车型的比例

报告期内，发行人为 E 客户配套的主要产品的销售情况如下表所示：

车型及产品分类		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
c 车型-门内饰板总成	产品收入（万元）	1,139.86	5,737.92	3,097.56	1,959.52
	销量（万套）	1.18	5.55	3.05	1.81
	销量变动	-	81.97%	68.51%	-
	单位价格（元/套）	965.50	1,033.80	1,014.16	1,080.16
	单位价格变动	-6.61%	1.94%	-6.11%	-
	整车产量（万辆）	1.16	5.45	3.20	1.84

车型及产品分类		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
	整车产量变动	-	70.31%	73.91%	-
	整车销量（万辆）	1.21	5.24	3.25	1.86
	整车销量变动	-	61.23%	74.73%	-
c 车型-挡泥板总成	产品收入（万元）	150.98	706.43	391.23	248.84
	销量（万套）	1.26	5.71	3.15	1.93
	销量变动	-	81.27%	63.21%	-
	单位价格（元/套）	120.01	123.63	124.20	129.00
	单位价格变动	-2.93%	-0.46%	-3.72%	-
	整车产量（万辆）	1.16	5.45	3.20	1.84
	整车产量变动	-	70.31%	73.91%	-
	整车销量（万辆）	1.21	5.24	3.25	1.86
	整车销量变动	-	61.23%	74.73%	-
m 车型-门内饰板总成	产品收入（万元）	1,143.58	4,054.84	2,829.08	-
	销量（万套）	1.73	5.17	3.88	-
	销量变动	-	33.25%	-	-
	单位价格（元/套）	662.79	784.19	729.67	-
	单位价格变动	-15.48%	7.47%	-	-
	整车产量（万辆）	1.69	4.75	4.54	-
	整车产量变动	-	4.63%	-	-
	整车销量（万辆）	1.96	4.58	4.38	-
	整车销量变动	-	4.57%	-	-
k 车型-门内饰板总成	产品收入（万元）	1,364.98	2,217.42	2,324.43	2,856.03
	销量（万套）	2.42	3.60	3.75	4.43
	销量变动	-	-4.00%	-15.35%	-
	单位价格（元/套）	564.30	616.07	619.11	644.63
	单位价格变动	-8.40%	-0.49%	-3.96%	-
	整车产量（万辆）	2.94	3.19	3.60	4.05
	整车产量变动	-	-11.39%	-11.11%	-
	整车销量（万辆）	2.95	3.16	3.65	4.34
	整车销量变动	-	-13.42%	-15.90%	-
h 车型-门内饰板总成	产品收入（万元）	2,005.68	2,143.68	1,236.93	1,595.66
	销量（万套）	2.44	2.53	1.38	1.73
	销量变动	-	83.33%	-20.23%	-

车型及产品分类		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
	单位价格（元/套）	821.23	847.40	897.36	922.24
	单位价格变动	-3.09%	-5.57%	-2.70%	-
	整车产量（万辆）	3.80	7.30	6.46	12.69
	整车产量变动	-	13.00%	-49.09%	-
	整车销量（万辆）	3.46	6.75	7.26	12.71
	整车销量变动	-	-6.99%	-42.88%	-
h 车型-挡泥板总成	产品收入（万元）	421.56	810.03	903.33	1,538.26
	销量（万套）	4.10	7.56	7.90	12.45
	销量变动	-	-4.30%	-36.55%	-
	单位价格（元/套）	102.82	107.16	114.32	123.59
	单位价格变动	-4.05%	-6.26%	-7.50%	-
	整车产量（万辆）	3.80	7.30	6.46	12.69
	整车产量变动	-	13.00%	-49.09%	-
	整车销量（万辆）	3.46	6.75	7.26	12.71
	整车销量变动	-	-6.99%	-42.88%	-
上述产品收入合计（万元）		6,226.64	15,670.32	10,782.56	8,198.31
上述产品收入合计占发行人向 E 客户销售收入比重		31.17%	50.08%	58.11%	53.26%

注：车型产量数据来自于 Marklines 数据库；上表覆盖了发行人为 E 客户配套的在报告期内合计收入前五名的主要产品；因发行人配套 E 客户的车型及产品较多，涉及十余款车型的各类产品，部分车型产品收入较为分散，故仅列示部分主要产品的销售情况；其中，h 车型的门内饰板总成同时在 E 客户广州和宜昌基地生产，公司仅配套宜昌基地，故报告期内公司配套 h 车型的门内饰板总成销量小于车型产销量，且变动趋势略有差异。

由于汽车车身的主要结构保持一致，发行人主要总成产品与整车车型具有明确的对应关系，例如门内饰板总成、挡泥板总成与整车车型的数量配比关系为 4:1，雨刮盖板总成、机舱护板总成与整车车型的数量配比关系为 1:1。为直观体现总成产品销量与整车产销量的匹配关系，上表中发行人总成产品销量已按套数折算，即总成产品销量与终端车型产销量的配比关系调整为 1:1。

发行人主要总成产品销量受下游车型产销量变化影响。报告期内，发行人向 E 客户销售的主要产品销量变化趋势与下游车型产销量的变化趋势一致，具有合理性。

发行人对 E 客户主要产品的销售单价变动原因分析参见本回复报告“问题 2.关于第一大客户广汽集团”之“一（二）2、同类产品不同客户及不同车型的

销售价格及变动趋势的差异情况、差异原因及合理性”。

2、结合 C 客户及 E 客户的产销量、对应车型的上市和换代情况等，说明 C 客户及 E 客户主要产品销量大幅增加的原因及合理性，销售数量与主要车型产销量的匹配性，部分年度产品总销售量大于相应车型产量的原因及合理性

（1）C 客户及 E 客户的产销量情况

报告期内，C 客户与 E 客户的产销量情况如下：

单位：万辆

整车厂	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	产量	销量	产量	销量	产量	销量	产量	销量
C 客户	21.67	20.93	27.35	27.12	12.14	12.02	5.99	5.95
E 客户	18.18	18.81	37.35	36.25	32.32	32.42	28.53	29.38

2020-2022 年，C 客户与 E 客户的产销量均呈增长趋势，且 C 客户 2023 年 1-6 月的产销量继续保持高速增长，与发行人的销量和收入增长趋势一致。

（2）C 客户及 E 客户对应车型的上市和换代情况

C 客户及 E 客户主要已量产车型的上市和换代情况如下：

客户	车型	量产时间	换代情况
C 客户	i 车型	2019 年	上市后追加 PLUS 版
	p 车型	2019 年	上市后追加 PLUS 版
	g 车型	2020 年	上市后追加 PLUS 版
	d 车型	2021 年	上市后追加 PLUS 版
	aa 车型	2023 年	新上市
E 客户	k 车型	2017 年	上市后经历 5 次改版
	h 车型	2015 年	上市后经历 1 次换代 4 次改版
	c 车型	2012 年	上市后经历 1 次换代 3 次改版
	m 车型	2021 年	上市后经历 5 次改版
	z 车型	2017 年	上市后经历 3 次改版
	q 车型	2018 年	上市后经历 2 次改版
	o 车型	2016 年	上市后经历 3 次改版

C 客户及 E 客户主要车型上市后的更新换代为其销量增长提供了支撑。

（3）销售数量与主要车型产销量的匹配性

1）C 客户

报告期内，发行人配套 C 客户的主要车型为 i 车型、d 车型、g 车型，报告期内配套上述三款车型的产品收入占发行人对 C 客户产品收入的比例平均超 90%。

报告期内，发行人对 C 客户主要车型的主要总成产品销量及对应车型产销量情况如下表所示：

单位：万辆、万套

车型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
i 车型	**车型销量**	**11.46**	**11.57**	**6.92**	**4.61**
	车型产量	**11.56**	**11.69**	**6.92**	**4.71**
	公司门内饰板总成销量	10.85	11.51	6.29	4.67
	公司挡泥板总成销量	11.76	11.43	7.77	5.43
	公司雨刮盖板总成销量	10.97	11.22	7.54	5.43
	公司机舱护板总成销量	8.97	7.86	7.87	5.53
	公司销售上述四类产品收入占 i 车型配套产品收入的比例	90.12%	90.64%	89.37%	88.93%
d 车型	**车型销量**	**9.10**	**11.97**	**3.41**	-
	车型产量	**9.58**	**11.98**	**3.52**	-
	公司门内饰板总成销量	9.37	11.53	2.44	-
	公司挡泥板总成销量	9.59	11.95	3.16	-
	公司雨刮盖板总成销量	9.30	12.41	3.13	-
	公司机舱护板总成销量	9.45	9.06	2.94	-
	公司销售上述四类产品收入占 d 车型配套产品收入的比例	67.30%	81.80%	81.71%	-
g 车型	**车型销量**	**0.35**	**3.18**	**1.58**	**1.07**
	车型产量	**0.34**	**3.27**	**1.61**	**1.09**
	公司门内饰板总成销量	0.32	3.71	1.41	0.95
	公司挡泥板总成销量	0.35	3.56	1.60	0.96
	公司雨刮盖板总成销量	0.26	3.82	1.54	0.90
	公司机舱护板总成销量	0.31	3.68	1.66	1.04
	公司销售上述四类产品收入占 g 车型配套产品收入的比例	84.41%	91.26%	90.51%	90.98%

2）E 客户

报告期内，发行人配套 E 客户的主要车型为 c 车型、h 车型、k 车型、m 车

型，报告期内配套上述四款车型的产品收入占发行人对 E 客户产品收入的比例平均超 80%。

报告期内，发行人对 E 客户主要车型的主要总成产品销量及对应车型产销量情况如下表所示：

单位：万辆、万套

车型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
c 车型	**车型销量**	**1.21**	**5.24**	**3.25**	**1.86**
	车型产量	**1.16**	**5.45**	**3.20**	**1.84**
	公司门内饰板总成销量	1.18	5.55	3.05	1.81
	公司挡泥板总成销量	1.26	5.71	3.15	1.93
	公司销售上述两类产品收入占 c 车型配套产品收入的比例	71.40%	74.48%	74.52%	68.84%
h 车型	**车型销量**	**3.46**	**6.75**	**7.26**	**12.71**
	车型产量	**3.80**	**7.30**	**6.46**	**12.69**
	公司门内饰板总成销量	2.44	2.54	1.38	1.73
	公司挡泥板总成销量	4.10	7.56	7.90	12.45
	公司雨刮盖板总成销量	3.93	7.56	7.91	12.56
	公司销售上述三类产品收入占 h 车型配套产品收入的比例	72.46%	69.43%	64.56%	67.46%
k 车型	**车型销量**	**2.95**	**3.16**	**3.65**	**4.34**
	车型产量	**2.94**	**3.19**	**3.60**	**4.05**
	公司门内饰板总成销量	2.42	3.60	3.75	4.43
	公司挡泥板总成销量	2.51	3.76	3.89	4.61
	公司雨刮盖板总成销量	2.45	3.66	3.81	4.50
	公司销售上述三类产品收入占 k 车型配套产品收入的比例	61.81%	94.91%	95.82%	85.86%

注：车型产销量数据来自于 Marklines 数据库，为终端车型的国内产销数据；上表中，部分车型当年销量略大于车型产量，主要原因系整车厂滚动库存，及生产与销售的时间差所致；其中，h 车型的门内饰板总成同时在 E 客户广州和宜昌基地生产，公司仅配套宜昌基地，故报告期内公司配套 h 车型的门内饰板总成销量小于车型产销量。

如上表所示，报告期内，发行人向 C 客户、E 客户主要车型配套的主要产品销量与下游车型产销量相匹配。其中，发行人部分年度部分车型总成产品销量略大于车型产销量，主要原因系客户库存、客户生产损耗、或作为备品备件售后件使用，且公司产品销售与客户车型生产入库存在一定时间差所致，整体差异率较小，具有合理性。根据公司与客户的产品对账单，公司相关产品的销

售数量与对账单数量相一致。

综上，报告期内，发行人对 C 客户及 E 客户主要产品销量大幅增加的主要原因系 C 客户及 E 客户相应车型销量增长所致，且终端车型产销量与发行人主要产品销量相匹配，具有合理性。

（四）说明与广汽埃安、广汽乘用车关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例，报告期内年降政策的实际执行情况，年降政策对发行人未来经营业绩的潜在影响

1、说明与广汽埃安、广汽乘用车关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例，报告期内年降政策的实际执行情况

（1）说明与广汽埃安、广汽乘用车关于年降政策的具体约定及报告期内年降政策的实际执行情况

公司与广汽埃安、广汽乘用车针对年降政策没有具体的合同约定，年降政策系汽车行业多年来形成的行业惯例。一款车型推出后，一般会有数年的换代周期，但在充分竞争的汽车行业，在此周期内仍需面对其他车型更新换代的激烈竞争。因此，在汽车产业链上，整车厂企业对其零部件供应商都有年降的要求，以确保长期维持盈利的平衡点。整车厂是根据终端车型的预计销量、市场竞争情况来确定年降政策的，实务中公司与客户以车型为单位进行配套产品报价和年降的商务谈判，报告期内，公司对广汽埃安和广汽乘用车总体年降情况如下：

单位：万元

项 目		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
总体情况	产品收入	56,629.11	93,906.36	61,677.77	44,751.42
	年降金额	-2,157.25	-1,934.11	-1,734.13	-714.63
	年降金额/合并收入	-3.81%	-2.06%	-2.81%	-1.60%
其中：广汽埃安	产品收入	31,000.04	40,960.23	17,582.49	10,694.36
	年降金额	-1,252.26	-833.30	-222.97	-19.83
	年降金额/产品收入	-4.04%	-2.03%	-1.27%	-0.19%
其中：广汽乘	产品收入	15,812.76	28,215.07	17,357.09	14,311.67

用车	年降金额	-699.46	-819.93	-533.03	-542.82
	年降金额/产品收入	-4.42%	-2.91%	-3.07%	-3.79%

注：上述收入为公司汽车内外饰件产品收入，不含模具收入

报告期内，公司总体年降金额分别为-714.63 万元、-1,734.13 万元、-1,934.11 万元和-2,157.25 万元，占各期产品收入的比例分别为-1.60%、-2.81%、-2.06%和-3.81%，总体年降比例在 1%-4%之间。其中，报告期内公司对广汽埃安的年降金额分别为-19.83 万元、-222.97 万元、-833.30 万元和-1,252.26 万元，占各期产品收入的比例分别为-0.19%、-1.27%、-2.03%和-4.04%；报告期内公司对广汽乘用车的年降金额分别为-542.82 万元、-533.03 万元、-819.93 万元和-699.46 万元，占各期产品收入的比例分别为-3.79%、-3.07%、-2.91%和-4.42%。整体上，年降金额对公司当年产品收入影响较小。

（2）与广汽埃安、广汽乘用车年降涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例

1）报告期内，公司对广汽埃安涉及的主要具体产品及型号各期单价、降价金额和比例如下：

单位：年降金额为万元、单价为元/套

产品大类	年降金额				年降比例（注 1）				产品平均单价（注 2）			
	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
门内饰板总成	-835.00	-531.86	-119.49	-19.83	-4.03%	-1.79%	-0.93%	-0.24%	1,004.30	1,087.96	1,189.30	1,213.75
挡泥板总成	-138.39	-107.15	-32.75	——	-4.82%	-2.83%	-1.80%	——	131.92	138.19	144.16	145.25
雨刮盖板总成	-13.35	-39.79	-7.89	——	-1.78%	-3.82%	-1.75%	——	36.43	37.32	36.76	35.21
其他	-265.52	-154.50	-62.84	——	-3.97%	-2.44%	-2.50%	——	——	——	——	——
合计	**-1,252.26**	**-833.30**	**-222.97**	**-19.83**	**-4.04%**	**-2.03%**	**-1.27%**	**-0.19%**	——	——	——	——

注 1：年降比例=年降金额/本年产品收入，下同；

注 2：产品平均单价=本年销售收入/本年销售量，部分产品存在年降但平均单价未下降，主要系：1）该产品涉及车型种类较多，因配置等定制化因素差异，产品单价存在较大跨度，存在不同年度间收入结构变化的影响；2）同时，部分新产品未参与年降，导致个别车型的单价未呈现同步下降，下同。

由上表可知，广汽埃安不同产品之间均存在一定的差异，各年度间也呈现波动的特征，主要是影响汽车价格年降的因素较多，如车系所处生命周期阶段、所处各细分市场的竞争程度、最终整车厂被动或主动调整的终端价格策略等，但主要产品的年降比例基本在 6%以内。一般而言，刚推出的车型或当年度销量

大、市场竞争力强的车型，年降比例较低。

2）广汽埃安主要车型的年降初始年份和持续年限情况如下：

车型	量产时间（注 1）	年降初始年份（注 2）	年降持续年限（截至 2022 年）
埃安 S	2019 年	2020 年	3
埃安 V	2020 年	2021 年	2
埃安 Y	2021 年	2022 年	1

注 1：量产时间为对应车型的初代车型首次量产时间，下同；

注 2：年降初始年份为公司承接该车型业务后开始年降时间，下同。

由上表和年降情况表可知，公司对广汽埃安 2020 年和 2021 年整体年降金额较小，系广汽埃安相关车型属于新能源纯电动汽车，其大部分车型均处于推出初期，其中埃安 V 车型为 2020 年新量产车型，埃安 Y 车型为 2021 年新量产车型，2020 和 2021 年埃安新推出车型较多，市场需求旺盛，当年度年降金额及比例相对较小。2022 年埃安 S、埃安 Y 和埃安 V 车型的销量分别为 11.57 万辆、11.97 万辆和 3.18 万辆，2022 年埃安 V 车型的挡泥板总成年降比例相对较高，主要系与埃安 S 和埃安 Y 车型的销量相比，埃安 V 车型的销量一般，客户考虑到市场竞争环境以及该车型的生命周期等因素，整车厂客户为维持一定的毛利率水平将部分成本转嫁至公司，由此年降金额及比例相对较高。

3）报告期内，公司对广汽乘用车涉及的主要具体产品及型号各期单价、降价金额和比例如下：

单位：年降金额为万元、单价为元/套

产品大类	年降金额				年降比例				产品平均单价			
	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
门内饰板总成	-248.48	-381.65	-215.52	-100.33	-3.47%	-2.43%	-2.25%	-1.56%	619.31	677.56	756.34	803.94
挡泥板总成	-37.84	-137.25	-115.03	-185.16	-1.91%	-3.81%	-3.56%	-6.09%	112.64	109.92	113.06	111.55
雨刮盖板总成	-25.91	-127.79	-17.20	-38.82	-3.26%	-9.89%	-1.41%	-3.97%	39.40	37.32	37.97	38.18
机舱护板总成	-19.71	-38.85	-34.59	-105.39	-7.48%	-2.86%	-2.63%	-6.61%	42.45	60.11	60.67	63.38
其他	-367.52	-134.39	-150.69	-113.12	-6.55%	-2.15%	-7.52%	-4.94%	——	——	——	——
合计	**-699.46**	**-819.93**	**-533.03**	**-542.82**	**-4.42%**	**-2.91%**	**-3.07%**	**-3.79%**	——	——	——	——

注 1：年降比例=年降金额/本年产品收入，下同；

注 2：产品平均单价=本年销售收入/本年销售量，部分产品存在年降但平均单价未下降，主要系：1）该产品涉及车型种类较多，因配置等定制化因素差异，产品单价存在较大跨度，存在不同年度间收入结构变化的影响；2）同时，部分新产品未参与年降，导致个别

车型的单价未呈现同步下降，下同。

由上表可知，广汽乘用车不同产品之间也存在一定的差异，各年度间也呈现波动的特征，主要是影响汽车价格年降的因素较多，如车系所处生命周期阶段、所处各细分市场的竞争程度、最终整车厂被动或主动调整的终端价格策略等。

如上所述，报告期内公司对广汽乘用车的年降金额占各期产品收入的比例分别为-3.79%、-3.07%、-2.91%和-4.42%，影响较小。但个别产品存在年降比例较高的情况，如 2022 年雨刮盖板总成年降比例较高，主要是传祺 GS4 的销量在 2020-2022 年均表现不佳所致，分别为 12.71 万辆、7.26 万辆和 6.75 万辆。

4）广汽乘用车主要车型的年降初始年份和持续年限情况如下：

车型	量产时间	年降初始年份	年降持续年限（截至 2022 年）
传祺 GM6	2018 年	2019 年	4
传祺 GS3	2017 年	2018 年	5
传祺 GS4	2015 年	2018 年	5
传祺 GS5	2012 年	2018 年	5
传祺 GS8	2016 年	2018 年	5
传祺 P5（影豹）	2021 年	2022 年	1

综上，报告期内公司总体年降比例基本在 2%-6%之间，其中公司对广汽埃安的年降金额占各期产品收入的比例分别为-0.19%、-1.27%、-2.03%和-4.04%，对广汽乘用车的年降金额占各期产品收入的比例分别为-3.79%、-3.07%、-2.91%和-4.42%，总体年降比例较小。

2、年降政策对公司未来经营业绩的潜在影响

报告期内，年降产品和非年降产品的销售金额及占比如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
年降产品	51,988.96	91.81%	65,017.38	69.24%	45,925.17	74.46%	26,840.36	59.98%
非年降产品	4,640.15	8.19%	28,888.98	30.76%	15,752.60	25.54%	17,911.06	40.02%
合计	**56,629.11**	**100.00%**	**93,906.36**	**100.00%**	**61,677.77**	**100.00%**	**44,751.42**	**100.00%**

年降政策属于汽车零部件行业的惯例，具体年降执行情况受市场需求变化、

客户年度采购计划及双方谈判结果等多种因素共同决定。报告期内，公司年降政策对公司经营业绩的影响存在一定的波动，2023 年 1-6 月主要是因为广汽埃安、合创等客户较多产品首次进行年降，年降产品范围有所扩大，导致年降产品占比有所提高，具有合理性。

报告期内，公司年降产品的年降金额对经营业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
年降产品销售金额	51,988.96	65,017.38	45,925.17	26,840.36
年降金额	-2,157.25	-1,934.11	-1,734.13	-714.63
产品收入	56,629.11	93,906.36	61,677.77	44,751.42
年降金额占产品收入比例	-3.81%	-2.06%	-2.81%	-1.60%

报告期内，公司主营业务产品部分收入金额分别为 44,751.42 万元、61,677.77 万元、93,906.36 万元和 56,629.11 万元，公司产品收入保持高速增长态势，年降水平相对平稳，报告期内年降金额占产品收入比例分别为-1.60%、-2.81%、-2.06%和-3.81%，公司产品收入受年降政策一定程度的影响。

综上，年降政策对公司未来经营业绩构成一定的潜在影响，为了对冲年降政策对经营业绩的影响，公司不断进行新产品研发、参与整车厂新车型开发等取得了明显的效果，因此报告期内年降金额占产品收入比例分别为-1.60%、-2.81%、-2.06%和-3.81%，占比相对较低。

（五）结合广汽埃安及广汽乘用车相关产品的车型集中度、主要车型上市及换代情况、产品定制化程度及可替代性、相关研发及资源投入情况、行业竞争格局、汽车降价、年降政策、在手订单及期后业绩等，说明发行人对广汽埃安及广汽乘用车销售产品及收入增长的可持续性；结合同行业可比公司第一大客户集中度情况、发行人主要产品车型集中度情况等进一步完善风险提示

1、结合广汽埃安及广汽乘用车相关产品的车型集中度、主要车型上市及换代情况、产品定制化程度及可替代性、相关研发及资源投入情况、行业竞争格局、汽车降价、年降政策、在手订单及期后业绩等，说明发行人对广汽埃安及广汽乘用车销售产品及收入增长的可持续性

（1）广汽埃安及广汽乘用车相关产品的车型集中度及主要车型上市及换代情况

报告期内，发行人配套广汽埃安及广汽乘用车相关主要产品的车型集中度如下：

1）广汽埃安

产品类型	配套车型	收入占广汽埃安该类产品收入的比例			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
门内饰板总成	埃安 S	60.33%	47.76%	64.75%	66.58%
	埃安 V	2.16%	16.83%	17.25%	18.23%
	埃安 Y	37.19%	32.63%	15.89%	0.00%
	小计	**99.67%**	**97.22%**	**97.89%**	**84.81%**
挡泥板总成	埃安 S	56.13%	43.41%	61.86%	79.20%
	埃安 V	1.87%	15.25%	14.89%	16.31%
	埃安 Y	41.80%	40.36%	22.70%	0.00%
	小计	**99.79%**	**99.02%**	**99.45%**	**95.51%**
雨刮盖板总成	埃安 S	44.68%	31.39%	49.08%	72.03%
	埃安 V	1.61%	14.86%	18.97%	22.83%
	埃安 Y	53.53%	52.10%	30.96%	0.00%
	小计	**99.82%**	**98.35%**	**99.01%**	**94.86%**

2）广汽乘用车

产品类型	配套车型	收入占广汽乘用车该类产品收入的比例			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
门内饰板总成	传祺 GS5	15.91%	36.51%	32.65%	30.56%
	传祺 P5（影豹）	15.96%	25.80%	29.82%	0.00%
	传祺 GS3	19.05%	14.11%	24.50%	44.55%
	传祺 GS4	27.99%	13.64%	13.04%	24.89%
	小计	**78.92%**	**90.06%**	**100.00%**	**100.00%**
挡泥板总成	传祺 GS4	21.28%	22.50%	27.99%	50.63%
	传祺 GS5	7.62%	19.62%	12.12%	8.19%
	传祺 GM6	15.95%	15.37%	25.33%	15.09%
	传祺 GS3	12.42%	10.46%	12.07%	15.67%

产品类型	配套车型	收入占广汽乘用车该类产品收入的比例			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
	小计	**57.27%**	**67.95%**	**77.51%**	**89.58%**
雨刮盖板总成	传祺 GS4	20.65%	21.78%	27.56%	48.12%
	传祺 GM8	20.89%	15.64%	18.33%	9.51%
	传祺 GM6	11.38%	12.76%	23.58%	13.73%
	传祺 GS3	10.67%	10.29%	11.57%	17.15%
	小计	**63.59%**	**60.47%**	**81.03%**	**88.50%**
机舱护板总成	传祺 GS4	11.30%	36.00%	54.54%	47.08%
	传祺 GS5	37.40%	44.92%	31.14%	31.53%
	传祺 GS8	17.53%	12.62%	4.60%	4.96%
	小计	**66.23%**	**93.53%**	**90.28%**	**83.56%**

注：上述表格仅列示各类产品的主要配套车型。

广汽埃安及广汽乘用车主要车型上市及换代情况参见本回复报告“问题 2. 关于第一大客户广汽集团”之“一（三）2（2）广汽埃安及广汽乘用车对应车型的上市和换代情况”。一般而言，车型的更新换代为升级配置，整车厂通常会参考过往车型的配套情况和产品品质等因素综合评估，并结合价格最终选定更新换代车型的内外饰件供应商，发行人在为原有车型配套产品时在模具开发与制造、产品生产与供应等方面形成了一定的经验，在新车型定点时具有一定的竞争优势。

（2）产品定制化程度及可替代性

整车厂同步开发设计项目涵盖了设计、开发、质量控制等各个方面，确保整个项目能够按计划进行，并达到预期的交付标准。公司在车型开发初期即参与相关产品的同步设计，为客户生产汽车零部件产品而定制化设计、开发、生产制造模具，并使用定制化模具生产内外饰件产品。公司产品为根据不同车型定制，不同项目所对应的产品在形态、结构、功能需求、生产复杂程度等维度均有所差异。相关内外饰件产品只能使用定制化模具生产，且只能应用在特定车型上，具有不可替代性。

（3）相关研发及资源投入情况

报告期内，发行人合计研发投入为 13,670.96 万元。公司已在关键领域形成

八项核心技术，各项核心技术对应的主要关键指标参数优于行业水平。公司不断开展同步开发、模具开发、产品总成制造等各环节技术的深入研究，拥有多项在研项目，计划投入更多研发资金。

另外，目前公司正在参与广汽埃安、广汽乘用车等客户多款新车型和更新换代车型相关内外饰件产品的同步设计开发，其中部分产品已获整车厂定点，可为未来发行人对广汽埃安及广汽乘用车销售产品及收入增长提供保障。

（4）行业竞争格局

根据中国汽车工业协会数据，2022 年，广汽集团下属及合营企业的汽车销量为 243.5 万辆，占全国汽车销量的 9.06%，在国内汽车企业集团中排名第四位。其中，广汽乘用车在报告期内的销量整体保持稳定，并实现小幅增长；广汽埃安作为广汽集团自主新能源汽车品牌，销量增长迅速。根据乘联会《全国新能源市场深度分析报告》，2023 年 1-10 月，我国新能源乘用车销量排名中，广汽埃安排列第三位，仅次于比亚迪、特斯拉。报告期内，广汽埃安分别实现销量 5.95 万辆、12.02 万辆、27.12 万辆和 20.93 万辆，年均复合增长率达 113.49%，远高于我国整体汽车销量的年均复合增长率 3.02%。公司自广汽埃安成立初期即为其配套内外饰件产品，已发展成为其核心供应商之一。根据广汽埃安、广汽乘用车于 2023 年 9 月出具的确认函，自其与公司合作之日起至确认函出具之日，公司为广汽埃安、广汽乘用车供应份额最大的门内饰板、挡泥板、雨刮盖板、机舱护板供应商。

如上所述，汽车内外饰件种类繁多，不同产品对模具开发等方面的要求存在较大差异，内外饰件生产厂商受自身规模限制通常重点聚焦其中几类产品，有利于发挥规模优势。目前，国内汽车内外饰件市场参与者众多，整体竞争格局较为分散。根据研究数据，2019 年，全球汽车内外饰件市场规模约为 6,500 亿元，我国汽车内外饰件市场规模约为 2,400 亿元。2019 年，我国汽车销量为 2,576.87 万辆，对应的汽车内外饰件单车价值量约为 9,300 元。若按此单车价值量测算，2022 年，我国汽车内外饰件市场空间约为 2,500 亿元。2022 年，发行人 7 家可比公司的营业收入合计为 159.94 亿元，按上述市场空间测算，对应的市场占有率合计仅为 6.40%。

内外饰件生产厂商受自身规模限制通常重点聚焦其中几类内外饰件产品，以及整车厂客户对供应商响应速度要求较高，因此公司同行业可比公司主要覆盖区域内主要整车厂客户，并随着整车厂客户新设工厂而进行新的生产基地布局，以满足现有及新开发整车客户的需求。根据公开资料，同行业可比公司目前均未成为广汽埃安、广汽传祺系列车型内外饰件产品的核心供应商。广汽埃安与广汽传祺分别作为广汽集团在传统燃油车及新能源汽车领域的独立自主品牌，将成为其未来业务发展重心，发行人对广汽埃安及广汽乘用车销售产品及收入增长具有可持续性。

（5）汽车降价

2023 年初，部分整车厂受补贴政策调整、国六排放标准车型换代、清理库存等因素影响出现一定幅度降价。2023 年 5 月初，特斯拉对旗下四款车型进行了两轮提价。2023 年 8 月，特斯拉、上汽大众、零跑汽车等车企对旗下部分车型进行降价。尽管目前汽车行业市场价格趋势不明，但从国内乘用车产销量来看，2023 年 1-6 月，国内乘用车产销分别完成 1,128.1 万辆和 1,126.8 万辆，同比分别增长 8.1%和 8.8%，产销量均保持增长。

从发行人主要客户来看，2023 年 1-6 月，广汽埃安、广汽乘用车销量均呈现增长趋势，其中广汽埃安 2023 年 1-6 月销量较去年同期增长一倍。

单位：万辆

整车厂	2023 年 1-6 月	2022 年 1-6 月	同比变化
广汽埃安	20.93	10.03	108.81%
广汽乘用车	18.81	17.26	8.97%

因此，汽车行业价格波动目前未对公司经营业绩构成重大不利影响。

（6）年降政策

根据汽车及汽车零部件行业定价特征，发行人主营产品中存在与部分客户约定产品价格年降条款。2021 年、2022 年及 2023 年 1-6 月，年降金额占公司产品收入的比例分别为-2.81%、-2.06%和-3.81%。随着整车厂新车型的推出、发行人新产品的开发及量产，年降对产品销售均价的影响能够得到部分抵消。此外下游整车客户对其指定采购供应商、公司对自主采购供应商均会向上传导年降的影响，即，公司上游供应商亦会相应调整年降比例，可在一定程度上减

小产品年降对公司经营业绩的影响。如果未来新产品开发及量产进度放缓、年降产品数量及占比提高、年降幅度进一步大幅增加，则可能对发行人的产品价格及业绩形成不利影响。发行人已在招股说明书中对相关风险进行提示。

（7）在手订单及期后业绩

报告期内已量产车型中，尚有较多车型目前尚未达到整车厂预计销量，该部分车型在剩余生命周期内将继续由发行人配套内外饰件产品，并产生持续的订单需求；另外，对于报告期内未量产、目前已获定点的车型，公司已具备为其配套内外饰件产品的条件，按照整车厂开发计划，在其生命周期内亦将持续产生内外饰件订单需求，可为公司未来业务发展提供支撑。具体情况参见本回复报告“问题 1.关于主营业务与行业地位”之“一（二）3、发行人目前已进入下游客户合格供应商名录、获得定点及量产规模情况”。

从财务数据来看，根据发行人账面数据，2023 年 1-9 月，发行人实现营业收入 100,642.24 万元，同比增长 50.76%；实现净利润 16,212.32 万元，同比增长 69.35%。发行人营业收入和净利润均较去年同期有较大增长，从期后业绩来看，发行人收入增长具有可持续性。

综上，结合广汽埃安及广汽乘用车相关产品的车型集中度、主要车型上市及换代情况、产品定制化程度及可替代性、相关研发及资源投入情况、行业竞争格局、汽车降价、年降政策、在手订单及期后业绩等，发行人对广汽埃安及广汽乘用车销售产品及收入增长具有可持续性。

2、结合同行业可比公司第一大客户集中度情况、发行人主要产品车型集中度情况等进一步完善风险提示

（1）同行业可比公司第一大客户集中度情况

同行业可比公司第一大客户集中度情况如下表所示：

序号	公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
1	神通科技	未披露	28.72%	33.77%	36.75%
2	常熟汽饰	未披露	未披露	未披露	未披露
3	新泉股份	未披露	26.49%	24.30%	29.00%
4	唯科科技	未披露	8.33%	13.66%	13.32%

序号	公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
5	肇民科技	未披露	15.38%	26.34%	35.06%
6	东箭科技	未披露	13.42%	8.09%	7.84%
7	福赛科技	未披露	36.38%	44.24%	39.88%
8	发行人	82.24%	73.90%	56.93%	56.51%

数据来源：同行业可比公司披露的招股说明书、募集说明书、年度报告等资料。

发行人同行业可比公司中，神通科技、新泉股份下游客户以整车厂为主，第一大客户集中度相对高于汽车领域客户以一级零部件供应商为主、且注塑件产品除应用在汽车领域外还应用在家用电器等领域的唯科科技、肇民科技；东箭科技涉及境内外市场改装业务及智能座舱业务，且客户主要为一级零部件供应商、品牌商、经销商，导致该三家公司的客户集中度低于其他公司。

公司第一大客户集中度高于同行业可比公司水平，主要原因如下：

1）公司处于资金密集型行业，报告期内生产产能和经营资金相对有限，优先保障长期合作的头部客户的产品供应

汽车内外饰件行业重资产投入，内外饰件厂商在开拓新客户时需要按照就近配套的原则在其附近建立生产基地，包括购置土地、厂房、设备等，且需开展同步设计开发、模具设计与生产等工作，前期资金及资源投入较大。报告期内，公司作为非上市公司，生产产能和经营资金相对有限，为保障持续的盈利能力，公司将现有资源优先满足长期合作的核心客户，重点覆盖公司所在地区域内主要客户，导致公司的第一大客户集中度较高。

2）公司主要客户之一广汽埃安在报告期内销量增长明显

发行人第一大客户广汽集团合并范围内包括广汽埃安、广汽乘用车两大整车厂商。其中广汽埃安作为国内新能源汽车领域的主要企业之一，2020-2022 年汽车销量的年均复合增长率达 113.49%，远高于我国整体汽车销量的年均复合增长率 3.02%；2023 年 1-6 月，广汽埃安实现汽车销量 20.93 万辆，同步增长 108.81%。公司自广汽埃安成立以来即与其开展合作，并在产品配套过程中逐步积累形成良好的经验与口碑。报告期内公司与广汽埃安的合作保持持续深入，随着广汽埃安销量规模的快速增长，公司增加对广汽埃安的就近配套，导致第一大客户集中度相应提高。

3）公司对其他新能源汽车客户在量产初期的销量存在一定爬坡期

公司已开发小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等多家新能源汽车客户，目前已经完成供应商体系评审等全面工作，其中部分产品已开始量产，但在车型生命周期内，量产初期的销量存在一定爬坡期，因此报告期内公司第一大客户集中度维持在较高水平。从长期来看，随着其他新能源汽车客户的销量增长及公司与其合作的不断深入，预计未来公司的第一大客户集中度有望降低。

4）公司管控经营风险，主动选择与信誉较高的客户合作

报告期内，公司大力发展新能源领域汽车内外饰件配套业务。目前，我国新能源汽车产业处于快速发展阶段，最近三年新能源汽车产销量保持高速增长，涌现出众多新能源汽车生产企业，除比亚迪、广汽埃安等少数企业销量保持稳定领先外，尚未形成明确的行业竞争格局。公司为应对客户回款的风险，主动选择与信誉较高的企业合作，防控新能源汽车行业高速发展过程中可能给公司带来的经营风险。

另外，除发行人同行业可比公司外，部分汽车零部件企业对第一大客户的收入占比超过 50%，如翔丰华、成飞集成、新铝时代等，具体情况如下：

序号	公司简称	股票代码	主营业务	第一大客户	第一大客户收入占比[注]	上市时间
1	翔丰华	300890.SZ	锂电池负极材料的研发、生产和销售	比亚迪	51.97%	2020 年 9 月 17 日创业板上市
2	成飞集成	002190.SZ	汽车模具等工装模具设计、研制和制造、汽车零部件生产、航空零部件生产	奇瑞汽车	53.51%	2007 年 12 月 3 日深交所主板上市
3	新铝时代	A22677.SZ	新能源汽车电池系统铝合金零部件的研发、生产和销售	比亚迪	78.87%	2023 年 9 月 22 日上市委会议通过

注：数据来源为其披露的招股说明书、年度报告，为 2022 年数据。

报告期内，发行人第一大客户集中度分别为 56.51%、56.93%、73.90%和 82.24%，高于同行业可比公司，处于较高水平。若发行人第一大客户经营业绩下滑或公司的订单量大幅减少，将对公司经营产生不利影响。

除第一大客户广汽集团外，广汽本田、广汽丰田也是公司尚在努力争取扩大销售份额的重要客户。报告期内，发行人对广汽本田和广汽丰田的销售收入

合计分别为 11,342.43 万元、17,509.50 万元、15,524.16 万元和 5,775.62 万元；另外，发行人积极开拓并实现对小鹏汽车、合创汽车等客户的直接销售，并在报告期内保持收入快速增长；发行人已实现对零跑汽车的量产销售，并于 2023 年实现收入。报告期内，发行人对前述造车新势力的销售收入占比分别为 0.02%、1.19%、2.40%和 3.83%，呈明显增长趋势。

目前广汽本田与广汽丰田的电动化尚处于初期发展阶段，凭借其自身的竞争优势与市场地位，预计在全面启动电动化后将带来较为可观的市场增量。随着公司与造车新势力合作的逐渐深入及广汽本田、广汽丰田等主流车企的电动化提升，未来公司的客户集中度有望降低。

（2）发行人主要产品车型集中度情况

发行人主要产品车型集中度情况如下表所示：

配套车型	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
埃安 S	33.28%	22.43%	21.48%	20.15%
埃安 Y	22.23%	16.82%	6.01%	-
传祺 GS5	3.38%	9.84%	8.56%	8.42%
埃安 V	1.22%	8.27%	5.93%	5.59%
传祺影豹	3.29%	6.56%	7.58%	0.00%
本田皓影	1.26%	5.42%	11.84%	12.62%
传祺 GS4	6.02%	5.21%	7.28%	14.00%
合创 Z03	6.08%	4.77%	0.54%	0.00%
本田型格	4.14%	4.12%	0.01%	0.00%
传祺 GS3	3.94%	3.82%	6.35%	11.50%
本田雅阁	2.32%	2.16%	5.72%	7.42%
本田飞度	0.93%	1.89%	4.52%	1.05%
小计	**88.09%**	**91.31%**	**85.82%**	**80.76%**

注：上表的统计口径为：报告期内，发行人五大类主要产品收入中，配套各款车型的收入占主要产品收入的比例。

从发行人主要产品配套车型来看，应用在广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田系列车型上的产品收入占主要产品收入的比例较高。若该类车型的销量大幅下滑，将对公司经营产生不利影响。

除上述车型外，发行人主要产品配套的车型还包括埃安 LX、Hyper GT 等

埃安系车型，传祺 GS8、传祺 GM8 等传祺系车型，本田奥德赛、本田绎乐等本田系车型，合创 Z03 等合创系车型，丰田 IA5、丰田汉兰达等丰田系车型，日产轩逸、日产骐达等日产系车型，小鹏 G9、小鹏 G3I、小鹏 P5 等小鹏系车型、某国际一流新能源车企 3 系等车型。另外，发行人目前正在同步开发设计的项目涉及广汽本田、广汽乘用车、广汽埃安、小鹏汽车、零跑汽车、合创汽车等客户十余款车型，相关车型产品预计将分别于 2023-2026 年量产。

发行人已在招股说明书中补充披露对第一大客户广汽集团收入占比较高的风险，并对客户集中度较高的风险提示进行完善，具体如下：

“1、对第一大客户广汽集团收入占比较高的风险

报告期内，发行人来自广汽集团的营业收入占比分别为 56.51%、56.93%、73.90%和 82.24%，收入占比较高。由于公司与广汽集团下属公司广汽埃安、广汽乘用车的合作持续深入，且广汽埃安产销量保持快速增长，公司现有产能有限故仅能优先保障现有主要客户的订单供应，公司预计在未来一定时期内仍将存在对广汽集团的销售收入占比较高的情形。未来若广汽集团的经营、采购战略发生重大变化，或由于公司产品质量等自身原因导致公司无法与广汽集团保持稳定的合作关系，又无法通过拓展其他客户来弥补广汽集团销售收入下降带来的影响，公司的经营业绩将受到较大影响。

2、客户集中度较高的风险

经过多年积累，公司已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定的合作关系。公司的客户群体不仅包括主流整车企业如广汽乘用车、广汽本田、广汽丰田，还包括广汽埃安、小鹏汽车、合创汽车、零跑汽车、某国际一流新能源车企等知名新能源汽车整车厂，以及提爱思、河西、广爱兴、林骏等知名汽车内外饰件企业。

报告期内，**公司向前五大客户的销售比例分别为 89.47%、90.68%、94.46%和 96.73%，其中向第一大客户广州汽车集团股份有限公司的销售比例分别为 56.51%、56.93%、73.90%和 82.24%**，客户集中度较高。鉴于汽车行业零部件供应商集中配套的行业特性、以及整车厂客户从开发、定点到实现批量供货的时间周期通常较长，公司目前面临的客户集中情形仍将持续存在，因此，若公司

主要客户经营业绩下滑或公司的订单量大幅减少，将对公司经营产生不利影响。**另外，发行人主要产品最终应用在广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田系列车型上的产品收入占主要产品收入的比例较高。若该类车型的销量大幅下滑，亦将对公司经营产生不利影响。”**

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、与发行人业务人员访谈、查阅产品成本构成明细表，了解不同车型同类型产品售价产生差异的主要原因；

2、获取并检查发行人收入成本明细表，并对广汽埃安、广汽乘用车等客户主要产品的单价变动情况进行分析性复核；

3、查阅同行业上市公司公开披露资料，分析同类产品的价格差异原因及其合理性；

4、查阅主要车型产销量数据、公司销量数据及与客户的产品对账单，将终端车型产销量与发行人主要产品销量进行匹配；

5、与发行人董事长访谈，了解公司与主要客户的历史合作情况；

6、查阅行业相关研究报告，查阅广汽集团公开披露资料，包括年度报告、产销快报等，并与公司销售情况进行对比分析；

7、获取并查阅公司与广汽埃安、广汽乘用车等主要客户签订的合同，比对合同条款差异，并检查合同有关年降政策的具体约定；获取公司产品收入成本明细表、年降明细表等，统计并分析公司与广汽埃安、广汽乘用车关于年降产品、年降金额及占比、年降初始年份和持续年限等情况；

8、根据报告期内公司年降政策的实际执行情况，对年降政策进行敏感性分析，分析提高或降低一定年降比例对公司毛利率和净利润的影响；

9、与公司研发部门、财务部门及销售部门管理层访谈，了解公司研发项目及投入资源情况、已量产的在手订单情况和项目定点情况以及公司期后业绩情况，获取公司研发项目台账、订单清单和 2023 年财务报表资料，以对上述情况

进行检查分析。

（二）核查情况

保荐人已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-17 的相关要求进行核查及披露，具体如下：

序号	核查要求	核查情况
1	**发行人存在客户集中情形的，保荐人应当核查如下事项并发表明确意见**	**适用**
1-1	发行人客户集中的原因及合理性	公司下游客户的行业为汽车行业，具有高行业准入门槛、高技术壁垒、高资金壁垒等特性，我国汽车行业集中度较高。因此在整车配套市场，汽车零部件企业客户集中度普遍较高
1-2	发行人客户在行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险	发行人主要客户行业地位较高，经营状况良好且具有良好的透明度，不存在重大不确定性风险
1-3	发行人与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易的定价原则及公允性	发行人与主要客户业务合作具有稳定性和可持续性，相关交易的定价具有公允性
1-4	发行人与重大客户是否存在关联关系，发行人的业务获取方式是否影响独立性，发行人是否具备独立面向市场获取业务的能力	发行人与主要客户不存在关联关系，发行人的业务获取方式不影响独立性，发行人具备独立面向市场获取业务的能力
1-5	对于因行业因素导致发行人客户集中度高的，保荐人通常还应当关注发行人客户集中与行业经营特点是否一致，是否存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情形	发行人客户集中与行业经营特点一致，不存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情形
1-6	对于非因行业因素导致发行人客户集中度偏高的，保荐人通常还应关注该客户是否为异常新增客户，客户集中是否可能导致发行人未来持续经营能力存在重大不确定性	不适用
2	**发行人存在单一客户重大依赖情形的，除第（1）项所列事项外，保荐人还应当核查如下事项并发表明确意见：**	**适用，具体如下：**
2-1	发行人主要产品或服务应用领域和下游需求情况，市场空间是否较大；发行人技术路线与行业技术迭代的匹配情况，是否具备开拓其他客户的技术能力以及市场拓展的进展情况，包括与客户的接触洽谈、产品试用与认证、订单情况等	公司目前融资渠道较为单一，需集中资源聚焦战略客户；此外公司主要生产基地与广汽集团在地理位置上最为接近，最能快速响应广汽集团的需求。出于这些考虑，公司采取集中化战略，聚焦广汽集团，造成目前对单一客户广汽集团占比较高，甚至重大依赖。但目前公司已在广汽集团的基础上，积极开拓小鹏汽车、零跑汽车等多家整车厂客户。 发行人主要产品或服务的应用领域为汽车行业，下游需求稳定增长，市场空间

序号	核查要求	核查情况
		较大；发行人技术路线与行业技术迭代情况相匹配，具备开拓其他客户的技术能力，发行人具备较强的新客户开拓能力，目前已积极布局并成为多家整车厂的一级供应商
2-2	发行人及其下游客户所在行业是否属于国家产业政策明确支持的领域，相关政策及其影响下的市场需求是否具有阶段性特征，产业政策变化是否会对发行人的客户稳定性、业务持续性产生重大不利影响	发行人及其下游客户所在行业符合国家产业政策方向
2-3	对于存在重大依赖的单一客户属于非终端客户的情况，应当穿透核查终端客户的有关情况、交易背景，分析说明相关交易是否具有合理性，交易模式是否符合行业惯例，销售是否真实	不适用
2-4	如无法充分核查并说明发行人单一客户重大依赖的合理性、客户稳定性或业务持续性，保荐人应就发行人是否具备持续经营能力审慎发表核查意见	不适用
3	发行人应在招股说明书中披露上述情况，充分揭示客户集中度较高可能带来的风险	发行人已于招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（三）发行人特别提示投资者关注的风险”及“第三节 风险因素”提示相关风险

详细核查情况及分析内容如下：

1、发行人客户集中的原因及合理性

报告期内，公司向前五大客户的销售比例分别为 89.47%、90.68%、94.46%和 96.73%，其中向第一大客户广州汽车集团股份有限公司的销售比例分别为 56.51%、56.93%、73.90%和 82.24%。发行人的客户集中度较高，主要原因如下：

公司下游客户的行业为汽车行业，具有高行业准入门槛、高技术壁垒、高资金壁垒等特性，且产业链条较长，前后向产业关联度强，规模效益明显，行业寡头垄断特征明显。近年来，我国汽车行业集中度一直处于较高水平，根据中国汽车工业协会数据统计，2022 年，我国汽车销量排名前十位的企业集团合计销量为 2,314.9 万辆，占汽车销售总量的比例为 86.17%，集中度较为明显。因此在整车配套市场，包括发行人在内的规模较大的汽车零部件企业客户集中度普遍较高。

2、发行人主要客户行业地位较高，经营状况良好且具有良好的透明度，不存在重大不确定性风险

发行人主要客户广汽集团成立于 1997 年 6 月，为在上海证券交易所和香港联合交易所上市的大型股份制汽车企业集团，连续十年入围《财富》世界 500 强，2022 年位居第 186 名。

作为 A+H 股上市公司，广汽集团具有良好的信息透明度。近年来，随着汽车行业的复苏及新能源行业的高速发展，广汽集团各项主要财务数据均呈增长趋势，经营业绩整体向好，不存在重大不确定性风险。2022 年，广汽集团营业收入达到 1,100 亿元，归母净利润达到 80 亿元，具体如下：

单位：亿元

项目	2023 年 1-6 月/2023.06.30	2022 年度/2022.12.31	2021 年度/2021.12.31	2020 年度/2020.12.31
资产总额	2,019.24	1,900.21	1,541.97	1,428.07
归属母公司股东的权益	1,144.26	1,132.35	902.59	843.21
营业收入	619.11	1,100.06	756.76	631.57
归属母公司股东的净利润	29.66	80.68	73.35	59.66

注：广汽集团财务数据来源于其公布年报、半年报等公开资料

综上，发行人主要客户行业地位较高，业务规模较大，经营状况良好且具有良好的透明度，不存在重大不确定性风险。

3、发行人与主要客户业务合作具有稳定性和可持续性，相关交易的定价具有公允性

汽车零部件行业准入门槛较高，下游整车厂主要客户在选择供应商时均经过严格、长期的审核与评价过程，对供应商的产品技术开发能力、质量控制能力、生产管理能力等方面均有较高的要求。因公司生产的汽车零部件产品种类繁多，同一大类零部件产品用于不同品牌、不同车型时需要满足不同的规格要求，公司大部分产品需要为下游整车厂专门设计相应模具，客户支付模具费用，并在大规模量产前双方均投入较多调试的时间，一旦通过下游整车厂的审核，双方均倾向于形成长期、深度、稳定、相互依赖、共同发展的关系，客户若更换供应商将在一定程度上影响其自身生产的延续性及货品的稳定性。

发行人在与广汽集团等主要客户的合作过程中形成了长期稳定的合作关系。

近年来，随着新能源汽车及整个汽车行业市场规模的扩张、广汽埃安自身经营规模逐步扩大、公司竞争优势逐步凸显等，公司与主要客户的合作规模稳步增长。经过多年发展，发行人已在模具及产品的开发、生产等方面形成了较强的竞争优势，并与主要客户积累了丰富的合作经验。在公司能够维持产品质量且主要客户自身的生产经营未发生重大不利变化的情况下，公司与主要客户的合作将倾向于稳定。

发行人主要产品属于非标准、定制化产品，不同客户、不同车型对于产品的材料性质、外观结构以及其他参数的要求各不相同，使得公司产品不存在标准的市场价格。但是，由于行业市场化竞争程度较高，公司下游客户通常会以市场化方式选择供应商并协商确定产品价格。自公司进入主要客户供应链体系并实现批量供货以来，公司与主要客户的合作模式及产品定价依据均未发生变化，相关交易的定价具有公允性。

因此，发行人与主要客户业务合作具有稳定性和可持续性，相关交易的定价具有公允性。

4、发行人与主要客户不存在关联关系，发行人的业务获取方式不影响独立性，发行人具备独立面向市场获取业务的能力

发行人与主要客户不存在关联关系。公司具有独立、完整的产供销系统和独立面向市场自主经营的能力，凭借自身技术优势、项目管理经验优势和服务优势等与同行业公司公平竞争并最终获取订单，发行人的业务获取方式不影响独立性。

5、客户集中度较高可能带来的风险

相关风险提示如下：

“1、对第一大客户广汽集团收入占比较高的风险

报告期内，发行人来自广汽集团的营业收入占比分别为 56.51%、56.93%、73.90%和 82.24%，收入占比较高。由于公司与广汽集团下属公司广汽埃安、广汽乘用车的合作持续深入，且广汽埃安产销量保持快速增长，公司现有产能有限故仅能优先保障现有主要客户的订单供应，公司预计在未来一定时期内仍将存在对广汽集团的销售收入占比较高的情形。未来若广汽集团的经营、采购战

略发生重大变化，或由于公司产品质量等自身原因导致公司无法与广汽集团保持稳定的合作关系，又无法通过拓展其他客户来弥补广汽集团销售收入下降带来的影响，公司的经营业绩将受到较大影响。

2、客户集中度较高的风险

经过多年积累，公司已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定的合作关系。公司的客户群体不仅包括主流整车企业如广汽乘用车、广汽本田、广汽丰田，还包括广汽埃安、小鹏汽车、合创汽车、零跑汽车、某国际一流新能源车企等知名新能源汽车整车厂，以及提爱思、河西、广爱兴、林骏等知名汽车内外饰件企业。

报告期内，公司向前五大客户的销售比例分别为 89.47%、90.68%、94.46%和 96.73%，其中向第一大客户广州汽车集团股份有限公司的销售比例分别为 56.51%、56.93%、73.90%和 82.24%，客户集中度较高。鉴于汽车行业零部件供应商集中配套的行业特性、以及整车厂客户从开发、定点到实现批量供货的时间周期通常较长，公司目前面临的客户集中情形仍将持续存在，因此，若公司主要客户经营业绩下滑或公司的订单量大幅减少，将对公司经营产生不利影响。另外，发行人主要产品最终应用在广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田系列车型上的产品收入占主要产品收入的比例较高。若该类车型的销量大幅下滑，亦将对公司经营产生不利影响。”

6、发行人主要产品的下游需求情况、发行人技术能力及客户开拓情况

（1）发行人主要产品或服务应用领域和下游需求情况，市场空间情况

发行人主要产品或服务的应用领域为汽车行业。汽车产业链在我国国民经济中起到举足轻重的作用，改革开放以来，我国汽车产销量保持增长态势，至 2017 年，我国汽车产销量达到历史峰值。在受到中美贸易摩擦、居民需求下滑、国民经济结构性调整、低排量用车购置优惠政策退出等因素影响导致我国汽车产销量出现短暂下滑后，2021 年，中国汽车产销量分别实现同比增长 3.40%和 3.81%，结束了自 2018 年以来连续 3 年的下降趋势。2022 年，中国汽车市场整体复苏向好，产销量分别达到 2,702.1 万辆和 2,686.4 万辆，同比增长 3.6%和 2.2%，我国汽车产销总量连续 14 年稳居全球第一。2023 年 1-6 月，我国汽车产

销分别为 1,324.8 万辆和 1,323.9 万辆，同比分别增长 9.3%和 9.8%。

在产业政策的支持下，我国新能源汽车行业在过去几年内经历了飞速的发展，其产销量在 5 年间增长近 8 倍。2022 年，我国新能源汽车销量达到 688.7 万辆，同比增长 95.60%，市场占有率达到 25.6%，连续 8 年位居全球第一。2023 年 1-6 月，我国新能源汽车销量达到 374.7 万辆，同比增长 44.10%，市场占有率达到 28.3%。

根据研究数据，2019 年，全球汽车内外饰件市场规模约为 6,500 亿元，我国汽车内外饰件市场规模约为 2,400 亿元。2019 年，我国汽车销量为 2,576.87 万辆，对应的汽车内外饰件单车价值量约为 9,300 元。若按此单车价值量测算，2022 年，我国汽车内外饰件市场空间约为 2,500 亿元。

2022 年，发行人 7 家可比公司的营业收入合计为 1,599,438.50 万元，按 2,500 亿元的市场空间测算，对应的市场占有率合计仅为 6.40%，我国汽车内外饰件的市场空间较大。

（2）发行人技术路线与行业技术迭代的匹配情况

目前，国内汽车内外饰件行业的生产技术主要有模压、注塑、发泡等工艺。在节能减排政策与电动化趋势加速的驱动下，汽车内外饰件行业展现出轻量化与环保化的发展趋势。塑料内外饰件的广泛使用不仅带来汽车轻量化，同时也可提升材料体验的舒适性及易于回收的环保性。此外，随着 5G、物联网以及人工智能等创新技术的发展，消费者对汽车产品的消费需求进一步升级，越来越看重汽车带来的隐性附加价值，传统汽车开始向电动化、网联化、智能化和共享化方向转型。另一方面，随着消费者对汽车性能要求的不断提高，汽车制造商在成本可控的范围内，均采用大量的汽车饰件产品，对各类型饰件产品形成较大需求，产品系列多元化将成为行业未来发展趋势。

公司成立以来，高度重视核心技术的研发。公司不断提升同步开发、模具开发、产品总成制造等方面的技术能力，始终保持领先行业的技术水平，竭力为整车制造企业提供优良的产品及服务。通过持续的自主技术开发，公司持续掌握着行业前沿技术，实现产品和技术创新。公司拥有的主要核心技术包括双层叠模技术、模具气辅成型技术、涂料均匀涂覆技术、表皮真空阳膜吸附成型

技术、双色注塑成型技术、阴模真空成型技术、超声波焊接技术、表面活性火焰处理技术等。发行人技术路线与行业技术迭代情况相匹配。

（3）发行人开拓其他客户的技术能力以及市场拓展的进展情况

发行人具备优质的产品开发与生产能力，产品质量较高，客户口碑较好，亦具备较强的新客户开拓能力。目前，公司已积极布局并成为合创汽车、小鹏汽车、零跑汽车、某国际一流新能源车企的一级供应商。随着与造车新势力合作的逐渐深入及广汽本田、广汽丰田等主流车企的电动化提升，未来公司的收入前景较为可观。

7、发行人及其下游客户所在行业符合国家产业政策方向

公司主要从事研发、生产和销售汽车内外饰件业务，根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所属行业为汽车制造业（C36）下属的汽车零部件及配件制造业（C3670）。

《战略性新兴产业分类（2018）》中将“新能源汽车产业”作为国家战略性新兴产业之一。报告期内，公司对新能源汽车客户的收入持续快速增长。2023 年 1-6 月，公司对新能源汽车客户收入占比达到 54.11%。随着公司的不断发展及与客户合作的逐渐深入，未来该项比例有望进一步提升。

《产业结构调整指导目录（2019）》中将“汽车-轻量化材料应用”列为鼓励发展产业。公司利用注塑成型技术助力汽车轻量化发展。随着新材料技术及饰件生产工艺的不断发展，未来汽车内外饰件产品可通过新材料、新技术的应用逐步替代原有材料和技术，进一步实现产品轻量化，为节约能源和优化环境做出贡献。

因此，发行人的生产经营符合产业政策和国家经济发展战略。

在产业政策的支持下，我国新能源汽车行业在过去几年内经历了飞速的发展。2022 年，我国新能源汽车销量达到 688.7 万辆，同比增长 95.60%，市场占有率达到 25.6%，连续 8 年位居全球第一。2023 年 1-6 月，我国新能源汽车销量达到 374.7 万辆，同比增长 44.10%，市场占有率达到 28.3%。当前，由于科技和产业变革，新能源汽车已经成为汽车产业转型升级的中坚力量，新能源汽车行业也迎来了前所未有的发展机遇。

发行人及其下游客户所在行业属于国家产业政策明确支持的领域，在相关政策的影响下，市场需求持续稳定增长。但若我国新能源汽车产业相关政策发生变化，将可能影响新能源汽车产业发展，影响公司产品市场需求，进而在一定程度上影响公司经营业绩，相关风险提示如下：

“（二）产业政策变化风险

汽车产业是国民经济重要的支柱产业。长期以来，国家制定了一系列政策来支持汽车产业的发展。如果国家汽车产业发展政策发生重大变化，将间接影响汽车零部件的需求，从而给公司生产经营带来一定的不利影响。

根据《关于 2022 年新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》（财建〔2021〕466 号），2022 年新能源汽车购置补贴政策于 2022 年 12 月 31 日终止，2022 年 12 月 31 日之后上牌的车辆不再给予补贴；根据《关于延续新能源汽车免征车辆购置税政策的公告》（2022 年第 27 号），对购置日期在 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期间内的新能源汽车，免征车辆购置税。根据《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》，对购置日期在 2024-2025 年的新能源汽车免征车辆购置税；对购置日期在 2026-2027 年的新能源汽车减半征收车辆购置税。尽管 2023 年 1-6 月我国新能源汽车产销仍然保持一定增长，但新能源汽车购置补贴取消对新能源汽车行业长期发展的影响尚不明晰，且免征购置税等相关政策存在变化的风险。

报告期内，发行人来自于配套新能源汽车产品的销售收入占比逐步提升。目前国内新能源汽车面临补贴退坡、技术升级、续航里程限制等挑战，新能源汽车的未来发展存在一定的不确定性。若未来我国新能源汽车产业相关政策发生变化，将可能影响新能源汽车产业发展，影响公司产品市场需求，进而影响公司经营业绩。”

（三）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人与广汽埃安和广汽乘用车具有悠久的合作历史，并逐步与其建立了共同发展、相互促进的合作关系。公司与广汽埃安和广汽乘用车的提货方式、验收、合同价款确定依据、价格调整安排、指定采购、结算及信用政策、违约

条款等合同主要约定基本相同，且与其他主要客户不存在明显差异；

2、发行人对广汽埃安、广汽乘用车销售主要产品的单价变动主要受产品结构以及年降等因素的影响。同类产品不同客户及不同车型的销售价格差异主要受车型配置、成本构成因素的影响；变动趋势差异主要受各车型配置变化以及年降等因素影响，差异具有合理性。公司收入占比最大的产品门内饰板总成与同行业公司常熟汽饰、新泉股份配套的客户、车型不同，价格及其变动趋势均存在一定差异，具有合理性。根据公开信息无法简单直接比较公司产品是否具有价格优势，总体而言，公司门内饰板总成价格位于行业合理区间内；

3、（1）发行人主要总成产品销量受下游车型产销量变化影响。报告期内，发行人向广汽乘用车销售的主要产品销量变化趋势与下游车型产销量的变化趋势一致，具有合理性；

（2）报告期内，发行人对广汽埃安及广汽乘用车主要产品销量大幅增加的主要原因系广汽埃安及广汽乘用车相应车型销量增长所致，且终端车型产销量与发行人主要产品销量相匹配，具有合理性；

4、发行人已说明与广汽埃安、广汽乘用车关于年降政策的具体约定、涉及的相关数据信息等。报告期内，公司产品收入保持高速增长态势，年降水平相对平稳，报告期内年降金额占产品收入比例分别为-1.60%、-2.81%、-2.06%和-3.81%，年降政策对公司未来经营业绩的影响较小；

5、（1）从广汽埃安及广汽乘用车相关产品的车型集中度、主要车型上市及换代情况、产品定制化程度及可替代性、相关研发及资源投入情况、行业竞争格局、汽车降价、年降政策、在手订单及期后业绩等情况来看，发行人对广汽埃安及广汽乘用车销售产品及收入增长具有可持续性；

（2）发行人已结合同行业可比公司第一大客户集中度情况、发行人主要产品车型集中度情况等进一步完善风险提示；

6、保荐人、申报会计师已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-17 的相关要求说明核查情况。经核查，发行人存在单一客户主营业务收入或毛利贡献占比较高的情形具有合理性、客户稳定性和业务持续性，不存在重大不确定性风险，不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响。发行人客户集中

情形不会影响发行条件，发行人已按监管规定进行信息披露和风险揭示。

问题 3.关于实际控制人认定及股权变动

申报材料显示：

（1）发行人的控股股东为富强实业，直接持有发行人 64.72%股份。发行人的实际控制人为陈茂镜、陈茂山，分别持有富强实业 70%、30%股权，同时，陈茂镜直接持有发行人 10.93%股份。

（2）李跃冬为实际控制人陈茂山的配偶，直接持有发行人 8.23%股份，报告期内为发行人提供多项担保，与陈茂镜、陈茂山于 2022 年 4 月 18 日签署了《一致行动协议》；陈嘉兴为陈茂山之子，通过持有员工持股平台珠海启富份额间接持有发行人 0.45%股份，担任发行人工厂厂长；李跃冬、陈嘉兴未认定为发行人共同实际控制人。

（3）实际控制人多名亲属陈茂寿、陈茂裕、陈春英、陈茂略、陈智诚、温沈祥以及吴东海分别直接或间接持有发行人 1.55%、1.78%、0.78%、0.78%、0.39%、0.39%和 0.19%股份，陈茂裕、陈智诚、温沈祥和吴东海在发行人任职。其中，陈智诚、温沈祥及吴东海等亲属所持发行人股份的锁定期为 12 个月，未作为实际控制人持股近亲属对所持股份锁定 36 个月。

（4）2020 年 9 月，陈茂镜、李跃东、陈茂寿、陈茂裕、陈春英以及陈茂略以 1 元/注册资本价格增资富强有限；保荐工作报告显示，本次增资的资金来源于富强实业的借款，其中陈茂镜、李跃东、陈春英尚未归还相关款项。2020 年 11 月，梁伟文、珠海启富及珠海创强以 2.80 元/股价格增资发行人。

请发行人：

（1）结合实际控制人认定相关法律法规规定、《一致行动协议》相关约定及安排、任职情况及在公司经营管理活动中发挥的具体作用等，说明未将李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属认定为共同实际控制人的原因及合理性，是否符合公司经营管理实际运作情况，报告期内是否存在实际控制人发生变更的情形及相关依据。

（2）结合李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属控制、施加重大影响的企业（含已注销）基本情况、股权结构、主营业务及产品、主要财

务数据、主要客户及供应商基本情况等，说明上述企业是否从事与发行人相同或者相似业务，如是，请说明是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争；报告期内上述企业是否与发行人存在业务合作或交易，如是，请说明相关交易的具体情况、必要性及公允性。

（3）说明陈智诚、温沈祥及吴东海等亲属关于锁定期的承诺是否符合《证券期货法律适用意见第 17 号》中关于锁定期安排的要求。

（4）结合两次增资的背景和原因、定价依据及公允性、股东资金来源等，说明是否存在股份代持或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷；是否构成股份支付及相关会计处理。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并对照《证券期货法律适用意见第 17 号》关于实际控制人认定的相关要求，说明发行人实际控制人认定的准确性。

回复：

一、发行人说明

（一）结合实际控制人认定相关法律法规规定、《一致行动协议》相关约定及安排、任职情况及在公司经营管理活动中发挥的具体作用等，说明未将李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属认定为共同实际控制人的原因及合理性，是否符合公司经营管理实际运作情况，报告期内是否存在实际控制人发生变更的情形及相关依据。

1、实际控制人认定相关法律法规规定

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》关于实际控制人的规定，在确定公司控制权归属时，应当本着实事求是的原则，尊重企业的实际情况，以发行人自身的认定为主，由发行人股东予以确认。

发行人主张多人共同拥有公司控制权的，应当符合以下条件：（1）每人都必须直接持有公司股份或者间接支配公司股份的表决权；（2）发行人公司治理结构健全、运行良好，多人共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作；（3）多人共同拥有公司控制权的情况，一般应当通过公司章程、协议或者其他安排予以明确。公司章程、协议或者其他安排必须合法有效、权利义务清

晰、责任明确，并对发生意见分歧或者纠纷时的解决机制作出安排。该情况在最近三十六个月（主板）或者二十四个月（科创板、创业板）内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的，共同拥有公司控制权的多人没有出现重大变更；（4）根据发行人的具体情况认为发行人应当符合的其他条件。

法定或者约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权，发行人及中介机构不应为扩大履行实际控制人义务的主体范围或者满足发行条件而作出违背事实的认定。主张通过一致行动协议共同拥有公司控制权但无第一大股东为纯财务投资人等合理理由的，一般不能排除第一大股东为共同控制人。共同控制人签署一致行动协议，应当在协议中明确发生意见分歧或者纠纷时的解决机制。

2、《一致行动协议》相关约定及安排

为加强对公司的管理，保证公司的稳定发展和实际控制权的稳定，发行人实际控制人陈茂镜、陈茂山和股东李跃冬于 2022 年 4 月 18 日签署了《一致行动协议》，协议各方同意在富强科技有关事项行使股东、董事权利时，保持一致行动，意见不一致时以陈茂镜的意见为准，主要内容如下：

“……

第一条 一致行动原则

1、本协议各方就本协议第二条约定的一致行动事项，行使股东权利或董事权利（包括其委派的代表行使董事权利）时，均保证采取一致行动。

2、采取一致行动的方式为：就有关公司经营发展的重大事项向董事会、股东大会行使提案权和在相关股东大会、董事会上行使表决权时保持一致。甲乙丙各方（甲方指陈茂镜、乙方指陈茂山、丙方指李跃冬，下同）的一致意见按照如下标准确定：甲方、乙方、丙方就董事会、股东大会的提案事先协商达成一致意见；若未形成一致意见，则甲方的意见即为甲乙丙三方形成的一致意见。

3、本协议甲乙丙三方承诺作为一致行动人行使相关权利时不得违背法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，不得损害公司及其他股东利益，不得影响公司的规范运作。

第二条 一致行动的具体范围和程序

1、甲乙丙三方就本协议约定的与富强科技有关的事项均采取一致行动，包括但不限于如下事项（以下统称“一致行动事项”）：

（1）富强科技股东大会的召集、提案、征集股东投票权等事项；

（2）富强科技董事会的召集、提案；

（3）提名富强科技董事、非职工代表监事候选人、高级管理人员候选人等；

（4）富强科技董事会、股东大会对拟审议并作出股东大会或董事会决议所涉的相关事项，包括但不限于：1）公司的经营方针和投资计划；2）公司的年度财务预算、决算方案；3）公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式。

（5）各方认为应采取一致行动的其他事项。

2、鉴于乙方在富强科技担任董事，则

（1）在富强科技董事会就有关事项作出决议时，除关联交易需要回避的情形外，乙方应按照甲方形成的一致意见行使表决权；

（2）甲方行使对富强科技股东大会、董事会的提案权、召集权等权利时，乙方与甲方保持一致；

3、未经其他一致行动人的书面同意，任一方不得擅自委托各方以外的其他人行使与富强科技有关议案的表决权。各方未经其他方一致同意，不得就本协议约定的一致行动事项与他人采取一致行动。

……

第六条 一致行动有效期

各方就本协议约定的与公司一致行动事项采取一致行动的有效期为自协议生效之日起至各方均不再直接或间接持有公司股份为止。本协议任何一方不再直接或间接持有公司股份的，其他方仍应按本协议的约定履行本协议项下的一致行动义务，直到其他任何一方均不再直接或间接持有公司的股份。

……”

3、实际控制人及持有公司股份的亲属在公司任职情况及在公司经营管理活动中发挥的具体作用

截至本回复报告出具日，实际控制人及持有公司股份的亲属在公司的持股、任职情况及在公司经营管理活动中发挥的具体作用如下：

序号	姓名	与实际控制人关系	持股情况	在公司任职情况	在公司经营管理活动中发挥的具体作用
1	陈茂镜	实际控制人	直接持有发行人10.93%股份，通过富强实业间接持有发行人 45.31%股份	董事、副总经理	参与公司董事会决策，负责采购战略、基建工程等重要事宜的管理
2	陈茂山	实际控制人	通过富强实业间接持有发行人 19.42%股份	董事长	召集和主持公司董事会会议，组织讨论和决定公司的发展规划、经营方针、年度计划及日常经营工作中的重大事项
3	李跃冬	陈茂山之配偶	直接持有发行人8.23%股份	无任职	-
4	陈茂寿	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟	直接持有发行人1.55%股份	无任职	-
5	陈茂裕	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟	直接持有发行人1.36%股份，通过珠海创强间接持有发行人 0.42%的股份	采购中心高级总监	发行人中层岗位，整体负责采购管理工作，日常工作向总经理汇报
6	陈春英	陈茂镜、陈茂山之胞姐妹	直接持有发行人0.78%股份	无任职	-
7	陈茂略	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟	直接持有发行人0.78%股份	无任职	-
8	陈嘉兴	陈茂山之子	通过珠海启富间接持有发行人 0.45%的股份	工厂厂长	发行人中层岗位，负责组织杭州富嘉工厂日常生产等工作，日常工作向发行人制造中心总监汇报
9	陈智诚	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟陈茂寿之子	通过珠海创强间接持有发行人 0.39%的股份	人资中心总监	发行人中层岗位，负责人力资源、行政后勤、安全管理等工作，日常工作向总经理汇报
10	温沈祥	陈茂镜、陈茂山之胞姐妹陈春英之配偶	通过珠海创强间接持有发行人 0.39%的股份	总经办专案总监	发行人中层岗位，组织和管理公司各项政府优惠政策对接工作等，日常工作向总经理汇报
11	吴东海	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟陈茂略之配偶的胞弟	通过珠海创强间接持有发行人 0.19%的股份	采购担当	发行人基层岗位，主要处理对内部采购需求及外购供应商的商务，日常工作向采购科室经理汇报

由上表可知，截至本回复报告出具日，除共同实际控制人陈茂镜、陈茂山

以外，在发行人直接或间接持股的亲属共 9 人，其中 4 人未在公司任职，5 人在公司任职，但所任职务属于公司中层或者基层岗位，在公司经营管理活动中不具有决定性影响。

4、未将李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属认定为共同实际控制人的原因及合理性，符合公司经营管理实际运作情况

（1）未将李跃冬、陈嘉兴认定为共同实际控制人的原因及合理性分析

发行人未将李跃冬、陈嘉兴认定为共同实际控制人，其原因及合理性结合公司具体情况分析如下：

1）截至本回复报告出具日，陈茂镜、陈茂山直接及间接方式合计控制发行人 75.65%的股份，能够控制发行人。同时，陈茂镜现担任发行人董事、副总经理，陈茂山担任发行人董事长，兄弟二人对于公司的发展、经营管理具有决定性影响，为公司共同实际控制人，可以对发行人股东大会施加决定性影响，且该情形自发行人前身设立以来延续至今；

2）截至本回复报告出具日，李跃冬直接持有发行人 8.23%股份，达到 5%以上，但是李跃冬自发行人设立至今未在发行人处任职，未参与发行人的日常经营管理事务；陈嘉兴通过珠海启富间接持有发行人 0.45%的股份，未达到 5%以上，陈嘉兴于 2022 年 2 月入职公司，目前在子公司杭州富嘉担任工厂厂长职务，属于发行人中层岗位，负责组织杭州富嘉工厂日常生产等工作，保证生产工作正常运行，日常工作向发行人制造中心总监汇报，并未担任发行人董事、高级管理人员，亦未参与发行人的重大经营决策和经营管理；

3）陈茂镜、陈茂山和李跃冬已签订《一致行动协议》，约定各方同意在富强科技有关事项行使股东、董事权利时，保持一致行动，意见不一致时以陈茂镜的意见为准；

4）陈茂镜、陈茂山为公司共同实际控制人已得到其他股东的确认；

5）李跃冬、陈嘉兴已经比照实际控制人出具《关于减少和规范关联交易的承诺函》《关于避免同业竞争的承诺》等，李跃冬和陈嘉兴不存在不适宜作为上市公司实际控制人的情形或通过不认定共同实际控制人而规避相关主体之责任和义务的情形，不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市

场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，因此，不存在规避相关审核监管政策的情形。李跃冬、陈嘉兴已参照实际控制人出具股份锁定及减持承诺，不存在规避股份锁定及减持相关规定的情形。

（2）未将持有发行人股份的实际控制人其他亲属认定为共同实际控制人的原因及合理性分析

发行人未将持有发行人股份的实际控制人其他亲属认定为共同实际控制人，其原因及合理性分析如下：

1）股东大会层面

陈茂寿、陈茂裕、陈春英、陈茂略均于 2020 年 9 月因家族财产分配才增资入股成为股东，陈智诚、温沈祥、吴东海系 2020 年 11 月通过员工持股平台向公司增资成为间接股东，上述亲属直接或间接持有公司股份比例在 5%以下，持股比例相对较低，且间接持股的亲属非员工持股平台的普通合伙人，不享有对发行人股东大会的表决权，相关人员持有的表决权数量不足以使陈茂寿、陈茂裕等亲属对发行人股东大会施加决定性影响。

2）在董事会及日常管理层面

陈茂寿、陈春英、陈茂略自发行人设立至今未在发行人处担任董事、高级管理人员或者其他职务，未参与发行人的重大经营决策和经营管理。截至本回复报告出具日，陈茂裕、陈智诚、温沈祥、吴东海虽在公司有任职，但并未担任董事、高级管理人员，亦未参与发行人的重大经营决策和经营管理。

其中，温沈祥于 2020 年 1 月至 2020 年 11 月担任发行人董事，为完善公司治理结构，温沈祥在富强有限 2020 年 11 月整体变更为股份公司时辞任董事，于 2020 年 1 月至 2021 年 12 月担任发行人财务部资金经理，2022 年 1 月至今担任发行人总经办专案总监，均系发行人中层岗位。温沈祥在富强有限曾经担任董事，主要工作内容系负责对接银行融资事宜，其与陈茂镜、陈茂山对富强有限的历次董事会决议保持一致，目前在公司主要负责组织和管理公司与政府相关部门沟通工作等，未参与发行人的重大经营决策和经营管理。

综上，在董事会及日常管理层面，陈茂寿、陈茂裕等亲属并不能对发行人

日常运营施加决定性影响。

3）发行人是否通过实际控制人认定规避相关监管及核查要求的情况说明

中介机构已对持有发行人股份的实际控制人其他亲属比照实际控制人关于持股适格性、关联交易、同业竞争、对外投资等方面进行相应核查，实际控制人亲属陈茂寿、陈茂裕、陈春英、陈茂略、陈智诚、温沈祥、吴东海已比照实际控制人出具关于限售安排的承诺。报告期内陈茂寿、陈茂裕等实际控制人亲属不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，不存在因违法犯罪被司法机关追究刑事责任或被立案调查等如认定为实际控制人会对发行人本次发行造成重大不利影响的情形。

综上，虽然李跃冬、陈嘉兴、陈茂寿、陈茂裕等为共同实际控制人陈茂镜、陈茂山的亲属，但其作为独立的自然人主体，理解并认可陈茂镜、陈茂山为公司共同实际控制人。此外，李跃冬、陈嘉兴、陈茂寿、陈茂裕等亲属不存在通过公司章程、协议或其他安排明确共同控制的情形。结合发行人经营管理的实际情况以及李跃冬、陈嘉兴、陈茂寿、陈茂裕等亲属与实际控制人的关系、在发行人的任职情况、持股比例情况，以及关于一致行动人认定相关法律法规，将陈茂镜、陈茂山认定为发行人共同实际控制人，李跃冬认定为发行人共同实际控制人的一致行动人，按照公司对实际控制人认定的一贯性原则，参照实质重于形式，上述实际控制人的亲属均不纳入发行人共同实际控制人范围符合发行人控制权的实际归属情况，符合公司经营管理实际运作情况，具有合理性及合规性。

5、报告期内实际控制人未发生变更

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》关于实际控制人的规定，如果发行人最近三十六个月内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的主体发生变化，且变化前后的主体不属于同一实际控制人，视为公司控制权发生变更。

报告期初至今，陈茂镜和陈茂山合计持有发行人的股份及表决权情况如下：

序号	持股期间	二人合计持股比例	二人合计持有表决权比例
1	2020.01.01-2020.09.20	100.00%	100.00%
2	2020.09.21-2020.11.26	85.63%	85.63%
3	2020.11.27-至今	75.65%	75.65%

陈茂镜与陈茂山系兄弟关系，系发行人的创始人且报告期内一直分别担任公司董事、董事长，陈茂镜现担任发行人董事、副总经理，陈茂山担任发行人董事长，兄弟二人对于公司的发展、经营管理具有决定性影响。由上表可见，报告期内，陈茂镜和陈茂山拥有发行人的股份表决权比例一直超过 75%，能够对发行人股东会（股东大会）决议事项产生重大影响；陈茂山担任发行人的董事长、陈茂镜担任发行人的董事兼副总经理，能够提名多数董事并对公司股东会（股东大会）和董事会的决议产生重大影响，且能够对公司董事和高级管理人员的提名及任免产生重大影响，因此，陈茂镜和陈茂山为发行人的共同实际控制人，且最近三年没有发生变化。

6、对照《证券期货法律适用意见第 17 号》关于实际控制人认定的相关要求，说明发行人实际控制人认定的准确性

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》第二条、“关于《首次公开发行股票注册管理办法》第十二条“实际控制人没有发生变更”和第四十五条“控股股东、实际控制人锁定期安排的理解与适用”的相关规定，发行人认定实际控制人为陈茂镜、陈茂山及最近 3 年实际控制人没有发生变更，具体依据如下：

序号	相关规定	发行人具体情形	是否符合
（一）基本要求			
1	在确定公司控制权归属时，应当本着实事求是的原则，尊重企业的实际情况，以发行人自身的认定为主，由发行人股东予以确认	报告期内，陈茂镜、陈茂山兄弟二人直接及间接方式合计控制发行人的股份比例一直超过 75%，且陈茂镜、陈茂山一直分别担任发行人董事、董事长职务未发生变更，对发行人的公司经营管理享有决定权；发行人及全体股东对陈茂镜、陈茂山兄弟的控制地位予以认可，其他股东承诺不谋求发行人实际控制权	是
2	发行人股权较为分散但存在单一股东控制比例达到百分之三十的情形的，若无相反的证据，原则上应当将该股东认定为控股股东或者实际控制人。存在下列情形之一的，保荐机构、发行人律师应当进一步说明是否通过实际控	截至本回复报告出具日，陈茂镜、陈茂山兄弟通过控股股东富强实业控制发行人 64.72%的股份，且陈茂镜直接持有发行人 10.93%的股份，陈茂镜、陈茂山兄弟二人直接及间接合计控制发行人 75.65%的股份，第三大股东李跃冬持有发行人 8.23%股份，其他股东持股比例均为 5%以下，发行人股权较为集中，发行人其他股东报告	否

序号	相关规定	发行人具体情形	是否符合
	制人认定规避发行条件或者监管并发表专项意见：（1）公司认定存在实际控制人，但其他持股比例较高的股东与实际控制人持股比例接近；（2）公司认定无实际控制人，但第一大股东持股接近百分之三十，其他股东比例不高且较为分散	期内支配表决权的比例与实际控制人支配发行人表决权比例存在较大差异，不存在通过实际控制人认定规避发行条件或者监管的情况	
（二）共同实际控制人			
1	每人都必须直接持有公司股份或者间接支配公司股份的表决权	截至本回复报告出具日，陈茂镜、陈茂山通过公司控股股东富强实业支配公司 64.72%股份表决权，陈茂镜直接持有公司 10.93%股份，陈茂镜、陈茂山直接和间接合计支配公司 75.65%股份表决权	是
2	发行人公司治理结构健全、运行良好，多人共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作	报告期内，发行人已经依法建立并健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度，并依据上述制度设立了相应的机构和人员，相关机构和人员能够依法履行职责，运作情况良好，陈茂镜和陈茂山共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作	是
3	多人共同拥有公司控制权的情况，一般应当通过公司章程、协议或者其他安排予以明确。公司章程、协议或者其他安排必须合法有效、权利义务清晰、责任明确，并对发生意见分歧或者纠纷时的解决机制作出安排。该情况在最近三十六个月（主板）或者二十四个月（科创板、创业板）内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的，共同拥有公司控制权的多人没有出现重大变更	报告期内，陈茂镜、陈茂山及其一致行动人李跃冬已签订《一致行动协议》，就其共同控制发行人的相关安排予以明确，且该等安排合法有效、权利义务清晰、责任明确；根据实际控制人访谈确认及发行人实际决策情况，在涉及发行人经营管理的决策方面，由陈茂镜、陈茂山共同协商确定，如未能达成一致意见，则以陈茂镜的意见为准；《一致行动协议》对发生分歧意见时的解决机制作出了明确约定，如未能达成一致意见的，以陈茂镜的意见为最终意见，并以该最终意见采取一致行动。上述一致行动期限至任意一方不再直接或间接持有公司股份为止。陈茂镜、陈茂山及其一致行动人李跃冬已承诺自发行人股票上市之日起 36 个月不转让其本次公开发行前已发行的股份，以上股份锁定有利于维持发行人实际控制权稳定。 综上，陈茂镜、陈茂山共同控制发行人的情形在最近三十六个月内且在本次发行上市后的可预期期限内是稳定、有效存在的，共同拥有公司控制权的多人也没有发生重大变更	是
4.1	法定或者约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权，发行人及中介机构不应为扩大履行实际控制人义务的主体范围或者满足发行条件而作出违背事实的认定。主张通过一致行动协议共同拥有公司控制权但无第一大股东为纯财务投资人	发行人基于章程、协议的约定以及公司股东大会、董事会、监事会及经营管理的实际运作情况认定陈茂镜、陈茂山为公司共同实际控制人，并经公司全体股东予以确认，不属于为扩大履行实际控制人义务的主体范围或者满足发行条件而作出违背事实的认定；共同实际控制人陈茂镜、陈茂山签署一致行动协议，在协议中明确了发生意见分歧或者纠纷的解决机制	是

序号	相关规定	发行人具体情形	是否符合
	等合理理由的，一般不能排除第一大股东为共同控制人。共同控制人签署一致行动协议的，应当在协议中明确发生意见分歧或者纠纷时的解决机制		
4.2	实际控制人的配偶、直系亲属，如持有公司股份达到百分之五以上或者虽未达到百分之五但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，保荐机构、发行人律师应当说明上述主体是否为共同实际控制人	发行人股东李跃冬系陈茂山之配偶、陈嘉兴系陈茂山之子，未将其作为共同实际控制人的具体理由如下： ①截至本回复报告出具日，陈茂镜、陈茂山直接及间接方式合计控制发行人 75.65%的股份，能够控制发行人。同时，陈茂镜现担任发行人董事、副总经理，陈茂山担任发行人董事长，兄弟二人对于公司的发展、经营管理具有决定性影响，为公司共同实际控制人，可以对发行人股东大会施加决定性影响，且该情形自发行人前身设立以来延续至今； ②截至本回复报告出具日，李跃冬直接持有发行人 8.23%股份，达到 5%以上，李跃冬自发行人设立至今未在发行人处担任董事、高级管理人员或者其他职务，未参与发行人的重大经营决策和经营管理；陈嘉兴通过珠海启富间接持有发行人 0.45%的股份，未达到 5%以上，陈嘉兴目前在子公司杭州富嘉担任工厂厂长职务，并未担任董事、高级管理人员，亦未参与发行人的重大经营决策和经营管理； ③陈茂镜、陈茂山和李跃冬已签订《一致行动协议》，协议各方同意在富强科技有关事项行使股东、董事权利时，保持一致行动，意见不一致时以陈茂镜的意见为准； ④陈茂镜、陈茂山为公司共同实际控制人已得到其他股东的确认； ⑤李跃冬、陈嘉兴已经比照实际控制人出具《关于减少和规范关联交易的承诺函》《关于避免同业竞争的承诺》等，李跃冬和陈嘉兴不存在不适宜作为上市公司实际控制人的情形或通过不认定共同实际控制人而规避相关主体之责任和义务的情形，不存在规避审核监管政策；李跃冬、陈嘉兴已出具与发行人实际控制人相同的股份锁定及减持承诺，不存在规避股份锁定及减持相关规定的情形	是
4.3	如果发行人最近三十六个月（主板）或者二十四个月（科创板、创业板）内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的主体发生变化，且变化前后的主体不属于同一实际控制人，视为公司控制权发生变更。发行人最近三十六个月（主板）或者二十四个月	经查阅发行人报告期内的董事会、股东大会会议提案资料、会议表决票、会议记录、会议决议以及其他股东的书面确认，并经对实际控制人访谈确认，报告期内，陈茂镜和陈茂山拥有发行人的股份表决权比例一直超过 75%，发行人控制权未发生变化，且不存在重大不确定性，具体理由如下： ①报告期内，陈茂镜、陈茂山兄弟在发行人的经	是

序号	相关规定	发行人具体情形	是否符合
	（科创板、创业板）内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的主体存在重大不确定性的，比照前述规定执行	营管理、决策中系一致行动关系，双方表决意见未出现不一致的情形； ②陈茂镜、陈茂山兄弟通过直接、间接持有发行人股份、一致行动安排支配公司股份表决权，报告期内一直分别担任公司董事、董事长，陈茂镜现担任发行人董事、副总经理，陈茂山担任发行人董事长，二人在公司经营决策中发挥重要作用，属于发行人的共同实际控制人，且共同控制的安排明确，不存在重大不确定性，符合《证券期货法律适用意见第 17 号》关于认定共同实际控制人之意见； ③发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员以及主要业务部门负责人经访谈确认，报告期内发行人的实际控制人系陈茂镜、陈茂山兄弟且未发生变更。综上，认定陈茂镜和陈茂山共同控制发行人符合上述条件，亦符合发行人决策和经营管理的实际情况	

综上所述，发行人实际控制人的认定准确，符合《证券期货法律适用意见第 17 号》关于实际控制人认定的相关要求。

（二）结合李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属控制、施加重大影响的企业（含已注销）基本情况、股权结构、主营业务及产品、主要财务数据、主要客户及供应商基本情况等，说明上述企业是否从事与发行人相同或者相似业务，如是，请说明是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争；报告期内上述企业是否与发行人存在业务合作或交易，如是，请说明相关交易的具体情况、必要性及公允性。

截至本回复报告出具日，李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属控制、施加重大影响的企业（含已注销）如下表所示：

序号	公司名称	存续状况	控制关系
1	广东省顺展物业管理有限公司	在业	实际控制人陈茂镜、陈茂山之胞弟陈茂略持股 49%，并担任法定代表人、董事长兼经理
2	广州嘉隆投资有限公司	在业	实际控制人陈茂镜、陈茂山之胞弟陈茂略持股 100%，并担任法定代表人、执行董事、经理
3	广州市天河区雄略信息技术服务部	在业	个体工商户，实际控制人陈茂镜、陈茂山之胞弟陈茂略系经营者
4	广州天鹰保安服务有限公司	2019 年 6 月注销	实际控制人陈茂镜、陈茂山之胞弟陈茂略曾持股 95%，并担任法定代表人、执行董事兼总经理

序号	公司名称	存续状况	控制关系
5	广州市资皇投资管理有限公司	2019 年 7 月注销	实际控制人陈茂镜、陈茂山之胞弟陈茂略曾经担任执行董事兼经理
6	广州市御泰小额贷款有限公司（曾用名：广州市泓海小额贷款有限公司）	2022 年 3 月对外转让	对外转让前，富强实业持股 30%、温沈祥持股 20%、温小勇持股 20%、曾大晋持股 15%、陈恩持股 15%

注：上表所述注销企业指 2019 年 1 月 1 日至今存在注销的企业情况。

截至本回复报告出具日，上述企业的具体情况如下所示：

1、广东省顺展物业管理有限公司

公司名称	广东省顺展物业管理有限公司
注册资本	500 万元
法定代表人	陈茂略
成立日期	2022 年 8 月 31 日
住所	广州市白云区大金钟路 40 号四层 412 室 D178
股权结构	周立然持股 51.00%、陈茂略持股 49.00%
经营范围	个人商务服务；商务代理代办服务；物业服务评估；租赁服务（不含许可类租赁服务）；办公设备租赁服务；新型膜材料销售；橡胶制品销售；肥料销售；化肥销售；稀土功能材料销售；合成材料销售；超导材料销售；3D 打印基础材料销售；石墨烯材料销售；超材料销售；金属材料销售；企业管理咨询；企业管理；物业管理；住房租赁；非居住房地产租赁
主营业务及产品	未实际开展业务经营
主要财务数据	未实际开展业务经营
主要客户情况	未实际开展业务经营
主要供应商情况	未实际开展业务经营
是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争	否
报告期内是否与发行人存在业务合作或交易	否

2、广州嘉隆投资有限公司

公司名称	广州嘉隆投资有限公司
注册资本	20 万元
法定代表人	陈茂略
成立日期	2022 年 12 月 22 日
住所	广州市白云区大金钟路 40 号四层 406 室 D292
股权结构	陈茂略持股 100.00%

经营范围	轻质建筑材料销售；建筑材料销售；非居住房地产租赁；住房租赁；租赁服务（不含许可类租赁服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；咨询策划服务；信息技术咨询服务；以自有资金从事投资活动；企业管理；企业管理咨询；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；融资咨询服务；企业形象策划；会议及展览服务；办公服务；项目策划与公关服务；品牌管理；证券投资咨询
主营业务及产品	未实际开展业务经营
主要财务数据	未实际开展业务经营
主要客户情况	未实际开展业务经营
主要供应商情况	未实际开展业务经营
是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争	否
报告期内是否与发行人存在业务合作或交易	否

3、广州市天河区雄略信息技术服务部

企业名称	广州市天河区雄略信息技术服务部
注册资本	1 万元
经营者	陈茂略
成立日期	2022 年 12 月 27 日
住所	广州市天河区车陂西路 212 号之一 405 室-83
经营范围	建筑砌块销售；建筑材料销售；建筑用金属配件销售；贸易经纪；个人商务服务；住房租赁；非居住房地产租赁；商务代理代办服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业形象策划；建筑陶瓷制品销售；企业管理咨询；五金产品零售；轻质建筑材料销售；建筑工程机械与设备租赁；咨询策划服务；办公设备租赁服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；机械设备租赁
主营业务及产品	未实际开展业务经营
主要财务数据	未实际开展业务经营
主要客户情况	未实际开展业务经营
主要供应商情况	未实际开展业务经营
是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争	否
报告期内是否与发行人存在业务合作或交易	否

4、广州天鹰保安服务有限公司

公司名称	广州天鹰保安服务有限公司
注册资本	300 万元

法定代表人	陈茂略
成立日期	2016 年 11 月 18 日
注销日期	2019 年 6 月 27 日
住所	广州市白云区北太路 1633 号广州民营科技园科盛路 1、3、5 号自编 4 栋 1801 房 1806 室
股权结构	陈茂略持股 95.00%、杨宇峰持股 5.00%
经营范围	保安服务；保安培训；市场调研服务；社会法律咨询；法律文书代理；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；酒店管理；企业总部管理；计算机网络系统工程服务；楼宇设备自控系统工程服务；安全系统监控服务；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；监控系统工程安装服务；信息系统集成服务；保安监控及防盗报警系统工程服务；物业管理
主营业务及产品	未实际开展业务经营
主要财务数据	未实际开展业务经营
主要客户情况	未实际开展业务经营
主要供应商情况	未实际开展业务经营
是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争	否
报告期内是否与发行人存在业务合作或交易	否

5、广州市资皇投资管理有限公司

公司名称	广州市资皇投资管理有限公司
注册资本	200 万元
法定代表人	羊德瑶
成立日期	2015 年 1 月 17 日
注销日期	2019 年 7 月 3 日
住所	广州市天河区车陂新涌口西 9 号第三栋三层
股权结构	羊德瑶持股 100.00%
经营范围	投资管理服务；投资咨询服务；企业自有资金投资；资产管理（不含许可审批项目）；贸易咨询服务；企业财务咨询服务；市场调研服务；商品信息咨询服务；招、投标咨询服务；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）
主营业务及产品	未实际开展业务经营
主要财务数据	未实际开展业务经营
主要客户情况	未实际开展业务经营
主要供应商情况	未实际开展业务经营
是否存在对发行人构成重大不利影	否

响的同业竞争	
报告期内是否与发行人存在业务合作或交易	否

6、广州市御泰小额贷款有限公司（曾用名：广州市泓海小额贷款有限公司，以下简称“泓海小贷”）

公司名称	广州市御泰小额贷款有限公司
注册资本	20000 万元
法定代表人	蔡文龙
成立日期	2014 年 7 月 8 日
住所	广州市越秀区广州大道中路 307 号 2411 房
股权结构	广州御泰科技有限公司持股 100.00%
经营范围	小额贷款业务（具体经营项目以金融管理部门核发批文为准）
主营业务及产品	小额贷款业务
主要财务数据	截至 2021 年 12 月 31 日，资产总额 846.26 万元、所有者权益总额 779.24 万元； 2021 年度，营业收入 0 万元、净利润-15.82 万元
主要客户情况	该公司于 2016 年下半年至转让前已无实际业务经营，历史上主要客户系个人、单位等小贷业务客户，报告期期初至转让之前系存量债权；
主要供应商情况	报告期期初至转让之前无供应商，实际经营过程中系少量办公用品、审计服务等采购
是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争	否
报告期内是否与发行人存在业务合作或交易	否

注 1：广州市御泰小额贷款有限公司于 2022 年 3 月对外转让，对外转让前泓海小贷的股权结构为：富强实业持股 30%、温沈祥持股 20%、温小勇持股 20%、曾大晋持股 15%、陈恩持股 15%；

注 2：上表所述的泓海小贷主要财务数据、主要客户、供应商数据系对外转让前的基本情况；

注 3：泓海小贷主营小额贷款业务，于 2016 年下半年至转让前已无实际业务经营；报告期内，泓海小贷与发行人及其关联方不存在业务往来。

综上所述，李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属控制、施加重大影响的企业（含已注销）与发行人不存在从事相同或者相似业务情形，不构成重大不利影响的同业竞争，上述企业报告期内未实际开展业务经营，与发行人不存在业务合作或交易的情形。

（三）说明陈智诚、温沈祥及吴东海等亲属关于锁定期的承诺是否符合《证券期货法律适用意见第 17 号》中关于锁定期安排的要求。

1、《证券期货法律适用意见第 17 号》中关于锁定期安排的相关规定

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》关于锁定期安排之规定，发行人控股股东和实际控制人所持股份自发行人股票上市之日起三十六个月内不得转让，控股股东和实际控制人的亲属（依据《民法典》相关规定认定）、一致行动人所持股份应当比照控股股东和实际控制人所持股份进行锁定。

根据《民法典》第一千零四十五条之规定，亲属包括配偶、血亲和姻亲。配偶、父母、子女、兄弟姐妹、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女为近亲属。

2、陈智诚、温沈祥及吴东海等亲属关于锁定期的承诺

截至本回复报告出具日，实际控制人亲属在公司的持股情况如下：

序号	姓名	与实际控制人的关系	在发行人持股情况
1	李跃冬	陈茂山之配偶	直接持有发行人 8.23%股份
2	陈茂寿	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟	直接持有发行人 1.55%股份
3	陈茂裕	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟	直接持有发行人 1.36%股份，通过珠海创强间接持有发行人 0.42%的股份
4	陈春英	陈茂镜、陈茂山之胞妹	直接持有发行人 0.78%股份
5	陈茂略	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟	直接持有发行人 0.78%股份
6	陈嘉兴	陈茂山之子	通过珠海启富间接持有发行人 0.45%的股份
7	陈智诚	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟陈茂略之子	通过珠海创强间接持有发行人 0.39%的股份
8	温沈祥	陈茂镜、陈茂山之胞妹陈春英之配偶	通过珠海创强间接持有发行人 0.39%的股份
9	吴东海	陈茂镜、陈茂山之胞兄弟陈茂略之配偶的胞弟	通过珠海创强间接持有发行人 0.19%的股份

实际控制人陈茂镜、陈茂山的近亲属李跃冬、陈茂寿、陈茂裕、陈春英、陈茂略、陈嘉兴已比照控股股东和实际控制人进行了锁定，该 6 人已于 2023 年 6 月 9 日出具了《股份锁定承诺》，其所持有发行人股票的锁定期为自发行人在证券交易所上市之日起 36 个月。

陈智诚、温沈祥、吴东海 3 人已于 2023 年 8 月 24 日自愿出具《股份锁定承诺》，承诺其所持发行人股票的锁定期已由自发行人于深圳证券交易所上市之

日起“12 个月”延长为“36 个月”。

综上所述，直接或间接持有发行人股份的实际控制人亲属李跃冬、陈茂寿、陈茂裕、陈春英、陈茂略、陈嘉兴及陈智诚、温沈祥、吴东海关于锁定期的承诺符合《证券期货法律适用意见第 17 号》中关于锁定期安排的要求。

（四）结合两次增资的背景和原因、定价依据及公允性、股东资金来源等，说明是否存在股份代持或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷；是否构成股份支付及相关会计处理。

报告期内，发行人共有两次增资情形，分别系 2020 年 9 月和 2020 年 11 月两次增资，具体如下：

1、2020 年 9 月增资

（1）本次增资的背景和原因

2020 年 9 月 21 日，富强有限股东会作出决议：同意公司注册资本由 10,000 万元增加至 13,650 万元，本次新增注册资本 3,650 万元，由陈茂镜认缴 1,688 万元，李跃冬认缴 1,272 万元，陈茂寿认缴 240 万元，陈茂裕认缴 210 万元，陈茂略认缴 120 万元，陈春英认缴 120 万元。

本次增资系家族成员入股。

（2）定价依据及公允性

本次增资为家族财产内部分配，且在本次增资前，陈茂镜、陈茂山通过富强实业间接持有富强有限 100%股份，富强有限不存在外部股东，因此本次增资价格为 1 元/注册资本。本次增资前后，实控人家族持股比例为 100%，故本次增资价格具备公允性。

（3）股东资金来源

本次增资的股东资金来源情况如下表所示：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资来源	是否签署借款协议及支付利息	是否归还
1	陈茂镜	1,688.00	本次出资来源于富强实业借款	已同富强实业签署借款协议，按照借款协议按期支付利息	未归还
2	李跃冬	1,272.00	本次出资来源于富强实业借款	已同富强实业签署借款协议，按照借款协议按期支付利息	未归还

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资来源	是否签署借款协议及支付利息	是否归还
3	陈茂寿	240.00	本次出资来源于富强实业借款	曾同富强实业签署借款协议，并按照借款协议按期支付利息	已归还
4	陈茂裕	210.00	本次出资来源于富强实业借款	曾同富强实业签署借款协议，并按照借款协议按期支付利息	已归还
5	陈茂略	120.00	本次出资来源于富强实业借款	曾同富强实业签署借款协议，并按照借款协议按期支付利息	已归还
6	陈春英	120.00	本次出资来源于富强实业借款	曾同富强实业签署借款协议，并按照借款协议按期支付利息	已归还

注：上表所述是否归还情况系截至本回复报告出具日的归还情况。

（4）是否存在股份代持或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷

经访谈并确认，上述股东出资不存在股份代持或其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

（5）是否构成股份支付及相关会计处理

本次增资构成对陈茂山、陈茂裕的股份支付，发行人已按照《企业会计准则第 11 号—股份支付》以及《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定进行相应的会计处理，具体详见本回复报告“问题 12.关于期间费用”之“一（三）2、按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的要求，说明历次股份支付过程中权益工具公允价值的确定依据和合理性，员工持股平台入股价格与实际控制人亲属入股价格是否存在差异，服务期或等待期的相关约定，相关股份支付费用的确认方法、分摊依据及执行情况，股份支付费用计算是否准确，会计处理是否符合《企业会计准则》规定”。

2、2020 年 11 月增资

（1）本次增资的背景和原因

2020 年 11 月 27 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，同意富强科技注册资本由 13,650 万元增加至 15,450 万元。本次新增的注册资本 1,800 万元，由梁伟文以货币资金 2,100 万元认缴注册资本 750 万元，珠海启富以货币资金 1,528.80 万元认缴注册资本 546 万元，珠海创强以货币资金 1,411.20 万元认缴注册资本 504 万元。

珠海启富、珠海创强系发行人员工持股平台，本次增资系对员工的股权激励。梁伟文系副董事长，本次增资系对其的股权激励。

（2）定价依据及公允性

本次增资参照增资前公司每股净资产确定，增资价格为 2.80 元/股，鉴于本次增资的背景系向员工实施的股权激励，并经股东会决议，故本次增资价格具备公允性。

（3）股东资金来源

经核查，珠海启富、珠海创强的资金来源于合伙人的出资，其合伙人及梁伟文的资金来源情况如下：

1）珠海启富

珠海启富于 2020 年 11 月增资时的合伙人出资结构如下：

序号	出资人	认缴出资额（万元）	出资比例	资金来源
1	吴锋	980.00	64.10%	家庭自有资金；亲属、朋友的借款
2	禤达燕	336.00	21.98%	家庭自有资金
3	钟奎群	112.00	7.33%	家庭自有资金；朋友的借款
4	张高峰	56.00	3.65%	家庭自有资金；亲属的借款
5	王先玖	22.40	1.47%	家庭自有资金；亲属的借款
6	廖东强	22.40	1.47%	家庭自有资金；亲属的借款
合计		**1,528.80**	**100.00%**	**-**

注 1：2022 年 12 月，禤达燕因个人原因离职并退出持股平台，经全体合伙人决议，公司员工陈嘉兴和王南海受让禤达燕持有的持股平台股份，其中陈嘉兴受让 196.00 万元出资份额，王南海受让 140.00 万元出资份额，陈嘉兴和王南海受让合伙份额的资金来源于合法自有或自筹资金；

注 2：上述合伙人资金来源为合法自有或自筹资金，不存在发行人或者实际控制人为员工提供借款或垫付款项的情形。

2）珠海创强

珠海创强于 2020 年 11 月增资时的合伙人出资结构如下：

序号	出资人	认缴出资额（万元）	出资比例	资金来源
1	陈茂裕	182.00	12.90%	家庭自有资金
2	温沈祥	168.00	11.91%	家庭自有资金
3	蓝传锐	168.00	11.91%	家庭自有资金
4	邓伟勇	168.00	11.91%	家庭自有资金；亲属的借款
5	何子杰	168.00	11.91%	家庭自有资金

序号	出资人	认缴出资额（万元）	出资比例	资金来源
6	陈智诚	98.00	6.94%	家庭自有资金
7	潘树仁	84.00	5.95%	家庭自有资金；亲属的借款
8	吴东海	84.00	5.95%	家庭自有资金；亲属的借款
9	李光毅	56.00	3.97%	家庭自有资金
10	王凯正	56.00	3.97%	家庭自有资金
11	龚传宏	56.00	3.97%	家庭自有资金
12	林海	22.40	1.59%	家庭自有资金
13	黎庆彬	12.60	0.89%	家庭自有资金
14	潘伟生	12.60	0.89%	家庭自有资金
15	徐磊	12.60	0.89%	家庭自有资金
16	邓长安	12.60	0.89%	家庭自有资金
17	杨永丰	12.60	0.89%	家庭自有资金
18	严双喜	12.60	0.89%	家庭自有资金
19	刘彭辉	12.60	0.89%	家庭自有资金
20	张鸿艳	12.60	0.89%	家庭自有资金
合计		**1,411.20**	**100.00%**	**-**

注 1：2022 年 11 月，王凯正因个人原因离职并退出持股平台，经全体合伙人决议，公司员工陈智诚受让王凯正持股平台股份，陈智诚受让合伙份额的资金来源于合法自有或自筹资金；

注 2：2023 年 5 月，黎庆彬因个人原因离职并退出持股平台，经合伙企业内部决议，公司员工陈智诚受让黎庆彬持股平台股份，陈智诚受让合伙份额的资金来源于合法自有或自筹资金；

注 3：上述合伙人资金来源为合法自有或自筹资金，不存在发行人或者实际控制人为员工提供借款或垫付款项的情形。

3）梁伟文

梁伟文系公司实际控制人陈茂镜、陈茂山朋友，具有丰富的资本市场从业经验及相关金融从业背景，因其看好公司未来发展且对于公司筹备上市等工作具有重要帮助，其于 2020 年 11 月增资成为股东，目前担任发行人董事、副董事长。

经核查，梁伟文以货币资金出资 2,100 万元，出资来源于家庭自有资金，不存在发行人或者实际控制人为其提供借款或垫付款项的情形。

（4）是否存在股份代持或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷

经核查，上述股东出资不存在股份代持或其他利益安排，不存在纠纷或潜

在纠纷。

（5）是否构成股份支付及相关会计处理

本次增资构成对员工的股份支付，发行人已按照《企业会计准则第 11 号—股份支付》以及《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定进行相应的会计处理，详见本回复报告“问题 12.关于期间费用”之“一（三）2、按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的要求，说明历次股份支付过程中权益工具公允价值的确定依据和合理性，员工持股平台入股价格与实际控制人亲属入股价格是否存在差异，服务期或等待期的相关约定，相关股份支付费用的确认方法、分摊依据及执行情况，股份支付费用计算是否准确，会计处理是否符合《企业会计准则》规定”。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人、富强实业的工商档案，核查发行人及其控股股东的历史沿革情况，确认发行人及其控股股东的股权结构以判断其实际控制人；

2、查阅陈茂镜、陈茂山、李跃冬签署的《一致行动协议》，核查其三人对所持有发行人股权的一致行动安排；

3、查阅发行人最近三年董事会、股东大会提案资料、会议表决票、会议记录、会议决议，核查陈茂镜、陈茂山兄弟参与发行人董事会、股东大会情况及有关表决情况；

4、抽查发行人报告期内重大事项决策审批流程资料，核查发行人实际控制人参与经营管理决策情况；

5、对发行人全体股东进行访谈确认，并查阅股东出具的关于实际控制人认定的确认函，核查确认报告期内发行人实际控制人以及是否发生变更；

6、查阅发行人员工名册、股东名册以及实际控制人调查表，核查实际控制人及其亲属在公司的持股情况、任职情况以及具体工作内容；

7、查阅李跃冬、陈嘉兴以及持有发行人股份的实际控制人亲属的调查表，

核查其对外投资情况；

8、查阅报告期内发行人的客户、供应商名单；

9、取得股权穿透后发行人自然人股东名单及发行人出具的《亲属关系说明》，并对照《民法典》的相关规定，确认直接或间接持有发行人股份的股东中与发行人实际控制人存在亲属关系的人员名单；

10、取得发行人实际控制人及亲属出具的关于股份锁定的承诺，并对照《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定，核查前述人员关于锁定期的承诺是否符合《证券期货法律适用意见第 17 号》中关于锁定期安排的要求；

11、查阅 2020 年 9 月和 2020 年 11 月两次增资的工商档案资料，了解增资的背景、定价情况，查阅相关人员出资的银行流水并对相关人员进行访谈确认；

12、查阅股份支付相关会计准则规定，获取并复核股份支付计算表，了解发行人关于股份支付会计处理是否符合相关规定。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、陈茂镜、陈茂山系发行人的共同实际控制人认定准确，未将李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属认定为共同实际控制人，符合相关规定以及公司经营管理实际运作情况，最近三十六个月内发行人的实际控制人未发生变更，符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定；

2、李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属控制、施加重大影响的企业与发行人不存在相同或者相似业务，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，报告期内上述企业与发行人不存在业务合作或交易的情形；

3、直接或间接持有发行人股份的实际控制人亲属关于锁定期的承诺符合《证券期货法律适用意见第 17 号》中关于锁定期安排的要求；

4、报告期内发行人两次增资不存在股份代持或其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷，股份支付及相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定；

5、发行人对实际控制人的认定的相关核查符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关要求，发行人实际控制人认定准确。

问题 4.关于历史沿革

申报材料显示：

（1）2014 年 9 月，控股股东富强实业出资 2,000 万元设立发行人前身富强有限；2016 年 7 月，富强实业向富强有限增资 8,000 万元，上述出资款已于 2016 年 12 月实缴到位。保荐工作报告显示，2015 年至 2016 年，富强实业对发行人出资后，相关资金短时间内以大额往来款形式转给富强实业。

（2）截至招股说明书签署日，富强实业主要从事厂房出租及持有发行人股权业务，2022 年富强实业实现营业收入 704.29 万元、净利润 1,504.63 万元。保荐工作报告显示，2019 年及以前，富强实业主要从事汽车零部件和家电零部件业务，存在部分供应商与发行人重叠的情形；2018-2019 年，富强实业向发行人转移部分资产、人员、客户等。

请发行人：

（1）说明富强实业设立富强有限实缴出资时间、出资来源；富强实业对发行人出资后，相关资金短时间内以大额往来款形式转给富强实业的原因，是否存在违反《公司法》等相关法律法规规定情形。

（2）说明富强实业原有汽车零部件和家电零部件业务的处置情况、出让方式、交易作价及公允性、交易对价实际支付情况，受让方与富强实业、发行人是否存在关联关系，是否为发行人实际控制人亲属，是否存在为富强实业代为持有相关资产、业务等情形。

（3）说明 2018-2019 年富强实业向发行人转移的资产、人员、客户、供应商、商标、技术等具体情况，交割过程、完成时间、作价依据及公允性，发行人相关会计处理情况；转移所涉及的债权债务是否已按法律法规规定履行相关义务，转移程序是否符合法律法规规定，是否存在纠纷或潜在纠纷；客户、供应商、业务合同转移的具体方式及过程，转移合同所涉及相关权利义务的承接安排，是否需重新履行资格认证、内部审批流程及签署合同等程序。

（4）说明报告期内控股股东富强实业主营业务收入构成、经营业绩、与发行人的交易与资金往来、销售渠道、主要客户及供应商重叠等情况，是否从事

与发行人相同或者相似业务；富强实业在资产、人员、业务、技术、财务等方面对发行人独立性的影响；控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的措施和承诺的有效性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（3）发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明富强实业设立富强有限实缴出资时间、出资来源；富强实业对发行人出资后，相关资金短时间内以大额往来款形式转给富强实业的原因，是否存在违反《公司法》等相关法律法规规定情形。

1、富强实业设立富强有限的实缴出资时间、出资来源

自富强有限设立至今，富强实业于 2015 年-2016 年向富强有限实缴出资合计 10,000 万元，均为货币资金出资，具体如下：

序号	事项	认缴出资（万元）	实缴出资时间	出资来源
1	2014 年 09 月，富强实业设立富强有限	2,000.00	于 2015 年 6 月出资到位	富强实业经营所得
2	2016 年 07 月，富强实业向富强有限增资	8,000.00	于 2016 年 10 月出资到位	

根据广州大为会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（大为会验字（2017）第 YZ003 号），截至 2016 年 12 月 27 日，富强有限收到富强实业缴纳的注册资本合计 10,000 万元，全部为货币出资。

2、富强实业对发行人出资后，相关资金短时间内以大额往来款形式转给富强实业的原因，是否存在违反《公司法》等相关法律法规规定情形

经核查，2015 年至 2018 年，富强实业向富强有限通过银行转账支付款项合计约 2.231 亿元，其中 1 亿元系投资款、1.231 亿元系往来款，具体如下

（1）富强实业对发行人出资后，相关资金短时间内以大额往来款形式转给富强实业的具体情况及原因

富强实业对发行人出资后，相关资金短时间内以大额往来款形式转给富强

实业主要是为偿还历史上母子公司因业务经营所需资金周转形成的往来款，具体情况及原因如下：

富强有限于 2015 年 4 月至 2016 年 10 月陆续收到富强实业以货币实缴的出资款合计 10,000 万元，主要用于购买土地、厂房工程建设和固定资产投资等。

2020 年 9 月增资前，富强有限系富强实业的全资子公司。经核查富强有限与富强实业历史往来明细记账凭证、银行回单及公司出具的说明，历史上（2015 年至 2018 年）母子公司因业务经营所需资金周转形成往来款，富强有限与富强实业的往来款合计约 12,310 万元，其中，单项金额 100 万元以上的往来款 22 笔，金额合计约 11,199 万元；单项金额 100 万元以下的往来款 78 笔，金额合计约 1,112 万元。

经核查 2015 年至 2018 年富强有限与富强实业发生的单项金额在 100 万元以上往来款的用款申请表、记账凭证、银行回单等资料，抽凭富强有限使用相关资金的证明资料，包括货款或设备发票单据、与第三方签署的合同、取得公司的说明并访谈富强实业总经理，富强有限收到富强实业的往来款主要用于支付货款、采购设备、建设工程等日常经营活动，相关往来款真实、有效，具体情况如下：

发生时间	往来款金额（万元）	富强有限收到富强实业的往来款性质
2015 年度	500.00	富强有限借款用于支付土地出让余款等
	120.00	富强有限借款用于支付工程款等
	545.00	富强有限借款用于支付工程款等
	100.00	富强有限借款用于支付贷款等
2016 年度	300.00	富强有限借款用于支付电费、材料款、预付款、材料费等
	250.00	富强有限借款用于支付车间装修及相关工程款、采购货款等
	477.67	富强有限借款用于支付注塑机设备款等
	100.00	富强有限借款用于支付货款、工程尾款等
	228.56	富强有限借款用于支付货款等
2017 年度	119.35	富强有限借款用于支付货款等
	110.55	富强有限借款用于支付货款等
	150.00	富强有限借款用于支付货款等

发生时间	往来款金额（万元）	富强有限收到富强实业的往来款性质
	500.00	富强有限借款用于支付货款、材料款、电费、认证费用、员工知识培训费用等
	162.78	富强有限借款用于支付设备款等
	185.13	富强有限借款用于支付设备款等
	450.00	富强有限借款用于支付货款等
	400.00	富强有限借款用于支付货款等
	500.00	富强有限借款用于支付税款等
	5,000.00	富强有限借款用于代付杭州富嘉股权投资（往来冲抵）
2018 年度	200.00	富强实业还款给富强有限
	500.00	富强实业还款给富强有限
	300.00	富强实业还款给富强有限
100 万元以上金额总计	**11,199.04**	

2015 年至 2018 年期间，富强有限与富强实业形成的往来款主要用于日常经营。

经核查，富强有限于 2016-2017 年向富强实业支付款项合计约 12,310 万元。

综上，2015 年至 2018 年期间，富强实业与富强有限因母子公司所需资金周转形成往来款，系正常经营所需，相关往来款真实。

（2）富强实业对发行人出资后，不存在违反《公司法》等相关法律法规规定的情形

根据当时适用的《公司法》第三十五条，“公司成立后，股东不得抽逃出资。”根据《最高人民法院关于适用<中华人民共和国公司法>若干问题的规定（三）》第十二条，“公司成立后，公司、股东或者公司债权人以相关股东的行为符合下列情形之一且损害公司权益为由，请求认定该股东抽逃出资的，人民法院应予支持：（一）制作虚假财务会计报表虚增利润进行分配；（二）通过虚构债权债务关系将其出资转出；（三）利用关联交易将出资转出；（四）其他未经法定程序将出资抽回的行为。”

发行人上述资金拆借不存在违反《公司法》最高人民法院关于适用<中华人民共和国公司法>若干问题的规定（三）》前述等相关法律法规规定的情形，主

要原因如下：

1）富强实业将上述大额往来款转出属于早期为保证母子公司正常经营的资金拆借行为，富强有限以往来款形式向富强实业转账 12,310 余万元，主要系母子公司之间结清资金往来款，上述往来款已结清，富强实业不存在侵占富强有限财产的情形。2021 年以来，发行人与富强实业未再发生类似大额资金拆借情形。

2）根据广州大为会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（大为会验字（2017）第 YZ003 号），截至 2016 年 12 月 27 日，富强有限收到富强实业缴纳的注册资本合计 10,000 万元。富强实业向富强有限的出资已足额实缴到位，依法履行了出资义务。

3）发行人与富强实业之间的往来款真实，发行人不存在通过制作虚假财务会计报表虚增利润对富强实业进行分配，或通过虚构债权债务关系将富强实业的出资转出，或利用关联交易将富强实业的出资转出，或其他未经法定程序将出资抽回的行为。

4）自 2014 年 3 月 1 日起，我国《公司法》规定的注册资本由实缴制改为认缴制，根据《公司注册资本登记管理规定（2014）》的规定，公司登记机关对法律、行政法规以及国务院决定规定公司注册资本实缴的，其股东或者发起人在公司成立后抽逃其出资的，按照有关规定予以处理。根据《国务院关于印发注册资本登记制度改革方案的通知》（国发〔2014〕7 号）的相关规定，富强有限作为 2014 年 9 月成立的有限责任公司，不属于前述法律、行政法规以及国务院决定明确规定实行注册资本实缴登记制的企业。经登录中国裁判文书网及中国执行信息公开网查询，截至本回复报告出具之日，不存在发行人股东、债权人以富强实业前述行为损害发行人权益为由请求人民法院认定其抽逃出资的情形，富强实业不存在侵害发行人及其他股东、债权人利益的情形。

5）2023 年 9 月 4 日，清远市市场监督管理局出具《关于广东富强科技股份有限公司有关情况的复函，证明“《国务院关于印发<注册资本登记制度改革方案>的通知》（国发〔2014〕7 号）于 2014 年 2 月 7 日印发，国家推行注册资本认缴登记制改革以及《公司法》《公司登记管理条例》等法律法规的修订，取消

了实收资本登记，改为公司股东（发起人）对其认缴出资额、出资方式、出资期限等自主约定，并记载于公司章程，股份有限公司的股东以其认购的股份为限对公司承担责任。公司应当将股东认缴出资额或者发起人认购股份、出资方式、出资期限、缴纳情况通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。公司股东（发起人）对缴纳出资情况的真实性、合法性负责……富强科技成立于 2014 年 9 月 30 日，原名为清远富强汽车部件有限公司，系我局辖区企业。经查询广东省市场监督管理局业务信息系统和国家企业信用信息公示系统（广东），截至 2023 年 8 月 30 日，该公司在 2014 年 9 月 30 日至 2023 年 8 月 29 日期间，未发现有被我局行政处罚的记录（含“两虚一逃[1]”行政处罚记录）”。

综上，富强实业对发行人出资后，不存在违反《公司法》等相关法律法规规定的情形。

（二）说明富强实业原有汽车零部件和家电零部件业务的处置情况、出让方式、交易作价及公允性、交易对价实际支付情况，受让方与富强实业、发行人是否存在关联关系，是否为发行人实际控制人亲属，是否存在为富强实业代为持有相关资产、业务等情形。

1、富强实业原有汽车零部件和家电零部件业务的处置情况、出让方式、交易作价及公允性、交易对价实际支付情况

截至 2019 年末，富强实业原有的汽车零部件和家电零部件业务已全部对外转移；报告期内，富强实业的主营业务为对外出租厂房。具体转移情况如下：

（1）汽车零部件业务相关情况

2018 至 2019 年富强实业将原有汽车零部件相关业务逐步转予富强有限，具体转移情况参见本题回复之“一（三）1、2018-2019 年富强实业向发行人转移的资产、人员、客户、供应商、商标、技术等具体情况，交割过程、完成时间、作价依据及公允性”。

截至 2019 年末，富强实业已停止原有汽车零部件的生产和销售。

（2）家电零部件业务相关情况

[1] “两虚一逃”指“虚报注册资本、虚假出资、抽逃出资”。

2018 至 2019 年 2 月，富强实业与原有家电零部件客户的业务合同逐步履行完毕或终止履行。截至 2019 年 3 月末，富强实业停止原有家电零部件的生产和销售，并将原有家电零部件存货转让给佛山市诚鼎塑料有限公司、佛山市诚丰模具塑料有限公司，具体处置情况如下：

单位：万元

序号	受让方名称	受让存货具体明细	交易作价	价款支付情况
1	佛山市诚鼎塑料有限公司	PP 塑料粒子	1.83	已支付
2	佛山市诚丰模具塑料有限公司	塑料制品、半成品	32.19	已支付

富强实业原有家电零部件业务除上述存货，无需转移其他资产，上述存货转让系综合考虑设备的账面价值协商作价，作价方式公允。

综上，截至 2019 年末，富强实业将上述汽车零部件和家电零部件业务处置完毕并停止相关业务。报告期内，富强实业的主营业务为对外出租厂房。

2、受让方与富强实业、发行人是否存在关联关系，是否为发行人实际控制人亲属，是否存在为富强实业代为持有相关资产、业务等情形

2018 至 2019 年富强实业将原有汽车零部件业务逐步转予富强有限，富强有限为富强实业控股子公司。

富强实业原有家电零部件业务相关存货的受让方详细情况如下：

（1）佛山市诚鼎塑料有限公司基本情况

截至本回复报告出具日，佛山市诚鼎塑料有限公司基本情况如下：

公司名称	佛山市诚鼎塑料有限公司
注册资本	50 万元
法定代表人	练志东
成立日期	2018 年 04 月 19 日
住所	佛山市南海区狮山镇官窑前进路 23 号张泽炘五金车间 7 自编 7 号之五
股权结构	练志东持股 100%
经营范围	其他化工产品批发（塑料制品批发和进出口）
主营业务及产品	塑料制品批发
是否与发行人存在关联关系	否

（2）佛山市诚丰模具塑料有限公司基本情况

截至本回复报告出具日，佛山市诚丰模具塑料有限公司基本情况如下：

公司名称	佛山市诚丰模具塑料有限公司
注册资本	2000 万元
法定代表人	陈长敏
成立日期	1997 年 04 月 26 日
住所	佛山市南海区里水镇邓岗管理区
股权结构	陈长敏持股 66.70%、陈泳康持股 33.30%
经营范围	加工、制造：塑料模具,塑料制品,金属制品,家用电器,汽车零配件（五大总成除外）；货物进出口、技术进出口
主营业务及产品	模具塑料
是否与发行人存在关联关系	否

上述受让方与富强实业、发行人不存在关联关系，不属于发行人实际控制人的亲属，不存在为富强实业代为持有相关资产、业务等情形。

（三）说明 2018-2019 年富强实业向发行人转移的资产、人员、客户、供应商、商标、技术等具体情况，交割过程、完成时间、作价依据及公允性，发行人相关会计处理情况；转移所涉及的债权债务是否已按法律法规规定履行相关义务，转移程序是否符合法律法规规定，是否存在纠纷或潜在纠纷；客户、供应商、业务合同转移的具体方式及过程，转移合同所涉及相关权利义务的承接安排，是否需重新履行资格认证、内部审批流程及签署合同等程序。

1、2018-2019 年富强实业向发行人转移的资产、人员、客户、供应商、商标、技术等具体情况，交割过程、完成时间、作价依据及公允性

（1）转让设备、存货等资产

1）设备转让

2018-2019 年期间，富强实业将汽车零部件相关的设备分别转让给富强有限和宜昌富强，其中，向富强有限转让 91 台设备、转让作价 411.6567 万元；向宜昌富强转让 8 台设备、转让作价 82.5110 万元，具体如下：

序号	受让方	转让标的资产	转让价格及定价依据（不含税）	交割过程及完成时间
1	富强有限	注塑机、机械手等模具加工设备，合	参照设备的账面价值协商作价	2018 年 5 月 1 日签订《二手设备买卖协议》并完成设备交

序号	受让方	转让标的资产	转让价格及定价依据（不含税）	交割过程及完成时间
		计 30 台	187.0826 万元	付；2020 年 5-11 月，富强有限支付完毕转让价款。
2	富强有限	注塑机、机械手等模具加工设备，合计 16 台	参照设备的账面价值协商作价 72.2069 万元	2019 年 2 月 28 日签订《二手设备买卖协议》并完成设备交付；2020 年 12 月，富强有限支付完毕转让价款
3	富强有限	注塑机和机械手，合计 45 台	参照设备的账面价值协商作价 152.3672 万元	2019 年 11 月 1 日签订《二手设备买卖协议》并完成设备交付；2020 年 12 月，富强有限支付完毕转让价款。
4	宜昌富强	注塑机、抽料组合等模具加工设备，合计 8 台	参照设备的账面价值协商作价 82.5110 万元	2019 年 6 月 1 日签订《二手设备买卖协议》并完成设备交付；2020 年 4 月，宜昌富强支付完毕转让价款。

2）存货转让

2018-2019 年期间，富强实业将汽车零部件相关的模具、原材料、成品等存货转让给富强有限，转让作价 381.21 万元（模具 123.55 万元、原材料、成品等 257.66 万元，不含税），上述原材料、成品等转让系参照相关存货的账面价值协商定价，模具系参考未来收款金额协商定价。

3）无偿捐赠模具

2018-2019 年间，富强实业向富强有限无偿捐赠了一组优利得 A32 模具。考虑到相关模具是客户定制设计、开发且已量产，成新度不高，与转移的客户业务具有相关性，因此，富强实业按照《工装模具捐赠协议书》将上述其模具无偿捐赠给富强有限，富强有限作为受赠方，以相关模具未来收款金额作为模具金额入账，不存在利益受到损害的情形。

（2）人员转移情况

2018 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，富强实业将汽车零部件相关的资产、业务转移给富强有限，经充分协商一致，陆续有 178 名员工自愿与富强实业终止劳动关系，入职发行人及子公司杭州富嘉。88 名员工自愿与富强实业终止劳动关系，未入职发行人及子公司，富强实业根据《劳动法》《劳动合同法》的相关规定与上述员工结清了工资和社保等费用并支付了经济补偿金。

（3）供应商转移情况

2018-2019 年，富强实业将汽车零部件业务逐步转予富强有限过程中，存在与富强有限的供应商重合情形，包括金发科技股份有限公司、广州锦业包装制品有限公司、广州信强汽车配件有限公司、广州市固德力塑胶制品有限公司、东莞市沃顿印刷有限公司等，但富强实业、富强有限与该等供应商系分别独立开展业务合作，独立签署业务合同并采购，不存在供应商转移的情形。2018-2019 年业务转移完成后，富强实业不再经营相关汽车零部件业务，亦终止与供应商的合作。2020 年度，部分供应商与富强实业存在结算尾款的情形，具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	支出金额	往来原因
1	本田贸易（中国）有限公司	5.45	结算前期尾款
2	东莞利富高塑料制品有限公司	40.43	结算前期尾款
3	广州三木汽车部件有限公司	23.14	结算前期尾款
4	广州长濑贸易有限公司	47.16	结算前期尾款
5	合肥杰事杰新材料股份有限公司	150.01	结算前期尾款
6	金发科技股份有限公司	39.96	结算前期尾款
7	中山市广通汽车精密配件有限公司	70.99	结算前期尾款
8	广州叶诚实业有限公司	0.75	结算前期尾款
9	东莞百乐仕汽车精密配件有限公司	6.94	结算前期尾款
10	广州市致扬纸品包装有限公司	1.42	结算前期尾款

通过查阅富强实业与上述供应商签署的业务合同及付款凭证、送货单等文件并访谈了报告期内发行人的主要的供应商，报告期内，富强实业不存在代发行人及其子公司支付材料采购款的情形。

根据控股股东富强实业出具的承诺函，“报告期内，本企业及本企业的关联方不存在为发行人及其子公司、分公司代为支付任何成本、费用（包括但不限于营业成本、管理费用、销售费用等）等利益输送的情形。”

除上述情形外，富强实业与富强有限不存在供应商重合的情形。

（4）客户转移情况

2018-2019 年期间，富强实业将汽车零部件相关的 10 家客户转移给富强有

限，具体情况如下：

序号	客户名称	交割过程及完成时间（注）
1	广汽乘用车有限公司	经通知广汽乘用车及其同意，自 2018 年 3 月 1 日起，富强实业与广汽乘用车原有的销售合同和订单全部转予富强有限
2	广汽本田汽车有限公司	经通知广汽本田及其同意，自 2018 年 3 月 1 日起，富强实业与广汽本田原有的销售合同和订单全部转予富强有限。
3	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	经通知提爱思及其同意，自 2019 年 8 月 1 日起，富强实业与提爱思原有的销售合同和订单全部转予富强有限
4	广州广爱兴汽车零部件有限公司	经通知广爱兴及其同意，自 2019 年 4 月 1 日起，富强实业与广爱兴原有的销售合同和订单全部转予富强有限
5	广州广汽优利得汽车内饰件系统研发有限公司（下称“优利得”）	经通知优利得及其同意，自 2019 年 2 月 10 日起，富强实业与优利得原有的销售合同和订单全部转予富强有限
6	佛山新明纤维树脂制品有限公司、武汉新明纤维树脂制品有限公司（合称“新明”）	经通知新明及其同意，自 2019 年 2 月 18 日起，富强实业与新明原有的销售合同和订单全部转予富强有限
7	广东丰明商贸有限公司（下称“丰明”）	经通知丰明及其同意，自 2019 年 4 月 1 日起，富强实业与丰明原有的销售合同和订单全部转予富强有限
8	广州艾司克汽车内饰有限公司（下称“艾司克”）	经通知艾司克及其同意，自 2019 年 4 月 1 日起，富强实业与艾司克原有的销售合同和订单全部转予富强有限
9	深圳市展业贸易有限公司（下称“展业贸易”）	经通知展业贸易及其同意，自 2019 年 7 月 1 日起，富强实业与展业贸易原有的销售合同和订单全部转予富强有限
10	广州河西汽车内饰件有限公司	经通知河西及其同意，自 2019 年 10 月 16 日起，富强实业与河西原有的销售合同和订单全部转予富强有限（注）

注：1）上述转移完成时点为确认或通知载明的权利义务转移时点；2）根据河西出具的《情况说明》，河西于 2019 年 10 月接到富强实业通知转厂至富强有限开展生产和销售，为了保障业务顺利转移，河西与富强实业依据原有框架合同项下的订单继续履行至 2019 年 12 月，河西自 2019 年 12 月收到富强实业最后一单发货。

（5）商标转移情况

2018-2019 年期间，富强实业拥有一项注册号为 4119036 的注册商标，上述商标国际分类为“11”，主要用于“电热壶；冰箱；空气干燥器；风扇（空气调节）；空气调节装置；气体净化装置；排气风扇；电吹风；水净化装置；电暖器”，与发行人汽车零部件业务不相关，因此未转移。

（6）技术转移情况

富强实业自设立至今未申请专利权，发行人及其子公司现有专利技术均为自主研发申请取得，不存在从富强实业转移技术的情形。

（7）作价公允性

根据中联国际评估咨询有限公司就富强实业向富强有限资产转让事宜出具的《广州富强实业股份有限公司于 2018 年内向广东富强科技股份有限公司转让部分存货、机器设备涉及其市场价值追溯评估资产评估报告》（中联国际评字[2023]第 ONMPD0626 号）和《广州富强实业股份有限公司于 2019 年内向广东富强科技股份有限公司、宜昌富强汽车部件有限公司转让或捐赠存货、模具及机器设备涉及其市场价值追溯评估资产评估报告》（中联国际评字[2023]第 ONMPD0627）（以下统称为“《追溯评估报告》”），评估结果如下：

单位：万元

评估基准日	评估内容	账面值	评估值	增值率（注）
2018 年 12 月 31 日	富强实业于 2018 年内向富强有限转让的原材料 1038 项、产成品 12 项、机器设备 30 项	256.21	278.90	8.86%
2019 年 12 月 31 日	富强实业于 2019 年内向富强有限转让或捐赠的原材料 251 项、产成品 353 项、模具 2 项、机器设备 69 项	686.67	731.52	6.53%

注：根据《追溯评估报告》“增减值原因分析”：1）委估产成品评估增值原因为采用基准日不含税售价扣除与评估目的相适应的部分合理利润后的完全成本，而该部分存货的账面值是存货的成本，故造成评估价值增值；2）委估机器设备评估原因为部分机器设备会计折旧年限短于经济适用年限，导致机器设备评估增值。

综上，截至追溯评估基准日，富强实业向富强有限转让的相关存货、机器设备的作价，与追溯评估报告确认的评估价值差异较小，因此，本次交易价格具备公允性。

经核查，富强实业未向富强有限转移供应商及商标，其与富强有限就模具捐赠及人员、客户、技术等事项的转移不涉及作价及公允性评价。

2、发行人相关会计处理情况

2018-2019 年富强实业转移给公司的客户不属于公司相关资产，公司无需对富强实业转移的相关客户进行相关会计处理。

发行人对富强实业转移的设备和存货依据相关会计准则进行了相应会计处理，具体如下：

（1）有偿转让设备、存货

借：固定资产-机器设备 494.17 万元

存货-原材料/产成品/模具等 381.21 万元

应交税费-应交增值税（进项税） 126.49 万元

贷：应付账款 1,001.87 万元

（2）无偿捐赠模具

借：存货-模具 69.64 万元

贷：资本公积 69.64 万元

3、转移所涉及的债权债务是否已按法律法规规定履行相关义务，转移程序是否符合法律法规规定，是否存在纠纷或潜在纠纷

如上所述，2018-2019 年，富强实业将汽车零部件相关的资产、业务转移给富强有限时，不存在供应商转移情形，转移涉及的债权债务主要与客户及销售合同/订单相关，具体客户包括广汽乘用车、广汽本田、提爱思、广爱兴、优利得、新明、丰明、爱司克、展业贸易、河西。

根据当时有效的《合同法》第八十条，“债权人转让权利的，应当通知债务人。未经通知，该转让对债务人不发生效力。”第八十一条，“债权人转让权利的，受让人取得与债权有关的从权利，但该从权利专属于债权人自身的除外。”第八十八条，“当事人一方经对方同意，可以将自己在合同中的权利和义务一并转让给第三人。”据此，债权人转让合同债权，自通知债务人之日发生效力，如涉及合同权利和义务概括转让，应当取得合同对方同意。

2018-2019 年，富强实业将广汽乘用车、广汽本田、提爱思、广爱兴、优利得、新明、丰明、爱司克、展业贸易、河西等客户转予富强有限，已事前通知该等客户，经该等客户同意，具体转移过程详见本题回复之“一（三）1（4）客户转移情况”。因此，富强实业 2018-2019 年向富强有限转移前述客户的程序符合《合同法》前述相关规定，合法、有效。

截至本回复报告出具日，发行人与前述客户的业务合同履行正常且合作持续稳定，不存在纠纷或潜在纠纷。

4、客户、供应商、业务合同转移的具体方式及过程，转移合同所涉及相关权利义务的承接安排，是否需重新履行资格认证、内部审批流程及签署合同程序

2018-2019 年，富强实业将汽车零部件相关的资产、业务转移给富强有限时，不存在转移供应商的情形，转移的客户包括广汽乘用车、广汽本田、提爱思、广爱兴、优利得、新明、丰明、爱司克、展业贸易、河西，具体转让方式和过程，转移合同所涉及相关权利义务的承接安排参见本题回复之“一（三）1（4）客户转移情况”所述。

2018-2019 年，富强有限为富强实业全资子公司，且已陆续进行资产、人员等转移，主要客户广汽乘用车、提爱思、广爱兴、优利得、新明、丰明、爱司克、河西等根据其企业内部控制要求对富强有限进行了实地审厂、验厂、试做等程序，此外，其余客户无需对富强有限重新履行其他资格认证程序。富强有限与上述客户签署了新的业务合同，明确约定了双方的权利义务。发行人与上述客户建立了良好的合作关系，报告期内不存在诉讼、仲裁或纠纷事项。

（四）说明报告期内控股股东富强实业主营业务收入构成、经营业绩、与发行人的交易与资金往来、销售渠道、主要客户及供应商重叠等情况，是否从事与发行人相同或者相似业务；富强实业在资产、人员、业务、技术、财务等方面对发行人独立性的影响；控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的措施和承诺的有效性。

1、报告期内富强实业的主营业务收入构成、经营业绩

富强实业截至 2019 年末已停止原有汽车零部件和家电零部件业务。报告期内，富强实业的主营业务为对外出租厂房，根据报告期内富强实业的审计报告及财务报表，富强实业主营业务收入构成、经营业绩具体情况如下：

（1）报告期的主营业务收入构成

单位：万元

序号	报告期	租金收入	汽车零部件销售收入
1	2020 年度	704.29	179.30
2	2021 年度	704.29	-

3	2022 年度	704.29	-
4	2023 年 1-6 月	352.15	-

2020 年，除租金收入外，富强实业存在一笔对河西的汽车零部件销售收入 179.30 万元，该笔收入对应的发货时间是 2019 年 12 月，在 2020 年 1 月对账确认收入。除该笔收入外，富强实业在报告期内不存在汽车零部件、家电零部件的业务收入。

富强实业的主营业务为对外出租厂房，根据富强实业与广州凡而芳香日用品有限公司签署的《租赁合同》，富强实业向广州凡而芳香日用品有限公司出租厂房，租赁期限自 2019 年 11 月 15 日至 2029 年 11 月 14 日止。经核查，除前述房屋租赁外，广州凡而芳香日用品有限公司与富强实业、发行人及发行人实际控制人不存在其他资金往来，不存在关联关系或其他利益关系，不存在代持或其他利益安排，不存在利益输送的情形。

（2）报告期的经营业绩情况

单位：万元

报告期	总资产	净资产	营业收入	净利润
2020 年度	20,512.74	19,677.33	883.60	3,360.85
2021 年度	19,657.72	18,443.11	704.29	-1,234.22
2022 年度	17,784.20	16,447.74	704.29	1,504.63
2023 年 1-6 月	19,665.98	18,586.94	352.15	2,139.20

富强实业 2020 和 2022 年度净利润较高，主要系子公司富强科技分红所致，2020 和 2022 年度，富强实业收到富强科技的分红款分别为 3,650.00 万元和 2,500.00 万元。

富强实业 2021 年度净利润为负，主要原因为二级市场证券投资亏损及计提的信用减值损失所致，其二级市场投资对象与发行人无关。

2、报告期内富强实业与发行人的交易与资金往来、销售渠道、主要客户及供应商重叠情况，是否从事与发行人相同或者相似业务

（1）交易及资金往来

报告期内，富强实业与发行人不存在采购或销售交易，存在富强实业向发行人无偿提供担保及少量资金往来情形，具体如下：

1）关联担保

担保方	担保类型	债权人	合同编号	担保额度（万元）	担保到期日	主债权期间	债务人
富强实业	最高额保证	中国工商银行股份有限公司清远经济开发区支行	0201800219-2019 年（开发）字 00183-C 号	20,000.00	自主合同确定的债权到期或提前到期之次日起两年	2019 年 12 月 20 日至 2029 年 12 月 31 日	富强科技
富强实业	最高额保证	中国银行股份有限公司清远分行	GBZ477030120150106	10,000.00	主债权发生期间届满之日起两年	2015 年 8 月 20 日至 2025 年 8 月 20 日	富强科技
富强实业	最高额保证	中国银行股份有限公司清远分行	GBZ477030120170015	14,000.00	主债权发生期间届满之日起两年	2015 年 8 月 20 日至 2025 年 8 月 20 日	富强科技
富强实业	最高额保证	中国银行股份有限公司清远分行	GBZ477030120180016	18,000.00	主债权发生期间届满之日起两年	2015 年 8 月 20 日至 2025 年 8 月 20 日	富强科技
富强实业	最高额保证	中国工商银行股份有限公司杭州经济技术开发区支行	0120200015-2020 年经开（保）字 0003 号	1,600.00	保证期间自主合同确定的债权到期或提前到期之次日起两年	2020 年 3 月 24 日至 2023 年 4 月 7 日	杭州富嘉
富强实业	最高额保证	中国工商银行股份有限公司杭州经济技术开发区支行	0120200015-2018 年经开（保）字 0009 号	4,500.00	保证期间自主合同确定的债权到期或提前到期之次日起两年	2018 年 4 月 9 日至 2023 年 4 月 7 日	杭州富嘉
富强实业	最高额抵押	中国工商银行股份有限公司清远经济开发区支行	0201800219-2019 年（开发）字 00183-D 号	7,811.90	-	2019 年 12 月 21 日至 2029 年 12 月 31 日	富强科技
富强实业	最高额保证	中国银行股份有限公司清远分行	GBZ477030120230032	22,500.00	主债权发生期间届满之日起三年	2022 年 6 月 1 日至 2032 年 12 月 31 日	富强科技

2）资金往来

单位：万元

年度	资金拆出方	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	利息支出	利息说明
2023 年 1-6 月	富强实业	-	-	-	-	-	-
2022 年	富强实业	-	-	-	-	-	-
2021 年	富强实业	-	-	-	-	-	-
2020 年	富强实业	1,500.00	1,000.00	2,500.00	-	76.50	年利率 5.1%

报告期初，公司因日常生产经营所需资金周转，向控股股东富强实业拆入资金余额为 1,500.00 万元，年利率为 5.1%；2020 年公司向富强实业新增拆入资金 1,000 万元补充流动资金，年利率为 5.1%。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人已将上述借款偿还完毕并支付利息。2021 年以来，发行人未再发生向关联方拆入资金的情形。

3）其他应付款

报告期内，发行人委托富强实业为个别员工在广州当地缴纳社保和住房公积金，因此产生少量应付款，具体如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
其他应付款	富强实业	-	0.73	8.47	8.47
	合计	**-**	**0.73**	**8.47**	**8.47**

经核查，发行人与富强实业已结清前述应付款，截至本回复报告出具之日，发行人未再发生类似情形。

（2）销售渠道、主要客户及供应商重叠情况

经核查，2018-2019 年，富强实业将汽车零部件相关的资产、业务转移给富强有限，截至 2019 年末已停止汽车零部件相关业务。报告期内，发行人与富强实业不存在供应商重叠情形。

报告期内，发行人设置了独立的销售职能部门，建立了销售管理流程和制度并严格执行，独立进行主要产品的研发、生产和销售，不存在与控股股东富强实业共用销售渠道的情形。

富强实业将汽车零部件相关客户转移给富强有限时，最后一个客户河西转移完成于 2019 年 12 月。如上所述，富强实业对河西的最后一笔发货于 2019 年 12 月，并于 2020 年 1 月对账确认该笔收入；在 2020 年上半年，富强实业结清了与客户应收账款的尾款。除该笔收入外，报告期内，富强实业的营业收入均为租金收入，不存在其他汽车零部件、家电零部件产品确认收入的情况。因此，报告期内，发行人与富强实业不存在客户重叠情形。

如上所述，除 2020 年 1 月对账确认河西的销售收入外，报告期内富强实业

的营业收入均来源于租金收入，自报告期初已无新增汽车零部件、家电零部件的生产销售，因此也不存在新增相应的采购活动。2020 年上半年，富强实业与供应商结清了报告期之前形成的应付账款。因此，报告期内，发行人与富强实业不存在供应商重叠情形。

（3）是否从事与发行人相同或者相似业务

截至 2019 年末，富强实业完成前述业务及资产和人员转移至富强有限的相关手续，并停止汽车零部件和家电零部件相关业务，将厂房对外出租。报告期内富强实业的主营业务收入具体参见本题回复之“一（四）1（1）报告期的主营业务收入构成”。

综上，报告期内，富强实业主营业务与发行人主营业务汽车内外饰件研发、生产和销售不存在相同或者相似情形。

3、富强实业在资产、人员、业务、技术、财务等方面对发行人独立性的影响

截至 2019 年末，富强实业已停止原有汽车零部件及家电零部件业务，主要业务为对外出租厂房和持有发行人股权。报告期内，发行人与富强实业在资产、人员、业务、技术、财务等方面保持独立，具体如下：

（1）发行人的业务独立性

发行人主营业务为从事汽车内外饰件研发、生产和销售业务。

发行人独立进行主要产品的研发、生产和销售，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争的情形。报告期内，发行人与关联方之间不存在显失公平的关联交易，不存在需要依赖关联方才能进行生产经营的情形。

发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其他关联方，无需依赖控股股东、实际控制人或其他关联方开展业务活动，发行人的业务独立。

（2）发行人的资产独立完整性

发行人目前已具备与经营有关的业务体系及相关资产；发行人由富强有限通过整体变更的方式设立，依法承继了富强有限的全部资产。发行人与控股股东、实际控制人等关联方之间的资产权属明晰，发行人对所有资产拥有完全的

控制和支配权。发行人设立时及历次增加注册资本的资金均已缴足。

发行人的各项资产产权界定清晰，发行人对该等资产拥有所有权或使用权，不存在重大权属争议，发行人的资产独立完整。

（3）发行人的人员独立性

发行人的董事、监事及总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员的选举或聘任符合《公司法》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，不存在由控股股东、实际控制人直接任免董事、监事、高级管理人员的情形。

报告期内，发行人实际控制人陈茂镜、陈茂山的亲属张牡丹、李跃冬、陈茂寿 3 人存在在富强实业担任董事、总经理的情形（具体参见“《审核问询函》第 5 题 关于公司治理及内部控制”之“一/（一）/1. /（2）陈茂镜、陈茂山亲属曾在富强实业任职情况”所述）。上述 3 名实际控制人亲属未在发行人及子公司任职或领取薪酬，其在富强实业担任董事及总经理，不属于法律法规禁止的情形，不存在违反公司章程规定的情形。

截至本回复报告出具日，发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务；发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

发行人的董事、监事、高级管理人员的选举或聘任符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，不存在违反规定任职和兼职的情形，发行人的人员独立。

（4）发行人的机构独立性

发行人根据公司法人治理结构的规范性要求，设立了董事会、监事会和总经理负责制的经营管理层。董事会下设战略委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会，聘任了董事会秘书。发行人还根据市场、经营环境需要设置了内部经营管理机构。

发行人设立了符合自身经营特点的组织机构，并建立了独立完整的法人治

理结构，各机构依照《公司章程》和各项规章制度行使职权，具有独立对外开展经营活动所必需的条件，发行人拥有独立的生产及办公场所，可独立行使经营管理职权，不存在与控股股东、实际控制人及其他关联方合署办公的情况。

发行人目前拥有独立、完整的组织机构，建立健全了内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，不存在与控股股东、实际控制人及主要关联方机构混同的情形，发行人的机构独立。

（5）发行人的财务独立性

发行人已设立独立的财务部门，配置独立的财务人员，该等财务人员均在发行人专职工作并领取薪酬，不存在于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中领取薪酬的情况。发行人已建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度；发行人独立设立银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况，未将资金存入控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的银行账户。发行人单独在税务部门办理相关税务登记，依法独立纳税。

根据《审计报告》，发行人的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则规定编制，公允反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量情况，在经营管理过程中财务行为和财务运作规范。

发行人建立健全了财务管理制度，拥有独立的财务核算体系，资金运作独立并独立纳税，发行人财务独立。

（6）发行人具有独立完整的业务系统和直接面向市场独立经营的能力

发行人具有独立法人资格，根据发行人提供的现行有效的《营业执照》、发行人持有的与开展业务相关的各项资质证书、发行人的审计报告及报告期签署的重大业务合同、发行人的书面确认，实地走访发行人的生产、办公场所，发行人的经营活动在其经核准的经营范围内进行，具备完整的研发、采购、生产和销售体系，不存在需依靠控股股东或其他关联方的关联交易才能开展经营的情况。发行人具有独立完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

综上，发行人具有独立完整的研发、采购、生产、销售系统，发行人业务、资产、人员、机构、财务独立；控股股东富强实业在资产、人员、业务、技术、

财务等方面不存在影响发行人独立性的情形。

4、控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的措施和承诺的有效性

（1）发行人与控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业不存在同业竞争

报告期内，发行人控股股东为富强实业，实际控制人为陈茂镜和陈茂山，富强实业主要业务为对外出租厂房，没有实际开展生产经营活动。发行人控股股东和实际控制人没有控制及经营其他企业。

除控股股东、实际控制人外，发行人实际控制人的近亲属不存在控制与发行人产生同业竞争的企业的情形。

综上，报告期内，发行人与控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业不存在同业竞争的情形。

（2）控股股东、实际控制人避免同业竞争的措施和承诺

截至本回复报告出具日，发行人控股股东、实际控制人不存在对外控制或投资与发行人产生同业竞争的企业的情形，发行人的控股股东富强实业、实际控制人及一致行动人分别向发行人出具了《关于与广东富强科技股份有限公司避免同业竞争的承诺函》，具体如下：

1）控股股东富强实业的承诺

“（1）在本企业作为发行人的控股股东期间，不在任何地域以任何形式，从事法律、法规和中国证券监督管理委员会所规定的可能与发行人构成同业竞争的活动。

（2）本企业从第三方获得的商业机会如果属于发行人主营业务范围之内的，则本企业将及时告知发行人，并尽可能地协助发行人取得该商业机会。

（3）如本企业及本企业控制的其他企业与发行人未来的产品或业务构成或可能构成竞争，则本企业将促成本企业控制的其他企业采取措施，以按照最大限度符合发行人利益的方式退出该等竞争。

本企业承诺以上关于本企业的信息是真实、准确和完整的，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏。本企业将严格履行上述承诺，如若违反上述承诺，

本企业将立即停止违反承诺的相关行为，并对由此给发行人造成的损失依法承担赔偿责任。”

2）实际控制人陈茂镜、陈茂山的承诺

“（1）在本人作为发行人的实际控制人期间，不在任何地域以任何形式，从事法律、法规和中国证券监督管理委员会所规定的可能与发行人构成同业竞争的活动。

（2）本人从第三方获得的商业机会如果属于发行人主营业务范围之内的，则本人将及时告知发行人，并尽可能地协助发行人取得该商业机会。

（3）如本人及本人控制的其他企业与发行人未来的产品或业务构成或可能构成竞争，则本人将促成本人控制的其他企业采取措施，以按照最大限度符合发行人利益的方式退出该等竞争。

本人承诺以上关于本人的信息是真实、准确和完整的，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏。本人将严格履行上述承诺，如若违反上述承诺，本人将立即停止违反承诺的相关行为，并对由此给发行人造成的损失依法承担赔偿责任。”

为加强避免同业竞争的措施，除控股股东、实际控制人外，实际控制人的一致行动人李跃冬及实际控制人子女陈嘉兴亦比照实际控制人出具了避免同业竞争的承诺。

（3）控股股东、实际控制人避免同业竞争的措施和承诺的有效性

截至本回复报告出具日，发行人控股股东、实际控制人不存在违反避免同业竞争承诺的情形，发行人独立董事对发行人是否存在同业竞争和避免同业竞争措施的有效性发表了如下独立意见：

“公司控股股东富强实业、实际控制人陈茂镜、陈茂山控制或投资的企业未从事与公司相同或相似业务，公司与控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争。为避免与公司发生同业竞争，公司控股股东、实际控制人陈茂镜、陈茂山出具了避免同业竞争的承诺函，并将严格履行相关承诺，发行人对于避免同业竞争的措施有效”。

发行人控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的措施和承诺自愿、真实、合法，发行人独立董事出具了专项独立意见，发行人控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的措施和承诺有效。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅富强有限的工商档案、富强实业向富强有限实缴出资的银行转账凭证、广州大为会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（大为会验字（2017）第 YZ003 号），以核查富强实业向富强有限实缴出资时间；

2、查阅富强实业关于出资的说明及富强实业 2015、2016 年度税务审计报告、2015 和 2016 年财务报表及应收款明细、相关记账凭证及银行回单等，确认富强实业的出资来源；

3、访谈富强实业总经理，取得富强实业与富强科技的往来明细，对历史上富强实业向富强有限借款形成的相关往来款项中金额在 100 万元以上的的大额用款申请表、银行回单、记账凭证进行抽凭，查阅富强有限向富强实业借款使用情况，包括相关合同、货款发票单据等，了解富强实业和富强有限历史相关往来和还款的具体情况；

4、登录中国裁判文书网及中国执行信息公开网，查询是否存在富强科技其他股东、富强科技债权人以富强实业前述行为损害发行人权益为由请求人民法院认定其抽逃出资的情形；

5、通过国家企业信用信息公示系统、企查查网站、清远市市场监督管理局等网站，查询发行人股东是否存在出资违法违规或因此被行政处罚的记录，取得清远市市场监督管理局出具的《关于广东富强科技股份有限公司有关情况的复函》；

6、查阅富强实业 2018-2019 年度原有家电零部件业务相关的交易合同、银行回单、记账凭证及富强实业财务报表等资料，访谈富强实业总经理，了解富强实业原有家电零部件业务的处置情况；

7、通过企查查、国家企业信用信息公示系统等网站查询富强实业原有家电零部件存货受让方的工商登记信息、股权结构、董事监事高管人员名单，并将前述受让方的股东、董事、监事、高级管理人员与富强实业、发行人的控股股东、实际控制人、董事监事高级管理人员进行比对核查，查阅发行人及实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的关联关系调查表，核查受让方与富强实业、发行人及实际控制人是否存在关联关系；

8、核查发行人及董事监事高级管理人员报告期的银行流水，验证是否与家电零部件业务的存货受让方及主要股东存在交易往来；

9、查阅富强实业 2018、2019 年向富强有限转移资产和业务的财务记账凭证、设备转移合同、银行回单等资料，取得发行人的说明并访谈发行人管理层；

10、访谈发行人人力资源总监，了解富强实业向发行人员工转移的相关情况，查阅富强实业及发行人 2018、2019 年度员工工资发放名册，并取得员工补偿名单及补偿金支付凭证，抽查富强实业转移到富强科技的相关劳动合同；

11、访谈发行人财务负责人，查阅《广州富强实业股份有限公司于 2018 年内向广东富强科技股份有限公司转让部分存货、机器设备涉及其市场价值追溯评估资产评估报告》（中联国际评字【2023】第 ONMPD0626 号）和《广州富强实业股份有限公司于 2019 年内向广东富强科技股份有限公司、宜昌富强汽车部件有限公司转让或捐赠存货、模具及机器设备涉及其市场价值追溯评估资产评估报告》（中联国际评字【2023】第 ONMPD0627），了解富强实业向发行人转移的资产、人员、客户的作价依据及公允性、相关会计处理情况；

12、查询富强实业向发行人转移业务时适用的《合同法》，查阅富强实业向富强有限转移的客户名单，以及富强实业与该等客户关于业务转移的书面材料；

13、登录中国裁判文书网及中国执行信息公开网、访谈发行人相关客户及供应商并取得客户或供应商出具的《声明与确认函》；

14、查阅公司出具的说明及发行人的《客户合同（协议）管理程序》，了解并核查富强实业向富强有限转移客户涉及的相关业务合同转移的具体方式及过程，转移合同所涉及相关权利义务的承接安排，是否需重新履行资格认证、内部审批流程及签署合同等程序；

15、查阅富强实业与发行人 2020 年度存在尾款结算的供应商签署的合同及付款凭证、发货单等文件，访谈发行人报告期的主要的供应商，取得控股股东富强实业出具的承诺函，了解上述供应商 2020 年度与富强实业结算尾款的情形；

16、查阅富强实业报告期内的财务报表及天健会计师出具的富强实业 2021、2022 年度、2023 年 1-6 月的《审计报告》并取得富强实业主营租赁业务的租赁合同及银行回单，访谈发行人申报会计师、财务负责人，了解富强实业的主营业务收入构成、经营业绩；

17、取得天健会计师出具的申报《审计报告》并访谈发行人管理层，了解报告期内富强实业与发行人的交易与资金往来、销售渠道、主要客户及供应商重叠情况，查阅富强实业与发行人相应关联担保的合同及资金往来的银行回单；

18、查阅控股股东、实际控制人出具的关于避免同业竞争的措施和承诺。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、富强有限设立以来，富强实业于 2015 年 4 月至 2016 年 10 月向富强有限以货币实缴出资合计 10,000 万元，出资来源于经营积累。富强实业对发行人出资后，资金短时间内以大额往来款形式转给富强实业主要系结清往来款，不存在违反《公司法》等相关法律法规规定的情形；

2、2018-2019 年，富强实业将原有汽车零部件相关资产和业务转移给富强有限，将原有家电零部件相关存货对外转让，相关资产转让交易作价系各方参考转移资产的账面净值协商确定、定价公允、交易双方结清了转让价款。原有家电零部件相关存货的受让方与富强实业、发行人不存在关联关系，不属于发行人实际控制人亲属，不存在为富强实业代为持有相关资产、业务等情形；

3、2018-2019 年，富强实业向发行人转移的资产、人员和客户真实、合法、有效，不存在转移供应商、商标和专利技术的情形。转移的相关资产、业务已于 2018-2019 年交割完成，对于固定资产和原材料、成品等存货，双方参考资产账面价值协商作价，对于模具，双方参考模具客户未来收款金额协商确定，入账价格公允，公司相关会计处理符合企业会计准则相关规定。富强实业转移所涉及的债权债务主要与客户合同和订单相关，已依法履行相关义务，转移程

序符合当时有效的《合同法》相关规定，不存在纠纷或潜在纠纷。富强实业向富强有限转移的客户，依据双方约定自转移之日承接原有合同权利义务安排，部分客户对富强有限实地审厂、验厂，此外，其余客户无需对富强有限重新履行其他资格认证程序，富强有限依法履行了内部审批流程及签署合同的程序；

4、报告期内，控股股东富强实业主营业务收入构成主要为租金收入，存在向发行人无偿提供担保及少量资金往来。报告期内，富强实业与发行人不存在销售渠道、主要客户及供应商重叠等情况，不存在从事与发行人相同或者相似业务。富强实业在资产、人员、业务、技术、财务等方面与发行人保持独立；控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的措施和承诺合法、有效。

经核查，保荐人、申报会计师认为：

2018-2019 年，富强实业向发行人转移的资产、人员和客户真实、合法、有效，不存在转移供应商、商标和专利技术的情形。转移的相关资产、业务已于 2018-2019 年交割完成，对于固定资产和原材料、成品等存货，双方参考资产账面价值协商作价，对于模具，双方参考模具客户未来收款金额协商确定，入账价格公允，公司相关会计处理符合企业会计准则相关规定。富强实业转移所涉及的债权债务主要与客户合同和订单相关，已依法履行相关义务，转移程序符合当时有效的《合同法》相关规定，不存在纠纷或潜在纠纷。富强实业向富强有限转移的客户，依据双方约定自转移之日承接原有合同权利义务安排，部分客户对富强有限实地审厂、验厂，此外，其余客户无需对富强有限重新履行其他资格认证程序，富强有限依法履行了内部审批流程及签署合同的程序。

问题 5.关于公司治理及内部控制

申报材料显示：

（1）发行人实际控制人陈茂镜、陈茂山合计直接和间接持有发行人 75.65%股份，并与持有发行人 8.23%股份的陈茂山配偶李跃冬签订《一致行动协议》；同时，实际控制人多名亲属直接和间接持有发行人股份并部分在发行人处任职。

（2）报告期各期末，关联方陈庚秀（陈茂镜配偶张牡丹之弟张载等之配偶）、温沈祥（陈茂镜和陈茂山之胞姐妹陈春英之配偶）、吴东海（陈茂镜和陈茂山之胞兄弟陈茂略之配偶的胞弟）个人代收发行人废料销售款项形成的应收关联方余额分别为 95.06 万元、122.34 万元、0 元。

（3）发行人现任 7 名董事，均由控股股东富强实业或陈茂镜提名。

请发行人：

（1）说明陈茂镜、陈茂山亲属曾持有富强实业股权、曾在富强实业任职情况，目前直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属的背景、从业经验、获得发行人股份或在发行人处任职的时间与原因；实际控制人较多亲属持有发行人股份或在发行人处任职，对发行人独立性、公司治理、内部控制有效性等方面的影响，发行人应对相关风险的具体措施及有效性。

（2）说明直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属控制或具有重大影响企业情况，报告期内与发行人是否存在合作或交易；发行人对识别关联方或潜在关联方、关联交易的内部控制及执行有效性情况。

（3）说明 2020 年、2021 年由实际控制人亲属陈庚秀、温沈祥、吴东海个人代收发行人废料销售款项的原因，是否构成对发行人的资金占用，相关交易是否已按规定履行审议程序，相关事项的整改措施和整改效果；报告期内是否存在其他实际控制人亲属代发行人对外进行交易、代收付款项、占用发行人资金等情形。

（4）结合公司章程、报告期内关联交易决策程序的履行情况、关联股东或董事回避情况、独立董事及监事发表意见情况等，说明发行人关联交易决策机制的有效性；在涉及关联交易相关议案在关联股东回避表决的情况下，保障发

行人正常生产经营活动、防范控制权不当行使的具体措施。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明陈茂镜、陈茂山亲属曾持有富强实业股权、曾在富强实业任职情况，目前直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属的背景、从业经验、获得发行人股份或在发行人处任职的时间与原因；实际控制人较多亲属持有发行人股份或在发行人处任职，对发行人独立性、公司治理、内部控制有效性等方面的影响，发行人应对相关风险的具体措施及有效性。

1、陈茂镜、陈茂山亲属曾持有富强实业股权、曾在富强实业任职情况

（1）陈茂镜、陈茂山亲属曾持有富强实业股权的情况

富强实业自设立以来一直为陈茂镜、陈茂山合计持股 100%的企业，不存在其他亲属或股东参与持股的情形。

（2）陈茂镜、陈茂山亲属曾在富强实业任职情况

报告期内，陈茂镜、陈茂山亲属在富强实业的任职情况如下：

序号	姓名	亲属关系	任职情况
1	张牡丹	与陈茂镜为夫妻关系	董事兼总经理
2	李跃冬	与陈茂山为夫妻关系	董事
3	陈茂寿	与陈茂镜、陈茂山为胞兄弟关系	董事
4	陈茂略	与陈茂镜、陈茂山为胞兄弟关系	监事
5	陈翠婷	与陈茂镜为父女关系	文员
6	刘倩	陈茂镜和陈茂山的胞兄弟陈茂裕的配偶	文员
7	古华章	陈茂寿配偶的胞兄弟	绿化工
8	陈翠娜	与陈茂镜为父女关系	文员
9	张稼怡	陈茂镜的儿媳妇	董事长助理
10	陈茂裕	与陈茂镜、陈茂山为胞兄弟关系	曾任富强实业监事，已于2020 年 10 月卸任[2]
11	温沈祥	与陈茂镜、陈茂山之胞妹为夫妻关系	曾任富强实业董事，已于2020 年 10 月卸任[3]

[2] 工商变更登记时间，存在滞后性，报告期内未实际任职领薪。

序号	姓名	亲属关系	任职情况
12	陈杰	与陈茂镜为父子关系	曾任富强实业董事长助理，2021 年 2 月入职，2022 年 1 月离职

2、目前直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属的背景、从业经验、获得发行人股份或在发行人处任职的时间与原因

（1）目前直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属

截至报告期期末，直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属的具体情况如下：

直接持股情况					
姓名	亲属关系	发行人处任职情况	直接持股数量（万股）	直接持股比例	
李跃冬	陈茂山之配偶	无	1,272	8.23%	
陈茂寿	陈茂镜和陈茂山之胞兄弟	无	240	1.55%	
陈茂裕	陈茂镜和陈茂山之胞兄弟	采购中心高级总监	210	1.36%	
陈春英	陈茂镜和陈茂山之胞姐妹	无	120	0.78%	
陈茂略	陈茂镜和陈茂山之胞兄弟	无	120	0.78%	
间接持股情况					
姓名	亲属关系	发行人处任职情况	间接持股主体	持有间接持股主体的股份数量（万股）	持有间接持股主体的股权比例
陈嘉兴	陈茂山之子	子公司工厂厂长	珠海启富	196	12.82%
陈茂裕	陈茂镜和陈茂山之胞兄弟	采购中心高级总监	珠海创强	182	12.90%
陈智诚	陈茂镜和陈茂山之侄子	人资中心总监		166.60	11.81%
温沈祥	陈茂镜和陈茂山之妹婿	总经办专案总监		168	11.91%
吴东海	陈茂镜和陈茂山之胞兄弟的小舅子	采购担当		84	5.95%
未持股情况					
姓名	亲属关系	发行人处任职情况			
陈杰	陈茂镜之子	证券专员			

[3] 工商变更登记时间，存在滞后性，报告期内未实际任职领薪。

李景忠	陈茂山之配偶的胞兄弟	安全专员
丁达荣	陈茂镜和陈茂山胞兄弟的女婿	行政专员
张雷	陈茂镜之配偶的弟弟的儿子	工程师

（2）亲属的背景、从业经验、获得发行人股份或在发行人处任职的时间与原因

发行人实际控制人陈茂镜、陈茂山亲属的背景、从业经验、获得发行人股份或在发行人处任职的时间与原因具体如下：

姓名	背景、从业经验	持股的时间[4]与原因	任职的时间[5]与原因
李跃冬	1970 年 1 月出生。初中学历，从业经验包含担任南方军医大学南方医院总台等	2020 年 9 月，因家族内部股权分配获得发行人股份	未在发行人任职
陈茂寿	1964 年 3 月出生。初中学历，从业经验包含务农、担任广州白云机械化养猪场职工等	2020 年 9 月，因家族内部股权分配获得发行人股份	未在发行人任职
陈茂裕	1982 年 3 月出生。初中学历，从业经验包含担任武警广西总队通讯员、担任富强实业采购、监事等，现任发行人采购中心高级总监	2020 年 9 月，因家族内部股权分配获得发行人股份；2020 年 11 月，因发行人员工激励通过珠海创强投资间接持有发行人股份	2016 年 9 月因具备岗位工作经验首次在发行人任职
陈春英	1967 年 1 月出生。初中学历，从业经验包含担任广州白云山制药厂质检员、广州市白云区京溪街办公文员等	2020 年 9 月，因家族内部股权分配获得发行人股份	未在发行人任职
陈茂略	1974 年 5 月出生。中专学历，公安专业。从业经验包含担任广州市公安局白云区分局职员、广州市白云区人民政府经贸局职员[6]等	2020 年 9 月，因家族内部股权分配获得发行人股份	未在发行人任职
陈嘉兴	1996 年 4 月出生。大专学历，工业工程专业。毕业后入职发行人，现任发行人子公司工厂厂长	2022 年 12 月，因发行人员工激励通过珠海启富间接持有发行人股份	2022 年 2 月因具备符合岗位的学历要求首次在发行人任职
陈智诚	1991 年 10 月出生。本科学历，经济学专业。从业经验包含担任富强实业总经理助理，现任发行人人资中心总监	2020 年 11 月，因发行人员工激励通过珠海创强投资间接持有发行人股份，	2018 年 10 月因具备符合岗位的学历要求首次在发行人任职
温沈祥	1967 年 11 月出生。本科学历，经济管理专业。从业经验	2020 年 11 月，因发行人员工激励通过珠海创	2018 年 3 月因具备符合岗位的学历要求和

[4] “时间”以发行人首次作出/签署内部文件或决议之日或首次进行工商登记之日孰早计算。

[5] “时间”以发行人首次作出/签署内部文件或决议之日或首次进行工商登记之日孰早计算。

[6] 根据中共广州市白云区经济贸易局委员会于 2014 年 3 月 4 日出具的《关于同意陈茂略辞去公职的批复》（穗云经贸党[2014]5 号）及广州市白云区经济贸易局出具的《公务员辞去公职批复通知书》（第 201401 号），陈茂略于 2020 年 9 月因家族内部股权分配获得发行人股份，不违反公务员持股的相关限制性规定。

姓名	背景、从业经验	持股的时间[4]与原因	任职的时间[5]与原因
	包含担任广州白云建筑工程公司会计、广州白云山农批市场财务部长、富强实业董事等，现任总经办专案总监	强投资间接持有发行人股份	工作经验首次在发行人任职
吴东海	1983 年 4 月出生，大专学历，广告学专业。从业经验包含担任广州市白云机场股份有限公司安检分公司班长、担任富强实业营业担当、担任广东中原房地产代理有限公司、广州中祈房地产中介服务有限公司客户经理等，现任发行人采购担当	2020 年 11 月，因发行人员工激励通过珠海创强创强投资间接持有发行人股份	2018 年 3 月因具备符合基层岗位的学历要求和工作经验首次在发行人任职
陈杰	1996 年 11 月出生，本科学历，经济专业。毕业后入职发行人，现任发行人证券专员	未持有发行人股份	2022 年 2 月因具备符合基层岗位的学历要求首次在发行人任职
李景忠	1968 年 10 月出生，高中学历，从业经验包含担任竹器厂厂长、承包种植园等，现任发行人安全专员	未持有发行人股份	2014 年 12 月因具备符合基层岗位的学历要求和工作经验首次在发行人任职
丁达荣	1990 年 1 月出生，大专学历，人力资源管理专业。从业经验包含担任广州荟艺贸易有限公司后勤、担任富强实业采购担当等，现任发行人行政专员	未持有发行人股份	2018 年 5 月因具备符合基层岗位的学历要求和工作经验首次在发行人任职
张雷	1998 年 1 月出生，大专学历，物流专业。毕业后入职发行人，现任发行人工程师	未持有发行人股份	2021 年 6 月因具备符合基层岗位的学历要求首次在发行人任职

3、实际控制人较多亲属持有发行人股份或在发行人处任职，对发行人独立性、公司治理、内部控制有效性等方面的影响，发行人应对相关风险的具体措施及有效性

（1）实际控制人较多亲属持有发行人股份或在发行人处任职，对发行人独立性、公司治理、内部控制有效性等方面的影响

截至本回复报告出具之日，除实际控制人陈茂镜、陈茂山外，另有 9 名亲属直接或间接持有发行人部分股份，9 名亲属在发行人任职，相关亲属的持股、任职的具体情况参见本题回复之“一（一）2（1）目前直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属”所述。

1）对发行人独立性的影响

报告期内，在发行人处持有股份或任职的实际控制人亲属不存在对外投资

或任职与发行人及其子公司从事相同或类似业务企业的情形。除实际控制人陈茂镜、陈茂山及其一致行动人李跃冬外，上述亲属持股比例较低，在发行人处未担任董事、监事及高级管理人员，不会对发行人的独立性产生不利影响。

2）对发行人公司治理的影响

①直接或间接持有发行人股份的亲属对公司治理的影响

截至本回复报告出具之日，直接或间接持有发行人股份的实际控制人亲属不会对发行人公司治理产生不利影响，具体原因如下：（i）实际控制人亲属李跃冬直接持有发行人 8.23%股份，达到 5%以上，其自发行人设立至今未在发行人处担任董事、高级管理人员或者其他职务，未参与发行人的重大经营决策和经营管理。2022 年 4 月 18 日，李跃冬与陈茂镜、陈茂山签署了《一致行动协议》，约定在富强科技有关事项行使股东、董事权利时，保持一致行动，意见不一致时以陈茂镜的意见为准；（ii）除实际控制人陈茂镜、陈茂山及其一致行动人李跃冬外，直接持有发行人股份的亲属陈茂寿、陈茂裕、陈春英、陈茂略持股比例不超过 5%，除按照《公司章程》及《股东大会议事规则》的相关规定行使股东权利外，无法对公司经营决策造成重大影响；间接持有发行人股份的亲属陈嘉兴、陈茂裕、陈智诚、温沈祥、吴东海系通过公司员工持股平台持有发行人股份，上述人员持股份额较低且未担任持股平台执行事务合伙人，无法通过发行人股东大会对公司经营决策造成重大影响，因此，上述亲属持有发行人股份不会对发行人的公司治理产生不利影响。

②在发行人处任职的亲属对公司治理的影响

截至报告期期末，除实际控制人陈茂镜、陈茂山外，公司实际控制人的亲属共有 9 人在发行人处任职，具体任职情况如下：

姓名	岗位	岗位隶属关系	具体职责
陈茂裕	采购中心高级总监	中层管理类岗位，对接采购中心各科室经理，日常工作向总经理汇报	主要协调内外部关系，完成公司项目开发支持，以最优成本最优品质采购生产物料，完成公司采购任务
陈嘉兴	杭州富嘉工厂厂长	中层管理类岗位，对接杭州富嘉工厂各科室经理，日常工作向制造中心总监汇报	负责组织工厂的生产，保证日常生产工作正常运行
陈智诚	人资中心总监	中层管理类岗位，对接人力资源经理，日常工作向总经理汇报	为公司发展提供持续有力的人力资源支持及保障，组织实施人力制度管理、岗位管理、人才招聘甄选、培训

姓名	岗位	岗位隶属关系	具体职责
			管理、绩效管理、薪资福利管理等方面工作
温沈祥	总经办专案总监	中层技术类岗位，对接公共关系专员，日常工作向总经理汇报	组织和管理公司各项政府优惠政策对接工作，审批年度政策性补助申请计划并督促落实等
陈杰	证券专员	基层专员岗位，日常工作向董事会秘书汇报	主要协助董事会秘书开展三会管理工作，监督三会制度的执行，三会会议的安排和联络工作
吴东海	采购担当	基层专员岗位（担当），日常工作向采购科室经理汇报	主要处理对内部采购需求及外购供应商的商务
李景忠	安全专员	基层专员岗位，日常工作向部门经理汇报	监督检查各单位在公司内的安全环境行为，对相关方进行相应的培训
丁达荣	行政专员	基层专员岗位，日常工作向部门经理汇报	建立及完善标准的保洁服务体系，保障厂区整洁；公司饮用水的申购及管理；监督司机日常工作，审核各部门用车需求
张雷	工程师	基层工程师岗位，日常工作向部门经理汇报	负责与各部门试模信息沟通协调，负责模具进度跟踪，配合其它部门工作

上述实际控制人亲属主要任职于发行人人事部、采购中心、总经办、证券部等部门或子公司，属于发行人中层或基层岗位。根据发行人提供的岗位说明及职级分布表，发行人中层管理类岗位共有 60 人，3 人为实际控制人亲属。发行人中层技术岗位共有 9 人，1 人为实际控制人亲属。上述担任中层管理/中层技术岗位的实际控制人亲属占管理层人数比例较低。

上述实际控制人亲属日常工作接受总经理、董事会秘书、科室经理、部门主管的管理，发行人实际控制人亲属均未担任发行人董事、监事或高级管理人员，无法对发行人的经营管理和决策施加重大影响。

3）对发行人内部控制有效性的影响

发行人结合自身经营特点，制定了一系列内部控制的规章制度，包括《公司章程》《董事会议事规则》《总经理工作细则》《关联交易管理制度》等，依法进行决策。发行人董事会成员 7 人，其中独立董事 3 人，除实际控制人陈茂山担任董事长、实际控制人陈茂镜担任董事外，其余董事与实际控制人不存在亲属关系；发行人高级管理人员 3 人，除实际控制人陈茂镜担任副总经理外，发行人其余高级管理人员为总经理吴锋、财务负责人及董事会秘书钟奎群，上述人员为发行人聘请的专业管理人员，与实际控制人不存在亲属关系；发行人监事会成员人数为 3 人，均与实际控制人不存在亲属关系。

发行人已建立符合现代管理要求的公司治理结构及内部组织架构，形成了科学的决策机制、执行机制和监督机制，上述组织架构及制度安排保证了公司各项经营业务活动的正常有序运行。报告期内，发行人重大事项均依照公司章程和相关规章的规定提交董事会或股东大会决策，日常内控管理有序运行，在发行人处持有股份或任职的实际控制人亲属无法对公司形成重大影响，不会对公司的内控产生不利影响。

综上所述，发行人相关持股和任职安排不会对发行人独立性、公司治理、内部控制有效性产生重大不利影响。

（2）发行人应对相关风险的具体措施及有效性

1）发行人已建立完善的公司治理结构

发行人已根据《公司法》等法律法规和公司章程的规定设立了以股东大会、董事会和监事会为核心的公司治理机制，并设立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会，独立董事能够有效履职，发行人具备较为健全的组织架构和完善的法人治理结构。发行人已制定了较为完善的内部控制制度，包括但不限于《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《董事会秘书工作细则》《公司内部审计制度》等，明确了股东大会、董事会、监事会、高级管理人员的权责范围和工作程序，发行人股东、董事、监事、高级管理人员均能够按照《公司章程》和各项规章制度的规定依法履行职责。发行人董事会下设审计委员会、提名委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议，保证董事会决策的专业性。

2）发行人已建立全面的内部管理制度

发行人已经制定了《委外加工管理办法》《供应商供货异常预防管理办法》《应收账款管理办法》《客户满意度管理程序》《客户投诉与退货管理程序》《研发项目管理办法》等各项规章制度，对公司财务、采购、销售、研发及生产等方面的工作进行规范和控制。报告期内实际控制人亲属任职无法单独对公司形成重大影响，不会对公司的内控产生重大不利影响。

3）发行人具有规范的内部监督体系

报告期内，发行人根据《内部审计制度》设立了审计部，审计部定期向审计委员会进行工作汇报，在推进内部控制制度的执行，检查公司内部控制制度的实施情况中发挥了重要作用。发行人根据企业内部控制规范体系及《审计工作手册》组织开展内部控制评价工作，根据发行人 2023 年第二次临时股东大会审议通过的《内部控制自我评价报告》，报告期内发行人不存在内部控制重大缺陷、重要缺陷。

根据天健会计师出具的《关于广东富强科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2023]7-594 号），发行人已按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2023 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上所述，发行人应对相关风险的具体措施具有有效性。

（二）说明直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属控制或具有重大影响企业情况，报告期内与发行人是否存在合作或交易；发行人对识别关联方或潜在关联方、关联交易的内部控制及执行有效性情况。

1、说明直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属控制或具有重大影响企业情况，报告期内与发行人是否存在合作或交易

直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属的具体情况参见本题回复之“一（一）2、目前直接和间接持有发行人股份、在发行人处任职的实际控制人亲属的背景、从业经验、获得发行人股份或在发行人处任职的时间与原因”。

经核查，截至本回复报告出具之日，除“问题 3.关于实际控制人认定及股权变动”之“一（二）结合李跃冬、陈嘉兴及持有发行人股份的实际控制人亲属控制、施加重大影响的企业（含已注销）基本情况、股权结构、主营业务及产品、主要财务数据、主要客户及供应商基本情况等，说明上述企业是否从事与发行人相同或者相似业务，如是，请说明是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争；报告期内上述企业是否与发行人存在业务合作或交易，如是，请说明相关交易的具体情况、必要性及公允性”中已披露的持有发行人股份的实际控制人亲属控制、施加重大影响的企业外，在发行人处任职的实际控制人亲属不存在未披露的其他控制或具有重大影响企业。除已披露的关联交易外，

报告期内，上述人员控制或具有重大影响企业与发行人不存在合作或交易。

2、发行人对识别关联方或潜在关联方、关联交易的内部控制及执行有效性情况

（1）发行人具有健全的内部控制制度

发行人现行《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》及《关联交易决策制度》对关联方界定、交易表决程序以及决策权限进行了详细规定，并对关联股东、关联董事回避以及独立董事对重大关联交易发表认可意见作出了具体规定。

报告期内，发行人根据《公司法》《企业会计准则》和《深交所股票上市规则》等相关法律法规规定，结合公司实际情况，对公司的关联方及关联关系进行识别并依法披露。

报告期内，发行人关联交易已按上述规定履行了相应的审议程序，发行人内部控制的执行参见本题回复之“一（四）1（2）报告期内关联交易决策程序的履行情况、关联股东或董事回避情况、独立董事及监事发表意见情况”。

（2）发行人内部控制制度执行有效

发行人对于报告期内发生的关联交易，均履行了相应的审批程序，公司历次董事会、股东大会在审议关联交易时，关联董事、关联股东均回避表决。发行人独立董事对于报告期内关联交易发表了相应的独立意见。

根据发行人第一届董事会第十八次会议审议通过的《公司内部控制自我评价报告》，发行人自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

根据天健会计师出具的《关于广东富强科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2023]7-594 号），富强科技按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2023 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上，保荐人认为，发行人具有识别关联方或潜在关联方、关联交易的内部控制措施，报告期内，相关内部控制执行有效。

（三）说明 2020 年、2021 年由实际控制人亲属陈庚秀、温沈祥、吴东海个人代收发行人废料销售款项的原因，是否构成对发行人的资金占用，相关交易是否已按规定履行审议程序，相关事项的整改措施和整改效果；报告期内是否存在其他实际控制人亲属代发行人对外进行交易、代收付款项、占用发行人资金等情形。

1、说明 2020 年、2021 年由实际控制人亲属陈庚秀、温沈祥、吴东海个人代收发行人废料销售款项的原因，是否构成对发行人的资金占用，相关交易是否已按规定履行审议程序，相关事项的整改措施和整改效果

（1）2020 年、2021 年由实际控制人亲属陈庚秀、温沈祥、吴东海个人代收发行人废料销售款项的原因，是否构成对发行人的资金占用

报告期内，发行人存在陈庚秀、温沈祥和吴东海个人代收废料销售款项的情形，上述事项的发生主要系由于实际控制人及其关联方对相关事项的认识不足所致。同时，发行人废料销售金额较小，一般每次销售的交易额较小，出于结算的便捷性，由以上相关人员代收废料销售款。

2020-2022 年，陈庚秀、温沈祥和吴东海个人代收废料销售款项的合计金额及利息分别为 96.77 万元、20.79 万元和 16.58 万元，构成对发行人的资金占用，但金额较小且逐年降低。截至 2022 年 12 月 19 日，上述款项及其利息（按照实际占用金额、时间和同期银行贷款利率计息）已于 2022 年 12 月全部归还发行人，且公司已完成整改。自 2022 年 12 月至今，未再发生实际控制人亲属或者第三方代收废料销售款项的情况。

（2）相关交易是否已按规定履行审议程序，相关事项的整改措施和整改效果

1）报告期内，关于发行人实际控制人亲属陈庚秀、温沈祥、吴东海个人代收发行人废料销售款项的交易，发行人已召开董事会、监事会和股东大会进行审议，具体审议情况参见本题回复之“一（四）1、（2）报告期内关联交易决策程序的履行情况、关联股东或董事回避情况、独立董事及监事发表意见情况”，关联董事和股东在表决时已进行回避，公司独立董事亦已对公司报告期

内包括关联方资金拆借在内的全部关联交易发表了独立意见，认可公司报告期内发生的关联交易，发行人监事会对报告期内关联交易无异议。

2）发行人已制定且严格执行《废品、废料管理办法》，该制度规定了废料收集登记、废料入库管理、售卖处置以及相关账务处理、财务部监督程序等操作流程，通过关键节点实现对废料销售管理的控制。整改后，发行人废料管理内部控制制度健全，并得到有效执行。

3）报告期内，关联方代收废料销售收入合计金额及利息分别为 96.77 万元、20.79 万元和 16.58 万元。截至 2022 年 12 月，上述关联方已将相关款项及相应利息合计 143.35 万元全部偿还给发行人，利息金额分别按照 2020 年 1 月、2021 年 1 月和 2022 年 1 月 LPR 计息，利率分别为 4.15%、3.85%和 3.70%。同时，公司已将废料销售收入追溯调整计入各期财务报表。

4）公司进一步完善了《关联交易决策制度》《资金管理办法》等财务内控制度，对关联交易进行了更明确的规定，并要求公司内部审计部门对公司包括关联资金拆借在内的关联交易情况进行定期或不定期的检查，确保有关财务内控制度得到有效执行。

5）公司已于 2022 年度汇算清缴补充缴纳对应的增值税、所得税等，并取得税务机关出具的《涉税信息查询结果告知书》，确认发行人报告期内无税务行政处罚记录。

6）发行人组织公司董事、监事及高级管理人员参加培训，学习掌握公司有关内控制度及上市公司治理相关规范要求。

7）公司控股股东、实际控制人及持股 5%以上的股东已出具了《关于避免资金占用的承诺函》，承诺将严格限制资金占用的行为。

8）天健会计师出具了《关于广东富强科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2023]7-594 号），对公司财务报表相关的内部控制设计的合理性和执行的有效性进行了审核，认为：富强科技按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2023 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。因此，发行人整改后的内控制度健全、正常运行并持续有效。

综上，报告期内，上述个人代收款废料销售款项的金额较小并已于 2022 年

底归还发行人，相关事宜已经由公司董事会、监事会和股东大会进行审议，发行人已进一步完善内部控制制度并加强相关制度的有效执行。因此，发行人已对相关事项采取了整改措施，经过整改，自 2022 年 12 月至今，未再发生实际控制人亲属或者第三方代收废料销售款项的情况。

2、报告期内是否存在其他实际控制人亲属代发行人对外进行交易、代收付款项、占用发行人资金等情形

2020-2022 年，除上述代收废料销售款外，实际控制人亲属其他代发行人收取款项金额分别为 4.80 万元、4.62 万元、2.06 万元，总体金额较小且逐年下降，主要为代收退回工资款、代收仓储及宿舍租金款以及其他款项。上述款项及其利息（按照实际占用金额、时间和同期银行贷款利率计息）已于 2022 年 12 月全部归还发行人。自 2022 年 12 月至今，未再发生实际控制人亲属或者第三方代收款项的情况。

如上所述，报告期内，实际控制人亲属代收发行人款项构成关联交易，公司已经履行了关联交易审议程序。公司已采取了相应整改规范措施，整改后的内控制度已合理、正常运行并持续有效。报告期内，上述个人代收款项及其利息的金额较小并已于 2022 年 12 月全部归还发行人。自 2022 年 12 月至今，未再发生实际控制人亲属或者第三方代收款项的情况。

除上述代收款项外，报告期内不存在其他实际控制人亲属代发行人对外进行交易、代收付款项、占用发行人资金等情形。

根据天健会计师出具的《关于广东富强科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2023]7-594 号），天健会计师对公司财务报表相关的内部控制设计的合理性和执行的有效性进行了审核，认为：富强科技按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2023 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

（四）结合公司章程、报告期内关联交易决策程序的履行情况、关联股东或董事回避情况、独立董事及监事发表意见情况等，说明发行人关联交易决策机制的有效性；在涉及关联交易相关议案在关联股东回避表决的情况下，保障发行人正常生产经营活动、防范控制权不当行使的具体措施。

1、结合公司章程、报告期内关联交易决策程序的履行情况、关联股东或董事回避情况、独立董事及监事发表意见情况等，说明发行人关联交易决策机制的有效性

（1）发行人《公司章程》关于关联交易的相关规定

发行人公司章程具有完善的关联交易决策及回避程序，具体如下：

《公司章程》第七十二条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的会议记录应当充分披露非关联股东的表决情况。关联股东的回避和表决程序为：

（一）董事会在股东大会召开前，应对关联股东做出回避的决定。股东大会在审议有关联交易的事项时，主持人应向股东大会说明该交易为关联交易，所涉及的关联股东以及该关联股东应予回避等事项；关联股东投票表决人应将注明“回避”字样的表决票当即交付会议投票表决总监票人；然后其他股东就该事项进行表决。

（二）有关关联关系的股东没有回避的，其他股东有权向会议主持人申请该有关联关系的股东回避并说明回避事由，会议主持人应当根据有关法律、法规和规范性文件决定是否回避。会议主持人不能确定该被申请回避的股东是否回避或有关股东对被申请回避的股东是否回避有异议时，由全体与会股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决决定该被申请回避的股东是否回避。

（三）关联股东未获准参与表决而擅自参与表决，所投之票按作废票处理，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。”

第一百一十一条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，,不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董

事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。”

第一百零二条规定：“……（四）关联交易（公司获赠现金资产或提供担保除外）的决策权限：

1、公司与关联自然人发生的交易金额低于 30 万元的关联交易，或者公司与关联法人发生的交易金额低于 300 万元或占公司最近一期经审计净资产绝对值低于 0.5%的关联交易，由董事长审查批准，但交易对方与董事长有关联关系情形的除外[7]。

2、公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上，不足 3,000 万元；或者虽超过 3,000 万元，但占公司最近一期经审计净资产绝对值低于 5%的关联交易，由董事会审议批准。

3、公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上，不足 3,000 万元的关联交易；或者与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上，不足公司最近一期经审计净资产绝对值 5%的关联交易，由董事会审议批准。

4、公司与关联人发生的交易金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，由董事会提交股东大会审议批准。”

（2）报告期内关联交易决策程序的履行情况、关联股东或董事回避情况、独立董事及监事发表意见情况

根据发行人提供的三会会议资料并经核查，发行人第一届董事会第十六次会议、第一届监事会第十三次会议和 2023 年第二次临时股东大会审议通过了《关于确认公司 2020-2022 年关联交易情况的议案》；发行人第一届董事会第十八次会议、第一届监事会第十五次会议、2023 年第三次临时股东大会审议通过了《关于确认公司 2020 年度至 2023 年上半年关联交易情况的议案》，关联股东和董事的回避的情况具体如下：

[7] 发行人《公司章程》第一百零五条，公司董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事履行职务。

审议程序	涉及会议	关联议案	回避情况
股东大会	2023 年第二次临时股东大会	《关于确认公司 2020-2022 年关联交易情况的议案》	关联股东富强实业、陈茂镜、李跃冬、陈茂寿、陈茂裕、陈茂略、陈春英回避表决
	2023 年第三次临时股东大会	《关于确认公司 2020 年度至 2023 年上半年关联交易情况的议案》	关联股东富强实业、陈茂镜、李跃冬、陈茂寿、陈茂裕、陈茂略、陈春英回避表决
董事会	第一届董事会第十六次会议	《关于确认公司 2020-2022 年关联交易情况的议案》	关联董事陈茂镜、陈茂山回避表决
	第一届董事会第十八次会议	《关于确认公司 2020 年度至 2023 年上半年关联交易情况的议案》	关联董事陈茂镜、陈茂山回避表决
监事会	第一届监事会第十三次会议	《关于确认公司 2020-2022 年关联交易情况的议案》	不涉及
	第一届监事会第十五次会议	《关于审议公司 2020 年度至 2023 年上半年审计报告的议案》	不涉及

经核查前述相关董事会会议文件、监事会会议文件，独立董事均对关联交易发表了专项意见，发行人监事对报告期内关联交易无异议。

（3）发行人关联交易决策程序的有效性

经核查，发行人已建立完善的公司治理和内部控制措施。发行人关联交易的决策机制规定了发行人关联交易的审议层级和标准，达到规定标准或属于规定情形的关联交易须经董事会或股东大会审议，规定了关联董事和关联股东应回避表决，同时《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易决策制度》等制度也规定了发行人监事会、独立董事对相关事项的监督机制。

根据天健会计师出具的《关于广东富强科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2023]7-594 号），富强科技按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2023 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上所述，发行人报告期内已发生关联交易实际履行的程序与发行人的《公司章程》等相关内部控制制度相符，关联股东、关联董事在审议相关关联交易时均已回避表决，独立董事发表了同意意见，申报会计师出具了关于发行人内部控制有效性的鉴证报告，发行人关于关联交易的决策机制、公司治理及内部控制具有有效性。

2、在涉及关联交易相关议案在关联股东回避表决的情况下，保障发行人正常生产经营活动、防范控制权不当行使的具体措施

在涉及关联交易相关议案在关联股东回避表决的情况下，为保证发行人正常生产经营活动以及防范控制权不当行使，发行人采取的具体措施如下：

（1）构建专业化的经营管理层队伍，实现公司利益最大化

公司基于业务稳定发展需要，根据岗位的实际需求通过内部培养和外部引进相结合的方式选聘高级管理人员。公司聘请了吴锋担总经理，钟奎群担任财务负责人兼董事会秘书。同时，加强对高级管理人员的日常监督管理和综合考核评价，降低经营风险、提高决策水平、维护全体股东利益，构建一支市场化、职业化、专业化的经营管理人才队伍。

（2）不断完善治理层结构，制定相关制度

公司设立监事会以及外部独立董事，以行使监事会和独立董事的职权，加强对公司监督与制衡，根据企业实际情况完善了公司治理制度、增强日常经营管控，保持公司治理规范。发行人建立了《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》《控股股东、实际控制人行为规范》等相关内控制度，以保证发行人规范运作，建立健全法人治理结构。

（3）减少和规范关联交易的承诺

公司在日常经营活动中将尽量减少关联交易，使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。为减少和规范关联交易，公司控股股东富强实业、实际控制人陈茂镜和陈茂山、持有发行人 5%以上股份的股东以及全体董事、监事、高级管理人员均出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》。

综上，保荐人认为，在涉及关联交易相关议案在关联股东回避表决的情况下，发行人已采取了相关措施保证正常生产经营活动、防范控制权不当行使。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅富强实业的工商档案、富强实业报告期内员工名册、工资发放明细，登录国家企业信用信息公示系统、企查查网站，核查陈茂镜、陈茂山亲属曾持有富强实业股权、曾在富强实业任职情况；

2、查阅发行人提供的工商档案、员工名册、实际控制人亲属填写的调查表并访谈实际控制人陈茂镜、陈茂山，核查发行人实际控制人亲属的任职和持股情况，了解相关亲属的背景、从业经验，获得发行人股份或在发行人处任职的时间与原因；

3、访谈实际控制人陈茂镜、陈茂山，查阅陈茂镜、陈茂山亲属出具的调查表及说明，登录企查查网站核查亲属持股或任职情况，确认发行人亲属控制或具有重大影响企业情况；

4、查阅发行人三会会议资料及发行人现行《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》及《关联交易决策制度》，取得发行人出具的《岗位说明书》，访谈了发行人监事会主席，了解实际控制人亲属持有发行人股份或在发行人处任职，对发行人独立性、公司治理、内部控制有效性等方面的影响；

5、查阅《公司内部控制自我评价报告》、天健会计师出具的《关于广东富强科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2023]7-594 号）、发行人出具的说明及相关内部控制制度等，了解发行人内部控制及执行有效性情况；

6、访谈发行人财务负责人，了解发行人是否存在与关联方或第三方开展资金拆借等情形；

7、查阅发行人相关内部控制制度，了解发行人报告期内控制度的建立和执行情况，以及发行人报告期内是否存在相关财务内控不规范的情形；

8、访谈公司废料销售的主要对象，了解主要废品回收商的背景、废料销售内容、定价方式、废料去向等内容，确认与公司及关联方不存在关联关系；

9、抽查公司整改后废料销售的合同、记账凭证等原始凭证；

10、访谈发行人财务负责人、申报会计师，了解核查发行人废料规范制度的建立和落实情况；

11、查阅控股股东、实际控制人出具的关于避免资金占用的承诺函；

12、查阅发行人独立董事就发行人报告期内关联交易出具的独立意见；

13、查阅发行人公司章程、报告期内发行人第一届监事会第十三次会议、第一届董事会第十六次会议、2023 年第二次临时股东大会与发行人第一届监事会第十五次会议、第一届董事会第十八次会议、2023 年度第三次临时股东大会的会议文件、独立董事发表的意见，了解并验证报告期关联交易决策程序的履行情况、关联股东或董事回避情况、独立董事及监事发表意见情况等；

14、查阅控股股东富强实业、实际控制人陈茂镜和陈茂山、持有发行人 5%以上股份的股东以及全体董事、监事、高级管理人员出具的《关于减少和规范关联交易的承诺函》；

15、取得发行人出具的说明，了解在涉及关联交易相关议案在关联股东回避表决的情况下，保障发行人正常生产经营活动、防范控制权不当行使的具体措施。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、截至本回复报告出具之日，除实际控制人陈茂镜、陈茂山外，有 9 名亲属直接或间接在发行人持有股份，9 名亲属在发行人任职，上述亲属持股比例较低，未担任发行人董事、监事及高级管理人员，对发行人独立性、公司治理、内部控制有效性不具有重大不利影响；发行人应对相关风险的措施具有有效性；

2、截至本回复报告出具日，除已披露的情形外，发行人实际控制人及亲属不存在其他控制或具有重大影响企业；除已披露的关联交易外，报告期内，上述人员控制或具有重大影响的企业与发行人不存在合作或交易；发行人具有识别关联方或潜在关联方、关联交易的内部控制措施，报告期内，相关内部控制执行有效；

3、报告期内，实际控制人亲属陈庚秀、温沈祥、吴东海个人代收发行人废料销售款项系实际控制人及其关联方对相关事项的认识不足所致，相关款项构成对发行人的资金占用，相关金额较小且已于报告期内清理完毕。以上相关交易构成关联交易，已按规定履行了关联交易审议程序。报告期内实际控制人亲属其他代发行人收取款项金额分别为 4.80 万元、4.62 万元、2.06 万元，相关代

收金额较小且已清理完毕。公司已将对应收入补充入账并完善内部控制制度严格杜绝该类事项发生。截至本回复报告出具之日，除以上情形外，发行人报告期内不存在其他实际控制人亲属代发行人对外进行交易、代收付款项、占用发行人资金等情形；

4、截至本回复报告出具之日，发行人报告期内已发生关联交易实际履行的程序与发行人的《公司章程》等相关内部控制制度相符，关联股东、关联董事在审议相关关联交易时均已回避表决，监事会审议了相关议案，独立董事发表了专项意见，发行人关于关联交易的决策机制有效；在涉及关联交易相关议案在关联股东回避表决的情况下，发行人已采取了相关措施保证正常生产经营活动、防范控制权不当行使。

问题 6.关于董事、高级管理人员变动

申报材料显示：

（1）报告期初，发行人共有 3 名董事，分别为陈茂镜、陈茂山、温沈祥。目前，发行人 7 名董事，分别为陈茂镜、陈茂山、梁伟文、吴锋、兰凤崇、赵伟光、罗明元。

（2）报告期初，发行人共有 1 名高级管理人员为陈茂山；目前，发行人共有 3 名高级管理人员，分别为吴锋、陈茂镜、钟奎群。其中，发行人原董事会秘书禤达燕于 2022 年 12 月离职，曾持有员工持股平台珠海启富 21.98%份额。

请发行人：

（1）说明禤达燕等高级管理人员及董事辞任的原因、具体去向以及在发行人处任职期间发挥的作用；报告期内发行人董事和高级管理人员变动人数及比例，对公司生产经营的影响。

（2）说明报告期内董事、高级管理人员是否发生重大不利变化以及相关认定依据。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并按照《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-12 的相关要求说明报告期内发行人董事、高级管理人员变动是否构成重大变化。

回复：

一、发行人说明

（一）说明禤达燕等高级管理人员及董事辞任的原因、具体去向以及在发行人处任职期间发挥的作用；报告期内发行人董事和高级管理人员变动人数及比例，对公司生产经营的影响。

1、禤达燕等高级管理人员及董事辞任的原因、具体去向以及在发行人处任职期间发挥的作用

（1）报告期内，发行人董事辞任的原因、具体去向以及在发行人处任职期间发挥的作用

报告期内，发行人离任董事共计 2 人，分别为温沈祥和路晓燕（独立董事）。温沈祥于富强有限整体变更为发行人前担任董事，为完善发行人治理结构，减少董事会亲属任职席位，发行人 2020 年 11 月整体变更为股份公司时温沈祥辞任董事，现担任发行人总经理办公室专案总监。温沈祥任职董事期间，根据《公司法》、公司章程依法履行董事职责，促进了富强有限法人治理的规范性、稳定性；辞任董事后任职总经理办公室专案总监期间，主要负责地方政府关系协调、争取优惠政策、促进行业机构交流与合作，为发行人的健康、稳定发展起到了一定作用。

路晓燕因其个人家庭原因以及证监会发布的《上市公司独立董事管理办法》（明确独立董事原则上最多在三家境内上市公司担任独立董事的兼职要求），于 2023 年 1 月辞任独立董事，辞职后不再担任发行人任何职务。路晓燕担任发行人独立董事期间，兼任董事会审计委员会主任委员、薪酬与考核委员会委员职务。路晓燕作为会计专业人士，其任职期间履行独立董事职责，针对发行人人员薪酬、利润分配等重要议题发表独立意见，着力规范发行人公司治理，对发行人相关经营决策进行了有效监督。

（2）报告期内，发行人高级管理人员辞任的原因、具体去向以及在发行人处任职期间发挥的作用

报告期内，发行人离任高级管理人员共计 2 人，分别为陈茂山、褚达燕。上述人员中，陈茂山离任前曾任公司总经理，为完善法人治理结构，促进公司规范运作，发行人于整体变更为股份公司时建立健全了董事会和管理层。同时，为提升发行人经营管理水平，引进管理人员吴锋任总经理，其在汽车零部件行业具有丰富管理经验。出于规范公司运作、明确职责分工的考虑，陈茂山于 2020 年 11 月辞任高级管理人员，并一直继续担任公司董事长至今。陈茂山担任公司总经理期间，全面组织实施董事会的有关决议和规定，确保了公司持续健康发展；离任总经理后，陈茂山专注于发行人发展过程中的战略规划与决策，在发行人的生产经营中发挥了重要作用。

褚达燕离任前系发行人董事会秘书，因个人及家庭原因，于 2022 年 12 月主动提出辞任申请。褚达燕自发行人处离职后，就读于厦门大学高级工商管理硕士课程，暂未入职新公司。发行人董事会秘书由财务负责人钟奎群兼任，钟

奎群为发行人内部培养的高级管理人员，对发行人情况非常熟悉且已取得董事会秘书资格证书。禤达燕任发行人董事会秘书期间，主要负责公司的信息披露、股权管理及上市申报等工作，规范了公司内部治理结构，保障三会制度有效落实，为公司本次发行上市工作发挥了积极作用。

2、报告期内发行人董事和高级管理人员变动人数及比例，对公司生产经营的影响。

（1）报告期内，发行人董事和高级管理人员变动人数及比例

报告期期初至本回复报告出具日，发行人董事和高级管理人员变动情况如下表所示：

变动时间	发生变动的董事和高级管理人员			提名人	变动情况		变动背景
					变动前	变动后	
2020年11月	董事	离任	温沈祥	—	陈茂镜、陈茂山、温沈祥	非独立董事：陈茂镜、陈茂山、梁伟文、吴锋 独立董事：兰凤崇、路晓燕、赵伟光	股份改制，为完善公司治理结构，聘请外部独立董事兰凤崇、路晓燕、赵伟光，选举外部董事梁伟文，聘任吴锋担任董事
		新增	梁伟文、吴锋、赵伟光（独立董事）、路晓燕（独立董事）	陈茂镜			
			兰凤崇（独立董事）	富强实业			
	高级管理人员	离任	陈茂山（总经理）	—	陈茂山	吴锋、钟奎群、禤达燕	为集中精力履行公司董事长职责，陈茂山不再担任公司总经理，聘任吴锋担任总经理； 基于完善公司治理结构和经营管理的需要，聘任钟奎群担任财务负责人，禤达燕担任董事会秘书
		新增	吴锋（总经理）、钟奎群（财务负责人）、禤达燕（董事会秘书）	—			
2020年12月	高级管理人员	新增	陈茂镜（副总经理）	—	吴锋、钟奎群、禤达燕	吴锋、陈茂镜、钟奎群、禤达燕	为加强公司经营管理，聘任陈茂镜担任副总经理
2022年12月	高级管理人员	离任	禤达燕（董事会秘书）	—	吴锋、陈茂镜、钟奎群、禤达燕	吴锋、陈茂镜、钟奎群	禤达燕因个人原因离职，不再担任董事会秘书，聘任财务负责人钟奎群兼任董事会秘书
2023年1月	董事	离任	路晓燕（独立董事）	陈茂镜	非独立董事：陈茂镜、陈茂山、梁伟文、吴锋 独立董事：兰凤崇、路晓燕、赵伟光	非独立董事：陈茂镜、陈茂山、梁伟文、吴锋 独立董事：兰凤崇、罗明元、赵伟光	路晓燕因个人原因辞任独立董事职务，聘任罗明元担任独立董事
		新增	罗明元（独立董事）	陈茂镜			

根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-12 规定，在计算发行人董

事、高级管理人员最近 36 个月内的变动人数及比例时，应当以董事和高级管理人员人数合计总数作为基数，且如新增的董事、高管来自原股东委派或发行人内部培养产生，原则上不构成人员的重大变化。发行人管理层因退休、调任等原因发生岗位变化的，不轻易认定为重大变化。报告期内，发行人董事、高级管理人员总数（包括离职和现任、剔除重复人数）为 11 人。剔除上述为规范治理结构而新增、补选的独立董事、内部岗位变动人员、内部培养产生的新增高管等相关人员，报告期内发行人董事、高级管理人员实际变动的人数为 3 人。据此，报告期内，发行人董事、高级管理人员的变动比例为 27.27%。发行人董事、高级管理人员的变动比例低于三分之一，变动较小。

（2）报告期内，发行人董事及高级管理人员的变动对公司生产经营的影响

报告期内，发行人实控人陈茂镜、陈茂山兄弟始终在公司任职且分别为管理层与董事会核心人员；温沈祥离任董事后一直在发行人任职至今，现任总经理办公室专案总监；除温沈祥外的其他离任董事、高级管理人员于公司任职期间较短且均非发行人核心人员。相关离任董事及高级管理人员均未与发行人发生纠纷，离任的董事及高级管理人员与继任者工作交接顺利，公司经营秩序稳定，运行良好，该等人员变动未对发行人生产经营的稳定性产生重大不利影响。

报告期内，发行人的董事、高级管理人员中，新增 3 名独立董事（兰凤崇、罗明元、赵伟光）、新增外部董事梁伟文、董事吴锋、新增内部培养财务总监钟奎群，均系为完善公司治理结构而进行的调整。发行人已于报告期内建立健全了组织机构、完善了内部治理及规范运作，能够依据《公司法》《公司章程》及相关规章制度的规定规范运作，股改后引入董事、高级管理人员促进了公司发展壮大。发行人经营稳定并持续盈利，净资产、营业收入规模持续增长。

综上，发行人董事、高级管理人员变动对公司经营的影响较小。

（二）说明报告期内董事、高级管理人员是否发生重大不利变化以及相关认定依据。

1、报告期内发行人董事未发生重大不利变化，具体认定依据如下：

报告期内，发行人离任董事 2 人，其中，温沈祥系因发行人内部工作安排调整辞任董事且离任后仍继续在发行人处任职至今，路晓燕系因个人原因无法

兼顾发行人事务申请辞任发行人独立董事，以上两人的变动对发行人均不构成重大不利变化。

报告期内，发行人新增 3 名独立董事（兰凤崇、罗明元、赵伟光）系为有效加强和监督治理结构运行目的而产生，新增外部董事梁伟文、新增管理人员吴锋为董事，均系为完善公司治理结构而进行的调整。因此，报告期内发行人的董事变动不构成重大不利变化。

2、报告期内，发行人高级管理人员未发生重大不利变化，具体认定依据如下：

报告期内，发行人离任的高级管理人员 2 人，其中陈茂山系因发行人完善自身治理结构而辞任公司总经理职务，且辞任后一直继续担任公司董事长至今；祺达燕系因个人原因申请辞职后，发行人董事会秘书工作由财务负责人钟奎群兼任，工作接续良好，进展顺利。以上 2 名高级管理人员的变动对发行人均不构成重大不利变化。

报告期内，发行人新增的高级管理人员中，除吴锋、祺达燕外，其他均系发行人内部培养产生，根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-12 相关规定，“变动后新增的董事、高级管理人员来自原股东委派或发行人内部培养产生的，原则上不构成人员的重大变化”。吴锋系发行人引入的管理人员，其就任发行人总经理至今，忠实、勤勉、尽责，业绩良好。因此，报告期内发行人的高级管理人员变动不构成重大不利变化。

综上，报告期内发行人董事、高级管理人员未发生重大不利变化。发行人离职董事、高级管理人员数量少、占比低、影响小，未给公司的经营管理带来不利影响，发行人运作的规范性、稳定性未受影响；新增董事、高管进一步完善了公司治理结构，促进了公司的规范运作、稳定发展。报告期内发行人引入 3 名独立董事、2 名非独立董事，完善了董事会的组成，建立了现代化的公司治理结构，发行人报告期内运行稳定、决策高效。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人及发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人自设立至今的全套工商档案资料；

2、查阅发行人报告期内相关股东大会、董事会、监事会会议文件、独立董事相关意见及发行人内部治理制度等资料；

3、对相关离任董事及高级管理人员进行了访谈，了解相关离任董事、高级管理人员变动原因及背景；

4、查阅发行人董事、高级管理人员填写的调查问卷与补充声明承诺、《个人信用报告》《无犯罪记录证明》，确认均符合《公司法》《公司章程》《上市规则》等相关法律、法规、规范性文件规定的董事、高级管理人员的任职条件；

5、查阅了发行人与发行人董事、高级管理人员签署的《聘任合同》或《劳动合同》；

6、通过中国执行信息公开网、信用中国、中国证监会证券期货市场失信记录查询平台、中国裁判文书网等相关网站的公示信息核查董事、高级管理人员是否存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、纠纷。

（二）核查意见

经核查，保荐人和发行人律师认为：

1、报告期内，发行人的董事和高级管理人员变化均属于正常变动，且均根据《公司章程》的规定由股东大会、董事会作出决议，均履行了必要的法律程序，符合法律、法规和规范性文件的要求以及《公司章程》的规定。报告期内，发行人董事、高级管理人员变动比例均较低，且董事长、财务负责人等重要人员未发生变动，不会造成发行人控制权或经营权的变更，其控制权、管理层在报告期内处于稳定状态，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响，不构成管理层的重大不利变化；

2、报告期内发行人董事和高级管理人员的变动履行了必要的法律程序，符合《首次公开发行股票注册管理办法》第十二条及《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-12 的相关规定，上述人员的变动不构成重大不利变化，未对发行人公司生产经营产生重大不利影响。

问题 7.关于合规经营

申报材料显示：

（1）截至招股说明书签署日，发行人拥有 7 项不动产权，均处于抵押状态；发行人租赁的房屋中，5 处尚未取得不动产登记证书。

（2）报告期内，发行人存在未为部分员工缴纳社保、公积金的情形，控股股东及实际控制人已出具承诺，愿意承担所有补缴金额和相关所有费用及/或相关的经济赔偿责任；报告期各期末，发行人通过劳务派遣方式用工人数分别为 110 人、86 人和 74 人，占当期用工总量比例分为 10.53%、6.72%和 4.67%。

请发行人：

（1）说明相关土地设置抵押的背景、时间、各方权利义务安排、金额及期限情况；结合公司偿债能力、土地用途，说明抵押权行使风险及对发行人生产经营的影响；租赁房产是否涉及集体土地或划拨用地，是否办理租赁备案手续，承租房产是否涉及发行人主要生产经营场所。

（2）测算足额缴纳社保、公积金对发行人报告期内经营业绩的影响，并完善相关风险提示；说明是否存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形或风险，是否构成重大违法行为；结合控股股东、实际控制人资产情况，说明控股股东和实际控制人是否具有补缴相关社保、公积金的能力，相关承诺是否具备可实现性；社会保险费和住房公积金相关的内控制度是否健全且被有效执行。

（3）说明报告期内发行人采用劳务派遣用工是否符合《劳动法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定，是否存在劳务外包等其他用工形式，是否存在违法违规行为；劳务派遣人员所在岗位及对应的具体工作职责，是否涉及公司的核心用工岗位；劳务派遣公司是否具备相关业务资质，是否存在违法违规情形；发行人及控股股东实际控制人及其关联方与劳务派遣公司是否存在关联关系或者其他利益安排。

（4）说明发行人是否已取得从事生产经营活动所必需的全部行政许可、备案、注册或者认证等，相关资质、认证、许可的有效期及是否覆盖报告期，是

否存在无证经营或超出许可范围开展业务情形。

请保荐人、发行人律师发表明意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明相关土地设置抵押的背景、时间、各方权利义务安排、金额及期限情况；结合公司偿债能力、土地用途，说明抵押权行使风险及对发行人生产经营的影响；租赁房产是否涉及集体土地或划拨用地，是否办理租赁备案手续，承租房产是否涉及发行人主要生产经营场所。

1、说明相关土地设置抵押的背景、时间、各方权利义务安排、金额及期限情况；结合公司偿债能力、土地用途，说明抵押权行使风险及对发行人生产经营的影响

（1）说明相关土地设置抵押的背景、时间、各方权利义务安排、金额及期限情况

截至本回复报告出具日，因日常生产经营所需，发行人及子公司以相关不动产为银行借款设置抵押的具体情况如下：

序号	借款人/抵押人	借款银行/抵押权人	借款金额（万元）	借款期限	抵押合同名称	抵押不动产	抵押期间	最高担保额（万元）
1	富强科技	中国银行股份有限公司清远分行	1,500.00	2023.05.24 至 2024.05.23	最高额抵押合同	粤（2021）清远市不动产权第 0007921 号、粤（2021）清远市不动产权第 0007923 号、粤（2021）清远市不动产权第 0007918 号、粤（2021）清远市不动产权第 0007926 号、粤（2021）清远市不动产权第 0007924 号	2015.08.22 至 2030.12.31	12,249.00
2	富强科技	中国银行股份有限公司清远分行	2,500.00	2023.06.25 至 2024.06.24	最高额抵押合同		2015.08.22 至 2030.12.31	12,249.00

序号	借款人/抵押人	借款银行/抵押权人	借款金额（万元）	借款期限	抵押合同名称	抵押不动产	抵押期间	最高担保额（万元）
3	富强科技	中国工商银行股份有限公司清远经济开发区支行	17,000.00	2022.05.25 至 2027.05.24	最高额抵押合同	粤（2022）清远市不动产权第 0112924 号	2022.05.11 至 2032.05.31	22,000.00
4	宜昌富强	中国工商银行股份有限公司三峡猇亭支行	550.00	2019.02.28 至 2025.02.27	最高额抵押合同	鄂（2020）宜昌市不动产权第 0113116 号	2019.01.28 至 2025.12.31	2,400.00
5	宜昌富强	中国工商银行股份有限公司三峡猇亭支行	320.00	2019.03.21 至 2025.03.20	最高额抵押合同		2019.01.28 至 2025.12.31	2,400.00
6	宜昌富强	中国工商银行股份有限公司三峡猇亭支行	550.00	2019.05.17 至 2025.05.16	最高额抵押合同		2019.01.28 至 2025.12.31	2,400.00
7	杭州富嘉	中国工商银行股份有限公司杭州经济技术开发区支行	1,000.00	2023.02.17 至 2024.02.16	最高额抵押合同	浙（2020）杭州市不动产权第 0072379 号	2018.04.13 至 2028.04.12	6,964.00
8	杭州富嘉	中国工商银行股份有限公司杭州经济技术开发区支行	500.00	2023.07.18 至 2024.07.17	最高额抵押合同		2018.04.13 至 2028.04.12	6,964.00

如上表所示，相关土地设置抵押对应的均为发行人及其子公司的银行借款。截至本回复报告出具日，上述抵押权对应的尚未偿还完毕的主债务合计 23,920 万元，对应借款合同尚在履行中，抵押尚未解除。

根据发行人与中国银行股份有限公司清远分行签订的抵押合同中关于抵押权实现的条款，“在担保责任发生后，抵押权人有权与抵押人协议将抵押物折价或者以拍卖、变卖抵押物所得的价款优先清偿主债权。协议不成的，抵押权人有权依法请求人民法院拍卖、变卖抵押物。处分抵押物所得款项在优先支付抵押物处分费用和本合同项下抵押人应支付或偿付给抵押权人的费用后，用于清偿主债权。”

根据发行人与中国工商银行股份有限公司清远经济开发区支行、宜昌富强与中国工商银行股份有限公司三峡猇亭支行、杭州富嘉与中国工商银行股份有限公司杭州经济技术开发区支行签订的抵押合同中关于抵押权实现的条款，“发生下列情形之一，甲方有权实现抵押权：A、甲方主债权到期（包括提前到期）债务人未予清偿的；B、发生本合同第 3.9 条所述情形，乙方未恢复抵押物价值或提供与减少价值相当的担保的；C、乙方或债务人被申请破产或歇业、

解散、清算、停业整顿、被吊销营业执照、被撤销；D、乙方在生产经营过程中不遵循公平交易原则处分已经设定动产浮动抵押的抵押物的；E、法律法规规定甲方可实现抵押权的其他情形。”

截至本回复报告出具日，公司经营状况良好，按时归还银行借款不存在障碍，不存在前述抵押合同约定的抵押权人有权处分抵押财产以实现抵押权的情形。

（2）结合公司偿债能力、土地用途，说明抵押权行使风险及对发行人生产经营的影响

如上所述，相关土地设置抵押对应的均为发行人及其子公司的银行借款。根据《审计报告》，2020 年、2021 年、2022 年、2023 年 1-6 月，发行人归属于母公司普通股股东的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 7,081.29 万元、9,952.23 万元、11,733.33 万元、7,483.02 万元，营业收入分别为 49,281.27 万元、67,731.13 万元、103,790.34 万元、63,850.99 万元，发行人报告期内净利润和营业收入稳步增长。截至 2023 年 6 月 30 日，发行人的资产负债率为 51.57%，流动比率和速动比率分别为 1.39 和 0.53，货币资金余额为 22,899.34 万元，应收账款余额为 6,449.06 万元，偿债风险可控。

此外，随着营业规模的逐年增长，报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 12,894.39 万元、15,773.43 万元、23,616.89 万元、10,111.83 万元，息税前利润分别为 9,139.93 万元、13,079.48 万元、15,221.44 万元、9,277.77 万，利息保障倍数分别为 9.33、20.72、22.49、22.44，偿债能力较强。

根据发行人及子公司的《企业信用报告》，报告期内，发行人未出现逾期还款的情形，不存在不良负债，信贷情况良好。

发行人相关抵押不动产用于公司日常生产经营、员工宿舍等，前述借款均系日常经营所需，公司经营状况良好，预计按时还款不存在障碍，不存在抵押合同约定的抵押权人有权处分抵押财产以实现抵押权的情形。

截至本回复报告出具日，发行人及其子公司不存在与上述抵押资产相关的诉讼或纠纷。

综上，截至本回复报告出具日，发行人及子公司因日常经营所需向银行借

款，以相关不动产设置抵押，公司经营状况、偿债能力良好，抵押权行使风险较小，不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

2、租赁房产是否涉及集体土地或划拨用地，是否办理租赁备案手续，承租房产是否涉及发行人主要生产经营场所

截至本回复报告出具之日，发行人及子公司租赁的房产不涉及划拨用地，涉及集体用地的租赁房产具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁地址	面积（m^2）	用途	租赁期限	是否取得权属证书
1	发行人	郭健昌	广州市番禺区化龙镇桥北街 5 号（一、二）楼层	128.88	员工宿舍	2023.06.15-2024.06.14	是
2	发行人	何永坚	广州市番禺区化龙镇亭南路西坑街十三巷一号 201	-	员工宿舍	2023.09.01-2024.08.31	是
3	发行人	吴登	清远市清城区石角镇田心居委会新联村 87 号	-	员工宿舍	2023.09.15-2024.03.15	否
4	发行人	罗焕娣	清远市清城区石角镇田心村委会由太村三角园 20 号	-	员工宿舍	2023.11.02-2024.01.01	否
5	发行人	吴登	清远市清城区石角镇广清产业园新联村房屋 133 号	–	员工宿舍	2023.10.11-2024.04.11	否

根据前述第 1 项、第 2 项建于集体土地上的房产所有权人提供的权属证书、房产所有权人向出租人出具的授权书，该房屋为合法建筑，出租人有权将上述第 1 项、第 2 项房屋出租于发行人作为员工宿舍使用。根据前述第 3 项、第 4 项、第 5 项租赁房产的房产所有权人向出租人出具的授权书、清远市清城区石角镇田心村民委员会出具的《证明》，该房屋土地性质为宅基地，房屋用途为住宅，房屋实际所有人有权出租于发行人作为员工宿舍使用。前述租赁房产均用于员工宿舍，不涉及发行人主要生产经营场所。

根据《农业农村部关于积极稳妥开展农村闲置宅基地和闲置住宅盘活利用工作的通知》（农经发〔2019〕4 号），“支持农村集体经济组织及其成员采取自营、出租、入股、合作等多种方式盘活利用农村闲置宅基地和闲置住宅”。前述房屋租赁符合国家相关部委的指导要求和政策。发行人租赁前述房屋用于员工宿舍并未改变其住宅用途，不存在违反《土地管理法》等相关法律法规的情形。

发行人租赁房产均未办理房屋租赁备案手续，租赁合同亦未约定以租赁备案作为生效条件。根据《民法典》第七百零六条的规定，“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。”

根据《商品房屋租赁管理办法》第十四条、第十九条、第二十三条的规定，房屋租赁合同订立后三十日内，房屋租赁当事人应当到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案。房屋租赁登记备案内容发生变化、续租或者租赁终止的，当事人应当在三十日内，到原租赁登记备案的部门办理房屋租赁登记备案的变更、延续或者注销手续。违反前述规定的，由直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正，逾期不改正将被处以罚款。

根据上述规定，发行人作为《商品房屋租赁管理办法》规定的房屋租赁备案登记的当事人之一，存在因未办理租赁备案登记且未按主管部门要求限期改正而被相关主管部门处罚的可能性，但发行人为承租方，非房屋所有权人，需要在出租方的配合下才能完成房屋租赁登记备案，且未办理房屋租赁登记备案手续不影响发行人所签署的房屋租赁合同的法律效力，发行人继续使用该等租赁房屋不存在重大法律风险。

鉴于上述租赁房产未用于生产经营用途，周边可替代的房屋较为充裕，如该等租赁房产无法继续使用，公司亦能在短期内找到合适的房屋用于员工宿舍。

针对上述租赁房产瑕疵，发行人控股股东、实际控制人出具了《关于房屋租赁的承诺》，承诺：“报告期内，如公司及各子公司因租赁房产未取得产权登记证书或因未办理租赁合同备案而产生任何纠纷，或受到相关政府主管部门行政处罚的，承诺人愿意无偿代为承担因此对公司造成的相关经济损失。如公司及各子公司因不能继续使用该等未取得产权登记证书或未办理租赁合同备案的房产，导致公司的租赁合同提前终止，承诺人将协助公司寻找新的租赁房产，并承担公司因此发生的装修费、搬迁费以及因经营停滞所造成的经济损失。”

综上所述，发行人租赁的房产不涉及划拨用地，部分租赁房产涉及集体土地，为合法建筑，出租人系有权出租。虽然相关租赁房产未办理租赁备案手续，但是不影响租赁合同的有效性，且发行人承租房产均用于员工宿舍，不涉及发

行人主要生产经营场所，周边可替代的房屋较为充裕，发行人控股股东、实际控制人亦承诺承担发行人可能遭受的相应损失。因此，发行人前述租赁房产瑕疵，不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，不会对发行人本次发行上市构成法律障碍。

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二（一）经营相关风险”中对租赁房产未办理租赁备案的风险进行完善：

“7、租赁房产未办理租赁备案的风险

截至本招股说明书签署日，公司租赁房产存在租赁合同未办理租赁备案的情形。公司租赁房产均用于员工宿舍，不涉及主要生产经营场所。未来如果因租赁合同未办理租赁备案登记且未按主管部门要求限期改正，将面临相应的罚款风险。”

（二）测算足额缴纳社保、公积金对发行人报告期内经营业绩的影响，并完善相关风险提示；说明是否存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形或风险，是否构成重大违法行为；结合控股股东、实际控制人资产情况，说明控股股东和实际控制人是否具有补缴相关社保、公积金的能力，相关承诺是否具备可实现性；社会保险费和住房公积金相关的内控制度是否健全且被有效执行。

1、测算足额缴纳社保、公积金对发行人报告期内经营业绩的影响，并完善相关风险提示

报告期内，发行人及子公司存在未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的情形，报告期期末未缴纳社会保险、住房公积金的员工人数分别为 94 人、90 人，未缴纳人数占在册员工总人数比例分别为 6.43%、6.16%，比例较低。未缴纳原因主要包含：1）部分员工为在校实习生、退休返聘人员，按照相关法律法规的要求无需缴纳，发行人已为相关人员购买补充商业保险；2）部分新入职员工于当月无法办理增员手续，公司于次月为其缴纳；3）部分员工因个人原因自愿放弃缴纳等。

经测算，假设发行人被主管部门要求足额缴纳社会保险和住房公积金，对发行人经营业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
未缴纳社保金额	71.96	183.89	94.66	21.68
未缴纳住房公积金金额	10.06	25.58	11.57	8.70
合计未缴纳社保、住房公积金金额	82.02	209.47	106.23	30.38
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（以下称“净利润”）	7,483.02	11,733.33	9,952.23	7,081.29
合计未缴纳社保、公积金金额占净利润比例	1.10%	1.79%	1.07%	0.42%

如上表所示，假设发行人被主管部门要求足额缴纳社会保险和住房公积金，报告期内，公司各期需补缴社保和公积金的金额分别为 30.38 万元、106.23 万元、209.47 万元和 82.02 万元，占扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润的比例分别为 0.42%、1.07%、1.79%和 1.10%，占比较低。发行人各期社保、公积金补缴金额及占净利润比例有所上升主要因发行人生产经营规模逐年扩大，员工数量增长较快。

综上所述，假设发行人被主管部门要求足额缴纳社会保险和住房公积金，报告期内，补充足额缴纳社保以及住房公积金的总金额占发行人报告期内净利润的比例较低，不会对发行人报告期内经营业绩造成重大不利影响。

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二（二）5、社保、住房公积金缴纳相关风险”中对足额缴纳社保、公积金对发行人报告期内经营业绩的影响进行完善：

“5、社保、住房公积金缴纳相关风险

报告期内，由于部分员工因个人原因，公司存在未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的情形。经测算，假设发行人被主管部门要求补缴社会保险和住房公积金，发行人及子公司需补缴金额分别为 30.38 万元、106.23 万元、209.47 万元和 82.02 万元，占各年度扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润的比例分别为 0.42%、1.07%、1.79%和 1.10%。报告期内，公司已根据国家和地方各级政府的相关规定，逐步完善了职工社会保险和住房公积金的缴纳。如主管部门要求公司补缴社保、公积金或提升社保、公积金缴费比例及基数，公司将面临人工成本进一步上升的风险。”

2、说明是否存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形或风险，是否构成重大违法行为；结合控股股东、实际控制人资产情况，说明控股股东和实际控制人是否具有补缴相关社保、公积金的能力，相关承诺是否具备可实现性；社会保险费和住房公积金相关的内控制度是否健全且被有效执行。

（1）说明是否存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形或风险，是否构成重大违法行为

根据《社会保险法》第六十三条的规定，“用人单位未按时足额缴纳社会保险费的，由社会保险费征收机构责令其限期缴纳或者补足。用人单位逾期仍未缴纳或者补足社会保险费的，社会保险费征收机构可以向银行和其他金融机构查询其存款账户；并可以申请县级以上有关行政部门作出划拨社会保险费的决定，书面通知其开户银行或者其他金融机构划拨社会保险费。”根据《住房公积金管理条例》第三十八条的规定，“单位逾期不缴或者少缴住房公积金的，由住房公积金管理中心责令限期缴存；逾期仍不缴存的，可以申请人民法院强制执行”。

发行人及子公司存在部分因员工个人原因未及时缴纳社会保险及住房公积金的情形，存在被要求补缴社保及住房公积金或被主管机关追责的风险。

根据《首次公开发行股票注册管理办法》第十三条的规定，重大违法行为是指贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，或欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的违法行为。

根据清远市清城区人力资源和社会保障局劳动保障监察综合执法大队于 2023 年 2 月 22 日和 2023 年 7 月 18 日分别出具的《用工情况说明》，发行人自 2020 年 1 月 1 日至 2023 年 7 月 15 日能遵守国家和地方有关劳动、社保的各项法律、法规，没有发生违反劳动保障和社保方面相关法律、法规的行为而被处罚的情形。

根据清远市住房公积金管理中心于 2023 年 2 月 28 日和 2023 年 7 月 24 日分别出具的《证明》，自 2014 年 9 月 30 日至 2023 年 7 月 21 日期间，该中心暂

未发现发行人存在违反《住房公积金管理条例》和相关规范性文件规定的情况，发行人亦未因违反住房公积金方面的法律法规而受到该中心行政处罚。

根据广州富强的《信用报告》（无违法违规证明版），2020 年 1 月 1 日至 2023 年 7 月 8 日期间，广州富强在人力资源社会保障、住房公积金领域不存在违法违规情况。

根据杭州市钱塘区人力资源和社会保障局于 2023 年 2 月 2 日和 2023 年 7 月 14 日出具的《用人单位劳动保障信用情况证明》，杭州富嘉自 2020 年 1 月 1 日至该证明出具期间，未存在因劳动保障违法行为而被行政处罚的记录。

根据杭州市住房公积金管理中心于 2023 年 2 月 1 日和 2023 年 7 月 1 日出具的《证明》，杭州富嘉截至证明开具之日以来不存在住房公积金行政处罚记录。

根据宜昌市人力资源和社会保障局于 2023 年 1 月 17 日和 2023 年 7 月 17 日出具的《证明》，自 2020 年 1 月 1 日至该证明出具之日，该局未发现宜昌富强违反国家及地方社会保障方面的法律、法规的情形，宜昌富强也未受到过该局的行政处罚。

根据宜昌住房公积金中心于 2023 年 2 月 14 日和 2023 年 7 月 21 日出具的《缴存证明》，截至证明出具之日，该局未收到关于宜昌富强的投诉或举报，也不存在宜昌富强因违反住房公积金有关规定而受到该中心行政处罚的情形。

综上所述，发行人报告期内不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形，不存在重大违法违规行为。

（2）结合控股股东、实际控制人资产情况，说明控股股东和实际控制人是否具有补缴相关社保、公积金的能力，相关承诺是否具备可实现性

发行人控股股东富强实业、实际控制人陈茂镜和陈茂山出具了《关于劳动用工的承诺函》，承诺：“若应有权部门的要求或决定，公司及其子公司需为自 2020 年 1 月 1 日至今的员工补缴社会保险、住房公积金、或公司及其子公司因未为自 2020 年 1 月 1 日至今的员工缴纳社会保险、住房公积金而承担任何罚款或损失的，承诺人愿意承担所有补缴金额和相关所有费用及/或相关的经济赔偿责任，保证公司不会因此遭受损失。”

报告期内，控股股东富强实业报告期内出租厂房的租金收入约 2,445.21 万元，超过经测算的报告期内需补缴的社保、公积金总金额。根据富强实业的《企业信用报告》、实际控制人陈茂镜与陈茂山的《个人信用报告》，其信贷记录良好。

综上所述，发行人控股股东和实际控制人具备补缴相关社会保险、住房公积金的能力，相关承诺具备可实现性。

（3）社会保险费和住房公积金相关的内控制度是否健全且被有效执行

发行人为保障员工享有劳动权利及履行劳动义务，建立了较为完善的员工管理内控制度，《员工手册》对员工聘用、试用与转正、签订劳动合同、薪酬管理、社会保险缴纳等事项作出了规定。此外，发行人公司内部印发了关于实行社保、公积金全员缴纳的通知文件，明确了发行人依法为员工缴纳社会保险、住房公积金，实行社保、公积金全员缴纳。报告期内，除少量员工因个人原因未缴纳或未及时缴纳社会保险及住房公积金外，发行人已为其余人员购买社会保险及住房公积金。

综上所述，发行人社会保险费和住房公积金相关的内控制度健全且得到有效执行。

（三）说明报告期内发行人采用劳务派遣用工是否符合《劳动法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定，是否存在劳务外包等其他用工形式，是否存在违法违规行为；劳务派遣人员所在岗位及对应的具体工作职责，是否涉及公司的核心用工岗位；劳务派遣公司是否具备相关业务资质，是否存在违法违规情形；发行人及控股股东实际控制人及其关联方与劳务派遣公司是否存在关联关系或者其他利益安排。

1、说明报告期内发行人采用劳务派遣用工是否符合《劳动法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定，是否存在劳务外包等其他用工形式，是否存在违法违规行为

报告期内，发行人不存在劳务外包等其他用工形式。

发行人存在劳务派遣的用工形式，报告期各期末，公司通过劳务派遣方式用工人数分别为 110 人、86 人、74 人和 122 人，占当期用工总量比例分别为

10.53%、6.72%、4.67%和 7.89%。

报告期期初，发行人存在劳务派遣用工人数超过用工总量 10%的情形，主要原因系为满足加产的临时性用工需求。针对该情形，发行人已进行整改，结合公司用工需求以及劳务派遣人员个人意愿，将适应岗位需求的劳务派遣人员转聘为公司正式员工，同时通过增加招聘自有员工等方式，降低劳务派遣用工比例。截至报告期期末，发行人的劳务派遣用工人数占用工总量的比例低于 10%，符合《劳动法》《劳务派遣暂行规定》等法律规定。

根据清远市清城区人力资源和社会保障局劳动保障监察综合执法大队于 2023 年 2 月 22 日和 2023 年 7 月 18 日出具的《用工情况说明》，发行人自 2020 年 1 月 1 日至 2023 年 7 月 15 日能遵守国家和地方有关劳动、社保的各项法律、法规，没有发生违反劳动保障和社保方面相关法律、法规的行为而被处罚的情形。

根据广州富强的《信用报告》（无违法违规证明版），2020 年 1 月 1 日至 2023 年 7 月 8 日期间，广州富强在人力资源社会保障领域不存在违法违规情况。

根据杭州市钱塘区人力资源和社会保障局于 2023 年 2 月 2 日和 2023 年 7 月 14 日出具的《用人单位劳动保障信用情况证明》，杭州富嘉自 2020 年 1 月 1 日至该证明出具期间，未存在因劳动保障违法行为而被行政处罚的记录。

根据宜昌市人力资源和社会保障局于 2023 年 1 月 17 日和 2023 年 7 月 17 日出具的《证明》，自 2020 年 1 月 1 日至该证明出具之日，该局未发现宜昌富强违反国家及地方社会保障方面的法律、法规的情形，宜昌富强也未受到过该局的行政处罚。

经核查，报告期内，发行人及其子公司不存在因违反劳动保障相关法律法规而受到行政处罚的记录。

综上所述，报告期内发行人存在劳务派遣用工人数超过用工总量 10%的情形，发行人已积极进行整改，通过将适应岗位需求的劳务派遣人员转聘为公司正式员工，以及增加招聘自有员工等方式，降低劳务派遣用工比例。截至报告期期末，发行人的劳务派遣用工人数占用工总量的比例低于 10%，符合《劳动法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规规定。报告期内，发行人不存在劳务外包

的用工形式，不存在违法违规行为。

2、劳务派遣人员所在岗位及对应的具体工作职责，是否涉及公司的核心用工岗位；劳务派遣公司是否具备相关业务资质，是否存在违法违规情形；发行人及控股股东实际控制人及其关联方与劳务派遣公司是否存在关联关系或者其他利益安排

报告期内，发行人相关劳务派遣人员主要为搬运工、包装工、组装工等岗位工人，具体工作职责包括搬运、包装、组装产品等，操作简单且可替代性强。该等岗位均属于非核心的辅助性工作岗位，使用劳务派遣人员符合法律规定。

因发行人及其子公司生产经营过程中的涉及的搬运、包装、组装等工作内容简单、经验要求低、岗位可替代性强，存在用工需求量大、人员流动性较高的情况。同时，发行人及子公司用工需求根据订单及实际生产情况可能存在波动，自雇员工的招聘和管理难度较大。劳务派遣公司作为专业的人力资源服务机构，有较好的劳动力供应渠道和充足的劳动力供应能力，能够及时响应并保障发行人的生产用工需求，可以有效减少发行人的人事管理成本。因此，为更好地优化生产组织、提高生产效率、满足用工需求，发行人与劳务派遣公司进行合作，由其协助发行人及子公司招聘全职员工或输送劳务派遣人员。

报告期内，与发行人合作的劳务派遣公司基本情况及其取得的相关业务资质具体如下：

序号	劳务派遣公司名称	股权结构	董监高人员	合作协议期限	劳务派遣许可证编号	截至本回复报告出具之日是否还在继续合作
1	清远鑫盛源企业管理有限公司	于海洋持股 50%、蒋广兵持股 50%	蒋广兵担任执行董事兼经理、于海洋担任监事、李健担任财务负责人	2022.07.01-2024.06.30	441802180026	是
2	常州华致赢企业管理有限公司	卢华羊持股 51%、赵飞持股 49%	卢华洋担任执行董事、赵飞担任监事	2020.09.01-2021.08.31	201800008	否
3	宜昌进兴人力资源服务有限公司	李瑞林持股 86%、李进波持股 7%、陈恩恩持股 7%	李瑞林担任执行董事、李海林担任张经理、李俊担任监事、李进波担任财务负责人	2020.08.07-2024.08.04	0520190005	是
4	东莞市精英人力资源服务有限公司	唐剑杰持股 100%	唐剑杰担任执行董事兼经理，戴秋霞担任监事	2023.06.19-2023.12.31	441900192487	是

序号	劳务派遣公司名称	股权结构	董监高人员	合作协议期限	劳务派遣许可证编号	截至本回复报告出具之日是否还在继续合作
5	清远市弘毅企业管理咨询有限公司	廖广雄持股 75%、林惠玲持股 20%、周耀荣持股 5%	周耀荣担任执行董事兼经理、林惠玲担任监事、马兴成担任财务负责人	2022.07.04-2023.07.03	441802200003	否
6	湖北百济易人力资源服务有限公司	方奇兵持股 100%	方奇兵担任执行董事兼经理，方艳担任监事	2022.08.01-2024.07.31	HB01082020006	是
7	嘉兴义豪人力资源外包服务有限公司	李国庆持股 100%	李国庆担任执行董事兼经理、霍娟娟担任监事	2020.11.01-2023.12.31	330481201905200019	是
8	杭州启扬企业管理有限公司	陈玉蓉持股 70%、陈志根持股 30%	陈玉蓉担任执行董事兼经理、陈志根担任监事	2019.09.01-2020.08.31	330155202108270052	否
9	江西翰智德供应链管理有限公司	朱海中持股 99%、郑倩倩持股 1%	朱海中担任执行董事兼总经理、郑倩倩担任监事	2019.09.01-2020.12.31	360482202211106112	否
10	清远市伍洲劳务服务有限公司	刘灿杰持股 100%	刘灿杰担任执行董事兼经理，徐碧莹担任监事	2022.01.01-2023.12.31	441802200017	否
11	广州奈思信息服务有限责任公司	陈烈柳持股 35%、谢奕兴持股 35%、钟加辉持股 15%、	谢奕兴任执行董事兼经理、陈烈柳任监事	2020.09.20-2021.09.19	440106190139	否
12	麦谷（广州）人力资源管理有限公司	金紫阳持股 100%	金紫阳担任执行董事兼总经理，熊岭担任监事	2022.09.01-2024.08.31	440114200033	是
13	宜昌钰祥人力资源服务有限公司	舒化银持股 55%、柳其凤持股 45%	舒化银担任执行董事兼总经理、柳其凤担任监事、李海波担任财务负责人	2021.08.01-2024.07.31	HB050620200001	是
14	江西创思供应链管理有限公司	川思控股（浙江）有限公司持股 95.5%、章初一持股 4.50%	章初一担任执行董事兼总经理、孙庆春担任监事	2020.09.01-2021.08.31	361027202305080005	否
15	宜昌支点人力资源服务有限公司	李向南持股 65%、黄涛持股 35%	李向南担任执行董事兼总经理、黄涛担任监事	2022.11.01-2024.10.31	443007D202103	是
16	海宁市卓越人力资源有限公司	邓小凤持股 100%	邓小凤担任执行董事兼经理，余友华担任监事	2020.08.27-2021.08.26	330481201905140016	否
17	东莞市昌荣人力资源有限公司	华琳昌持股 100%	华琳昌任执行董事兼经理、华琳容任监事	2021.06.28-2021.08.31	441900192204	否

序号	劳务派遣公司名称	股权结构	董监高人员	合作协议期限	劳务派遣许可证编号	截至本回复报告出具之日是否还在继续合作
18	佛山市携同劳务服务有限公司	林红连持股100%	林红连担任执行董事兼经理、莫小松担任监事、邹云担任财务负责人	2021.09.01-2022.08.30	440605215004	否
19	浙江立德人力资源开发有限公司	黄立姣持股51%、王文标持股39%、许文桂持股10%	黄德立担任执行董事兼总经理、许文桂担任监事	2019.01.04-2020.01.03	330103201912100221	否
20	广州天承人力资源有限公司	韦志强持股100%	韦志强持股担任执行董事兼经理、韦凤琼担任监事	2020.09.02-2021.09.01	440113180052	否
21	广州鑫新劳务咨询有限公司	曾婷持股100%	曾婷任执行董事兼经理、卢灿任监事	2021.08.01-2022.07.30	440114002100032	否
22	南通优得人力资源服务有限公司杭州分公司	郑涛持股60%、张浩浩持股40%	郑涛任执行董事兼总经理、张浩浩任监事	2022.01.01-2023.12.31	320623202103010002	是
23	浙江汇思供应链管理有限公司	周培杰持股90%、张勇持股10%	周培杰担任执行董事、经理，张勇担任监事	2021.12.25-2023.12.31	330201202008130069	是
24	杭州东度企业管理有限公司	杭州大度教育科技集团有限责任公司持股100%	朱军伟任执行董事兼经理，朱卫平任监事	2022.01.18-2023.12.31	330109201522241003	是
25	东莞市畅航人力资源有限公司	王儒据持股99%、王儒护持股1%	王儒据担任执行董事兼经理，王儒护担任监事	2022.06.30-2022.08.06	441900203214	否
26	江西祥光人力资源开发有限公司	李祥清持股60%、王昌辉持股40%	李祥清担任执行董事兼总经理、杨爱军担任副总经理、王昌辉担任监事	2022.08.01-2023.07.31	360102025122260081	否
27	广东众福真诚人力资源科技有限公司	周雪花持股100%	叶勇担任执行董事兼经理、周雪花担任监事	2022.07.01-2024.05.31	441802190014	是
28	广州纳仕易人力资源有限公司	宋杨兴持股60%、欧阳细标持股40%	欧阳细标任执行董事兼经理、张丽坤任监事	2022.02.01-2023.01.31	440184190002	否
29	清远市岭南速派人力资源有限公司	李辉持股100%	李辉任执行董事、经理，王欢任监事，江浪任财务负责人	2023.05.30-2024.05.29	441802180007	是
30	肇庆市聚才劳务服务有限公司	林善初持股70%、肖汉强持股30%	林善初任执行董事兼经理、肖汉强任监事、陆永洁任财务负责人	2023.05.31-2024.05.30	441240002220019	是

序号	劳务派遣公司名称	股权结构	董监高人员	合作协议期限	劳务派遣许可证编号	截至本回复报告出具之日是否还在继续合作
31	广州壹国企业服务有限公司	班嘉文持股50%、卢晓彬持股50%	班嘉文担任执行董事兼经理、卢晓彬大人监事	2023.06.01-2024.05.31	440183200035	是
32	清远市华鑫人力资源有限公司	陈真持股80%、曾锐持股20%	陈真担任执行董事兼财务负责人、刘帮娜担任监事	2023.05.31-2024.05.30	441802002220005	是
33	宜昌零工驿站人力资源服务有限公司	叶金章持股58.82%、吴晓芳持股41.18%	吴晓芳担任执行董事、经理、财务负责人，叶金章担任监事	长期	HB050420220001	是

发行人与上述劳务派遣公司合作期间，劳务派遣公司均具备劳务派遣资质。上述劳务派遣公司与发行人合作期间不存在重大违法违规行为。

相关劳务派遣公司与发行人及控股股东、实际控制人及其关联方之间不存在关联关系或其他利益安排的情形。

综上所述，发行人报告期内使用的劳务派遣人员岗位均属于非核心的辅助性工作岗位。劳务派遣公司与发行人合作期间具备相关业务资质，不存在重大违法违规情形，发行人及控股股东、实际控制人及其关联方与劳务派遣公司不存在关联关系或者其他利益安排。

（四）说明发行人是否已取得从事生产经营活动所必需的全部行政许可、备案、注册或者认证等，相关资质、认证、许可的有效期及是否覆盖报告期，是否存在无证经营或超出许可范围开展业务情形。

发行人的经营范围为：研发、生产、加工、销售：汽车零部件、模具、电器机械和器材、通用仪器仪表、通讯设备零部件、五金、橡胶和塑料制品、电子产品、其他电工器材零部件。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

发行人主要从事汽车内外饰件研发、生产和销售业务。发行人的经营范围经清远市市场监督管理局登记，符合法律、法规和规范性文件的规定，发行人实际从事的业务没有超出《营业执照》登记的经营范围。

根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），发行人所属行业为汽车制造业（C36）下属的汽车零部件及配件制造业（C3670）。根据《市场监督管理

总局关于调整完善强制性产品认证目录和实施要求的公告》（2019 年第 44 号公告）、《市场监管总局国家认监委关于改革调整强制性产品认证目录及实施方式的公告》（2018 年第 11 号）及《市场监管总局认监委关于进一步落实强制性产品认证目录及实施方式改革的公告》（2018 年第 29 号公告），报告期内，发行人生产的汽车内外饰件产品不属于 CCC 认证目录范围，目前相关产品采用自我声明评价方式进行认证。据此，发行人主营业务无必需的或强制性的行政许可、备案、注册或者认证资质的要求。

截至本回复报告出具日，报告期内，发行人已取得的行政许可、备案、注册或者认证具体如下：

1、汽车行业质量管理体系认证

序号	持证主体	发证机构	证书编号	认证覆盖的业务范围	认证依据	获证日期	到期日期
1	发行人	上海恩可埃认证有限公司	T11997/2/0292212	注塑件的生产	IATF16949:2016	2018.02.27	2021.02.26
			T11997/2/0386496			2021.02.22	2024.02.21
2	杭州富嘉	优克斯认证（杭州）有限公司	105184/A/0001/SM/ZH	注塑件及门饰板总成的生产（不包括 8.3 产品设计）	IATF16949:2016	2019.06.07	2025.05.29
3	宜昌富强	优克斯认证（杭州）有限公司	114291/A/0001/SM/ZH	注塑件及门饰板总成的生产（不包括 8.3 产品设计）	IATF16949:2016	2021.02.25	2024.02.24

注：前述质量认证均属于自愿性认证，发行人子公司广州富强暂未开展业务，不涉及相关行政许可、备案、注册或者认证的取得。

2、排污许可资质

序号	公司主体	资质类型	证书编号	取得日期	到期日期
1	发行人	排污许可证（注 1）	4418022017008001	2019.03.22	2020.03.21
			91441802315145992w001Y	2021.05.25	2026.05.24
2		固定污染源排污登记回执（注 2）	91441802315145992w001Y	2020.01.15	2023.01.14
			91441802315145992W002Z	2023.02.03	2028.02.02
3	杭州富嘉	固定污染源排污登记回执（注 2）	91330100MA28W56G5C001Z	2020.03.20	2025.11.11
4	宜昌富强	固定污染源排污登记回执（注 2）	91420500MA493R8U9L001X	2020.05.07	2025.05.06

注 1：根据《固定污染源排污许可分类管理名录（2017 年版）》（2017 年 7 月 28 日生效，

现已失效），纳入固定污染源排污许可分类管理名录的企业事业单位和其他生产经营者，应当按照规定的时限申请并取得排污许可证；未纳入固定污染源排污许可分类管理名录的排污单位，暂不需申请排污许可证。行业类别汽车制造被纳入了固定污染源排污许可分类管理名录，其中涉及汽车整车制造、发动机生产、有电镀工艺或者有喷漆工艺且年用油性漆（含稀释剂）量 10 吨及以上的零部件和配件生产的实施重点管理；涉及改装汽车制造、低速载货汽车制造、电车制造，汽车车身、挂车制造及有喷漆工艺且年用油性漆（含稀释剂）量 10 吨以下的零部件和配件生产实施简化管理。重点管理和简化管理单位均应取得排污许可证，实施时限为 2019 年。发行人根据前述规定取得了排污许可证。

注 2：根据《固定污染源排污许可分类管理名录（2019 年版）》（2019 年 12 月 20 日生效），汽车零部件及配件制造纳入重点排污单位名录的适用重点管理，重点管理以外的年使用 10 吨级以上溶剂型涂料或者胶粘剂（含稀释剂、固化剂、清洗溶剂）适用简化管理，其中重点管理和简化管理单位均应取得排污许可证。不属于前述范围的其他污染物产生量、排放量和对环境的影响程度很小的排污单位适用登记管理，不需要申请取得排污许可证，应当取得固定污染源排污登记回执。

报告期内，发行人及其子公司均未被列入重点排污单位名录，但因发行人涂装 300 万套汽车零部件扩建项目涉及年使用 10 吨级以上溶剂型涂料或者胶粘剂的情形，适用简化管理，应当取得排污许可证，发行人就该建设项目取得了排污许可证。杭州富嘉、宜昌富强因不涉及年使用 10 吨级以上溶剂型涂料或者胶粘剂的情形，不适用重点管理及简化管理，适用登记管理，均依照规定取得了固定污染源排污登记回执。

发行人及子公司在报告期内未发生因违反有关产品质量和环境保护法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情况。

据此，发行人已取得从事主要生产经营活动所必需的全部行政许可、备案、注册或者认证等，相关资质、认证、许可的有效期可以覆盖报告期，不存在无证经营或超出许可范围开展业务情形。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人及其子公司拥有的不动产权属证书、清远市自然资源局出具的《清远市不动产登记资料查询结果证明》、杭州市规划和自然资源局钱塘分局出具的《杭州市不动产登记信息查询记录》、宜昌市不动产交易和登记中心出具的《不动产登记权属信息查询》文件，核查发行人拥有的不动产情况；

2、查阅发行人及其子公司相关借款合同及不动产抵押合同，核查相关借款涉及的金额、期限及抵押权设置情况；

3、查阅发行人及其子公司的《企业信用报告》，核查发行人及子公司是否存在不良贷款记录；

4、查阅天健会计师出具的《审计报告》，了解发行人的财务状况及偿债能力；

5、访谈发行人财务负责人，核查不动产设置抵押背景及借款的还款情况；

6、登录中国裁判文书网及中国执行信息公开网，查询发行人及其子公司是否存在与抵押资产相关的诉讼或纠纷；

7、查阅发行人租赁房产涉及的租赁合同、不动产权属证书，查阅清远市清城区石角镇田心村民委员会出具的《证明》，核查发行人租赁房产的土地性质及用途；

8、查阅控股股东、实际控制人出具的《关于房屋租赁的承诺》；

9、查阅发行人社会保险、住房公积金相关内控制度文件，查阅发行人报告期内的员工花名册、劳务派遣人员名单、社会保险缴纳明细和缴纳凭证、住房公积金缴纳明细和缴纳凭证，访谈发行人的人事负责人，核查发行人报告期内的劳务派遣用工情况及社会保险、住房公积金缴纳情况；

10、测算并分析补充足额缴纳社会保险和公积金及对发行人经营业绩的影响；

11、查阅发行人及其子公司所在地社会保险和住房公积金、人力资源和社会保障主管部门出具的证明、《信用报告（无违法违规证明版）》等文件，登录发行人及其子公司所在地的社保及住房公积金、人力资源和社会保障主管部门网站，核查发行人及子公司是否存在社会保险、住房公积金方面的违法违规行为；

12、查阅发行人控股股东富强实业、实际控制人陈茂镜和陈茂山出具的《关于劳动用工的承诺函》；

13、查阅控股股东出租厂房的租赁合同、租金收入银行回单，查阅控股股东富强实业的企业信用报告、实际控制人陈茂镜与陈茂山的个人信用报告，核查控股股东和实际控制人是否具有补缴相关社会保险、住房公积金的能力；

14、访谈发行人人事负责人，了解公司的劳务外包、劳务派遣相关情况，核查是否涉及公司核心用工岗位；

15、查阅报告期内发行人合作的劳务派遣公司营业执照、业务资质及合作协议，访谈发行人报告期内合作的主要劳务派遣公司，确认其是否与发行人股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关联方存在关联关系；

16、登录国家企业信息信用系统查询劳务派遣公司的基本情况，将其股东、董事、监事、高级管理人员与发行人股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关联方进行对比，核查是否存在重合人员；

17、登录国家企业信用信息公示系统、企查查网站，查询劳务派遣公司基本信息以及与发行人合作期间是否存在重大违法违规行为；

18、查阅发行人营业执照及公司章程，查阅发行人及其子公司取得的汽车行业质量管理体系认证证书、排污许可证等相关认证、许可文件，以及发行人出具的说明，核查发行人的经营范围和实际开展业务情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、截至报告期期末，发行人及子公司因日常经营所需向银行借款，以相关不动产设置抵押，公司经营状况、偿债能力良好，抵押权行使风险较小，不会对发行人生产经营产生重大不利影响。发行人及子公司租赁的房产涉及集体土地、不涉及划拨用地，相关房产出租人均系有权出租，租赁房产未办理租赁备案手续不影响租赁合同的有效性，且租赁房产均用于员工宿舍，不涉及发行人主要生产经营场所，发行人控股股东、实际控制人亦承诺承担发行人可能遭受的相应损失。因此，发行人前述租赁房产瑕疵，不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，不会对发行人本次发行上市构成法律障碍；

2、经测算，报告期内，如发行人被主管部门追缴社会保险和住房公积金，发行人补充足额缴纳的社会保险以及住房公积金的总金额占净利润的比例较低，对发行人报告期内经营业绩的影响较低，发行人已完善风险提示；发行人及子公司取得了相关主管部门出具的证明，不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形；根据控股股东、实际控制人的资产情况，控股

股东和实际控制人具有补缴相关社保和住房公积金的资金能力，相关承诺具备可实现性；发行人社会保险费和住房公积金相关的内控制度健全且得到有效执行；

3、报告期内，发行人曾经存在劳务派遣用工人数超过用工总量 10%的情形，发行人已按照《劳动法》《劳务派遣暂定规定》等法律法规规定规范整改，截至 2021 年、2022 年、2023 年 1-6 月期末，发行人的劳务派遣用工人数占用工总量的比例低于 10%，符合法律法规规定，发行人不存在劳务外包的用工形式，发行人及子公司取得了相关主管部门出具的证明，不存在因违反劳动用工相关法律法规而受到处罚的情形。劳务派遣人员所在岗位不涉及公司核心用工岗位，发行人与相关劳务派遣公司合作期间该等企业具备相关业务资质，不存在重大违法违规的情形。发行人及控股股东、实际控制人及其关联方与劳务派遣公司不存在关联关系或者其他利益安排；

4、截至本回复报告出具日，发行人已取得从事主要生产经营活动所必需的全部行政许可、备案、注册或者认证等，相关资质、认证、许可的有效期可以覆盖报告期，不存在无证经营或超出许可范围开展业务情形。

问题 8.关于主营业务收入

申报材料显示：

（1）报告期各期，发行人实现主营业务收入分别为 49,068.85 万元、67,553.89 万元和 103,187.30 万元；2021 年度、2022 年度，发行人收入增幅分别为 37.44%、53.24%，同行业可比公司平均收入增幅分别为 17.74%、26.61%。分产品来看，除机舱护板总成外，其他产品收入均逐年增长；其他内外饰件种类较多，报告期各期分别实现营业收入 12,533.24 万元、16,065.26 万元和 20,740.46 万元。

（2）发行人主要客户除广汽集团外，还包括广汽本田、广汽丰田等主流整车企业，小鹏汽车、合创汽车等新能源车企；发行人与部分客户约定产品价格年降条款，年降比例在 2%-6%之间。2022 年度，发行人对本田皓影、雅阁、飞度相关产品的销量均出现下滑，本田雅阁-保险杠类等产品单价变动较大；报告期各期，广汽埃安收入占新能源客户收入的比例分别为 99.93%、95.93%和 94.76%。

（3）发行人的销售模式主要为向汽车整车厂直接提供零部件的销售模式（一级模式），另有少量向汽车整车厂供应商提供零部件的销售模式（二级模式）；报告期各期，发行人一级模式的收入占比分别为 79.75%、83.91%和 91.36%。

（4）发行人 2021 年 12 月、2022 年 10-12 月等月度收入增幅较大。

（5）在指定采购情况下，发行人将相关采购作为独立购销业务（总额法）进行会计处理；报告期内，发行人存在销售返利、客户降价补差、废料销售等情况。

请发行人：

（1）说明报告期内各主要产品销量与整车车型产量的对应关系，客户向发行人采购量占各车型采购需求的比例，同类产品不同品牌车型的平均售价差异情况、差异原因及合理性，主要产品收入变动情况、变动原因及合理性；机舱护板总成收入下降的原因，主要其他内外饰件的品种及销售情况，报告期内收

入增幅较大的原因及合理性；结合具体产品、下游客户等，说明同行业可比公司的可比性，报告期内收入增幅高于同行业可比公司平均值的原因及合理性。

（2）说明与除广汽集团外其他主要客户的合作背景、发行人进入供应商名录时间、开始销售时间、合同获取方式、合同签订日期、有效期、续约条件及合同主要约定，项目定点具体情况及所处阶段、对应车型、其他竞争对手情况；关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例、报告期内实际执行情况，年降政策对发行人未来经营业绩的潜在影响；向各主要客户销售的产品构成、与整车车型的对应关系，销售单价及变动情况、销售数量与整车产销量的匹配性；本田皓影、雅阁、飞度等相关产品报告期内销量降幅较大的原因及合理性，是否存在进一步下滑的风险。

（3）说明一二级销售模式的具体情况、各自主要客户及合作模式，主要合同约定及是否存在差异，报告期内金额变动的原因及合理性。

（4）结合对主要客户销售产品及其相关车型出货量、同行业可比公司相关产品销售情况等，说明 2021 年 12 月、2022 年 10-12 月等月份收入增幅较高的原因及合理性；收入的季节性特征是否符合行业惯例、期后退换货情况，是否存在跨期确认收入的情形。

（5）说明指定采购下，发行人与客户、指定供应商的具体约定，涉及的产品及占比，结合具体合同约定、同行业可比公司情况等说明收入确认方法的准确性，是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定；销售返利、客户降价补贴和废料销售的具体情况，报告期各期金额及占比，相关会计处理及是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明针对收入截止性所履行的核查程序和核查结论，收入确认的准确性，收入确认的外部证据及其准确性、合理性。

回复：

一、发行人说明

（一）说明报告期内各主要产品销量与整车车型产量的对应关系，客户向发行人采购量占各车型采购需求的比例，同类产品不同品牌车型的平均售价差异情况、差异原因及合理性，主要产品收入变动情况、变动原因及合理性；机舱护板总成收入下降的原因，主要其他内外饰件的品种及销售情况，报告期内收入增幅较大的原因及合理性；结合具体产品、下游客户等，说明同行业可比公司的可比性，报告期内收入增幅高于同行业可比公司平均值的原因及合理性

1、说明报告期内各主要产品销量与整车车型产量的对应关系，客户向发行人采购量占各车型采购需求的比例，同类产品不同品牌车型的平均售价差异情况、差异原因及合理性，主要产品收入变动情况、变动原因及合理性

（1）说明报告期内各主要产品销量与整车车型产量的对应关系，客户向发行人采购量占各车型采购需求的比例

报告期内，公司主营业务收入主要来自门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成五大类产品。报告期内，公司上述五大类产品收入占主营业务收入的比例分别为 65.66%、67.52%、70.91%和68.89%。其中，保险杠类产品以零部件为主，涉及产品规格种类大小不一，与整车产量不具有明显的匹配关系；机舱护板总成属于选配件，且在使用过程中的拆装频率较高，备品备件及售后件较多，与整车产量不具有明显的匹配关系，因此后文将重点对其他三类产品展开分析。

报告期内，发行人各主要产品中，主要配套车型的产品销量与整车车型产量情况如下表所示：

单位：万辆、万套

主要产品类型	主要配套车型	2023 年 1-6 月			2022 年			2021 年			2020 年		
		公司产品销量	终端车型产量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比
门内饰板总成	埃安 S	10.85	11.56	93.86%	11.52	11.69	98.47%	6.29	6.92	90.95%	4.67	4.71	99.20%
	传祺 GS3	2.42	2.94	82.31%	3.61	3.19	113.20%	3.76	3.60	104.37%	4.43	4.05	109.33%
	传祺 GS5	1.18	1.16	101.72%	5.55	5.45	101.89%	3.05	3.20	95.59%	1.81	1.84	98.44%
	埃安 Y	9.37	9.58	97.81%	11.55	11.98	96.36%	2.46	3.52	69.83%	-	-	-
	传祺影豹	1.73	1.69	102.37%	5.18	4.75	109.06%	3.88	4.54	85.53%	-	-	-
挡泥板总成	本田皓影	0.53	5.32	9.96%	13.40	13.69	97.89%	20.71	16.41	126.14%	13.04	15.62	83.46%
	传祺 GS4	4.10	3.80	107.89%	7.56	7.30	103.51%	7.90	6.46	122.28%	12.45	12.69	98.10%
	埃安 S	11.76	11.56	101.73%	11.43	11.69	97.72%	7.77	6.92	112.30%	5.43	4.71	115.25%
	本田飞度	2.67	3.09	86.41%	7.61	7.27	104.80%	11.91	9.53	124.90%	1.48	6.24	23.77%
	传祺 GS3	2.51	2.94	85.37%	3.77	3.19	118.19%	3.89	3.60	108.14%	4.62	4.05	113.96%
	埃安 Y	9.59	9.58	100.10%	11.95	11.98	99.70%	3.16	3.52	89.79%	-	-	-
	传祺 GS5	1.26	1.16	108.62%	5.71	5.45	104.89%	3.15	3.20	98.58%	1.93	1.84	104.66%
雨刮盖板总成	本田皓影	0.45	5.32	8.46%	13.27	13.69	96.96%	18.05	16.41	109.95%	15.48	15.62	99.10%
	传祺 GS4	3.93	3.80	103.42%	7.57	7.30	103.64%	7.93	6.46	122.67%	12.57	12.69	99.04%
	埃安 S	10.97	11.56	94.90%	11.22	11.69	95.97%	7.54	6.92	108.93%	5.43	4.71	115.39%
	本田飞度	3.01	3.09	97.41%	7.69	7.27	105.85%	13.49	9.53	141.54%	0.15	6.24	2.39%
	传祺 GM8	5.13	3.55	144.51%	6.24	6.39	97.75%	6.82	7.28	93.66%	2.83	3.25	87.11%
	传祺 GS3	2.45	2.94	83.33%	3.66	3.19	114.93%	3.81	3.60	105.82%	4.51	4.05	111.25%
	埃安 Y	9.30	9.58	97.08%	12.42	11.98	103.65%	3.13	3.52	89.09%	-	-	-

注：
1、车型产量数据来自于 Marklines 数据库，为国内产量数据；
2、上表列示的报告期内各类产品主要配套车型销量合计占该类产品销量的比例达 70%；
3、上表中，公司产品销量已按套数折算。

上表中，部分年度部分车型发行人总成产品销量略大于车型产销量，主要原因系客户库存、客户生产损耗、或作为备品备件售后件使用，同时受公司产品销售与整车生产出库存在一定时间差等因素影响，该项比例在 100%左右存在一定波动，整体差异率较小，具有合理性。

报告期内，发行人各主要产品销量与整车车型产量之间存在明确合理的对应关系，不存在明显差异。针对各类主要产品，客户向发行人采购量占各车型同类产品采购需求的比例较高。

（2）同类产品不同品牌车型的平均售价差异情况、差异原因及合理性

发行人产品种类众多，即便是同类型产品，因适配不同客户和车型，在产品成本构成、形态、工艺流程、报价策略等方面均存在差异，故而销售价格存在一定差异。关于同类产品不同品牌车型的平均售价差异情况、差异原因及合理性分析请参见本回复报告“问题 2.关于第一大客户广汽集团”之“一（二）2、同类产品不同客户及不同车型的销售价格及变动趋势的差异情况、差异原因及合理性”。

（3）主要产品收入变动情况、变动原因及合理性；机舱护板总成收入下降的原因

1）门内饰板总成

报告期内，公司门内饰板总成销售收入分别为 18,683.49 万元、26,957.18 万元、50,147.43 万元和 30,869.77 万元，持续增长，主要配套广汽埃安 S、Y 和 V 等系列车型，以及广汽乘用车的传祺 P5（影豹）和 GS 系列。以上终端车型在报告期内均有不同幅度的产、销量增长，根据广汽集团公开披露的产销快报，报告期内，广汽埃安汽车产量分别为 5.99 万辆、12.14 万辆、27.35 万辆和 21.67 万辆，增长较快；广汽乘用车汽车产量分别为 28.53 万辆、32.32 万辆、37.35 万辆和 18.18 万辆，保持增长。下游客户汽车产量增长带动公司门内饰板总成配套产品收入增长。

2）挡泥板总成

报告期内，公司挡泥板总收入分别为 5,509.66 万元、7,785.89 万元、10,023.31 万元和 5,538.84 万元，主要配套本田、埃安和传祺各车型。2021 年，挡泥板总成收入增长，主要系埃安 S、埃安 Y 和本田皓影车型的配套收入增长所致；2022 年，随着埃安 S、埃安 Y 等终端车型产销量的持续增长，挡泥板配套产品收入保持增长，同期新量产车型本田型格销量增长，亦带动挡泥板总成收入提升。

3）保险杠类产品

报告期内，公司保险杠类产品收入分别为 3,826.46 万元、5,579.60 万元、6,775.62 万元和 4,650.55 万元，主要配套车型种类较多，不同期间产品结构变

化较大。2021 年，保险杠类产品收入增加，主要系配套国际某知名电动车汽车企业和本田飞度产品收入提升。2022 年，国际某知名电动车汽车企业车型因为终端客户切换供应商，公司配套收入下滑，而合创 Z03、本田型格和埃安 Y 等车型在当年度市场销量增长，带动保险杠类产品收入总体保持增长。

4）雨刮盖板总成

报告期内，公司雨刮盖板总成收入分别为2,471.31 万元、3,695.56 万元、4,036.06 万元和 1,967.34 万元，主要配套本田、埃安和传祺各车型，不同期间产品结构变化较大。2021 年，雨刮盖板收入增加，主要系配套本田飞度、埃安 Y 等车型产品收入提升。2022 年，埃安 S、Y 系列终端车型销量增长，相关配套产品收入增长；本田皓影、飞度等终端车型销量下降，相关配套产品收入下降，雨刮盖板总成总体收入较 2021 年小幅增长。

5）机舱护板总成

报告期内，公司机舱护板总成收入分别为 1,727.28 万元、1,594.28 万元、2,183.48 万元和 601.31 万元，主要配套传祺、小鹏等车型。2021 年，公司机舱护板产品原有配套车型传祺 GS5、GS3 配套产品需求量下降，同时当期新车型需求量未体现，故机舱护板总成收入较 2020 年略有下降。2022 年，机舱护板总成收入较 2021 年增加，主要系新增车型小鹏 P5 和小鹏 G3I 产生收入，同时传祺 GS5、GS8 配套产品收入增加所致。

综上，公司各产品的收入变动主要随配套终端车型的产销量影响，报告期内公司收入增长主要来源于配套广汽埃安与广汽乘用车的相关车型产品收入增加所致。

2、主要其他内外饰件的品种及销售情况，报告期内收入增幅较大的原因及合理性

公司主营业务产品种类众多，且同一类产品中存在多种不同型号，由于不同型号的产品一般适配不同车型或同一车型的不同车系，因此各型号的产品在产品设计、工艺流程及材料结构上均有所差异。报告期内，公司各类型产品型号超过 3,900 个，并适配超过 140 种车型（含同一车型的改款），产品单位跨度范围较大。从产品结构看，公司的主营业务收入主要来自于门内饰板总成、挡

泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成以及模具收入，以上收入合计占公司主营业务收入的比重分别为 74.46%、76.22%、79.90%和79.47%，占比较高且逐步提升。公司其他内外饰件主要包括座椅类、车灯类、轮眉类、立柱类、副仪表板类、导流板类、衣帽架类等，种类较多、平均单价较低，其他内外饰件主要收入构成如下：

单位：万元

产品	2023年1-6月		2022年		2021年		2020年	
	收入	占主营业务收入比例	收入	占主营业务收入比例	收入	占主营业务收入比例	收入	占主营业务收入比例
座椅类配件	952.93	1.50%	3,066.98	2.97%	3,684.94	5.45%	3,478.80	7.09%
轮眉类配件	581.00	0.92%	2,352.46	2.28%	1,646.40	2.44%	812.3	1.66%
仪表板类	1,112.22	1.76%	1,817.16	1.76%	1,334.63	1.98%	743.31	1.51%
立柱类配件	1,405.65	2.22%	1,755.50	1.70%	1,019.99	1.51%	992.02	2.02%
车身外饰件	1,263.82	2.00%	1,725.55	1.67%	872.12	1.29%	487.76	0.99%
衣帽架总成	1,080.65	1.71%	1,142.12	1.11%	768.03	1.14%	564.25	1.15%
车灯类配件	232.27	0.37%	1,032.27	1.00%	1,474.79	2.18%	1,075.50	2.19%
其他	6,372.75	10.06%	7,848.41	7.61%	5,264.35	7.79%	4,379.29	8.92%
其他内外饰件合计	**13,001.30**	**20.53%**	**20,740.46**	**20.10%**	**16,065.26**	**23.78%**	**12,533.24**	**25.54%**

公司其他内外饰件产品种类较多，较为分散。其他内外饰件的其他产品还包含导流板、盖板总成、发动机周边配件、底护板、门槛类配件、蓄电池托盘、支架类、支撑板、翼子板等类别的产品，种类繁多，类别金额小计均小于 1,000 万元，占主营业务收入比例低于 1.00%，单独列示的必要性低。

报告期内，其他内外饰件产品收入分别为 12,533.24 万元、16,065.26 万元、20,740.46 万元和 13,001.30 万元，和公司总体收入保持同向增长趋势。

2021 年较 2020 年其他内外饰件产品收入增加 3,532.02 万元，主要系：1）轮眉类配件收入增长 834.10 万元，主要系配套本田皓影车型产品收入上升；2）仪表板类收入增加 591.32 万元，主要系埃安 Y、本田飞度在当年量产，新增需求量带动产品收入上升；3）车身外饰件收入增长 384.36 万元，主要系传祺 GS5 以及当年度新量产车系埃安 Y 带动产品收入上升所致；4）车灯配件类收入增长 399.29 万元，主要系本田皓影车型产品收入上升；5）其他内外饰件的

其他产品增加 885.06 万元，公司当年度新量产本田飞度车型，销售顶板总成、内盖、电池壳、导流板等多种产品收入增长；新接车型传祺 P5（影豹）、i-con 车型，销售门槛类、装饰板产品、内后视镜装饰盖、拉手螺栓饰盖等产品收入增长所致。

2022 年较 2021 年其他内外饰件产品收入增加 4,675.20 万元，主要系：1）轮眉类配件增加 706.06 万元，主要系 2021 年合创 Z03、传祺 GS5 轮眉产品收入增加所致；2）仪表板类增加 482.53 万元，主要系埃安 Y 车型 2022 年销量大幅上涨，带动公司配套产品收入上升；3）立柱类配件增加 735.51 万元，主要系 2022 年新承接传祺 GS8 和传祺 GS3 的立柱装饰板；4）车身外饰件增加 853.43 万元，主要系新量产车型合创 Z03 车型、埃安 Y 车型销量增加带动产品收入增加所致；5）其他内外饰件的其他产品增加 2,584.06 万元，主要是因为：当年度公司向埃安 Y 配套扰流板和门槛类产品收入增长；向本田思域配套各类型支架和内外盖板等产品收入增长；向合创 Z03 配套扰流板、充电口总成等产品收入增长。

综上，报告期内公司其他内外饰件产品收入的增长，主要系相关终端车型需求带动所致，具有合理性。

3、结合具体产品、下游客户等，说明同行业可比公司的可比性，报告期内收入增幅高于同行业可比公司平均值的原因及合理性

（1）结合具体产品、下游客户等，说明同行业可比公司的可比性

公司系主要从事汽车内外饰件研发、生产和销售业务的国家级高新技术企业，主要产品包括汽车门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等汽车内外饰件，以及精密注塑模具等。经过多年积累，公司已与国内多家主流整车厂和汽车零部件供应商建立稳定的合作关系。公司的客户群体不仅包括主流整车企业如广汽乘用车、广汽本田、广汽丰田，还包括广汽埃安、小鹏汽车、合创汽车、零跑汽车、某国际一流新能源车企等知名新能源汽车整车厂，以及提爱思、河西、广爱兴、林骏等知名汽车内外饰件企业。

公司基于自身业务情况，综合考量了主要产品、应用领域及下游客户等情

况，选取了唯科科技、常熟汽饰、新泉股份、神通科技、肇民科技、东箭科技、福赛科技等从事汽车内外饰件产品生产的企业作为可比公司。发行人与同行业可比公司主要产品、生产工艺、应用领域及主要客户等情况对比如下：

可比公司	主要产品收入构成分类	主要生产工艺	主要客户[注]	主要客户性质
新泉股份	仪表板总成、门内护板总成等	注塑成型、面料模压贴覆、热柳焊接、总装等	吉利汽车、国际某知名电动车汽车企业、奇瑞汽车、上汽集团、比亚迪等	整车厂为主
常熟汽饰	门内护板、仪表板、天窗遮阳板等	注塑成型、面料喷胶复合、超声波焊接或热柳焊接、总装等	奇瑞汽车（整车厂）、安通林集团（汽车零部件）一汽大众（整车厂）、长春派格（汽车零部件）、理想汽车（整车厂）等	整车厂及汽车一级供应商
神通科技	饰件系统、动力系统、模具类	注塑成型、超声波焊接、总装等	上汽通用、中国一汽、上汽集团、大众汽车、长城汽车等	整车厂为主
肇民科技	精密注塑件、精密注塑模具	注塑成型、总装等	康明斯（汽车零部件）、莱顿（汽车零部件）、远景汽配（汽车零部件）、日本特殊陶业（汽车零部件）、A.O.史密斯（家用电器）等	以汽车一级供应商为主，同时涉足家电企业
东箭科技	车侧承载装饰系统产品；车辆前后防护系统产品；车辆其他系统产品；车载互联智能机电系统产品；车顶转载系统产品	注塑成型、总装等	汽车后装市场的知名品牌商、汽车经销商、汽车改装美容店等，也包括面向汽车前装市场的整车厂、汽车零部件配套供应商	以后装市场为主
唯科科技	注塑产品、精密模具、健康产品	注塑成型、总装等	均胜电子（汽车零部件）、盈趣集团（消费电子）、晨北集团（家电）、康普集团（通讯）、威卢克斯集团（家居）等	唯科科技下游客户包括汽车一级供应商、电子、家居等
福赛科技	空调出风口系统、车门内开把手、杯托、储物盒、主仪表板内饰面板、副仪表板内饰面板、	注塑成型、表面处理、总装等	马瑞利（汽车零部件）、长城汽车（整车厂）、新泉股份（汽车零部件）、延锋汽饰	整车厂、汽车一级供应商

可比公司	主要产品收入构成分类	主要生产工艺	主要客户[注]	主要客户性质
	车内饰面板、装饰圈及装饰条		（汽车零部件）、大协西川（汽车零部件）等	
富强科技	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成	注塑成型、面料全自动真空层压、超声波熔合、超声波焊棉、烘干固化、总装等	广汽集团（整车厂）、广汽本田（整车厂）、提爱思（汽车零部件）、合创汽车（整车厂）、河西（汽车零部件）等	以整车厂为主，涉及部分汽车一级供应商

注：同行业公司主要客户系根据其披露的招股说明书或募集说明书摘录

由上表可知，上述同行业可比上市公司均主要从事汽车内外饰注塑件或汽车行业精密注塑模具的生产与销售，主要生产工艺类似，且以整车厂、一级供应商等作为主要客户，与公司业务具备一定的相似性和可比性。

（2）报告期内收入增幅高于同行业可比公司平均值的原因及合理性

从同行业可比公司来看，2020 年至 2022 年，发行人可比公司营业收入均值呈现上升趋势，与发行人的收入增长趋势不存在较大差异。因不同零部件公司面向的整车厂客户不同，而不同整车厂的销售业绩存在一定差异，且不同零部件公司自身的经营情况及销售策略存在一定差异，导致增幅与发行人存在一定差异，但整体呈现一致的增长趋势。

股票代码	公司简称	营业收入（万元）			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
603179.SH	新泉股份	463,217.60	694,669.50	461,270.00	368,048.92
603035.SH	常熟汽饰	184,075.06	366,567.22	266,271.92	221,789.01
605228.SH	神通科技	68,197.95	142,883.68	137,869.07	148,633.62
301000.SZ	肇民科技	28,774.35	53,459.05	58,439.03	49,505.70
300978.SZ	东箭科技	89,798.63	176,717.71	163,631.64	147,525.22
301196.SZ	唯科科技	52,500.03	95,809.77	115,914.59	91,053.54
301529.SZ	福赛科技	40,279.50	69,331.57	59,928.09	46,417.41
可比公司平均值		**132,406.16**	**228,491.21**	**180,474.91**	**153,281.92**
可比公司平均同比增幅		35.94%	26.61%	17.74%	-
其中：常熟汽饰同比增幅		19.79%	37.67%	20.06%	-
新泉股份同比增幅		64.66%	50.60%	25.33%	-
发行人		**63,850.99**	**103,790.34**	**67,731.13**	**49,281.27**

股票代码	公司简称	营业收入（万元）			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
发行人同比增幅		56.33%	53.24%	37.44%	-

综上，发行人报告期收入增长的原因主要系广汽埃安、广汽乘用车主要产品的销量增长所致，具有合理性。同行业公司中，新泉股份、常熟汽饰这两家龙头企业也保持了快速增长，在收入规模是富强科技的 3-6 倍的基础上，其增速仍然保持在 20%-60%区间，与富强科技增速相仿。报告期内，发行人与同行业可比公司的收入波动趋势一致，整体均呈现增长趋势，具有合理性。

（二）说明与除广汽集团外其他主要客户的合作背景、发行人进入供应商名录时间、开始销售时间、合同获取方式、合同签订日期、有效期、续约条件及合同主要约定，项目定点具体情况及所处阶段、对应车型、其他竞争对手情况；关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例、报告期内实际执行情况，年降政策对发行人未来经营业绩的潜在影响；向各主要客户销售的产品构成、与整车车型的对应关系，销售单价及变动情况、销售数量与整车产销量的匹配性；本田皓影、雅阁、飞度等相关产品报告期内销量降幅较大的原因及合理性，是否存在进一步下滑的风险

1、说明与除广汽集团外其他主要客户的合作背景、发行人进入供应商名录时间、开始销售时间、合同获取方式、合同签订日期、有效期、续约条件及合同主要约定，项目定点具体情况及所处阶段、对应车型、其他竞争对手情况

发行人与除广汽集团外的报告期内前五大客户的合作情况如下：

	广汽本田	合创汽车	提爱思	广爱兴	河西	林骏	小鹏汽车
合作背景	广汽本田、提爱思、广爱兴、林骏均为广州地区的整车厂或一级零部件供应商，出于本地化响应速度较快、节约成本等因素考虑，与发行人的控股股东富强实业建立合作关系，2018-2019 年期间与发行人建立合作关系 合创汽车、小鹏汽车位于广州，从看重本地化响应、以及发行人服务珠三角主要整车厂经验等因素考虑，与发行人建立合作关系						
发行人进入供应商名录时间	2018 年 3 月	2019 年 5 月	2019 年 8 月	2018 年 3 月	2019 年 10 月	2016 年 10 月	2021 年 3 月
开始销售时间	2018 年 4 月	2019 年 8 月	2019 年 9 月	2019 年 5 月	2020 年 2 月	2016 年 12 月	2021 年 6 月
合同获取方式	竞争性谈判	竞争性谈判	竞争性谈判	竞争性谈判	竞争性谈判	竞争性谈判	竞争性谈判

	广汽本田	合创汽车	提爱思	广爱兴	河西	林骏	小鹏汽车
合同签订日期	经广汽本田同意，自2018年3月1日起，富强实业与广汽本田原有的销售合同和订单涉及的权利义务转予富强有限	2019年6月	经提爱思同意，自2019年8月1日起，富强实业与提爱思原有的销售合同和订单涉及的权利义务转予富强有限	经广爱兴同意，自2019年4月1日起，富强实业与广爱兴原有的销售合同和订单涉及的权利义务转予富强有限	经河西同意，自2019年10月16日起，富强实业与河西原有的销售合同和订单涉及的权利义务转予富强有限	经林骏同意，自2016年10月1日起，富强实业与林骏原有的销售合同和订单涉及的权利义务转予富强有限	2021年4月
有效期	至双方解除合约止	2022年重新签订合同，有效期为十年	1年（为自动续期合同，故尚在有效期内）	2021年重新签订合同，至双方解除合约止	至双方解除合约止	后重新签订合同，最新至2021年12月31日（为自动续期合同，故尚在有效期内）	至2023年12月31日止（为自动续期合同）
续约条件及合同主要约定	距期满的2个月以前，若双方均无任何意思表示，自动延长1年	距期满的2个月以前，若双方均无异议，自动延续1年	在期满3个月前，若双方没有发表任何意见，自动延续1年	合同有效期间自签订之日起生效至双方解除合约止	除一方在距期限届满前九十天以前以书面形式通知对方不延长外，合同自动延长1年	在期限届满2个月以前，若双方均无任何表示，自动顺延1年	在期限届满之前90日内，若双方均未以书面形式通知对方不延长，自动延长1年
项目定点具体情况及所处阶段	已量产：皓影、雅阁等10款车型； 已取得定点通知书、尚未量产：1款车型	已量产：Z03、A06等2款车型； 已取得定点通知书、尚未量产：2款车型	已量产：冠道、奥德赛等8款车型	已量产：雅阁、皓影等4款车型	已量产：轩逸、骐达等3款车型	已量产：凯美瑞、冠道等3款车型	已量产：小鹏G3I、P5、P7I、G6等4款车型 已取得定点通知书、尚未量产：1款车型
对应车型	皓影、雅阁等10款车型	Z03、A06等2款车型	冠道、奥德赛等8款车型	雅阁、皓影等4款车型	轩逸、骐达等3款车型	凯美瑞、冠道等3款车型	小鹏G3I、P5、P7I、G6等4款车型
其他竞争对手情况	宁波一彬电子科技股份有限公司、广东一彬汽车零部件有限公司、富诚汽车零部件清远有限公司、广州中新汽车零部件有限公司、广州维思车用部件有限公司等	佛山新泉汽车饰件有限公司、江苏新昌汽车部件有限公司等	广州铭祥汽车零部件有限公司、东莞市繁荣塑胶模具有限公司等	东莞市繁荣塑胶模具有限公司等	广东东亚电器有限公司、广州毅达塑胶五金模具有限公司等	佛山市盈昊汽车零部件有限公司等	延锋彼欧汽车外饰系统有限公司、佛山派阁汽车塑料技术有限公司、江苏永成汽车零部件股份有限公司

注：表格中的开始销售时间为首次对账开票时间。

2、关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例、报告期内实际执行情况，年降政策对发行人未来经营业绩的潜在影响

（1）关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例、报告期内公司年降的实际执行情况

公司与报告期各期前五大客户针对年降政策没有具体的合同约定，年降政策系汽车行业多年来形成的行业惯例。一款车型推出后，一般会有数年的换代周期，在竞争激烈的汽车行业，整车厂为维持整车价格优势和降低整车成本，一般通过年降的方式向其供应商传导降本压力。报告期内，公司与主要客户关于产品年降安排主要根据行业惯例开展，实际执行过程中具体年降政策以及是否执行年降、年降的车型、幅度、金额等由公司与客户充分协商后确定，每年针对当年度的年降政策进行谈判。公司与整车厂客户洽谈年降政策过程中，一般首先由客户提出需要年降的车型范围和年降比率，公司综合客户提出的年降需求和公司自身的经营目标与客户进行多轮谈判后确定当年度的年降政策。报告期内，公司主要产品年降幅度在 2%-6%之间。

年降政策是汽车制造业的行业惯例，年降政策的具体内容和执行受市场需求变化、客户年度采购计划及双方谈判结果等多种因素影响。近期在审及上市汽车制造业企业关于年降政策相关情况描述如下：

同汽车制造业公司名称及上市审核进度	年降情况
福赛科技（已发行，证券代码：301529）	年降系汽车行业的行业惯例，通常一级供应商会根据自身的技术方案、成本估算，并考虑市场价格及与客户的合作历史情况，综合评估定价并提出报价。整车厂根据一级供应商的报价条件进行审核，审核完成后约定供货周期、供货价格、年降计划等条款，一级供应商根据与整车厂的年降约定，在报价时与公司约定年降条款。通常而言，年降条款一般为“3 年每年计划降价 3%”、“5 年每年计划降价 3%”等，在实际执行中，公司基于年降计划并与客户协商谈判后确定最终调整后的年度价格。
大明电子（已问询）	公司与下游客户的年降安排系根据框架协议或行业惯例开展。公司与部分主要客户对于量产产品价格一般在每年年末开始协商调整，根据行业惯例，基于项目需求爬坡放量、原材料供应链改善、生产工艺改善等因素，客户与供应商每年年末协商执行的价格调整以价格下降为主，从而有助于提升下游客户整车产品的终端市场竞争力。报告期内，实际执行过程中具体年降政策以及是否执行年降、年降的产品型号、幅度、金额等由公司与客户充分协商后确定，多数产品年降幅度在 3%以内。

同汽车制造业公司名称及上市审核进度	年降情况
福尔达（上市委会议通过）	公司配套的零部件产品量产后通常会存在一定年限的价格年降，具体年降政策以及是否执行年降、年降的产品和幅度等具体执行情况由公司与客户协商确定，通常在 3-5 年左右的降价期限后具体产品的年降政策不再执行。公司综合考虑后续订单情况、原材料价格变动等因素后，与客户协商确定实际执行的年降比例，整体年降幅度通常在 3%-5%左右。
正恒动力（上市委会议通过）	报告期内，发行人与部分客户在合同中明确约定并执行了价格年降，多数产品年降幅度在 1%-5%之间，在后期实际执行过程中，发行人会依据自身生产情况、原材料价格波动情况等与客户进行协商，故而也存在未执行年降条款的情况。
维科精密（已发行，证券代码：301499）	发行人与客户签署的框架协议未约定年降条款，部分项目在定点信等相关文件约定年降安排。具体执行时参照行业惯例，每年末谈判一次，确定下一年产品销售价格，下游客户拥有执行或不执行年降政策的权利，年降金额由双方充分沟通后确认。
富特科技**（提交注册）**	根据行业惯例，基于项目需求爬坡放量、原材料供应链改善、生产工艺改善等因素，客户与供应商每年年末协商执行的价格调整以价格下降为主。在主要原材料如芯片等因市场原因涨幅较大情况下，公司亦将与客户协商缩小或取消年降。

由上表可知，汽车制造业的年降政策最终主要是依据惯例和购销双方协商确定：存在未在合同约定具体年降政策，依靠行业惯例和购销双方协商确定年降政策的情况；也存在合同中约定年降，但是实际是否执行仍需购销双方协商确定的情况。

综上所述，公司与主要客户关于产品年降的实际执行情况符合行业惯例。

现就主要产品的年降情况进行分析，其中广汽埃安和广汽乘用车的年降情况已在本回复报告“问题 2.关于第一大客户广汽集团”之“一（四）说明与广汽埃安、广汽乘用车关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例，报告期内年降政策的实际执行情况，年降政策对发行人未来经营业绩的潜在影响”进行了说明。

报告期内，公司按产品大类口径的年降情况如下表所示：

单位：产品收入和年降金额为万元、单价为元/套

项 目		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
门内饰板总成	产品收入	30,869.77	50,147.43	26,957.18	18,683.49
	年降金额	-1,120.09	-988.32	-384.70	-192.48
	年降金额/产品收入	-3.63%	-1.97%	-1.43%	-1.03%
	产品平均单价	982.82	1,086.08	1,162.24	1,268.66
挡泥板总成	产品收入	5,538.84	10,023.31	7,785.89	5,509.66

项 目		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
	年降金额	-192.55	-261.48	-239.65	-185.15
	年降金额/产品收入	-3.48%	-2.61%	-3.08%	-3.36%
	产品平均单价	115.14	110.65	105.46	113.28
雨刮盖板总成	产品收入	1,967.34	4,036.06	3,695.56	2,471.31
	年降金额	-45.87	-199.25	-74.42	-38.82
	年降金额/产品收入	-2.33%	-4.94%	-2.01%	-1.57%
	产品平均单价	38.84	43.94	48.96	51.63
机舱护板总成	产品收入	601.31	2,183.48	1,594.28	1,727.28
	年降金额	-27.79	-65.60	-36.27	-105.39
	年降金额/产品收入	-4.62%	-3.00%	-2.28%	-6.10%
	产品平均单价	21.54	44.40	45.88	54.09
保险杠类产品	产品收入	4,650.55	6,775.62	5,579.60	3,826.46
	年降金额	-203.11	-52.38	-491.06	-7.75
	年降金额/产品收入	-4.37%	-0.77%	-8.80%	-0.20%
	产品平均单价	17.04	16.25	16.39	17.20
其他	产品收入	13,001.30	20,740.46	16,065.26	12,533.24
	年降金额	-567.84	-367.09	-508.02	-185.04
	年降金额/产品收入	-4.37%	-1.77%	-3.16%	-1.48%
合 计	**产品收入**	**56,629.11**	**93,906.36**	**61,677.77**	**44,751.42**
	年降金额	**-2,157.25**	**-1,934.11**	**-1,734.13**	**-714.63**
	年降金额/合并收入	**-3.81%**	**-2.06%**	**-2.81%**	**-1.60%**

注：部分产品存在年降但平均单价未下降，主要系：1）该产品涉及车型种类较多，因配置等定制化因素差异，产品单价存在较大跨度，存在不同年度间收入结构变化的影响；2）同时，部分新产品未参与年降，导致个别车型的单价未呈现同步下降

由上表可知，公司报告期内主要产品的年降比例基本在 2%-6%之间，与公司实际业务和行业惯例基本保持一致。其中，保险杠类产品 2021 年年降比例为 8.80%，较其他主要产品各年份的年降比例高，主要原因如下：三梯模具向公司主要采购前保导流板，分类为保险杠类产品，最终配套国际某知名电动车汽车企业车型，价格谈判空间较小、年降金额较大，2021 年度前保导流板销售单价较 2020 年下滑了 11.80%，导致保险杠类产品年降比例较大。

根据行业惯例和公司多年来的实践经验，一款新车型新车系推出后，第一年由于市场预期较高一般不会有年降，待第二年开始由于市场上不同品牌车企

陆续推出新的车型，整车厂为保持持续盈利水平和市场竞争优势地位，会对整车进行一定的降价销售，并同步让供应商进行年降，年降持续时间一般在 3-5 年不等，具体需要根据车型的市场销售情况以及整车厂的产销战略调整等因素综合考虑。

（2）年降政策对公司未来经营业绩的潜在影响

年降政策对公司未来经营业绩的潜在影响已在本回复报告“问题 2.关于第一大客户广汽集团”之“一（四）说明与广汽埃安、广汽乘用车关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例，报告期内年降政策的实际执行情况，年降政策对发行人未来经营业绩的潜在影响”进行了说明。

3、向各主要客户销售的产品构成、与整车车型的对应关系，销售单价及变动情况、销售数量与整车产销量的匹配性

发行人报告期内前五大客户中，主要整车厂客户包括广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田。报告期内，发行人向上述三个客户的销售收入合计占总营业收入的比例分别达到 76.78%、81.16%、88.29%和 90.56%，为发行人主要客户。

报告期内，公司向各主要客户销售的产品构成、与整车车型的对应关系，销售单价及变动情况、销售数量与整车产销量的匹配情况如下：

（1）广汽埃安

报告期内，公司向广汽埃安销售的产品主要为门内饰板总成、挡泥板总成和雨刮盖板总成，以上产品收入占公司对广汽埃安主营业务产品收入的比例分别为 87.90%、84.57%、84.51%和 78.45%。

由于汽车车身的主要结构保持一致，发行人主要总成产品与整车车型具有明确的对应关系，例如门内饰板总成、挡泥板与整车车型的数量配比关系为 4:1，雨刮盖板与整车车型的数量配比关系为 1:1。在对发行人主要总成产品的销售数量与整车产销量进行匹配时，按套数进行折算处理，产品销量与终端车型产销量的配比关系调整为 1:1。向其他客户销售的产品的对应关系亦同。

报告期内，发行人向广汽埃安销售的主要产品的销售单价及变动情况分析

参见本回复报告“问题 2.关于第一大客户广汽集团”之“一（二）1、广汽埃安、广汽乘用车主要产品单价变动情况、变动原因及合理性”。

报告期内，发行人向广汽埃安销售的主要总成产品的销售数量与整车产销量的匹配关系如下表所示：

单位：万辆、万套

主要产品类型	主要配套车型	2023 年 1-6 月					2022 年					2021 年					2020 年				
		公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比
门内饰板总成	埃安 S	10.85	11.56	93.86%	11.46	94.68%	11.52	11.69	98.47%	11.57	99.55%	6.29	6.92	90.95%	6.92	90.90%	4.67	4.71	99.20%	4.61	101.32%
	埃安 Y	9.37	9.58	97.81%	9.10	102.97%	11.55	11.98	96.36%	11.97	96.47%	2.46	3.52	69.83%	3.41	72.01%	-	-	-	-	-
	埃安 V	0.32	0.34	94.12%	0.35	91.43%	3.71	3.27	113.49%	3.18	116.56%	1.41	1.61	87.66%	1.58	88.94%	0.95	1.09	87.84%	1.07	89.02%
	合计	**20.54**	**21.48**	**95.62%**	**20.91**	**98.23%**	**26.77**	**26.95**	**99.35%**	**26.72**	**100.20%**	**10.16**	**12.04**	**84.34%**	**11.92**	**85.23%**	**5.62**	**5.79**	**97.07%**	**5.68**	**99.00%**
挡泥板总成	埃安 S	11.76	11.56	101.73%	11.46	102.62%	11.43	11.69	97.72%	11.57	98.79%	7.77	6.92	112.30%	6.92	112.24%	5.43	4.71	115.25%	4.61	117.71%
	埃安 Y	9.59	9.58	100.10%	9.10	105.38%	11.95	11.98	99.70%	11.97	99.82%	3.16	3.52	89.79%	3.41	92.60%	-	-	-	-	-
	埃安 V	0.35	0.34	102.94%	0.35	100.00%	3.56	3.27	109.02%	3.18	111.97%	1.60	1.61	99.59%	1.58	101.04%	0.96	1.09	88.76%	1.07	89.95%
	合计	**21.70**	**21.48**	**101.02%**	**20.91**	**103.78%**	**26.94**	**26.95**	**99.97%**	**26.72**	**100.82%**	**12.53**	**12.04**	**104.03%**	**11.92**	**105.13%**	**6.39**	**5.79**	**110.29%**	**5.68**	**112.48%**
雨刮盖板总成	埃安 S	10.97	11.56	94.90%	11.46	95.72%	11.22	11.69	95.97%	11.57	97.02%	7.54	6.92	108.93%	6.92	108.87%	5.43	4.71	115.39%	4.61	117.85%
	埃安 Y	9.30	9.58	97.08%	9.10	102.20%	12.42	11.98	103.65%	11.97	103.78%	3.13	3.52	89.09%	3.41	91.87%	-	-	-	-	-
	埃安 V	0.26	0.34	76.47%	0.35	74.29%	3.82	3.27	116.87%	3.18	120.03%	1.54	1.61	95.76%	1.58	97.16%	0.91	1.09	84.29%	1.07	85.42%
	合计	**20.53**	**21.48**	**95.58%**	**20.91**	**98.18%**	**27.47**	**26.95**	**101.92%**	**26.72**	**102.79%**	**12.21**	**12.04**	**101.38%**	**11.92**	**102.45%**	**6.35**	**5.79**	**109.56%**	**5.68**	**111.73%**

注：1、车型产销量数据来自于 Marklines 数据库，为国内产销量数据；

2、上表中，部分年度部分车型发行人总成产品销量略大于车型产销量，主要原因系客户库存、客户生产损耗、或作为备品备件售后件使用，同时受公司产品销售与整车生产出库存在一定时间差等因素影响，该项比例在 100%左右存在一定波动，整体差异率较小，具有合理性。

如上表所示，报告期内，发行人向广汽埃安销售的主要总成产品的销售数量与整车产销量具有明确合理的对应关系，二者相匹配。广汽埃安各主要车型的门内饰板总成、挡泥板总成、雨刮盖板总成等产品主要由发行人供应。

（2）广汽乘用车

报告期内，公司向广汽乘用车销售的产品主要为门内饰板总成、挡泥板总成、雨刮盖板总成和机舱护板总成，以上产品收入占公司对广汽乘用车主营业务产品收入的比例分别为 84.01%、88.45%、77.86%和 64.52%。

报告期内，发行人向广汽乘用车销售的主要产品的销售单价及变动情况分析参见本回复报告“问题 2.关于第一大客户广汽集团”之“一（二）1、广汽埃安、广汽乘用车主要产品单价变动情况、变动原因及合理性”。

报告期内，发行人向广汽乘用车销售的主要总成产品的销售数量与整车产销量的匹配关系如下表所示：

单位：万辆、万套

主要产品类型	主要配套车型	2023 年 1-6 月					2022 年					2021 年					2020 年				
		公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比
门内饰板总成	传祺 GS3	2.42	2.94	82.31%	2.95	82.03%	3.61	3.19	113.20%	3.16	114.13%	3.76	3.60	104.37%	3.65	102.88%	4.43	4.05	109.33%	4.34	102.11%
	传祺 GS5	1.18	1.16	101.72%	1.21	97.52%	5.55	5.45	101.89%	5.24	105.99%	3.05	3.20	95.59%	3.25	94.00%	1.81	1.84	98.44%	1.86	97.39%
	传祺影豹	1.73	1.69	102.37%	1.96	88.27%	5.18	4.75	109.06%	4.58	113.00%	3.88	4.54	85.53%	4.38	88.71%	-	-	-	-	-
	合计	**5.33**	**5.79**	**92.06%**	**6.12**	**87.09%**	**14.34**	**13.38**	**107.12%**	**12.98**	**110.45%**	**10.69**	**11.33**	**94.35%**	**11.28**	**94.82%**	**6.25**	**5.90**	**105.93%**	**6.20**	**100.69%**
挡泥板总成	传祺 GS4	4.10	3.80	107.89%	3.46	118.50%	7.56	7.30	103.51%	6.75	111.93%	7.90	6.46	122.28%	7.26	108.82%	12.45	12.69	98.10%	12.71	97.93%
	传祺 GS3	2.51	2.94	85.37%	2.95	85.08%	3.77	3.19	118.19%	3.16	119.16%	3.89	3.60	108.14%	3.65	106.60%	4.62	4.05	113.96%	4.34	106.44%
	传祺 GS5	1.26	1.16	108.62%	1.21	104.13%	5.71	5.45	104.89%	5.24	109.11%	3.15	3.20	98.58%	3.25	96.94%	1.93	1.84	104.66%	1.86	103.54%
	传祺影豹	1.88	1.69	111.24%	1.96	95.92%	5.22	4.75	109.96%	4.58	113.93%	3.92	4.54	86.24%	4.38	89.45%	-	-	-	-	-
	合计	**9.75**	**9.59**	**101.67%**	**9.58**	**101.77%**	**22.26**	**20.69**	**107.62%**	**19.73**	**112.81%**	**18.86**	**17.80**	**105.97%**	**18.54**	**101.73%**	**19.00**	**18.58**	**102.21%**	**18.91**	**100.43%**
雨刮盖板总成	传祺 GS4	3.93	3.80	103.42%	3.46	113.58%	7.57	7.30	103.64%	6.75	112.06%	7.93	6.46	122.67%	7.26	109.17%	12.57	12.69	99.04%	12.71	98.86%
	传祺 GM8	5.13	3.55	144.51%	4.09	125.43%	6.24	6.39	97.75%	6.53	95.54%	6.82	7.28	93.66%	6.64	102.67%	2.83	3.25	87.11%	3.40	83.29%
	传祺 GS3	2.45	2.94	83.33%	2.95	83.05%	3.66	3.19	114.93%	3.16	115.88%	3.81	3.60	105.82%	3.65	104.32%	4.51	4.05	111.25%	4.34	103.90%
	传祺影豹	1.74	1.69	102.96%	1.96	88.78%	5.11	4.75	107.66%	4.58	111.55%	3.89	4.54	85.77%	4.38	88.96%	-	-	-	-	-
	合计	**13.25**	**11.98**	**110.60%**	**12.46**	**106.34%**	**22.59**	**21.62**	**104.45%**	**21.03**	**107.39%**	**22.45**	**21.88**	**102.59%**	**21.93**	**102.36%**	**19.91**	**19.99**	**99.58%**	**20.45**	**97.35%**

注：1、车型产销量数据来自于 Marklines 数据库，为国内产销量数据；

2、上表中，部分年度部分车型发行人总成产品销量略大于车型产销量，主要原因系客户库存、客户生产损耗、或作为备品备件售后件使用，同时受公司产品销售与整车生产出库存在一定时间差等因素影响，该项比例在 100%左右存在一定波动，整体差异率较小，具有合理性。

如上表所示，报告期内，发行人向广汽乘用车销售的主要总成产品的销售数量与整车产销量具有明确合理的对应关系，二者相匹配。广汽乘用车主要车型的门内饰板总成、挡泥板总成、雨刮盖板总成等产品主要由发行人供应。

（3）广汽本田

报告期内，公司向广汽本田销售的产品主要为挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成，以上产品收入占公司对广汽本田主营业务产品收入的比例分别为 60.35%、56.97%、59.35%和 71.50%。其中，保险杠类产品以零部件为主，涉及产品规格种类大小不一，与整车产销量不具有明显的匹配关系，因此后文将重点对挡泥板总成、雨刮盖板总成展开分析。

报告期内，发行人向广汽本田销售的主要产品的销售单价及变动情况分析参见本回复报告“问题 2.关于第一大客户广汽集团”之“一（二）2、同类产品不同客户及不同车型的销售价格及变动趋势的差异情况、差异原因及合理性”。

报告期内，发行人向广汽本田销售的主要总成产品的销售数量与整车产销量的匹配关系如下表所示：

单位：万辆、万套

主要产品类型	主要配套车型	2023 年 1-6 月					2022 年					2021 年					2020 年				
		公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比
挡泥板总成	本田皓影	0.53	5.32	9.96%	5.26	10.08%	13.40	13.69	97.89%	12.85	104.27%	20.71	16.41	126.14%	16.62	124.55%	13.04	15.62	83.46%	15.63	83.40%
	本田飞度	2.67	3.09	86.41%	2.79	95.70%	7.61	7.27	104.80%	6.55	116.18%	11.91	9.53	124.90%	9.63	123.61%	1.48	6.24	23.77%	6.26	23.70%
	本田型格	5.34	6.26	85.30%	4.95	107.88%	9.34	8.67	107.81%	8.29	112.75%	0.01	0.50	2.88%	0.41	3.51%	-	-	-	-	-
	合计	**8.54**	**14.67**	**58.21%**	**13.00**	**65.69%**	**30.35**	**29.62**	**102.49%**	**27.69**	**109.62%**	**32.63**	**26.45**	**123.36%**	**26.67**	**122.35%**	**14.52**	**21.86**	**66.42%**	**21.89**	**66.33%**
雨刮盖板总成	本田皓影	0.45	5.32	8.46%	5.26	8.56%	13.27	13.69	96.96%	12.85	103.27%	18.05	16.41	109.95%	16.62	108.56%	15.48	15.62	99.10%	15.63	99.03%
	本田飞度	3.01	3.09	97.41%	2.79	107.89%	7.69	7.27	105.85%	6.55	117.34%	13.49	9.53	141.54%	9.63	140.09%	0.15	6.24	2.39%	6.26	2.38%
	本田型格	5.21	6.26	83.23%	4.95	105.25%	9.53	8.67	109.94%	8.29	114.98%	0.02	0.50	3.13%	0.41	3.83%	-	-	-	-	-
	合计	**8.67**	**14.67**	**59.10%**	**13.00**	**66.69%**	**30.49**	**29.62**	**102.94%**	**27.69**	**110.11%**	**31.56**	**26.45**	**119.31%**	**26.67**	**118.34%**	**15.63**	**21.86**	**71.50%**	**21.89**	**71.40%**

注：1、车型产销量数据来自于 Marklines 数据库，为国内产销量数据；

2、上表中，部分年度部分车型发行人总成产品销量略大于车型产销量，主要原因系客户库存、客户生产损耗、或作为备品备件售后件使用，同时受公司产品销售与整车生产出库存在一定时间差等因素影响，该项比例在 100%左右存在一定波动，整体差异率较小，具有合理性。

如上表所示，报告期内，发行人向广汽本田销售的主要总成产品的销售数量与整车产销量具有明确合理的对应关系，二者相匹配。广汽本田部分主要车型的挡泥板总成、雨刮盖板总成等产品主要由发行人供应。

公司于 2020 年第四季度起为本田飞度新改款车型配套挡泥板总成及雨刮盖板总成产品，本田飞度 2020 年终端车型产销量还包括由其他零部件厂商配套挡泥板总成及雨刮盖板总成产品的旧款车型，故 2020 年公司产品销量及占本田飞度终端车型产销量的比例较小；本田型格车型于 2021 年第四季度量产，由于公司确认产品销量与整车厂公布终端车型产销量存在一定时间差，故 2021 年公司产品销量及占本田型格终端车型产销量的比例较小；2023 年 1-6 月，本田皓影推出更新换代车型，公司未

获定点，仅为旧款车型继续配套挡泥板总成及雨刮盖板总成产品，故当期公司产品销量及占本田皓影终端车型产销量的比例较小。

4、本田皓影、雅阁、飞度等相关产品报告期内销量降幅较大的原因及合理性，是否存在进一步下滑的风险

（1）本田皓影、雅阁、飞度等相关产品报告期内销量降幅较大的原因及合理性

报告期内，发行人配套本田皓影挡泥板总成、雨刮盖板总成、保险杠类产品，配套本田飞度挡泥板总成、雨刮盖板总成，配套本田雅阁保险杠类产品的销量呈先上升后下降的趋势。

其中，保险杠类产品以零部件为主，涉及产品规格种类大小不一，与整车产量不具有明显的匹配关系。发行人配套本田雅阁车型的产品以保险杠类产品为主，其销量波动除受终端车型产量变化影响外，还受产品结构变化等因素影响。因此，后文将重点分析为本田皓影、本田飞度配套的挡泥板总成、雨刮盖板总成等产品。

报告期内，除 2023 年 1-6 月本田皓影新改款车型发行人未获定点导致销量占比较低外，发行人为本田皓影、本田飞度配套的挡泥板总成、雨刮盖板总成的销量与整车产销量相匹配，发行人为该部分车型该类产品的主要供应商。具体情况如下：

单位：万辆、万套

主要配套车型	主要产品类型	2023年1-6月					2022年					2021年					2020年				
		公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比	公司产品销量	终端车型产量	占比	终端车型销量	占比
本田皓影	挡泥板总成	0.53	5.32	9.96%	5.26	10.08%	13.40	13.69	97.89%	12.85	104.27%	20.71	16.41	126.14%	16.62	124.55%	13.04	15.62	83.46%	15.63	83.40%
	雨刮盖板总成	0.45		8.46%		8.56%	13.27		96.96%		103.27%	18.05		109.95%		108.56%	15.48		99.10%		99.03%
本田飞度	挡泥板总成	2.67	3.09	86.41%	2.79	95.70%	7.61	7.27	104.80%	6.55	116.18%	11.91	9.53	124.90%	9.63	123.61%	1.48	6.24	23.77%	6.26	23.70%
	雨刮盖板总成	3.01		97.41%		107.89%	7.69		105.85%		117.34%	13.49		141.54%		140.09%	0.15		2.39%		2.38%

注：

1、车型产销量数据来自于 Marklines 数据库，为国内产销量数据；

2、上表中，部分年度部分车型发行人总成产品销量略大于车型产销量，主要原因系客户库存、客户生产损耗、或作为备品备件售后件使用，同时受公司产品销售与整车生产出库存在一定时间差等因素影响，该项比例在 100%左右存在一定波动，整体差异率较小，具有合理性；

3、发行人于 2020 年第四季度起为本田飞度新改款车型配套挡泥板总成及雨刮盖板总成产品，本田飞度 2020 年终端车型产销量还包括由其他零部件厂商配套挡泥板总成及雨刮盖板总成产品的旧款车型，故 2020 年发行人产品销量及占本田飞度终端车型产销量的比例较小；2023 年 1-6 月，本田皓影推出更新换代车型，发行人未获定点，仅为旧款车型继续配套挡泥板总成及雨刮盖板总成产品，故当期发行人产品销量及占本田皓影终端车型产销量的比例较小。

报告期内，本田皓影、本田飞度的车型产销量呈先上升后下降的趋势，与发行人主要产品销量变动趋势一致。

因此，发行人配套本田皓影、本田飞度等相关产品报告期内销量下滑的原因主要是终端车型产销量下滑所致。上述车型产销量下滑导致公司对广汽本田的销售收入从 2021 年的 16,666.90 万元下滑至 2022 年的 15,258.48 万元。另外，公司 2023 年 1-6 月未获本田皓影新改款车型挡泥板总成与雨刮盖板总成产品定点，导致当期配套该车型产品销量出现下滑。相对而言，公司对广汽本田的销售收入下滑幅度较配套本田皓影、本田飞度车型产品销量的下降幅度小，主要是由于报告期内公司配套本田型格车型的收入大幅增长所致。报告期内，本田型格车型的产量分别为 0 万辆、0.50 万辆、8.67 万辆和 4.95 万辆，公司配套本田型格车型的产品收入分别为 1.71 万元、8.40 万元、3,555.13 万元和 1,673.17 万元，二者变动趋势一致。

（2）是否存在进一步下滑的风险

2023 年 1-9 月，发行人主要配套广汽本田车型的产量及同比变化情况如下表所示：

车型	2023 年 1-9 月		2022 年 1-9 月
	车型产量（万辆）	同比变化	车型产量（万辆）
本田皓影	8.82	-20.75%	11.13
本田雅阁	12.52	-26.53%	17.04
本田飞度	4.27	-6.56%	4.57
本田型格	8.39	33.39%	6.29
合计	**34.00**	**-12.89%**	**39.03**

数据来源：Marklines 数据库，为国内产量。报告期内，发行人配套上述四款车型的产品收入占发行人对广汽本田产品收入的比例平均达 90%。

2023 年 1-9 月，本田皓影、本田雅阁、本田飞度车型产量较去年同期有所下滑，但本田型格的车型产量增长明显。整体来看，发行人为广汽本田配套的主要车型 2023 年 1-9 月的合计产量较去年同期下滑幅度较小。

相应的，2023 年 1-9 月，公司配套本田型格车型的产品收入增长，整体而言公司对广汽本田的销售收入较去年同期略有增长。

综上，虽然本田皓影、雅阁、飞度等相关产品的销量受相关车型产销量下降等因素出现下滑，但公司对广汽本田其他畅销车型的产品销售有所增长。在上述结构优化的影响下，2022 年公司对广汽本田的收入略有下滑、2023 年 1-9 月略有增长。因此，公司对广汽本田的收入进一步大幅下滑的风险较小。

（三）说明一二级销售模式的具体情况、各自主要客户及合作模式，主要合同约定及是否存在差异，报告期内金额变动的原因及合理性

1、一二级销售模式的具体情况、各自主要客户及合作模式

公司的销售模式主要为向汽车整车厂直接提供零部件的销售模式（一级模式），另有少量向汽车整车厂供应商提供零部件的销售模式（二级模式），占比较低。公司一级销售模式下的主要客户为广汽埃安、广汽乘用车和广汽本田等；二级销售模式客户为直供汽车整车厂的零部件供应商，包括河西、林骏、提爱思等零部件厂商，该等供应商从公司采购零部件后向整车厂供货。

公司一二级模式分别的收入及其占比情况如下：

单位：万元

客户类别	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一级模式	主营业务收入	60,075.39	94,273.92	56,683.57	39,133.31
	收入占比	94.86%	91.36%	83.91%	79.75%
二级模式	主营业务收入	3,253.14	8,913.37	10,870.32	9,935.54
	收入占比	5.14%	8.64%	16.09%	20.25%

报告期内，公司专注于整车厂商的业务开拓和资源投入，且随着广汽埃安、广汽乘用车等整车厂客户销量增长，一级销售模式的主营业务收入占比分别为 79.75%、83.91%、91.36%和 94.86%，占比较高且逐年提升。由于公司业务资源和战略重心逐步向整车厂客户倾斜，报告期二级销售模式的收入呈下降趋势。

2、主要合同约定及是否存在差异

公司一级模式下的客户主要为整车厂客户，二级模式下的客户主要为整车厂的一级供应商，各模式下的客户合同主要约定对比情况如下：

销售模式	一级模式			二级模式		
客户	广汽埃安	广汽乘用车	广汽本田	河西	林骏	广爱兴
合同名称	《零部件/直材采购基本合同》	《零部件/直材采购基本合同》	《零部件交易基本合同》	《采购基本合同》	《采购基本合同》	《交易基本合同书》
合同目的	甲方希望乙方购买制造汽车等所需的汽车零部件/直材，包括毛坯、半成品、构成件、材料、辅助材料和车载工具（以下简称“零部件”），乙方按照本合同规定向甲方进行销售、供货。	甲方希望乙方购买制造汽车等所需的汽车零部件/直材，包括毛坯、半成品、构成件、材料、辅助材料和车载工具（以下简称“零部件”），乙方按照本合同规定向甲方进行销售、供货。	乙方按照本合同的规定继续向甲方出售其订货的零部件（含维修用零部件）、材料、辅助资材及用品（以下简称“零部件等”），甲方将其买下。	甲方希望从乙方购买甲方为制造汽车零部件、售后服务备件及装配件等所需零部件；乙方有意按照本合同规定的条件向甲方进行销售。	乙方同意按照本合同的规定向甲方出售甲方订购的产品（以下简称采购产品）。乙方生产或者销售产品的依据是根据本合同由甲方发出并经乙方确认的《调达计划》或者《订货单》。	乙方要遵守本合同规定事项，包含材料、副资材及用品等部品（以下称目的物）销售给甲方，甲方进行购买。
价格	零部件的价格由乙方在甲方指定格式的报价单上填写价格后提交甲方，甲乙方另行协商决定。集中购买材料由甲方与材料供应商洽谈供应价格，根据材料供应价格确定零件结算单价。	零部件的价格由乙方在甲方指定格式的报价单上填写价格后提交甲方，甲乙方另行协商决定。集中购买材料由甲方与材料供应商洽谈供应价格，根据材料供应价格确定零件结算单价。	零部件等的价格由乙方在甲方指定格式的估价单上填写所希望的价格后提交甲方，经甲乙方协商决定。	甲乙双方应于每年12月最后一天以前，就适用于下一年1月1日至12月31日之期间甲方向乙方订购的供应部件的价格进行协商（包括年度降价）。	采购产品的价格由乙方在甲方指定格式的《报价书》填写报价后提交甲方，经甲方评审后再由甲乙双方协商决定。	1.目的物的价格由双方协议之后再决定。 2.目的物的价格里需要修改的情况下，双方要协商。
支付	量产供应零部件货款的支付，甲方到货验收后60天内向乙方指定的账户支付货款	量产供应零部件货款的支付，甲方到货验收后60天内向乙方指定的账户支付货款	甲方向乙方支付乙方所交付的零部件等的货款。	以乙方根据前款规定在N+1月的公历十五（15）日以前交付付款发票为条件，甲方应在N+2月的公历月末以前，通过向乙方指定的银行账户回款	甲方根据乙方N月月度绩效评价级别相对应的货款支付期限确定向乙方支付货款的日期，并通过向乙方指定的银行账户汇款方式支付其到期货款。	甲方于每N+1月的一日至十日结N月账（即N月1日至N月最后一日的供货），乙方应于N+1月的一日至十日将对账单发给甲方确认，经确认后

销售模式	一级模式			二级模式		
客户	广汽埃安	广汽乘用车	广汽本田	河西	林骏	广爱兴
				（电汇）的方式，针对前款规定的乙方的付款发票进行支付。		开出至发票需在N+1 月的十五日前送到甲方处，甲方于 N+2 月最末一天付款。
所有权	零部件的所有权在甲方厂区内的配送中心完成验收之时由乙方转移至甲方	零部件的所有权在甲方厂区内的配送中心完成验收之时由乙方转移至甲方	零部件等的所有权自甲方完成验收之时乙方转移至甲方。在此之前乙方保留对商品的所有权。	供应部件的所有权及风险负担在部件交付到甲方或甲方指定的第三方的交货场所时才由乙方转移至甲方。	——	目的物的所有权，第 9 条里规定的验收实施结束时由乙方转移到甲方。
风险承担	因不能归责于甲方的原因在完成验收之前发生的零部件的丢失、破损、分量减少及变质等损失由乙方承担。	因不能归责于甲方的原因在完成验收之前发生的零部件的丢失、破损、分量减少及变质等损失由乙方承担。	在零部件等在甲方指定场所验收合格之前，其一切货物风险由乙方承担；验收合格之时，货物风险转由甲方承担。		——	不能归属于甲方责任的事由，验收结束前因目的物的全部或一部分丢失、毁损、减量或变质等所造成的损失由乙方负担。

如上表所示，一级模式与二级销售模式下与客户的主要合同约定因各客户内部管理及商务谈判因素，存在一定差异，但对发行人及实际交易执行情况而言，并不存在实质性差异。具体分析如下：

合同性质方面：相关签订合同均为汽车零部件交易合同。

价格方面：均为客户与公司通过协商确定。

货款支付方面：广汽本田未对支付周期作出明确约定，其他客户通过合同约定货物交付后一定期间支付货款，实际执行中，一级、二级模式下客户账期均在对账结算后 30-60 天内完成付款，不存在重大差异。

所有权和风险相关条款方面：林骏未作明确约定，河西为交货时转移，其他一级模式下主要客户与广爱兴为验收转移，均存在一定差异。鉴于汽车行业特性，汽车零部件供应商与客户交接产品品类众多，频次上非常频繁，单个产品价值量较低，实践中，基于效率考虑，公司与一、二级模式下主要客户均通过双方按月集中对账方式，对客户领用数量进行确认。客户与公司完成对账后，则表明客户确认领用公司产品数量，双方对领用数量达成一致，经客户确认后，产品所有权和风险、控制权均已得到转移。因此，实际执行中，客户与公司以双方确认的对账资料构成了公司向客户交付商品控制权、风险完成转移的关键节点，公司亦严格按照定期对账资料确认收入，符合企业会计准则和同行业公司相关产品的收入确认惯例。虽然合同对所有权和风险相关条款存在一定差异，但在收入确认方法和实际执行中，公司一级、二级模式不存在实质性差异。

综上，公司一二级模式下主要客户的合同性质、价格、货款支付方面差异较小，在所有权和风险相关条款方面存在一定差异，但在实际执行中不存在实质性差异。

3、报告期内金额变动的原因及合理性

（1）一级模式的销售变动分析

发行人报告期一级模式下的收入增长主要来源于对广汽埃安、广汽乘用车等整车厂客户主力车型配套内外饰件产品的销量增加，收入变动具有合理性，对应主要产品为门内饰板总成、挡泥板总成、雨刮盖板总成等。关于一级模式

下销售变动的合理性分析详见本题回复之“（一）1（3）主要产品收入变动情况、变动原因及合理性；机舱护板总成收入下降的原因”。

（2）二级模式的销售变动分析

报告期内，公司二级模式的收入情况如下：

单位：万元

客户	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
广爱兴	687.94	21.15%	2,135.74	23.96%	1,527.65	14.05%	1,663.04	16.74%
广州河西	640.09	19.68%	1,957.19	21.96%	2,394.37	22.03%	2,280.21	22.95%
广州林骏	230.83	7.10%	1,505.16	16.89%	2,111.54	19.42%	2,081.33	20.95%
提爱思	633.40	19.47%	1,695.47	19.02%	1,683.15	15.48%	1,506.04	15.16%
东莞三梯	-	-	24.67	0.28%	1,404.77	12.92%	841.12	8.47%
其他	1,060.88	32.61%	1,595.15	17.90%	1,748.84	16.09%	1,563.81	15.74%
合计	**3,253.14**	**100.00%**	**8,913.37**	**100.00%**	**10,870.32**	**100.00%**	**9,935.54**	**100.00%**

2021 年，公司二级模式销售金额较 2020 年有所增长，主要是对三梯模具销售增长，向其配套国际某知名电动车汽车企业车型的前保导流板增加所致。报告期内公司业务资源与战略重心逐渐倾斜于整车厂客户，承接二级客户新量产车型数量总体较少，当期公司对其他主要客户销售金额变动较小。

2022 年，公司二级模式销售金额下降 1,956.95 万元，主要原因是：1）由于客户切换供应商，公司原配套三梯模具的国际某知名电动车汽车企业车型前保导流板产品收入下降，三梯模具收入下降 1,380.10 万元；2）公司向河西配套日产骐达车型相关内外饰件产品，当期日产骐达销量下降，相应配套产品收入下滑；3）公司向林骏配套汉兰达车型相关内外饰件产品，当期车型换代，公司未承接新车型订单，相应产品收入下滑。

综上所述，报告期内公司发展重心逐步向整车厂客户转移，受所配套车型内外饰件需求拉动，一级模式收入从 2020 年的 39,133.31 万元迅速增长至 2022 年的 94,273.92 万元。二级模式的销售规模相对较小，非公司业务聚焦重点，2020-2022 年收入分别为 9,935.54 万元、10,870.32 万元和 8,913.37 万元，其收入水平易受到存量配套车型、单一订单的影响，因此有所波动。

（四）结合对主要客户销售产品及其相关车型出货量、同行业可比公司相关产品销售情况等，说明 2021 年 12 月、2022 年 10-12 月等月份收入增幅较高的原因及合理性；收入的季节性特征是否符合行业惯例、期后退换货情况，是否存在跨期确认收入的情形

1、结合对主要客户销售产品及其相关车型出货量、同行业可比公司相关产品销售情况等，说明 2021 年 12 月、2022 年 10-12 月等月份收入增幅较高的原因及合理性

报告期内，公司各月度营业收入分布如下：

单位：万元

月度	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	10,400.35	16.29%	8,242.88	7.94%	5,851.21	8.64%	4,316.06	8.76%
2 月	6,688.55	10.48%	6,663.86	6.42%	6,199.48	9.15%	1,378.56	2.80%
3 月	9,828.24	15.39%	5,690.68	5.48%	3,918.23	5.78%	2,076.75	4.21%
4 月	14,592.38	22.85%	4,095.47	3.95%	5,597.75	8.26%	4,257.55	8.64%
5 月	10,528.46	16.49%	5,676.73	5.47%	4,267.14	6.30%	4,349.16	8.83%
6 月	11,813.02	18.50%	10,472.92	10.09%	3,387.76	5.00%	2,911.45	5.91%
7 月	-	-	10,689.52	10.30%	6,248.96	9.23%	3,954.22	8.02%
8 月	-	-	8,083.61	7.79%	5,631.36	8.31%	3,533.01	7.17%
9 月	-	-	7,139.42	6.88%	4,431.08	6.54%	4,175.32	8.47%
10 月	-	-	10,823.82	10.43%	5,410.71	7.99%	5,938.78	12.05%
11 月	-	-	15,292.58	14.73%	6,086.30	8.99%	7,239.07	14.69%
12 月	-	-	10,918.86	10.52%	10,701.15	15.80%	5,151.34	10.45%
合计	**63,850.99**	**100.00%**	**103,790.34**	**100.00%**	**67,731.13**	**100.00%**	**49,281.27**	**100.00%**

2020 年 10-12 月、2021 年 12 月、2022 年 6-7 月、2022 年 10-12 月，公司收入增幅较高，主要系埃安 S、埃安 Y、传祺影豹、本田皓影、传祺 GS4、本田飞度、埃安 V 等新承接订单及车型销量增长迅速，带动公司的门内饰板总成收入、挡泥板总成等产品收入增长较多所致。具体情况如下：

（1）2020 年 10-12 月收入增长分析

2020 年 10-12 月公司前五名客户情况如下：

单位：万元

2020 年 10-12 月				
序号	客户名称	销售内容	金额	收入占比
1	广州汽车集团股份有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等	10,748.55	58.64%
2	广汽本田汽车有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等	4,191.38	22.87%
3	广州河西汽车内饰件有限公司	门内饰板总成等	772.91	4.22%
4	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	门内饰板总成等	530.16	2.89%
5	广州林骏汽车内饰件有限公司	保险杠类产品等	485.78	2.65%
小 计			**16,728.77**	**91.27%**
2020 年 10-12 月营业收入总额			**18,329.19**	**100.00%**

2020 年 10-12 月，公司营业收入为 18,329.19 万元，较 2020 年 7-9 月增长 6,666.64 万元，环比增长 57.16%，其中：当月向本田皓影销售保险杠类产品、挡泥板总成、雨刮盖板总成等收入较 7-9 月增长 1,525.77 万元；向本田飞度销售保险杠类产品、挡泥板总成等的收入较 7-9 月增长 959.71 万元；向传祺 GS3 销售门内饰板总成的收入较 7-9 月增长 953.41 万元；向埃安 S 销售门内饰板总成的收入较 7-9 月增长 859.94 万元；向传祺 GS4 销售门内饰板总成的收入较 7-9 月增长 854.35 万元；向埃安 V 销售门内饰板总成的收入较 7-9 月增长 513.14 万元；向传祺 GS5 销售门内饰板总成的收入较 7-9 月增长 420.99 万元。

由上可见，2020 年 10-12 月公司收入增幅较高，主要系本田皓影、本田飞度、传祺 GS3、埃安 S、传祺 GS4、埃安 V、传祺 GS5 车型销量增长所致。本田飞度系公司新承接订单，在 2020 年 8 月份量产，10 月份销量上涨，因此四季度收入较高；埃安 V 系公司新承接订单，在 2020 年 4 月量产，四季度销量大幅上涨，使收入大幅上升；根据广汽集团公开发布的产销快报数据可知，广汽乘用车和广汽埃安 2020 年 9-11 月较 2020 年 6-8 月产量增长 60.75%，广汽本田 2020 年 9-11 月较 2020 年 6-8 月产量增长 1.88%，公司 2020 年 10-12 月收入环比增长与主要客户广汽乘用车和广汽埃安 2020 年 9-11 月产量环比增长接近，由此带来公司 2020 年第四季度收入大幅上升，公司 2020 年第四季度收入大幅

上升具有合理性。

（2）2021 年 12 月收入增长分析

2021 年 12 月公司前五名客户情况如下：

单位：万元

2021 年 12 月				
序号	**客户名称**	**销售内容**	**金额**	**收入占比**
1	广州汽车集团股份有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等	7,147.68	66.79%
2	广汽本田汽车有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等	1,950.45	18.23%
3	合创汽车科技有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成等	448.33	4.19%
4	广东小鹏汽车科技有限公司	门内饰板总成、机舱护板总成等	231.77	2.17%
5	广州河西汽车内饰件有限公司	门内饰板总成等	195.08	1.82%
小 计			**9,973.31**	**93.20%**
2021 年 12 月营业收入总额			**10,701.15**	**100.00%**

2021 年 12 月，公司营业收入为 10,701.15 万元，较 2021 年 11 月增长 4,614.85 万元，环比增长 75.82%，其中：当月向埃安 S 销售门内饰板总成的收入较 11 月增长 1,709.76 万元；向埃安 Y 销售门内饰板总成的收入较 11 月增长 656.06 万元；向传祺影豹销售挡泥板总成的收入较 11 月增长 478.87 万元；向本田皓影销售挡泥板总成的收入较 11 月增长 447.21 万元。

由上可见，2021 年 12 月公司收入增幅较高，主要系埃安 S、埃安 Y、传祺影豹、本田皓影四大车型销量增长所致。埃安 S 和埃安 Y 均为 2021 年下半年新上市的新能源汽车，其深受市场和消费者肯定，呈现出上市即热销的态势；传祺影豹 2021 年下半年在运动轿车、年轻化等细分市场的突破，销量出现稳定增长。根据广汽集团公开发布的产销快报数据可知，广汽乘用车和广汽埃安 2021 年 11 月较 2021 年 10 月产量增长 5.20%，广汽本田 2020 年 11 月较 2020 年 10 月产量增长 18.31%，公司 2022 年 12 月收入环比增长与主要客户广汽乘用车、广汽埃安、广汽本田 11 月产量环比增长保持同向增长。同时，由于公司产品销

售与整车厂整车生产时间上存在错配、对比期间相对而言时间较短等原因导致公司 2022 年 12 月收入环比增长与主要客户的产量增长幅度存在一定差异。对比时间拉长，从季度角度上看，公司 2021 年第四季度营业收入较第三季度环比增长 36.09%，公司主要客户广汽乘用车、广汽埃安于 2021 年 9-11 月产量较 6-8 月产量环比增长 37.14%，增长幅度接近。

综上，公司 2021 年 12 月收入随之实现大幅增长，公司收入增长具有合理性。

（3）2022 年 6-7 月收入增长分析

2022 年 6-7 月公司前五名客户情况如下：

单位：万元

2022 年 6-7 月				
序号	**客户名称**	**销售内容**	**金额**	**收入占比**
1	广州汽车集团股份有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等	16,454.93	77.76%
2	广汽本田汽车有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等	2,762.69	13.05%
3	合创汽车科技有限公司	门内饰板总成、保险杠类产品等	483.34	2.28%
4	广爱兴汽车零部件有限公司	门内饰板总成等	335.11	1.58%
5	广州河西汽车内饰件有限公司	门内饰板总成等	297.01	1.40%
小 计			**20,333.08**	**96.08%**
2022 年 6-7 月营业收入总额			**21,162.44**	**100.00%**

2022 年 6-7 月，公司营业收入为 21,162.44 万元，较 4-5 月增长 11,390.24 万元，环比增长 116.56%，其中：向埃安 S 销售门内饰板总成的收入较 4-5 月增长 4,389.07 万元；向传祺 GS3 销售门内饰板总成、挡泥板总成、雨刮盖板总成等的收入较 4-5 月增长 1,341.09 万元；向埃安 Y 销售门内饰板总成的收入较 4-5 月增长 988.11 万元；向传祺影豹销售门内饰板总成的收入较 4-5 月增长 735.95 万元；向传祺 GS5 销售门内饰板总成的收入较 4-5 月增长 452.6 万元。

由上可见，2022 年 6-7 月公司收入增幅较高，主要系埃安 S、传祺 GS3、埃安 Y、传祺影豹、传祺 GS5 等车型销量增长所致。根据广汽集团

公开发布的产销快报数据可知，广汽乘用车和广汽埃安 2022 年 5-6 月较 2022 年 3-4 月产量增长 45.49%， 公司 2022 年 6-7 月收入环比增长与主要客户广汽乘用车、广汽埃安 2022 年 5-6 月产量环比增长保持同向增长。同时，由于公司产品销售与整车厂整车生产时间上存在错配、对比期间相对而言时间较短等原因导致公司 2022 年 12 月收入环比增长与主要客户的产量增长幅度存在一定差异。对比时间拉长，从季度角度上看，公司 2022 年 6-8 月较 2022 年 3-5 月收入环比增长 89.14%，公司主要客户广汽乘用车、广汽埃安于 2022 年 5-7 月产量较 2022 年 2-4 月产量环比增长 59.62%，增长幅度相对接近。

综上，公司 2022 年 6-7 月收入随之实现大幅增长，公司收入增长具有合理性。

（4）2022 年 10-12 月收入增长分析

2022 年 10-12 月公司前五名客户情况如下：

单位：万元

2022 年 10-12 月				
序号	**客户名称**	**销售内容**	**金额**	**收入占比**
1	广州汽车集团股份有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等	30,615.73	82.67%
2	广汽本田汽车有限公司	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等	3,514.91	9.49%
3	广州广爱兴汽车零部件有限公司	门内饰板总成等	639.83	1.73%
4	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	座椅类等其他内外饰件、门内饰板总成等	480.25	1.30%
5	广州河西汽车内饰件有限公司	门内饰板总成等	417.87	1.13%
小 计			**35,668.59**	**96.31%**
2022 年 10-12 月营业收入总额			**37,035.26**	**100.00%**

2022 年 10-12 月，公司营业收入为 37,035.26 万元，较 2022 年第三季度增长 11,122.71 万元，环比增长 42.92%，其中：10-12 月对埃安 S 销售门内饰板总成的收入较第三季度增长 5,540.72 万元；向传祺 GS4 销售门内饰板总成的收入较第三季度增长 1,526.09 万元；10-12 月对埃安 Y 销售门内饰板总成的收入较

第三季度增长 1,100.98 万元。

根据广汽集团公开发布的产销快报数据可知，2022 年第四季度新能源汽车市场迎来了一波上涨，广汽埃安 2022 年 9-11 月产量较 2022 年 6-8 月产量环比增长了约 23.30%，由此带来公司 2022 年 10-12 月收入较第三季度收入有大幅增长。而广汽传祺在 2022 年坚持稳步发展战略，下半年产量增长有所放缓，2022 年 9-11 月广汽传祺产量较 2022 年 6-8 月产量基本持平，但随着公司与广汽传祺的合作不断加深，公司向广汽传祺供应的产品类型增多，广汽传祺向公司的采购量保持增长。

上述车型产量的迅速增长及与公司的合作加深，带动公司 2022 年 10-12 月收入随之实现大幅增长，公司收入增长具有合理性。

（5）同行业公司第四季度收入增长分析

由于同行业可比公司未披露月度产品收入数据，因此无法对比公司与同行业可比公司报告期各年度 12 月收入增幅情况。同行业可比公司报告期各年度第四季度的收入环比增幅与公司对比如下：

项 目	2022 年 10-12 月环比增幅	2021 年 10-12 月环比增幅	2020 年 10-12 月环比增幅
常熟汽饰	3.88%	42.45%	42.80%
新泉股份	16.65%	34.60%	11.96%
神通科技	8.29%	23.21%	18.01%
唯科科技	4.30%	-21.58%	31.77%
肇民科技	-13.21%	16.24%	26.40%
东箭科技	2.88%	0.62%	-0.97%
福赛科技[注 1]	-0.56%	36.58%	45.15%
均值	3.18%	18.87%	25.02%
剔除唯科科技、肇民科技与东箭科技之后的均值	7.06%	34.21%	29.48%
富强科技	42.92%	36.09%	57.16%

[注 1] 福赛科技为主营业务收入环比增幅

如上表所示，公司 2020 年 10-12 月收入环比与常熟汽饰、福赛科技接近，2021 年 10-12 月收入环比增幅与常熟汽饰、新泉股份、神通科技、福赛科技接近，以上四家可比公司的客户群体均主要为整车厂和一级供应商，与公司更为

相似。而唯科科技、肇民科技与东箭科技的主要客户与上述可比公司存在一定差异，导致收入增幅也存在一定差异，如东箭科技主要为汽车后市场客户，肇民科技以汽车一级供应商为主，同时涉足家电企业，唯科科技下游包括汽车、电子、家居、健康家电等行业领域。

2022 年 10-12 月，公司收入环比增幅高于上述四家可比公司，也高于行业均值。常熟汽饰、新泉股份、神通科技三家可比公司的下游客户主要为整车厂及一级供应商，其收入增幅较低，主要是整车厂群体与公司存在一定差异所致：

公司 2022 年 Q4 收入增长主要以客户广汽埃安和广汽乘用车为代表，其中广汽埃安收入增加 8,049.34 万元，收入环比增幅 92.42%，广汽乘用车收入增加 4,011.08 万元，收入环比增幅 54.74%。根据广汽集团公开发布的产销快报数据可知，广汽埃安 2022 年 9-11 月产量较 2022 年 6-8 月产量环比增长了约 23.30%，2022 年 9-11 月广汽传祺产量较 2022 年 6-8 月产量基本持平，但随着公司与广汽传祺的合作不断加深，公司向广汽传祺供应的产品类型增多，广汽传祺向公司的采购量保持增长。

而常熟汽饰、新泉股份、神通科技、福赛科技的主要客户如长城汽车、上汽通用和上汽集团等在 2022 年 10-12 月产量下滑。根据公开发布的产销快报数据得知，2022 年 Q4 长城汽车的产量较 Q3 下降了 4.10%，上汽通用的产量较 Q3 下降了 7.88%，上汽集团乘用车分公司的产量较 Q3 下降了 5.58%，上汽集团整体产量较 Q3 下降了 8.98%，因此影响了常熟汽饰、新泉股份、神通科技、福赛科技 2022 年 Q4 的收入增幅。

综上所述，公司营业收入在 2020 年 10-12 月、2021 年 12 月、2022 年 6-7 月、2022 年 10-12 月等收入增幅较高与主要客户对应期间的相关车型产量增长相关，存在合理性。

2、收入的季节性特征是否符合行业惯例

汽车零部件行业生产和销售主要受到下游客户项目量产状态、新项目承接等因素的影响，而上述因素主要取决于客户整车车型开发和生产计划执行，汽车零部件企业收入受元旦春节等购车高峰等因素影响，第四季度的收入占比略高于全年平均水平。

报告期内，公司分季度的营业收入情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
第一季度	26,917.14	42.16	20,597.41	19.85	15,968.92	23.58	7,771.36	15.77
第二季度	36,933.86	57.84	20,245.12	19.51	13,252.65	19.57	11,518.16	23.37
第三季度			25,912.55	24.97	16,311.40	24.08	11,662.55	23.67
第四季度			37,035.26	35.68	22,198.16	32.77	18,329.19	37.19
合 计	**63,850.99**	**100.00**	**103,790.34**	**100.00**	**67,731.13**	**100.00**	**49,281.27**	**100.00**

公司采用以销定产的生产模式，并通过直销方式向客户进行销售。公司客户主要为整车厂以及个别一级供应商，公司根据整车厂的生产计划和需求组织生产并发货。因此，终端车型的市场销量会直接影响整车厂的订单需求并将影响传递给公司。

2020 年，公司一季度收入占比较低，主要系当年度受全球公共卫生事件影响，汽车的生产和销售在一季度受到较大影响和抑制，据中国汽车工业协会统计，2020 年第一季度全国汽车销量仅有 367.2 万辆，同比下降 42.4%。受终端车型销售疲软的影响，整车厂客户直接减少了订单需求，对公司当年一季度的收入产生不利影响。随着公共卫生事件得到有效控制，汽车销售在下半年迎来反弹，当年四季度全国汽车销量达 819.5 万辆，从 2020 年 4 月开始汽车市场逐步恢复，全国汽车月度销量同比持续保持增长，截至 2020 年 12 月，2020 年度全国汽车销量连续 9 个月呈现增长。受终端汽车消费市场需求回暖影响，公司产品销售在四季度大幅增长。除上述全球公共卫生事件影响导致公司 2020 年第一季度收入占比偏低外，公司报告期内各季度收入占比基本稳定。

2020 年-2022 年，公司与同行业可比公司的季度收入占比情况如下：

单位：%

项目	2022 年度							
	唯科科技	常熟汽饰	新泉股份	神通科技	肇民科技	东箭科技	平均	本公司
Q1	26.26	18.61	21.45	22.78	25.96	25.71	23.46	19.85
Q2	21.90	23.31	19.05	18.67	20.38	23.06	21.06	19.51

H1	48.16	41.92	40.50	41.44	46.34	48.77	44.52	39.35
Q3	25.37	28.49	27.46	28.11	28.73	25.25	27.24	24.97
Q4	26.47	29.59	32.04	30.44	24.93	25.98	28.24	35.68
H2	51.84	58.08	59.50	58.56	53.66	51.23	55.48	60.65
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**
项目	**2021 年度**							
	唯科科技	**常熟汽饰**	**新泉股份**	**神通科技**	**肇民科技**	**东箭科技**	**平均**	**本公司**
Q1	22.78	22.83	24.24	24.74	25.50	23.89	24.00	23.58
Q2	28.64	22.48	24.80	23.26	26.88	23.54	24.93	19.57
H1	51.42	45.31	49.03	47.99	52.39	47.43	48.93	43.14
Q3	27.23	22.56	21.73	23.30	22.02	26.20	23.84	24.08
Q4	21.35	32.13	29.24	28.71	25.60	26.37	27.23	32.77
H2	48.58	54.69	50.97	52.01	47.61	52.57	51.07	56.86
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**
项目	**2020 年度**							
	唯科科技	**常熟汽饰**	**新泉股份**	**神通科技**	**肇民科技**	**东箭科技**	**平均**	**本公司**
Q1	15.54	18.42	18.03	15.49	15.61	17.01	16.69	15.77
Q2	22.05	22.55	24.45	23.44	24.84	25.95	23.88	23.37
H1	37.59	40.97	42.48	38.93	40.46	42.96	40.57	39.14
Q3	26.93	24.31	27.14	28.01	26.30	28.66	26.89	23.67
Q4	35.48	34.72	30.38	33.06	33.24	28.38	32.54	37.19
H2	62.41	59.03	57.52	61.07	59.54	57.04	59.43	60.86
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

由上表可知，报告期内公司营业收入的季度占比相对较为稳定，不存在大的异常波动。总体来看，同行业呈现下半年收入占比高于上半年、第四季度收入占比高于其他季度的特征。

从半年度收入占比来看，2020 年公司半年度收入占比与同行业可比公司均值基本一致；2021 年、2022 年的半年度收入占比与同行业可比公司均值虽略有差异，但 2021 年与常熟汽饰、2022 年与常熟汽饰、新泉股份和神通科技均较为接近。因此，从半年度收入占比来看，公司与同行业可比公司相比未见明显异常。

从季度收入占比来看，2020 年，公司一季度、二季度的收入占比与同行业可比公司均值基本一致；三季度收入占比较均值略低，四季度收入占比较均值略高。公司四季度收入占比较同行业略高，主要系公司主要客户广汽乘用车、广汽埃安于 2020 年 9-11 月产量较 6-8 月产量大幅增长 60.75%，进而导致公司四季度收入较三季度增长 57.16%，故公司四季度收入占比略高。

2021 年度，公司一季度、三季度的收入占比与同行业均值基本一致；二季度收入占比较均值略低，四季度收入占比较均值略高。公司四季度收入占比较同行业略高，主要系公司主要客户广汽乘用车、广汽埃安于 2021 年 9-11 月产量较 6-8 月产量大幅增长 37.14%，进而导致公司四季度收入较三季度增长 36.09%，故公司四季度收入占比略高。

2022 年度，公司二季度、三季度的收入占比与同行业均值基本一致；一季度收入占比较均值略低，四季度收入占比较均值略高。公司四季度收入占比较同行业略高，主要系公司主要客户广汽埃安于 2022 年 9-11 月产量较 6-8 月产量大幅增长 23.30%，进而导致公司四季度收入较三季度增长，且第四季度出现了埃安 S、埃安 Y、合创 Z03 等新能源车型爆发式增长，故公司四季度收入占比略高。

综上，公司各季度收入的变动趋势及季节性分布与同行业可比公司不存在较大差异，符合行业惯例，公司第四季度收入占比相对偏高具有合理性。

3、期后退换货情况，是否存在跨期确认收入的情形

报告期内，客户主要系于领用产品上线安装，安装下线检测后方与公司对账，公司按照双方确认后的对账单确认收入，因此不存在期后退换货情况，亦不存在跨期确认收入的情形。

（五）说明指定采购下，发行人与客户、指定供应商的具体约定，涉及的产品及占比，结合具体合同约定、同行业可比公司情况等说明收入确认方法的准确性，是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定；销售返利、客户降价补贴和废料销售的具体情况，报告期各期金额及占比，相关会计处理及是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》相关规定

1、说明指定采购下，发行人与客户、指定供应商的具体约定，涉及的产品及占比，结合具体合同约定、同行业可比公司情况等说明收入确认方法的准确性，是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定

（1）报告期内，公司指定采购涉及的客户、产品及金额占比情况如下表所示：

单位：万元

2023 年 1-6 月				
指定供应商名称	**主要采购内容**	**主要客户**	**采购金额**	**占采购总额比例**
金发科技股份有限公司	塑料粒子	广汽本田、广汽乘用车、广汽埃安等	3,148.95	7.97%
浙江长江汽车电子有限公司	外购部件	广汽埃安、广汽乘用车等	1,842.88	4.66%
上海普利特复合材料股份有限公司	塑料粒子	广汽埃安、广汽乘用车等	1,675.41	4.24%
本田贸易（中国）有限公司	塑料粒子	广爱兴、广汽本田、河西内饰件等	1,162.62	2.94%
南京聚隆科技股份有限公司	塑料粒子	广汽埃安、广汽乘用车	1,032.33	2.61%
其他指定供应商	塑料粒子、外购部件等	广汽本田、广汽乘用车、广汽埃安、提爱思等	4,904.95	12.42%
小　计	——	——	**13,767.14**	**34.85%**
2022 年度				
指定供应商名称	**主要采购内容**	**主要客户**	**采购金额**	**占采购总额比例**
金发科技股份有限公司	塑料粒子	广汽本田、广汽乘用车、广汽埃安等	4,745.27	6.86%
上海普利特复合材料股份有限公司	塑料粒子	广汽埃安、广汽乘用车等	2,980.12	4.31%
浙江长江汽车电子有限公司	外购部件	广汽埃安、广汽乘用车等	2,638.01	3.81%

本田贸易（中国）有限公司	塑料粒子	广爱兴、广汽本田、河西汽车等	2,246.42	3.25%
南京聚隆科技股份有限公司	塑料粒子	广汽埃安、广汽乘用车	2,154.68	3.11%
其他指定供应商	塑料粒子、外购部件等	广汽本田、广汽乘用车、广汽埃安、提爱思等	9,741.31	14.08%
小 计	——	——	**24,505.81**	**35.42%**
2021 年度				
指定供应商名称	**主要采购内容**	**主要客户**	**采购金额**	**占采购总额比例**
金发科技股份有限公司	塑料粒子	广汽本田、广汽乘用车、林骏汽车等	3,236.08	7.39%
本田贸易（中国）有限公司	塑料粒子	广爱兴、广汽本田、林骏汽车等	1,862.46	4.25%
南京聚隆科技股份有限公司	塑料粒子	广汽埃安、广汽乘用车	1,351.80	3.09%
广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	塑料粒子	广汽乘用车	1,242.70	2.84%
浙江长江汽车电子有限公司	外购部件	广汽埃安等	1,234.48	2.82%
其他指定供应商	塑料粒子、外购部件等	广汽埃安、提爱思、广汽本田等	7,499.58	17.13%
小 计	——	——	**16,427.11**	**37.51%**
2020 年度				
指定供应商名称	**主要采购内容**	**主要客户**	**采购金额**	**占采购总额比例**
金发科技股份有限公司	塑料粒子	广汽本田、广汽乘用车、林骏汽车等	2,179.89	7.12%
本田贸易（中国）有限公司	塑料粒子	广爱兴、广汽本田、林骏汽车等	1,918.16	6.26%
南京聚隆科技股份有限公司	塑料粒子	广汽埃安、广汽乘用车	1,488.64	4.86%
广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	塑料粒子	广汽乘用车	1,138.06	3.72%
中山市广通汽车精密配件有限公司	外购部件	广汽本田、河西	945.46	3.09%
其他指定供应商	塑料粒子、外购部件等	广汽本田、河西内饰件、广汽埃安等	5,177.39	16.90%
小 计	——	——	**12,847.60**	**41.95%**

由上表可知，报告期内公司客户指定采购的物料主要为原材料塑料粒子，与公司自主采购的原材料一样，用于公司所有产品的生产。公司和指定供应商分别属于客户的不同级次的供应商，客户要求公司向指定供应商采购主要是为产品质量安全考虑。

（2）公司与客户、指定供应商的具体约定，结合具体合同约定说明收入确认方法的准确性，是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第1号》等相关规定

1）公司与供应商独立签署采购合同，拥有采购物料所有权及控制权，承担原材料价格波动风险

①报告期内，公司与主要指定供应商签署的合同情况如下：

采购物料		塑料粒子	吸音棉	饰板/饰条	开关	塑料粒子、部件等
乙方	供应商名称	金发科技股份有限公司等	中山市广通汽车精密配件有限公司等	东莞市东骏达饰件有限公司等	浙江长江汽车电子有限公司等	本田贸易（中国）有限公司等
合同主要条款	合同名称	《基本交易合同》				《商品买卖基本合同书》
	合同目的	甲方希望从乙方购买制造汽车等所需的汽车零部件，包括材料、半成品、构成件、辅料及用品等（以下称“零部件”），乙方依据本合同，持续向甲方出售零部件，甲方购买、接受此类零部件。				签署本合同的目的在于明确商品交易双方之间，各种物资（以下简称商品）的销售方（以下简称乙方）向对方当事人（以下简称甲方）出售商品时所应适用的基本条件，本合同的条款适用于当事人之间另外签署的各个单项商品交易合同（以下简称个别买卖合同）
	所有权	乙方向甲方交付零部件的所有权，在甲方验收完毕后，转归甲方。				甲方向乙方付清所有货款时，商品的所有权从乙方转移到甲方，在此之前乙方保留对商品的所有权。
	价格	有关零部件的价格，经甲乙双方协商决定。				商品的价格，由乙方提供报价书后双方协商确定。
	支付	21.1 甲方按另项协议支付到货零部件的货款。				甲方应向乙方支付的货款，与乙方应向甲方支付的金钱债务之间，禁止相互抵扣。
	知识产权	22.1 根据甲方向乙方所提供的情报（图纸、规格书、试验数据、意见等），如乙方有了新发明、方案、创意或者商标创作的话，应迅速以书面形式通知甲方。 22.2 有关前项的发明、方案、创意、商标创作所产生的专利权，包括实用新型、外观设计、发明创造，专有技术权，专利技术权，著作权，版权或商标权。				——
	风险承担	非甲方原因，在验收过程中所发生的零部件丢失、损坏、减量、变质等损害由乙方负担。				商品的灭失、毁坏、消减、变质等一切风险，在商品移交之前由乙方承担，但是，前述第三条第（2）项所规定的、因双方约定的包装规格问题导

采购物料		塑料粒子	吸音棉	饰板/饰条	开关	塑料粒子、部件等
						致的风险除外；商品移交之后由甲方承担。另外，发生上述风险时，保险索赔工作由双方各自负责。

从公司与指定供应商签署合同的主要条款来看，双方对产品规格、技术要求、产品交付、产品价格、付款条件、风险承担等进行了约定，说明供应商是该采购合同的首要义务人，负有向公司提供商品的责任。公司验收供应商物料后，该物料控制权发生转移，公司承担向供应商付款责任，承担相应存货毁损和灭失风险。

②指定采购遵循市场定价原则，公司承担价格波动风险

公司向指定供应商采购物料价格系由汽车整车厂与供应商协商议价，其采购价格随市场价格波动，每半年或一年按市场价格进行调整。

无论是公司自主采购与供应商协商确定采购价格，还是汽车整车厂代表公司等一级供应商与指定供应商谈判确定采购价格，均遵循市场定价原则，其采购价格均会根据市场价格变动而变动，公司需承担原材料价格波动风险。

2）公司承担了原材料生产加工中的保管、毁损和灭失风险

从双方签订的合同条款可以看出，在生产、保管过程中，除非因物料质量原因，公司无权向供应商、更无权向汽车整车厂退货，或者追偿损失，所有损失均由公司承担。因此公司签收指定供应商原料后，公司能控制该原料且拥有原料的所有权，并承担原材料生产加工中的保管、毁损和灭失风险。

3）公司具备对最终产品的完整销售定价权

①公司与主要客户销售合同签署情况

客户	广汽埃安	广汽乘用车	广汽本田
合同名称	《零部件/直材采购基本合同》	《零部件开发采购框架合同》	《零部件交易基本合同》
合同目的	甲方希望乙方购买制造汽车等所需的汽车零部件/直材，包括毛坯、半成品、构成件、材料、辅助材料和车载工具（以下简称“零部件”），乙方按照本合同规定向甲方进行	乙方为开发设计、试制甲方产品，需要甲方提供产品相关信息或要求供乙方进行开发设计和试制，并满足一些其它条件。	乙方按照本合同的规定继续向甲方出售其订货的零部件（含维修用零部件）、材料、辅助资材及用品（以下简称“零部件等”），甲方将其买下。

客户	广汽埃安	广汽乘用车	广汽本田
	销售、供货。		
价格	零部件的价格由乙方在甲方指定格式的报价单上填写价格后提交甲方，甲乙方另行协商决定。集中购买材料由甲方与材料供应商洽谈供应价格，根据材料供应价格确定零件结算单价。	零部件的价格由乙方在甲方指定格式的报价单上填写价格后提交甲方，甲乙方另行协商决定。	零部件等的价格由乙方在甲方指定格式的估价单上填写所希望的价格后提交甲方，经甲乙方协商决定。
支付	量产供应零部件货款的支付，甲方到货验收后 60 天内向乙方指定的账户支付货款	集中购买材料由甲方与材料供应商洽谈供应价格，根据材料供应价格确定零件结算单价。	甲方向乙方支付乙方所交付的零部件等的货款。
所有权	零部件的所有权在甲方厂区内的配送中心完成验收之时由乙方转移至甲方	甲乙双方以甲方采购管理系统中采购订单的形式进行订货。采购订单确定货物的零件号、零件名称、数量、交货时间、交货地点等具体内容。	零部件等的所有权自甲方完成验收之时乙方转移至甲方。在此之前乙方保留对商品的所有权。
风险承担	因不能归责于甲方的原因在完成验收之前发生的零部件的丢失、破损、分量减少及变质等损失由乙方承担。	——	在零部件等在甲方指定场所验收合格之前，其一切货物风险由乙方承担；验收合格之时，货物风险转由甲方承担。

从公司与主要客户签订销售合同条款看，公司与客户签署的合同对产品规格、价格、产品交付、所有权、风险承担等方面进行了约定，双方独立签署销售合同，与公司采购合同相互独立，且该销售合同为买卖合同而非委托加工合同。

②从定价模式看，公司具备对最终产品的完整销售定价权

公司产品报价采用成本加成模式，在报价构成中，对材料、外购件成本构成，无论其来源是指定采购还是公司自主采购，均按实际采购成本列示，指定采购和自主采购在产品报价过程中没有实质性区别，公司对客户的报价基于双方意思的真实表示，交易价格由双方协商确定，因此公司具备对产品的完整销售定价权。

4）公司承担了最终产品销售对应账款的信用风险

公司与客户签订的销售合同中，对信用期和结算方式等进行了约定，公司将产品销售给客户后，则承担了最终产品销售对应账款的信用风险，销售货款

能否收回或者能否及时收回，与客户经营情况、现金流密切相关。

5）公司对原材料加工的复杂程度

汽车整车厂为公司指定原材料供应商，其目的是为了从源头控制产品质量，通过集中谈判方式，降低采购成本，该种情形是由公司所处的产业特性决定。

无论是汽车整车厂还是汽车零部件供应商，其签署合同宗旨均不是委托加工，作为汽车零部件供应商而言，其生产过程不仅仅是对材料、外购件的简单装配，而是一个复杂的工艺工程：包括双方同步设计、同步开发、模具开发、产品生产、质量检验等诸多环节，尤其是产品早期同步设计、同步开发，直接影响产品构造、成本构成、产品性能指标，是一个完整生产工艺，而非受托加工业务。

在生产过程中，原材料形态和功能也发生了重大变化，如塑料粒子通过注塑、模压、喷漆、包覆等多种工艺制成汽车零部件产品后交付给客户。

综上所述，公司与供应商、客户独立签署合同，独立实施采购与销售业务活动，公司承担原材料价格波动风险，承担存货毁损灭失风险，公司采购原材料后，公司能控制、主导该物料的使用，并经过生产加工制成汽车零部件产品销售给客户，产品销售前公司能够控制该产品并从中获得几乎全部的经济利益，公司具备完整销售定价权，承担客户退换货风险和客户回款的信用风险，以上表明了公司为销售业务活动中的主要责任人。

根据《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定，企业在将特定商品或服务转让给客户之前控制该商品或服务的，即企业能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益，为主要责任人，否则为代理人。企业应当按照有权向客户收取的对价金额确定交易价格，并计量收入。主要责任人应当按照已收或应收的对价总额确认收入。因此，在指定采购情况下，公司将相关采购、销售作为独立购销业务（总额法）进行会计处理符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定。

（3）同行业可比公司关于指定采购的合同约定及会计处理

同行业可比上市公司以及近年来申报的汽车零部件行业企业关于客户指定采购的具体情况及会计处理如下表所示：

项目	公司名称	具体情况	会计处理
同行业可比上市公司	唯科科技	报告期内，客户指定品牌或指定供应商的原材料采购金额占原材料总采购额的比例分别为 47.38%、50.40%、37.63%和 34.21%，2020 年和 2021 年上半年指定采购占比较低是由于健康产品生产所需塑料粒子原材料主要采用自主采购形式，健康产品业务在 2020 年和 2021 年上半年发展较快导致的。	独立购销业务，总额法核算
	常熟汽饰	公司的采购模式可分为指定采购和自行采购：公司部分原材料系向下游客户指定的供应商采购，对于部分材料倾向于选择外方股东的原材料供应商进行合作。	未披露
	新泉股份	定期报告、募集说明书、招股说明书及其反馈回复等公开资料中未披露是否存在客户指定原材料品牌或供应商的情形。	未披露
	神通科技	报告期内，公司存在少量客户指定材料供应商和采购价格情形，主要系公司向客户提供总成件时，针对部分生产工艺特殊且非公司主要产品的标准件、橡塑件等小部件，向客户指定二级配套商采购所致。报告期内指定采购占比分别为 4.75%、7.17%、6.87%和 5.67%。	未披露
	肇民科技	公司主要原材料塑料粒子，除少量为客户直接指定渠道外，其他均为客户仅指定品牌、规格、型号，由公司自主选择供应商。2019 年度和 2020 年度，客户指定塑料粒子品牌的采购金额占塑料粒子总采购金额的比重分别为 99.09%、97.16%；客户指定采购渠道的金额及占比较低。	独立购销业务，总额法核算
	东箭科技	报告期内，公司向客户采购或从客户指定供应商采购的原材料主要为车灯等电动控制类原材料。客户为保障产品品质，少量零件会要求公司向其或其指定供应商处采购。公司向客户或客户指定供应商采购的原材料（车灯、线束等）仅为公司生产销售产品的部分零配件，对应产品的主要生产加工工艺由公司完成。报告期内指定采购占比分别为 1.31%、1.63%、1.25%和 0.99%。	独立购销业务，总额法核算
其他汽车零部件行业企业	超捷股份	公司存在客户指定供应商的情形。公司根据客户订单需求安排生产和采购原材料，在客户指定原材料供应商的情况下，由公司自主向供应商采购原材料，与供应商直接沟通约定原材料型号、价格、数量、付款期限等事项，并签署购销合同。指定采购的原材料主要为外加工电镀件、O 型圈等，2019 年及 2020 年指定供应商采购额占总采购额的比例分别为 4.74%和 3.26%。	独立购销业务，总额法核算
	维科精密	客户通常会指定产品所使用的塑料粒子品牌、规格、型号范围，由公司根据供应商评估结果确定最终合作供应商。客户指定供应商的情形较少，主要是定制化的电子元器件。2019-2021 年，指定品牌采购额占比分别为 30.60%、30.04%和 30.01%，指定供应商采购额占比分别为 5.76%、5.77%和 3.74%。	独立购销业务，总额法核算

由上表可知，汽车零部件行业企业存在客户指定供应商的情形，且基本以独立购销业务核算，适用总额法，公司客户指定供应商符合汽车零部件行业的惯例，会计处理与同行业保持一致。

综上所述，公司向客户指定供应商采购材料进行生产加工后销售，属于独立的购销业务，不属于委托加工业务，采用总额法进行会计处理，符合行业惯例及《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 1 号》相关规定。

2、销售返利、客户降价补差和废料销售的具体情况，报告期各期金额及占比，相关会计处理及是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》相关规定

（1）销售返利、客户降价补差和废料销售的具体情况，报告期各期金额及占比

报告期内，公司销售返利、客户降价补差和废料销售的金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
销售返利	-1,920.00	-3.03	-1,343.04	-1.30	-899.30	-1.33	-251.66	-0.51
客户降价补差	565.23	0.89	1,312.52	1.27	2,019.73	2.99	1,906.44	3.89
废料销售	128.52	0.20	145.40	0.14	89.09	0.13	185.94	0.38
主营业务收入	**63,328.53**	**100.00**	**103,187.30**	**100.00**	**67,553.89**	**100.00**	**49,068.85**	**100.00**

由上表可知，报告期内随着公司业务收入的逐步增加，销售返利金额也呈现出逐年递增的趋势，2023 年 1-6 月销售返利明显增长主要是公司对广汽埃安年降中返利部分增加导致，符合企业的业务发展实际；客户降价补差金额 2022 年度较 2021 年度减少，主要系 2022 年度公司与广汽埃安对相关产品的定价时间早于往年，故 2022 年度客户降价补差金额显著减少，符合企业业务发展实际。

（2）销售返利、客户降价补差和废料销售的会计处理

1）销售返利

公司对部分客户存在销售返利，主要为广汽埃安、广汽乘用车。公司与相关客户通过商务谈判，在双方确认返利方案后签署返利确认函，或通过对账单、系统发布结算单等资料对返还总金额进行约定并确认，公司以返利确认函或对账单、系统发布的结算单等资料确认的返利金额抵减后续销售形成的往来货款。

确认返利的会计处理为：

借：应收账款（红字）

贷：主营业务收入（红字）

应交税费（红字）

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》相关规定，对基于客户一定采购数量的实物返利或仅适用于未来采购的价格折扣，企业应当按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。公司销售返利是对客户当期采购的价格折扣，应作为单项履约义务，且其返利金额已经体现在分摊未来销售产品的交易对价中，故公司会计处理符合《企业会计准则》和《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定。

2）客户降价补差

公司日常销售中，存在部分降价补差客户，暂定价结算的客户主要包括广汽埃安、广汽本田、广汽乘用车、林骏和提爱思等。公司与客户协商相关产品暂定价为上一年正式结算价的 90-97 折不等。公司在对账后按暂定价确定收入，最后与客户谈定年度正式价后再按照正式价与暂定价之间的差异结算价差。

如价差为贷方，即正式价高于暂定价，则公司对（暂定价与正式价）价差确认收入的会计处理如下：

借：应收账款

贷：主营业务收入

应交税费

若价差为借方，即正式价低于暂定价，则做相反会计处理。

由上表可知，报告期内，公司与以暂定价结算的客户的价差为贷方，对应补充确认主营业务收入。

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》对暂定价格销售合同中可变对价的判断等规定，可变对价指的是企业与客户的合同中约定的对价金额可能

因折扣、价格折让、返利、退款、奖励积分、激励措施、业绩奖金、索赔等因素而变化。此外，企业有权收取的对价金额，将根据一项或多项或有事项的发生有所不同的情况，也属于可变对价的情形。公司与客户先按暂定价结算，待后续双方结合市场情况等综合判定合同对价金额，故该客户降价补差属于可变对价，公司在结算所属期冲减或确认价差收入，其会计处理符合《企业会计准则》和《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定。

3）废料销售

公司产品主要原料为塑料粒子、外购件和模具类，在生产过程中会产生边角料、废旧包装物等废料，公司对废料进行集中管理，根据废料产生情况，及时进行处置。

销售废料的会计处理为：

借：应收账款

贷：其他业务收入

　　应交税费

公司销售废料事项本身是能够明确区分，且在合同层面也是能够明确区分的，因此公司将其作为单项履约义务在满足收入确认条件时确认收入，且公司销售废料不属于公司主营业务，将其计入其他业务收入科目核算。因此公司会计处理符合《企业会计准则》和《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、通过对发行人业务人员进行访谈、查阅定点通知书以及公开资料查询等手段，了解发行人主要产品与整车车型之间的对应关系。通过该对应关系，对发行人主要产品的客户供货量和相应终端车型的产量进行数据分析，了解关键信息；

2、与发行人业务人员访谈、查阅产品成本构成明细表，了解不同车型同类

型产品售价产生差异的主要原因、各类型产品收入变动的原因；

3、获取收入成本明细表，和产品成本构成明细表，对报告期内不同车型同类型产品售价产生差异的主要原因、各类型产品收入、单价、以及主要客户和车型的月度收入和季度收入等情况进行分析；

4、查阅同行业可比公司公开披露信息，从产品材质、产品结构、主要客户等维度分析公司与同行业公司的可比性；分析同行业可比公司的收入增幅情况；

5、访谈公司业务人员，了解一二级销售模式的具体情况与主要客户的合作模式；分析不同销售模式下主要合同约定与实际执行情况的差异；对不同销售模式下的收入变动情况进行分析性复核；

6、查阅发行人与主要客户签订的框架合同，并与发行人销售部门访谈了解实际情况；

7、查阅主要车型产销量数据，并与发行人销售情况匹配；

8、查阅同行业可比公司招股说明书、年报等公开资料，从产品材质、产品结构、主要客户等维度分析公司与同行业公司的可比性；分析同行业可比公司的收入增幅情况；分析分季度收入占比与公司的异同情况；了解同行业可比公司关于客户指定采购的会计处理和收入确认方法，并与公司进行比较分析，检查其会计处理是否符合企业会计准则的相关规定；

9、了解公司与收入确认相关的内部控制设计并测试其执行的有效性；对公司销售收入执行实质性程序：包括函证程序、走访程序、截止性测试、凭证测试以及实质性分析程序等；

（1）报告期内，客户函证的具体情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入（A）	63,850.99	103,790.34	67,731.13	49,281.27
发函金额（B）	63,599.38	102,553.46	66,650.49	48,163.73
发函金额占营业收入的比例（C=B/A）	99.61%	98.81%	98.40%	97.73%
回函可确认金额（D）	63,599.38	102,553.46	66,650.49	48,163.73
可确认回函比例	99.61%	98.81%	98.40%	97.73%

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
（E=D/A）				

（2）报告期内，客户实地走访的具体情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入（A）	63,850.99	103,790.34	67,731.13	49,281.27
实地走访覆盖营业收入（B）	61,013.33	102,532.66	66,747.35	48,525.23
实地走访覆盖营业收入占营业收入的比例（C=B/A）	95.56%	98.79%	98.55%	98.47%

10、访谈销售及财务部门负责人，检查公司收发存明细表，了解公司期后退换货的数量、金额明细及具体原因；检查公司主要客户的销售合同，了解关于退换货条款、质量保证条款等具体约定；检查公司关于退换货的会计处理是否与同行业可比公司存在差异，是否符合企业会计准则的相关规定；

11、获取公司报告期内的采购明细，汇总分析涉及指定采购的供应商、客户、采购内容、采购数量、金额及占比等；检查指定供应商采购合同，了解关于指定采购的交易目的、交易内容、风险报酬转移、货款支付等具体约定；

12、访谈财务部门负责人，了解公司关于销售返利、客户降价补差和废料销售的具体情况，获取相关明细，汇总分析季度收入占比是否符合公司业务发展实际，检查会计处理是否符合企业会计准则的相关规定。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人各主要产品销量与整车车型产量之间存在明确合理的对应关系，不存在明显差异。针对各类主要产品，客户向发行人采购量占各车型同类产品采购需求的比例较高。发行人同类产品不同品牌车型的平均售价存在一定差异，主要受各车型配置、材料成本差异等影响所致，差异具有合理性。发行人主要产品收入变动主要随配套终端车型的产销量影响，报告期内公司收入增长主要来源于配套广汽埃安与广汽乘用车的相关车型产品收入增加所致。2021 年机舱护板总成收入下降主要系当期广汽乘用车 GS5、GS3 配套产品需求量下降所致。其他内外饰件构成种类较为分散，报告期内收入大幅增长主要系配套广汽乘用

车、广汽埃安等相关车型收入增加所致。同行业可比上市公司均主要从事汽车内外饰注塑件或汽车行业精密注塑模具的生产与销售，且以整车厂、一级供应商等作为主要客户，与公司业务具备一定的相似性和可比性。报告期内，发行人与同行业可比公司的收入波动趋势一致，整体均呈现增长趋势，新泉股份、常熟汽饰这两家龙头企业在收入规模是富强科技的 3-6 倍的基础上，其增速仍然保持在 30%-50%，与富强科技增速相仿；因此，公司增幅高于平均值具有合理性；

2、发行人已对除广汽集团外其他主要客户的合作背景等情况、年降政策及其相关情况进行了说明，年降政策对发行人未来经营业绩的影响较小。发行人已说明向各主要客户销售的产品构成、与整车车型的对应关系，报告期内，公司产品销售数量与整车产销量相匹配。发行人配套本田皓影、本田飞度等相关产品报告期内销量下滑的原因主要是终端车型产量下滑所致。公司对广汽本田其他畅销车型的产品销售有所增长，公司对广汽本田的收入进一步大幅下滑的风险较小；

3、公司的销售模式主要为向汽车整车厂直接提供零部件的销售模式（一级模式），另有少量向汽车整车厂供应商提供零部件的销售模式（二级模式）；一级模式的主要客户为广汽埃安、广汽乘用车、广汽本田等整车厂；二级模式主要为广爱兴、林骏、河西等汽车零部件厂商。发行人各主要客户的主要合同约定存在一定差异，实际执行情况不存在实质性差异。报告期内各模式下销售收入主要系受公司发展战略以及所配套车型需求量的影响，公司发展重心逐步向整车厂客户转移，一级模式增幅较大，二级模式基本稳定，变动情况具有合理性；

4、公司 2021 年 12 月、2022 年 10-12 月等月份收入增幅较高与主要客户相关车型产销量增长相关，具有合理性；收入的季节性特征与同行业可比公司不存在较大差异，符合行业惯例；公司不存在期后退换货情况，不存在跨期确认收入的情形；

5、报告期内，公司客户指定采购的物料主要为原材料塑料粒子，与公司自主采购的原材料一样，用于公司所有产品的生产；指定采购下，公司向客户指定供应商采购材料进行生产加工后销售，属于独立的购销业务，不属于委托加

工业务，采用总额法进行会计处理，符合行业惯例及《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定；报告期内，公司销售返利、客户降价补差和废料销售的金额及占比均较小，销售返利、客户降价补差和废料销售的会计处理符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》相关规定。

（三）说明收入截止性所履行的核查程序和核查结论，收入确认的准确性，收入确认的外部证据及其准确性、合理性

1、针对收入截止性所履行的核查程序和核查结论

（1）核查程序

1）获取销售相关的内控制度，了解并评价内控制度设计的合理性，对销售与收款业务循环关键控制节点实施穿行测试及控制测试；

2）询问财务负责人及业务人员，了解公司收入确认方式和确认依据；

3）获取并查看公司主要客户销售合同，识别履约义务及履约义务完成时点，检查公司收入确认方式和时点是否满足企业会计准则的规定；

4）针对产品收入执行截止测试，从资产负债表日前后一个月的账面收入记录选取样本检查至对应的订单、发货单（出库单）、对账单、销售发票等支持性文件，评价产品收入是否计入恰当的会计期间；

5）针对模具收入实施检查、重新计算等程序，检查报告期内模具收入的销售合同、模具产品的预示量、报告期内对应产品的销售数量，按产品销售量和模具预示量等测算账面模具收入的准确性。

（2）核查结论

经核查，公司收入确认不存在跨期情形，收入金额可以确定。

2、收入确认的准确性，收入确认的外部证据及其准确性、合理性

报告期内，公司主营业务收入包括汽车内外饰件销售收入和模具收入。公司两类收入确认的时点及依据如下：

收入类别	描述	收入确认时点	收入确认的外部证据

收入类别	描述	收入确认时点	收入确认的外部证据
内外饰件收入	公司汽车内外饰件销售属于在某一时点履行的履约义务，在客户收货并对账后确认收入	产品经客户收货并对账后确认收入	对账单
模具收入	模具达到批量生产汽车内外饰件条件并经客户验收合格后，开始确认收入；区分生产模和商品模	商品模：公司按照客户要求完成模具开发，将模具成品直接销售给客户属于在某一时点履行的履约义务，在模具完工并经客户验收合格后确认模具收入	验收单
		生产模：公司按照客户要求完成模具开发并使用模具生产汽车内外饰件属于在某一时段内履行的履约义务，在产品开始批量生产后，按照模具所生产产品预计企划量，将模具价格分摊至单个产品中作为产品销售收入的一部分，并随着产品销售的同时确认模具收入	对账单（销量）、产品企划量、模具合同

（1）汽车内外饰件收入

公司主要销售客户为汽车整车厂和一级供应商，在合同谈判中，客户占据主导地位，故公司销售合同大部分是由汽车整车厂或一级供应商提供，根据公司与主要客户签订的销售合同条款（详见本题回复之“一（五）1（2）3）①公司与主要客户销售合同签署情况”）可知，合同约定商品所有权及风险承担在公司货物运至客户指定场所并完成验收之时转移至客户。然而，鉴于汽车行业特性，汽车零部件供应商与客户交接产品品类众多，交易频次较高，单个产品价值量较低，实践中，基于效率考虑，双方通过按月集中对账方式，对客户领用数量进行确认。客户与公司完成对账表明客户确认其领用的公司产品数量，双方对领用数量达成一致，产品所有权相关风险和报酬转移至客户。

因此，经客户与公司双方确认的对账资料成为公司向客户交付商品控制权完成转移的凭据，公司以客户收货并对账作为收入确认时点符合《企业会计准则》的相关规定。

（2）模具收入

对于商品模具，公司按照合同约定的规格、型号、技术参数、指标等完成模具开发，经客户验收后其模具所有权相关的风险和报酬均已转移至客户，此时公司完成了合同约定的内容和义务，因此属于在某一时点履行的履约义务，

故公司在交付模具并经客户验收后确认收入，符合《企业会计准则》的相关规定。

对于生产模具，汽车整车厂和一级供应商与公司签订销售合同主要是为了采购公司的汽车零部件产品，保证客户的产品能够及时组装下线，汽车零部件而非模具才是汽车整车厂最终需要采购的货物。因此，模具开发完毕，公司合同义务并未履行完毕，公司只有在完成模具开发并按质保量供应汽车零部件产品时，才完成了合同履约义务，公司才具备向客户收取模具款的权利。反之，公司即使完成模具开发，但因其自身原因，未能按质保量生产、供应汽车零部件产品，也不具备向客户收取模具款的权利。

就公司而言，模具是否能确认收入，有赖于是否按合同约定向整车厂交付汽车零部件产品，即生产模具的收入需要通过产品生产交付来实现。因此按预计产量分摊确认模具收入，符合双方合同约定和《企业会计准则》相关规定。

综上所述，公司收入确认政策符合《企业会计准则》相关规定，收入确认金额准确，收入确认的外部证据具有准确性、合理性。

问题 9.关于模具销售

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人模具收入分别为 4,317.43 万元、5,876.12 万元和 9,280.93 万元。其中，生产模具收入占比接近 100%，生产模具的销售属于在某一时段内履行的履约义务，按销量进度确认模具收入，商品模具的销售属于在某一时点履行的履约义务。

（2）发行人的模具在存货科目核算，同行业可比公司模具分别在固定资产、存货、长期待摊费用等科目核算。报告期各期末，发行人模具的账面余额分别为 19,545.98 万元、26,503.24 万元和 32,666.13 万元，模具金额增加主要是公司承接车型逐步增加；1 年以上模具占比分别为 55.28%、43.71%和 46.55%。

（3）报告期各期末，发行人合同负债余额分别为 1,122.50 万元、5,290.71 万元和 5,811.33 万元，主要为预收模具款。

请发行人：

（1）说明报告期内模具收入对应的主要客户及车型，与主要客户关于模具的合同、报价邀请函、报价单或客户价格确认单等主要约定，报告期内收入大幅增长的原因及合理性；按销量进度的确认标准及依据，预计销售量的确定标准、报告期内与实际销售量差异情况、是否需要调整及相关会计处理，模具成本与收入确认的匹配性，合同终止相关的会计处理，结合具体案例说明模具收入及成本确认的具体情况、所依据的内外部证据；结合具体合同约定、实际执行情况、同行业可比公司情况等，说明生产模具是否符合某一时段内履行的履约义务，模具相关的会计处理是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定。

（2）说明在产模具和模具产成品的具体情况，对应的主要客户及车型情况，具体的存放地点，相关的管理及内控措施、列报的准确性，金额持续增长的原因及合理性，与业务规模及主要车型销售的匹配性；结合合同具体约定、业务模式等说明与同行业可比公司列报存在差异的原因及合理性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；库龄较长的原因、与相关车型及换代时间的匹配性，跌价准备的测算过程及计提的充分性；报告期内模具的实际损毁情况，

报废的模具数量，相应实物、账务的处理方式。

（3）说明主要预收模具款对应的客户、车型、交付时间、合同金额、结算条款、预收款金额、预收款时间。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明报告期内模具收入对应的主要客户及车型，与主要客户关于模具的合同、报价邀请函、报价单或客户价格确认单等主要约定，报告期内收入大幅增长的原因及合理性；按销量进度的确认标准及依据，预计销售量的确定标准、报告期内与实际销售量差异情况、是否需要调整及相关会计处理，模具成本与收入确认的匹配性，合同终止相关的会计处理，结合具体案例说明模具收入及成本确认的具体情况、所依据的内外部证据；结合具体合同约定、实际执行情况、同行业可比公司情况等，说明生产模具是否符合某一时段内履行的履约义务，模具相关的会计处理是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定

1、说明报告期内模具收入对应的主要客户及车型，与主要客户关于模具的合同、报价邀请函、报价单或客户价格确认单等主要约定，报告期内收入大幅增长的原因及合理性

（1）报告期内模具收入主要客户关于模具的合同、报价邀请函、报价单或客户价格确认单等主要约定如下：

客户名称	合同主要约定
广汽埃安新能源汽车股份有限公司	《零部件/直材采购基本合同》：4.3 除另有规定外，双方商定的供货价格包括乙方按双方规定完成其所承担零部件的开发、材料、制造、技术资料、试验检测等价格，以及乙方履行本合同所发生的其他一切费用（包括乙方将零部件运至甲方指定地点为止的包装费、运费、保险费及与交货有关的其他所有费用）；若其中的部分或全部项目如运输等由甲方或甲方委托的承运人承担,零件价格中要去除相关项目对应的费用。24.3 双方同意并确认，未经甲方事先书面同意，乙方不得对用于生产本协议项下零部件的专用模具、夹具、检具、工装设备等进行任何形式的处置，包括但不限于转移、许可他人使用、销售或销毁，亦不得使用该等器具、设备为第三方提供任何形式的生产加工服务。38.1 本合同终止时，乙方应立即将甲方提供的技术信息、图纸（包括复印件）、数据、样件、付清货款、甲方投资的工装模具等，以及所有有关记录档案自负费用地返还甲方。

客户名称	合同主要约定
广汽乘用车（杭州）有限公司	《零部件/直材采购基本合同》：4.3 除另有规定外，双方商定的供货价格包括乙方按双方规定完成其所承担零部件的开发、材料、制造、技术资料、试验检测等价格，以及乙方履行本合同所发生的其他一切费用（包括乙方将零部件运至甲方指定地点为止的包装费、运费、保险费及与交货有关的其他所有费用）；若其中的部分或全部项目如运输等由甲方或甲方委托的承运人承担，零件价格中要去除相关项目对应的费用。4.6 除另有规定外，零部件的专用模具、夹具、检具、工装费按规定数量折旧分摊或分 5 年 60 期支付。24.3 若工装设备由甲方出资制造，其所有权归甲方所有。24.4 对于工装设备所有权属于甲方的，甲方有权随时调配该工装设备。在甲方提出要求时，乙方应同意在甲方要求的期限内自费且无条件归还工装设备、相关附件/部件、技术资料等。24.5 未经甲方事先书面许可，乙方不得对工装设备进行任何形式的处置。28.1 接受甲方批量生产用零部件的订货时，即使在批量生产停止后，乙方应供应甲方维修用零部件。售后备件的支持周期应不短于结束整车生产后的 10 年时间，有特别约定的除外。28.2 乙方对为制作零部件而使用的专用模具、夹具等进行改造、销毁、转让及其他处置时，预先将其通知甲方。37.1 本合同终止时，乙方应立即将甲方提供的技术信息、图纸（包括复印件）、数据、样件、付清货款、甲方投资的工装模具等，以及所有有关记录档案自负费用地返还甲方。
广汽乘用车有限公司	《零部件/直材采购基本合同》：4.3 除另有规定外，双方商定的供货价格包括乙方按双方规定完成其所承担零部件的开发、材料、制造、技术资料、试验检测等价格，以及乙方履行本合同所发生的其他一切费用（包括乙方将零部件运至甲方指定地点为止的包装费、运费、保险费及与交货有关的其他所有费用）；若其中的部分或全部项目如运输等由甲方或甲方委托的承运人承担，零件价格中要去除相关项目对应的费用。4.6 除另有规定外，零部件的专用模具、夹具、检具、工装费按规定数量折旧分摊或分 5 年 60 期支付。24.3 若工装设备由甲方出资制造，其所有权归甲方所有。24.4 对于工装设备所有权属于甲方的，甲方有权随时调配该工装设备。在甲方提出要求时，乙方应同意在甲方要求的期限内自费且无条件归还工装设备、相关附件/部件、技术资料等。24.5 未经甲方事先书面许可，乙方不得对工装设备进行任何形式的处置。28.1 接受甲方批量生产用零部件的订货时，即使在批量生产停止后，乙方应供应甲方维修用零部件。售后备件的支持周期应不短于结束整车生产后的 10 年时间，有特别约定的除外。28.2 乙方对为制作零部件而使用的专用模具、夹具等进行改造、销毁、转让及其他处置时，预先将其通知甲方。37.1 本合同终止时，乙方应立即将甲方提供的技术信息、图纸（包括复印件）、数据、样件、付清货款、甲方投资的工装模具等，以及所有有关记录档案自负费用地返还甲方。
广汽本田汽车有限公司	《零部件交易基本合同》：第 4 条 价格 第 1 款 零部件等的价格由乙方在甲方指定格式的估价单上填写所希望价格后，提交甲方，经甲乙方协商确定。第 27 条 第 2 款 乙方对为制作零部件等而使用的专用模型、夹具等进行改造、销毁、转让及其他处置时，预先将其通知甲方。

报告期内，公司主要客户关于模具相关合同条款主要集中在模具价格、使用和处置等方面；报价邀请函主要是形式为《零件估计条件》《国产件及专用工装量产报价通知》，报价邀请函主要内容为对应车型的相关技术指标跟预计产量等内容；报价单或客户价格确认单主要约定模具总额和模具款的结算方式。

（2）报告期内模具收入对应的主要客户及车型，报告期内收入大幅增长的原因及合理性

报告期内，公司模具收入对主要客户及车型具体情况如下：

单位：万元

客户名称	车型	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
广州汽车集团股份有限公司（注 1）	埃安 S（注 3）	218.75	2,008.52	1,560.43	1,319.29
	埃安 Y	757.61	1,376.16	328.49	
	传祺 GS3	148.79	953.71	96.21	172.69
	埃安 V	22.73	555.33	230.16	148.10
	传祺 GS8	466.03	518.83	243.77	29.47
	传祺 GS5	99.22	504.82	254.94	145.27
	传祺影豹	84.10	290.06	218.45	
	传祺 GS4	2,429.25	162.16	167.98	273.18
	合创 Z03	266.61	154.90		
	传祺 GM8	163.32	148.17	24.06	29.10
	传祺 M8		106.22	55.28	
	传祺 GA6	691.67	95.95	16.83	73.01
	埃安 LX	3.04	66.80	14.87	66.03
	传祺 GM6	20.26	47.37	63.30	60.84
	传祺 GA8				346.54
	其他	36.58	12.28	79.73	0.13
广汽本田汽车有限公司（注 2）	本田飞度（注 3）	204.95	698.59	1,010.91	173.39
	本田皓影（注 3）	81.79	363.94	895.21	711.73
	本田型格	190.75	293.12	0.53	0.10
	本田奥德赛	21.03	118.34	44.28	69.51
	本田凌派	5.68	38.45	38.19	100.55
	本田雅阁				237.32
	本田理念	64.48	19.39	44.56	6.80
	本田致在	62.55	41.20	0.04	0.00
	其他	94.73	110.29	90.61	10.21
小 计		6,133.92	8,684.60	5,478.84	3,973.24
模具收入主要客户占模具收入比		91.56%	93.57%	93.24%	92.03%
模具收入		6,699.42	9,280.93	5,876.12	4,317.43

客户名称	车型	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
产品收入		56,629.11	93,906.36	61,677.77	44,751.42
模具收入占产品收入比		11.83%	9.88%	9.53%	9.65%

注 1：广州汽车集团股份有限公司是按照同一控制人口径将广州汽车集团股份有限公司、广汽埃安新能源汽车股份有限公司、广汽乘用车（杭州）有限公司、广汽乘用车有限公司、广汽乘用车有限公司宜昌分公司和广州华智汽车部件有限公司宜昌分公司等汇总披露

注 2：广汽本田汽车有限公司是按照同一控制人口径将广汽本田汽车有限公司和广汽本田汽车有限公司增城工厂和广汽本田汽车研究开发有限公司等汇总披露

注 3：埃安 S、本田飞度 2023 年 1-6 月模具收入同比下降、本田皓影 2022 年度较 2021 年度模具下降是因为其提前完成预计销量，2022 年度模具收入已摊销完毕所致

如上表所示，报告期内，公司模具收入分别为 4,317.43 万元、5,876.12 万元、9,280.93 万元和 6,699.42 万元，2020 至 2022 年度的年化复合增长率为 46.62%，2023 年 1-6 月同比增长 83.75%。公司模具收入大幅增长主要原因系：公司模具收入随着产品销售的同时确认收入。报告期内，随着公司主要客户的主要车型埃安 V、埃安 Y、本田飞度改款、本田型格改款和传祺 GS8 改款等开始量产，公司报告期内量产车型增多，公司的产品销量增加，公司报告期内主营产品收入快速增长，分别为 44,751.42 万元、61,677.77 万元、93,906.36 万元和 56,629.11 万元，2020 至 2022 年度的年化复合增长率为 44.86%，2023 年 1-6 月同比增长 53.05%，与公司模具收入 2020-2022 年度的年化复合增长率较为接近，与 2023 年 1-6 月模具收入保持同向增长。2023 年 1-6 月模具收入同比增长幅度大于 2023 年 1-6 月产品收入同比增长幅度，主要是因为传祺 GA6 和宜昌基地的传祺 GS4 在 2023 年上半年结束量产状态，一次性确认剩余未确认模具收入所致。模具收入随着产品销售增加而增加,报告期内模具收入与产品收入保持同步增长，模具收入占产品收入比重保持稳定，相互匹配。

综上，公司的模具收入大幅增长具备合理性。

2、按销量进度的确认标准及依据，预计销售量的确定标准、报告期内与实际销售量差异情况、是否需要调整及相关会计处理，模具成本与收入确认的匹配性，合同终止相关的会计处理，结合具体案例说明模具收入及成本确认的具体情况、所依据的内外部证据

（1）按销量进度的确认标准及依据，预计销售量的确定标准、报告期内与实际销售量差异情况、是否需要调整及相关会计处理

1）按销量进度的确认标准及依据

报告期内，公司模具收入包括生产模具和商品模具，其中公司的商品模具在模具完工并经客户验收合格后确认模具收入，生产模具在产品开始批量生产后，按照模具所生产产品预计企划量（预计销售量），将模具价格分摊至单个产品中作为产品销售收入的一部分，并随着产品销售的同时确认收入。公司主要根据项目合同、定点通知书等资料确认模具对应车型达到量产条件后，公司是否需要使用模具继续为客户生产、供应产品。模具对应车型达到量产条件后，公司需要使用模具继续为客户生产、供应产品的为生产模具，公司不承担使用模具为客户生产、供应产品责任的为商品模具。

对于生产模具，汽车整车厂需要实现最终目的是产品交付，汽车能够顺利组装下线。模具不是整车厂最终采购货物，汽车零部件才是汽车整车厂最终需要采购货物。因此，模具开发完毕，公司合同义务并未履行完毕，公司只有在按质按时保量供应汽车零部件产品时，才完整履行了合同义务。

公司合同义务履行完毕必须同时具备以下条件：①按要求完成模具开发，为零部件生产做好准备；②按质按时保量生产、供应零部件产品。只有同时具备上述条件时，公司才具备向客户收取模具款的权利。因此，模具款的回收、收入确认均是建立在富强科技是按客户要求保质保量按时交付汽车零部件产品基础之上，生产模具收入实现有赖于汽车零部件产品交付，随产品销售实现。

综上，公司生产模具按照模具所生产产品预计企划量，将模具价格分摊至单个产品中作为产品销售收入的一部分，并随着产品销售的同时确认收入，符合双方合同约定、行业惯例和会计准则规定。

2）预计销售量的确定标准、报告期内与实际销售量差异情况、是否需要调

整

整车厂在综合考虑其新车型的市场定位、消费人员、市场内竞争车型的优劣等因素后通过一系列市场调研后得出新车型在量产周期内的预期销量经验数据，通过合同、具体项目的《零件估计条件》《国产件及专用工装量产报价通知》等资料与供应商确认具体车型的预计销量，并以此作为供应商报价、模具设计的重要参考因素。因此，公司出于预计销售量数据的客观性和权威性考虑，不对客户确认的车型企划销量（预计销售量）进行修正、调整，以保障数据有依可循。

报告期内，公司累计模具收入前十大模具组的预计销量跟实际销量对比情况如下：

单位：万元、月、万辆

模具组名称	车型中文名	报告期内累计收入	量产时间	摊销周期	预计总销量	报告期应摊销月份	报告期预计销量（注 1）	报告期实际销量（注 3）	实际销量占预计销量比
A26	埃安 S	4,682.12	2019 年 4 月	60.00	20.00	42.00	14.00	25.62	182.98%
A39[注 2]	传祺 GS4	363.06	2019 年 9 月	60.00	60.00	42.00	42.00	23.89	56.87%
		2,511.10	2020 年 6 月	60.00	60.00	37.00	37.00	4.08	11.03%
2FJ	本田飞度	2,235.68	2020 年 8 月	36.00	23.67	35.00	23.01	27.84	120.97%
2VG	本田皓影	1,946.71	2019 年 11 月	36.00	37.65	34.00	35.56	46.95	132.04%
A20-2	埃安 Y	1,870.93	2021 年 4 月	60.00	20.00	27.00	9.00	11.87	131.89%
A5H	传祺 GS3	1,077.47	2017 年 7 月	60.00	45.00	30.00	22.50	5.09	22.63%
A10	传祺 GS5	904.38	2018 年 9 月	60.00	30.00	42.00	21.00	11.60	55.25%
A18	埃安 V	904.20	2020 年 4 月	48.00	25.00	39.00	20.31	5.33	26.24%
G05	合创 Z03	617.86	2021 年 10 月	60.00	33.50	21.00	11.73	3.18	27.09%
A21	埃安 Y	591.32	2022 年 8 月	36.00	27.00	11.00	8.25	11.45	138.78%
小 计		**17,704.84**	—	—	—	—	—	—	—
报告期内累计模具收入		**26,173.91**	—	—	—	—	—	—	—
前十车型占比		**67.64%**	—	—	—	—	—	—	—

（注 1）报告期预计销量=预计总销量/摊销周期（月）*报告期应摊销月份

（注 2）A39 分别于 2019 年 9 月和 2020 年 6 月在公司清远基地和宜昌基地量产，清远基地和宜昌基地分别单独制作模具，每套模具预计总销量为 60.00 万辆，其中清远基地报告期内累计收入 363.06 万元、宜昌基地部分模具于 2023 年上半年打切，报告期内累计收入 2,511.10 万元

（注 3）一套模具组包含多个内外饰件产品的模具，实际销售过程中，由于客户损耗、配置等原因，不同产品在某段时间内的销售情况会存在差异。为方便列示，上表的“实际销量”按模具价值最高的内外饰件产品所对应车型的销量列示；如 A39 模具组之宜昌基地部分，模具组中包含门内饰板总成、挡泥板总成等产品的模具，其中门内饰板总成的模具价值最高，因此以门内饰板总成所对应车型在报告期内的实际销量即 4.08 万辆进行上表列示，而挡泥板总成对应车型在报告期内的实际销量为 4.05 万辆，但挡泥板总成模具价值并非最高，因此上表未对其车型销量进行列示。公司实际账务核算过程中，按照各具体产品对应车型实际销量分别确认模具收入

报告期内，公司累计模具收入前十大模具组的模具收入占公司报告期内累计模具收入的 67.64%，是公司模具收入对应的主要车型。如上表所示，报告期内公司主要车型除埃安 V、传祺 GS4、合创 Z03 因整车终端市场需求因素导致实际销量未达预期和传祺 GS3 量产时间较早、处于该车型生命周期中的衰退期，销量有所下降之外，绝大部分的实际销量均超过或接近报告期内预计销量，截至目前埃安 V、传祺 GS4、合创 Z03 对应产品仍在正常生产销售和按合同约定正常分期收款。

整车厂确定的车型预计销售量是整车厂在综合考虑其新车型的市场定位、消费人员、市场内竞争车型的优劣等因素后通过一系列市场调研后得出的该车型在量产周期内的预期销量经验数据，并据此作为模具设计生产能力保证的参考，因为整车厂具备丰富的终端市场经验和较强的市场反映判断能力，因此整车厂预计的车型预计销售量具有客观性。虽然车型量产后，受整车终端不同的市场因素影响，预计销售量与实际销售量可能存在偏差，但出于模具客户合同约定、预计销售量数据的客观性和权威性等方面考虑，和结合公司的同行业可比公司新泉股份、肇民科技均系按照与客户约定的分摊数量进行分摊收入的情况，公司不对整车厂反馈的预计销售量进行修改。

3）相关会计处理

公司使用模具生产内外饰件产品，模具结转成本与后续量产产品销量可以对应。公司在该等模具生产的零部件产品达到量产条件后，按与客户签订的该模具总收入与总预示量，以及结转的总成本，计算出单位模具收入价与单位模具成本价，再按每月生产的零部件产品的实际销量占预计销量的比例，分摊确认当期的收入和成本。具体会计处理如下：

①车型量产期间

借：应收账款/合同负债

贷：主营业务收入（=具体某模具总收入*模具对应产品本期实际产品销量/模具对应产品的预计销售量，若累计确认模具收入已等于模具总收入，公司则不再确认模具收入）

贷：应交税费-增值税（销项税）

②车型停止量产、项目提前终止

借：应收账款/合同负债

贷：主营业务收入（=模具总收入-累计已确认模具收入）

贷：应交税费-增值税（销项税）

（2）模具成本与收入确认的匹配性，合同终止相关的会计处理，结合具体案例说明模具收入及成本确认的具体情况、所依据的内外部证据

1）模具成本与收入确认的匹配性

报告期内，公司模具收入及成本明细如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月增长率	2022 年度增长率	2021 年度增长率
模具收入	6,699.42	9,280.93	5,876.12	4,317.43	83.75%	57.94%	36.10%
模具成本	4,542.88	5,735.34	3,439.21	2,518.05	102.19%	66.76%	36.58%
毛利率	32.19%	38.20%	41.47%	41.68%			

公司模具的成本和收入均系根据实际销量数据，同步确认模具总收入和摊销模具总成本，收入与成本确认及分摊方法一致。报告期内的模具收入和成本的同比增长率基本持平，2023 年 1-6 月模具毛利率下降主要是因为 2023 年上半年结束量产状态并一次性确认剩余模具收入、成本的传祺 GA6 和宜昌基地的传祺 GS4 毛利率相对较低导致。

综上，公司的模具成本与收入确认具有匹配性。

2）合同终止相关的会计处理

公司模具合同终止的情况是指公司承接的相关车型停止量产，公司后续只需根据合同约定的期限内保管、维护对应的模具，并根据整车厂的需求为其生产、供应售后产品。公司承接的客户车型，更新迭代周期一般在 3-5 年，一般而言，整车厂根据具体车型预定的更新迭代周期进行车型的更新换代，如整车厂提前在预定的更新迭代时间前提前终止车型量产的，如模具款尚未完全收回，公司将与客户协商剩余模具款项的结算安排。报告期内，整车厂提前停止量产后，公司也按合同与客户协商收回模具款。

报告期内，公司模具对应车型停止量产后，公司的会计处理具体如下：

①收入确认

借：应收账款/合同负债

贷：主营业务收入（=模具总收入-累计已确认模具收入）

贷：应交税费-增值税（销项税）

②成本结转

借：主营业务成本（=模具总成本-累计已确认模具成本）

贷：存货

3）结合具体案例说明模具收入及成本确认的具体情况、所依据的内外部证据

公司模具收入及成本确认的具体案例、所依据的内外部证据说明如下：

①模具收入、成本整体情况

模具组	车型	生产基地	对应产品	模具总收入（万元）	模具总成本（万元）	预计销售量（万辆）	证据
A39	传祺GS4	清远基地	挡泥板总成	358.83	223.68	60.00	A. 模具总收入：零部件/直材价格通知书； B. 模具总成本：企业内部成本凭证； C. 车型预计销量（辆）：
			雨刮盖板总成	147.21	91.76		
			发动机/机舱护板总成	130.1	81.1		
			其他	255.13	159.04		
		宜昌基地	门内饰板总成	1,471.31	1,103.74	60.00	
			挡泥板总成	282.98	208.84		

模具组	车型	生产基地	对应产品	模具总收入（万元）	模具总成本（万元）	预计销售量（万辆）	证据
			发动机/机舱护板总成	33.93	24.55		《零件估计条件》通知
			雨刮盖板总成	70.07	50.70		
			其他	652.81	472.39		

注：A39 模具组对应生产广汽乘用车有限公司的传祺 GS4 相关产品，相关合同条款详见本题回复之“一（一）1（1）报告期内模具收入主要客户关于模具的合同、报价邀请函、报价单或客户价格确认单等主要约定”。

②正常量产期间，按月确认收入、结转成本

模具组	车型	对应产品	本期实际销量	本期应确认模具收入	本期应确认模具成本	证据
A39	传祺 GS4	门内饰板总成	各个模具对应产品的本月实际销量	本期应确认模具收入=模具总收入*本期实际销量/车型预计销售量	本期应确认模具成本=模具总成本*本期实际销量/车型预计销售量	本期实际销量：广汽乘用车系统发布的对账资料
		挡泥板总成				
		发动机/机舱护板总成				
		雨刮盖板总成				
		其他				

③假设项目停止量产或提前终止

模具组	车型	对应产品	本期应确认模具收入	本期应确认模具成本	证据
A39	传祺 GS4	门内饰板总成	剩余未确认收入	剩余未结转成本	A. 项目停止量产或提前终止依据：客户发布的车型打切通知/车型打切函等；B. 本期应确认模具收入和本期应确认模具成本：公司内部模具统计台账及累计已确认模具收入、结转模具成本凭证
		挡泥板总成			
		发动机/机舱护板总成			
		雨刮盖板总成			
		其他			

如上案例所示，公司模具收入及成本在车型开始量产后，公司按照模具对应产品的实际销量和车型企划量摊销确认模具收入和结转模具成本，在项目停止量产或提前终止后，公司将剩余未摊销的模具收入及成本一次性确认。与模具收入及成本相关的主要内外部资料为零部件/直材价格通知书、《零件估计条件》通知、客户对账资料、客户打切通知书、公司的模具台账和成本核算凭证等。

3、结合具体合同约定、实际执行情况、同行业可比公司情况等，说明生产模具是否符合某一时段内履行的履约义务，模具相关的会计处理是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定

（1）《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十一条 满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

1）客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益。

2）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。

3）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》之 2-2 客户能够控制企业履约过程中在建商品或服务的判断规定，如果客户能够控制企业履约过程中在建的商品或服务，该履约义务属于在某一时段内履行的履约义务，应当在该履约义务履行的期间内确认收入。

（2）报告期内，公司与主要模具收入客户合同中关于模具的具体约定、实际执行情况

报告期内，公司按照与主要模具收入客户签署的合同的约定条款执行，与主要模具收入客户合同中关于模具的具体约定条款详见本题回复之“一（一）1（1）报告期内模具收入主要客户关于模具的合同、报价邀请函、报价单或客户价格确认单等主要约定”。

从合同约定条款实际执行可知，生产模具开发成本均是计入客户零部件采购成本；生产模具开发是汽车零部件生产前置条件，而不是客户采购最终标的物；模具款的回收、收入确认均是建立在公司是按客户要求保质保量按时交付汽车零部件产品基础之上，生产模具收入实现有赖于汽车零部件产品交付，是随产品销售实现。因此，在公司使用模具生产、供应产品的过程中，客户通过公司供应的产品生产整车并销售获益，符合“客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益”相关要求。

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》之 2-2 客户能够控制企业履约过程中在建商品或服务的判断意见：“客户能够控制企业履约过程中在建的商品或服务，是指在企业生产商品或者提供服务过程中，客户拥有现时权利，能够主导在建商品或服务的使用，并且获得几乎全部经济利益。其中，商品或服务的经济利益既包括未来现金流入的增加，也包括未来现金流出的减少。例如，根据合同约定，客户拥有企业履约过程中在建商品的法定所有权，假定客户在企业终止履约后更换为其他企业继续履行合同，其他企业实质上无需重新执行前期企业累计至今已经完成的工作，表明客户可通过主导在建商品的使用，节约前期企业已履约部分的现金流出，获得相关经济利益。”根据公司与客户的合同约定和行业惯例，在公司与客户能够保持持续的正常合作情况下，公司自项目定点开始，模具开模、产品量产安排、产品停止量产后的模具保存等各个阶段的处理均需要通过客户的确认，且公司日常模具生产使用安排，也是依赖于客户的产品订单安排制定，只有客户要求生产相关产品，公司才会使用模具生产产品。其次，假设公司与客户提前终止合作，如客户中途收回模具自行生产，客户在收回模具之后，客户仅需要配备相应的生产设备和生产技术后即可使用模具生产相应的产品，不需要再重新制作模具。综上，在公司与客户的合同履约过程中，客户是能够主导模具的使用，并且能够获得几乎全部经济利益，符合“客户能够控制企业履约过程中在建的商品”相关要求。

（3）同行业可比公司模具收入确认政策

公司简称	模具收入确认政策	生产性模具收入对应履约义务类型
新泉股份	模具开发收入的确认方法： ①全部销售：公司按照客户要求完成模具开发，公司将模具直接销售给客户，客户拥有该生产模具的所有权，公司依照约定使用该模具生产产品销售给客户，将来产品价格中不含模具费用。这种模式下，该类模具销售确认为单项履约义务，当模具开发结束并进入 PPAP 阶段，即开发的模具验收合格，公司此时确认模具开发收入。 ②部分摊销、部分销售：公司按照客户要求完成模具开发，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司付款，剩余价款在以后的产品价格中体现，本公司将该类型模具销售认定为非单项履约义务，在本公司已经收取了合同对价或已经取得了无条件收取合同对价权利时确认为合同负债，并随着商品销售的同时确认收入。	模具费用包含在产品价格中为某一时段内履行履约义务；模具费用不包含在产品价格中为某一时点履行履约义务
常熟汽饰	全部销售：公司按照客户要求完成模具开发，公司将模具直接销售给客户，客户拥有该模具的所有权，公司按照约	模具费用包含在产品价格中的为某一

公司简称	模具收入确认政策	生产性模具收入对应履约义务类型
	定使用该模具生产产品销售给客户，将来产品价格中不含模具费用。这种模式下，当模具开发结束并进入 PPAP 阶段，即在模具产品完工并经客户验收合格后，确认收入。 部分摊销、部分销售：公司按照客户要求完成模具开发，客户按照双方约定的模具价值的一定比例向公司付款，剩余价款在以后的产品价格中体现，本公司在收取合同对价或已经取得无条件收取合同对价权利时确认为合同负债，并随着商品销售的同时确认收入。	时段内履行履约义务；模具费用不包含在产品价格中的为某一时点履行履约义务
肇民科技	模具收入确认的具体原则如下： 公司模具基本为注塑件产品的配套模具，公司模具收入确认须取得客户认可的合格证书，根据合同约定的结算方式不同，分为一次性确认和分段确认两种模式。 一次性确认：针对模具收入无需通过相应注塑件产品销售实现的情况，公司根据与客户的销售合同或订单要求组织模具设计、生产、试模及检验，取得客户认可的合格证书后确认相应的收入； 分段确认：针对模具收入通过相应注塑件产品销售实现的情况，合同约定收入分段确认，明确前段收取的收入的金额或比例，该部分收入在取得客户认可的合格证书后进行确认；合同约定剩余后段部分依据量产销售的注塑件数量分摊的，公司进行分摊确认。	模具收入需通过产品销售实现为某一时段内履行履约义务；模具收入无需通过产品实现为某一时点履行履约义务
东箭科技	未披露具体模具收入确认政策	不适用
福赛科技	通过客户生产件批准程序，能够达到客户对量产零部件质量要求时确认模具收入。	某一时点履行履约义务
神通科技	商品模具：根据协议约定，公司在商品模具经客户验收并取得验收报告后即完成产品主要风险和报酬的转移，公司在收到模具的验收报告后，确认模具销售收入并结转营业成本。	在某一时点确认
唯科科技	国内销售：模具完工交付客户确认，并经客户验收合格后，确认销售收入； 国外销售：模具完工经客户验收合格后，根据出口报关单和客户的验收资料等确认销售收入。	在某一时点确认

报告期内，公司生产模具的价格主要包含在产品价格当中，同时模具收入确认需通过汽车零部件产品销售来实现，与同行业可比公司新泉科技、常熟汽饰和肇民科技随产品销售确认的模具收入确认方式基本一致。

综上所述，公司生产模具符合某一时段内履行的履约义务，模具相关的会计处理符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定。

（二）说明在产模具和模具产成品的具体情况，对应的主要客户及车型情况，具体的存放地点，相关的管理及内控措施、列报的准确性，金额持续增长的原因及合理性，与业务规模及主要车型销售的匹配性；结合合同具体约定、业务模式等说明与同行业可比公司列报存在差异的原因及合理性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；库龄较长的原因、与相关车型及换代时间的匹配性，跌价准备的测算过程及计提的充分性；报告期内模具的实际损毁情况，报废的模具数量，相应实物、账务的处理方式

1、说明在产模具和模具产成品的具体情况，对应的主要客户及车型情况，具体的存放地点，相关的管理及内控措施、列报的准确性

报告期各期末，公司存货中模具具体构成及库龄情况如下：

单位：万元

项 目	2023.6.30			
	1年以内	占比	1年以上	占比
模具-模材	50.50	86.01%	8.21	13.99%
模具-在产品	4,109.85	100.00%	-	-
模具-产成品	15,775.38	52.90%	14,046.59	47.10%
合 计	**19,935.72**	**58.65%**	**14,054.81**	**41.35%**
项 目	**2022.12.31**			
	1年以内	**占比**	**1年以上**	**占比**
模具-模材	56.59	86.75%	8.64	13.25%
模具-在产品	3,903.30	100.00%	-	-
模具-产成品	13,500.80	47.05%	15,196.79	52.95%
合 计	**17,460.70**	**53.45%**	**15,205.43**	**46.55%**
项 目	**2021.12.31**			
	1年以内	**占比**	**1年以上**	**占比**
模具-模材	47.46	86.36%	7.49	13.64%
模具-在产品	4,505.71	100.00%	-	-
模具-产成品	10,364.67	47.24%	11,577.91	52.76%
合 计	**14,917.84**	**56.29%**	**11,585.40**	**43.71%**
项 目	**2020.12.31**			
	1年以内	**占比**	**1年以上**	**占比**
模具-模材	48.08	90.71%	4.92	9.28%

模具-在产品	3,372.39	100.00%	-	-
模具-产成品	5,319.59	33.00%	10,801.00	67.00%
合 计	**8,740.06**	**44.72%**	**10,805.92**	**55.28%**

（1）在产模具和模具产成品的具体情况，对应的主要客户及车型情况，具体的存放地点

截至 2023 年 6 月 30 日，公司在产模具和模具产成品的具体情况、对应的主要客户及车型、存放地点如下：

1）在产模具

单位：万元

客户名称	模具组	车型	模具在产品余额	存放地点
广汽埃安新能源汽车股份有限公司	A19	埃安 V	758. 83	公司生产基地和外协供应商生产基地
	AH8	尚未确定	446. 90	公司生产基地
	AS9	Hyper SSR	354. 72	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A21-G	埃安 Y	155. 05	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A29-V	埃安 S	39. 43	公司生产基地
	A21	埃安 Y	17. 32	公司生产基地和外协供应商生产基地
广汽乘用车有限公司	A09	传祺 GM6	515. 25	公司生产基地和外协供应商生产基地
	T58-X	传祺 GS4	151. 96	公司生产基地
	A58-G	传祺 GS4	55. 06	公司生产基地和外协供应商生产基地
零跑汽车有限公司	B11	零跑 B11	466. 05	公司生产基地和外协供应商生产基地
广汽本田汽车有限公司	3DA	本田极湃	364. 27	公司生产基地
	3NJ KJ	本田奥德赛	26. 85	公司生产基地
	2QD	本田雅阁	15. 56	公司生产基地
广州小鹏汽车科技有限公司	H93	小鹏 X9	392. 95	公司生产基地和外协供应商生产基地

客户名称	模具组	车型	模具在产品余额	存放地点
	E38	小鹏 G9	9. 30	公司生产基地
合创汽车科技有限公司	G08	合创 A09	124. 34	公司生产基地和外协供应商生产基地
	G06-A	合创 A06	88. 97	公司生产基地
	G05	合创 Z03	0. 94	公司生产基地
广州提爱思汽车内饰系统有限公司	TS3NJ KJ	本田奥德赛	85. 82	外协供应商生产基地
广汽乘用车有限公司宜昌分公司	A79-G	传祺 GS3	40. 27	公司生产基地
小 计			**4, 109. 85**	**—**
其中：存放在公司生产基地的模具在产品金额			**3, 968. 48**	**—**
存放在外协供应商的模具在产品金额			**141. 37**	**—**
存放在公司生产基地比例			**96. 56%**	**—**
存放在外协供应商比例			**3. 44%**	**—**

2）模具产成品

单位：万元

客户名称	模具组	车型	模具产成品余额	存放地点
广汽埃安新能源汽车股份有限公司	A12	埃安 LX	1, 891. 06	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A20-1	埃安 Y	1, 808. 13	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A18	埃安 V	1, 749. 32	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A02	埃安昊铂 Hyper GT	1, 460. 26	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A21	埃安 Y	708. 87	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A20-2	埃安 Y	393. 72	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A13	埃安 LX	188. 37	公司生产基地
	A29	埃安 S	107. 81	公司生产基地和外协供应商生产基地
	AS9	Hyper SSR	103. 00	外协供应商生产基地
	A18-V	埃安 V	86. 18	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A19	埃安 V	85. 81	公司生产基地
	A13-Y	埃安 LX	73. 07	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A21-G	埃安 Y	22. 65	公司生产基地

客户名称	模具组	车型	模具产成品余额	存放地点
	A29-Y	埃安 S	20.03	公司生产基地
	A18-Z	埃安 V	8.85	公司生产基地
	AH8	尚未确定	3.01	公司生产基地
广汽乘用车有限公司	A58	传祺 GS4	2,679.30	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A60（常规版）	传祺 GS8	406.59	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A88	传祺 GM8	389.50	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A39	传祺 GS4	315.76	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A60（大师版）	传祺 GS8	303.99	公司生产基地
	A9E	传祺影酷混动	303.90	公司生产基地
	A06	传祺 GM6	216.50	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A09	传祺 GM6	197.33	外协供应商生产基地
	A6V	传祺 GS8	189.68	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A8E	传祺 GM8	90.11	公司生产基地
	A86	传祺 GM8	83.46	公司生产基地
	A39-1	传祺 GS4	17.58	公司生产基地
	A58-G	传祺 GS4	4.48	公司生产基地
合创汽车科技有限公司	G05	合创 Z03	2,516.85	公司生产基地和外协供应商生产基地
	G06	合创 A06	1,936.45	公司生产基地和外协供应商生产基地
	G08	合创 A09	123.94	外协供应商生产基地
	G03	合创 007	23.96	公司生产基地
	G06-A	合创 A06	15.44	公司生产基地和外协供应商生产基地
广汽乘用车有限公司宜昌分公司	A79	传祺 GS3	2,421.61	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A55	传祺影豹	808.07	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A55-ZD	传祺影豹	98.29	公司生产基地
	A5E	传祺影豹	60.64	公司生产基地
	A65	传祺影豹	35.20	公司生产基地
	A79-G	传祺 GS3	2.28	公司生产基地
广汽本田汽车有限公司	2QD	本田雅阁	686.66	公司生产基地
	2ZY	本田致在	585.46	公司生产基地和外协

客户名称	模具组	车型	模具产成品余额	存放地点
				供应商生产基地
	2LN	本田型格	559.28	公司生产基地
	3UG	本田皓影	427.79	公司生产基地和外协供应商生产基地
	3FL	本田飞度	170.26	公司生产基地
	2LN 4D FHEV	本田型格	127.04	公司生产基地
	2LN 5D	本田型格	60.94	公司生产基地
	2UE	本田凌派	47.53	公司生产基地
	3LZ	本田冠道	36.53	公司生产基地
	3DA	本田极湃	25.32	公司生产基地和外协供应商生产基地
	2SE	本田凌派	20.17	公司生产基地
	3NJ KJ	本田奥德赛	2.43	公司生产基地
广州小鹏汽车科技有限公司	E38	小鹏 G9	1,182.81	公司生产基地和外协供应商生产基地
	F30	小鹏 G6	692.90	公司生产基地和外协供应商生产基地
	D55	小鹏 P5	101.58	公司生产基地
	D22	小鹏 G3I	69.58	公司生产基地
	E28a	小鹏 P7	58.63	外协供应商生产基地
	H93	小鹏 X9	44.69	公司生产基地和外协供应商生产基地
广汽本田汽车有限公司增城工厂	3BR	本田极湃	477.35	公司生产基地和外协供应商生产基地
	GA26	本田绎乐 EA6	253.53	公司生产基地和外协供应商生产基地
	GD5/GE5	本田理念	225.07	公司生产基地
	2GN	本田缤智	128.02	公司生产基地和外协供应商生产基地
	2ZY FHEV	本田致在	68.12	公司生产基地
	2NJ	本田奥德赛	37.89	公司生产基地
广汽乘用车（杭州）有限公司	A10	传祺 GS5	690.48	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A5H-6	传祺 GS3	101.40	公司生产基地
	A2R	传祺 GS3	46.23	公司生产基地
	A11	传祺 GS5	45.00	公司生产基地
	A76	传祺 GS3	41.20	公司生产基地
	A36	传祺 GA4	31.34	公司生产基地

客户名称	模具组	车型	模具产成品余额	存放地点
	A11-R	传祺 GS5	18.38	公司生产基地
	A9K	传祺 GS5	5.04	公司生产基地
浙江零跑科技股份有限公司	C11	零跑 C11	209.84	公司生产基地和外协供应商生产基地
广州提爱思汽车内饰系统有限公司	提爱思 3UG	本田皓影	96.66	公司生产基地
	3BR	本田极湃	74.51	公司生产基地
	2JD	本田奥德赛	21.28	公司生产基地
	2QD	本田雅阁	9.76	公司生产基地
	TS3NJ KJ	本田奥德赛	5.49	公司生产基地
广州广爱兴汽车零部件有限公司	2LN	本田型格	75.45	公司生产基地和外协供应商生产基地
	广爱兴 3UG	本田皓影	47.93	公司生产基地
	2LN-4D	本田型格	7.84	公司生产基地
广汽丰田汽车有限公司	A29-T	丰田 IA5	57.46	公司生产基地和外协供应商生产基地
	A26-T	丰田 IA5	31.53	公司生产基地和外协供应商生产基地
广州华智汽车部件有限公司宜昌分公司	华智（A55）	传祺影豹	57.76	公司生产基地
零跑汽车有限公司	B11	零跑 B11	48.76	公司生产基地
南通勺海车辆部件有限公司	EP40	合众哪吒 S	37.52	公司生产基地
本田汽车用品（广东）有限公司	2QD	本田雅阁	20.50	外协供应商生产基地
小 计			**29,821.97**	—
其中：存放在公司生产基地的模具产成品金额			**23,598.39**	—
存放在外协供应商的模具产成品金额			**6,223.58**	—
存放在公司生产基地比例			**79.13%**	—
存放在外协供应商比例			**20.87%**	—

截至 2023 年 6 月 30 日，公司模具在产品基本存放在公司的生产基地，3.44%的模具在产品因需要进行蚀纹等工艺加工外发给外协供应商，79.13%的模具产成品存放在公司的生产基地，20.87%的模具产成品出于公司生产外协的需要存放在公司外协供应商的生产基地。公司模具产成品调拨到外协供应商之处，已经外协供应商签字确认。

（2）模具管理及内控措施

报告期内，公司已经建立起以《模具设计制造交付管理办法》《模具试模管理办法》《存货盘点管理制度》为主，贯穿公司内外部调拨、日常使用、维护等日常管理全流程的内部控制体系。

报告期内，公司与模具相关的主要管理及内控措施具体如下：

序 号	重要节点	主要管理及内控措施
1	内外部调拨	1）内部调拨 由模具资产所在工厂提出申请，开具《模具调拨单申请单》经本工厂负责人审核，财务部总监审批，调入与调出双方工厂长签名确认后，由双方负责人协商后制定“模具调拨日程计划”,调入工厂接收到模具及产品对应的检具、工装治具等实物时，验收合格由生技科组织交付使用并回传《资产转移验收单》给调出工厂； 2）外部调拨（外协供应商） 由项目部担当提出申请，开具《模具调拨单申请单》经采购部负责人审核，财务部总监审批，调入与调出双方签名确认，采购部负责跟进；
2	日常使用	1）注塑工厂制造科根据生产计划,负责到模具存放区域吊运模具； 2）生产任务完成之后，注塑工厂安排人员进行维护保养，并及时归还模具至原模具摆放区域； 3）模具存放管理责任人应进行及时记录《模具出入库台账》,对不符合要求的模具,应及时向使用班组长,主管领导反映，督促整改；
3	维护	1）工厂制造部根据生产计划，经生管部协商后每月制定《月度模具保养计划》（包括但不限于常规模具的保养与大修），由工厂长负责审批后发模具工厂品保科会签； 2）工厂模具保全组负责模具保养计划的实施，填写《模具保养记录表》； 3）模具工厂品保科负责对工厂模具保养的稽查，对工厂的模具使用状况、保养进行监督与考核，每月通报；
4	盘点	月末定期盘点和不定期盘点相结合，盘点对象包括模材、模具半成品和模具产成品；

（3）模具列报的准确性

根据《企业会计准则第 1 号——存货》第三条规定：“存货，是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。”模具和对应生产的产品作为一个密不可分的整体，整车厂在确认定点供应商时，一般整体考虑供应商的模具和产品报价。在实际业务过程中，公司实际上也是按照模具与产品相结合的模式整体报价给客户，客户综合产品和模具的综合报价选定供应商，将模具款和产品款统一作为零部件采购成本核算。

根据公司与客户的销售合同中关于模具的相关条款和公司实际业务情况，模具开模、产品量产安排、产品停止量产后的模具保存等实质上是由客户主导并控制，公司主要承担使用模具为客户生产、供应合格产品的职责。对整车厂而言，公司模具款项的顺利收取也取决于后续产品的供应情况。

综上所述，模具是公司提供给客户产品中不可分割的一部分，属于公司出售给客户产成品的一部分，作为存货核算符合企业会计准则关于存货的定义，公司的模具列报准确。

2、金额持续增长的原因及合理性，与业务规模及主要车型销售的匹配性

（1）模具金额持续增长的原因及合理性

报告期各期末，公司模具余额波动情况如下：

单位：万元

项 目	2023.6.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31	2023 年 6 月末较 2022 年末变动幅度	2022 年末较 2021 年末变动幅度	2021 年末较 2020 年末变动幅度
模具-模材	58.71	65.24	54.96	53.00	-10.00%	18.70%	3.69%
模具-在产品	4,109.85	3,903.30	4,505.71	3,372.39	5.29%	-13.37%	33.61%
模具-产成品	29,821.97	28,697.59	21,942.57	16,120.59	3.92%	30.79%	36.12%
小 计	**33,990.53**	**32,666.13**	**26,503.24**	**19,545.98**	**4.05%**	**23.25%**	**35.59%**

如上表所示，报告期内公司模具余额整体呈上升趋势，主要是因为公司的模具主要用来生产产品，模具成本的结转需要根据产品的实际销量进行摊销，摊销期间根据定点通知书、价格通知书等资料载明的生命周期长度不同而不同，目前公司已承接的项目中的车型生命周期一般为三年或五年。因此，报告期各期末，随着公司承接项目增加，公司的模具余额也整体同步增加。

2021 年度模具在产品余额增长 33.61%，模具产成品余额增长 36.12%，主要公司处于开发阶段的项目如本田缤智改款、本田型格改款、传祺 GS4 plus、传祺 M8、小鹏 G9 和本田皓影截至 2021 末处于模具制造的后期阶段，此外，本田型格、埃安 Y、传祺影豹和传祺 GS8 等多个项目制作完成，公司将对应模具余额从在产品结转到产成品，导致产成品余额增长，因此公司模具在产品和

模具产成品保持着同步增长；

2022 年度模具在产品余额降低 13.37%，模具产成品余额增长 30.79%，主要是因为本田缤智改款、本田型格改款、传祺 GS4 plus 等多个项目模具制作完成，公司将对应模具余额从在产品结转到产成品导致其在产品和产成品余额发生反向变动；同时，截至 2022 年末，公司其他开发项目如本田凌派和小鹏 X9 模具制作尚处于早期阶段，模具累计投入较小，因此导致公司 2022 年末产成品余额上升，半成品余额下降。

2023 年 1-6 月模具在产品余额增长 5.29%，模具产成品余额增长 3.92%，整体较为稳定，其中在产品余额增长主要是因为埃安 V 改款、传祺 GM6 改款等车型制作新模具导致。

（2）与业务规模及主要车型销售的匹配性

1）模具整体变动情况

报告期内，公司模具余额变动情况具体如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期初余额	32,666.13	26,503.24	19,545.98	15,120.12
模具增加额	5,867.28	11,898.23	10,396.47	6,943.92
模具结转金额（注）	4,542.88	5,735.34	3,439.21	2,518.05
期末余额	33,990.53	32,666.13	26,503.24	19,545.98

注：模具结转金额是从模具余额结转至主营业务成本金额

公司模具余额增加主要是取决于公司承接的车型项目数量，公司承接的车型项目越多，公司需要制作的模具则越多，模具余额越大。公司的模具产成品随着对应产品的销售同步摊销确认模具收入和摊销确认模具成本，公司模具余额减少主要是取决公司模具对应的产品销售情况，产品销售越多，公司的模具产成品余额则摊销的越快。

2）模具变动金额与公司业务规模、车型销售情况的匹配性分析

报告期内，公司模具增加额、公司新承接项目数量和新承接项目模具套数波动对比情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2022 年度增长幅度	2021 年度增长幅度
模具增长额	**5, 867. 28**	11, 898. 23	10, 396. 47	6, 943. 92	14. 44%	49. 72%
新承接项目数量（注 1）	**18. 00**	23. 00	23. 00	10. 00	-	130. 00%
新承接项目模具套数（注 2）	**227. 00**	374. 00	262. 00	208. 00	42. 75%	25. 96%

注 1：新承接项目数量代表新增的某客户某款车型项目，一个项目代表一个车型

注 2：公司对同一个车型可能同时存在多种内外饰件产品订单，因此一个车型可能同时存在多套量产模具

如上表所示，2020-2022 年度，公司的模具增长额、新承接项目数量、新承接项目模具套数保持着同步增长。因为不同项目中的模具总额、包含的模具套数不尽相同，导致公司的模具新增金额、新承接项目数量、新承接项目模具套数波动幅度存在一定的区别，整体保持着同向变动，符合公司新量产项目的增多，公司的业务规模也随着扩大，公司模具余额同步增长的逻辑，因此公司模具余额变动与公司的业务规模具备匹配性。

报告期内，公司主营产品收入与模具结转金额对比情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月波动幅度	2022 年度波动幅度	2021 年度波动幅度
产品收入	56,629.11	93,906.36	61,677.77	44,751.42	53.05%	52.25%	37.82%
模具结转金额	4,542.88	5,735.34	3,439.21	2,518.05	102.19%	66.76%	36.58%

如上表所示，报告期内，公司产品收入与公司的模具结转金额整体保持同向增长，公司模具余额减少主要取决于公司模具对应的产品销售情况，各期产品销售量越大，公司的模具产成品摊销金额越大，2023 年 1-6 月模具结转金额同比波动幅度大于产品收入同比波动幅度，主要是传祺 GA6 和宜昌基地的传祺 GS4 在 2023 年上半年结束量产状态，一次性结转剩余未确认模具成本所致，公司模具余额变动与公司产品销售整体相匹配。

报告期内公司累计模具收入前五大车型的主营产品收入与模具结转金额情况对比如下：

单位：万元

车　型	项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月变动幅度	2022 年度变动幅度	2021 年度变动幅度
埃安 S	产品收入	16,136.33	18,105.85	10,963.32	7,301.21	129.61%	65.15%	50.16%
	模具结转金额	119.62	995.63	793.30	671.20	-69.59%	25.51%	18.19%
传祺 GS4	产品收入	3,575.84	4,666.83	3,833.87	5,379.89	215.58%	21.73%	-28.74%
	模具结转金额	1,803.31	117.69	108.10	154.44	4,752.03%	8.87%	-30.01%
埃安 Y	产品收入	14,027.02	15,044.17	3,318.57	0.00	169.00%	353.33%	
	模具结转金额	474.32	849.12	201.50	0.00	49.00%	321.40%	
本田皓影	产品收入	840.04	6,006.91	8,389.03	6,224.44	-73.04%	-28.40%	34.78%
	模具结转金额	99.76	213.73	526.26	410.25	-35.97%	-59.39%	28.28%
本田飞度	产品收入	917.71	2,551.37	3,828.57	787.86	-18.35%	-33.36%	385.95%
	模具结转金额	122.08	447.95	634.44	109.61	-31.68%	-29.39%	478.81%

如上表所示，除埃安 S 之外，公司累计模具收入前五大主要车型的对应的产品收入与模具结转金额均保持着同方向波动。埃安 S 因为其提前完成预计销量，模具收入已摊销完毕所致，导致 2023 年 1-6 月同比产品收入上升，模具产成品余额结转金额下降。2023 年 1-6 月，传祺 GS4 产品收入和模具产成品结转金额同比变动幅度差异较大是因为宜昌基地的传祺 GS4 在 2023 年上半年打切，一次性结转剩余未确认模具成本所致。

综上所述，公司模具金额变动与公司业务规模及主要车型销售相匹配。

3、结合合同具体约定、业务模式等说明与同行业可比公司列报存在差异的原因及合理性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

公司与公司同行业可比公司的模具相关业务模式和模具余额列报科目对比情况如下：

公司简称	业务模式	模具余额列报
唯科科技	模具+产品	客户承担费用的模具列入存货核算，公司直接承担费用的模具列入固定资产核算，公司与客户共同承担的模具计入长期待摊费用
常熟汽饰	模具+产品	生产用模具列入固定资产核算；待摊销模具成本计入长期待摊费用核算；存货中的模具为公司代整车厂按照特定车型设计并定制、用于生产汽车零部件时所使用的模具。模具定制完成后至向整车厂出售前，作为公司的存货管理。

公司简称	业务模式	模具余额列报
新泉股份	模具+产品	模具列入存货科目核算
神通科技	模具+产品	待摊产品模具列入长期待摊费用核算，在制模具列入存货核算
肇民科技	模具+产品	模具在客户验收前在存货项目列报，客户验收后将模具产品按收入确认比例结转至营业成本，将剩余的模具结存金额转入长期待摊费用
东箭科技	模具+产品	模具列入固定资产核算
福赛科技	模具+产品	商品性模具、客户直接承担费用模具在存货-在制模具中单独核算，公司内部完工后转入库存商品-完工模具，公司直接承担费用模具列入固定资产核算
公司	模具+产品	模具列入存货科目核算

如上表，同行业可比公司与公司业务模式均为“模具+产品”，由于模具费用承担方、模具所有权归属等不同导致模具列报科目不同。

报告期内，公司按照客户特定车型设计并定制生产模具，生产模具价格主要包含在产品价格当中，模具款项能否收取也取决于公司能否按照客户要求生产供应内外饰件产品，因此公司的模具是属于公司销售给客户产品的一部分，因此公司将其列示在存货科目；与将客户承担费用的模具、商品性模具、销售客户的模具等在存货项目列报的新泉股份、唯科科技、常熟汽饰、福赛科技等同行业可比公司会计处理相同，符合企业会计准则中存货的定义“企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料或物料等”。

如模具由公司出资制作且是为公司生产产品而持有，使用时间超过 12 个月，单位价值较高，则符合企业会计准则中固定资产的确认条件，因此唯科科技、福赛科技和常熟汽饰将其自己承担费用的模具、生产用模具等按企业会计准则要求计入固定资产项目列报；东箭科技业务以汽车后装市场为主，客户类型以国外 ODM 客户和国内 4S 店客户为主，其模具更多是作为生产产品的一种专用器具存在，因此东箭科技将模具在固定资产项目列报。

其他将模具余额列示在长期待摊费用科目的，主要系因为模具费用为企业已发生但不属于企业独自承担模具费用等原因，模具费用为其分摊期限在 1 年以上的费用按企业会计准则要求计入长期待摊费用项目列报。

综上所述，公司的模具是属于公司销售给客户产品的一部分，与同行业可

比公司的将客户承担费用的模具、商品性模具、销售客户的模具等作为销售给客户产品并收费的模具列报不存在差异，相关会计处理符合企业会计准则的相关规定。公司与同行业可比公司分别根据模具费用承担方、受益方式等方面的差异，根据企业会计准则相关规定分别列入不同报表项目，具有合理性。

4、库龄较长的原因、与相关车型及换代时间的匹配性，跌价准备的测算过程及计提的充分性

（1）库龄较长的原因、与相关车型及换代时间的匹配性

如本题回复之“一（二）1 说明在产模具和模具产成品的具体情况，对应的主要客户及车型情况，具体的存放地点，相关的管理及内控措施、列报的准确性”之“报告期各期末，公司存货中模具具体构成及库龄情况”所列，公司模具构成中，库龄一年以上主要是模具-产成品，极小部分为模具-模材，模具-半成品库龄均在 1 年以内。公司库龄在一年以上的模具-模材主要是因为公司根据模材耗用情况制定的采购量与实际模材耗用情况差异导致。

在内外饰件产品开始批量生产后，公司模具产成品按照模具所生产的车型预计销售量，将模具价格分摊至单个产品中作为产品销售收入的一部分，并随着产品销售的同时确认模具收入和结转模具成本。通常情况下，一款成熟车型更新换代的周期大约在 3-5 年，在此期间内，该车型对应的配套零部件一般不会发生较大变动，因此公司的模具一般需要在对应车型的更新换代周期（一般为 3-5 年）内进行摊销。除非模具对应的车型在推出市场当年实际销量已超过预估销量，模具在一年内全部摊销完毕，否则模具库龄基本都超过一年。

截至 2023 年 6 月 30 日，公司模具产成品余额前十大车型及其所处周期情况如下：

单位：万元

模具组	车型	模具产成品余额	量产时间	生命周期	库龄
A58	传祺 GS4	2,679.30	2022 年	60 个月	1 年以内
G05	合创 Z03	2,516.85	2021 年	60 个月	1-2 年
A79	传祺 GS3	2,421.61	2023 年	60 个月	1 年以内
G06	合创 A06	1,936.45	2022 年	60 个月	1 年以内
A12	埃安 LX	1,891.06	2019 年	60 个月	3-4 年

模具组	车型	模具产成品余额	量产时间	生命周期	库龄
A20-1（注 1）	埃安 Y	1,808.13	未量产		2-3 年
A18	埃安 V	1,749.32	2020 年	48 个月	2-3 年、3-4 年
A02	埃安昊铂 Hyper GT	1,460.26	2023 年	48 个月	1 年以内
E38	小鹏 G9	1,182.81	2022 年	60 个月	1 年以内、1-2 年
A55	传祺影豹	808.07	2021 年	60 个月	2-3 年

注 1：模具已制作完成未量产，其中 A20-1 于 2021 年度制作完成，因客户原因未量产，公司仍在正常收款；

如上表所示，截至 2023 年 6 月 30 日，公司模具产成品余额前十大的库龄与其对应车型的量产周期相匹配。

综上，公司库龄一年以上的模具产成品与相关车型量产时间、车型更新换代周期、量产期间的实际销量相关，与相关车型及换代时间相匹配。

（2）跌价准备的测算过程及计提的充分性

报告期各期末，公司主要根据模具最终定价作为模具产成品预计收入，根据项目定点价格等作为模具半成品预计收入，并估计未来发生成本、销售费用、税费后计算模具产成品和模具半成品的可变现净值，与相应的模具产成品、模具在产品余额进行比较，确认是否需要计提存货跌价准备。报告期内，除存在若干模具，公司在报价时的预估模具成本低于实际发生成本和库龄 1 年以上的模材因为可用性较差等原因，预计后续生产领用的概率较低，公司出于谨慎性考虑，将其可变现净值视为零，导致可变现净值小于模具期末余额需要计提跌价准备之外，公司其他模具和模材在报告期各期末均不存在可变现净值小于模具期末余额的情况。报告期各期末，公司分别计提模具跌价准备 145.29 万元、94.73 万元、62.05 万元和 65.06 万元，模具跌价准备计提充分。同行业可比公司新泉股份未对存货中的模具计提跌价准备。

综上，公司模具跌价准备计提充分。

5、报告期内模具的实际损毁情况，报废的模具数量，相应实物、账务的处理方式

报告期内，公司已建立较为完善的模具管理制度并严格按照制度执行。公司设立《模具出入库台账》并及时记录其收发使用情况；公司定期对模具进行维护和盘点，不存在模具损毁、报废的情况。

（三）说明主要预收模具款对应的客户、车型、交付时间、合同金额、结算条款、预收款金额、预收款时间

报告期内，公司收取客户模具款主要结算支付方式和对应客户情况如下：

序号	结算方式	主要客户
1	量产后，按照对应车型的预计生命周期分期平均收取模具款，一般为 36 期或 60 期；	广汽埃安新能源汽车股份有限公司、广汽乘用车有限公司等广州汽车集团股份有限公司下属子公司、广汽丰田汽车有限公司
2	量产后，按照每月产品销售进度收款，每月收款金额=模具总收入*对应产品本月销量/对应产品预计总销量；	广汽本田汽车有限公司
3	分节点收款，部分款项在量产前按照模具开发、制造节点收款，剩余部分在量产后按照产品每月销售进度收款，每月收款金额=量产后剩余未收款金额*对应产品本月销量/对应产品预计总销量，如：合同总金额划分为 A、B 两部分，各占 50%，签订合同并发出开模指令，在收到发票 90 天内支付 A 部分的 30%，交付 OTS 首件给客户，客户出具验收合格书，在收到发票 90 天内支付 A 部分的 30%，接到正式量产通知书后在收到发票 90 天内支付 A 部分的 40%，B 部分在正式量产后，3 年期限内按 6 万台整车平均摊销；	广东小鹏汽车科技有限公司、合创汽车科技有限公司、零跑汽车有限公司

报告期各期末，公司预收模具款余额包括：一是采用上述第 3 项结算方式，按照合同约定预收客户的模具款；二是采用第 1、2 项结算方式，且模具收入确认进度晚于收款进度而形成预收模具款余额。

截至 **2023 年 6 月 30 日**，公司单个项目预收模具款余额 100 万元及以上对应客户、车型、交付时间、合同金额、结算条款、预收款金额、预收款时间明细如下：

单位：万元

客　户	模具组名称	车型	交付时间（量产年份）	合同金额（不含税）	结算条款	预收模具款余额[注 1]	预收款时间
广汽埃安新能源汽车股份有限公司	A12	埃安 LX	2019 年	3,669.01	上表第 1 项结算方式	3,584.18	自量产当月起，按月收款
	A18	埃安 V	2020 年	3,862.94		2,746.23	
	A20-1	埃安 Y	未量产	2,218.55		1,532.65	
	A13	埃安 LX	2021 年	314.01		104.17	
合创汽车科技有限公司	G05	合创 Z03	2021 年	4,320.30	上表第 3 项结算方式	2,235.25	量产前：按模具开发、制作节点；量产后：自量产当月起，按月收款
	G06	合创 A06	2022 年	2,884.20		1,165.54	
	G08	合创 A09	未量产	1,400.00		350.00	
广汽乘用车有限公司	A5H	传祺 GS3	2017 年	1,918.88	上表第 1 项结算方式	453.65	自量产当月起，按月收款
	A39	传祺 GS4	2019 年	891.28		238.54	
	A06	传祺 GM6	2018 年	456.73		169.83	
	A60（大师版）	传祺 GS8	2021 年	525.73		141.29	
广汽乘用车（杭州）有限公司	A10	传祺 GS5	2018 年	2,294.43	上表第 1 项结算方式	770.82	自量产当月起，按月收款
广州小鹏汽车科技有限公司	E38	小鹏 G9	2022 年	1,748.70	上表第 3 项结算方式	252.71	量产前：按模具开发、制作节点；量产后：自量产当月起，按月收款
广汽乘用车有限公司宜昌分公司	A55	传祺影豹	2021 年	2,073.18	上表第 1 项结算方式	227.35	自量产当月起，按月收款

客　户	模具组名称	车型	交付时间（量产年份）	合同金额（不含税）	结算条款	预收模具款余额[注 1]	预收款时间
零跑汽车有限公司	B11	零跑 B11	未量产	821. 46	上表第 3 项结算方式	123. 22	量产前：按模具开发、制作节点；量产后：自量产当月起，按月收款
小　计						**14,095.42**	

注：预收模具款余额=该项目模具已收款-累计已确认模具收入-增值税，合同负债余额是将同一合同项下的应收账款-产品余额和预收模具款以抵销后净额列示

如上表所列，截至 2023 年 6 月 30 日，公司预收模具款对应的主要客户是广汽埃安新能源汽车股份有限公司、合创汽车科技有限公司、广汽乘用车有限公司和广汽乘用车（杭州）有限公司等。其中合创汽车科技有限公司等预收款主要是公司根据合同约定节点向合创汽车科技有限公司等预收的模具款；广汽埃安新能源汽车股份有限公司和广汽乘用车有限公司等主要是模具收入确认进度晚于收款进度而形成预收模具款余额。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解公司与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、检查公司主要销售合同，了解主要合同中与收入确认的主要合同条款或条件，结合公司实际执行情况和同行业可比公司情况分析评价公司模具相关的会计处理是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定；

3、询问公司财务负责人，了解公司模具收入、模具在产品和模具产成品对应的主要客户和车型，了解模具收入确认的标准及依据、模具对应产品预计销售量的来源与依据、预计销售量与实际销售量的差异情况和相关车型的更新换代情况；

4、检查公司模具收入计算的要素与相关的原始单据（包括模具合同金额、车型预计销量、单价、零部件产品对账销量等）是否一致；抽选模具收入金额较大的车型对量产当年的产品销量进行检查，即将客户系统对账单中的产品结算数量与模具计算台账中的销量进行对比，分析确认模具成本与模具收入核算方法是否一致、模具余额库龄与主要车型销售情况是否匹配、是否需要调整公司模具对应产品预计销售量及相关会计处理；

5、查询可比同行业公司收入确认政策和模具核算方法，检查与公司收入确认政策、模具核算方法是否存在重大偏差；

6、对公司模具实施监盘程序，检查公司模具具体存放情况及是否存在模具损毁、报废的情况；

7、获取公司模具在产品和模具产成品跌价准备测算表，检查公司对模具在产品和模具产成品预计收入的估计是否恰当和未来发生的成本、销售费用和相关税费估计的合理性，测试公司对模具在产品和模具产成品的可变现净值的计算是否准确；

8、结合应收账款函证，向客户确认公司各个具体模具总收入、对应产品预计销售量和累计实际销售量、模具收款、模具收入和模具往来余额等情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、公司报告期内模具收入对应的主要客户及车型包括广汽埃安的埃安 S、埃安 Y、埃安 V 等，广汽乘用车的传祺 GS3、GS8、GS5 等，广汽本田的本田飞度、本田皓影等；模具收入大幅增长主要系由于公司主要客户的主要车型开始量产，产品销量增加，公司模具基本都是生产性模具，模具收入随着产品销售的同时确认收入所致，模具收入复合增长率与产品收入增长率匹配，模具收入大幅增长具备合理性；公司生产模具在产品开始批量生产后，按照模具所生产产品预计企划量（预计销售量），将模具价格分摊至单个产品中作为产品销售收入的一部分，并随着产品销售的同时确认收入；公司模具收入摊销使用的产品预计销售量来源于与整车厂客户的合同及具体项目资料，公司为确保预计销售量数据的客观性和权威性，不对整车厂确认的预计销售量进行修改；报告期内公司主要车型除埃安 V、传祺 GS4、合创 Z03 因整车终端市场需求因素导致实际销量未达预期和传祺 GS3 量产时间较早、处于该车型生命周期中的衰退期，销量有所下降之外，绝大部分的实际销量均超过或接近报告期内预计销量；公司模具收入和模具成本保持同步增长，公司的模具成本与收入确认相匹配；公司模具收入及成本在车型开始量产后，公司按照模具对应产品的实际销量和车型企划量摊销确认模具收入和结转模具成本，在项目停止量产或提前终止后，公司将剩余未摊销的模具收入及成本一次性确认；与模具收入及成本相关的主要内外部资料为零部件/直材价格通知书、《零件估计条件》通知、客户对账资料、客户打切通知书、公司的模具台账和成本核算凭证等；公司生产模具符合某一时段内履行的履约义务，模具相关的会计处理符合《企业会计准则》和《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定；

2、报告期内，公司已经建立起以《模具设计制造交付管理办法》《模具试模管理办法》《存货盘点管理制度》为主，贯穿公司模具设计、制造、交付量产、内外部调拨、日常使用、维护全流程的内部控制体系,公司模具相关的管理及内控设计合理，并得到一贯执行；模具是公司提供给客户产品中不可分割的一部

分，属于公司出售给客户产成品的一部分，作为存货核算符合企业会计准则关于存货的定义，公司的模具列报准确；公司模具金额变动与公司业务规模及主要车型销售相匹配；公司已按《企业会计准则》相关要求对模具进行列报，公司的模具是属于公司销售给客户产品中的一部分，列报与同行业可比公司的将客户承担费用的模具、商品性模具、销售客户的模具等作为销售给客户产品的模具列报不存在重大差异，相关会计处理符合企业会计准则的相关规定。公司与同行业可比公司分别根据模具费用承担方、受益方式等方面的差异，根据企业会计准则相关规定分别列入不同报表项目，具有合理性。公司模具库龄较长主要因为其对应车型的更新换代周期较长（一般为 3-5 年）所致，公司模具库龄与相关车型及换代时间相匹配；报告期各期末，公司模具跌价准备测算的具体测算过程合理准确，报告期各期末模具跌价计提充分；公司模具在报告期内不存在损毁、报废等情况；

3、预收模具款余额的产生主要系由模具收入确认进度晚于收款进度所致，预收模具款余额与公司业务情况相匹配。

问题 10.关于主营业务成本和采购

申报材料显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务成本主要来自门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品等产品，其中门内饰板总成成本占比逐年提高。

（2）报告期内，发行人主要采购原材料包括塑料粒子、外购部件、模具材料等，原材料采购包括自主采购和客户指定采购两种方式。其中，塑料粒子采购占比逐年下降，外购部件采购占比逐年增加，模具材料存在一定波动，PP 塑料粒子平均采购单价总体高于市场采购价格。

（3）发行人汽车内外饰件产品及精密注塑模具均采用自主生产为主，少量外协为辅的生产模式。

（4）报告期内，发行人存在部分主要供应商成立时间较短或实缴资本较小，上海普利特复合材料股份有限公司等供应商报告期内采购规模快速增长；发行人存在通过贸易商采购的情形，报告期内通过贸易商采购 PP 塑料粒子的价格略高于向生产商的采购价格。因客户支给件、外协采购等原因，发行人与同一交易对手方销售和采购并存，对于前述相关销售或采购业务，发行人采用净额法核算。

（5）报告期内，发行人用电量、用电金额均逐年上升，单位稼动工时的注塑机用电量逐年上升，主要系大吨位注塑机数量及运行时间增加。

（6）保荐工作报告显示，报告期内发行人产品销售运杂费占营业收入的比例分别为 1.94%、1.61%和 1.83%。

请发行人：

（1）说明门内饰板总成和挡泥板总成等产品在原材料、生产工艺、成本构成等方面的差异情况、变动情况及变动原因，与同行业可比公司同类产品所采用的原材料和生产工艺是否存在差异；主要成本的核算及结转方式、成本核算的过程和控制的关键环节，举例说明成本核算的准确性、完整性。

（2）说明报告期各期主要原材料的采购耗用比、原材料单位成本耗用、损耗率情况，及变动情况、变动原因及合理性；结合公开市场、第三方资料、可

比公司同类原材料采购单价等说明主要原材料采购价格的公允性、PP 塑料粒子采购价格高于市场的原因及合理性；外购部件的具体构成、用途、对应的具体产品，外购部件逐年上升的原因及合理性；报告期各期自主采购与客户指定采购的金额及比例，客户指定采购涉及的具体材料类型、相关合同约定与自主采购的主要差异，相关的会计处理及是否符合《企业会计准则》的相关规定。

（3）说明报告期各期外协采购的金额及占比，外协加工的原因及必要性，对比同行业公司委托生产金额、占比情况说明是否符合行业惯例；外协采购的具体内容、是否涉及核心环节、外协采购价格的公允性；主要外协厂商的基本情况，是否存在关联关系，是否存在成立不久即与发行人交易、外协厂商规模与交易规模明显存在差异的情形。

（4）说明供应商的选择标准及程序、前五大供应商变动的原因及合理性，成立时间较短或实缴资本较小的供应商、报告期内采购规模快速增长的具体情况，采购规模变动的原因；客户支给件、外协采购的具体情况，采用净额法核算的准确性及是否符合《企业会计准则》的相关规定；通过贸易商采购的具体产品，涉及客户指定供应商的具体情况，是否符合行业惯例，贸易商是否存在主要为发行人提供服务的情形，通过贸易商采购的价格公允性、与非贸易商采购价格差异情况，PP 塑料粒子贸易商采购价格较高的原因及合理性。

（5）结合单位稼动工时的注塑机用电量的计算标准、行业特性、同行业可比公司情况，说明采用单位稼动工时的注塑机用电量计算产能及产能利用率的原因及合理性；结合注塑机构成及变化情况、主要产品构成及变动、不同产品生产工艺及注塑机使用情况等，说明单位稼动工时的注塑机用电量逐年上升的原因及合理性，与产品结构、产品产量、营业收入及生产工艺等的匹配性。

（6）说明产品运杂费的具体构成，占比变动的原因及合理性，与各期产品发货量的匹配关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明门内饰板总成和挡泥板总成等产品在原材料、生产工艺、成本构成等方面的差异情况、变动情况及变动原因，与同行业可比公司同类产品所采用的原材料和生产工艺是否存在差异；主要成本的核算及结转方式、成本核算的过程和控制的关键环节，举例说明成本核算的准确性、完整性

1、门内饰板总成和挡泥板总成等产品在原材料、生产工艺、成本构成等方面的差异情况、变动情况及变动原因

（1）主要产品的应用场景、主要材料、生产工艺流程

项 目	门内饰板总成	挡泥板总成	保险杠类产品
应用场景	门内饰板总成是汽车的车门内侧重要的集安全、功能和装饰为一体的产品，其上主要集成门内饰板本体及扶手、开关、扩音器等功能件。除装饰作用外，在遭遇侧撞时，门内饰板能够对驾乘人员形成一定程度的安全保护	挡泥板总成是安装在车轮外框架后面的板式结构，其上主要集成隔音棉、导风板等功能件，可以防止飞起的石子以及沙砾打伤车身的漆面，在雨天行车时防止泥土溅到车身或行人身上，且有利于保持汽车美观，另外还有隔音、扰流、遮蔽车内零件等功能	保险杠类产品是汽车用来吸收和减缓外界冲击力、防护车身前后部的安全装置，同时兼具装饰车身、隔音隔热、零件搭载等功能，其上主要集成雾灯、转向灯、雷达传感器、大灯支架等功能件。保险杠类产品除具有防护作用外，还可以降低风阻，保护底盘等作用
主要原材料	塑料粒子、吸音棉、表皮、金属装饰件、电子器件	塑料粒子、吸音棉、铆钉	塑料粒子、涂料
生产工艺流程	注塑成型、面料全自动真空层压、超声波熔合、总装	注塑成型、超声波焊棉、总装	注塑成型、烘干固化、总装

公司各类产品的主要材料在报告期内不存在重大差异，主要原材料系塑料粒子和外购部件。如上表，不同类型的产品由于应用场景不同，对外购部件的需求亦不同，主要的外购部件有表皮、吸音棉、拉手等。报告期内，由于产品更新换代产生新的需求，公司会对产品的原材料和工艺进一步优化调整，但未发生重大变动。

（2）主要产品报告期内主营业务成本构成

年度	项目	门内饰板总成		挡泥板总成		保险杠类产品	
		金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
2023年1-6月	直接材料	19,593.70	79.90	2,905.10	75.50	2,758.76	81.69
	直接人工	1,544.99	6.30	223.35	5.80	171.87	5.09
	制造费用	3,385.21	13.80	719.32	18.69	446.35	13.22
	主营业务成本	24,523.90	100.00	3,847.77	100.00	3,376.98	100.00
2022	直接材料	28,942.38	73.79	5,312.69	68.13	3,472.62	72.40
	直接人工	3,231.51	8.24	457.56	5.87	256.33	5.34
	制造费用	7,050.64	17.98	2,028.14	26.01	1,067.37	22.25
	主营业务成本	39,224.53	100.00	7,798.40	100.00	4,796.32	100.00
2021	直接材料	15,077.86	74.04	4,118.50	73.47	2,430.52	72.26
	直接人工	1,700.04	8.35	367.90	6.56	203.23	6.04
	制造费用	3,586.50	17.61	1,118.93	19.96	729.66	21.69
	主营业务成本	20,364.40	100.00	5,605.34	100.00	3,363.41	100.00
2020	直接材料	9,981.08	71.67	3,002.76	76.54	1,658.81	74.72
	直接人工	1,346.67	9.67	270.37	6.89	143.88	6.48
	制造费用	2,599.31	18.66	650.09	16.57	417.21	18.79
	主营业务成本	13,927.06	100.00	3,923.22	100.00	2,219.90	100.00

报告期内，公司各类产品的成本构成未出现重大差异，而不同类型产品之间由于产品结构等因素的综合影响会导致其成本构成出现合理差异。

门内饰板总成的成本构成较为稳定，2020 年度至 2022 年度，直接材料及制造费用波动较小， 2023 年 1-6 月，直接材料占比较 2022 年度上升，制造费用占比较 2022 年度下降，系由于 2023 年 1-6 月产品产销量持续增长，生产规模上升形成规模效应，使得制造费用占比减少。报告期内，直接人工占比逐年下降主要系由于生产规模上升后，工人的生产效率也同步上升所致。

2020 年度至 2022 年度，挡泥板总成及保险杠类产品的成本构成变动基本一致，直接材料及直接人工占比逐年下降，制造费用占比逐年上升，主要系受产品结构、制造费用的人工薪酬支出、包装物支出、燃料动力费、折旧摊销支

出逐年上升的综合影响。2023 年 1-6 月，直接材料占比较 2022 年度上升，制造费用占比较 2022 年度下降，系由于 2023 年 1-6 月产品产销量持续增长，生产规模上升形成规模效应，使得制造费用占比减少，直接材料占比上升。

2、主要产品与同行业可比公司同类产品所采用的原材料和生产工艺是否存在差异

可比公司	同类产品大类	主要工艺环节	主要原材料
唯科科技	注塑产品	注塑成型、总装	塑料粒子
常熟汽饰	门内护板总成	注塑成型、面料喷胶复合、超声波焊接或热柳焊接、总装	塑料粒子、面料或 PVC、饰件
新泉股份	门内护板总成	注塑成型、面料模压贴覆、热柳焊接、总装	塑料粒子、面料或 PVC、饰件
	保险杠总成	注塑成型、总装	塑料粒子、涂料
神通科技	立柱饰板总成	注塑成型、超声波焊接、总装	塑料粒子
肇民科技	精密注塑件产品	注塑成型、总装	塑料粒子
东箭科技	车侧承载装饰系统产品	切割、压铸、注塑成型、总装	塑料粒子、金属类材料
	车辆前后防护系统产品	切割、压铸、注塑成型、总装	塑料粒子、金属类材料、电子零件
福赛科技	车门内饰面板产品	注塑成型、表面处理、总装	塑料粒子、面料件
发行人	门内饰板总成	注塑成型、面料全自动真空层压、超声波熔合、总装	塑料粒子、吸音棉、表皮、金属装饰件、电子器件
	挡泥板总成	注塑成型、超声波焊棉、总装	塑料粒子、吸音棉、铆钉
	保险杠类产品	注塑成型、烘干固化、总装	塑料粒子、涂料

公司与同行业公司同类产品的主要材料及总体工艺流程不存在重大差异。

3、主要产品成本的核算及结转方式、成本核算的过程和控制的关键环节

（1）各项业务中主要成本的核算过程及结转方式

1）汽车内外饰件产品

主要生产流程	成本核算过程
原材料采购	原材料入账价格采用实际成本法
原材料生产领用	原材料领用或发出时采用月末一次加权平均法确定其实际成本，生产部门根据生产工单领料，直接材料按照工单直接归集到对应产品
半成品的入库及再领用	半成品以其生产过程中归集的实际成本入库，发出或领用采用月末一次加权平均法确定其实际成本，生产部门根据生产工单领用半成品，半成品按照工单直接归集到对应产品
委外加工	委托加工物资的发出或领用采用月末一次加权平均法确定其实际成

主要生产流程	成本核算过程
	本，委托加工物资收回时，加计对应的加工费并入库，再投入下一步的生产领用
直接人工和制造费用的归集和分配	直接人工和制造费用按照标准成本确认的分配系数计算的分配率在完工产品中进行分配
完工产品入库	①根据归集的直接材料、直接人工和制造费用计算当月完工产品的生产成本及在产品成本 ②产品完工验收合格后入库，结转入库存商品
结转营业成本	①发出存货采用月末一次加权平均法 ②库存商品发出时转入发出商品，发出商品实现销售时，相应的产品成本从发出商品转入营业成本

2）模具

主要生产流程	成本核算过程
模具原材料采购	模具原材料入账价格采用实际成本法
模具原材料领用	原材料领用或发出时采用月末一次加权平均法确定其实际成本，直接材料按照领用时对应模具直接归集
委外加工	模具加工完成收回时，将加工费直接计入模具生产成本
直接人工和制造费用的归集和分配	模具直接人工和制造费用按照各模具耗用工时占比将模具工厂的直接人工、制造费用分摊到具体模具
完工模具入库	模具完工验收合格后，由模具-在产品转到模具产成品
结转营业成本	模具成本按照模具所生产产品预计企划量，将模具成本分摊至单个产品中作为产品销售成本的一部分，并随着产品销售的同时结转模具成本；当期模具成本摊销金额=∑（模具总成本*当期产品销量/产品销售预示量）

如上表所示，报告期内，公司成本归集和核算方法符合企业生产流程特点和《企业会计准则》相关要求。

（2）成本核算控制的关键环节

公司根据自身生产经营情况，建立了《供应商管理程序》《采购管理程序》《商品买卖基本合同书范本》和《质量保证协议书范本》等一系列制度和文件，规范项目管理、存货管理及成本核算等环节；公司设立了相应的成本核算岗位，明确相关岗位的职责和权限，确保不相容岗位相互分离、制约和监督，保证成本核算的规范性和准确性。

公司成本核算过程中的关键控制环节举例如下：

成本核算类型	主要产品类别	关键内部控制程序	财务核算情况
直接材料	汽车内外饰件产品及	①采购部根据生产企划部门提供的采购需求进行采购，采购的原材料经检验合格后入库；②生产部门根据生产订单和	①财务部门核对仓库采购入库无误后，记入原材料科目；②财务部根

成本核算类型	主要产品类别	关键内部控制程序	财务核算情况
	模具	相应产品的 BOM 清单制作生产领料单，根据生产领料单进行领料；③生产领料成本根据月末一次加权平均法成本计算。	据生产领料出库记录，按加权平均单价计算各生产订单的材料成本。
直接人工	汽车内外饰件产品	①生产部门根据生产人员当天实际参与生产订单的工时情况统计工时日报表，按月汇总后，人事部门复核考勤情况后，计算生产人员的工资、奖金等直接人工费用；②财务部门按照各生产订单按照标准成本确认的分配系数将生产人员的直接人工费用分配至各生产工单；③财务部门每月根据劳务外包服务商的对账单将劳务外包费计入其服务的生产订单成本。	财务部门复核生产人员提供标准成本确认的分配系数，按照标准成本确认的分配系数分配生产人员的直接人工费用，劳务外包费用按工单进行归集。
	模具	①生产部门根据生产人员当天实际参与生产订单的工时情况统计工时日报表，按月汇总后，人事部门复核考勤情况后，计算生产人员的工资、奖金等直接人工费用；②财务部门按照各模具耗用工时占比将生产人员的直接人工费用分配至各生产工单；③财务部门每月根据劳务外包服务商的对账单将劳务外包费计入其服务的生产订单成本。	财务部门复核生产人员提供工时数据，按各模具耗用工时占比分配生产人员的直接人工费用，劳务外包费用按工单进行归集。
制造费用	汽车内外饰件产品	①人事部门复核辅助生产人员考勤情况，财务部门计算辅助生产人员的工资、奖金等间接人工，通过制造费用科目归集；②财务部每月将与生产相关的固定资产折旧费、无形资产摊销费、房屋租赁、水电费、差旅费、加工费等在制造费用科目归集；③每月末，财务部按照标准成本确认的分配系数在各生产工单之间分配。	①每月财务部门复核辅助生产人员人工费用金额、与生产相关的折旧摊销金额、生产部门其他费用金额，并通过制造费用归集；②每月末，财务部按照标准成本确认的分配系数分配制造费用到当月各生产工单中。
	模具	①人事部门复核辅助生产人员考勤情况，财务部门计算辅助生产人员的工资、奖金等间接人工，通过制造费用科目归集；②财务部每月将与生产相关的固定资产折旧费、无形资产摊销费、房屋租赁、水电费、差旅费、加工费等在制造费用科目归集；③每月末，财务部按各模具耗用工时占比在各生产工单之间分配。	①每月财务部门复核辅助生产人员人工费用金额、与生产相关的折旧摊销金额、生产部门其他费用金额，并通过制造费用归集；②每月末，财务部按各模具耗用工时占比分配制造费用到当月各生产工单中。

4、举例说明成本核算的准确性、完整性

公司关于“左前轮挡泥板总成_素雅黑”产品成型工序成本核算过程如下：

抽取公司 2022 年 12 月发生的生产订单号为 E511-221201006 的“左前轮挡泥板总成_素雅黑”成型工序的成本核算为例，公司成本核算过程如下：

2022 年 12 月末，财务人员根据系统各材料的月末一次加权平均价格，对所有领料记录进行归集，其中领料单对应生产订单号为 E511-221201006 的所有记录即为该生产订单对应的产品的当月材料支出总额，共计 34,128.67 元，列入该产品的“直接材料”项目。根据该成型工序成本中心的员工 2022 年 12 月的薪酬总额，共计 394,698.36 元，列入该成本中心的“直接人工总额”项目作为成本分配基数。根据 2022 年 12 月该成本中心归集的为生产产品而发生的各项间接费用，共计 1,961,942.28 元，列入该成本中心的“制造费用总额”项目作为成本分配基数。

根据生产订单 E511-221201006 生产的产品的标准成本确认的分配系数进行归集、分配该生产订单当月应分摊的直接人工和制造费用，如下表所示：

项 目	金额
该品号入库数量（件）A	1,500.00
该品号的标准成本（元）B 注	33.30
该品号的分配系数 C=B/100	0.333
当月该成本中心生产待分配总值 D =∑（各品号的分配系数 C*各品号完工入库数量 A）	81,989.00
当月该成本中心直接人工总额（元）E	394,698.36
当月该成本中心制造费用总额（元）F	1,961,942.28
该工序直接人工分配率 G=E/D	4.81
该工序制造费用分配率 H=F/D	23.93
分摊直接人工（元）I=A*C*G	2,404.61
分摊制造费用（元）J=A*C*H	11,952.70
工费合计（元）K=I+J	**14,357.31**

注：产品的标准成本会根据生产工艺和用料的变化进行更新

生产订单 E511-221201006 当月该成型工序生产完工入库 1,500.00 台，发生的成本支出合计 48,485.98 元，其中直接材料 34,128.67 元，直接人工 2,404.61 元，制造费用 11,952.70 元，与实际账务处理情况一致，成本核算准确且完整。

（二）说明报告期各期主要原材料的采购耗用比、原材料单位成本耗用、损耗率情况，及变动情况、变动原因及合理性；结合公开市场、第三方资料、可比公司同类原材料采购单价等说明主要原材料采购价格的公允性、PP 塑料粒子采购价格高于市场的原因及合理性；外购部件的具体构成、用途、对应的具体产品，外购部件逐年上升的原因及合理性；报告期各期自主采购与客户指定采购的金额及比例，客户指定采购涉及的具体材料类型、相关合同约定与自主采购的主要差异，相关的会计处理及是否符合《企业会计准则》的相关规定

1、说明报告期各期主要原材料的采购耗用比、原材料单位成本耗用、损耗率情况，及变动情况、变动原因及合理性

（1）主要原材料的采购耗用比

报告期内，发行人生产内外饰件的主要原材料为塑料粒子、外购部件，合计占采购总额的比重分别为 74.97%、73.76%、77.55%和 83.89%。报告期内，塑料粒子、外购部件的采购量与生产用量比例保持平稳，具体情况如下：

分类		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
塑料粒子	采购量（吨）	11,159.82	19,009.71	13,659.38	11,811.67
	生产用量（吨）	11,588.98	19,698.71	13,967.67	11,561.51
	比例	103.85%	103.62%	102.26%	97.88%
外购部件	采购量（万件）	12,528.50	22,764.16	13,469.13	10,510.40
	生产用量（万件）	12,841.90	21,244.01	12,718.44	9,271.57
	比例	102.50%	93.32%	94.43%	88.21%

注：上表中，塑料粒子生产用量为根据注塑件产品入库数量和 BOM 表折算的标准生产领用量，外购部件生产用量为根据成品数量和 BOM 表折算的标准生产领用量，比例=生产用量/采购量。

报告期内，主要原材料塑料粒子、外购部件的采购耗用比较为稳定；塑料粒子部分年度采购耗用比略大于 100%，主要为生产使用以前年度库存所致。

（2）损耗率情况

报告期内，塑料粒子、外购部件的投入产出情况如下表所示：

1）塑料粒子

单位：吨

年度	投入塑料粒子重量	注塑件产品产出折算塑料粒子重量	损耗量	损耗率
2020 年	11,759.21	11,561.51	197.7	1.68%
2021 年	14,173.30	13,967.67	205.63	1.45%
2022 年	19,990.17	19,698.71	291.46	1.46%
2023 年 1-6 月	11,763.73	11,588.98	174.75	1.49%
合计	**57,686.41**	**56,816.87**	**869.54**	**1.51%**

注：投入塑料粒子重量为生产过程中实际投入的重量，按照实际生产领用统计；注塑件产品产出折算塑料粒子重量为根据注塑件产品入库数量和 BOM 表折算的标准生产领用量。

报告期内，公司主要原材料塑料粒子的损耗率总体保持稳定。同行业公司中仅唯科科技披露了报告期内原材料领用量与废料产出量的情况，2018 年至 2021 年 1-6 月，废塑料的的比例分别为 1.26%、1.07%、1.00%和 0.91%，与公司不存在重大差异。

2）外购部件

单位：万件

年度	领用外购部件数量	完工入库产品折算的外购件数量	损耗量	损耗率
2020 年	9,303.57	9,271.57	32.00	0.34%
2021 年	12,845.28	12,718.44	126.85	0.99%
2022 年	21,491.44	21,244.01	247.43	1.15%
2023 年 1-6 月	12,940.56	12,841.90	98.66	0.76%
合计	**56,580.85**	**56,075.92**	**504.94**	**0.89%**

注：损耗量中包括领用但未使用，用于半成品的外购部件。

报告期内，发行人主要原材料塑料粒子、外购部件的损耗率较为稳定且每年均未超过 2%，不存在异常变动情形，具有合理性。

（3）原材料单位成本耗用

报告期内，公司主要原材料塑料粒子和外购部件的单位成本耗用如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
投入塑料粒子重量（吨）	11,763.73	19,990.17	14,173.30	11,759.21
产成品件数（万件）	2,587.00	5,084.00	4,658.00	4,330.00
塑料粒子单位成本耗用（kg/件）	0.45	0.39	0.30	0.27
领用外购部件数量（万件）	12,940.56	21,491.44	12,845.28	9,303.57

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
产成品件数（万件）	2,587.00	5,084.00	4,658.00	4,330.00
外购部件单位成本耗用	5.00	4.23	2.76	2.15

注：塑料粒子单位成本耗用=投入塑料粒子重量/产成品件数；外购部件单位成本耗用=外购部件生产用量/产成品件数。

报告期内，公司塑料粒子单位成本耗用逐渐上升，主要系公司产品结构的变化所致。门内饰板主要为大型注塑件，所需塑料粒子较多，每件门内饰板总成需要约 2.8kg 塑料粒子，而小型注塑件如地图袋，体积较小，每件重量约为 0.2kg。报告期内，根据生产件数计算，公司门内饰板总成生产数量占比分别为 1.76%、2.65%、4.53%和5.63%，占比逐年提升，生产大型注塑件所耗用塑料粒子和外购部件较多；另一方面，公司对二级客户销售下降，相关产品主要为小型塑料配件。因此，随着产品结构中大型注塑件占比提升，公司塑料粒子的单位成本耗用进一步提升。

报告期内，公司单位产品所消耗的外购部件逐年上升，同为产品结构变化所致。如门内饰板总成属于大型注塑件，所需的外购部件较多，一件门内饰板总成需要包括卡扣、表皮、饰条、吸音棉、拉手、开关面板等 20 多个外购部件，因此随着门内饰板总成等大型注塑件数量占比提升，外购部件单位成本耗用提升，与公司产品结构变化相一致，具有合理性。

2、结合公开市场、第三方资料、可比公司同类原材料采购单价等说明主要原材料采购价格的公允性、PP 塑料粒子采购价格高于市场的原因及合理性

报告期内，发行人主要原材料采购情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料粒子	11,944.27	30.23%	20,203.85	29.20%	14,264.26	32.57%	11,384.45	37.17%
外购部件	21,197.31	53.65%	33,448.97	48.35%	18,039.05	41.19%	11,567.70	37.77%
模具材料	5,011.72	12.69%	10,070.47	14.56%	8,891.16	20.30%	5,969.13	19.49%
包装及周转材料	1,353.44	3.43%	5,463.09	7.90%	2,595.45	5.93%	1,707.94	5.58%
合计	**39,506.75**	**100.00%**	**69,186.37**	**100.00%**	**43,789.91**	**100.00%**	**30,629.22**	**100.00%**

注：采购占比为当期采购的各种材料占总采购额的比例。

其中，外购部件涉及种类规格较多，不同规格之间的工艺、用途差别较大，

因此不同外购部件供应商的采购不具备可比性；包装、周转材料无公开市场价格，且单位价值较小。以下主要比较塑料粒子、模具材料中的红铜的价格变动情况。

（1）模具材料

报告期内，公司模具材料主要包括红铜、模胚精料和模胚毛料，模胚因定制化程度较高，无公开市场报价。

2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年 1-6 月，公司红铜采购金额分别为 215.26 万元、378.09 万元、263.34 万元和 126.79 万元，报告期内公司主要供应商的采购比价如下：

单位：元/kg

供应商全称	2023 年 1-6 月单价	2022 年单价	2021 年单价	2020 年单价
东莞市横达铜铝有限公司	64.15	61.42	-	-
东莞市凯哲金属材料有限公司		-	65.26	47.37
佛山市新桥电极铜材有限公司	63.64	67.21	66.39	48.61
铜市场价	**68.11**	**67.50**	**68.65**	**48.90**

注：铜市场价为含税价，公司采购价为不含税价，市场价来源于 Wind，长江金属有色网

由上表可知，公司红铜采购价基本与市场价相一致，2021 年红铜的价格受大宗市场价格波动影响上涨较多，2021-2023 年 6 月基本保持平稳，报告期内不存在单价大幅下降的情形，采购价格公允。

（2）塑料粒子

公司采购的塑料粒子主要为 PP，报告期内，公司采购 PP 的金额占全部塑料粒子采购总额的比例超 80%，其他还包括 ABS、PE、PA6 等。

报告期内，公司 PP 塑料粒子的采购情况如下表所示：

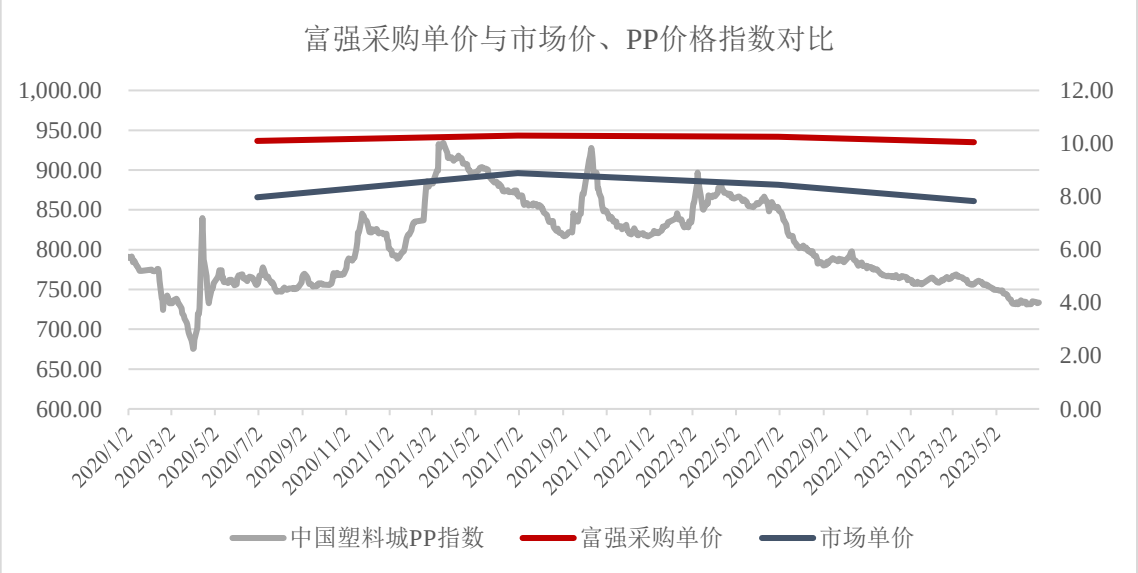
类别	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
PP	数量（吨）	9,975.33	16,297.40	11,084.52	9,239.19
	金额（万元）	10,024.04	16,698.84	11,420.74	9,327.04
	平均单价（元/kg）	10.05	10.25	10.30	10.10

总体来看，报告期内，公司生产产品所需的主要原材料 PP 塑料粒子的采购

单价保持稳定，未发生重大变化。

发行人 PP 塑料粒子的采购价格与公开市场价格对比分析如下：

单价：元/kg



数据来源：Wind、中国塑料城

PP 塑料粒子为通用类塑料粒子，其价格受市场价格波动影响较大，公司采购塑料粒子为改性工程塑料粒子，系根据客户要求，在通用塑料粒子基础上添加阻燃剂、抗氧剂、抗静电剂等添加剂，以强化其阻燃、抗静电、抗老化等特性。因此 PP 塑料粒子报告期内采购价格高于市场价格。但从价格走势来看，公司 PP 塑料粒子采购单价在报告期内与市场单价变动趋势一致。

发行人 PP 塑料粒子的采购价格与同行业对比如下：

单位：元/kg

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	未披露	未披露	未披露	12.15
新泉股份	未披露	10.47	9.94	9.82
福赛科技	未披露	12.39	11.57	10.24
均值	未披露	**11.43**	**10.76**	**10.74**
市场价	**7.83**	**8.45**	**8.89**	**7.98**
富强科技	**10.05**	**10.25**	**10.30**	**10.10**

注：可比公司中仅上述三家公司披露 PP 采购单价，市场价来源于 Wind、中国塑料城

根据上表可知，由于汽车内外饰件所使用的 PP 塑料粒子为改性工程塑料，可比公司的 PP 塑料粒子采购价格均高于市场价；略高于发行人采购价格，主要系改性塑料粒子具体规格不同，价格不同。

综上，发行人塑料粒子采购价格与 PP 塑料粒子市场价格走势基本一致，与同行业公司的平均价格差异较小，采购价格具备公允性。发行人采购的塑料粒子均为改性工程塑料，导致采购价格与公开市场价格存在差异，符合行业惯例，具有合理性。

3、外购部件的具体构成、用途、对应的具体产品，外购部件逐年上升的原因及合理性

公司采购的外购部件种类较多，2020-2023 年 6 月间，前十大外购部件采购金额分别为 7,680.33 万元、12,259.87 万元、21,448.66 万元和 13,387.98 万元，占当期外购部件采购比例分别为 66.39%、67.96%、64.12%和 63.16%，具体构成、用途、对应的具体产品如下：

外购部件名称	用途	对应产品
表皮	安装在门内饰板总成上，在车辆内部提供了美观和舒适感。它可以采用各种颜色、纹理和材质，以匹配车内的整体设计风格，并提升车内的视觉质感	门内饰板总成等
开关面板	安装在门内饰板总成上，用来控制车窗升降、后视镜折叠、开关门按钮	门内饰板总成等
饰板、饰条	安装在门内饰板总成上，用于装饰，同时防止直接接触到车身金属造成的刮伤，有一定保护作用	门内饰板总成等
吸音棉	安装在门内饰总成、挡泥板总成上，起到隔音作用	门内饰板总成、挡泥板总成等
内开拉手总成	安装在门内饰板总成上，用于开车门	门内饰板总成等
门发光饰板	用于安装在门内饰板总成，起装饰作用	门内饰板总成等
卡扣	用于固定在总成上的各种配件	门内饰板总成、立柱总成、掀背门饰板等
高位制动灯	安装在尾翼扰流板或者衣帽架总成上，连接刹车制动器，刹车时亮灯，起到提示后车，保护安全的作用	尾翼扰流板、衣帽架总成等
密封条	安装在雨刮盖板总成、轮眉总成等产品上，起到密封作用，防止雨水进入车内	雨刮盖板总成、轮眉总成等
铆钉	用于挡泥板总成上固定吸音棉，防止其掉落	挡泥板总成等

报告期内前十大外购部件具体金额及占比如下：

单位：万元

外购部件名称	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
表皮	1,993.04	9.40%	4,218.12	12.61%	2,340.31	12.97%	1,207.27	10.44%
开关面板	2,968.24	14.00%	4,277.42	12.79%	2,072.92	11.49%	1,198.58	10.36%

外购部件名称	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
饰板、饰条	2,642.36	12.47%	4,106.23	12.28%	1,943.17	10.77%	1,068.73	9.24%
吸音棉	1,235.03	5.83%	2,616.46	7.82%	2,026.08	11.23%	1,719.72	14.87%
内开拉手总成	1,420.65	6.70%	2,375.42	7.10%	1,385.61	7.68%	833.00	7.20%
门发光饰板	1,200.63	5.66%	1,370.32	4.10%	1,018.01	5.64%	550.66	4.76%
卡扣	601.85	2.84%	1,081.62	3.23%	739.82	4.10%	554.41	4.79%
高位制动灯	942.97	4.45%	660.34	1.97%	229.83	1.27%	193.75	1.67%
密封条	246.02	1.16%	458.57	1.37%	300.45	1.67%	191.72	1.66%
铆钉	137.20	0.65%	284.13	0.85%	203.68	1.13%	162.49	1.40%
合计	**13,387.98**	**63.16%**	**21,448.66**	**64.12%**	**12,259.87**	**67.96%**	**7,680.33**	**66.39%**

报告期内，公司外购部件采购金额分别为 11,567.70 万元、18,039.05 万元、33,448.97 万元和 21,197.31 万元，增长较快，主要原因系门内饰板总成的收入占比在报告期内快速增加，而门内饰板总成使用的外购部件较多，具体来说：

2020 年至 2023 年 6 月，公司门内饰板总成的收入分别为 18,683.49 万元、26,957.18 万元、50,147.43 万元和 30,869.77 万元，收入占比提升约 10.67%。如上所述，一件门内饰板总成需要约 20 个外购部件，高于其他产品的外购部件用量，如挡泥板总成需要约 10 个，雨刮盖板总成需要约 4 个。

公司的门内饰板总成主要供应给广汽埃安的埃安 S、埃安 Y 和埃安 V，广汽乘用车的传祺 GS5、传祺 GS3、传祺影豹等车型，随着广汽埃安、广汽乘用车近年来销量不断提升，公司门内饰板总成收入也呈现快速增长的趋势。

综上，公司外购部件增长较快，主要系门内饰板总成的收入及占比在报告期内快速增加所致，而门内饰板总成使用的外购部件较多，具有合理性。

4、报告期各期自主采购与客户指定采购的金额及比例，客户指定采购涉及的具体材料类型、相关合同约定与自主采购的主要差异，相关的会计处理及是否符合《企业会计准则》的相关规定

（1）报告期内公司自主采购与客户指定采购的金额及比例

报告期内，公司自主采购与客户指定采购的金额及比例情况如下表：

单位：万元

采购类型	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占总采购金额比例	采购金额	占总采购金额比例	采购金额	占总采购金额比例	采购金额	占总采购金额比例
指定采购	13,767.14	34.85%	24,505.81	35.42%	16,427.11	37.51%	12,847.60	41.95%
自主采购	25,739.61	65.15%	44,680.56	64.58%	27,362.80	62.49%	17,781.62	58.05%
合 计	**39,506.75**	**100.00%**	**69,186.37**	**100.00%**	**43,789.91**	**100.00%**	**30,629.22**	**100.00%**

由上表可知，公司自主采购、指定采购的比重基本稳定；随着公司业务规模增长，自主采购、指定采购的金额均逐年提高。

（2）报告期内客户指定采购涉及的具体材料类型情况

报告期内，客户指定采购涉及的主要具体材料类型情况如下：

单位：万元

具体材料类型	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
塑料粒子	8,571.47	15,465.97	10,848.65	8,859.14
外购部件	5,195.67	9,039.84	5,578.46	3,988.46
合 计	**13,767.14**	**24,505.81**	**16,427.11**	**12,847.60**

由上表可知，报告期内客户指定采购主要涉及的具体材料类型为塑料粒子、外购部件。

（3）客户指定采购相关合同约定与自主采购的主要差异

从签订的合同内容来看，指定采购与自主采购并无明显差异。二者差异主要在于客户是否参与采购价格的协商过程：客户指定采购塑料粒子及外购部件等，客户会参与该部分物料的采购单价的协商，公司、供应商、客户均在采购报价单上审批签章；而自主采购部分，仅为公司与供应商协商采购单价，客户并不参与。

（4）指定采购相关的会计处理及是否符合《企业会计准则》的相关规定

在指定采购的情况下，公司与供应商、客户独立签署购销合同，公司采购与销售业务相互独立；公司在销售业务中属于主要责任人，公司的物料采购与产品销售业务相互独立；公司实际承担了原材料价格波动风险；公司承担了原材料生产加工中的保管、毁损和灭失风险；并且公司对原材料加工程度较大，在生产过程中，原材料形态和功能也发生了重大变化。作为独立的销售与采购

业务，公司按照总额法进行会计处理，符合企业会计准则的相关规定，具体分析详见本回复报告“问题 8.关于主营业务收入”之“一（五）1（2）公司与客户、指定供应商的具体约定，结合具体合同约定说明收入确认方法的准确性，是否符合《企业会计准则》《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定”所述。

（三）说明报告期各期外协采购的金额及占比，外协加工的原因及必要性，对比同行业公司委托生产金额、占比情况说明是否符合行业惯例；外协采购的具体内容、是否涉及核心环节、外协采购价格的公允性；主要外协厂商的基本情况，是否存在关联关系，是否存在成立不久即与发行人交易、外协厂商规模与交易规模明显存在差异的情形

1、说明报告期各期外协采购的金额及占比，外协加工的原因及必要性，对比同行业公司委托生产金额、占比情况说明是否符合行业惯例

（1）发行人各期外协采购的金额及占比，外协加工的原因及必要性

报告期内，发行人外协采购金额为 3,141.22 万元、4,656.05 万元、8,858.07 万元和 6,083.28 万元，占当年采购总额比重分别为 10.26%、10.63%、12.80%和 15.40%，主要采购内容包括包覆、零星部件注塑、模具机加工等，具体如下：

单位：万元

外协加工内容	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
包覆	2,602.98	42.79%	3,366.97	38.01%	1,761.00	37.82%	1,183.46	37.68%
零星部件注塑	2,798.02	46.00%	4,319.70	48.77%	1,536.80	33.01%	1,112.81	35.43%
模具机加工	675.12	11.10%	1,152.86	13.01%	1,335.78	28.69%	796.94	25.37%
其他	7.16	0.12%	18.53	0.21%	22.47	0.48%	48	1.53%
合计	**6,083.28**	**100.00%**	**8,858.07**	**100.00%**	**4,656.05**	**100.00%**	**3,141.22**	**100.00%**

公司选择外协加工的原因主要是产能临时不足，报告期内，主要客户若交货时间集中，公司在该时间段会出现注塑、包覆、模具加工等部分工序产能临时不足的情况，公司为满足客户对交货时间的要求选择将部分工序委托外协。

（2）对比同行业公司委托生产金额、占比情况说明是否符合行业惯例

发行人可比公司均存在外协加工的情况，其外协采购内容与富强科技基本

相同，具体对比如下：

公司名称	外协采购内容
唯科科技	注塑件的喷漆、电镀、铣切，模具加工，塑料粒子造色，印刷
常熟汽饰	近年年报仅披露外协加工费用，招股书中披露主要外协采购内容为喷漆及五金件加工
新泉股份	主要为外协定制单元件包覆件、表面处理件、出风口类及其他定制化注塑件
神通科技	注塑、包覆、发泡、电镀等
肇民科技	精密注塑件表面加工（电镀、喷涂）、模具加工、配件粗加工
东箭科技	招股书披露存在外协加工情况，但并未披露具体工序
福赛科技	公司的外协指广义的外协，即主要为委外采购（产品外协），采购的主要产品包括注塑件、电镀件、喷涂件
富强科技	**部分包覆、零星部件注塑、模具机加工等**

注：来源于年度报告、招股说明书

同行业可比公司的外协加工内容一般为注塑件加工、模具加工等，与富强科技基本一致。

报告期各期同行业公司外协加工情况如下：

单位：万元

可比公司名称	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占采购总额比	金额	占采购总额比	金额	占采购总额比	金额	占采购总额比
唯科科技	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	1,610.29	3.32%
常熟汽饰	未披露	未披露	8,308.82	3.37%	7,322.10	4.27%	3,162.74	1.92%
新泉股份	未披露	未披露	175,261.64	36.48%	139,637.15	44.14%	119,353.19	47.88%
神通科技	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
肇民科技	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	574.91	2.15%
东箭科技	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
福赛科技	未披露	未披露	11,757.18	37.90%	11,431.63	39.29%	7,631.35	36.17%
均值	**未披露**	**未披露**	**65,109.21**	**25.92%**	**52,796.96**	**29.23%**	**26,466.50**	**18.29%**
富强科技	**6,083.28**	**15.40%**	**8,858.07**	**12.80%**	**4,656.05**	**10.63%**	**3,141.22**	**10.26%**

如上表，同行业可比公司的外协加工比例差异较大，发行人外协加工比例在可比公司中居中。新泉股份、福赛科技外协采购金额占比较高，根据其披露文件，主要系：新泉股份定位为汽车饰件整体解决方案提供商，致力于为整车厂提供全产品、全领域的汽车饰件总成产品，其本身主要负责相关总成产品本体及核心部件的生产及总成组装，而通过外协定制的方式采购风口、烟缸等单

元件；福赛科技受设备和产能限制，以及排产需要，为提高生产效率，将部分注塑件和喷涂件委托第三方生产加工，公司将更多的精力和产能聚焦于核心部件生产。

综上，公司采用外协加工符合行业惯例。

2、外协采购的具体内容、是否涉及核心环节、外协采购价格的公允性

公司外协采购内容主要为包覆、零星部件注塑、模具机加工等，具体如下：

序号	外协加工工序	外协加工具体内容
1	包覆	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等
2	零星部件注塑	各种注塑件注塑成型
3	模具机加工	CNC 机床切割、蚀纹、中走丝等
4	其他	塑料粒子造粒加工等

包覆、注塑成型、CNC 机床切割等涉及公司模具、内外饰件生产的核心环节。公司具备完整的模具加工、内外饰件生产所需的主要工序，但受产能限制，以及排产需要，在面临产能临时不足时，为提高生产效率，将部分工序委托第三方完成，公司将更多的精力和产能聚焦于核心部件生产。

在为整车厂商配套过程中，汽车零部件厂商形成了金字塔式的层级供应商体系，即从上到下依次为整车厂商、一级供应商、二级供应商、三级及以下层级供应商。其中，一级供应商具有系统总成的研发能力，能够参与新车型的设计与开发，可以直接向整车厂商提供模块化产品；二级供应商生产较为关键且专业性较强的零部件并向一级供应商供货；三级及以下零部件供应企业主要生产通用零部件向二级供应商供货。从三级供应商到一级供应商，产品集成度逐步上升。因此，发行人向外协供应商采购外协件符合汽车零部件行业整体金字塔的行业特性，符合产业发展的逻辑。

公司采购的包覆、零星部件注塑、模具机加工产品等系根据公司产品生产需要定制的非标品，公开市场很难获取到准确的市场价格及可供参考价格；对于同类外协采购产品，发行人向不同供应商采购价格存在差异，主要系采购产品规格、工艺难度差异所致。

3、主要外协厂商的基本情况，是否存在关联关系，是否存在成立不久即与发行人交易、外协厂商规模与交易规模明显存在差异的情形

（1）主要外协厂商的基本情况，是否存在关联关系

报告期内，公司前五大外协供应商具体情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月			
序号	**供应商名称**	**外协内容**	**加工费**
1	广州亚伊汽车零部件有限公司	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等	1,394.70
2	广州市邦毅塑胶制品有限公司	地图袋、嵌饰板骨架等	839.00
3	广州博悦汽车配件有限公司	拉手总成等	571.28
4	广州三尚机电配件有限公司	散热器支架、左前轮气坝、右前轮气坝等	542.45
5	广州金大森汽车部件有限公司	风管总成等	517.18
合计			**3,864.61**
2022 年			
序号	**供应商名称**	**外协内容**	**加工费**
1	浙江启源汽车配件有限公司	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等	1,404.47
2	广州市邦毅塑胶制品有限公司	地图袋、嵌饰板骨架等	1,218.73
3	广州亚伊汽车零部件有限公司	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等	905.21
4	广州博悦汽车配件有限公司	拉手总成等	893.20
5	广州金大森汽车部件有限公司	风管总成等	794.14
合计			**5,215.75**
2021 年			
序号	**供应商名称**	**外协内容**	**加工费**
1	浙江启源汽车配件有限公司	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等	959.39
2	广州鑫欣塑胶制品有限公司	挡泥板总成包覆等	510.59
3	广州三木汽车部件有限公司	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等	382.00
4	广州沃迪森汽车零部件有限公司	机舱护板饰盖等	331.27
5	广州市邦毅塑胶制品有限公司	地图袋、嵌饰板骨架等	310.10
合计			**2,493.35**
2020 年			
序号	**供应商名称**	**外协内容**	**加工费**

1	广州沃迪森汽车零部件有限公司	机舱护板饰盖等	613.21
2	浙江启源汽车配件有限公司	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等	437.54
3	广州三木汽车部件有限公司	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等	419.63
4	广州鑫欣塑胶制品有限公司	挡泥板总成包覆等	268.13
5	广州宏原汽车配件有限公司	嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆等	191.34
合计			**1,929.85**

公司向上述主要外协供应商采购的内容主要为嵌饰板总成包覆、扶手总成包覆、机舱护板饰盖、挡泥板总成包覆等。上述主要外协供应商的基本情况如下：

单位：万元

主要外协供应商												
序号	供应商名称	成立时间	交易时间	注册资本/实缴资本	股权结构	主要人员	是否存在关联关系	经营规模	2023 年 1-6 月采购额	2022 年采购额	2021 年采购额	2020 年采购额
1	浙江启源汽车配件有限公司	2018-5-7	2020 年	500 万元人民币/319.934 万元人民币	吴利富持有 90%股权，郑立华持有 10%股权	吴利富任执行董事、经理，郑立华任监事	否	3,000.00	319.96	1,443.81	1,059.85	534.77
2	广州市邦毅塑胶制品有限公司	2014-6-13	2019 年 10 月	300 万元人民币/125.25 万元人民币	易大学持有 85%股权，李生平持有 15%股权	易大学任执行董事、总经理，李生平任监事	否	2,900.00	844.30	1,234.73	310.10	68.82
3	广州亚伊汽车零部件有限公司	2015-11-9	2019 年	500 万元人民币/475 万元人民币	尹聪毅持有 95%股权，尹佳萌持有 5%股权	尹聪毅任执行董事、总经理，左惠兵任监事	否	10,138.75	1,402.32	909.81	-	-
4	广州博悦汽车配件有限公司	2018-1-23	2020 年	500 万元人民币/-	孔成持有 55%股权，邓爱莲持有 20%股权，戴立军持有 20%股权，刘怡曼持有 5%股权	孔成任执行董事、总经理，戴立军任监事	否	3,700.00	591.78	893.20	302.54	0.92
5	广州金大森汽车部件有限公司	2017-7-5	2021 年 10 月	1,000 万元人民币/1,000 万元人民币	陈才珍持有 60%股权，王炜持有 40%股权	王炜任执行董事、经理，陈才珍任监事	否	6,296.00	627.12	794.14	64.31	-
6	广州鑫欣塑胶制品有限公司	2008-6-5	2018 年	1,510 万元人民币/1,510 万元人民币	贾曼霞持有 51.1987%股权，林晓真持有 48.8013%股权	林晓真任执行董事，贾曼霞任经理，邱桂文任监事	否	2,765.00	241.96	502.32	510.59	268.13
7	广州三木汽车部件有限公司	2009-4-27	2013 年	1,500 万元人民币/300 万元人民币	李兆兴持有 90%股权，黄桂芳持有 10%股权	李兆兴任执行董事，李加林任经理，黄桂芳任监事	否	13,569.00	127.29	424.94	459.27	501.38
8	广州沃迪森汽车零部件有限公司	2010-9-7	2016 年	2,800 万元人民币/2,800 万元人民币	岑力火持有 100%股权	岑力火任执行董事、经理，秦永彬任监事	否	22,965.00	10.04	13.97	331.27	613.21

主要外协供应商												
序号	供应商名称	成立时间	交易时间	注册资本/实缴资本	股权结构	主要人员	是否存在关联关系	经营规模	2023 年 1-6 月采购额	2022 年采购额	2021 年采购额	2020 年采购额
9	广州宏原汽车配件有限公司	2006-8-24	2018 年	839 万美元/839 万美元	VULTUREINVESTMENTSPTELTD.持有 100%股权	李育柔任总经理，萧雅玲、陈水潭、沈滚金、陈庆荣、吴彦兴、陈淙渊任董事，曾碧珍任监事	否	25,906.15	469.75	415.75	158.66	191.34
10	广州三尚机电配件有限公司	2013-09-12	2022 年	110 万元人民币/110 万元人民币	卢尚国持有 60%股权，杨贝持有 20%股权，毕伟彬持有 20%股权	卢尚国任执行董事兼总经理，毕伟彬任监事	否	664.00	576.54	226.49	-	-

注：经营规模为访谈时了解的对方 2022 年销售收入，采购金额为全部采购额。

公司与上述主要外协供应商不存在关联关系。

（2）是否存在成立不久即与发行人交易、外协厂商规模与交易规模明显存在差异的情形

由上表可知，浙江启源汽车配件有限公司、广州博悦汽车配件有限公司均成立于 2018 年，分别于 2020 年即与公司开展业务，相对成立时间较短。

发行人与浙江启源开展交易主要系供应商杭州叁木不再接受包覆加工类业务，杭州工厂重新寻求周边合适的供应商，经供应商评审后，最终选定浙江启源，浙江启源与杭州崇诚汽车零部件有限公司系同一控制下企业，杭州崇诚汽车零部件有限公司成立于 2016 年。

广州博悦系外协加工广汽埃安的产品，基于广汽埃安业务不断增长，为满足交付及拓展新供应商，经过采购供应商体系评价，选择新增广州博悦作为注塑产品外协的供应商。

发行人 2022 年-2023 年 6 月与广州三尚机电配件有限公司交易金额为 226.49 万元和 576.54 万元，占其经营规模比例相对较高，主要系公司对广汽埃安的收入大幅上升所致，三尚机电系外协加工广乘和埃安的小件注塑产品，主要产品有：掀背门饰板、气坝、三角块、门槛饰板等小型注塑件。基于广汽埃安业务不断增长，为满足交付及拓展新供应商，经过采购供应商体系评价，引进三尚机电。

综上，主要外协厂与公司不存在关联关系；存在浙江启源、广州博悦两家成立不久即与公司交易的供应商，主要系适应业务发展需求而新拓展供应商，具有合理性；存在三尚机电一家采购规模占其经营规模较大的供应商，不存在外协厂规模与交易规模明显存在差异的情形。

（四）说明供应商的选择标准及程序、前五大供应商变动的原因及合理性，成立时间较短或实缴资本较小的供应商、报告期内采购规模快速增长的具体情况，采购规模变动的原因；客户支给件、外协采购的具体情况，采用净额法核算的准确性及是否符合《企业会计准则》的相关规定；通过贸易商采购的具体产品，涉及客户指定供应商的具体情况，是否符合行业惯例，贸易商是否存在主要为发行人提供服务的情形，通过贸易商采购的价格公允性、与非贸易商采购价格差异情况，PP 塑料粒子贸易商采购价格较高的原因及合理性

1、说明供应商的选择标准及程序、前五大供应商变动的原因及合理性，成立时间较短或实缴资本较小的供应商、报告期内采购规模快速增长的具体情况，采购规模变动的原因

（1）供应商的选择标准及程序

发行人依据供应商管理制度对供应商进行分类筛选，选择流程分为三个阶段：信息调查、QAVI 首次评审、业务资格认定。

在信息调查阶段，公司一般会取得并审核供应商的营业执照、生产许可资料、开户许可性资料、认证证书等资料，并进行网核；在该阶段，主要审核供应商资料的真实性、合规性、合法性，是否符合供应商准入等标准；信息调查合格后，才会进入 QAVI 首次评审；

QAVI 首次评审是指完成信息调查后，组织到供应商现场的评审活动，在该阶段，公司一般对供应商进行开发技术能力、质量保证体系等方面的评审，主要审核供应商是否符合“ISO9001”“IATF16949”等产品质量标准；经 QAVI 首次评审合格后，才会进入业务资格认定阶段；

在业务资格认定阶段，公司一般采用样件确认、小批量试用等方式确认供应商资质，在该阶段，主要审核供应商是否具备开发能力、持续供货能力和履约能力，审核合格后，纳入公司的合格供应商名录。

公司根据战略规划和新项目需要，会适时增加新供应商。对于已经引入的供应商，每年度还会根据所提供零件的重要度、上年度的供货实绩、新业务的规划等因素，组织年度审查，审查供应商是否持续满足“ISO9001”“IATF16949”等标准（或者是否存在经营风险、涉诉风险和被监

管机构监查等负面情形），如不符合则从名录中剔除。

综上，公司已经建立起供应商管理制度，建立健全了供应商的选择标准及程序并严格执行。

（2）前五大供应商变动的原因及合理性

报告期内，公司前五名供应商情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月				
序号	**供应商名称**	**采购内容**	**金额**	**采购占比**
1	金发科技股份有限公司	塑料粒子等	5,531.55	14.00%
2	浙江长江汽车电子有限公司	外购部件等	1,842.88	4.66%
3	上海普利特复合材料股份有限公司	塑料粒子等	1,678.16	4.25%
4	东莞市东骏达饰件有限公司	外购部件等	1,533.29	3.88%
5	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	塑料粒子等	1,466.41	3.71%
合计			**12,052.30**	**30.51%**
2022 年				
序号	**供应商名称**	**采购内容**	**金额**	**采购占比**
1	金发科技股份有限公司	塑料粒子等	7,238.39	10.46%
2	上海普利特复合材料股份有限公司	塑料粒子等	2,988.57	4.32%
3	浙江长江汽车电子有限公司	外购部件等	2,638.01	3.81%
4	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	塑料粒子等	2,502.91	3.62%
5	本田贸易（中国）有限公司	塑料粒子等	2,324.51	3.36%
合计			**17,692.39**	**25.57%**
2021 年				
序号	**供应商名称**	**采购内容**	**金额**	**采购占比**
1	金发科技股份有限公司	塑料粒子等	4,505.31	10.29%
2	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	塑料粒子等	2,210.85	5.05%
3	本田贸易（中国）有限公司	塑料粒子等	1,910.64	4.36%
4	东莞市东骏达饰件有限公司	外购部件等	1,595.80	3.64%
5	苏州瑞高新材料有限公司	外购部件等	1,448.76	3.31%
合计			**11,671.36**	**26.65%**

2020 年				
序号	供应商名称	采购内容	金额	采购占比
1	金发科技股份有限公司	塑料粒子等	2,940.79	9.60%
2	本田贸易（中国）有限公司	塑料粒子等	1,942.37	6.34%
3	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	塑料粒子等	1,889.32	6.17%
4	南京聚隆科技股份有限公司	塑料粒子等	1,488.64	4.86%
5	中山市友元精密模具制造有限公司	模具材料等	1,022.02	3.34%
合计			**9,283.14**	**30.31%**

注：1、报告期内同一控制下的供应商已进行合并披露；2、金发科技股份有限公司系同一控制下合并口径披露，包括：金发科技股份有限公司、广东金发科技有限公司

报告期内，前五大供应商排名变动情况如下：

序号	客户名称	2023 年 1-6 月采购金额排名	2022 年采购金额排名	2021 年采购金额排名	2020 年采购金额排名
1	金发科技股份有限公司	1	1	1	1
2	上海普利特复合材料股份有限公司	3	2	12	36
3	浙江长江汽车电子有限公司	2	3	8	12
4	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	5	4	2	3
5	本田贸易（中国）有限公司	7	5	3	2
6	东莞市东骏达饰件有限公司	4	6	4	15
7	苏州瑞高新材料有限公司	16	10	5	11
8	南京聚隆科技股份有限公司	11	7	6	4
9	中山市友元精密模具制造有限公司	30	8	11	5

由上表可知，公司报告期内前五大供应商均为公司持续合作的供应商，仅因为年度采购金额不同而发生排名变动。

其中，上海普利特复合材料股份有限公司（股票代码：002324）、浙江长江汽车电子有限公司、东莞市东骏达饰件有限公司在报告期内排名名次提升较多，主要系：

上海普利特复合材料股份有限公司、浙江长江汽车电子有限公司均为公司客户广汽埃安的指定采购供应商，分别供应 PP 塑料粒子、开关面板。随着广汽埃安销量在报告期内迅速增长，公司与上海普利特复合材料股份有限公司、浙江长江汽车电子有限公司的指定采购金额也迅速增加，后两者的排名也相应提升；

东莞市东骏达饰件有限公司主要向公司供应门发光饰板、门装饰条等，随着广汽埃安、广汽乘用车等主要客户对门内饰板总成产品的要求提升，公司增加了上述原材料的采购，东莞市东骏达饰件有限公司的排名也随之上升。

综上，公司报告期内前五大供应商均为公司持续合作的供应商，个别供应商排名提升较快主要是客户需求旺盛而增加对其采购所致，具有合理性。

（3）成立时间较短或实缴资本较小的供应商、报告期内采购规模快速增长的具体情况，采购规模变动的原因

报告期内，公司主要供应商中，成立时间较短或实缴资本较小的供应商以及其报告期内采购规模变动的具体情况如下：

单位：万元人民币

序号	供应商名称	成立时间	合作时间	注册资本	实缴资本	采购材料	采购金额			
							2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
1	东莞市东骏达饰件有限公司	2018/3/23	2019 年	1,000.00	-	门发光饰板、门饰板装饰条	1,533.29	2,199.59	1,595.80	590.99
2	中山市友元精密模具制造有限公司	2008/1/17	2018 年	40.00	40.00	模具材料	313.81	1,860.32	1,095.90	1,022.02

东莞市东骏达饰件有限公司采购规模变动合理性参见本题回复之“一（四）1（2）前五大供应商变动的原因及合理性”。

中山市友元精密模具制造有限公司成立于 2008 年，主营业务为模具生产和塑胶制品的制造销售，报告期内主要向发行人销售模具材料，其实缴资本较小，经访谈及邮件确认其 2020-2023 年 6 月的销售收入分别约为 3,600 万元、4,500 万元、4,600 万元和 3,300 万元，与发行人对其采购规模相匹配。发行人对中山市友元精密模具制造有限公司的采购金额在 2022 年增长较多，主要是传祺 GS4 车型、传祺 GS3 车型、合创 A06 等车型的新增模具数量较多，导致采购增加。

综上，发行人报告期内主要供应商中，仅东莞市东骏达饰件有限公司成立时间较短，其采购规模快速增长，主要是报告期内公司对广汽埃安销量增长明显，从而带来相关指定供应商采购规模增长，具有合理性；中山市友元精密模

具制造有限公司实缴资本较小，其采购规模快速增长主要系广汽乘用车传祺车型和合创车型新增的模具数量较多，导致采购进一步增加。

2、客户支给件、外协采购的具体情况，采用净额法核算的准确性及是否符合《企业会计准则》的相关规定

（1）客户支给件的具体情况

在客户支给件的模式下，公司向客户采购原材料及部件，如锁盖、塞钉、喷管、卡扣、胶套等，用于该客户的产品生产，再向其销售汽车内外饰件产成品；涉及客户支给件的相关客户包括广汽本田、提爱思、广州斯坦雷电气有限公司、武汉斯坦雷电气有限公司等。该模式以净额法计算，最终体现为公司对该客户的销售额。

报告期内公司采购客户支给件情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月				
序号	**客户名称**	**采购支给件类型**	**采购支给件金额**	**占当期采购支给件金额比例**
1	广汽本田汽车有限公司	外购部件	2,258.21	91.45%
2	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	塑料粒子、外购部件	211.03	8.55%
合计			**2,469.24**	**100.00%**
2022 年度				
序号	**客户名称**	**采购支给件类型**	**采购支给件金额**	**占当期采购支给件金额比例**
1	广汽本田汽车有限公司	外购部件	2,031.90	61.76%
2	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	塑料粒子、外购部件	995.55	30.26%
3	广州斯坦雷电气有限公司	塑料粒子	261.71	7.95%
4	武汉斯坦雷电气有限公司	塑料粒子	1.08	0.03%
合计			**3,290.24**	**100.00%**
2021 年度				
序号	**客户名称**	**采购支给件类型**	**采购支给件金额**	**占当期采购支给件金额比例**
1	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	塑料粒子、外购部件	1,075.17	49.87%
2	广汽本田汽车有限公司	外购部件	731.71	33.94%
3	广州斯坦雷电气有限公司	塑料粒子	338.24	15.69%

4	武汉斯坦雷电气有限公司	塑料粒子	10.75	0.50%
合计			**2,155.87**	**100.00%**
2020 年度				
序号	**客户名称**	**采购支给件类型**	**采购支给件金额**	**占当期采购支给件金额比例**
1	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	塑料粒子、外购部件	1,220.71	56.55%
2	广汽本田汽车有限公司	外购部件	499.48	23.14%
3	广州斯坦雷电气有限公司	塑料粒子	423.84	19.63%
4	武汉斯坦雷电气有限公司	塑料粒子	12.90	0.60%
5	广东嘉利车灯有限公司	塑料粒子	1.71	0.08%
合计			**2,158.64**	**100.00%**

报告期内，客户将一批原材料销售给公司的同时，与公司约定在完成生产后，需将对应规格的产成品销售给客户。客户支给件模式主要适用于对产品的规格型号有特殊要求或者对产成品的品质稳定有较高要求的客户。在该模式下，公司参考原材料市场价向客户方采购原材料及部件，并按照原材料及部件的采购价上浮一定价差向客户方销售对应的产成品。目前，公司与客户采用客户支给件模式的合作方式主要集中在广汽本田、提爱思、广州斯坦雷电气有限公司这三家，其中，随着公司与广汽本田的合作不断加深，公司向其采购的支给件也在不断增多。

（2）外协采购的具体情况

公司在生产过程中因产能、投入产出考量等因素存在委托外协生产的情形，涉及外协的工序包括部分包覆、零星部件注塑、模具机加工等，具体外协采购的情况详见本题回复之“一（三）说明报告期各期外协采购的金额及占比，外协加工的原因及必要性，对比同行业公司委托生产金额、占比情况说明是否符合行业惯例；外协采购的具体内容、是否涉及核心环节、外协采购价格的公允性；主要外协厂商的基本情况，是否存在关联关系，是否存在成立不久即与发行人交易、外协厂商规模与交易规模明显存在差异的情形”所述。

（3）客户支给件、外协采购采用净额法核算的准确性及是否符合《企业会计准则》的相关规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入》中关于收入确认适用总额法还是净

额法的判断标准，对客户支给件和外协采购逐项判断说明，具体如下：

采用净额法核算的具体判断标准	客户支给件模式	外协采购模式
关于双方签订合同的属性类别，合同中主要条款，如价款确定基础和定价方式、物料转移风险归属的具体规定	从客户与公司签订合同的主要条款看，公司与客户签订的合同为买卖合同。在客户验收后，支给件的所有权及主要风险已发生转移，客户取得其控制权。合同约定，客户向公司采购的零部件的价格经双方协商确定，当客户支付货款时，如果对公司拥有债权时，可以扣除对等的金额，故公司与客户的结算价款是剔除了客户支给件价款后的净额。	从双方签订合同的性质来看，公司与生产加工方签订的合同均为买卖合同，合同约定，有关零部件的价格经双方协商确定。当公司支付货款时，如果对生产加工方拥有债权时，可以扣除对等的金额，故公司与生产加工方的结算价款不包含公司提供的原材料价格。对于公司提供给生产加工方的零部件，生产加工方按照双方约定或者承认的合格品验收标准进行验收，如出现因公司原因造成的不良品，公司需无条件替换，由此产生的损失，由公司承担。
关于生产加工方是否完全承担风险	合同约定客户提供的支给件在公司验收后风险发生转移。因此公司承担客户支给件的灭失、损毁风险，但由于合同约定双方按净额进行结算，与客户支给件有关的价格波动风险仍由客户承担。	合同约定公司提供给生产加工方的原材料在其验收后风险发生转移。因此生产加工方承担所有委托加工物资的灭失、损毁风险，但由于合同约定双方按净额进行结算，与外协加工相关的原材料及部件等物资的价格波动风险仍由公司承担。
关于最终产品的完整销售定价权	公司仅对最终产品剔除客户支给件的部分定价，不具备对最终产品的完整销售定价权。	生产加工方仅对最终产品包含的加工费部分定价，不具备对最终产品的完整销售定价权。
关于最终产品销售对应账款的信用风险	公司仅承担销售净额对应账款的信用风险，不承担最终产品全部销售额对应账款的信用风险。	生产加工方仅承担加工费对应账款的信用风险，不承担最终产品销售对应账款的信用风险。
关于原材料加工的复杂程度	合同约定，公司给客户提供的产品，需要符合客户提供给公司的图纸、规格、检验标准等技术资料要求。公司仅对原材料进行简单的组装和加工，加工的复杂程度较低；另外，公司不能将客户提供的支给件用作他用，因客户提供的支给件引起的质量问题，由客户自行承担责任。	生产加工方严格按照公司提供的图纸及规格书，仅对原材料进行简单的组装和加工，加工的复杂程度较低，公司不允许生产加工方擅自变更图纸及规格书中的任何一种物料，生产加工方不能将公司提供的任何物料用作他用。因公司提供的代加工产品引起的质量问题，由公司自行承担责任。

外协加工模式下，双方签订的是双购销合同，但合同价款的结算方式表现为加工费，且加工费与公司销售给生产加工方的主要材料价格变动无关；与外协加工相关的原材料及部件等物资的价格波动风险仍由公司承担；生产加工方仅承担加工费对应账款的信用风险，且生产加工方仅对原材料进行简单的生产加工。为使财务报表更合理反映公司的经营状况，在会计核算过程中，公司将

销售给生产加工方的原材料金额与向生产加工方的采购金额进行了抵销，按照净额法确认采购金额，符合《企业会计准则》规定。

客户支给件模式下，公司销售给客户产品以及公司向客户购买支给件不属于独立的交易，公司不能自主决定交易要素（包括供应商选择、价格、结算条款等），未承担与相关客户支给件的价格波动风险，公司充当的是代理人的角色。因此采用净额法核算符合经济实质，符合《企业会计准则》规定。

综上，客户支给件和外协采购采用净额法核算准确，符合企业会计准则的相关规定。

3、通过贸易商采购的具体产品，涉及客户指定供应商的具体情况，是否符合行业惯例，贸易商是否存在主要为发行人提供服务的情形，通过贸易商采购的价格公允性、与非贸易商采购价格差异情况，PP 塑料粒子贸易商采购价格较高的原因及合理性

（1）通过贸易商采购的具体产品，涉及客户指定供应商的具体情况，是否符合行业惯例，贸易商是否存在主要为发行人提供服务的情形

报告期内，公司向贸易商采购金额分别为 2,766.45 万元、2,696.92 万元、2,476.93 万元和 1,292.33 万元，占采购总额的比例分别为 9.03%、6.16%、3.58%和 3.27%，向贸易商主要采购 PP 塑料粒子。报告期内，公司向全部贸易商采购情况如下：

单位：万元

公司名称	经营规模	交易规模				采购内容	是否涉及指定供应商
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年		
本田贸易（中国）有限公司	800,000.00	1,268.12	2,324.51	1,910.64	1,942.37	塑料粒子（PP、AES 等）、卡扣	是
开德阜国际贸易（上海）有限公司	117,000.00	14.50	8.70	527.40	509.89	PP 塑料粒子	是
广州长濑贸易有限公司	236,633.33	4.98	62.17	93.11	155.94	塑料粒子（PP、POM 等）	是
东莞市绿光塑胶材料有限公司	6,700.00	-	63.80	125.58	85.49	TPV 塑料粒子	是
惠州市恒鸿塑胶原料有限公司	8,233.33	-	-	32.78	49.23	PC+ABS 塑料粒子	否
东莞市德聚塑胶有限公司	2,102.48	4.73	17.75	7.41	23.53	塑料粒子（PC、PC+ABS 等）	否

注：经营规模为访谈中供应商提供的 2020 年-2022 年平均营业收入

同行业可比公司神通科技、肇民科技、福赛科技等也存在向贸易商采购的情形，比如福赛科技的塑料粒子前十大供应商中的开德阜国际贸易（上海）有限公司、天津长濑国际贸易有限公司、上海长濑贸易有限公司、广州日产通商贸易有限公司、Nissan Trading Corporation Americas 等均为贸易商。因此，公司通过贸易商采购符合行业惯例。

如上表所示，每一家贸易商的经营规模均明显大于发行人的采购规模，因此不存在主要为发行人提供服务的情形。

综上，报告期内公司向贸易商主要采购塑料粒子，部分贸易商为客户指定的供应商；公司通过贸易商采购符合行业惯例；公司采购规模占贸易商的经营规模比重较小，贸易商不存在主要为发行人提供服务的情形。

（2）通过贸易商采购的价格公允性、与非贸易商采购价格差异情况，PP 塑料粒子贸易商采购价格较高的原因及合理性

发行人主要向贸易商采购 PP 塑料粒子，自贸易商和生产商采购的 PP 塑料粒子平均采购单价对比：

单位：元/kg

分类	PP 塑料粒子平均采购单价			
	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
贸易商	13.17	12.98	12.50	12.38
生产商	9.80	9.91	9.77	9.12

发行人从贸易商采购的 PP 塑料粒子主要为客户指定采购，各年采购单价基本稳定；其单价高于向生产商采购的单价，主要是采购的 PP 塑料粒子规格型号存在差异所致。如上所述，发行人的主要贸易商为本田贸易，公司应客户指定，主要向其采购 PP\AZ864、PP\SP-855RCV 等型号的 PP 塑料粒子，以满足客户对塑料粒子在耐潮湿、耐粉化、耐冲击等性能的要求。

综上，公司主要应客户指定，向贸易商主要采购 PP 塑料粒子，各年采购单价保持稳定；向贸易商、生产商分别采购的塑料粒子型号不同，PP 塑料粒子贸易商采购价格较高，具有合理性。

（五）结合单位稼动工时的注塑机用电量的计算标准、行业特性、同行业可比公司情况，说明采用单位稼动工时的注塑机用电量计算产能及产能利用率的原因及合理性；结合注塑机构成及变化情况、主要产品构成及变动、不同产品生产工艺及注塑机使用情况等，说明单位稼动工时的注塑机用电量逐年上升的原因及合理性，与产品结构、产品产量、营业收入及生产工艺等的匹配性

1、结合单位稼动工时的注塑机用电量的计算标准、行业特性、同行业可比公司情况，说明采用单位稼动工时的注塑机用电量计算产能及产能利用率的原因及合理性

由于公司生产的内外饰件产品种类繁多，且不同产品对应不同客户的需求，在产品形状、重量、大小、加工工艺、加工时间等方面存在较大差异，相同机器设备生产不同产品的产量有较大差异，因此无法准确按照产品的数量确定公司的产能。然而，考虑到注塑机为公司生产各类内外饰件产品的主要生产设备，注塑机的使用时间能够大体反映公司整体的生产负荷情况，因此选用注塑机稼动理论工时与实际工时对公司产能利用情况进行统计，而非采用注塑机用电量计算产能及产能利用率。

发行人采取的产能利用率计算标准：

产能利用率=实际稼动工时/稼动总时间。

其中，稼动总时间即为注塑机理论工时，其根据注塑机每月理论工时（总注塑机台数*日稼动时间*月稼动天数）加总得出。其中，日稼动时间表示每台注塑机每日理论工时，按 16h（同行业公司 20h-24h 不等）计算；月稼动天数表示每台注塑机每月理论工作天数，除春节等特殊情况外，按 26 天（同行业公司 20 天-23 天不等）计算；实际稼动工时即为注塑机实际工时，其根据各注塑机各月份产出工时表汇总计算。

同行业可比公司亦采用注塑机稼动理论工时与实际工时对产能利用情况进行统计，其产能利用率计算方式具体如下：

公司名称	计算方式
唯科科技	分产品计算产能利用率，对于注塑件采取注塑机工时作为产能利用率计算依据，产能利用率=注塑机实际工时/注塑机理论工时
神通科技	注塑机的利用率可以客观反映产能利用率的情况，产能利用率=实际工时/

公司名称	计算方式
	理论工时
肇民科技	注塑机台工时作为计算依据，产能利用率=实际工时/理论工时
福赛科技	注（吹）塑机的使用时间作为计算依据，产能利用率=实际工作天数/理论工作天数

由上表可见，因注塑件产品种类众多，且工艺流程上差别较大，同行业可比公司亦采用注塑机的工时利用情况作为产能利用率的计算依据，通过注塑机的实际工时和理论工时来计算产能利用率，发行人采用的产能及产能利用率计算方式符合行业惯例，具有合理性。

2、结合注塑机构成及变化情况、主要产品构成及变动、不同产品生产工艺及注塑机使用情况等，说明单位稼动工时的注塑机用电量逐年上升的原因及合理性，与产品结构、产品产量、营业收入及生产工艺等的匹配性

因生产注塑件的大小不同，发行人采用不同吨位的注塑机进行加工，涉及的生产工艺都是注塑，差异不大，但在加工注塑件的大小、加工压强等方面有差别，注塑件越大，所需注塑机的吨位越大。而注塑机吨位越大，功率越大，单位时间内所消耗的电量越多。报告期内，公司门内饰板总成等大件注塑产品的产量不断上升，2020 年-2023 年 6 月门内饰板总成产量分别为 15.76 万套、26.07 万套、48.53 万套和 31.95 万套，收入分别为 18,683.49 万元、26,957.18 万元、50,147.43 万元和 30,869.77 万元，其在收入结构的比重也逐步提升，使得公司大吨位注塑机参与生产的比例逐渐提升，导致用电量提升。

报告期内，公司注塑机构成及变化情况如下：

注塑机吨位	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年		主要生产产品
	数量（台）	年使用工时	数量（台）	年使用工时	数量（台）	年使用工时	数量（台）	年使用工时	
3300T	2	2,092	2	5,017	1	341	-	-	门内饰板总成、保险杠总成、侧裙等大件注塑产品
2400T	7	14,453	7	22,661	3	9,367	2	9,774	挡泥板总成、衣帽架总成、侧裙、C 柱饰板总成等
1850T	4	5,044	4	7,805	3	9,354	2	7,537	雨刮盖板总成、挡泥板总成、机舱护板

注塑机吨位	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年		主要生产产品
	数量（台）	年使用工时	数量（台）	年使用工时	数量（台）	年使用工时	数量（台）	年使用工时	
									总成等大件注塑产品
1600T	19	33,824	19	64,105	12	36,883	11	24,556	门内饰板总成、挡泥板总成等大件注塑产品
1300T	5	11,232	4	13,196	3	12,193	4	9,010	尾翼扰流板、中央导流板等中大型注塑件产品
1000T 及以下	87	144,983	87	324,830	76	331,041	77	308,470	中小型注塑件产品，如：门内饰板配件、保险杠类配件、挡泥板配件、座椅类配件、车灯类配件等
合计	**124**	**211,628**	**123**	**437,613**	**98**	**399,180**	**96**	**359,348**	

如上表所示，公司大吨位注塑机的数量、使用工时逐渐增加。

报告期内，公司用电量与注塑机生产稼动工时情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
用电量（万度）	1,578.70	2,977.98	2,126.78	1,684.17
其中：注塑机用电量（万度）	1,115.42	2,066.57	1,692.42	1,301.28
注塑机生产稼动工时（万小时）	21.16	43.76	39.92	35.93
注塑机用电量/生产稼动工时	52.71	47.23	42.40	36.22

注：2021 年 12 月，公司新增涂装生产线，喷涂、烘干、调漆等涂装设备的使用均需要耗用电，该部分耗电量未在注塑机生产稼动工时中体现，因此仅对比注塑机用电量与生产稼动工时的情况。

报告期内，单位稼动工时的注塑机用电量有小幅上升，主要原因系公司大吨位注塑机的数量及运行时间增加所致。例如，报告期内，公司 1300T 吨位以上的注塑机数量由 19 台增加到 37 台，相应稼动工时由 5.09 万小时增加到 11.28 万小时。而在运行时间相同的情况下，吨位越大的注塑机耗电量越大，公司目前使用较多的 1000T、1300T、1600T、2400T 和 3300T 吨位的注塑机额定功率分别约为 160KW、190KW、260KW、350KW 和 420KW，因此大功率注塑机使用时长越多，导致公司单位稼动工时的注塑机用电量上升。

报告期内，发行人收入结构中，门内饰板总成收入及占比不断提升，具体如下：

单位：万元

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
门内饰板总成	30,869.77	48.75%	50,147.43	48.60%	26,957.18	39.90%	18,683.49	38.08%
挡泥板总成	5,538.84	8.75%	10,023.31	9.71%	7,785.89	11.53%	5,509.66	11.23%
保险杠类产品	4,650.55	7.34%	6,775.62	6.57%	5,579.60	8.26%	3,826.46	7.80%
雨刮盖板总成	1,967.34	3.11%	4,036.06	3.91%	3,695.56	5.47%	2,471.31	5.04%
机舱护板总成	601.31	0.95%	2,183.48	2.12%	1,594.28	2.36%	1,727.28	3.52%
其他内外饰件产品	13,001.30	20.53%	20,740.46	20.10%	16,065.26	23.78%	12,533.24	25.54%
模具	6,699.42	10.58%	9,280.93	8.99%	5,876.12	8.70%	4,317.43	8.80%
合计	**63,328.53**	**100.00%**	**103,187.30**	**100.00%**	**67,553.89**	**100.00%**	**49,068.85**	**100.00%**

由以上统计可知，报告期内，发行人注塑机使用时长逐步提高，1300T 吨位以上的注塑机工作时长提升尤为迅速，这部分注塑机功率较大，使得公司注塑机平均功率提升，导致单位工时用电量不断提升。同时，发行人的门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠总成、雨刮盖板总成、机舱护板总成等大件注塑件产量、收入不断提升，大型注塑机投入生产的变化趋势与产品结构的变化趋势一致。

综上，发行人单位稼动工时的注塑机用电量逐年上升与产品结构、产品产量、营业收入及生产工艺等相匹配，具有合理性。

（六）说明产品运杂费的具体构成，占比变动的原因及合理性，与各期产品发货量的匹配关系

1、说明产品运杂费的具体构成

报告期内，公司各年度运杂费构成如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
运输费	891.25	84.66%	1,669.25	87.86%	975.26	89.39%	889.43	93.02%
仓储费	161.54	15.34%	230.72	12.14%	115.75	10.61%	66.75	6.98%
合 计	**1,052.79**	**100.00%**	**1,899.97**	**100.00%**	**1,091.01**	**100.00%**	**956.18**	**100.00%**

报告期内，公司运杂费由运输费和仓储费构成，运输费逐年上升，系由于公司收入规模上升，发货量及运输频次上升。仓储费占比逐年上升，系由于销售规模上升的同时，对中转仓的使用需求上升，公司对中转仓的租赁面积逐年增大，导致仓储费用及占比上升。

2、运杂费占比变动的原因及合理性，与各期产品发货量的匹配关系

报告期内，运杂费与销售情况匹配情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入	运杂费	占比	收入	运杂费	占比	收入	运杂费	占比	收入	运杂费	占比
主营业务	63,328.53	1,052.79	1.66%	103,187.30	1,899.97	1.83%	67,553.89	1,091.01	1.61%	49,068.85	956.18	1.94%
其中：产品	56,629.11	1,052.79	1.86%	93,906.36	1,899.97	2.02%	61,677.77	1,091.01	1.77%	44,751.42	956.18	2.14%

报告期内，公司运杂费分别为 956.18 万元、1,091.01 万元、1,899.97 万元和 1,052.79 万元，随营业收入的增长而增长。

报告期内，运杂费与产品销售数量匹配情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
运杂费（万元）	1,052.79	1,899.97	1,091.01	956.18
产品销售数量（万件）	2,969.74	5,960.37	4,903.17	3,924.34
每件产品运杂费金额（元/件）	0.35	0.32	0.22	0.24

如上表所示，运杂费各期占比略有波动，与各期产品发货量之间也无稳定匹配关系，主要是：

一是公司产品类别较多，分为门内饰板总成等五大类产品及其他产品，且各期收入的产品结构均存在一定波动；从产品形状来看，各产品差别较大，大型注塑件如门内饰板总成体积较大，每件重量约为 2.8KG，而小型注塑件如地图袋体积较小，每件重量约为 0.2KG；产品的形状大小、重量等差异因素直接

影响运输时的装车产品数量、装车频率，从而影响运输费用；

二是公司与不同客户之间，就不同产品关于运杂费的承担约定存在较大差异。如对于广汽集团，公司与客户约定传祺 GS4 车型和埃安系列车型的门内饰板总成类产品需要公司承担运费，其他车型的门内饰板总成、以及其他产品由客户自提，公司不承担运费；而对于广汽本田，对于其广州黄埔工厂的产品（包括保险杠类产品、挡泥板总成等）均需要公司承担运费，而其余工厂的产品均由客户自提。

如上表，报告期内每件产品运杂费金额为 0.24 元/件、0.22 元/件、0.32 元/件和 0.35 元/件，2020 年度与 2021 年度每件产品运杂费金额波动较小，2022 年度，每件产品运杂费金额较 2021 年度上升 0.11 元/件，系由于 2022 年度埃安系列车型的门内饰板总成类产品收入及销售数量较 2021 年度有所上升，此部分产品需要公司承担运费，同时，由于门内饰板总成类产品体积较大，每次运输的装车产品数量较少，运输频率较多，综合导致 2022 年度每件产品运杂费金额上升，2023 年 1-6 月与 2022 年度的每套产品运杂费金额保持稳定。

综上，虽然公司运杂费随公司收入增长而增长，但由于产品种类多，产品形状大小、重量差别较大，收入的产品结构存在波动，以及不同客户关于运杂费的承担约定存在较大差异，因此，公司报告期内的总体运杂费占比略有波动、与各期产品发货量无稳定匹配关系。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈生产部门负责人，了解报告期内公司主要产品的生产工艺、主要材料，查阅同行业可比公司主要产品的生产工艺、主要材料，分析公司的生产工艺和主要材料在报告期内是否出现重大变更，与同行业可比公司是否存在重大差异；

2、访谈公司财务负责人，了解报告期内成本核算的会计政策及成本归集分配方法，分析其是否符合公司实际经营情况及《企业会计准则》的相关规定，对公司营业成本的核算及结转方法进行复核，检查报告期内相关会计政策是否

得到一贯执行；

3、查阅同行业可比公司产品成本的核算流程和方法，分析公司成本核算的会计政策和归集分配方法是否与同行业存在重大差异；

4、核查发行人采购明细账、投入产出明细账；

5、通过 Wind 等渠道查阅了主要原材料的市场价；通过查阅同行业公司披露的招股说明书及反馈回复等公开信息，获取了可比公司的采购价格、外协加工金额及占比；

6、走访了报告期内主要供应商，对供应商基本信息、供应商与发行人合作历史、合作真实性、合作稳定性以及可持续性、定价原则及公允性、关联关系等进行访谈了解；

7、查阅主要供应商工商信息，并与发行人员工名册进行比较，核查是否存在名称相似、注册地址相近、市场主体登记电话及邮箱相同、主要供应商为发行人前员工等异常情形；

8、核查主要供应商营业执照、交易合同、交易凭证等资料；

9、取得主要供应商关于与发行人不存在关联关系的声明；

10、取得发行人主要人员调查表，核查是否与主要供应商存在关联关系情形；

11、查阅了公司供应商管理制度，获取了供应商名录，查阅了与主要供应商的全部采购合同；

12、查阅了公司固定资产明细账，获取了公司注塑机台账，查阅了同行业公司披露的招股说明书等文件，获取同行业公司的产能计算方式。

13、获取公司采购、生产等相关内控制度，了解并评价公司采购与付款循环、生产与仓储循环的内控制度设计的合理性，了解成本核算流程，对上述业务循环关键控制节点实施穿行测试及控制测试；

14、访谈公司销售负责人，了解公司销售模式、运输的方式、客户数量，各年运杂费的构成及变化的原因等；获取运杂费明细，分析公司各客户运杂费的变动与销售数量、销货地点与对应的销售收入的变动情况，并分析其合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、公司报告期门内饰板总成和挡泥板总成等主要产品的生产工艺和主要材料不存在重大变更，与同行业可比公司之间不存在重大差异；公司各类产品的成本构成未出现重大差异；公司产品成本核算流程和方法，直接材料、直接人工、制造费用的归集和分配方法，产品成本结转方法，符合《企业会计准则》相关规定，与同行业可比公司不存在显著差异；公司成本核算的各个关键环节均制定了内部控制并有效运行，成本核算准确、完整；

2、发行人主要原材料的采购耗用比、原材料单位成本耗用以及损耗率情况较为稳定且不存在异常情况，变动具有合理性；发行人主要原材料采购价格公允；PP 塑料粒子主要系改性塑料，采购价格高于通用类塑料粒子的市场价，具有合理性；外购部件主要用于门内饰板总成等大型产品，随着相应产品销售比重提高、销售收入增加，外购部件逐年上升，具有合理性。报告期内，公司自主采购、指定采购的比例基本稳定，随着公司业务规模增长，金额逐年上升具有合理性；客户指定采购主要是塑料粒子、外购部件，相关合同约定与自主采购的无明显差异；在指定采购中，作为独立的销售与采购业务，公司按照总额法进行会计处理，符合企业会计准则的相关规定；

3、发行人采取外协采购主要为公司产能临时不足所致；同行业可比公司的外协加工比例差异较大，发行人外协加工比例在可比公司中居中，公司采用外协加工符合行业惯例；公司外协采购内容主要为包覆、零星部件注塑、模具机加工等，部分涉及公司模具、内外饰件生产的核心环节，但公司具备完整的模具加工、内外饰件生产所需的主要工序，主要因面临产能临时不足时，为提高生产效率，将部分工序委托第三方完成，公司将更多的精力和产能聚焦于核心部件生产；外协采购存在差异，主要系采购产品规格、工艺难度差异所致；公司与主要外协厂商不存在关联关系；存在成立不久即与发行人交易的供应商，主要系适应业务发展需求而新拓展供应商，不存在异常情形；不存在外协厂商规模与交易规模明显存在差异的情形；

4、公司已经建立起供应商管理制度，建立健全了供应商的选择标准及程序

并严格执行；公司报告期内前五大供应商均为公司持续合作的供应商，个别供应商排名提升较快主要是客户需求旺盛而增加对其采购所致，具有合理性；存在成立时间较短或实缴资本较小的供应商，对其采购规模变动主要为客户指定采购，或对客户销售增加使得采购增加所致；在客户支给件的模式下，公司向客户采购原材料及部件，用于该客户的产品生产，在该模式下向客户购买支给件不属于独立的交易，公司不能自主决定交易要素，采用净额法核算符合《企业会计准则》规定；外协加工模式下，双方签订的是双购销合同，结算方式表现为加工费，外协加工相关的原材料及部件等物资的价格波动风险仍由公司承担，且生产加工方仅对原材料进行简单的生产加工，按照净额法确认采购金额，符合《企业会计准则》规定；公司向贸易商主要采购 PP 塑料粒子产品，主要因客户指定采购所致，符合行业惯例，不存在贸易商主要为发行人提供服务的情形；公司主要应客户指定，向贸易商主要采购 PP 塑料粒子，各年采购单价保持稳定；向贸易商、生产商分别采购的塑料粒子型号不同，PP 塑料粒子贸易商采购价格较高，具有合理性；

5、因注塑机为公司生产各类内外饰件产品的主要生产设备，注塑机的使用时间能够大体反映公司整体的生产负荷情况，发行人采用注塑机稼动理论工时与实际工时对公司产能利用情况进行统计，而非采用注塑机用电量计算产能及产能利用率，符合行业惯例，具有合理性；单位稼动工时的注塑机用电量逐年上升的主要系门内饰板总成等大件产品收入比重上升，采用大功率、大吨位注塑机作业所致，与产品结构、产品产量、营业收入及生产工艺等相匹配；

6、公司运杂费由运输费和仓储费构成，随公司收入增长而增长，但由于产品种类多，产品形状大小、重量差别较大，收入的产品结构存在波动，以及不同客户关于运杂费的承担约定存在较大差异，因此，公司报告期内的总体运杂费占比略有波动、与各期产品发货量无稳定匹配关系。

问题 11.关于毛利率

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 34.30%、32.38%和 25.51%；2022 年，发行人各类主要产品毛利率均存在一定幅度的下降，主要受产品价格年降、市场竞争加剧等影响。

（2）报告期内，发行人一级模式毛利率高于二级模式，不同客户毛利率差异较大。

请发行人：

（1）说明各类主要产品毛利率变动尤其是最近一期毛利率降幅较大的原因及合理性，毛利率及其变动趋势与同行业可比公司存在差异的原因及合理性。

（2）结合一二级销售模式的定价方式、主要客户、产品结构等，说明不同销售模式毛利率及其变动趋势存在差异的原因及合理性；主要客户的毛利率情况、变动原因及合理性，广汽丰田、广汽本田、合创汽车等客户毛利率变动及与其他客户存在差异的原因及合理性，是否存在同一产品不同客户毛利率差异较大的情形。

（3）结合所在行业、汽车降价、年降政策、定价方式及议价能力、原材料价格变动的传导机制等，说明发行人毛利率是否存在进一步下滑的风险，并完善风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明各类主要产品毛利率变动尤其是最近一期毛利率降幅较大的原因及合理性，毛利率及其变动趋势与同行业可比公司存在差异的原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入的产品结构如下：

单位：万元

产品分类	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比	毛利率
门内饰板总成	30,869.77	48.75%	20.56%	50,147.43	48.60%	21.78%
挡泥板总成	5,538.84	8.75%	30.53%	10,023.31	9.71%	22.20%
保险杠类产品	4,650.55	7.34%	27.39%	6,775.62	6.57%	29.21%
雨刮盖板总成	1,967.34	3.11%	33.79%	4,036.06	3.91%	29.31%
机舱护板总成	601.31	0.95%	33.73%	2,183.48	2.12%	42.87%
其他内外饰件产品	13,001.30	20.53%	23.39%	20,740.46	20.10%	26.66%
模具	6,699.42	10.58%	32.19%	9,280.93	8.99%	38.20%
合计	**63,328.53**	**100.00%**	**24.28%**	**103,187.30**	**100.00%**	**25.51%**

（续）

产品分类	2021 年度			2020 年度		
	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比	毛利率
门内饰板总成	26,957.18	39.90%	24.46%	18,683.49	38.08%	25.46%
挡泥板总成	7,785.89	11.53%	28.01%	5,509.66	11.23%	28.79%
保险杠类产品	5,579.60	8.26%	39.72%	3,826.46	7.80%	41.99%
雨刮盖板总成	3,695.56	5.47%	40.28%	2,471.31	5.04%	41.20%
机舱护板总成	1,594.28	2.36%	48.95%	1,727.28	3.52%	53.05%
其他内外饰件产品	16,065.26	23.78%	38.45%	12,533.24	25.54%	41.07%
模具	5,876.12	8.70%	41.47%	4,317.43	8.80%	41.68%
合计	**67,553.89**	**100.00%**	**32.38%**	**49,068.85**	**100.00%**	**34.30%**

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 34.30%、32.38%、25.51%和 24.28%。2021 年与 2020 年相比，公司毛利率基本保持稳定；2022 年，公司的主营业务毛利率相对 2021 年下降 6.87 个百分点；2023 年 1-6 月与 2022 年相比，公司毛利率基本保持稳定。发行人各期产品毛利率变动的主要影响因素是：1）产品所配套车型收入结构变动的影响；2）年降、固定成本分摊等因素对细分产品单价、成本的影响等。

从产品构成的角度，报告期内，门内饰板总成为公司的主要收入来源，其收入金额分别为 18,683.49 万元、26,957.18 万元、50,147.43 万元和 30,869.77 万元，占比 38.08%、39.90%、48.60%和 48.75%，收入占比较高；毛利率分别为

25.46%、24.46%、21.78%和 20.56%，相对稳定。模具的收入为 4,317.43 万元、5,876.12 万元、9,280.93 万元和 6,699.42 万元，占比为 8.80%、8.70%、8.99%和 10.58%；毛利率为 41.68%、41.47%、38.20%和 32.19%，整体保持稳定。公司 2022 毛利率的下滑主要来自于除门内饰板总成和模具以外其他产品的毛利率变动所致。

公司 2020 至 2021 年毛利率水平相对稳定，2022 年下降幅度较大，以下对公司主要产品在最近一年一期的毛利率变动情况进行分析：

1、门内饰板总成

报告期内，公司门内饰板总成产生的收入金额分别为 18,683.49 万元、26,957.18 万元、50,147.43 万元和 30,869.77 万元，占比 38.08%、39.90%、48.60%和 48.75%，为公司主要的收入来源，其最近一年一期毛利率变动分析如下：

2022 年，公司门内饰板总成产品毛利率为 21.78%，较 2021 年下降 2.68 个百分点，主要系：1）k 车型门内饰板总成收入不及预期，导致单位固定成本上升，同时受产品结构变化影响，毛利率有所下降；2）g 车型、c 车型、m 车型等车型门内饰板总成产品受年降等因素影响，毛利率下降。

2023 年 1-6 月，公司门内饰板总成产品毛利率为 20.56%，相较 2022 年整体变动较小。

2、挡泥板总成

报告期内，公司挡泥板总成产生的收入金额分别为 5,509.66 万元、7,785.89 万元、10,023.31 万元和 5,538.84 万元，占比分别为 11.23%、11.53%、9.71%和 8.75%，其最近一年一期毛利率变动分析如下：

2022 年挡泥板总成毛利率为 22.20%，较 2021 年下降 5.81 个百分点，主要系：1）i 车型挡泥板总成受年降、单位人工成本增加影响，整体毛利率下降；2）b 车型挡泥板总成所需特定塑料粒子，原材料价格上涨，同时产品收入未达预期，导致单位固定成本上升，毛利率下降；3）c 车型挡泥板受年降等因素影响，毛利率下降。挡泥板总成的毛利率在其他年份较为稳定。

3、保险杠类产品

报告期内，保险杠类产品产生的收入金额分别为 3,826.46 万元、5,579.60 万元、6,775.62 万元和 4,650.55 万元，占比分别为 7.80%、8.26%、6.57%和 7.34%，其最近一年一期毛利率变动分析如下：

2022 年，公司保险杠类产品毛利率为 29.21%，较 2021 年下降 10.51 个百分点，降幅较大，主要系低毛利率产品收入占比提升以及部分车型毛利率下降所致，具体如下：1）毛利率较低的 a 车型保险杠类产品当年度同类收入占比大幅提升至 25.51%，a 车型保险杠为涂装件，公司首次承接该类型产品，工艺损耗率较高，毛利率较低；2）b 车型的毛利率下降，主要系后保饰条、前格栅盖所使用的特定塑料粒子成本上涨；同时当年 b 车型市场销量下滑，公司配套产品收入不及预期，导致单位固定成本上升；3）d 车型毛利率较 2021 年下降，主要系 2022 年新增产品前围塑料导水槽、导风管前段及总成，新增产品毛利率低于平均毛利率，使整体毛利率下降；4）国际某知名电动车汽车企业车型配套产品的毛利率较 2021 年下降，主要系该车型订单收入下降，单位固定成本上升，毛利率下降。

2023 年 1-6 月，公司保险杠类产品毛利率为 27.39%，相较 2022 年变动较小。

4、雨刮盖板总成

报告期内，雨刮盖板总成产生的收入金额分别为 2,471.31 万元、3,695.56 万元、4,036.06 万元和 1,967.34 万元，占比分别为 5.04%、5.47%、3.91%和 3.11%，占比较低，其最近一年一期毛利率变动分析如下：

2022 年，公司雨刮盖板总成毛利率为 29.31%，与 2021 年相比下降 10.97 个百分点，主要是 b 车型、n 车型等配套产品毛利率下滑导致，具体原因如下：1）b 车型产品所使用的特定塑料粒子原材料价格上涨影响，单位成本上升；另一方面，b 车型市场销量下滑，公司配套产品收入不及预期，单位固定成本上升；2）n 车型、h 车型配套雨刮盖板总成毛利率较 2021 年下降较大，主要是受产品年降、产品收入不及预期，单位固定成本上升等原因导致。

2023 年 1-6 月，公司雨刮盖板总成毛利率为 33.79%，较 2022 年上升 4.48

个百分点，主要系当期 i 车型配套雨刮盖板总成销量增长，单位固定成本降低，毛利率有所上升，使整体毛利率上升。

5、机舱护板总成

报告期内，公司机舱护板总成产生的收入金额分别为 1,727.28 万元、1,594.28 万元、2,183.48 万元和 601.31 万元，占比分别为 3.52%、2.36%、2.12%和 0.95%，收入占比较低，其最近一年一期毛利率变动分析如下：

2022 年，公司机舱护板总成毛利率为 42.87%，较 2021 年下降 6.08 个百分点，主要系：1）h 车型配套产品因年降、产品收入不及预期导致固定单位成本增加等因素，毛利率下降；2）公司新增 j 车型，配套产品毛利率较低。

2023 年 1-6 月，公司机舱护板总成毛利率为 33.73%，较 2022 年下降 9.13 个百分点，主要系 j 车型、c 车型、h 车型等车型机舱护板总成销量下降，单位固定成本增加，使平均毛利率下降。

6、毛利率及其变动趋势与同行业可比公司存在差异的原因及合理性

公司综合毛利率与同行业上市公司的对比情况如下：

产品类别	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	31.65%	33.01%	33.87%	35.94%
常熟汽饰	20.73%	21.66%	24.05%	23.24%
新泉股份	19.86%	19.73%	21.32%	23.00%
神通科技	17.27%	19.52%	22.27%	23.04%
肇民科技	31.30%	31.09%	34.11%	36.25%
东箭科技	30.96%	26.79%	28.12%	37.28%
福赛科技	27.14%	30.21%	31.26%	32.20%
均值	**25.56%**	**26.00%**	**27.86%**	**30.13%**
富强科技	24.41%	25.55%	32.43%	34.53%

注：综合毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入。数据来源于可比公司公布年报、招股说明书等公开资料。

从上表可以看出，报告期内，公司综合毛利率与同行业可比公司总体均为下降趋势，变动方向保持一致。公司毛利率下降主要受自身产品车型收入结构变化、年降、部分车型收入不及预期使单位固定成本上升等因素导致，变动符合自身业务发展情况和行业特点，具有合理性。

因各可比公司主要产品收入结构、下游主要客户、配套车型均有所差异，且所在细分市场竞争程度不同，毛利率也存在一定差异。公司 2020 年和 2021 年综合毛利率高于同行业可比公司平均水平，低于唯科科技、肇民科技，与福赛科技较为接近；2022 年公司毛利率降幅相对较大，下降之后的毛利率水平与同行业平均水平相近，不存在异常，公司毛利率总体处在行业合理区间内。

（二）结合一二级销售模式的定价方式、主要客户、产品结构等，说明不同销售模式毛利率及其变动趋势存在差异的原因及合理性；主要客户的毛利率情况、变动原因及合理性，广汽丰田、广汽本田、合创汽车等客户毛利率变动及与其他客户存在差异的原因及合理性，是否存在同一产品不同客户毛利率差异较大的情形

1、结合一二级销售模式的定价方式、主要客户、产品结构等，说明不同销售模式毛利率及其变动趋势存在差异的原因及合理性

（1）公司各销售模式下的总体情况

单位：万元

客户类别	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一级模式	主营业务收入	60,075.39	94,273.92	56,683.57	39,133.31
	收入占比	94.86%	91.36%	83.91%	79.75%
	毛利率	24.65%	26.10%	33.67%	37.21%
二级模式	主营业务收入	3,253.14	8,913.37	10,870.32	9,935.54
	收入占比	5.14%	8.64%	16.09%	20.25%
	毛利率	17.43%	19.20%	25.61%	22.85%

公司的销售模式主要为向汽车整车厂直接提供零部件的销售模式（一级模式），报告期内一级模式实现的销售收入占比分别为 79.75%、83.91%、91.36%和 94.86%，呈现逐年上升的趋势，向汽车整车厂供应商提供零部件的销售模式（二级模式）报告期内占比逐年降低，至 2022 年已不足 10%。

客户结构方面，公司一级销售模式下的主要客户为 C 客户、E 客户和 F 客户等整车厂；二级销售模式客户为直供汽车整车厂的零部件供应商，包括 D 客户、G 客户、B 客户等零部件厂商，该等供应商从公司采购零部件后向整车厂供货。

产品结构方面，公司一、二级销售模式亦存在较大差异。一级销售模式下的产品主要为门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成和机舱护板总成等公司前五大类产品；二级销售模式下主要为座椅配件、立柱配件、车灯配件、保险杠配件、扶手配件、拉手配件、车身附件等小件产品。

（2）不同销售模式毛利率及其变动趋势存在差异的原因及合理性

1）不同销售模式毛利率存在差异的原因

定价方式方面，公司对整车厂与汽车零部件厂均是成本加成方式报价，但平均毛利率水平整车厂客户略高，除产品结构存在差异外，主要原因在于：1）二级销售模式下，汽车零部件厂从公司采购后再连同其他自主生产零部件一起向整车厂销售，其需留存一定利润；2）汽车零部件厂一般要求公司承担运费；3）作为一级供应商，承担着整车厂对整体设计方案的综合实现义务，对工艺、人才、设备的要求更高，拥有更大的议价空间。因此，基于公司一、二级销售模式对应客户所处的汽车产业链的商业环节不同、承担义务不同以及运费承担方式不同，两种销售模式下的毛利率水平存在一定差异，具有商业合理性。报告期内，公司越来越专注于整车厂商的业务开拓和资源投入，一级销售模式的主营业务收入占比逐年提升，有利于公司综合竞争实力和盈利能力的提升。

2）各销售模式毛利率变动趋势情况及差异的合理性

一级销售模式为公司主要的销售途径，报告期内的销售对象主要包括 C 客户、E 客户、F 客户和 A 客户等整车厂企业，实现主营业务收入分别为 39,133.31 万元、56,683.57 万元、94,273.92 万元和 60,075.39 万元，占比分别为 79.75%、83.91%、91.36%和 94.86%，毛利率分别为 37.21%、33.67%、26.10%和 24.65%。一级销售模式毛利率下降主要系公司向整车厂客户销售产品结构变化以及年降等因素导致，关于公司一级销售模式毛利率变动的具体分析请见本题回复之“一（二）2、主要客户的毛利率情况、变动原因及合理性”。

二级销售模式在报告期内实现主营业务收入分别为 9,935.54 万元、10,870.32 万元、8,913.37 万元和 3,253.14 万元，占比逐年降低，毛利率分别为 22.85%、25.61%、19.20%和 17.43%。2021 年，公司二级销售模式毛利率较 2020 年小幅上升，主要是 D 客户、G 客户、B 客户当期毛利率上升影响导致；

2022 年，公司二级销售模式毛利率较 2021 年下降，主要是 D 客户、B 客户当期毛利率下降影响。上述客户的毛利率具体变动原因请见本题回复之“一（二）2、主要客户的毛利率情况、变动原因及合理性”。

综上所述，报告期内公司发展重心逐步向整车厂客户转移，一级模式收入从 2020 年的 39,133.31 万元迅速增长至 2022 年的 94,273.92 万元，毛利率趋于下降，主要是受内外饰件所配套新产品、车型的收入结构变化以及年降等因素影响。二级模式的销售规模相对较小，其毛利率水平易受到存量配套车型、单一订单的影响，而有所波动。因此，两模式下各自毛利率变动趋势存在差异，具有合理性。

2、主要客户的毛利率情况、变动原因及合理性

发行人向同一客户销售产品的平均毛利率除受到具体产品的销售单价、单位成本等影响外，亦受到销售产品结构、配套车型以及销量的影响，因此存在一定波动；向不同客户销售产品结构不同，因此毛利率存在差异。报告期内，公司主要客户的销售毛利率及其变动情况分析如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
C 客户	25.05%	23.04%	24.24%	33.73%
E 客户	22.40%	27.12%	33.26%	32.58%
F 客户	38.72%	34.73%	45.67%	47.34%
A 客户	6.91%	2.97%	-30.48%	47.29%
H 客户	18.07%	12.90%	7.87%	18.36%
D 客户	7.46%	9.33%	15.74%	12.69%
G 客户	26.48%	25.28%	31.07%	28.16%
B 客户	26.87%	17.51%	38.01%	23.07%

（1）C 客户

报告期内，公司对 C 客户的销售毛利率分别为 33.73%、24.24%、23.04%和 25.05%。

2021 年公司对 C 客户的销售毛利率较 2020 年下降幅度较大，主要系收入占比较高的门内饰板总成毛利率下降所致。具体影响原因包括：1）i 车型门内饰板总成受低毛利率配置占比上升、年降影响，毛利率下降；2）g 车型门内饰

板总成受年降、配置及工艺难度提升导致的损耗增加等因素影响，毛利率下降；3）2021 年新增配套 d 车型，收入占比大幅提升，但其配套门内饰板总成、挡泥板总成等产品毛利率均低于平均水平，使整体毛利率下降。

2022 年公司对 C 客户的销售毛利率较 2021 年下降 1.20 个百分点，主要系受产品年降因素影响，毛利率整体有所下降。

2023 年 1-6 月公司对 C 客户的销售毛利率较 2022 年上升 2.01 个百分点，主要系受产销量大幅增长，单位固定成本降低影响，毛利率整体有所上升。

（2）E 客户

报告期内，公司对 E 客户的销售毛利率分别为 32.58%、33.26%、27.12%和 22.40%。2020-2021 年公司对 E 客户的销售毛利率相对稳定。2022 年毛利率较 2021 年下降 6.14 个百分点，主要是销售的产品结构中低毛利率产品销售增加、以及年降影响所致。具体原因如下：1）a 车型系 A 客户车型，从 2022 年开始，公司根据客户要求，对该车型配套产品向 E 客户子公司 L 客户（由 E 客户持股 51%，A 客户持股 49%）进行交货与结算，主要配套产品为保险杠类产品，合计收入增加 3,720.31 万元，因该产品涉及涂装工艺，损耗率较高，总体毛利率较低；2）c 车型的门内饰板总成受产品年降影响，毛利率下降；3）m 车型的门内饰板总成毛利率下降，主要受产品年降影响。

2023 年 1-6 月公司对 E 客户的销售毛利率下降 4.73 个百分点，主要系新接 k 车型换代车系，其毛利率较低，使整体毛利率下降。

（3）F 客户

报告期内，公司对 F 客户的销售毛利率分别为 47.34%、45.67%、34.73%和 38.72%。2021 年相比 2020 年公司对 F 客户的销售毛利率相对稳定。2022 年毛利率较 2021 年下降幅度较大，主要是由于：1）新增车型 f 车型，公司主要配套其保险杠类产品、挡泥板总成、雨刮盖板总成等产品，产品毛利率较低；2）b 车型等车型收入不及预期、材料成本上涨等因素综合影响毛利率下降。

2023 年 1-6 月对 F 客户的销售毛利率上升，主要系当期 n 车型配套产品销售收入占比提升，其毛利率高于平均水平，综合影响整体毛利率上升。

（4）A 客户

报告期内，公司对 A 客户的销售毛利率分别为 47.29%、-30.48%、2.97%和 6.91%。报告期内，公司产品配套 A 客户的主要产品为前后保险杠、充电口盖等涉及涂装工序的饰件，与公司其他产品在生产工艺上存在较大差异。

2020 年，公司对 A 客户毛利率较高，主要系前期交样产品，收入规模较小，单位售价较高；2021 年，产品生产阶段工艺损耗率较高、未达规模效应，毛利率较低；2022 年及 2023 年 1-6 月，随着产品收入规模和工艺成熟度提升，毛利率有所上升。

（5）H 客户

报告期内，公司对 H 客户的销售毛利率分别为 18.36%、7.87%、12.90%和 18.07%。公司对 H 客户的销售规模较小，主要销售上型板、中片型板、地图袋等门内饰板配件产品，种类较多且每年产品结构变化较大，其毛利率易受产品结构变动的影响。

2021 年，公司对 H 客户毛利率为 7.87%，较 2020 年下降，一方面是由于高毛利率产品如 e 车型中片型板（普通工艺）销量下降，低毛利配套车型销售收入占比上升；另一方面是由于部分车型如 e 车型中片型板（高配版）属特殊工艺，需要覆皮、不蚀纹等，生产成本上升，导致毛利率下降。

2022 年及 2023 年 1-6 月，公司对 H 客户毛利率分别为 12.90%、18.07%，持续上升，主要是对特殊工艺进行降本增效，单位成本减少，同步整体收入提升，使整体毛利率提升。

（6）D 客户

报告期内，公司对 D 客户的销售毛利率分别为 12.69%、15.74%、9.33%和 7.46%。公司对 D 客户销售规模较小，主要销售立柱配件、门内饰板配件和拉手盒、后门脚踏板等其他产品。

2021 年，D 客户毛利率为 15.74%，较 2020 年有所上升，主要系所配套 x 车型产品的原料价格波动导致。x 车型配套产品所对应原材料为特殊塑料粒子，该特殊材料采购价格下降，导致毛利率有所上升。

2022 年及 2023 年 1-6 月，D 客户毛利率下降，主要系所配套 y 车型的立柱总成产品毛利率变动所致，该产品所使用的塑料粒子价格上涨，单位材料成本上涨较快，同时销量下滑，单位固定人工、制造费用上升，导致整体毛利率下降。

（7）G 客户

报告期内，公司对 G 客户的销售毛利率分别为 28.16%、31.07%、25.28%和 26.48%。公司对 G 客户销售规模较小，主要销售座椅类配件、地毯座椅靠背、地毯组合件等其他产品配件。

2021 年，G 客户毛利率为 31.07%，与 2020 年基本持平。2022 年，G 客户毛利率为 25.28%，较 2021 年有所下降，主要系所配套 u 车型 2022 年下半年更新换代，公司对新订单未做承接，收入下降，单位固定成本上升，使 G 客户整体毛利率下降。2023 年 1-6 月，G 客户毛利率较为稳定。

（8）B 客户

报告期内，公司对 B 客户的销售毛利率分别为 23.07%、38.01%、17.51%和 26.87%。公司对 B 客户销售规模较小，主要销售外调角器饰盖总成、后座椅中间靠垫、调角器饰盖组件、前靠腰托背板等座椅类配件，各年产品结构变化较大，其毛利率易受产品结构变动的影响。

2022 年，B 客户毛利率为 17.51%，较 2021 年有所下降，主要系当年度所配套产品主要集中于调角器饰盖组件、内调角器内饰盖、内罩等小件座椅类产品，因小件生产换模频繁，材料损耗、工时耗用高，使整体毛利率下降。

2023 年 1-6 月，B 客户毛利率为 26.87%，较 2022 年有所上升，主要系对工艺优化，效率提升，单位固定成本降低，使整体毛利率上升。

3、K 客户、F 客户、A 客户等客户毛利率变动及与其他客户存在差异的原因及合理性

（1）K 客户

报告期内，公司对 K 客户主要仅配套 w 车型一款车型的门内饰板总成，销售规模较小，毛利率分别为 41.06%、44.31%、49.43%和 49.68%。毛利率逐年

上升，主要系 K 客户未对此车型进行年降，三年售价维持均衡，而公司所采购的部件和材料每年单价有所下降，使产品单位成本降低，毛利率逐年上升。

（2）F 客户

报告期内，公司对 F 客户的销售毛利率分别为 47.34%、45.67%、34.73%和 38.72%。2022 年毛利率较 2021 年下降幅度较大，主要受新增车型毛利率下降、年降和材料成本上涨以及收入不及预期导致单位固定成本上升等因素综合影响所致。2023 年 1-6 月公司对 F 客户的销售毛利率上升，主要系当期 n 车型配套产品销售收入占比提升，其毛利率高于平均水平，综合影响整体毛利率上升。

公司对 F 客户主要销售产品为挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成等纯注塑件为主，纯注塑件毛利率相对较高，产品结构与 C 客户、E 客户等整车厂客户存在较大差异。2020-2022 年，公司对 C 客户、E 客户的销售毛利率分别为 33.73%、24.24%、23.04%和 32.58%、33.26%、27.12%，逐年下降，F 客户毛利率变动趋势与上述整车厂保持一致。

（3）A 客户

报告期内，公司对 A 客户的销售毛利率分别为 47.29%、-30.48%、2.97%和 6.91%。报告期内，公司产品配套 A 客户的主要产品为前后保险杠、充电口盖等涉及涂装工序的饰件，与公司其他产品在生产工艺上存在较大差异。

2020 年，公司对 A 客户毛利率较高，主要系前期交样产品，单位售价较高；2021 年，产品生产阶段损耗率较高、未达规模效应，毛利率较低；2022 年及 2023 年 1-6 月，随着产品收入规模和工艺成熟度提升，毛利率有所上升。

公司向 A 客户销售产品主要为涂装件，与公司其他客户销售产品差异较大，同时其受损耗率、规模效应等因素的影响，毛利率变动趋势与其他客户存在差异，具有合理性。

4、是否存在同一产品不同客户毛利率差异较大的情形

（1）门内饰板总成

报告期内，公司门内饰板总成产品配套主要车型的毛利率情况如下：

客户	车型	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
C 客户	i 车型	24.28%	21.02%	18.97%	22.41%
C 客户	d 车型	25.91%	19.01%	19.61%	
E 客户	c 车型	39.25%	34.17%	39.42%	39.80%
C 客户	g 车型	20.48%	14.71%	19.35%	23.65%
E 客户	m 车型	17.13%	36.44%	43.45%	

注：以上的 C 客户相关车型均为新能源汽车、E 客户均为燃油车型

如上表所示，公司门内饰板总成最近一年收入对应的前五大车型为 i 车型、d 车型、c 车型、g 车型和 m 车型。

报告期内，上述车型门内饰板总成毛利率变动情况较为稳定。2023 年 1-6 月，m 车型毛利率下降，主要系：1）年降影响毛利率降低；2）产品销量下降，单位固定成本增加。

公司门内饰板总成销售给 E 客户的传统燃油车型（c 车型、m 车型）毛利率较 C 客户的新能源车型（i 车型、Y、V）高，主要系公司所配套新能源车的内外饰装饰较传统燃油车配置更高，因此在用料方面，增加更多的软皮、电镀饰条、发光饰板等，整体外购件占比较高，C 客户车型相关门内饰板总成产品单位成本较 E 客户增加显著，如报告期内发行人配套 C 客户主要车型（i 车型、d 车型、g 车型）门内饰板总成的平均单位成本区间约 669-1,261 元/套，配套 E 客户主要车型（c 车型、m 车型）门内饰板总成的平均单位成本区间约 413-680 元/套。新能源汽车及其零部件产品工艺要求、用料要求较高，但为抢占市场，通常参考同级别的燃油车售价作为发售价，因此新能源汽车门内饰板总成作为单位价值较高的汽车零部件产品，价格加成空间较小，毛利率水平相对较低。

（2）挡泥板总成

报告期内，公司挡泥板总成产品配套主要车型的毛利率情况如下：

客户	车型	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
C 客户	i 车型	38.63%	27.89%	30.79%	30.55%
C 客户	d 车型	35.51%	25.42%	23.61%	
F 客户	b 车型	8.92%	15.92%	30.74%	29.83%
E 客户	c 车型	24.84%	22.07%	38.04%	32.03%
E 客户	h 车型	18.88%	18.49%	17.62%	23.54%

如上表所示，公司挡泥板总成最近一年收入对应的前五大车型为 i 车型、d 车型、b 车型、c 车型、h 车型。

上述车型除 b 车型与 c 车型外，报告期内毛利率相对稳定。

2022 年 b 车型与 c 车型的挡泥板毛利率存在一定波动，主要系：1）b 车型挡泥板总成所需特定塑料粒子，原材料价格上涨，同时产品收入未达预期，导致单位固定成本上升，毛利率下降；2）c 车型挡泥板受年降等因素影响，毛利率下降。

2023 年 1-6 月，i 车型和 d 车型的毛利率存在一定波动，其中 i 车型毛利率上升，主要系当期产品产销量提升，规模效应凸显，单位固定成本减少所致。b 车型挡泥板毛利率下降，主要系该产品收入下降，单位固定成本增加，使整体毛利率进一步下降。

挡泥板总成主要材料构成有塑料粒子、吸音棉、铆钉等，工艺主要为注塑成型、组装检验。因每个车型对材料强度、隔音等要求不一，所使用的塑料粒子规格、吸音棉厚度和数量都不一样，同时因工艺主要以设备和人工为主，工艺不同所使用的设备和耗用的人工均不同，因此不同车型的挡泥板总成的售价和毛利率存在差异，具有合理性。

（3）保险杠类产品

报告期内，公司保险杠类产品配套主要车型的毛利率情况如下：

客户	车型	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
E 客户、A 客户	a 车型	11.33%	11.35%	-38.46%	
F 客户	f 车型	49.34%	40.66%		
F 客户	b 车型	50.70%	34.79%	49.19%	48.51%
F 客户	n 车型	63.85%	52.58%	54.56%	53.62%
F 客户	e 车型	32.65%	56.79%	52.51%	47.50%

如上表所示，公司保险杠类产品最近一年收入对应的前五大车型为 a 车型、f 车型、b 车型、n 车型、e 车型。

保险杠类产品配套部分车型如 a 车型、b 车型在 2022 年毛利率存在一定幅度波动，主要原因如下：1）a 车型：2021 年，产品生产阶段工艺损耗率较高、

未达规模效应，毛利率较低；2022 年，随着产品收入规模和工艺成熟度提升，毛利率有所上升；2）b 车型：2022 年后保饰条、前格栅盖所使用的特定塑料粒子成本上涨；同时当年 b 车型市场销量下滑，公司配套产品收入不及预期，导致单位固定成本上升，毛利率下降。

2023 年 1-6 月，b 车型、n 车型、e 车型等车型配套产品的毛利率存在一定波动，主要系：1）f 车型，毛利率较 2022 年有所上升，主要系该产品收入上升，单位固定成本降低，使整体毛利率上升；2）b 车型，毛利率较 2022 年有所上升，主要系更新换代车系（3UG）毛利率较高，使整体毛利率上升；3）n 车型，毛利率较 2022 年有所上升，主要系工艺优化，效率提升，单位固定成本降低，使整体毛利率上升；4）e 车型，毛利率较 2022 年下降，主要系 2023 年新接 e 车型换代车系 2QD，新增产品前保护板总成（单价较高），毛利率较低，使整体毛利率降低。

保险杠类产品装配在整车的车头部位和车尾部位，根据车型的不同外观设计，所需的保险杠类产品不一，主要有：1）涂装件：前后保险杠等，前后保险杠单价较高；2）注塑件：前格栅部件、前保装饰件、前围侧感应板、前保中央感应板、前保下安全板等。公司向不同车型供应保险杠类产品的构成存在较大差异，导致单位售价、毛利率差异较大。

a 车型保险杠类产品主要系涂装后的前后保险杠，前后保险杠单价较高，其他车型的保险杠类产品主要为注塑件，因此 a 车型保险杠类产品单价较其他产品单价高。公司首次承接涂装类产品，工艺损耗率较高，毛利率较低。

F 客户配套保险杠类产品报告期内毛利率较高，主要是其车型的保险杠类产品主要有前保左右支撑横梁、前格栅罩、左右感应板、前保下安全板等纯注塑小件产品，纯注塑件毛利率较高。

（4）雨刮盖板总成

报告期内，公司雨刮盖板总成配套主要车型的毛利率情况如下：

客户	车型	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
F 客户	b 车型	17.32%	23.07%	41.29%	38.61%
C 客户	d 车型	38.19%	36.23%	33.53%	

客户	车型	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
F 客户	n 车型	-15.31%	-6.64%	22.06%	26.46%
F 客户	f 车型	44.55%	38.07%		
C 客户	i 车型	48.28%	37.38%	42.26%	43.56%

如上表所示，公司雨刮盖板总成最近一年收入对应的前五大车型为 b 车型、d 车型、n 车型、f 车型、i 车型。

雨刮盖板总成配套部分车型如 b 车型、n 车型在 2022 年毛利率下降，主要原因如下：1）b 车型当年度产品所使用的特定塑料粒子原材料价格上涨影响，单位成本上升；另一方面，b 车型市场销量下滑，公司配套产品收入不及预期，单位固定成本上升，综合导致毛利率下降；2）n 车型当年度受产品年降、产品收入不及预期，单位固定成本上升等原因导致毛利率下降。

2023 年 1-6 月，b 车型、f 车型、i 车型等车型配套产品的毛利率存在一定波动，主要系：1）b 车型，2023 年 1-6 月收入下降，单位固定成本增加，使整体毛利率下降；2）f 车型，2023 年 1-6 月毛利率较 2022 年上升，主要系工艺优化，效率提升所致；3）i 车型产销量增长较快，单位固定成本降低，毛利率上升。

雨刮盖板总成需贴合挡风玻璃，对耐高温、耐用等具有高要求，因此各车型根据自身市场定位、设计需求，对于雨刮盖板总成生产所使用的塑料粒子、外购配件均有特殊要求，因此同一产品，在同一客户或者不同客户之间毛利率差异大。

F 客户的 n 车型，雨刮盖板总成整体结构与 b 车型基本一致，但形状大小有差异，因公司为了进入新一代 n 车型项目，战略性调整产品报价，毛利率较低。

（5）机舱护板总成

报告期内，公司机舱护板总成配套主要车型的毛利率情况如下：

客户	车型	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
E 客户	h 车型	27.56%	39.96%	52.26%	56.40%
E 客户	c 车型	47.50%	56.82%	55.73%	61.12%

客户	车型	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
C 客户	i 车型	34.55%	37.48%	37.73%	31.65%
C 客户	d 车型	32.29%	13.69%	14.90%	
J 客户	j 车型	24.83%	40.41%		

如上表所示，报告期内，公司机舱护板总成配套车型主要为 h 车型、c 车型和 j 车型。

h 车型机舱护板总成 2022 年毛利率下降，主要受年降、产品收入不及预期导致固定单位成本增加等因素导致，其他机舱护板总成配套车型毛利率相对稳定。

2023 年 1-6 月，各车型配套产品的毛利率存在一定波动，具体变动情况如下：1）h 车型、c 车型和 j 车型配套机舱护板总成的销量不及预期，单位固定成本上升，导致毛利率下降；2）d 车型毛利率上升，主要系更新换代新车系，其毛利率水平较高。

机舱护板总成安装于前舱上下部位，每个车型根据配置，选择安装不同的护板位置。因新能源汽车无需发动机，设计结构与燃油车差异较大，因此机舱护板总成毛利率存在差异。即便同为燃油车，因发动机布局、大小和配置要求不一，毛利率也存在一定差异。

综上所述，由于汽车行业车型众多，且各车型根据市场定位不同，即使是同类型内外饰件产品，在对应的配置、形状、工艺等方面均具有高度定制化的特点。因此，公司同类型产品在不同车型或客户之间因配置形状构成、工艺以及竞争报价等因素，毛利率存在一定差异，符合行业惯例，该差异具有商业合理性。

（三）结合所在行业、汽车降价、年降政策、定价方式及议价能力、原材料价格变动的传导机制等，说明发行人毛利率是否存在进一步下滑的风险，并完善风险提示

1、结合所在行业、汽车降价、年降政策、定价方式及议价能力、原材料价格变动的传导机制等，说明发行人毛利率是否存在进一步下滑的风险

（1）行业情况

近年来，我国陆续出台多项产业政策，从生产供给、消费需求、配套基础设施等多方面鼓励新能源汽车行业发展。根据国务院 2020 年出台的《新能源汽车产业发展规划（2021—2035 年）》，到 2025 年，我国新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的 20%左右。在产业政策的支持下，我国新能源汽车行业在过去几年内经历了飞速的发展，正在从萌芽期向成长期迈进，其产销量在 5 年间增长近 8 倍。2022 年，我国新能源汽车销量达到 688.7 万辆，同比增长 95.60%，市场占有率达到 25.6%，连续 8 年位居全球第一。

从全球视角来看，根据 GGII 数据，2020 年至今，全球新能源乘用车销量整体呈上升趋势，2022 年全年全球新能源乘用车销量达到 1,029.6 万辆。根据 Clean Technica 数据，全球新能源车渗透率由 2021 年的 9%提升至 2022 年的 14%。

美国新能源车的渗透率偏低，2022 年渗透率仅有 7%左右，未来有较大提升空间。美国政府出台了一系列法案来推动汽车工业电动化，拜登曾在 2021 年签署行政令，要求 2030 年电动化比例达到 50%，并通过一系列法案来推动此目标的实现。《两党基础设施法》投资 75 亿美元用于电动汽车充电，100 亿美元用于清洁交通，超过 70 亿美元投资于电动汽车电池组件、关键矿物原料和材料。

2022 年欧洲十国（法国、德国、挪威、瑞典、西班牙、英国、瑞士、葡萄牙、意大利、丹麦）新能源汽车销量 219.8 万辆，全年累计渗透率为 24.4%。据彭博社报道，欧盟将制定“能源系统数字化”计划，该计划将要求欧盟在 2030 年前在基础设施方面投资 5,650 亿欧元（约合 3.9 万亿人民币），其中有一项内容是“在 2030 年底以前，让 3,000 万辆零排放汽车上路”。此外，2023 年 2 月，欧洲议会正式批准了从 2035 年起在欧盟地区禁止销售燃油车的法律协议，欧洲

新能源市场的增量空间仍旧广阔。

在全球新能源汽车产业政策的支持下，我国汽车出口尤其是新能源汽车出口保持良好势头。根据中国汽车工业协会数据，2022 年，我国汽车出口 311.1 万辆，同比增长 54.4%，其中新能源汽车出口 67.9 万辆，同比增长 1.2 倍；2023 年 1-5 月，我国汽车出口 175.8 万辆，同比增长 81.5%，其中新能源汽车出口 45.7 万辆，同比增长 1.6 倍。

因此，从目前的行业发展趋势来看，新能源汽车行业发展前景向好，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。但如果未来国家新能源汽车产业政策发生较大变化，或国外竞争对手连续大幅降价等情况下，将可能影响新能源汽车产业发展，影响公司产品市场需求，进而影响公司经营业绩、毛利率情况，发行人已在招股说明书中披露相关风险。

（2）汽车降价及年降政策

2023 年 3 月以来，在汽车电动化趋势下，部分市场主体对市场车型推出大额折扣，意图进一步扩大市场份额；其次，汽车排放国六（6B）标准临近实施对车企加快去库存亦有较大刺激；最后，在扩大内需大方针下，地方政府部门让渡车辆购置税等财政收入，借此激发消费活力并助力区域产业发展。市场竞争加速企业分化，新能源供应链布局较早、与自主品牌主机厂商合作稳定、具备技术优势的零部件企业持续受益。从 2023 年上半年主要客户的销售数据和公司 2023 年上半年收入及净利润数据来看，生产经营受下游客户价格竞争影响较小。

年降政策为汽车行业惯例，对报告期内发行人毛利率存在影响。以 2022 年度为例，发行人产品年降金额占主营业务收入的比例为 1.87%，以此进行敏感性分析测算，若当年度年降比例提升 1 个百分点，则将导致公司主营业务收入下降 1,031.87 万元、主营业务毛利率下降 0.75 个百分点，实际影响程度可控。具体关于汽车年降及年降政策的基本情况、报告期内的影响请参见本回复报告“问题 8.关于主营业务收入”之“一（二）2、关于年降政策的具体约定，涉及的具体产品及型号、年降初始年份和持续年限、各期单价、降价金额和比例、报告期内实际执行情况，年降政策对发行人未来经营业绩的潜在影响”。

另一方面，公司主要通过加深与客户的合作发展、持续研发开发新产品、降本增效和向上游供应商价格传导等措施，降低毛利率下滑的不利影响，具体措施如下：

1）加大新品开发，通过新品供应优化公司产品结构，提升客户毛利贡献

公司充分利用与整车厂客户深入合作的优势，积极参与客户新产品的同步开发，更新和优化产品结构。报告期内，发行人开发了较多新车型，公司预计2023 年将新增超过 15,000.00 万元模具达到量产状态，涉及广汽埃安、广汽乘用车、小鹏汽车、合创汽车等知名企业。报告期内，公司模具收入分别为4,317.43 万元、5,876.12 万元、9,280.93 万元和 6,699.42 万元，占主营业务收入的比例分别为 8.80%、8.70%、8.99%和 10.58%，2020-2022 年度占比稳定，2023 年 1-6 月因为传祺 GA6 和宜昌基地的传祺 GS4 在 2023 年上半年结束量产状态，一次性确认剩余未确认模具收入占比有所上升，模具收入与公司整体收入具有较强相关性。模具的量产意味着新产品的量产，预示公司将会产生较多的新产品收入。新产品相对于已量产车型其生命周期和价格更具优势，通过新产品替补效应，弥补成熟品年降毛利率的损失。

公司的业绩增长性情况详见本回复报告“问题 1.关于主营业务与行业地位”之“一（三）4、结合汽车行业需求与价格趋势、定点及量产规模、年降政策、产能、在手订单、技术与客户储备等说明发行人未来业绩稳定性，并完善相关风险提示”之相关回复。

2）降低采购成本

对于整车厂客户，指定的第三方采购成本占产品销售收入的比例在 30%左右。整车厂除了要求公司等一级供应商厂家年降，也会要求指定采购供应商年降以降低产品成本，因此可顺着产业链有效转移一部分的年降影响。

对于自主采购的部分，随着公司业务规模扩大，对供应商的谈判能力增强，可以有效控制采购成本；同时，针对主要原料，公司积极拓宽采购渠道，通过竞争机制选择性价比更高的供应商，以降低采购成本。另外，公司将通过加强与国内材料供应商的合作，开发更具有市场竞争力的优质材料，提高产品竞争力，从而降低下游降价的影响。

综上，汽车行业的年降政策对发行人的毛利率存在影响，但总体影响程度可控。

（3）定价方式及议价能力

实务中，汽车内外饰件产品的价格主要取决于材料成本、工艺要求、以及考虑其他必要成本和利润空间等因素。发行人基于上述因素对客户进行产品报价并最终通过协商的方式确定产品价格。

发行人与广汽集团下属企业（广汽埃安、广汽乘用车等）、广汽本田、广汽丰田等知名整车厂的合作过程中形成了长期稳定的合作关系。近年来，随着新能源汽车及整个汽车行业市场规模的扩张、广汽埃安自身经营规模逐步扩大、公司竞争优势逐步凸显等，公司与主要客户的合作规模稳步增长。经过多年发展，发行人已在模具及产品的开发、生产等方面形成了较强的竞争优势，并与主要客户积累了丰富的合作经验。公司与主要客户合作密切，具备较强的产品竞争优势和合作经验，具有一定的议价能力。

汽车零部件行业准入门槛较高，下游整车厂主要客户在选择供应商时均经过严格、长期的审核与评价过程，对供应商的产品技术开发能力、质量控制能力、生产管理能力等方面均有较高的要求。因公司生产的汽车零部件产品种类繁多，同一大类零部件产品用于不同品牌、不同车型时需要满足不同的规格要求，公司大部分产品需要为下游整车厂专门设计相应模具，客户支付模具费用，并在大规模量产前双方均投入较多调试的时间，一旦通过下游整车厂的审核，双方均倾向于形成长期、深度、稳定、相互依赖、共同发展的关系，客户若更换供应商将在一定程度上影响其自身生产的延续性及货品的稳定性。

综上，公司与主要客户合作密切，具备较强的竞争优势，且基于产品稳定性及开发成本考虑，主要客户通常针对某一型号产品优先选择公司作为供应商，公司具有一定的产品议价能力。

（4）原材料价格变动的传导机制

2021-2022 年，公司主要原材料 PP 塑料粒子的平均单价变动幅度为 2.06%和-0.55%，变动幅度较小。以 2022 年为例进行敏感性分析，塑料粒子每上涨 5%，对公司主营业务毛利率的影响为-0.94%，主要原材料价格波动对发行人毛

利率的实际影响程度相对可控。

塑料粒子、外购部件为公司的主要原材料，占公司内外饰件产品生产成本的比重较高，公司紧盯主要原材料市场价格，依据成本价格加成向客户报价，下游产品售价与上游原材料价格关联较为紧密。

根据公司与下游主要客户广汽埃安、广汽乘用车的合同约定，对于指定采购材料，该部分价格基准由客户与供应商洽谈协商，并由公司与供应商最终协商确定，客户根据该采购价格确定零件结算单价，价格调整较为及时；对于非指定采购材料单价变动，客户根据官方渠道公布的市况变动情况对零件单价进行相应调整，若采购单价变动大于 5%，则每季度调整一次价格。发行人向上游采购材料主要参照市场价格定价，随行就市，未与供应商在合同中对原材料采购价格调整作出具体约定。对于采购量较大的供应商，公司议价能力相对更强。总体而言，发行人原材料价格变动的传导机制较为顺畅。中长期看，价格传导机制可较大程度上减少原材料价格波动对于发行人毛利率的影响。

综上所述，受市场竞争、年降政策、原材料价格波动等因素影响，发行人毛利率可能存在进一步下滑的风险，但随着新能源汽车市场行业发展，主要客户车型销量的增长，公司对新客户、新车型的持续开拓，以及汽车产业链良性价格传导机制，将有助于公司应对毛利率进一步下滑的风险。

2、完善招股说明书风险提示

发行人已在招股说明书“第三节　风险因素”之“二（二）1、毛利率下滑风险”中补充披露如下：

“二、发行人相关风险

…

（二）财务相关风险

1、毛利率下滑风险

报告期内，发行人的综合毛利率分别为 34.53%、32.43%、25.55%和 **24.41%**，呈现下降趋势。由于宏观经济及下游市场需求波动、公司产品所适配的下游市场新车型结构变化、产品价格年降、市场竞争日益激烈和原材料价格

的波动等因素，发行人仍可能面临综合毛利率进一步下滑的风险。

近年来，随着汽车市场竞争的持续加剧，整车厂商降本需求日益增加。整车厂对汽车零部件厂商具有较强的议价能力，可以将整车降价部分传导给现有的汽车零部件厂商。如果未来公司不能有效控制成本，或者不能持续开发出满足汽车整车制造商需求的新产品，将给公司毛利率带来不利影响。”

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取并检查发行人收入成本明细表，对报告期内发行人主要产品、不同销售模式下、主要客户的毛利率变动原因实施分析程序；

2、查阅同行业可比公司公开资料，对毛利率差异情况进行分析；

3、访谈公司业务人员，了解一二级销售模式的定价方式、主要客户、产品结构等信息；

4、通过查阅各主要产品成本构成明细数据，访谈业务人员等程序，分析发行人同一产品不同客户毛利率存在差异的原因；

5、查询行业研究报告、汽车行业相关政策、同行业可比公司公开资料，查阅报告期内公司与客户签订的合同，核查年降、定价方式的实际执行情况并分析；

6、查阅发行人与供应商的合同、与业务人员访谈，了解价格调整机制。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内，发行人主要产品的毛利率变动主要受细分产品收入结构变化以及年降等因素的影响，变动情况具有合理性。公司综合毛利率与同行业可比公司总体均为下降趋势，变动方向保持一致，具有合理性；

2、发行人一二级销售模式的定价方式不存在实质性差异，主要客户及产品结构存在差异，不同销售模式的毛利率及其变动趋势存在差异，主要系客户所

处产业链商业环节、运费承担方式、产品结构不同所致，差异具有合理性。发行人主要客户的毛利率及其变动情况主要受产品结构变化、配套车型以及销量等因素影响，广汽丰田、广汽本田、合创汽车等客户毛利率及其变动与其他客户存在差异，主要是产品结构存在差异，具有合理性。发行人存在同类产品不同客户毛利率存在差异的情况，主要是不同车型的产品配置不同、材料成本结构差异等因素导致，具有合理性；

3、受市场竞争、年降政策、原材料价格波动等因素影响，发行人毛利率可能存在进一步下滑的风险，但随着新能源汽车市场行业发展，主要客户车型销量的增长，公司对新客户、新车型的持续开拓，以及汽车产业链良性价格传导机制，将有助于公司应对毛利率进一步下滑的风险。公司已进一步完善风险提示。

问题 12.关于期间费用

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人销售费用率低于同行业可比公司，主要系客户集中度、会计处理等存在差异；发行人销售人员数量低于同行业可比公司，销售人员人均收入高于同行业可比公司。

（2）报告期各期，发行人管理费用金额分别为 5,363.01 万元、4,280.11 万元和 5,974.34 万元，主要为职工薪酬、股份支付、资产折旧摊销等。

（3）报告期各期，发行人分别确认股份支付费用 2,616.72 万元、932.40 万元和 785.49 万元。2020 年 9 月，发行人实际控制人的亲属增资，每股公允价值为 7.36 元；其中，陈茂镜、陈茂寿、陈茂略、陈春英等人出资来源于富强实业借款，其获取的股份系家族内部财产分配，不属于股份支付，如确认股份支付费用，2020 年度归母净利润将由 7,081.29 万元降至 4,028.49 万元。2020 年 11 月，员工持股平台珠海启富、珠海创强增资，每股公允价值为 5.39 元。

（4）报告期内，发行人研发费用分别为 2,214.23 万元、3,994.64 万元和 4,981.59 万元，主要为研发人员薪酬、新产品开发物料消耗成本、试验检验鉴定费等。

请发行人：

（1）说明销售人员、管理人员、研发人员数量变动情况，岗位平均薪酬情况，变动原因及合理性，与同行业可比公司或同地区企业薪酬比较情况；结合业务拓展、销售人员业务职责及分工、与同行业可比公司业务模式差异等，说明销售人员数量低于同行业可比公司、人均收入较高的原因及合理性。

（2）说明管理费用中折旧摊销资产的具体明细、折旧期限、折旧金额和目前使用情况，相关资产折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额勾稽关系；安全生产费、其他的具体构成、核算内容、结算方式、发生的原因及必要性。

（3）说明员工持股平台珠海启富、珠海创强的合伙人及股权激励对象梁伟文的出资来源、合伙人结构的变动情况（如适用）、是否存在代持或出资瑕疵、

转让价格及定价原则；按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的要求，说明历次股份支付过程中权益工具公允价值的确定依据和合理性，员工持股平台入股价格与实际控制人亲属入股价格是否存在差异，服务期或等待期的相关约定，相关股份支付费用的确认方法、分摊依据及执行情况，股份支付费用计算是否准确，会计处理是否符合《企业会计准则》规定；实际控制人亲属入股的原因，陈茂镜、陈茂寿等人借款的偿还情况，是否存在代持，不认定为股份支付的原因及合理性，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 相关规定。

（4）说明物料消耗及试验检验鉴定费的明细内容、金额，研发过程中的投入与产出、耗损及废料处理情况及相关会计处理，与在研项目、研发进度及研发成果的匹配性；研发人员与生产人员及相关成本的区分标准，相关料工费在生产项目与研发项目之间归集和分摊情况，是否存在应计入成本但计入研发费用的情形，是否存在研发费用资本化的情况，研发费用的分摊与核算是否准确、完整，与研发费用加计扣除、高新技术企业申报中的差异情况，与研发相关的内控制度是否健全、有效，研发费用变动的原因及合理性。

（5）说明发行人销售费用、管理费用占营业收入比例及变动情况与可比公司差异的原因及合理性，是否存在体外循环或费用垫付的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请保荐人按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的相关要求说明对股份支付事项的核查情况。

回复：

一、发行人说明

（一）说明销售人员、管理人员、研发人员数量变动情况，岗位平均薪酬情况，变动原因及合理性，与同行业可比公司或同地区企业薪酬比较情况；结合业务拓展、销售人员业务职责及分工、与同行业可比公司业务模式差异等，说明销售人员数量低于同行业可比公司、人均收入较高的原因及合理性

1、说明销售人员、管理人员、研发人员数量变动情况，岗位平均薪酬情况，变动原因及合理性，与同行业可比公司或同地区企业薪酬比较情况

（1）报告期内，公司销售岗位人员的平均薪酬情况如下所示：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售费用中的职工薪酬（万元）	166.80	376.32	351.44	240.49
销售人员平均人数（人）	17.00	17.00	17.00	13.00
销售人员平均薪酬（万元）	9.81	22.14	20.67	18.50

注 1：销售人员平均人数为各月发薪人次之和除以月份数计算得出

注 2：销售人员平均薪酬=销售费用中的职工薪酬/销售人员平均人数

报告期内，公司销售人员相对稳定；2021 年销售人员平均人数较 2020 年增加，主要因为公司的业务快速增长，销售团队规模也相应扩大。报告期内销售人员人均职工薪酬持续上升，主要因为报告期内公司业绩快速增长，而销售人员的薪酬受业绩影响较大，也得以较快提升。

公司销售人员平均薪酬与当地薪酬水平、同行业公司薪酬水平对比如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	-	17.04	17.83	14.45
常熟汽饰	-	19.66	10.09	10.97
新泉股份	-	6.30	22.06	17.43
神通科技	-	15.87	22.06	23.72
肇民科技	-	33.11	31.28	22.16
东箭科技	-	15.28	13.80	14.45
福赛科技	-	18.98	11.29	未披露
可比公司平均值	-	18.03	18.34	17.20
全国城镇私营单位就业人员平均工资	-	6.52	6.29	5.77
清远市城镇私营单位就业人员平均工资	-	5.99	5.81	-
清远市城镇单位制造业就业人员平均工资（《清远统计年鉴 2022》）	-	-	6.67	5.76
公司销售人员平均薪酬	9.81	22.14	20.67	18.50

注 1：可比公司销售人员平均工资=可比公司销售人员薪酬总额/期末销售人员人数合计

注 2：因福赛科技未上市，未披露 2020 年年报，其 2020 年末人数无法获取，下同

注 3：清远市统计局未公布 2020 年清远市城镇私营单位就业人员平均工资，《清远统计年鉴 2022》未公开披露 2022 年清远市城镇单位制造业就业人员平均工资，下同

注 4：可比公司 2023 年半年报未披露具体员工人数，其 2023 年 1-6 月人数无法获取，下同

报告期内，公司销售人员平均薪酬高于当地私营单位平均工资水平及全国私营单位平均工资水平，高于当地城镇单位制造业就业人员平均工资。与可比

公司相比，不存在重大差异。

（2）报告期内，公司管理岗位人员的平均薪酬情况如下所示：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
管理费用中的职工薪酬（万元）	1,269.85	2,702.10	2,014.52	1,401.56
管理人员平均人数（人）	147.00	166.00	116.00	84.00
管理人员平均薪酬（万元）	8.64	16.28	17.37	16.69

注 1：管理人员平均人数为各月发薪人次之和除以月份数计算得出
注 2：管理人员平均薪酬=管理费用中的职工薪酬/管理人员平均人数

2020 年-2022 年，公司管理人员数量逐年增长，主要是为业务规模扩张较快，为满足快速发展的业务需要，招聘了较多的管理人员。报告期内管理人员人均薪酬较为平稳；2021 年人均薪酬上升主要系受公司在 2021 年执行调薪制度影响；2022 年人均薪酬下降系因为公司新招人员主要为管培生、证券专员等基层管理岗位人员等，其人均工资较低，拉低了管理人员的平均薪酬。

公司管理人员平均薪酬与当地薪酬水平、同行业公司薪酬水平对比如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	-	17.81	19.18	14.51
常熟汽饰	-	20.14	20.22	21.22
新泉股份	-	16.93	12.53	12.62
神通科技	-	17.85	25.33	15.48
肇民科技	-	25.30	28.18	25.79
东箭科技	-	17.93	15.91	16.82
福赛科技	-	16.55	17.54	未披露
可比公司平均值	-	18.93	19.84	17.74
全国城镇私营单位就业人员平均工资	-	6.52	6.29	5.77
清远市城镇私营单位就业人员平均工资	-	5.99	5.81	-
清远市城镇单位制造业就业人员平均工资（《清远统计年鉴 2022》）	-	-	6.67	5.76
公司管理人员平均薪酬	8.64	16.28	17.37	16.69

注：可比公司管理人员平均工资=可比公司管理人员职工薪酬总额/期末管理人员人数

报告期内，公司管理人员平均薪酬高于当地私营单位平均工资水平及全国私营单位平均工资水平，高于当地城镇单位制造业就业人员平均工资。与上市

公司新泉股份、福赛科技、东箭科技较为接近，与同行业可比公司不存在重大差异。

（3）报告期内，公司研发岗位人员的平均薪酬情况如下所示：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发费用中的职工薪酬（万元）	1,141.82	2,083.88	1,801.52	1,143.97
研发人员平均人数（人）	156.00	142.00	125.00	88.00
研发人员平均薪酬（万元）	7.32	14.68	14.41	13.00

注 1：研发人员平均人数为各月发薪人次之和除以月份数计算得出
注 2：研发人员平均薪酬=研发费用中的职工薪酬/研发人员平均人数

报告期内公司持续提高研发投入，扩大研发团队人员规模，因此公司研发人员的数量和人均薪酬均逐年增加。2021 年研发人员人均薪酬涨幅较大，主要因为公司 2021 年执行调薪制度，提高了研发人员的薪酬水平。

公司研发人员平均薪酬与当地薪酬水平、同行业公司薪酬水平对比如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	-	14.53	13.33	11.18
常熟汽饰	-	9.50	12.59	6.40
新泉股份	-	14.01	16.13	13.02
神通科技	-	13.63	8.52	14.08
肇民科技	-	23.98	22.75	17.60
东箭科技	-	14.68	12.74	13.36
福赛科技	-	17.39	17.02	未披露
可比公司平均值	-	15.39	14.73	12.61
全国城镇私营单位就业人员平均工资	-	6.52	6.29	5.77
清远市城镇私营单位就业人员平均工资	-	5.99	5.81	-
清远市城镇单位制造业就业人员平均工资（《清远统计年鉴 2022》）	-	-	6.67	5.76
公司研发人员平均薪酬	7.32	14.68	14.41	13.00

注：可比公司研发人员平均工资=可比公司研发人员职工薪酬总额/期末研发人员人数

报告期内，公司研发人员平均薪酬高于当地私营单位平均工资水平及全国私营单位平均工资水平，高于当地城镇单位制造业就业人员平均工资。与同行业可比公司平均水平较为接近，不存在重大差异。

2、结合业务拓展、销售人员业务职责及分工、与同行业可比公司业务模式差异等，说明销售人员数量低于同行业可比公司、人均收入较高的原因及合理性

同行业可比公司销售人员人数及人均收入情况如下：

单位：人、万元

公司简称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	人数	人均收入	人数	人均收入	人数	人均收入	人数	人均收入
唯科科技	--	--	80	1,198.00	67	1,730.00	60	1,518.00
常熟汽饰	--	--	49	7,481.00	49	5,434.00	35	6,337.00
新泉股份	--	--	122	5,694.00	48	9,610.00	59	6,238.00
神通科技	--	--	41	3,485.00	36	3,830.00	25	5,945.00
肇民科技	--	--	14	3,819.00	14	4,174.00	15	3,300.00
东箭科技	--	--	321	551.00	379	432.00	407	362.00
福赛科技	--	--	21	3,302.00	16	3,746.00	12	3,868.00
均值	--	--	--	3,647.00	--	4,137.00	--	3,938.00
剔除东箭科技和唯科科技之后的均值	--	--	--	4,756.00	--	5,359.00	--	5,138.00
公司	17	7,512.00	17	6,105.00	17	3,984.00	13	3,791.00

注 1：上述数据来自于同行业公司公开披露资料中的期末销售人员数量

注 2：销售人员人均实现收入=当期销售收入/期末销售人员数量，2023 年 1-6 月的销售人员人均收入已年化处理，即半年报数据乘以 2

注 3：可比公司 2023 年半年报未披露具体员工人数，其 2023 年 1-6 月人数无法获取

从销售人员业务职责及分工看，销售人员主要负责新业务开拓及推进新项目顺利开发，提升客户满意度，提升团队专业水平等工作。由于销售人员专注于为客户服务，提升客户满意度，公司销售收入稳定增长。从业务模式及业务拓展看，鉴于行业特征，同行业公司销售人员均相对较少。销售人员数量主要受业绩规模和客户类别的影响，同行业公司基本都是以整车厂客户为主，但业绩规模有差异。常熟汽饰和新泉股份等公司规模较大，销售人员数量也较多，福赛科技、肇民科技等与公司业绩规模相近，所以销售人员数量差异不大；公司主要客户为广汽集团及其下属子公司，而东箭科技的汽车配件主要为汽车后市场客户，其需要的销售人员较多，与其他同行业公司存在一定差异；唯科科技产品下游包括电子、汽车、家居、健康家电等行业领域，与公司的客户结构

和销售渠道差异较大，因此销售人员数量与公司差异较大。

从销售人员人均实现销售收入看，公司与行业均值水平差异较小。2022 年，由于公司业绩增长，销售人员人均实现收入大幅度增长，远高于行业均值，但与客户结构主要为整车厂的同行业公司常熟汽饰、新泉股份的销售人员人均实现收入差异不大。2022 年公司销售收入大幅增长，销售人员数量不变，其收入大幅增长主要来源于广汽埃安和广汽乘用车这两个原有主要客户，公司对广汽埃安 2021 年和 2022 年的主营业务收入分别为 19,716.43 万元和 44,967.03 万元，增长 128.07%，对广汽乘用车 2021 年和 2022 年的主营业务收入分别为 18,554.65 万元和 31,184.58 万元，增长 68.07%。

综上，销售人员数量低于同行业可比公司，2020 年和 2021 年人均收入与行业均值水平差异较小，2022 年人均收入较高具有合理性。

（二）说明管理费用中折旧摊销资产的具体明细、折旧期限、折旧金额和目前使用情况，相关资产折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额勾稽关系；安全生产费、其他的具体构成、核算内容、结算方式、发生的原因及必要性

1、管理费用中折旧摊销资产的具体明细、折旧期限、折旧金额和目前使用情况

报告期内,公司管理费用中折旧摊销资产包括固定资产、无形资产、使用权资产，其具体明细、折旧期限、折旧金额和目前使用情况如下：

单位：万元

资产类别		折旧年限（年）	目前使用状态	折旧分配金额			
				2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
固定资产	房屋及建筑物	20	正常在用	29.10	54.73	62.09	69.29
	机器设备	3-10	正常在用	91.17	158.53	138.67	134.12
	运输工具	4	正常在用	0.68	1.71	2.18	1.47
	电子设备	3	正常在用	5.25	10.09	6.64	5.45
	小计	---	---	126.20	225.06	209.58	210.34
无形资产	土地使用权	50	正常在用	108.54	175.55	153.65	115.33
	软件	2-5	正常在用	31.33	128.38	106.94	41.41

资产类别		折旧年限（年）	目前使用状态	折旧分配金额			
				2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	小计	---	---	139.87	303.93	260.59	156.74
使用权资产	租赁房屋		正常在用	56.61	89.20	29.00	
	小计	---	---	56.61	89.20	29.00	
合计				**322.68**	**618.20**	**499.17**	**367.07**

注：使用权资产自 2021 年开始租赁，故无 2020 年数据。

2、相关资产折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额勾稽关系

相关资产折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额的比对勾稽情况如下：

单位：万元

成本类型	科目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
固定资产折旧	制造费用	2,042.35	3,070.18	2,352.59	2,096.38
	管理费用	126.20	225.06	209.58	210.34
	研发费用	113.37	206.53	100.88	77.44
	销售费用	0.95			
	合计	**2,282.88**	**3,501.78**	**2,663.05**	**2,384.16**
	当期固定资产折旧金额	2,282.88	3,501.78	2,663.05	2,384.16
	差异	**0**	**0**	**0**	**0**
无形资产摊销	制造费用			0.86	10.63
	管理费用	139.87	303.93	260.59	156.74
	研发费用	31.17	88.05	54.00	19.90
	合计	**171.04**	**391.99**	**315.45**	**187.27**
	当期无形资产摊销金额	171.04	391.99	315.45	187.27
	差异	**0**	**0**	**0**	**0**
使用权资产折旧	制造费用	6.56	58.05	9.68	-
	管理费用	56.61	89.20	29.00	-
	合计	**63.17**	**147.25**	**38.68**	**-**
	当期使用权资产折旧金额	63.17	147.25	38.68	-
	差异	**0**	**0**	**0**	**0**

注 1：使用权资产自 2021 年开始租赁，故无 2020 年数据。

注 2：原无形资产在 2021 年摊销完毕，2022 年新增无形资产摊销入管理费用和研发费

用，故 2022 年度无形资产摊销制造费用无数据。

由上表可知，公司相关资产折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额勾稽一致。

3、安全生产费、其他的具体构成、核算内容、结算方式、发生的原因及必要性

（1）安全生产费

公司安全生产费主要包括：安装防雷装置费用、高危员工体检费、危废处置费、环保相关费用、消防相关费用、安全检测费用、职业卫生等相关费用。

2022 年 11 月 21 日，财政部、应急部颁布《企业安全生产费用提取和使用管理办法》（财资〔2022〕136 号，以下简称《管理办法》），第三十条规定，“机械制造企业以上一年度营业收入为依据，采取超额累退方式确定本年度应计提金额，并逐月平均提取。具体如下：（一）上一年度营业收入不超过 1,000 万元的，按照 2.35%提取；（二）上一年度营业收入超过 1,000 万元至 1 亿元的部分，按照 1.25%提取；（三）上一年度营业收入超过 1 亿元至 10 亿元的部分，按照 0.25%提取；（四）上一年度营业收入超过 10 亿元至 50 亿元的部分，按照 0.1%提取；（五）上一年度营业收入超过 50 亿元的部分，按照 0.05%提取。”。按照《国民经济行业分类与代码》，汽车零部件制造也属于机械制造，同行业公司在新规发布后开始计提安全生产费用，公司基于谨慎处理原则，参考同行业公司自 2022 年度起计提安全生产管理费。

公司按照《管理办法》，2022 年计提安全生产费用 463.75 万元，2023 年 1-6 月已计提安全生产费用 283.32 万元，2022 年度已实际使用 113.35 万元，2023 年 1-6 月已使用 29.29 万元。公司安全生产费实际使用情况具体如下：

单位：万元

《管理办法》规定，机械制造企业安全生产费按照应当用于以下支出	公司实际安全费支出内容	2023 年 1-6 月	2022 年度
1）完善、改造和维护安全防护设施设备支出（不含“三同时”要求初期投入的安全设施），包括生产作业场所的防火、防爆、防坠落、防毒、防静电、防腐、防尘、防噪声与振动、防辐射和隔离操作等设施设备支出，大型起重机械安装安全监控管理系统支出；	安装防雷装置费用、安全设施费用、消防、环保相关费用、更换活性炭	15.73	41.09
2）配备、维护、保养应急救援器材、设备支出和应急救援队伍建设、应急预案制修订与应急演练	应急预案	0	24.40

《管理办法》规定，机械制造企业安全生产费按照应当用于以下支出	公司实际安全费支出内容	2023 年 1-6 月	2022 年度
支出；			
3）开展重大危险源检测、评估、监控支出，安全风险分级管控和事故隐患排查整改支出，安全生产信息化、智能化建设、运维和网络安全支出；	安全检测费用、危废处置费、高危员工体检费	13.56	47.86
4）安全生产检查、评估评价（不含新建、改建、扩建项目安全评价）、咨询和标准化建设支出；			
5）安全生产宣传、教育、培训和从业人员发现并报告事故隐患的奖励支出；			
6）配备和更新现场作业人员安全防护用品支出；			
7）安全生产适用的新技术、新标准、新工艺、新装备的推广应用支出；			
8）安全设施及特种设备检测检验、检定校准支出；			
9）安全生产责任保险支出；			
10）与安全生产直接相关的其他支出			
合 计		**29.29**	**113.35**

公司高度重视安全生产管理相关工作，制定了《全员安全生产环保责任制》《安全生产管理规章制度》《消防安全管理办法》《环境管理办法》《职业病预防管理办法》《员工基本安全行为管理办法》等安全生产相关制度，并严格按照制度执行。公司严格按照《管理办法》计提安全生产费用，用于安全设施改造、安全检测、应急预案等，有效保障安全生产投入。

公司将计提的安全生产费计入管理费用和专项储备科目；使用提取的安全生产费时，公司按照当期实际发生金额冲减专项储备，并通过银行转账方式支付费用。

（2）其他

报告期各期，公司管理费用中其他类费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水电能源费	83.50	26.93%	172.94	31.26%	115.01	35.93%	113.91	35.09%
差旅交通费	55.69	17.96%	104.95	18.97%	67.21	21.00%	59.83	18.43%
租赁费	16.08	5.19%	60.24	10.89%	29.53	9.23%	17.34	5.34%
通讯邮政运杂费	16.60	5.35%	30.62	5.54%	29.83	9.32%	27.18	8.37%

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	138.25	44.58%	184.52	33.35%	78.52	24.53%	106.38	32.77%
合 计	**310.12**	**100.00%**	**553.28**	**100.00%**	**320.10**	**100.00%**	**324.64**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用中的其他项目主要由水电能源费、差旅交通费、租赁费和通讯邮政运杂费等费用构成。其中，水电能源费主要为公司日常经营使用办公场所产生的水电费和公司管理部门日常行驶车辆用于办理公司有关经营活动而产生的加油费等费用；公司差旅交通费主要为公司管理人员因往返集团内母子公司、出门办事等发生的费用；租赁费主要系公司管理人员宿舍的租赁费；通讯邮政运杂费主要为公司管理部门电话通讯和收寄快递等产生的费用。上述费用随着公司经营规模的扩大、人员增加而总体有所增长，费用结构相对稳定。2023 年 1-6 月，租赁费有所下降，水电能源费、差旅交通费和通讯邮政运杂费维持稳定。租赁费下降主要是因为员工宿舍提前退租导致。总体而言，2023 年 1-6 月管理费用的其他项目结构较为稳定，处于合理水平。

其他费用为检测排污费、招聘费、保险费、垃圾处理费等不经常发生的小额零星费用支出，结算方式均为银行转账。

（三）说明员工持股平台珠海启富、珠海创强的合伙人及股权激励对象梁伟文的出资来源、合伙人结构的变动情况（如适用）、是否存在代持或出资瑕疵、转让价格及定价原则；按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的要求，说明历次股份支付过程中权益工具公允价值的确定依据和合理性，员工持股平台入股价格与实际控制人亲属入股价格是否存在差异，服务期或等待期的相关约定，相关股份支付费用的确认方法、分摊依据及执行情况，股份支付费用计算是否准确，会计处理是否符合《企业会计准则》规定；实际控制人亲属入股的原因，陈茂镜、陈茂寿等人借款的偿还情况，是否存在代持，不认定为股份支付的原因及合理性，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 相关规定

1、员工持股平台珠海启富、珠海创强的合伙人及股权激励对象梁伟文的出资来源、合伙人结构的变动情况（如适用）、是否存在代持或出资瑕疵、转让价格及定价原则

（1）员工持股平台珠海启富、珠海创强的合伙人及股权激励对象梁伟文的出资来源

梁伟文系持有公司股份 4.85%的股东，出资额 2,100 万元均来源于家庭自有资金，现任公司副董事长。

珠海启富和珠海创强为公司员工持股平台，所有出资人均为公司在职员工。截至 2023 年 6 月 30 日，珠海启富和珠海创强的合伙人构成及出资情况如下：

持股平台名称	序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	资金来源	在发行人任职情况
珠海启富	1	吴锋	980.00	64.10%	家庭自有资金；亲属、朋友的借款	董事、总经理
	2	陈嘉兴	196.00	12.82%	家庭自有资金	工厂厂长
	3	王南海	140.00	9.16%	家庭自有资金	制造中心高级总监
	4	钟奎群	112.00	7.33%	家庭自有资金；朋友的借款	财务负责人、董事会秘书
	5	张高峰	56.00	3.65%	家庭自有资金；朋友的借款	监事、工厂总监
	6	王先玖	22.40	1.47%	家庭自有资金；朋友的借款	监事会主席、科室经理
	7	廖东强	22.40	1.47%	家庭自有资金；朋友的借款	监事、科室经理
	小计		**1,528.80**	**100.00%**		-
珠海创强	1	陈智诚	166.60	11.81%	家庭自有资金	人资中心总监
	2	陈茂裕	182.00	12.90%	家庭自有资金	采购中心高级总监
	3	温沈祥	168.00	11.91%	家庭自有资金	总经办专案总监
	4	蓝传锐	168.00	11.91%	家庭自有资金	工厂总监
	5	邓伟勇	168.00	11.91%	家庭自有资金；亲属的借款	研发中心总监
	6	何子杰	168.00	11.91%	家庭自有资金	品安总部总监
	7	潘树仁	84.00	5.95%	家庭自有资金；亲属的借款	工厂厂长
	8	吴东海	84.00	5.95%	家庭自有资金；亲属的借款	采购担当
	9	李光毅	56.00	3.97%	家庭自有资金	研发中心高级经理
	10	龚传宏	56.00	3.97%	家庭自有资金	工厂厂长
	11	林海	22.40	1.59%	家庭自有资金	工厂副厂长
	12	潘伟生	12.60	0.89%	家庭自有资金	科室经理
	13	徐磊	12.60	0.89%	家庭自有资金	科室经理

持股平台名称	序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	资金来源	在发行人任职情况
	14	邓长安	12.60	0.89%	家庭自有资金	科室经理
	15	杨永丰	12.60	0.89%	家庭自有资金	科室经理
	16	严双喜	12.60	0.89%	家庭自有资金	科室经理
	17	刘彭辉	12.60	0.89%	家庭自有资金	科室经理
	18	张鸿艳	12.60	0.89%	家庭自有资金	部门经理
	小计		**1,411.20**	**100.00%**		

（2）合伙人结构的变动情况，股权转让价格及其定价原则

2022 年 12 月，公司原董秘祺达燕因个人原因离职并退出持股平台，经合伙企业内部决议，指定陈嘉兴和王南海接收祺达燕持股平台股份，以股权转让方式完成；2022 年 11 月，公司清远二厂厂长王凯正因个人原因离职并退出持股平台，经合伙企业内部决议，指定陈智诚接收王凯正持股平台股份，以股权转让方式完成；2023 年 5 月，公司科室经理黎庆彬因个人原因离职并退出持股平台，经合伙企业内部决议，指定陈智诚接收黎庆彬持股平台股份，以股权转让方式完成；上述转让对价均依据《合伙协议》中约定的原授予价格（即 2.8 元/股）*（1+6%/年*授予之日起算的工作年限）扣除其本人在持有珠海启富或珠海创强的合伙份额期间取得的全部分红款后的余额，本次变动情况如下表所示：

激励对象		股权转让日期	转让价格（万元）	受让持股平台股份数（万股）	对应受让发行人股份数（万股）	授予价格（元/股）	授予日股权公允价值（元/股）
珠海启富	陈嘉兴	2022/12/31	203.00	196.00	70.00	2.90	6.73
	王南海		145.00	140.00	50.00	2.90	6.73
珠海创强	陈智诚	2022/11/18	57.72	56.00	20.00	2.89	6.73
珠海创强	陈智诚	2023/5/11	13.32	12.60	4.50	2.96	8.72

（3）入股资金来源及是否存在代持或出资瑕疵

上述入股资金除吴锋、钟奎群等 8 个人有来源于亲属或者朋友借款外，其他人员入股资金均来源于家庭自有资金，通过查阅上述人员出资前后相关银行流水，对其进行访谈确认，取得承诺函，并对合伙人出资来源朋友或者亲属借款的情形，取得相应的借款协议或者访谈出借人，确认其资金来源与公司、公司实际控制人、公司实际控制人一致行动人及其近亲属无关，不存在代持或出

资瑕疵等情形。

2、按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的要求，说明历次股份支付过程中权益工具公允价值的确定依据和合理性，员工持股平台入股价格与实际控制人亲属入股价格是否存在差异，服务期或等待期的相关约定，相关股份支付费用的确认方法、分摊依据及执行情况，股份支付费用计算是否准确，会计处理是否符合《企业会计准则》规定

（1）历次股份支付过程中权益工具公允价值的确定依据和合理性

股份支付批次	时间	股份支付事项	股权激励对象	每股认购价格（元）	每股公允价格（元）	公允价格确认依据
第一次股份支付	2020 年 9 月	公司增资，构成对陈茂山及陈茂裕股权激励	陈茂山	1.00	7.36	根据 2020 年度预计净利润，并按同行业 8 倍市盈率估算
			陈茂裕	1.00	7.36	
第二次股份支付	2020 年 11 月	通过员工持股平台珠海启富、珠海创强对员工实行股权激励；梁伟文增资直接持有公司股权	珠海启富全体合伙人	2.80	5.39	根据 2020 年度预计净利润，并按同行业 8 倍市盈率估算
			珠海创强全体合伙人	2.80	5.39	
			梁伟文	2.80	5.39	
第三次股份支付	2022 年 11 月及 12 月	持股平台合伙人变动	珠海启富合伙人陈嘉兴	2.90	6.73	根据 2022 年度预计净利润，并按同行业 8 倍市盈率
			珠海启富合伙人王南海	2.90	6.73	
			珠海创强合伙人陈智诚	2.89	6.73	
第四次股份支付	2023 年 5 月	持股平台合伙人变动	珠海创强合伙人陈智诚	2.96	8.72	根据 2023 年度预计净利润，并按同行业 8 倍市盈率

根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》、《监管规则适用指引——发行类第 5 号》等相关规定，对于授予职工的股份，其公允价值应按企业股份的市场价格计量，在确定公允价值时，可合理考虑入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化、行业特点、同行业并购重组市盈率水平、股份支付实施或发生当年市盈率与市净率指标等因素的影响；也可优先参考熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价；也可采用恰当的估值技术确定公允价值。

2020 年 9 月，实际控制人亲属对公司增资，依据 2020 年度预计净利润

9,200.00 万元，并按同行业 8 倍市盈率计算，公司整体公允价值为 73,600.00 万元（9,200.00*8）；本次增资前，公司股本总数为 10,000.00 万股，因此公司每股公允价格为 7.36 元/股（73,600.00/10,000.00）。本次增资完成后，公司股本总数由 10,000.00 万股增至 13,650.00 万股。2020 年 11 月，员工持股平台及梁伟文对公司增资，公司整体公允价值与前次增资时保持一致，仍为 73,600.00 万元，由于前次增资后公司股本总数增至 13,650.00 万股，因此公司每股公允价格降为 5.39 元/股（73,600.00/13,650.00）。即，2020 年 9 月实际控制人亲属入股、2020 年 11 月员工持股平台及梁伟文入股时，公司整体公允价值未发生变更，但由于公司股本总数由 2020 年 9 月增资前的 10,000.00 万股增至 2020 年 11 月增资前的 13,650.00 万股，因此公司 2020 年 11 月增资时的每股公允价格有所下降。

公司历史上不存在外部投资者入股情况，股份支付公允价值无外部投资者入股价格可供参考，因此公司按照股权转让当年预计净利润乘以合理的市盈率倍数确定历次股份支付过程中权益工具的公允价值，市盈率主要参考近几年汽车行业上市收购标的公司的可比交易案例的估值，具体情况如下：

序号	上市公司	交易标的	首次披露日	完成时间	标的方所属行业	PE
1	宏发股份	海拉汽车电子 100%股权及其继电器业务与资产	2019/11/13	2020/1/3	机动车零配件与设备	8.13
2	秦川机床	沃克齿轮 100%股权	2020/6/10	2020/7/3	汽车与汽车零部件	7.97
3	振江股份	上海底特 0.61%股权	2021/11/2	2021/11/2	汽车与汽车零部件	8.25
4	春晖智控	川崎春晖 9.3%股权	2022/4/22	2022/5/20	汽车与汽车零部件	6.25
5	先惠技术	宁德东恒机械有限公司 51%股权	2022/2/11	2022/7/13	汽车与汽车零部件	5.75
6	杭齿前进	杭州前进通用机械有限公司 12.5%的股权	2022/10/28	2022/11/16	汽车与汽车零部件	8.62
7	双飞股份	浙江搏乐液压科技有限公司 80%股权	2022/12/28	2023/1/18	汽车与汽车零部件	8.48
平均值						**7.63**

注 1：以上数据来源于上市公司公开披露信息

注 2：汽车零部件行业公司锡南科技 IPO（创业板，已上市），2019 年 12 月的股份支付公允价值 PE 倍数系 8.14 倍，与公司本次增资市盈率亦较为接近

因此，公司采用 8 倍市盈率作为公允价值参考依据，与同行业上市公司的并购案例市盈率 7.63 倍较为接近且略高于同行业上市公司的并购案例，公允价值的确定符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》相关要求，股份支付相

关权益工具公允价值的确定依据及结果具有合理性。

（2）员工持股平台入股价格与实际控制人亲属入股价格是否存在差异

2020 年度，员工持股平台入股价格为 2.8 元/股，实际控制人亲属入股价格为 1 元/股，入股时公司整体公允价值均为 73,600.00 万元，保持一致。2020 年度员工持股平台和实际控制人亲属入股时公司整体公允价值具体情况详见本题回复之“一（三）2（1） 历次股份支付过程中权益工具公允价值的确定依据和合理性”。

（3）历次股份支付服务期或等待期的相关约定，相关股份支付费用的确认方法、分摊依据及执行情况

公司历次股份支付均正常执行，关于服务期或等待期的相关约定情况如下：

项目	授予时间	股权激励对象	服务期的相关约定	等待期（注）	等待期确定依据	股份支付费用确认方法
第一次股份支付	2020 年 9 月	陈茂山 陈茂裕	无	无等待期	无服务期约定	一次性计入费用
第二次股份支付	2020 年 11 月	珠海启富全体合伙人 珠海创强全体合伙人	在成为持股企业有限合伙人后，继续为公司提供劳动服务，并且在服务期满 5 年内不得离职	2020.11-2025.11	授予日后服务期满 5 年和上市交易日后解锁期 1 年期满两者孰长	在等待期平均摊销确认
		梁伟文	在成为公司股东后，继续为公司提供劳动服务，并且在服务期满 5 年内不得离职		授予日后服务期满 5 年	
第三次股份支付	2022 年 11 月及 12 月	珠海启富合伙人陈嘉兴 珠海启富合伙人王南海	在成为持股企业有限合伙人后，继续为公司提供劳动服务，并且在服务期满 5 年内不得离职	2022.12-2027.12	授予日后服务期满 5 年和上市交易日后解锁期 1 年期满两者孰长	在等待期平均摊销确认
		珠海创强合伙人陈智诚		2022.11-2027.11		
第四次股份支付	2023 年 5 月	珠海创强合伙人陈智诚	在成为持股企业有限合伙人后，继续为公司提供劳动服务，并且在服务期满 5 年内不得离职	2023.5-2028.5	授予日后服务期满 5 年和上市交易日后解锁期 1 年期满两者孰长	在等待期平均摊销确认

注：等待期从股份授予当月开始计算

公司历次股权激励中，除第一次股份支付外，均与员工约定了服务期条款，如员工在服务期内离职的，员工需将其持有持股平台财产份额/公司股份全部转

让给执行合伙人或其指定的人士或公司董事会决定的人士，转让价格为原出资金额或原出资金额加上按照合伙协议/增资协议约定的年利率 6%计算的利息及扣除其在持有公司股份期间取得的全部分红款后的余额，因此公司股权激励的可行权条件包含服务期。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间，其中可行权日为员工为公司提供服务至该次股权激励约定的时间。

公司第一次股份支付，系公司实际控制人家族内部财产分配构成对陈茂山、陈茂裕的股权激励，由于无服务期限的承诺，属于授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日一次性计入相关成本或费用。

截至本回复报告出具日，公司历次股权激励计划均按原计划正常执行。

（4）历次股份支付费用计算是否准确、会计处理是否符合《企业会计准则》规定

1）历次股份支付计算的准确性

①第一次股份支付

2020 年 9 月，公司增资前后股份穿透结构情况及是否构成股份支付说明如下：

单位：万股

股东名称	变更前合计		变更后合计		持股比例变动	增加比率对应股份数	是否确认股份支付
	持有股份	持股比例	持有股份	持股比例			
陈茂镜	7,000.00	70.00%	8,688.00	63.65%	-6.35%	-867.00	否
陈茂山	3,000.00	30.00%	3,000.00	21.98%	1.30%	177.00	是
李跃冬	-	-	1,272.00	9.32%			
陈茂寿	-	-	240.00	1.76%	1.76%	240.00	否
陈茂裕	-	-	210.00	1.54%	1.54%	210.00	是
陈茂略	-	-	120.00	0.88%	0.88%	120.00	否
陈春英	-	-	120.00	0.88%	0.88%	120.00	否
小计	**10,000.00**	**100.00%**	**13,650.00**	**100.00%**	-	-	-

注 1：上述人员增资是否构成股份支付具体分析详见本题回复之“一（三）3（2）实际控制人亲属入股不认定为股份支付的原因及合理性，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 相关规定”所述

注 2：陈茂山和李跃冬为夫妻关系，故此处合并计算

按照上表股份变动情况，陈茂山和陈茂裕受益股份合计为 387 万股，根据 2020 年度预计净利润 92,000,000.00 元，并按同行业 8 倍市盈率估算公允价值 92,000,000.00*8/100,000,000.00=7.36 元/股，计算股份支付费用如下：

股权激励人员	受让价（元/股）A	公允价（元/股）B	受益股份数（万股）C	股份支付金额（万元）D=（B-A）*C
陈茂山	1.00	7.36	177.00	1,125.72
陈茂裕	1.00	7.36	210.00	1,335.60
合 计			**387.00**	**2,461.32**

由于本次增资未约定服务期，本次股份支付形成的费用 2,461.32 万元一次性计入 2020 年度管理费用和资本公积。

②第二次股份支付

2020 年 11 月,公司通过员工持股平台珠海启富、珠海创强对员工实行股权激励；梁伟文增资直接持有公司股权，该次增资系对梁伟文的股权激励。

根据梁伟文、珠海启富和珠海创强增资情况、服务期限及 2020 年度预计净利润 92,000,000.00 元，并按同行业 8 倍市盈率估算公允价值 92,000,000.00*8/136,500,000.00=5.39 元/股，计算股份支付费用及年摊销金额如下：

股权激励人员	受让价（元/股）A	公允价（元/股）B	认购股份（万股）C	股份支付金额（万元）D=（B-A）*C	服务期（年）E	年摊销金额（万元）F=D/E
梁伟文	2.80	5.39	750.00	1,942.50	5.00	388.50
珠海启富	2.80	5.39	546.00	1,414.14	5.00	282.83
珠海创强	2.80	5.39	504.00	1,305.36	5.00	261.07
合 计			**1,800.00**	**4,662.00**		**932.40**

按照上述股权激励对象等待期在报告期各期分摊月数及年摊销金额计算报告期各期股份支付费用，计入管理费用和资本公积。

③第三次股份支付

2022 年 11 月，公司清远二厂厂长王凯正因个人原因离职并退出持股平台，经合伙企业内部决议，指定陈智诚接收王凯正持股平台股份，以股权转让方式完成；2022 年 12 月，公司原董秘禤达燕因个人原因离职并退出持股平台，经合伙企业内部决议，指定陈嘉兴和王南海接收禤达燕持股平台股份，以股权转

让方式完成。

根据《企业会计准则解释第 3 号》相关规定，股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），企业应当确认已得到服务相对应的成本费用；职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，企业应当将其作为授予权益工具的取消处理。因此，公司在 2022 年将褚达燕、王凯正以前期间确认的费用冲回，冲减 2022 年管理费用和资本公积 84.61 万元。

根据财产份额转让协议约定的转让价格、合伙协议约定的服务期限及 2022 年度预计净利润 130,000,000.00 元，并按同行业 8 倍市盈率估算公允价值 130,000,000.00*8/154,500,000.00=6.73 元/股，计算员工持股平台新合伙人股份支付费用及年摊销金额如下：

股权激励人员	转让价（万元）A	折算成公司股份数（万股）B	受让价（元/股）C	公允价（元/股）D	股份支付金额（万元）E=（D-C）*B	服务期（年）F	年摊销金额（万元）G=E/F
陈嘉兴	203.00	70.00	2.90	6.73	268.10	5.00	53.62
王南海	145.00	50.00	2.90	6.73	191.50	5.00	38.30
陈智诚	57.72	20.00	2.89	6.73	76.60	5.00	15.32
合 计		**140.00**	--	--	**536.20**	--	**107.24**

按照上述股权激励对象等待期在报告期各期分摊月数及年摊销金额计算报告期各期股份支付费用，计入管理费用和资本公积。

④第四次股份支付

2023 年 5 月，公司科室经理黎庆彬因个人原因离职并退出持股平台，经合伙企业内部决议，指定陈智诚接收黎庆彬持股平台股份，以股权转让方式完成。

根据《企业会计准则解释第 3 号》相关规定，股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），企业应当确认已得到服务相对应的成本费用；职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，企业应当将其作为授予权益工具的取消处理。因此，在 2023 年将黎庆彬以前期间确认的费用冲回，冲减 2023 年管理费用和资本公积 5. 05 万元。

根据财产份额转让协议约定的转让价格、合伙协议约定的服务期限及 2023 年度预计净利润并按同行业 8 倍市盈率估算公允价值 168,452,000.00 *8/154,500,000.00 =8.72 元/股，计算员工持股平台新合伙人股份支付费用及年摊销金额如下：

股权激励人员	转让价（万元）A	折算成公司股份数（万股）B	受让价（元/股）C	公允价（元/股）D	股份支付金额（万元）E=（D-C）*B	服务期（年）F	年摊销金额（万元）G=E/F
陈智诚	13.32	4.50	2.96	8.72	25.92	5.00	5.18
合 计		**4.50**	--	--	**25.92**	--	**5.18**

按照上述股权激励对象等待期在报告期各期分摊月数及年摊销金额计算报告期各期股份支付费用，计入管理费用和资本公积。

综上，公司报告期内股份支付费用总额如下表所示：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
第一次股份支付				2,461.32
第二次股份支付	428.77	859.88	932.40	155.40
第三次股份支付	53.64	10.22		
第四次股份支付	0.86			
股权激励对象离职	-5.05	-84.61		
确认股份支付费用	478.23	785.49	932.40	2,616.72

2）公司历次股份支付相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定

公司历次股份支付均为以权益结算的股份支付，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。对于授予后完成等待期内的服务才可行权的股份支付交易，在等待期内每个资产负债表日，公司根据对可行权权益工具数量的最佳估计，按照授予日公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

对于授予后立即可行权的股份支付交易，在授予日按照授予权益工具的公允价值与授予成本之间的差额计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

因此，公司历次股权激励相关会计处理均符合《企业会计准则》的相关规定。

3、实际控制人亲属入股的原因，陈茂镜、陈茂寿等人借款的偿还情况，是否存在代持，不认定为股份支付的原因及合理性，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 相关规定

（1）实际控制人亲属入股的原因，陈茂镜、陈茂寿等人借款的偿还情况，是否存在代持

2020 年 9 月，实际控制人家族内部财产分配，实际控制人亲属作为股东对公司进行增资。实际控制人及其亲属增资款均来源于富强实业借款，其中陈茂寿、陈茂裕、陈茂略和陈春英的借款均已于 2023 年 6 月归还完毕。结合上述人员出具的相关承诺及声明，上述实际控制人亲属出资不存在代持情形。

（2）实际控制人亲属入股不认定为股份支付的原因及合理性，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 相关规定

本次增资前后各股东持股比例变化及是否进行股份支付处理具体说明如下表：

单位：万股

股东名称	变更前合计		变更后合计		持股比例变动	增加比率对应股份数	是否确认股份支付
	持有股份	持股比例	持有股份	持股比例			
陈茂镜	7,000.00	70.00%	8,688.00	63.65%	-6.35%	-867.00	否
陈茂山	3,000.00	30.00%	3,000.00	21.98%	1.30%	177.00	是
李跃冬			1,272.00	9.32%			
陈茂寿			240.00	1.76%	1.76%	240.00	否
陈茂裕			210.00	1.54%	1.54%	210.00	是
陈茂略			120.00	0.88%	0.88%	120.00	否
陈春英			120.00	0.88%	0.88%	120.00	否
小计	**10,000.00**	**100.00%**	**13,650.00**	**100.00%**			

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的 5-1 相关规定对实际控制人亲属入股是否认定为股份支付情况进行判断，具体分析如下：

1）陈茂镜：本次增资后，陈茂镜持股比率较增资前持股比例下降，未超过其原持股比例。按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》规定“为发行人提供服务的实际控制人/老股东以低于股份公允价值的价格增资入股,且超过其原持股比例而获得的新增股份,应属于股份支付。”陈茂镜本次股份变动不属于规

定中股份支付适用情形，不属于股份支付。

2）陈茂山、李跃冬：陈茂山和李跃冬系夫妻关系，系天然的一致行动人，二人需整体一起考虑。陈茂山本次增资未取得股份，但是其妻子李跃冬获取1,272 万股，夫妻合计持股比例较增资前增加 1.30%，对应受益股份数 177 万股，按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》规定“发行人的顾问或实际控制人/老股东亲友（以下简称当事人）以低于股份公允价值的价格取得股份,应综合考虑发行人是否获取当事人及其关联方的服务。发行人获取当事人及其关联方服务的,应构成股份支付。实际控制人/老股东亲友未向发行人提供服务,但通过增资取得发行人股份的,应考虑是否实际构成发行人或其他股东向实际控制人/老股东亲友让予利益,从而构成对实际控制人/老股东的股权激励。”本次增资实质上构成对陈茂山激励，故对陈茂山夫妻合计持股比例增加部分确认股份支付。

3）陈茂寿、陈茂略、陈春英：陈茂寿、陈茂略和陈春英不属于富强科技员工，与实际控制人为兄弟/兄妹关系，本期获取股份主要系因为家族内部财产分配，按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》规定“解决股份代持等规范措施导致股份变动,家族内部财产分割、继承、赠与等非交易行为导致股份变动,资产重组、业务并购、转换持股方式、向老股东同比例配售新股等导致股份变动,有充分证据支持相关股份获取与发行人获得其服务无关的,不适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》。”因此陈茂寿、陈茂略、陈春英本次获取股份不适用股份支付准则，不属于股份支付。

4）陈茂裕：陈茂裕与实际控制人为兄弟关系，同时任富强科技采购中心高级总监，按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》规定“发行人的顾问或实际控制人/老股东亲友（以下简称当事人）以低于股份公允价值的价格取得股份,应综合考虑发行人是否获取当事人及其关联方的服务。发行人获取当事人及其关联方服务的,应构成股份支付。”陈茂裕本次获取股份需要确认股份支付费用。

综上，实控人陈茂山及其配偶李跃冬、陈茂裕入股已确认相应股份支付费用，实际控制人陈茂镜及其亲属陈茂寿、陈茂略和陈春英入股不认定为股份支付具有合理性，符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 相关规定。

（四）说明物料消耗及试验检验鉴定费的明细内容、金额，研发过程中的投入与产出、耗损及废料处理情况及相关会计处理，与在研项目、研发进度及研发成果的匹配性；研发人员与生产人员及相关成本的区分标准，相关料工费在生产项目与研发项目之间归集和分摊情况，是否存在应计入成本但计入研发费用的情形，是否存在研发费用资本化的情况，研发费用的分摊与核算是否准确、完整，与研发费用加计扣除、高新技术企业申报中的差异情况，与研发相关的内控制度是否健全、有效，研发费用变动的原因及合理性

1、说明物料消耗及试验检验鉴定费的明细内容、金额，研发过程中的投入与产出、耗损及废料处理情况及相关会计处理，与在研项目、研发进度及研发成果的匹配性

（1）物料消耗及试验检验鉴定费的明细内容、金额

1）报告期内研发领用材料的明细内容及金额列示如下：

单位：万元

材料类别	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
塑料粒子	242.86	476.03	381.27	268.41
外购件	461.23	897.14	957.83	294.42
其他	0.93	26.31	22.28	11.04
合计	**705.02**	**1,399.48**	**1,361.38**	**573.87**

报告期内，公司研发项目领用的材料主要为塑料粒子和外购件等，主要用于研究汽车内外饰件生产过程中的新技术、新工艺。

2）报告期内试验检验鉴定费的明细内容及金额列示如下：

单位：万元

项目编号	检测内容	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
FQ2018006	耐水性、抗石击性、耐冷热循环等				27.20
FQ2019001	针对不同胶水的 VOCs 排放测试，粘接性能测试，可持续性评估			14.49	51.29
FQ2019002	禁用物质、VOC、气味、门板环境、表皮附着力、表皮复原性检测				43.78
FQ2020001	门板总成测试			15.12	27.10
FQ2020002	材料特性测试和物理性能测试			18.61	33.43

项目编号	检测内容	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
FQ2020003	表面质量检测、电镀层厚度检测、耐腐蚀性测试和耐磨性测试			6.11	37.09
RD202102	自动化控制系统性能测试、扭矩控制和检测和螺丝质量检测			23.15	
RD202103	胶水性能测试、材料质量检测			23.79	
RD202104	材料性能测试、环境适应性测试		110.31	18.33	
RD202113	色差、耐化学腐蚀性、耐湿热性等	12.62	44.72	18.58	
RD202205	多轴冲击、弯曲强度、熔融指数等	27.22	0.33		
RD202206	耐药品性试验、汽车禁用物质要求、冷热循环等	9.18	39.44		
RD202208	耐药品性试验、汽车禁用物质要求、冷热循环等	4.33	83.20		
RD202209	燃烧性能、插拔力、耐热性等	2.14	93.58		
RD202211	耐药品性试验、汽车禁用物质要求、冷热循环等	11.78			
RD202305	耐药品性试验、耐摩擦色牢度、耐燃烧性、汽车禁用物质要求	6.88			
RD202306	电镀层表面微孔数或微裂纹、镀层剥离性、镀层厚度、耐腐蚀性能	9.80			
RD24	冲击强度，吸附性以及安全性检测			72.42	
RD25	压力，强度以及变形性检测			82.14	
RD31	吸能结构，冲击性和安全性能检测		130.38		
其他（注）	耐药品性试验、汽车禁用物质要求、冷热循环、材料性能测试、光学性能测试等	35.47	102.00	88.52	5.19
合 计		**119.42**	**603.96**	**381.26**	**225.08**

注：其他包含除上述检测以外，报告期内公司为其他研发项目进行的检测费用，由于每项金额较小，因此合并列示

如上表所示，报告期内，公司研发项目的试验检验鉴定费主要为各研发项目的材料特性测试、物理性能测试和安全性能检测等，检验研发成果的性能是否满足要求。

（2）研发过程中的投入与产出、耗损及废料处理情况及相关会计处理

1）研发过程中的投入与产出、耗损及废料处理情况

报告期内，公司材料的投入和去向如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发材料投入	705.02	1,399.48	1,361.38	573.87
形成研发产品	-79.45	-129.90	-33.80	-3.65
研发费用-物料消耗	625.57	1,269.58	1,327.58	570.22

由上表可知，公司投入的材料，部分形成研发产品对外销售，同时冲减研发费用，剩余研发形成的损耗报废，由于废料没有回收价值，无需冲减研发费用。

为满足客户的需求，公司研发对成果的工艺以及性能要求较高，因此，研发过程中需要进行反复测试。经过涉及强度、耐磨性、耐高温、防紫外线、耐腐蚀等性能方面的多轮测试后，汽车内外饰件新品开发原料通常会损耗或报废，无法回收再利用，主要原因如下：

①复杂材料组合：汽车内外饰件通常由多种不同材料组合而成，这些材料包括塑料、橡胶、金属或其他复合材料。这些不同材料在研发过程中进行加速实验，进而加速化学反应、粘合或混合，使得回收过程复杂化。在回收处理中，难以有效地将这些不同材料分离和提取，从而影响再利用的可行性。

②材料质量和性能要求：汽车内外饰件要求具有较高的强度、耐磨性、耐高温、防紫外线等特性，以应对车辆使用中的各种环境和工况。研发实验过程中，会对强度、耐磨性、耐高温、防紫外线、耐腐蚀等特性进行加速试验，进而加快产品性能老化等，如回收再利用的材料很难达到新品的高性能要求，无法满足汽车制造商对产品质量和安全性的要求。

③复杂的制造工艺：汽车内外饰件通常采用注塑成型等复杂的制造工艺，这些工艺在研发过程中可能会加入填充剂、添加剂等进行加速试验，使得回收材料难以与原材料相匹配，导致不能再重复利用。

综上，研发废料不具备回收变现价值，公司将废料视为报废处理。

2）报告期内，研发过程中的投入与产出、耗损及废料的相关会计处理如下：

①研发人员领用材料或进行试验检验时，账务处理如下：

借：研发费用-物料消耗

贷：存货-原材料、低值易耗品等；

借：研发费用-试验检验鉴定费

贷：银行存款/应付账款等；

②研发形成专利时，公司财务总账不进行相关会计处理。形成研发产品并对外销售的，账务处理如下（不考虑税费）：

借：存货-产成品

贷：研发费用-物料消耗、职工薪酬等

借：主营业务成本

贷：存货-产成品

借：应收账款/银行存款

贷：主营业务收入

③研发成果经过多轮测试后，做报废处理；由于相关材料成本在实际领用材料时已经计入到研发费用，因此在实际报废时无需再进行会计处理。

（3）材料投入及试验检验鉴定费与在研项目、研发进度及研发成果的匹配性

报告期内，公司材料投入和试验检验鉴定费与在研项目、研发进度及研发成果情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发材料投入	705.02	1,399.48	1,361.38	573.87
试验检验鉴定费	119.42	603.96	381.26	225.08
当期研发项目数量	29	24	24	11
研发项目平均材料投入金额	24.31	58.31	56.72	52.17
研发项目平均试验检验鉴定费金额	4.12	25.17	15.89	20.46
当期完成研发项目数量	8	11	19	7
完成率	27.59%	45.83%	79.17%	63.64%

注：当期研发项目数量即当期产生研发投入的项目数量

从上表可知，2020-2022 年度，公司研发项目的总体完成率基本在 50%以上，由于项目平均周期为 15 个月，因此存在部分研发项目会跨年完成。

2020 年-2022 年，材料投入金额随着在研项目增加而提升，但平均项目材料投入金额差异不大，均在 55 万元左右。试验检验鉴定费金额变动主要受当期研发项目内容和性能需求影响。2021 年研发项目数量较 2020 年项目数量增加了 13 个，但由于项目性能测试等检测检验不多，故检测检验鉴定费上升幅度较小，项目平均试验检验鉴定费较 2020 年低；2022 年与 2021 年相比，研发项目数量不变，但试验检验鉴定费增加了 222.70 万元，增幅 58.41%，主要系因为 RD202104 项目和 RD31 研发项目需要进行拉伸强度和弹性模量测试、冲击强度测试、热稳定性测试性能等多种性能和环境适应性测试，两个项目合计检测费为 240.69 万元，耗费较高因此导致研发项目平均试验检验鉴定费高于 2021 年金额。2023 年 1-6 月项目平均试验检验鉴定费大幅降低，主要系因为公司自建实验室投入使用导致。

综上所述，公司研发物料消耗主要包括塑料粒子和外购件等，试验检验鉴定费主要是各研发项目的材料特性测试、物理性能测试和安全性能检测等性能测试。公司研发过程的投入、产出以及废料损耗具有匹配性，相关会计处理符合企业会计准则的相关规定，物料消耗和试验检验鉴定费与在研项目、研发进度及研发成果具有匹配性。

2、研发人员与生产人员及相关成本的区分标准，相关料工费在生产项目与研发项目之间归集和分摊情况，是否存在应计入成本但计入研发费用的情形，是否存在研发费用资本化的情况，研发费用的分摊与核算是否准确、完整

（1）研发人员与生产人员及相关成本的区分标准，相关料工费在生产项目与研发项目之间归集和分摊情况，是否存在应计入成本但计入研发费用的情形，研发费用的分摊与核算是否准确、完整

1）研发人员与生产人员及相关成本的区分标准

公司依据员工所从事的岗位和工作性质，将专门从事产品技术研发的员工认定为研发人员，公司研发人员专岗专职，属于研发部门。研发人员的主要职

能包括：编制新技术、新工艺的规划及组织实施、新项目产品结构设计、模具开发的前期技术分析等，为开展新项目技术研究提供必要的基础技术资料，最终为客户提供解决方案。

公司生产人员的主要职能包括生产过程的管理、编制物料计划、生产计划、量产物料的采购和跟催、仓库物资的贮存、搬运、进出存和盘点管理、进料检验、制程检验、成品或出货检验、生产设备的管理等。生产人员包括生管科、品保科、生技科、制造科、改善科等部门工作人员。

公司建立并有效执行了研发相关内部控制制度，且研发人员和生产人员部门划分清晰，有明确的岗位职责分工，能够有效地根据工作岗位职责、实际开展的工作内容区分研发人员与生产人员，不存在人员混同的情形。

2）相关料工费在生产项目与研发项目之间归集和分摊情况，是否存在应计入成本但计入研发费用的情形，研发费用的分摊与核算是否准确、完整

对于领用材料，公司研发领料与生产领料流程所涉及人员、单据相互独立，研发领料由研发人员根据研发需求生成工单（需注明领用的研发项目），经研发项目相关负责人审批；生产领料则根据生产工单进行生产领料，经生产负责人审批。因此，基于公司内部控制制度及其执行情况，研发领料与生产领料流程所涉及的领料人员、审批人员为不同部门人员，故研发领料与生产领料可明确区分。

对于人员工资，公司研发人员和生产人员部门划分清晰，有明确的岗位职责分工，根据部门严格区分研发人员与生产人员的人工成本，不存在非研发人员薪酬归集为研发费用的情况。

对于生产项目，具体客户销售合同和对账单对应具体的产品，在生产过程中，按照产品类型归集人工费用（包括社保和公积金等）、材料费用、折旧摊销费、模具加工费和办公费等其他费用，在对外销售时，确认收入并结转对应产品成本。

对于研发项目，由研发中心收集公司各部门提出的产品研发项目企划书并进行评审，通过后上报公司经营小组筛选，通过筛选的项目企划书交由总经办确定立项，后续研发活动支出按照其立项后具体对应的研发项目编号进行预算

管理。公司研发项目支出主要包括人员人工费用、直接投入费用、折旧及摊销费用、设计费、其他相关费用等。公司以研发项目作为研发费用的归集对象，将可直接归属于研发项目的费用开支直接计入该项目研发支出，无法直接归属于研发项目的其他费用按各研发项目实际发生情况进行归集、分摊，不存在将其计入成本的情形。

综上，报告期内公司不存在应计入成本但计入研发费用的情形，研发费用的分摊与核算准确完整。

（2）是否存在研发费用资本化的情况

报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况。

3、与研发费用加计扣除、高新技术企业申报中的差异情况

（1）报告期内，公司研发费用金额和加计扣除优惠的研发费用金额差异情况如下：

1）2023 年 1-6 月

单位：万元

项 目	财务报表列示的研发费用	加计扣除优惠的研发费用	差异	差异原因
职工薪酬	1,141.82	1,128.84	12.98	加计扣除未考虑计提与实发数差异
物料消耗	625.57	625.57		
试验检验鉴定费	119.42	119.42		
长期资产折旧摊销	144.54	144.54		
其他	449.15	458.28	-9.13-	预缴申报的加计扣除未扣减交际应酬费等
合 计	**2,480.50**	**2,476.65**	**3.85**	

2）2022 年度

单位：万元

项 目	财务报表列示的研发费用	加计扣除优惠的研发费用	差异	差异原因
职工薪酬	2,083.88	2,083.88		
物料消耗	1,269.59	1,374.67	-105.08	税会口径差异，加计扣除未扣除研发样件销售成本
试验检验鉴定费	603.96	603.96		
长期资产折旧摊销	294.58	288.51	6.07	税会口径差异，房屋建筑物折旧不能参与加计扣除

项 目	财务报表列示的研发费用	加计扣除优惠的研发费用	差异	差异原因
其他	729.58	383.11	346.47	加计扣除不包含办公费、车辆油料费、市内交通费、运杂费、快递费、邮政费等
合 计	**4,981.59**	**4,734.13**	**247.46**	

3）2021 年度

单位：万元

项 目	财务报表列示的研发费用	加计扣除优惠的研发费用	差异	差异原因
职工薪酬	1,801.52	1,758.61	42.91	加计扣除未考虑计提与实发数差异
物料消耗	1,327.58	1,361.37	-33.79	税会口径差异，加计扣除未扣除研发样件销售成本
试验检验鉴定费	381.26	381.26		
长期资产折旧摊销	154.88	149.36	5.52	税会口径差异，房屋建筑物折旧不能参与加计扣除
其他	329.40	207.57	121.83	加计扣除不包含车辆油料费、邮政费、职工教育经费、快递费等
合 计	**3,994.64**	**3,858.17**	**136.47**	

4）2020 年度

单位：万元

项 目	财务报表列示的研发费用	加计扣除优惠的研发费用	差异	差异原因
职工薪酬	1,143.97	1,137.20	6.77	加计扣除未考虑计提与实发数差异
物料消耗	570.22	573.86	-3.64	税会口径差异，加计扣除未扣除研发样件销售成本
试验检验鉴定费	225.08	225.08		
长期资产折旧摊销	97.34	97.34		
其他	177.62	153.01	24.61	加计扣除不包含快递费、培训费、邮政费等
合 计	**2,214.23**	**2,186.49**	**27.74**	

综上，报告期内，研发费用的归集与税务报表中加计扣除的差异主要是税会口径核算差异，相关差异合理，未见异常。

（2）报告期内，公司研发费用归集和高新技术企业申报差异情况

报告期内，宜昌富强未进行高新技术企业申报，因此各年度财务报表列示金额同步剔除了宜昌富强的研发费用金额，2023 年 1-6 月公司及子公司尚未进

行年度汇算清缴，尚未进行高新研发费用申报。2020-2022 年度，剔除宜昌富强研发费用影响后，公司研发费用金额与高新技术企业申报金额差异如下：

1）2022 年度

单位：万元

项目	财务报表列示的研发费用	高新申报的研发费用	差异	差异原因
职工薪酬	1,929.23	1,851.81	77.42	高新申报将职工福利费分类到其他，不包含职工教育经费
直接投入费用	2,008.08	2,113.16	-105.08	高新申报未扣除研发样件销售成本
长期资产折旧摊销	276.92	270.85	6.07	高新申报不包含房屋折旧费
其他	444.67	165.38	279.29	高新申报将职工福利费分类到其他，不包含办公费、车辆油料费、市内交通费、运杂费等
合计	**4,658.90**	**4,401.20**	**257.70**	

注：高新申报的研发费用将物料消耗、试验检验鉴定费和其他费用中的维修费、水电费等费用均归集到直接投入费用，与财务报表列示及加计扣除优惠的研发费用分类口径存在差异，下同

2）2021 年度

单位：万元

项目	财务报表列示的研发费用	高新申报的研发费用	差异	差异原因
职工薪酬	1,620.14	1,524.46	95.68	高新申报将职工福利费分类到其他，不包含职工教育经费，且未考虑计提与实发数差异
直接投入费用	1,410.54	1,447.86	-37.32	高新申报未扣除研发样件销售成本，且未调整跨期维修费用
长期资产折旧摊销	136.77	131.25	5.52	高新申报不包含房屋折旧费
其他	188.82	132.54	56.28	高新申报将职工福利费分类到其他，不包含办公费、车辆油料费、邮政费、运杂费、通讯费等
合计	**3,356.27**	**3,236.11**	**120.16**	

3）2020 年度

单位：万元

项目	财务报表列示的研发费用	高新申报的研发费用	差异	差异原因
职工薪酬	1,143.97	1,095.98	47.99	高新申报将职工福利费分类到其他，不包含职工教育经费，且未考虑计提与实发数差异
直接投入费用	922.75	927.31	-4.56	高新申报未扣除研发样件销售成本，多计维修费

项目	财务报表列示的研发费用	高新申报的研发费用	差异	差异原因
长期资产折旧摊销	97.34	97.34		
设计费用		2.98	-2.98	分类明细差异，高新申报将两笔设计费从其他分类到设计费用
其他	50.17	63.61	-13.44	高新申报将职工福利费分类到其他，不包含办公费、车辆油料费、邮政费等
合计	**2,214.23**	**2,187.22**	**27.01**	

综上，报告期内，研发费用的归集与高新技术企业申报的差异主要是与高新申报的分类口径有差异，相关差异合理，未见异常。

4、与研发相关的内控制度是否健全、有效

为了规范公司的研发流程，并及时准确核算研发支出，公司根据自身管理情况制定了《研发项目管理办法》等制度，对研发的各个阶段都实行了有效的控制，对公司研发立项、研发项目管理、研发审批流程、研发成果保护、研发费用核算、研发台账记录等内容进行规范，并严格按照制度规范执行。其中，研发费用归集相关内部控制措施主要为由研发部、人力资源部、财务部等部门对各项研发支出的准确性、合理性进行审核；对于已经审批通过的研发支出，财务部根据费用发生的相关部门、费用性质和内容进行财务处理；同时，财务部设立研发费用辅助台账，对已核算的研发费用按照一定的分配原则，将各项研发费用分配至对应的研发项目，以对研发项目费用情况进行监督。

综上，报告期内，公司研发费用归集已建立健全有效的内部控制措施，并且有效执行。

5、研发费用变动的原因及合理性

报告期内，公司研发费用分别为 2,214.23 万元、3,994.64 万元、4,981.59 万元和 2,480.50 万元，占营业收入比例分别为 4.49%、5.90%、4.80%和 3.88%，主要为研发人员薪酬、物料消耗、试验检验鉴定费等。

报告期内，公司高度重视研发工作，持续投入资金进行新产品的开发和工艺改进。2021 年，公司研发费用金额增长，占营业收入的比重提升，主要系随着公司经营规模的扩大，公司结合自身经营需要，持续增加新技术开发投入以及扩大研发团队人员规模所致。2022 年和 2023 年 1-6 月，公司研发费用率下降，

主要系当期营业收入大幅增长，而研发投入增幅小于收入增幅所致。

（五）说明发行人销售费用、管理费用占营业收入比例及变动情况与可比公司差异的原因及合理性，是否存在体外循环或费用垫付的情形

1、公司销售费用率与同行业可比公司的对比及差异原因

（1）报告期内，公司销售费用占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	费用占比	金额	费用占比	金额	费用占比	金额	费用占比
职工薪酬	166.80	84.07%	376.32	81.89%	351.44	74.18%	240.49	83.53%
业务招待费	17.37	8.75%	50.70	11.03%	88.61	18.70%	28.32	9.84%
差旅费	4.70	2.37%	10.13	2.20%	9.69	2.04%	2.86	0.99%
办公费	1.02	0.51%	1.74	0.38%	0.27	0.06%	3.42	1.19%
其他	8.50	4.29%	20.66	4.49%	23.77	5.02%	12.81	4.45%
合 计	**198.39**	**100.00%**	**459.55**	**100.00%**	**473.78**	**100.00%**	**287.89**	**100.00%**
营业收入	63,850.99		103,790.34		67,731.13		49,281.27	
占 比	0.31%		0.44%		0.70%		0.58%	

报告期内，公司销售费用金额分别为 287.89 万元、473.78 万元、459.55 万元和 198.39 万元，占营业收入比例分别为 0.58%、0.70%、0.44%和 0.31%，主要为职工薪酬。公司报告期各期销售费用占营业收入比例较低，总体保持稳定。2022 年和 2023 年 1-6 月，公司销售费用占收入比例下降，主要系当期公司营业收入增长较快所致。

（2）销售费用率低于同行业的原因分析

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	3.33%	3.06%	2.25%	2.42%
常熟汽饰	0.86%	0.83%	0.84%	1.08%
新泉股份	1.93%	1.91%	4.36%	4.53%
神通科技	1.23%	1.65%	1.83%	2.06%
肇民科技	1.68%	1.40%	1.36%	1.72%
东箭科技	5.87%	6.82%	6.90%	7.08%
福赛科技	1.22%	1.51%	1.57%	1.22%

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
均值	2.30%	2.45%	2.73%	2.87%
剔除东箭科技和唯科科技之后的均值	1.38%	1.46%	1.99%	2.12%
公司	0.31%	0.44%	0.70%	0.58%

注：可比公司数据来源于其公布的年报、招股说明书等公开资料

报告期内，公司的销售费用率波动不大，与常熟汽饰相近，低于同行业可比公司平均水平，主要原因包括：

1）下游客户差异：东箭科技下游主要为汽车后装市场，福赛科技主要作为整车厂二级供应商，而唯科科技产品下游包括电子、汽车、家居、健康家电等行业领域，与公司的客户结构和销售渠道差异较大；

2）销售费用核算口径差异：根据企业会计准则，公司将包装费、仓储费、运输费等相关支出作为与商品销售相关的成本计入合同履约成本，部分同行业公司将包装费、仓储费计入销售费用。若剔除包装费、仓储费的差异因素，公司与新泉股份、常熟汽饰的销售费用率相比如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
常熟汽饰（注）	0.60%	0.61%	0.57%	0.51%
新泉股份（注）	0.52%	0.67%	0.55%	0.61%
均值	0.56%	0.64%	0.56%	0.56%
公司	0.31%	0.44%	0.70%	0.58%

注：为保持比较口径一致，上述同行业公司的销售费用中已剔除包装费、仓储费等与合同履约成本相关的支出

如上表，剔除销售费用核算口径差异后，公司销售费用率与客户主要为整车厂和一级供应商的同行业公司常熟汽饰、新泉股份接近，不存在重大差异。

2、公司管理费用率与同行业可比公司的对比及差异原因

（1）报告期内，公司管理费用占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	费用占比	金额	费用占比	金额	费用占比	金额	费用占比
职工薪酬	1,269.85	41.07%	2,702.10	45.23%	2,014.52	47.07%	1,401.56	26.13%
股份支付	478.23	15.47%	785.49	13.15%	932.40	21.78%	2,616.72	48.79%

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	费用占比	金额	费用占比	金额	费用占比	金额	费用占比
长期资产折旧摊销	322.68	10.44%	618.20	10.35%	499.17	11.66%	367.07	6.84%
中介费	106.45	3.44%	397.35	6.65%	133.01	3.11%	227.43	4.24%
安全生产费	283.32	9.16%	350.40	5.87%				
业务招待费	195.14	6.31%	298.02	4.99%	231.14	5.40%	123.57	2.30%
维修费用	68.41	2.21%	99.86	1.67%	48.82	1.14%	165.75	3.09%
办公费	30.47	0.99%	98.52	1.65%	61.55	1.44%	58.87	1.10%
易耗品	27.26	0.88%	71.12	1.19%	39.39	0.92%	77.40	1.44%
其他	310.13	10.03%	553.28	9.26%	320.10	7.48%	324.64	6.05%
合 计	**3,091.94**	**100.00%**	**5,974.34**	**100.00%**	**4,280.11**	**100.00%**	**5,363.01**	**100.00%**
营业收入	63,850.99		103,790.34		67,731.13		49,281.27	
占 比	4.84%		5.76%		6.32%		10.88%	
剔除股份支付后的管理费用	2,613.71		5,188.85		3,347.71		2,746.29	
剔除后占比	4.09%		5.00%		4.94%		5.57%	

报告期内，公司管理费用金额分别为 5,363.01 万元、4,280.11 万元、5,974.34 万元和 3,091.94 万元，占营业收入比例分别为 10.88%、6.32%、5.76%和 4.84%，主要为职工薪酬和股份支付。剔除股份支付影响后，报告期内管理费用金额呈增长态势，主要系公司业务规模扩大，管理人员及相关费用相应增加所致。报告期内，公司实施股权激励，2020 年、2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月分别确认股份支付费用 2,616.72 万元、932.40 万元、785.49 万元和 478.23 万元。

公司 2020 年管理费用率较高，主要系当期确认较多股份支付费用所致，剔除股份支付影响后 2020 年管理费用率仍高于 2021 年，主要是 2021 年营业收入增幅大于管理费用增幅。2022 年度和 2023 年 1-6 月管理费用率下降，主要系当期营业收入大幅增加所致。

（2）管理费用率低于同行业的原因分析

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	14.50%	10.09%	8.90%	9.11%

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
常熟汽饰	6.44%	6.40%	8.88%	9.85%
新泉股份	4.57%	4.49%	4.65%	4.42%
神通科技	7.20%	7.61%	7.53%	6.85%
肇民科技	8.63%	8.33%	7.66%	6.10%
东箭科技	8.78%	9.50%	8.41%	7.81%
福赛科技	10.07%	8.81%	9.05%	8.99%
均值	8.60%	7.89%	7.87%	7.59%
富强科技	4.84%	5.76%	6.32%	10.88%
剔除股份支付后的管理费用率	4.09%	5.00%	4.94%	5.57%

注：可比公司数据来源于其公布的年报、招股说明书等公开资料

公司 2020 年管理费用率高于同行业均值，主要系当期确认较多股份支付费用所致，剔除股份支付费用的影响后，公司管理费用率为 5.57%、4.94%、5.00%和 4.09%，与新泉股份较为接近，略高于新泉股份主要系因为新泉股份营业收入规模较大已达到一定规模，管理费用相对稳定导致其管理费用率较低。公司管理费用率低于其他同行业可比公司主要系公司主要经营场所位于广东省清远市，当地人员平均工资水平相对较低，而可比公司的主要经营场所均位于经济较为发达的上海、江苏、浙江等一线或者新一线城市，平均工资水平相对较高。

单位：万元、人

公司简称	公司注册地	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
		人均薪酬	人数	薪酬占收入比例	人均薪酬	人数	薪酬占收入比例	人均薪酬	人数	薪酬占收入比例
唯科科技	福建厦门	17.81	279	5.19%	19.18	274	4.53%	14.51	304	4.84%
常熟汽饰	江苏常熟	20.14	651	3.58%	20.22	646	4.90%	21.22	493	4.72%
神通科技	浙江余姚	17.85	356	3.72%	25.33	226	4.15%	15.48	347	3.61%
肇民科技	上海	25.30	109	5.16%	28.18	90	4.34%	25.79	70	3.65%
东箭科技	广东佛山	17.93	446	4.53%	15.91	410	3.99%	16.82	335	3.82%
福赛科技	安徽芜湖	16.55	232	5.99%	17.54	206	6.03%	未披露	未披露	6.33%
均值	--	19.26	346	4.69%	21.06	308	4.66%	18.76	309	4.49%
富强科技	广东清远	16.28	166	2.60%	17.37	116	2.97%	16.69	84	2.84%

注：可比公司 2023 年半年报未披露具体员工人数，其 2023 年 1-6 月人数无法获取

报告期内，公司人均薪酬和管理人员数量均低于可比公司（东箭科技、福赛科技和肇民科技除外），公司人均薪酬与东箭科技、福赛科技持平，但人数明显偏少；公司管理人员数量较肇民科技偏多，但人均薪酬偏低，人均薪酬和管理人员数量双重影响导致公司职工薪酬占营业收入的比例偏低，导致公司管理费用率低于同行业可比公司平均值。

综上所述，报告期内，公司销售费用、管理费用占营业收入比例与同行业可比公司的差异原因合理，符合公司符合自身业务情况，公司不存在体外循环或费用垫付的情形。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取并检查公司员工花名册、工资计提表，检查薪酬归集的准确性，了解并分析公司销售人员、管理人员和研发人员数量变动的合理性，与业务规模的匹配性，核查销售费用、管理费用和研发费用中的职工薪酬变动的合理性；

2、获取并检查公司报告期内相关资产台账和各期资产摊销折旧计算表，对公司报告期内相关资产的折旧摊销进行分配测算，与期间费用进行勾稽核对；

3、根据《企业安全生产费用提取和使用管理办法》（财资〔2022〕136 号）了解安全生产费的适用行业、计提标准、使用范围，核实公司计提安全生产费的真实性、准确性；查阅公司管理费用中的安全生产费和其他项目明细，检查相关费用的主要构成与变动，结合公司业务相关情况，分析相关项目变动情况的合理性；抽查相关费用凭证，对费用金额、审批程序及付款方式进行核实；

4、查阅公司、珠海启富和珠海创强工商登记资料，历次股份变动明细表、相关股东会或股东大会决议、股权激励计划及相关的决策程序文件、员工持股计划人员明细表，及向管理层了解股权激励计划目前实施的情况；对照《企业会计准则第 11 号—股份支付》以及《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定，确定是否涉及股份支付；

5、访谈公司实际控制人及历次增资的增资方，了解增资价格、交易背景、

出资来源以及是否存在代持行为；获取公司股东、珠海启富和珠海创强有关人员的相关声明以及出资的付款凭证及出资前后 6 个月的银行流水，检查是否存在出资瑕疵；

6、查询同行业可比上市公司在历次股权激励时间的并购重组市盈率 PE 倍数，与公司股权激励时使用的市盈率 PE 倍数进行比较分析，以确认公司股份支付公允价值的确认是否合理；对照《企业会计准则第 11 号—股份支付》以及《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》的相关规定，分析公司股份支付的确认条件、授予日及其确认依据、股份支付费用的公允价值及确认方法、服务期约定的合理性以及是否符合《企业会计准则》的规定；

7、检查公司股份支付费用计算过程以及检查公司记账凭证，以确认公司股份支付会计处理的准确性；

8、查阅研发费用明细、研发人员台账及各项研发支出划分依据，分析报告期内各项研发支出分摊与核算的准确性、合理性；查阅公司研发项目台账、研发报告、花名册等相关资料，了解公司研发活动形成成果及损耗，判断相关会计处理是否符合企业会计准则的规定，核查研发支出与不同研发项目是否匹配，是否存在应计入成本但核算进入研发费用的情形，是否存在研发费用资本化的情况；

9、了解并评价与研发费用相关内控制度设计的合理性，对与研发费用归集相关的关键控制节点实施穿行测试；

10、获取公司研发费用加计扣除和高新技术企业申报的相关资料，与财务报告披露研发费用进行对比，分析差异原因及合理性；

11、获取公司的期间费用明细表，核查各项费用明细项目的核算内容与范围是否符合企业会计准则的规定，分析各期间各费用项目变动情况是否合理；对比同行业可比公司期间费用数据，分析公司与同行业可比公司之间费率差异的原因及其合理性；检查公司大额银行流水及董事、监事、高级管理人员银行账户流水，抽取报告期内大额的原始单据并进行检查，核实是否存在体外资金循环及代垫费用情形。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、公司销售人员数量变动较小，平均工资逐年上升。公司管理、研发人员数量逐年增长，平均工资波动较为平稳。销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬高于当地私营单位平均工资水平及全国私营单位平均工资水平，高于当地城镇单位制造业就业人员平均工资；与可比公司相比，不存在重大差异。销售人员数量低于同行业可比公司，2020 年和 2021 年人均收入与行业均值水平差异较小，2022 年人均收入较高具有合理性；

2、报告期内，管理费用中折旧摊销资产包括固定资产、无形资产、使用权资产等，资产目前使用情况正常；相关资产折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额勾稽关系正确；报告期内，安全生产费包括安装防雷装置费用、高危员工体检费等，其他主要由水电能源费、差旅交通费、租赁费和通讯邮政运杂费等费用构成，核算内容与业务情况相匹配，结算方式均为银行转账，费用发生合理、必要；

3、除吴锋、钟奎群等 8 个人有来源于亲属或者朋友借款外，其他人员入股资金均来源于家庭自有资金；出资人资金来源清晰，不存在代持或出资瑕疵；合伙人变动的转让价格合理；股份支付的公允价值按照股份授予当年预计净利润的 8 倍确认，公司市盈率倍数与同行业上市公司的并购案例市盈率 7.63 倍较为接近且略高于同行业上市公司的并购案例，公允价值的确定符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》相关要求，股份支付相关权益工具公允价值的确定依据及结果具有合理性；公司已按照《企业会计准则第 11 号——股份支付》以及《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》的相关规定，合理估计服务期，并在报告期内一次性或分期确认为股份支付费用，股份支付金额计算准确，公司历次股权激励相关会计处理均符合《企业会计准则》的相关规定；员工持股平台入股价格高于实际控制人亲属入股价格；实际控制人亲属入股为其家族内部财产分配所致，实际控制人及其亲属增资款均来源于富强实业借款，其中陈茂寿、陈茂裕、陈茂略和陈春英的借款均已于 2023 年 6 月归还完毕；实际控制人亲属出资不存在代持情形；实控人陈茂山及其配偶李跃冬、陈茂裕入股已确认相应股份支付费用，实际控制人陈茂镜及其亲属陈茂

寿、陈茂略和陈春英入股不认定为股份支付具有合理性，符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 相关规定；

4、报告期内，公司研发物料消耗主要包括塑料粒子和外购件等，试验检验鉴定费主要是各研发项目的材料特性测试、物理性能测试和安全性能检测等性能测试。公司研发过程的投入、产出以及废料损耗具有匹配性，相关会计处理符合企业会计准则的相关规定，物料消耗和试验检验鉴定费与在研项目、研发进度及研发成果具有匹配性；公司不存在应计入成本但计入研发费用的情形，不存在研发费用资本化的情况，研发费用的分摊与核算准确完整；与研发费用加计扣除、高新技术企业申报存在差异，但差异较小且具有合理性。公司研发费用归集已建立健全有效的内部控制措施，并且有效执行；报告期内公司研发费用波动具有合理性，变动原因主要系随着公司经营规模的扩大，持续增加新产品开发投入以及扩大研发团队人员规模，研发费用金额和占营业收入比重逐年上升；2022 年和 2023 年 1-6 月，公司研发费用率下降主要系当期营业收入增长幅度远大于研发费用投入所致；

5、公司报告期各期销售费用占营业收入比例较低，总体保持稳定；公司销售费用率低于行业平均水平，主要是公司与同行业可比公司下游客户结构与财务核算口径差异所致，剔除上述差异因素，公司销售费用率与同行业可比公司常熟汽饰、新泉股份相近。2020 年管理费用率较高，主要是当期确认较多股份支付费用所致，2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月管理费用率下降，主要是当期营业收入增长较多所致；公司管理费用率高于新泉股份主要系受股份支付费用影响，剔除股份支付费用后两者费用率接近，低于其他同行业可比公司主要系当地人均薪酬偏低、管理人员数量较少等影响，导致职工薪酬占营业收入比例偏低。公司不存在体外循环或费用垫付的情形。

（三）请保荐人按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的相关要求说明对股份支付事项的核查情况

保荐人按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的相关要求说明对股份支付事项的核查情况如下：

《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的要求	核查情况
发行人的股份变动是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》	**1、核查程序** 查阅公司、珠海启富和珠海创强工商登记资料，历次股份变动明细表、相关股东会或股东大会决议、股权激励计划及相关的决策程序文件、员工持股计划人员明细表，及向管理层了解股权激励计划目前实施的情况；对照《企业会计准则第 11 号—股份支付》以及《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定，确定相关股份变动是否涉及股份支付。 **2、核查意见** 经核查，发行人 2020 年 9 月增资、2020 年 11 月增资以及员工持股平台珠海启富 2022 年 11 月和 12 月的人员变动适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》。
股份支付相关安排是否具有商业合理性	**1、核查程序** 查阅股份支付相关的决策程序文件、员工持股计划人员明细表，及向管理层了解股权激励计划目前实施的情况；对涉及人员进行访谈等。 **2、核查意见** 经核查，发行人实施股权激励，系立足公司长远发展，为了充分调动管理团队、员工的积极性而执行，股份支付相关安排具有商业合理性。
股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，与同期可比公司估值是否存在重大差异	**1、核查程序** 查询同行业可比上市公司在历次股权激励时间的并购重组市盈率 PE 倍数，与公司股权激励时使用的市盈率 PE 倍数进行比较分析，以确认公司股份支付公允价值的确认是否合理；对照《企业会计准则第 11 号—股份支付》以及《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》的相关规定,分析公司股份支付的确认条件、授予日及其确认依据、股份支付费用的公允价值及确认方法、服务期约定的合理性以及是否符合《企业会计准则》的规定。 **2、核查意见** 经核查，公司股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果合理，与同期可比公司估值不存在重大差异。
与股权所有权或收益权等相关的限制性条件是否真实、可行，相关约定是否实质上构成隐含的可行权条件，等待期的判断是否准确，等待期各年/期确认的职工服务成本或费用是否准确	**1、核查程序** 查阅公司工商档案中三会决议、历次股权转让或增资的变更信息、增资协议及补充协议和验资报告等；查阅珠海横琴启富投资咨询合伙企业（有限合伙）、珠海横琴创强投资咨询合伙企业（有限合伙）工商档案中历次股权转让或增资的变更信息和合伙协议等；分析历次增资或股权转让是否涉及股份支付，识别相关条款是否存在限制性条件，等待期判断是否准确等。 **2、核查意见** 经核查，公司相关增资协议和员工持股平台合伙协议只对股权处置和服务期设置了限制性条款，隐含了可行权条件中的服务期限要求。公司的股份支付等待期确定考虑了隐含服务期条件，按照预计上市日和服务期到期日孰晚确定，公司股份支付等待期确认无误，等待期确认的职工服务成本或费用准确。

《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的要求	核查情况
发行人股份支付相关会计处理是否符合规定	**1、核查程序** 重新测算公司确认的股份支付费用，复核相关账务处理是否符合《企业会计准则》的规定。 **2、核查意见** 经核查，公司股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

问题 13.关于存货

申报材料显示：

（1）报告期各期末，发行人存货账面余额分别为 30,260.80 万元、39,946.24 万元、49,532.78 万元，主要为模具、发出商品、原材料、库存商品等为主，其中各期末发出商品余额占比分别为 23.82%、21.66%、21.71%，占比较高。

（2）报告期各期末，发行人存货跌价准备分别为 594.54 万元、718.37 万元和 817.86 万元，占存货账面余额比例分别为 1.96%、1.80%和 1.65%。

（3）报告期各期，发行人存货周转率分别为 1.07、1.30 和 1.73，发行人存货周转率持续提升，主要系产品销售额增长较快、存货管理能力不断提升。

（4）因发出商品主要为下游主机厂生产线边待安装产品、已安装于车上产品，整车厂不接受中介机构通过现场盘点的形式进行核查，中介机构采用函证的方式对发出商品进行替代核查。

请发行人：

（1）结合业务模式、产品结构、在手订单等，说明存货结构及其变动的具体原因；说明发出商品占比较高的原因及商业合理性，报告期各期末发出商品的具体构成、对应客户及合同情况、发出时间、收货时间、存放地、日常管理、盘点情况、期后结转及收入确认情况，是否存在长期未结转的发出商品，发出商品订单支持的比例，未被订单覆盖发出商品的具体情况，对发出商品的控制管理情况；主要原材料的金额及占比，结合采购周期、备货政策、在手订单等说明原材料水平的合理性、报告期内金额持续增加的原因及合理性；库存商品的明细及金额占比、生产周期及销售周期、库存水平的合理性及变动的原因，订单覆盖情况、期后销售情况、报告期内金额持续增加的原因及合理性。

（2）结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的差异等说明存货跌价准备计提的充分性，报告期内因存货跌价准备的计提和转回对净利润的影响。

（3）说明报告期内存货周转率变动原因及合理性，与同行业可比公司存在差异的原因及合理性。

（4）说明存货盘点制度、报告期内的盘点情况，包括但不限于存货的盘点时间、范围、对非在库存货的盘点方式、盘点结果等。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明报告期内对各类存货监盘情况，核查金额、比例及结论，采取的替代性核查程序的具体情况，核查的充分性。

回复：

一、发行人说明

（一）结合业务模式、产品结构、在手订单等，说明存货结构及其变动的具体原因；说明发出商品占比较高的原因及商业合理性，报告期各期末发出商品的具体构成、对应客户及合同情况、发出时间、收货时间、存放地、日常管理、盘点情况、期后结转及收入确认情况，是否存在长期未结转的发出商品，发出商品订单支持的比例，未被订单覆盖发出商品的具体情况，对发出商品的控制管理情况；主要原材料的金额及占比，结合采购周期、备货政策、在手订单等说明原材料水平的合理性、报告期内金额持续增加的原因及合理性；库存商品的明细及金额占比、生产周期及销售周期、库存水平的合理性及变动的原因，订单覆盖情况、期后销售情况、报告期内金额持续增加的原因及合理性

1、结合业务模式、产品结构、在手订单等，说明存货结构及其变动的具体原因

报告期各期末，公司存货的具体组成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料类	2,293.82	4.60%	3,110.01	6.28%	2,675.47	6.69%	2,113.00	6.98%
半成品及在产品	889.59	1.78%	983.83	1.99%	625.21	1.57%	416.99	1.38%
成品类	12,744.30	25.53%	12,772.81	25.79%	10,142.35	25.39%	8,184.83	27.05%
模具	33,990.53	68.09%	32,666.13	65.95%	26,503.24	66.35%	19,545.98	64.59%
存货账面余额	**49,918.24**	**100.00%**	**49,532.78**	**100.00%**	**39,946.28**	**100.00%**	**30,260.80**	**100.00%**

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
减：跌价准备	655.14	-	817.86	-	718.37	-	594.54	-
存货账面价值	**49,263.10**	**-**	**48,714.92**	**-**	**39,227.91**	**-**	**29,666.25**	**-**

注：为便于进行结构分析，将原材料、委托加工物资、周转材料归入原材料类；将库存商品、发出商品归入成品类。

如上表，报告期内，公司收入规模持续扩大，承接车型开模需求不断增长，带动公司各类存货余额逐年增加。公司存货以成品类和模具等为主，合计占存货余额比重分别为 91.64%、91.74%、91.74%和 93.62%。报告期各期末，存货结构中原材料类和半成品及在产品占比相对较低，成品类和模具相对较高，主要与公司业务模式相关，具体分析如下：

（1）原材料类

公司主要采用“以销定产”的方式进行定量采购。客户每月底在系统上传未来 2 月的预计生产量，并每周制定下周具体的排产计划，按周度滚动更新。公司汇总各类生产所需物料数量、规格，结合该客户的历史订单需求情况、预示量对应的材料需求情况、公司存货的安全库存量、原材料的采购周期等综合制定材料采购计划，以满足每周排产。经过多年经营实践，公司生产计划的排定较为精细，在此基础上，对生产所需主要原材料，公司通过与供应商友好协商、长期合作，提高原材料周转效率，使原材料保持在相对较低水平，因此存货中原材料占比相对较低。报告期内，随着公司业务规模的增长，各期末原材料余额有所增加。

（2）半成品及在产品

由于公司销售的汽车内外饰件产品及其生产模具按照不同车型进行专业化设计，产品定制化程度较高，因此公司主要按照“以销定产”的模式组织生产。由于产品的生产周期较短，通常 1-3 天左右，从而导致各期末半成品及在产品的占比较小。报告期各期末，半成品及在产品随着业务规模的扩大保持稳定增长。

（3）成品类

公司销售给客户的内外饰件产品，成品类主要包括库存商品和发出商品，

对于已完工尚未发货的产品作为库存商品核算，对于已发出的产品在取得对账单前作为发出商品核算。在销售给客户的过程中，汽车零部件企业通常需要将产品提前移库至客户指定的仓库，为整车厂随时领用提供便利，因此公司收入确认是以公司向客户交付商品、控制权完成转移的凭证为依据，以客户收货并对账作为确认的时点，即在取得客户认可的对账单时点前不确认收入，而是以客户对账单作为收入确认凭据。因此，随着公司业务规模扩大，公司库存商品和发出商品余额也相应增加。

（4）模具

公司模具的结算包含两种模式：1）公司模具开发完成即收取所有费用，即商品模具；2）模具开发成本全部在产品中摊销，即生产模具。目前，公司存货中的模具主要为生产模具，生产模具是公司生产过程中为整车企业定制生产汽车内外饰件的专用生产工具，公司需明确先后取得客户出具的《零部件开发试制通知书》和《量产模具指示书》后才会安排模具的开发及生产，公司通过制定《模具生产通知单》，进一步明确生产模具所需的材料采购计划，模具定制完成后作为公司的存货管理，因此公司所生产的模具都有明确的客户归属并有对应的订单覆盖。

报告期内，随着公司承接的客户、车型、部件类型的增长及多样化，公司存货中的模具金额逐步增加。报告期各期末，存货中模具的占比较高，主要原因如下：

1）模具单位价值量较高

模具单位价值高、生产工艺复杂，部分大型模具生产周期可达 6 个月以上，因此，存货中模具占比较高。截至报告期期末，公司按项目单位价值排名前 20 的模具金额合计为 25,082.72 万元，占模具余额的比例为 73.79%，单项目的模具平均金额为 1,254.14 万元，单位价值量较高。

2）大部分模具存在结转周期

生产模具随着内外饰件产品的销售从而实现收入并结转成本，公司以整车厂提供的总预示量为基础，在各期按照实际销售的数量按比例结转。由于公司大部分模具成本具有较长的摊销周期，一般为 3-5 年，因此使得期末尚未结转

的模具占存货的比例较高。

（5）报告期各期末各类存货的在手订单覆盖率

1）存货的订单覆盖率计算方法

报告期各期末，公司存货项目中发出商品和库存商品根据销售订单发出或生产，且均为成品状态，故期末在手订单优先匹配发出商品和库存商品余额，剩余部分再匹配在产品、原材料和委托加工物资余额。如上所述，客户每月底在系统上传未来 2 月的预计生产量，因此公司在手订单取数系客户通过系统或者邮件发布的 N+2 月预测数据。

2）存货的订单覆盖率情况

报告期各期末，公司在手订单覆盖率如下：

单位：万元

存货类别	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
发出商品	账面原值	11,370.20	10,751.56	8,654.03	7,207.88
	有订单支持的余额	11,370.20	10,751.56	8,654.03	7,207.88
	订单覆盖率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
库存商品	账面原值	1,374.10	2,021.25	1,488.32	976.95
	有订单支持的余额	1,374.10	2,021.25	1,488.32	976.95
	订单覆盖率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
在产品、原材料、半成品、委托加工物资、周转材料	账面原值	3,183.41	4,093.84	3,300.68	2,529.99
	有订单支持的余额	25,371.66	9,628.45	10,513.43	9,528.30
	订单覆盖率	797.00%	235.19%	318.52%	376.61%

注：报告期各期期末存货订单覆盖率=各期期末在手订单成本金额/各期期末存货账面原值

如上表，报告期各期末，公司发出商品、库存商品的订单覆盖均为 100%，主要原因系发出商品根据订单发出，库存商品均根据订单进行生产，整车厂一般提前 2 个月下发预示量订单，因此公司存货的订单覆盖率较高。

报告期各期末公司原材料、委托加工物资、半成品、在产品的订单覆盖率分别为 376.61%、318.52%、235.19%和 797.00%，订单覆盖率均超过 100%，主要系客户每月底在系统上传未来 2 月的预计生产量，客户每周制定下周具体的

排产计划，按周度滚动更新。在与客户多年业务磨合下，公司的生产、采购排期能够更为精细管理，公司根据未来 2 月的预示量、每周排产量、材料采购周期、生产周期等合理安排采购、生产，在满足客户排产需求的前提下合理控制库存。

（6）同行业可比公司的存货结构情况

报告期各期末，同行业可比公司的存货结构情况如下：

公司	时间	原材料	在产品	半成品	库存商品	发出商品	委托加工物资	周转材料	模具	合同履约成本	低值易耗品	在途物资	合计
富强科技	2023/6/30	4.53%	0.65%	1.13%	2.75%	22.78%	0.01%	0.06%	68.09%	-	-	-	100.00%
	2022/12/31	6.07%	0.09%	1.90%	4.08%	21.71%	0.02%	0.19%	65.95%	-	-	-	100.00%
	2021/12/31	6.49%	0.06%	1.51%	3.73%	21.66%	0.09%	0.11%	66.35%	-	-	-	100.00%
	2020/12/31	6.76%	0.07%	1.31%	3.23%	23.82%	0.05%	0.17%	64.59%	-	-	-	100.00%
唯科科技	2023/6/30	21.93%	45.50%	-	21.21%	10.38%	0.62%	-	-	-	0.36%	-	100.00%
	2022/12/31	21.40%	45.78%	-	24.14%	7.55%	0.75%	-	-	-	0.38%	-	100.00%
	2021/12/31	21.61%	39.79%	-	26.78%	10.72%	0.92%	-	-	-	0.19%	-	100.00%
	2020/12/31	23.54%	44.98%	-	23.03%	7.27%	0.97%	-	-	-	0.21%	-	100.00%
常熟汽饰	2023/6/30	19.34%	8.71%	8.55%	15.51%	2.30%	0.05%	0.45%	44.99%	-	-	0.09%	100.00%
	2022/12/31	22.72%	8.75%	10.58%	13.65%	1.65%	1.28%	1.45%	39.90%	-	-	0.02%	100.00%
	2021/12/31	19.65%	0.87%	9.98%	11.23%	2.12%	0.30%	1.46%	54.39%	-	-	-	100.00%
	2020/12/31	18.99%	2.62%	8.03%	10.73%	2.83%	0.18%	1.65%	54.97%	-	-	-	100.00%
新泉股份	2023/6/30	16.00%	5.39%	-	7.76%	29.44%	0.18%	2.78%	37.95%	-	-	0.50%	100.00%
	2022/12/31	12.51%	3.53%	-	7.58%	32.29%	0.11%	3.68%	39.90%	-	-	0.39%	100.00%
	2021/12/31	11.38%	2.34%	-	6.20%	32.76%	0.10%	2.20%	44.74%	-	-	0.28%	100.00%
	2020/12/31	10.00%	1.94%	-	15.05%	22.46%	0.12%	2.53%	47.90%	-	-	-	100.00%
神通科技	2023/6/30	19.24%	0.02%	3.36%	13.25%	20.99%	0.97%	-	42.17%	-	-	-	100.00%
	2022/12/31	18.32%	0.79%	4.36%	23.84%	14.76%	0.80%	-	37.13%	-	-	-	100.00%

	2021/12/31	18.12%	0.41%	4.31%	17.06%	22.00%	1.17%	-	36.93%	-	-	-	100.00%
	2020/12/31	21.51%	0.61%	3.77%	19.04%	24.48%	1.43%	-	29.16%	-	-	-	100.00%
肇民科技	2023/6/30	31.59%	35.58%	-	11.19%	17.94%	0.26%	3.44%	-	-	-	-	100.00%
	2022/12/31	34.75%	31.30%	-	13.57%	17.41%	0.18%	2.79%	-	-	-	-	100.00%
	2021/12/31	40.96%	21.82%	-	13.18%	21.60%	0.38%	2.06%	-	-	-	-	100.00%
	2020/12/31	43.99%	15.51%	-	16.07%	22.63%	0.35%	1.45%	-	-	-	-	100.00%
东箭科技	2023/6/30	16.09%	8.72%	-	58.23%	1.43%	3.83%	-	-	10.32%	1.38%	-	100.00%
	2022/12/31	16.00%	12.51%	-	57.67%	3.01%	2.82%	-	-	6.70%	1.30%	-	100.00%
	2021/12/31	12.28%	12.91%	-	62.71%	5.72%	3.01%	-	-	2.46%	0.92%	-	100.00%
	2020/12/31	16.81%	12.37%	-	65.96%	0.98%	2.98%	-	-	-	0.90%	-	100.00%
福赛科技	2023/6/30	23.57%	16.75%	-	28.76%	28.54%	-	1.13%	-	1.24%	-	-	100.00%
	2022/12/31	23.68%	20.46%	-	30.55%	23.34%	-	1.23%	-	0.74%	-	-	100.00%
	2021/12/31	27.88%	11.01%	-	37.25%	20.45%	-	2.84%	-	0.57%	-	-	100.00%
	2020/12/31	30.28%	19.63%	-	21.09%	25.39%	-	3.05%	-	0.56%	-	-	100.00%

报告期各期末，受业务模式、客户结构、产品结构等差异的影响，同行业公司之间的存货明细及构成均存在一定差异。

公司采用“以销定产，适量备货”的生产模式，客户主要以广汽系为主且较为集中，并且双方长期合作，公司基于客户提供的预示量以及具体的排产计划，能够较为精确判断未来一周的材料备货量，因此原材料、周转材料等备货量较少。由于公司围绕主要客户建立生产基地，在取得客户的订单需求并完成生产后，能够以较快速度运送至客户或客户指定仓库内，无需进行大批量备货，因此库存商品较少。

相较于同行业可比公司，发行人的产品以注塑件为主，其中主要集中于门内饰板总成、挡泥板总成和保险杠类产品，生产周期较短，通常 1-3 天左右，因此在产品、半成品、委托加工物资的占比较低。

发行人的存货主要以模具和发出商品为主，存货结构整体与新泉股份相近，主要为双方的收入确认政策、产品品类、模具的会计处理等较为接近。一方面，公司的收入确认政策为：公司销售给客户的内外饰件产品，在客户收货并对账后确认销售收入，情况与新泉股份基本一致；另一方面，公司与新泉股份均主要从事汽车内、外饰件系统零部件及模具的设计、制造及销售。模具的会计处理方面，同行业可比公司模具分别在固定资产、存货、长期待摊费用列报，其中唯科科技、常熟汽饰、东箭科技、福赛科技将生产模具列报于固定资产科目中；神通科技、肇民科技将生产模具列报于长期待摊费用中核算；新泉股份及富强科技将生产模具在存货中列报。因此，发行人和新泉股份存货中模具和发出商品的占比高于同行业，具有合理性。

综上所述，公司存货结构合理，与公司的实际生产经营状况匹配。

2、说明发出商品占比较高的原因及商业合理性，报告期各期末发出商品的具体构成、对应客户及合同情况、发出时间、收货时间、存放地、日常管理、盘点情况、期后结转及收入确认情况，是否存在长期未结转的发出商品，发出商品订单支持的比例，未被订单覆盖发出商品的具体情况，对发出商品的控制管理情况

（1）发出商品占比较高的原因及商业合理性

报告期各期末，公司发出商品余额分别为 7,207.88 万元、8,654.03 万元、10,751.56 万元和 11,370.20 万元，占存货的比重分别为 23.82%、21.66%、21.71%和 22.78%，金额及占比较大主要与公司与下游客户之间的业务模式相关。公司发出商品主要系已经发出尚未经客户确认的汽车内外饰件产品，发行人与大部分客户的结算方式为：客户将公司产品领用并装配至整车后，一般于次月在客户供应链系统发布对账单或通过邮件进行对账作为结算依据，公司核对无误后据此确认收入，报告期内，公司与主要客户的结算方式遵循一贯性原则，未发生重大变化。此外，公司采用以销定产的生产模式，根据客户每周制定下周具体的排产计划进行原材料采购以满足每周排产，同时因为产品生产周期较短，通常 1-3 天左右，因此公司原材料、库存商品、在产品的规模一般较低，从而导致期末发出商品的占比相对较高。

同行业中，与公司同样将模具纳入存货的新泉股份，发出商品占比与发行人均呈现较高的比重，具体如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
新泉股份	29.44%	32.29%	32.76%	22.46%
富强科技	22.78%	21.71%	21.66%	23.82%

综上，报告期各期末发行人发出商品占比较高主要与公司业务模式相关，具有商业合理性。

（2）报告期各期末发出商品的具体构成、对应客户及合同情况、发出时间、收货时间、存放地、日常管理、盘点情况、期后结转及收入确认情况

1）发出商品的具体构成

报告期各期末，公司发出商品总体构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
门内饰板总成	4,856.40	42.71%	5,928.48	55.14%	4,170.82	48.20%	2,886.75	40.05%
挡泥板总成	941.86	8.28%	977.98	9.10%	1,074.70	12.42%	1,162.71	16.13%
保险杠类产品	2,138.08	18.80%	746.50	6.94%	578.11	6.68%	641.92	8.91%
雨刮盖板总成	303.59	2.67%	413.30	3.84%	413.85	4.78%	462.47	6.42%
机舱护板总成	132.55	1.17%	158.27	1.47%	243.08	2.81%	245.15	3.40%
其他	2,997.72	26.37%	2,527.03	23.50%	2,173.48	25.12%	1,808.88	25.10%
合计	**11,370.20**	**100.00%**	**10,751.56**	**100.00%**	**8,654.03**	**100.00%**	**7,207.88**	**100.00%**

报告期各期末，公司发出商品主要为门内饰板总成、挡泥板总成和保险杠类产品，各期末三者的占比合计分别为 65.09%、67.30%、71.18%和 69.80%，与报告期各期的业务收入占比基本一致，各期上述三项业务的收入占比分别为 57.11%、59.69%、64.88%和 64.84%。

2）发出商品对应客户及合同情况、发出时间、收货时间、存放地、日常管理、盘点情况

报告期各期末，公司发出商品对应的前五大客户情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日						
序号	**对应的客户名称**	**金额**	**占比**	**合同内容**	**主要发出时间**	**主要收货时间**
1	广州汽车集团股份有限公司	7,879.72	69.30%	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成	2023 年 6 月	2023 年 6 月
2	广汽本田汽车有限公司	2,497.33	21.96%	保险杠类产品、挡泥板总成、雨刮盖板总成	2023 年 6 月	2023 年 6 月
3	小鹏汽车	300.66	2.64%	门内饰板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成	2023 年 5-6 月	2023 年 5-6 月
4	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	143.68	1.26%	座椅类配件	2023 年 6 月	2023 年 6 月
5	广州河西汽车内饰件有限公司	115.10	1.01%	门内饰板总成	2023 年 5-6 月	2023 年 5-6 月
合计		**10,936.49**	**96.19%**	/	/	/
2022 年 12 月 31 日						
序号	**对应的客户名称**	**金额**	**占比**	**合同内容**	**主要发出时间**	**主要收货时间**
1	广州汽车集团股份有限公司	7,597.66	70.67%	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成	2022 年 12 月	2022 年 12 月
2	广东小鹏汽车科技有限公司	1,503.01	13.98%	门内饰板总成	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
3	广汽本田汽车有限公司	831.65	7.74%	保险杠类产品、挡泥板总成	2022 年 11-12 月	2022 年 11-12 月
4	合创汽车科技有限公司	180.68	1.68%	保险杠类产品	样件	
5	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	104.09	0.97%	座椅类配件	2022 年 11-12 月	2022 年 11-12 月
合计		**10,217.08**	**95.03%**	/	/	/
2021 年 12 月 31 日						
序号	**对应的客户名称**	**金额**	**占比**	**合同内容**	**主要发出时间**	**主要收货时间**
1	广州汽车集团股份有限公司	5,298.59	61.23%	门内饰板总成、挡泥板总成、雨刮盖板总成、机舱护板总成	2021 年 10-12 月	2021 年 10-12 月
2	广汽本田汽车有限公司	1,336.65	15.45%	保险杠类产品、挡泥板总成、雨刮盖板总成	2021 年 11-12 月	2021 年 11-12 月

3	合创汽车科技有限公司	604.95	6.99%	保险杠类产品、其他	2021 年 12 月	2021 年 12 月
4	广州河西汽车内饰件有限公司	221.53	2.56%	门饰板配件、立柱总成	2021 年 12 月	2021 年 12 月
5	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	204.85	2.37%	座椅类配件	2021 年 12 月	2021 年 12 月
合计		**7,666.57**	**88.59%**	/	/	/
2020 年 12 月 31 日						
序号	**对应的客户名称**	**金额**	**占比**	**合同内容**	**主要发出时间**	**主要收货时间**
1	广州汽车集团股份有限公司	3,950.34	54.81%	门内饰板总成、挡泥板总成、雨刮盖板总成、机舱护板总成	2020 年 11-12 月	2020 年 11-12 月
2	广汽本田汽车有限公司	1,688.51	23.43%	保险杠类产品、挡泥板总成、雨刮盖板总成	2020 年 10-12 月	2020 年 10-12 月
3	广州河西汽车内饰件有限公司	262.25	3.64%	门饰板配件、立柱总成	2020 年 12 月	2020 年 12 月
4	广州林骏汽车内饰件有限公司	256.67	3.56%	座椅类配件	2020 年 11-12 月	2020 年 11-12 月
5	广州提爱思汽车内饰系统有限公司	205.17	2.85%	座椅类配件	2020 年 11-12 月	2020 年 11-12 月
合计		**6,362.94**	**88.28%**	/	/	/

注：1、报告期内同一控制下的客户已进行合并披露。广汽本田为广汽集团与本田技研工业株式会社的合营企业，广汽集团持股比例为 50%，不存在控制关系，故未合并披露；

2、广州汽车集团股份有限公司系同一控制下合并口径披露，包括：广汽埃安新能源汽车股份有限公司、广汽乘用车有限公司、广汽乘用车有限公司宜昌分公司、广汽乘用车（杭州）有限公司、广州华智汽车部件有限公司宜昌分公司、广州华智汽车部件有限公司、广州祺盛动力总成有限公司、广州汽车集团股份有限公司、广州汽车集团股份有限公司汽车工程研究院；

3、广汽本田汽车有限公司系同一控制下合并口径披露，包括：广汽本田汽车有限公司、广汽本田汽车有限公司增城工厂、广汽本田汽车研究开发有限公司、本田汽车（中国）有限公司。

下游整车厂通常按月在系统滚动上传未来 2 月的预计生产量，并每周制定下周具体的排产计划，按周度滚动更新，公司根据客户的排产计划来组织生产，通常会备 1-3 天用量，同时客户每天通过供应链系统提出 1-2 天发货需求，公司根据发货需求安排发货至客户指定的仓库，因此公司期末发出商品均有对应的订单需求。

对于供应商发给下游汽车整车厂的汽车零部件，在汽车整车厂主要以三种形式存在：客户尚未安装领用、尚在生产线上、已完成安装下线。因涉及供应商多、零部件分散于仓库、生产线上、已下线整车上，对该部分寄售商品，出于商业保密性和内部管理要求，汽车整车厂通常不同意供应商进行现场盘点。公司通过检查发货记录、物流记录、核对期后客户签收单以及对账单等对发出商品进行日常管理。

3）期后结转及收入确认情况

报告期各期末，公司发出商品期后结转及收入确认情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
发出商品期末余额	11,370.20	10,751.56	8,654.03	7,207.88
结转金额	10,404.77	10,403.13	8,480.82	7,021.14
结转占比	91.51%	96.76%	98.00%	97.41%

注：期后结转金额为截至 2023 年 9 月 30 日结转的金额。

如上表，截至 2023 年 9 月 30 日，公司发出商品期后结转成本的比例分别为 97.41%、98.00%、96.76%和 91.51%，占比较高。客户每月底在系统上传未来 2 月的预计生产量，并每周制定下周具体的排产计划，按周度滚动更新，公司基于此每周排产，并根据客户指示的发货时间进行发货，双方每月均会安排对账，对前期发货并领用的情况进行对账，但由于存在发出商品为样件、客户领用不及时、双方对账暂时未达成一致等原因，对账完成的时间可能推迟，导致个别发出商品结转会有所延迟。公司各期末对发出商品进行减值测试，对于存在减值迹象的已分别计提跌价准备 144.71 万元、293.80 万元、320.63 万元和 195.60 万元，金额较小。

（3）是否存在长期未结转的发出商品，发出商品订单支持的比例，未被订单覆盖发出商品的具体情况，对发出商品的控制管理情况

报告期各期末，公司发出商品库龄为 1 年以上的余额分别为 412.18 万元、366.34 万元、716.74 万元和 448.34 万元，占期末存货余额的比例分别为 1.36%、0.92%、1.45%和 0.90%，金额及占比均较小。公司根据客户的发货需求安排发货，因此发出商品都有的订单支持，不存在未被订单覆盖发出商品的情形。公司已建立健全的发出商品管理制度，对发出商品的形成、出厂、出库后控制等进行了较为明确的规范。

具体如下：

1）发出商品形成

物流部根据客户审核完成的销售订单，在客户供应链管理系统或者客户邮件处下载对应销售订单信息，填制《xx 客户出货计划汇总表》或者直接使用客户供应链管理系统销售订单信息，提交公司物流部主管审核。审核完成后，物流部门在 ERP 系统下达销售订单，形成对应发货通知单，物流部门根据发货指令进行发货，从而形成发出商品。

2）发出商品出厂

计划员根据审核后的客户供应链管理系统销售订单信息或《xx 客户出货计划汇总表》，发送仓库进行备货，仓管员在核对计划汇总表或销售订单上相关信息无误后按客户要求时间点进行送货单据打印、实物备货、装车等工作。

3）发出商品出库后的控制

①发出商品签收

发行人在销售货物发出后，由物流部门进行全程跟踪，物流部门每日将发货清单与客户供应链系统或客户邮件签收信息进行核对，并获取客户指定的收货人对货物的签收原件。物流部门将收货确认单原件送达财务部，审核通过后结算运费，物流部将对应收货确认单按月归集与存档。

②发出商品签收后的管理：

A、公司发出商品每日数据由物流部通过 ERP 系统进行及时处理。

B、公司物流部在对发出商品的日常清理过程中发现系统发出商品与客户实际签收不一致的信息，会及时通知物流部门经理，物流部门经理及时与客户进行沟通处理。

C、发出商品若出现缺损、丢失等现象，根据责任划分，由物流部门经理提交调查报告，经责任部门签字确认后进行相应处理。

D、财务部根据物流部的发货及开票情况，每月发布《已出库未结算清单》至市场部经理。

E、市场部根据财务部提供的统计表，积极与客户联络，催收签收验收单据。

F、针对超期（发货 6 个月以上）发出商品，由市场部反馈超期原因、下一步处理策略及计划完成时间，财务部定期跟踪考核。

G、内审部定期进行巡检，根据市场部的业务规模、发出商品呆滞占发出商品的比例、岗位变更及日常资产巡检等情况随机抽检。

综上，公司已制定了较为完善的发出商品管理制度，相关内部控制健全完善。

3、主要原材料的金额及占比，结合采购周期、备货政策、在手订单等说明原材料水平的合理性、报告期内金额持续增加的原因及合理性；

报告期各期末，原材料的账面余额分别为 2,044.71 万元、2,592.84 万元、3,006.06 万元和 2,259.57 万元，占各期末存货的比例分别为 6.76%、6.49%、6.07%和 4.53%。报告期各期末，原材料的具体组成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
塑料粒子	892.44	39.50%	1,282.83	42.67%	1,520.49	58.64%	1,450.62	70.95%
外购部件	1,350.05	59.75%	1,703.19	56.66%	1,062.24	40.97%	583.55	28.54%
包装及周转材料	17.08	0.76%	20.04	0.67%	10.11	0.39%	10.54	0.52%
合计	**2,259.57**	**100.00%**	**3,006.06**	**100.00%**	**2,592.84**	**100.00%**	**2,044.71**	**100.00%**

由于公司所交付的主要为定制化产品，因此不同车企、不同车型对原材料的要求存在多样化。塑料粒子中，占比较大的主要为 PP 料、ABS 料；外购部

件主要包括表皮、吸音棉、拉手等。

（1）采购周期

公司的原材料主要包括塑料粒子和外购部件产品，公司结合时点订单需求，同时根据供应商的响应速度、交付周期、运输半径等因素制定采购计划，因此不同原材料的采购周期有所差别。塑料粒子中占比最大的为 PP 料，PP 料采购周期通常为一周左右；外购部件中主要为用于门内饰板总成的表皮、吸音棉、拉手，公司主要原材料的采购周期较短，通常在 7-15 天左右，对于采购周期较长的物料，公司按生产计划提前安排采购。

（2）备货政策

对于生产用原材料，公司主要采用“以销定产，适量备货”的方式进行采购，公司主要客户为国内外知名的整车厂商，对产品交付及时性要求较高，客户每月底在系统上传未来 2 月的预计生产量，公司基于预示量对未来 2 个月的材料总体需求有大致判断。同时，客户每周制定下周具体的排产计划，按周度滚动更新，公司基于此有更加精确判断未来一周的材料备货量，公司汇总各类生产所需物料数量、规格，结合该客户的历史订单需求情况、预示量对应的材料需求情况、公司存货的安全库存量、原材料的采购周期等综合制定材料采购计划，以满足每周排产。报告期内随着业务的规模增长，公司需要相应增加备货规模。

（3）在手订单

公司以客户每月底在系统上传未来 2 月的预计生产量为基础，期末在手订单优先匹配发出商品和库存商品余额，剩余部分再匹配在产品、原材料和委托加工物资余额。根据上述计算方法，报告期各期末在产品、原材料、半成品、委托加工物资、周转材料的订单覆盖率分别为 376.61%、318.52%、235.19%和 797.86%，因此各期末原材料的订单覆盖均超 100%。

综上，报告期各期末，公司原材料金额及变动与公司的业务开展情况相关，报告期内公司原材料的采购周期和备货政策未发生重大变化，订单覆盖率保持较高的水平，公司原材料规模合理。报告期内，公司业务规模的扩大，在手订单金额持续增长，报告期内金额持续增加具有合理性。

4、库存商品的明细及金额占比、生产周期及销售周期、库存水平的合理性及变动的原因，订单覆盖情况、期后销售情况、报告期内金额持续增加的原因及合理性

（1）库存商品的明细及金额占比

报告期各期末，库存商品的账面余额分别为 976.95 万元、1,488.32 万元、2,021.25 万元和 1,374.10 万元，占各期末存货的比例分别为 3.23%、3.73%、4.08%和 2.75%。报告期各期末库存商品的具体组成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
门内饰板总成	704.66	51.28%	964.61	47.72%	732.60	49.22%	425.58	43.56%
保险杠类产品	137.79	10.03%	209.76	10.38%	121.24	8.15%	62.27	6.37%
挡泥板总成	101.54	7.39%	169.04	8.36%	111.35	7.48%	90.40	9.25%
雨刮盖板总成	34.14	2.48%	66.79	3.30%	42.26	2.84%	43.11	4.41%
机舱护板总成	12.67	0.92%	26.85	1.33%	24.86	1.67%	29.57	3.03%
其他	383.30	27.89%	584.19	28.90%	456.00	30.64%	326.02	33.37%
合计	**1,374.10**	**100.00%**	**2,021.25**	**100.00%**	**1,488.32**	**100.00%**	**976.95**	**100.00%**

（2）生产周期及销售周期、库存水平的合理性及变动的原因

报告期内，公司汽车内外饰件的生产周期较短。公司采取以销定产的生产计划，客户每月底在系统上传未来 2 月的预计生产量，并每周制定下周具体的排产计划，按周度滚动更新，公司基于此每周排产，客户每天通过供应链系统提出 1-2 天发货需求，公司生产完毕后即向客户发货，客户当日签收，因此销售周期较短。报告期内，公司不同产品所对应生产周期及销售周期具体如下：

产品类别	生产周期	销售周期
门内饰板总成	1-3 天	1-2 天
保险杠类产品	1-3 天	1-2 天
挡泥板总成	1-2 天	1 天
雨刮盖板总成	1 天	1 天
机舱护板总成	1 天	1 天

综上，公司主要产品的生产周期和销售周期较短，因此期末库存商品的金额及占比也较小，报告期内随着业务规模的扩大，期末库存商品同步增长，报告期内库存水平及变动具体合理性。

（3）订单覆盖情况

报告期各期末，库存商品的订单覆盖情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
期末金额	1,374.10	2,021.25	1,488.32	976.95
在手订单金额	1,374.10	2,021.25	1,488.32	976.95
订单覆盖率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

如上表，报告期各期末，公司库存商品的订单覆盖率较高。

（4）期后销售情况

报告期各期末，公司库存商品期后确认收入并结转成本的情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
库存商品期末余额	1,374.10	2,021.25	1,488.32	976.95
期后结转金额	1,313.69	1,912.75	1,468.60	953.90
期后结转占比	95.60%	94.63%	98.68%	97.64%

注：期后结转金额为截至 2023 年 9 月 30 日结转的金额。

如上表，报告期各期末，公司库存商品期后基本能够实现销售，期后未实现销售的主要系各车型的售后备件，因此期后存在未实现销售具有合理性。

（5）报告期内金额持续增加的原因及合理性

报告期内，公司库存商品的持续增加主要受业务规模增长的影响，具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
库存商品期末余额	1,374.10	2,021.25	1,488.32	976.95
营业收入	63,850.99	103,790.34	67,731.13	49,281.27
库存商品/营业收入	2.15%	1.95%	2.20%	1.98%

如上表，报告期内随着营业收入的增长，公司期末库存商品余额也同步增

长，但各期末库存商品占各期营业收入的比例基本保持平稳，报告期内库存商品金额持续增加具有合理性。

（二）结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的差异等说明存货跌价准备计提的充分性，报告期内因存货跌价准备的计提和转回对净利润的影响

1、存货跌价准备计提的充分性

（1）存货库龄结构

报告期各期末，公司的存货（不含模具）库龄情况如下：

单位：万元

库龄	2023.6.30					
	1年以内	占比	1-2年	占比	2年以上	占比
原材料	2,159.58	95.57%	56.64	2.51%	43.35	1.92%
在产品	324.66	100.00%	-	-	-	-
半成品	551.35	97.60%	6.95	1.23%	6.63	1.17%
库存商品	1,314.08	95.63%	35.73	2.60%	24.29	1.77%
发出商品	10,921.87	96.06%	315.20	2.77%	133.14	1.17%
委托加工物资	3.73	100.00%	-	-	-	-
周转材料	25.98	85.13%	2.61	8.56%	1.93	6.32%
合计	**15,301.25**	**96.07%**	**417.13**	**2.62%**	**209.33**	**1.31%**
库龄	**2022.12.31**					
	1年以内	占比	1-2年	占比	2年以上	占比
原材料	2,914.51	96.95%	54.72	1.82%	36.83	1.23%
在产品	42.37	100.00%	-	-	-	-
半成品	914.61	97.15%	19.99	2.12%	6.86	0.73%
库存商品	1,974.39	97.68%	23.93	1.18%	22.93	1.13%
发出商品	10,034.81	93.33%	444.34	4.13%	272.4	2.53%
委托加工物资	9.15	100.00%	-	-	-	-
周转材料	89.65	94.56%	3.28	3.46%	1.87	1.97%
合计	**15,979.49**	**94.74%**	**546.26**	**3.24%**	**340.89**	**2.02%**

库龄	2021.12.31					
	1 年以内	占比	1-2 年	占比	2 年以上	占比
原材料	2,523.36	97.32%	68.42	2.64%	1.05	0.04%
在产品	22.06	100.00%	-	-	-	-
半成品	583.99	96.82%	19.11	3.17%	0.05	0.01%
库存商品	1,426.23	95.83%	62.09	4.17%	0	0.00%
发出商品	8,287.69	95.77%	324.91	3.75%	41.43	0.48%
委托加工物资	37.6	100.00%	-	-	-	-
周转材料	37.56	83.42%	7.44	16.52%	0.03	0.07%
合计	**12,918.49**	**96.10%**	**481.97**	**3.59%**	**42.56**	**0.32%**
库龄	**2020.12.31**					
	1 年以内	**占比**	**1-2 年**	**占比**	**2 年以上**	**占比**
原材料	1,917.37	93.77%	126.64	6.19%	0.7	0.03%
在产品	21.01	100.00%	-	-	-	-
半成品	363.35	91.76%	30.68	7.75%	1.95	0.49%
库存商品	976.78	99.98%	0.17	0.02%	-	-
发出商品	6,795.70	94.28%	367.41	5.10%	44.77	0.62%
委托加工物资	15.71	100.00%	-	-	-	-
周转材料	32.02	60.90%	20.56	39.10%	-	-
合计	**10,121.94**	**94.47%**	**545.46**	**5.09%**	**47.42**	**0.44%**

报告期各期末，剔除模具后，公司一年以上库龄的存货占比分别为 5.53%、3.90%、5.26%和 3.93%，占比较低。

公司一年以上库龄的存货主要为生产模具，报告期各期末，公司存货中模具的库龄情况如下：

单位：万元

库龄	2023.06.30							
	1年以内	占比	1-2年	占比	2-3年	占比	3年以上	占比
模具-模材	50.50	86.01%	1.74	2.96%	2.32	3.96%	4.15	7.07%
模具-在产品	4,109.85	100.00%						
模具-产成品	15,775.38	52.90%	5,116.92	17.16%	4,380.86	14.69%	4,548.81	15.25%
合计	**19,935.72**	**58.65%**	**5,118.66**	**15.06%**	**4,383.18**	**12.90%**	**4,552.96**	**13.39%**
库龄	**2022.12.31**							
	1年以内	**占比**	**1-2年**	**占比**	**2-3年**	**占比**	**3年以上**	**占比**
模具-模材	56.59	86.75%	3.41	5.23%	1.92	2.95%	3.31	5.08%
模具-在产品	3,903.30	100.00%	-	-	-	-	-	-
模具-产成品	13,500.80	47.05%	7,016.78	24.45%	2,187.70	7.62%	5,992.31	20.88%
合计	**17,460.70**	**53.45%**	**7,020.19**	**21.49%**	**2,189.62**	**6.70%**	**5,995.62**	**18.35%**
库龄	**2021.12.31**							
	1年以内	**占比**	**1-2年**	**占比**	**2-3年**	**占比**	**3年以上**	**占比**
模具-模材	47.46	86.36%	3.43	6.24%	4.06	7.40%	-	-
模具-在产品	4,505.71	100.00%	-	-	-	-	-	-
模具-产成品	10,364.67	47.24%	2,936.25	13.38%	6,097.86	27.79%	2,543.80	11.59%
合计	**14,917.84**	**56.29%**	**2,939.68**	**11.09%**	**6,101.92**	**23.02%**	**2,543.80**	**9.60%**
库龄	**2020.12.31**							
	1年以内	**占比**	**1-2年**	**占比**	**2-3年**	**占比**	**3年以上**	**占比**
模具-模材	48.08	90.71%	4.92	9.28%	-	-	-	-

模具-在产品	3,372.39	100.00%	-	-	-	-	-	-
模具-产成品	5,319.59	33.00%	7,553.24	46.85%	1,783.08	11.06%	1,464.68	9.09%
合计	**8,740.06**	**44.72%**	**7,558.16**	**38.67%**	**1,783.08**	**9.12%**	**1,464.68**	**7.49%**

如上表，公司一年以上库龄的模具存货主要为模具-产成品，主要系公司开发并用于生产的模具需满足对应车型的销售周期，一般持续使用的时间较长。

（2）期后结转情况

报告期各期末，公司存货期后结转情况如下表所示：

单位：万元

期间	类别	期末金额	期后结转金额	期后结转占比
2023 年 6 月 30 日	原材料	2,259.57	2,150.74	95.18%
	在产品	324.66	324.66	100.00%
	半成品	564.93	543.24	96.16%
	库存商品	1,374.10	1,313.69	95.60%
	发出商品	11,370.20	10,404.77	91.51%
	委托加工物资	3.73	3.73	100.00%
	周转材料	30.52	26.94	88.26%
	模具	33,990.53	1,622.57	4.77%
	合计	**49,918.24**	**16,390.32**	**32.83%**
2022 年 12 月 31 日	原材料	3,006.06	2,649.21	88.13%
	在产品	42.37	42.37	100.00%
	半成品	941.46	880.54	93.53%
	库存商品	2,021.25	1,912.75	94.63%
	发出商品	10,751.56	10,403.13	96.76%
	委托加工物资	9.15	9.15	100.00%
	周转材料	94.80	87.60	92.40%
	模具	32,666.13	5,004.06	15.32%
	合计	**49,532.78**	**20,988.81**	**42.37%**
2021 年 12 月 31 日	原材料	2,592.84	2,551.82	98.42%
	在产品	22.06	22.06	100.00%
	半成品	603.15	600.36	99.54%
	库存商品	1,488.32	1,468.60	98.68%
	发出商品	8,654.03	8,480.82	98.00%
	委托加工物资	37.60	37.60	100.00%
	周转材料	45.03	44.04	97.80%
	模具	26,503.24	8,974.63	33.86%
	合计	**39,946.28**	**22,179.92**	**55.52%**

期间	类别	期末金额	期后结转金额	期后结转占比
2020 年 12 月 31 日	原材料	2,044.71	2,017.59	98.67%
	在产品	21.01	21.01	100.00%
	半成品	395.98	390.64	98.65%
	库存商品	976.95	953.91	97.64%
	发出商品	7,207.88	7,021.14	97.41%
	委托加工物资	15.71	15.71	100.00%
	周转材料	52.58	50.72	96.47%
	模具	19,545.98	9,646.58	49.35%
	合计	**30,260.80**	**20,117.30**	**66.48%**

注：期后结转金额为截至 2023 年 9 月 30 日结转的金额。

根据上表，截至 2023 年 9 月 30 日，除模具外，公司其余存货基本已经实现对外销售并结转成本。公司模具主要为生产模具，随着注塑产品的销售从而实现收入并结转成本，公司以整车厂提供的总预示量为基础，在各期按照实际销售的数量按比例结转。由于公司大部分模具成本具有摊销周期，一般为 3-5 年，因此使得期末尚未结转的模具金额较大。

（3）存货跌价测试方法和覆盖范围

公司根据自身的业务特点和存货的实际情况，制定了合理谨慎的存货跌价准备计提政策。报告期各期末，公司针对原材料、在产品、半成品、库存商品、发出商品、委托加工物资、周转材料和模具分别进行存货跌价测试，并根据测试结果计提存货跌价准备。具体方法如下：

1）报告期各期末，公司对存货进行全面清查后，逐项对计入存货的项目进行跌价测试，按存货的成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备；

2）公司计算不同类型的存货的库龄，针对库龄较长的存货判断是否存在跌价迹象；其中对于库龄超过一年的原材料、在产品、半成品和周转材料和模具-模材，因可用性较差等原因，预计后续生产领用的概率较低，公司出于谨慎性考虑，将其可变现净值视为零。

综上，公司存货跌价测试方法为按存货的成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，存货跌价测试范围覆盖公司

全部存货。

（4）可变现净值的确定依据

1）对于库存商品、发出商品、模具-产成品，在正常生产经营过程中，以该存货的预计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；

2）对于原材料、委托加工物资、周转材料、模具-模材和尚未完工的在产品、半成品、模具-半成品，以所生产的产成品的合同售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。其中，对于库龄超过一年的原材料、在产品、半成品、周转材料和模具-模材，因可用性较差等原因，预计后续生产领用的概率较低，公司出于谨慎性考虑，将其可变现净值视为零。

（5）存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的差异等说明存货跌价准备计提的充分性

报告期各期末，发行人及同行业可比公司存货跌价准备计提情况如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
唯科科技	5.51%	5.10%	3.73%	4.55%
常熟汽饰	4.48%	5.51%	6.64%	7.33%
新泉股份	0.17%	0.09%	0.08%	0.03%
神通科技	12.65%	11.63%	7.97%	8.35%
肇民科技	1.74%	1.62%	1.71%	2.73%
东箭科技	6.67%	8.09%	6.40%	9.41%
福赛科技	5.67%	5.67%	5.66%	5.79%
均值	**5.27%**	**5.39%**	**4.60%**	**5.46%**
富强科技（含模具）	**1.31%**	**1.65%**	**1.80%**	**1.96%**

报告期各期，发行人的存货跌价计提比例整体低于行业平均水平，但各家可比公司的计提比例存在较大差异，主要是由各家公司的存货内部构成差异所致。报告期内，发行人、神通科技、福赛科技、新泉股份和常熟汽饰的存货中包含模具，为保持口径一致，同时将上述公司存货中的模具剔除，剔除后同行业可比公司存货跌价准备计提情况如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
唯科科技	5.51%	5.10%	3.73%	4.55%
常熟汽饰	4.68%	5.30%	8.00%	12.07%
新泉股份	0.28%	0.14%	0.14%	0.05%
神通科技	12.88%	10.68%	8.26%	6.62%
肇民科技	1.74%	1.62%	1.71%	2.73%
东箭科技	6.67%	8.09%	6.40%	9.41%
福赛科技	5.67%	4.58%	6.37%	7.62%
均值	**5.35%**	**5.07%**	**4.95%**	**6.15%**
富强科技（剔除模具）	**3.70%**	**4.48%**	**4.64%**	**4.19%**

剔除模具后，发行人存货跌价准备比例计提与同行业平均水平相近。

综上，公司根据自身的业务特点和存货的实际情况，制定了合理谨慎的存货跌价准备计提政策，存货跌价准备计提具有充分性。

2、报告期内因存货跌价准备的计提和转回对净利润的影响

公司不存在存货跌价准备转回的情形，但存在存货跌价准备转销，报告期内因计提和转销存货跌价准备对净利润的影响金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
存货跌价准备计提金额	560.33	714.11	522.50	456.80
存货跌价准备转销金额	723.05	614.62	398.67	421.97
存货跌价准备增加额	-162.72	99.49	123.83	34.83
所得税影响金额	-23.12	14.86	12.73	3.94
对净利润的影响金额	-139.60	84.63	111.10	30.89
净利润	7,830.50	12,850.01	10,832.74	7,081.29
净利润的影响金额占净利润比例	-1.78%	0.66%	1.03%	0.44%

报告期内，发行人存货跌价准备的计提和转销对净利润的影响分别为 30.89 万元、111.10 万元、84.63 万元及-139.60 万元，占当期净利润的比例分别为 0.44%、1.03% 0.66%及-1.78%，影响较小。2023 年 1-6 月影响金额由正转负主要是因为前期计提的库存商品和发出商品实现销售所致。

（三）说明报告期内存货周转率变动原因及合理性，与同行业可比公司存在差异的原因及合理性

1、报告期内存货周转率变动原因及合理性

2020 年度、2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月，公司存货周转率分别为 1.07、1.30、1.73 和 0.97，报告期内，公司存货周转率持续提升，主要系产品销售额增长较快所致，报告期内，公司主营业务收入分别为 49,068.85 万元、67,553.89 万元、103,187.30 万元和 63,328.53 万元，2020 至 2022 年年均复合增长率达 45.01%，公司营业收入保持高速增长态势。另一方面公司存货管理能力不断提升，缩短了存货周转天数。

2、同行业可比公司存在差异的原因及合理性

报告期内，可比公司存货周转率情况如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	1.35	2.53	3.28	3.20
常熟汽饰	2.09	5.11	4.37	4.02
新泉股份	2.02	3.45	2.81	2.85
神通科技	1.59	3.10	3.38	3.95
肇民科技	1.47	3.07	4.77	5.79
东箭科技	2.55	4.41	4.38	4.64
福赛科技	2.06	3.94	4.29	4.40
均值	**1.88**	**3.66**	**3.90**	**4.12**
富强科技（含模具）	**0.97**	**1.73**	**1.30**	**1.07**

注：2023 年 6 月 30 日数据未经年化处理。

报告期内，公司存货周转率较低，主要受存货明细中占比较高的发出商品和模具的影响。一方面主要是由于公司主要服务广汽集团、广汽本田等整车厂，客户将公司产品领用并装配至整车后，一般于次月在客户供应链系统发布对账单或通过邮件进行对账作为结算依据，公司核对无误后据此确认收入，从而导致发出商品余额较大；另一方面，公司将模具纳入存货核算，各期末尚处在生产过程中以及未实现收入模具的余额较大，而模具收入确认采取生命周期内按产品销量的分摊方式，报告期内，随着业务规模不断扩大，公司新开发的模具数量较多，使得模具库存余额较大。

剔除发行人存货中模具的余额，报告期内，发行人及可比公司存货周转率情况如下：

公司简称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	1.35	2.53	3.28	3.20
常熟汽饰	3.66	9.52	9.63	9.05
新泉股份	3.30	5.96	5.21	5.41
神通科技	2.62	4.93	5.08	5.55
肇民科技	1.47	3.07	4.77	5.79
东箭科技	2.55	4.41	4.38	4.64
福赛科技	2.06	5.18	5.63	5.15
均值	**2.43**	**5.08**	**5.43**	**5.54**
富强科技（不含模具）	**2.94**	**5.10**	**3.79**	**3.01**

注：①常熟汽饰、新泉股份、神通科技、福赛科技及发行人的存货周转率剔除其模具；②存货周转率=营业成本/（存货平均余额-存货中模具平均余额）。

在剔除模具的影响后，公司的存货周转率明显改善，整体高于唯科科技，与肇民科技、东箭科技、神通科技、福赛科技等差异不大。

（四）说明存货盘点制度、报告期内的盘点情况，包括但不限于存货的盘点时间、范围、对非在库存货的盘点方式、盘点结果等

1、存货盘点制度

公司根据《企业内部控制应用指引第 8 号——资产管理》的相关规定及管理需要，公司制定了《存货管理制度》等相关管理制度，对于存货盘点事项进行了规范。公司定期（每月）开展盘点工作，每年年末开展全面盘点工作；盘点范围包括原材料、在产品、半成品、库存商品、周转材料、模具（不含外发模具）等；具体盘点工作由仓库人员、生产人员、财务人员共同参与完成。

发行人盘点流程如下：

（1）盘点前的准备工作

1）盘点当天冻结所有账目，停止一切收发业务；

2）盘点前必须完成所有收发业务的账务处理；

3）盘点的物料要摆放整齐、标识清楚；

4）制定存货盘点方案，主要包括存货盘点时间、范围、人员安排、盘点过程要求等。

（2）执行盘点程序的过程及方法

1）车间人员、仓库人员进行盘点的初盘工作，盘点采用实盘实点的方式进行，盘点人员记录所有陈旧、过时、毁损、残次的存货，并进行标识，禁止目测数量、估计数量，初盘结束后编制盘点报表；

2）财务人员根据盘点报表安排抽盘，核查仓库、车间的盘点数据；

3）盘点完成后，盘点人和监盘人在盘点表上签字确认。

（3）盘点结果的整理

盘点结束后，盘点人员上交经签字确认的纸质盘点表和已登记盘点数量的表单；财务部负责对盘点结果做出书面总结，编制盘点报告，针对盘点过程中发现的存货盘盈、盘亏、毁损、闲置以及需要报废的存货，组织相关部门查明差异原因，并形成差异分析说明，财务部根据经审核后的差异分析说明及相关佐证资料进行账务处理。

2、报告期各期末发行人盘点情况

报告期各期末，发行人盘点情况整体如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
盘点范围内存货账面余额	49,918.24	49,532.78	39,946.28	30,260.80
盘点金额	32,179.35	34,159.17	28,665.01	21,129.11
盘点比例	64.46%	68.96%	71.76%	69.82%

发行人期末存货包括在库存货和非在库存货，发行人对两类存货的管理有所不同，具体如下：

（1）发行人对在库存货的盘点方式、盘点结果

报告期各期末，发行人对在库存货进行了全面盘点，并形成了盘点记录，公司对在库存货的盘点时间、盘点范围、盘点人员、盘点结果等具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
盘点时间	2023.7.1- 2023.7.2	2023.1.2- 2023.1.3	2021.12.31- 2022.1.3	2021.1.1- 2021.1.2
盘点地点	公司厂区仓库及车间、中转仓			
盘点范围	原材料、在产品、半成品、库存商品、周转材料、模具（不含外发模具）			
盘点人员	仓库人员、生产人员、财务人员等			
盘点范围内存货账面余额	32,179.35	34,159.17	28,665.01	21,129.11
盘点金额	32,179.35	34,159.17	28,665.01	21,129.11
盘点比例	100.00%	100%	100%	100%

报告期各期末，公司盘点结果表明期末存货账实相符，与存货相关的内部控制得到有效执行。

（2）发行人对非在库存货的盘点方式、盘点结果

报告期各期末，发行人非在库存货主要是发出商品，此外还有委托加工物资和外发模具。

对于发出商品，公司发出商品均系已经发出尚未经客户确认的汽车内外饰件产品，主要存放于下游客户指定的仓库，由于客户（整车厂）在行业中处于强势地位，同时出于产线保密、内部管理等考量，发行人的监盘小组无法进入到车厂仓库内实施监盘，公司通过检查发货记录、物流记录、核对期后客户签收单以及对账单以对发出商品的存在性执行替代程序。报告期内，公司已建立健全的发出商品管理制度，对发出商品的形成、出厂、出库后控制等进行了较为明确的规范，发行人对发出商品的日常管理情况详见本题回复之“一（一）2（3）是否存在长期未结转的发出商品，发出商品订单支持的比例，未被订单覆盖发出商品的具体情况，对发出商品的控制管理情况”。

对于委托加工物资，主要为塑料粒子委外造粒，仓库人员对每批次发外和回收的数量进行核对签字，保证数量的准确性，同时采购人员每月与客户对账，核对损耗及委托加工物资的剩余数量，保证损耗的合理性。

对于外发模具，主要为公司产能不足及特殊工艺要求，需外发部分模具由第三方代为生产，外发的模具较为分散，且单套模具的金额较小，公司可根据

对方日常交付的产成品情况以判断外发模具的真实使用状况。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解公司的业务模式，获取发行人报告期各期末的存货明细表、期末在手订单情况，分析发行人报告期各期末存货结构及其变动原因；

2、结合同行业可比上市公司公开披露信息，分析发行人发出商品占比较高的原因及商业合理性，获取发行人各期末发出商品明细，查阅发出商品对应的客户及合同情况，访谈发行人负责人，获取发出商品的日常管理、发出商品的订单覆盖及期后结转等相关资料，了解发行人对发出商品的管控情况；

3、获取公司各期末的原材料明细表，了解公司采购周期、备货政策和在手订单情况等，分析原材料金额变动的合理性；

4、获取各期末的库存商品明细，了解发行人的生产周期、销售周期、订单覆盖情况、期后销售情况等，分析公司各期末库存商品变动的原因及合理性；

5、获取公司期末存货库龄明细表和期后结转统计表，访谈公司财务负责人，了解存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据，查阅并对比同行业可比上市公司公开披露的存货跌价准备计提信息，分析发行人存货跌价准备计提的充分性以及报告期内因存货跌价准备的计提和转回对净利润的影响；

6、结合公司各期经营情况和存货管理情况，查阅同行业可比上市公司公开披露的信息，分析发行人存货周转率变动原因及合理性；

7、访谈相关负责人，获取发行人《存货管理制度》等相关管理制度和各期末盘点资料，了解发行人对非在库存货的管理情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期各期末，存货结构中原材料类和半成品及在产品占比相对较低，成品类和模具相对较高，主要与公司采用“以销定产，适量备货”、生产周期

短等业务模式相关，各类存货对应的在手订单充足，报告期内随着公司承接的客户、车型、部件类型的增长及多样化，公司存货金额同步增加，存货结构合理，与公司的实际生产经营状况匹配；

报告期各期末发行人发出商品占比较高主要与发行人与大部分客户的结算方式相关，具有商业合理性。报告期各期末发出商品主要为门内饰板总成、挡泥板总成和保险杠类产品，发出商品对应客户为行业内大型整车厂，公司按照客户订单需求进行排产，发出时间和收货时间较短，期后结转成本的比例比较高。报告期各期末，公司长期未结转的发出商品占比较低，基本都有订单支持，发行人对发出商品的控制管理充分；

公司原材料主要为塑料粒子和外购部件，采购周期通常在半个月以内，公司主要采用“以销定产，适量备货”的备货政策，在手订单充足，报告期内随着公司业务规模的扩大，在手订单金额持续增长，从而导致原材料的响应备货规划同步增长，因此原材料水平、报告期内金额持续增加具有合理性；

报告期内，公司库存商品主要以注塑件为主，公司当前产线的自动化水平较高，因此生产周期较短，各期末公司库存商品的订单覆盖率较高，库存商品期后基本能够实现销售，报告期内随着营业收入的增长，公司期末库存商品余额也同步增长，报告期内库存商品金额持续增加具有合理性；

2、除模具外，报告期各期末公司存货库龄主要在一年以内，期后结转比例较高，而模具因随着注塑产品的销售从而实现收入并结转成本，一般为 3-5 年的摊销周期，因此库龄较长，期末尚未结转的比例较高。公司根据自身的业务特点和存货的实际情况，制定了合理谨慎的存货跌价准备计提政策，可变现净值的确定依据充分且合理。剔除模具后，发行人存货跌价准备比例计提与同行业平均水平相近。报告期内公司不存在存货跌价准备转回，因存货跌价准备的计提和转销对净利润的影响较小；

3、报告期内，公司存货周转率持续提升，主要系产品销售额增长较快，尤其是如广汽埃安的销量快速增长，同时公司存货管理能力不断提升，缩短了存货周转天数。报告期内，公司存货周转率较低，主要受存货明细中占比较高的发出商品和模具的影响，剔除模具的影响后，公司的存货周转率明显改善，整

体高于唯科科技，与肇民科技、东箭科技、神通科技、福赛科技等差异不大，具有合理性；

4、公司根据《企业内部控制应用指引第 8 号——资产管理》的相关规定及管理需要，制定了《存货管理制度》等相关管理制度，对于存货盘点事项进行了规范。公司定期（每月）开展动态盘点工作，每年年末开展全面盘点工作；盘点范围包括原材料、在产品、半成品、库存商品、周转物资、模具（不含外发模具）等；具体盘点工作由仓库人员、生产人员、财务人员共同参与完成。报告期各期末，发行人对存货情况进行了全面盘点，并形成了盘点记录，公司存货账实相符，与存货相关的内部控制得到有效执行；

报告期各期末，发行人非在库存货主要是发出商品，由于客户（整车厂）在行业中处于强势地位，同时出于产线保密、内部管理等考量，发行人的监盘小组无法进入到车厂仓库内实施监盘，公司通过检查发货记录、物流记录、核对期后客户签收单以及对账单以对发出商品的存在性执行替代程序。报告期内，公司已建立健全的发出商品管理制度，对发出商品的形成、出厂、出库后控制等进行了较为明确的规范。

（三）报告期内中介机构对各类存货监盘情况，核查金额、比例及结论，采取的替代性核查程序的具体情况，核查的充分性。

针对 2020 年末、2021 年末存货，中介机构通过向发行人了解 2020 年末、2021 年末存货盘点情况，获取并复核发行人盘点的相关文件进行核查。

针对 2022 年末及 2023 年 6 月末的存货，中介机构于 2022 年及 2023 年 6 月截止日前后对发行人期末存货进行监盘。盘点前，监盘人员获取了公司的存货盘点制度和期末库存明细，了解公司存货管理方式，制定监盘计划，包括明确监盘人员、监盘时间以及存货存放地点等；监盘过程中，监盘人员观察存货盘点过程是否按计划进行，盘点方法是否合理，查看存货是否明显存在毁损、不良的状态；对主要存货进行从账面到实物，从实物到账面的双向抽盘；盘点结束前，监盘人员再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的存货是否均已盘点，并对存货盘点表进行复核，形成存货监盘小结。

发行人的存货可以分为三大类，具体为模具、发出商品和除发出商品外的

原材料及产品类。保荐人、申报会计师对发行人存货监盘情况具体如下：

1、模具类存货

模具类存货可分为存放于发行人自有产区内的模具和发行人外发加工的模具，对于自有产区的模具，中介机构采取现场盘点的方式进行核查；对于外发模具，由于金额较小且较为分散，公司要求外协供应商每月提供其签字盖章确认的模具盘点表，同时日常通过外协供应商产品供应的情况，持续识别模具的状态。中介机构出于谨慎性考虑，为核查模具的真实性，因此要求获得存放方的带时间、定位等水印的外发模具照片和通过抽查方式视频连线监盘作为替代核查，具体核查情况如下：

单位：万元

自有仓库模具		
项目	**2023 年 6 月末**	**2022 年末**
账面余额	27,625.57	28,053.23
发行人盘点金额	27,625.57	28,053.23
发行人盘点比例	100%	100%
中介机构监盘金额	22,456.64	21,356.92
中介机构监盘比例	81.29%	76.13%
外发模具金额		
项目	**2023 年 6 月末**	**2022 年末**
账面余额	6,364.96	4,612.90
公司替代核查金额	6,364.96	4,612.90
公司替代核查比例	100%	100%
中介机构替代核查金额	3,764.54	2,996.08
中介机构替代核查比例	59.14%	64.95%

经监盘，未发现发行人存货盘点流程存在重大异常，未发现重大盘盈、盘亏现象，发行人的盘点结果合理、可靠。

2、除发出商品外的原材料及产品类

针对除发出商品外的原材料及产品类存货，主要为原材料和库存商品，存放于发行人自有仓库内，因此期末发行人和中介机构采用现场盘点的方式进行核查，具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月末	2022 年末
账面余额	4,553.77	6,105.95
发行人盘点金额	4,553.77	6,105.95
发行人盘点比例	100.00%	100%
中介机构监盘金额	3,071.52	4,029.85
中介机构监盘比例	67.45%	66.00%

经监盘，未发现发行人存货盘点流程存在重大异常，未发现重大盘盈、盘亏现象，发行人的盘点结果合理、可靠。

3、发出商品

对于供应商发给下游汽车整车厂汽车零部件，主要存放于下游客户指定的仓库。由于客户（整车厂）在行业中处于强势地位，另一方面对方出于产线保密、内部管理等考量，监盘小组无法进入到车厂仓库内实施监盘，基于核查手段的可实施性，中介机构对发行人报告期各期末的发出商品采用函证的方式进行核查，期末发出商品情况得到客户确认。同行业中如东箭科技 IPO 项目、豪恩汽电 IPO 项目、菱电电控 IPO 项目等也面临类情况并采用函证方式进行核查。报告期各期末，中介机构对发出商品的核查比例如下：

单位：万元

项目	发函比例及回函比例			
	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
账面余额	11,397.70	10,751.56	8,654.03	7,207.88
发函金额	10,598.29	10,094.60	7,276.68	5,602.87
发出商品发函比例	92.99%	93.89%	84.08%	77.73%
发出商品可确认回函比例	100.00%	100%	100%	100%

注 1：发出商品发函比例=发函金额/账面余额；

注 2：发出商品可确认回函比例=回函金额/账面余额。

经核查，发行人各期末发出商品回函可确认比例较高，发行人各期末的发出商品真实存在。

问题 14.关于主要流动资产

申报材料显示：

（1）报告期各期末，发行人货币资金分别为 14,605.49 万元、19,687.51 万元和 25,485.86 万元，主要由银行存款和其他货币资金构成。

（2）报告期各期末，发行人应收账款账面价值分别为 3,410.92 万元、6,454.62 万元和 6,296.94 万元；发行人应收账款周转率分别为 13.73、13.04 和 15.45，大幅高于同行业可比公司平均水平。

（3）报告期各期末，发行人其他流动资产分别为 855.22 万元、0 万元和 543.21 万元，均为增值税留抵税额。

请发行人：

（1）说明报告期各期末货币资金的具体内容及存放情况、是否存在资金受限情形，资金管理政策、内控体系、制度建设及运行有效性情况；报告期各期货币资金余额变动的原因及合理性，与业务开展情况的匹配性。

（2）结合客户构成、信用政策、产品结构等方面与同行业公司的差异情况，说明应收账款周转率大幅高于同行业可比公司的原因及合理性；说明应收账款回款方式，如存在重要客户以现金、银行转账以外方式回款的，请按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的相关要求，披露回款方式。

（3）说明报告期各期末增值税留抵税额变动的原因及合理性，与业务采购及销售的匹配性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明报告期各期末货币资金的具体内容及存放情况、是否存在资金受限情形，资金管理政策、内控体系、制度建设及运行有效性情况；报告期各期货币资金余额变动的原因及合理性，与业务开展情况的匹配性

1、报告期各期末货币资金的具体内容及存放情况、是否存在资金受限情形

报告期各期末，公司货币资金的具体构成情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 06 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.13	0.00%	0.32	0.00%	0.46	0.00%	0.04	0.00%
银行存款	21,869.91	95.50%	24,564.02	96.38%	19,356.98	98.32%	14,109.03	96.60%
其他货币资金	1,029.30	4.49%	921.52	3.62%	330.08	1.68%	496.41	3.40%
合 计	**22,899.34**	**100.00%**	**25,485.86**	**100.00%**	**19,687.51**	**100.00%**	**14,605.49**	**100.00%**

公司各期末货币资金主要系银行存款，其他货币资金均系银行承兑汇票保证金。

报告期各期末，公司货币资金的具体内容及存放情况、受限情况如下：

单位：万元

列报项目及性质	存放地点	2023 年 06 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	是否受限
库存现金	企业财务室	0. 13	0. 32	0. 46	0. 04	否
库存现金小计		0. 13	0. 32	0. 46	0. 04	
银行存款	中国工商银行股份有限公司清远经济开发区支行	3, 860. 98	7, 239. 68	3, 580. 88	808. 95	否
银行存款	中国银行股份有限公司清远分行	6. 40	3. 02	12. 10	14. 10	否
银行存款	中国银行股份有限公司清远广清产业园支行	13, 445. 15	10, 556. 24	10, 813. 61	9, 435. 76	否
银行存款	中国工商银行股份有限公司三峡猇亭支行	2, 590. 49	2, 351. 14	1, 273. 15	459. 87	否
银行存款	中国工商银行杭州经济技术开发区支行	1, 932. 55	4, 368. 92	3, 677. 25	3, 390. 35	否
银行存款	中信银行股份有限公司广州黄埔支行	34. 34	45. 02	0. 00	0. 00	否
银行存款小计		21, 869. 91	24, 564. 02	19, 356. 98	14, 109. 03	
其他货币资金	中国银行股份有限公司清远分行	1, 029. 30	921. 52	330. 08	496. 41	是

列报项目及性质	存放地点	2023 年 06 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	是否受限
其他货币资金小计		1, 029. 30	921. 52	330. 08	496. 41	
合　计		**22, 899. 34**	**25, 485. 86**	**19, 687. 51**	**14, 605. 49**	

公司报告期各期末货币资金余额中，因开具承兑汇票而导致资金受限的比例分别为 3.40%、1.68%、3.62%和 4.49%，除此以外，不存在其他资金受限的情形。

2、公司资金管理政策、内控体系、制度建设及运行有效性

公司货币资金主要为银行存款和其他货币资金。为了规范货币资金管理，保证货币资金的安全，加速资金周转、提高资金使用效率，防止资金流失、挪用和体外循环，充分发挥公司的货币资金效能，公司制订了《资金管理办法》《印章管理办法》《投资管理办法》《借支及费用管理办法》等制度，涵盖了资金授权与审批、票据与印章管理、现金与银行存款控制以及职能监督等全方面的货币资金内部控制体系，以此规范公司资金的管理和使用。

报告期内，公司逐步完善了资金管理的内控体系，建立了资金管理的相关制度。从财务部门岗位分离、制约与监督，到对银行账户、票据、库存现金、日常经营资金的调拨与支付、往来账款等方面进行了规定。公司资金的管理和使用严格按照相关内控制度执行，相关内控体系运行有效。

3、报告期各期货币资金余额变动的原因及合理性、与业务开展情况的匹配性

（1）现金及银行存款变动原因与业务开展匹配性分析

报告期内，公司现金及银行存款、现金流量变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期末现金及银行存款余额	21,870.04	24,564.34	19,357.44	14,109.08
现金及银行存款变动金额（注）	-2,694.30	5,206.90	5,248.36	10,754.33
经营活动产生的现金流量净额	10,111.83	23,616.89	15,773.43	12,894.39
投资活动产生的现金流量净额	-11,738.58	-18,141.96	-9,923.10	-2,009.29
筹资活动产生的现金流量净额	-1,067.57	-268.03	-601.97	-130.78
汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.02	—	—	—

注：现金及银行存款变动金额=（当年期末现金及银行存款余额-上年期末现金及银行存款余额）=（经营活动产生的现金流量净额+投资活动产生的现金流量净额+筹资活动产生的现金流量净额+汇率变动对现金及现金等价物的影响）

报告期各期末，公司现金及银行存款变动主要系受销售收款、采购付款等经营活动、购置长期资产等投资活动和偿付借款本息、现金分红等筹资活动影响。报告期内，公司销售业务主要通过银行转账方式收款，2020 年至 2022 年间，随着公司业务收入增长，银行存款逐年增长，但由于公司为生产所需采购材料、购置投资长期资产和按照合同约定如期支付银行借款本息、现金分红等原因导致现金及银行存款变动幅度小于营业收入变动幅度，2023 年 1-6 月由于为购置土地、机器设备等长期资产及支付分红、偿还借款利息等投资与筹资活动支出较大，使得该期银行存款余额有所下降，具体变动原因分析如下：

1）2021 年末变动原因

公司现金及银行存款 2021 年末较 2020 年末增加 5,248.36 万元，变动率为 37.20%。变动原因主要为：①公司该年度销量增加，回款增加且合同负债增加额较多，导致经营活动现金净流量增加，从而影响货币资金增加额 15,773.43 万元；②购置机器设备等长期资产减少货币资金 11,619.74 万元；③购买和赎回理财产品规模增长，综合影响货币资金增加 1,390.00 万元；④支付借款利息减少货币资金 629.25 万元。上述因素累计形成现金及银行存款增加 4,914.44 万元，为公司 2021 年现金及银行存款增加额的主要构成。

2）2022 年末变动原因

公司现金及银行存款 2022 年末较 2021 年末增加 5,206.90 万元，变动率为 26.90%。变动原因主要为：①公司该年度业务规模上升，经营活动现金净流量增加较大，影响货币资金增加额 23,616.89 万元；②购置长期资产，减少货币资金 18,629.40 万元；③新增及偿付银行借款影响货币资金增加 4,412.49 万元；④支付分红款及银行借款利息 4,521.22 万元。上述因素累计形成货币资金增加 4,878.76 万元，为公司 2022 年现金及银行存款增加额的主要构成。

3） 2023 年 6 月末变动原因

公司现金及银行存款 2023 年 6 月年末较 2022 年末减少 2,694.30 万元，变动率为-10.97%。变动原因主要为：① 公司业务规模保持平稳，使得经营活动

现金净流量增加，影响货币资金增加额 10,111.83 万元；② 购置土地、机器设备等长期资产、支付工程款减少货币资金 11,606.57 万元；③ 新增及偿付银行借款影响货币资金增加 2,520.61 万元；④ 支付分红款及银行借款利息 3,323.33 万元。上述因素累计形成货币资金减少 2,297.46 万元，为公司 2023 年 1-6 月现金及银行存款变动额的主要构成。

（2）其他货币资金变动原因与业务开展匹配性分析

公司其他货币资金均为银行承兑汇票保证金，随着公司业务的快速增长，原材料采购量逐步提升，公司票据结算规模上升，从而使其他货币资金余额逐年增长。

各报告期期末其他货币资金余额和应付票据余额变动情况如下：

单位：万元

项 目	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
其他货币资金余额	1,029.30	11.70%	921.52	179.18%	330.08	-33.51%	496.41
应付票据余额	6,862.01	11.70%	6,143.50	179.18%	2,200.52	32.99%	1,654.71
其他货币资金占应付票据余额比例	15.00%		15.00%	--	15.00%	--	30.00%

2021 年末其他货币资金余额与应付票据余额变动方向相反主要系票据协议约定的保证金比例由 30%调整至 15%所致；2022 年末及 2023 年 6 月末其他货币资金余额及应付票据余额增幅一致。

综上，公司报告期各期货币资金余额变动合理，与业务开展情况匹配。

（二）结合客户构成、信用政策、产品结构等方面与同行业公司的差异情况，说明应收账款周转率大幅高于同行业可比公司的原因及合理性；说明应收账款回款方式，如存在重要客户以现金、银行转账以外方式回款的，请按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的相关要求，披露回款方式

1、应收账款周转率大幅高于同行业可比公司的原因及合理性分析

报告期内，公司与同行业公司应收账款周转率对比情况如下：

可比公司	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
唯科科技	4.57	4.49	5.35	4.49
常熟汽饰	2.57	3.03	3.18	3.29
新泉股份	4.12	3.99	3.47	3.81
神通科技	3.17	2.76	2.50	2.65
肇民科技	3.12	2.65	2.68	2.66
东箭科技	3.54	3.80	4.04	4.57
福赛科技	3.02	3.05	2.93	2.79
平均	**3.44**	**3.40**	**3.45**	**3.46**
公司	**19.52**	**15.45**	**13.04**	**13.73**

注：2023 年 1-6 月应收账款周转率已经年化处理

2020 年度、2021 年度和 2022 年度和 2023 年 1-6 月，公司应收账款周转率分别为 13.73、13.04、15.45 和 19.52，高于同行业可比公司平均水平，主要是因为公司与同行业可比公司在细分产品结构、客户构成及信用政策等方面存在差异，具体如下：

可比公司	主要产品构成	主要客户	客户性质	结算方式	信用政策
新泉股份	仪表板总成、门内护板总成等	吉利汽车、国际某知名电动车汽车企业、奇瑞汽车、上汽集团、比亚迪等	整车厂为主	主要采用电汇和银行承兑汇票结合的方式进行货款结算	见票后 90 天
常熟汽饰	门内护板、仪表板、天窗遮阳板等	奇瑞汽车（整车厂）、安通林集团（汽车零部件）一汽大众（整车厂）、长春派格（汽车零部件）、理想汽车（整车厂）等	整车厂及汽车零部件一级供应商	主要采用银行转账、电汇和承兑汇票进行货款结算	月结 60-90 天
神通科技	饰件系统、动力系统、模具类	上汽通用、中国一汽、上汽集团、大众汽车、长城汽车等	整车厂为主	主要采用电汇和银行承兑汇票结合的方式进行货款结算	信用期 30-60 天不等
肇民科技	精密注塑件、精密注塑模具	康明斯（汽车零部件）、莱顿（汽车零部件）、远景汽配（汽车零部件）、日本特殊陶业（汽车零部件）、A.O.史密斯（家用电器）等	以汽车零部件一级供应商为主，同时涉足家电企业	主要采用电汇和银行承兑汇票结合的方式进行货款结算	信用期为 30 天到 120 天不等
东箭科技	车侧承载装饰系统产品；车辆前后防护系统产品；车辆	汽车后装市场的知名品牌商、汽车经销商、汽车改装美容店等，也包括面向汽车前装市场的	以后装市场为主	主要以银行电汇、商业票据、支付宝等进行结算	国外客户一般采用离港后 30-90 天内结算，主机厂前装客户一般采用产品

可比公司	主要产品构成	主要客户	客户性质	结算方式	信用政策
	其他系统产品；车载互联智能机电系统产品；车顶转载系统产品	整车厂、汽车零部件配套供应商			上线最终检验合格且发票入账后 40-90 天内结算，4S 店客户及经销商一般按照对账并开票后 30-90 天结算
唯科科技	注塑产品、精密模具、健康产品	均胜电子（汽车零部件）、盈趣集团（消费电子）、晨北集团（家电）、康普集团（通讯）、威卢克斯集团（家居）等	唯科科技下游客户包括汽车一级供应商、电子、家居等	主要采用银行转账进行货款结算，少部分采用票据结算	见票 30-90 天/月结 60-90 天
福赛科技	空调出风口系统、车门内开把手、杯托、储物盒、主仪表板内饰面板、副仪表板内饰面板、车内饰面板、装饰圈及装饰条	马瑞利（汽车零部件）、长城汽车（整车厂）、新泉股份（汽车零部件）、延锋汽饰（汽车零部件）、大协西川（汽车零部件）等	整车厂、汽车零部件一级供应商	主要采用电汇和票据结合的方式进行货款结算	月结 60-90 天不等，主要集中在 60 天
富强科技	门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成	广汽集团（整车厂）、广汽本田（整车厂）、提爱思（汽车零部件）、合创汽车（整车厂）、河西（汽车零部件）等	以整车厂为主，涉及部分汽车零部件一级供应商	主要采用银行转账进行结算，极少数采用银行承兑汇票结算	开票后 30 天、45 天、60 天及 90 天不等，主要集中在开票后 30 天[注 2]

注 1：同行业可比公司信息来源于其公布年报、招股说明书等公开资料

注 2：公司与广汽集团的合同约定为“到货验收后 60 天内...支付货款”，而公司一般在验收后次月对账开票，因此信用期实际为开票后 30 天；公司与广汽本田及提爱思的交易基本合同未有明确约定付款期限，但在实际中一般为当月（N 月）交付货物，次月（N+1 月）月中对账开票，次次月（N+2 月）月中或月末前付款，因此信用期实际为开票后 30 天及开票后 45 天

在产品结构方面，由于汽车内外饰件种类较多，涉及汽车内外部的各种部位，不同产品间材料以及单价差异大，因此在产品结构上，各家公司有所侧重，均存在差异。

在客户构成和客户属性方面，公司与常熟汽饰、新泉股份、神通科技、福赛科技等可比公司基本相同，客户主要都系整车厂和世界知名一级供应商；东箭科技以汽车后装市场为主；唯科科技、肇民科技除了汽车行业，还有其他行业客户，所以存在客户群体存在差异。

在结算方式和信用政策方面，公司主要采用银行存款方式进行结算，极少

数采用银行承兑汇票或国内信用证结算，且公司给客户信用期主要为开票后 30 天，而同行业可比公司主要采用电汇和票据结合的方式进行货款结算，且给予客户信用期大部分为 60 天和 90 天，因此公司应收账款周转天数较同行业可比公司偏少，应收账款周转率偏高。

比对各公司各报告期期末应收账款余额、应收票据（含应收款项融资）余额与当期营业收入比例关系，具体如下：

可比公司	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	应收账款余额占营业收入比例	应收票据余额占营业收入比例	应收账款余额占营业收入比例	应收票据余额占营业收入比例	应收账款余额占营业收入比例	应收票据余额占营业收入比例	应收账款余额占营业收入比例	应收票据余额占营业收入比例
唯科科技	44.77%	7.03%	23.47%	1.09%	18.43%	0.23%	25.42%	0.35%
常熟汽饰	81.19%	24.54%	37.40%	12.34%	35.85%	11.73%	31.11%	11.65%
新泉股份	52.18%	23.45%	29.88%	13.81%	27.64%	22.34%	28.90%	23.51%
神通科技	72.36%	21.04%	25.78%	12.97%	23.59%	13.60%	23.77%	17.67%
肇民科技	68.91%	16.82%	31.96%	9.23%	29.79%	9.85%	39.11%	13.87%
东箭科技	57.92%	13.34%	28.01%	6.98%	30.75%	6.56%	24.25%	0.23%
福赛科技	74.42%	23.16%	33.74%	13.18%	36.79%	14.15%	40.57%	14.19%
平均	64.54%	18.48%	30.03%	9.94%	28.98%	11.21%	30.45%	11.64%
富强科技	10.10%	0.78%	6.40%	0.00%	10.04%	0.07%	7.29%	0.06%

由上表可见，报告期内，同行业可比公司应收账款余额占营业收入平均比重分别为 30.45%、28.98%、30.03%和 64.54%，而公司应收账款余额占营业收入比重分别为 7.29%、10.04%、6.40%和 10.10%，假设各家公司月回款金额基本稳定，则同行业可比公司未收款金额基本为最后 3-4 个月收入，而公司报告期各期末未收款部分基本为最后 1 个月收入，与各公司给予客户信用期基本匹配；同时，由应收票据占比可见同行业可比公司采用票据结算货款比例较高，而公司极少采用票据结算货款。因此，30 天的信用期及银行结算方式使公司应收账款周转率较同行业可比公司偏高。

综上，由于产品结构不同，客户群体等差异，公司销售产品主要集中于广

汽集团、广汽本田等客户，其信用期主要为开票后 30 天，与同行业可比公司存在差异，因此公司应收账款周转率高于同行业可比公司。

2、应收账款回款方式

报告期内，公司客户不存在以现金方式回款，主要系通过银行转账方式回款，仅肇庆小鹏新能源投资有限公司、宁波万众汽车零部件有限公司、合创汽车科技有限公司等少数客户会通过银行承兑票据及国内信用证方式向公司支付货款，具体情况如下：

单位：万元

回款方式	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行存款	69,823.87	97.18%	118,143.92	99.60%	77,419.52	99.85%	61,101.86	99.54%
银行承兑汇票	1,028.05	1.43%	480.05	0.40%	115.95	0.15%	280.07	0.46%
国内信用证	1,000.00	1.39%						
合 计	**71,851.92**	**100.00%**	**118,623.97**	**100.00%**	**77,535.47**	**100.00%**	**61,381.94**	**100.00%**

报告期内，公司应收账款主要客户均通过银行转账方式回款，不存在以银行转账以外方式回款。

（三）说明报告期各期末增值税留抵税额变动的原因及合理性，与业务采购及销售的匹配性

1、报告期各期末增值税留抵税额变动的原因及合理性

其他流动资产-增值税留抵税额实际系由纳税主体应交增值税期末负数余额重分类产生，因此增值税留抵税额变动原因与应交增值税余额变动原因一致。

报告期内，公司应交增值税的计算过程如下：

单位：万元

项 目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
期初余额 A	-224.36	284.60	-854.01	-757.22
销项税 B	9,168.25	15,460.77	10,570.40	7,570.62
进项税 C	6,558.90	12,843.21	7,349.55	5,027.63
进项税转出 D	303.33	36.01	96.54	2.73
已交增值税 E	2,103.82	3,162.54	2,178.78	2,642.51

项 目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
期末余额 F=A+B-C+D-E	584.49	-224.36	284.60	-854.01
其中：其他流动资产-增值税留抵税额	-	543.21	-	855.22
应交税费-增值税	584.49	318.85	284.60	1.21

公司 2020 年度、2021 年度、2022 年度、2023 年 1-6 月应交增值税分别为-854.01 万元、284.60 万元、-224.36 万元和 584.49 万元，其中负数余额形成增值税留抵税额，列示在其他流动资产，金额分别为 855.22 万元、0 万元、543.21 万元和 0 万元。

2020 年度应交增值税大额为负的原因为：公司 2021 年以前按照货物发出时点申报缴纳增值税，2021 年开始按照对账开票申报缴纳增值税，由于增值税申报缴纳时点变化导致增值税提前多缴，应交增值税余额为负。

2021 年度公司应交增值税较 2020 年大幅增加的主要原因为：（1）2021 年公司按照实际开具发票情况申报缴纳销项税，不存在增值税申报缴纳时点差异，不存在增值税多缴情况；（2）2021 年销售规模上升，应交增值税增加。

2022 年应交增值税较 2021 年减少且余额负数原因为：公司募投项目“富强科技新生产基地建设项目”于 2022 年开始投建，公司投建相关长期资产在 2022 年已陆续到票，进项税较 2021 年大幅提高，导致应交增值税减少；由于购置长期资产进项税大幅增加，导致销项税不足抵扣，因此应交增值税期末余额负数。

2023 年 1-6 月应交增值税较 2022 年大幅增加的主要原因为：（1） 2023 年上半年销售规模上升，应交增值税增加；（2）公司清远新二厂员工宿舍及相关设备专用于集体福利，与之相关进项税不可抵扣，故本期作进项税转出。

综上，报告期各期末增值税留抵税额变动具有合理性。

2、报告期各期末增值税留抵税额与业务采购及销售的匹配性

公司各期末增值税留抵税额系由应交增值税期末负数余额形成，而应交增值税负数余额主要系因为本期进项税与销项税变动产生（详见本题回复之“一（三）1 报告期各期末增值税留抵税额变动的原因及合理性”所述），因此增值税留抵税额与业务采购及销售的匹配性实质为销项税与销售规模匹配性、进项

税与采购规模匹配性，具体分析如下：

（1）销项税额与销售规模的匹配性

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入 A	63,850.99	103,790.34	67,731.13	49,281.27
加：合并抵消收入 B	4,594.48	4,281.50	1,203.58	1,055.02
加：净额列示的双进销收入还原为总额收入 C	3,088.92	6,677.60	3,551.59	3,626.15
加：本期已开票但未确认的收入 D	-1,101.04	3,873.07	8,752.58	3,944.53
减：外销收入 E		0.37	4.53	0.79
应税收入合计 F=A+B+C+D-E	70,433.35	118,622.15	81,234.34	57,906.18
销项税额 G	9,168.25	15,460.77	10,570.40	7,570.62
减：处置资产及资金拆借利息销项税额 H	11.91	39.90	9.37	42.72
当期应税销项税额 I	9,156.34	15,420.87	10,561.02	7,527.90
当期应税销项税额占应税收入比 J=I/F	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%
主要适用税率	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%

报告期内，公司销项税额与各期销售收入相匹配，即公司各期末增值税留抵税额与销售业务相匹配。2023 年 1-6 月已开票未确认收入为负数，主要系因为传祺 GA6 和宜昌基地的传祺 GS4 在 2023 年上半年结束量产状态，相关模具一次性确认收入并结转预收款项，但发票开具仍按合同分期执行，从而使得当期收入确认金额大于已开票金额。

（2）进项税额与采购规模的匹配性

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
采购金额（含购置长期资产等采购）A	59,562.39	103,451.01	63,489.50	38,718.54
加：模具内部采购金额 B	813.74	2,249.91	2,692.53	1,091.40
减：本期采购本期未到票的采购额 C	10,233.12	10,628.12	7,825.56	3,999.77
加：上期采购本期到票的采购额 D	8,153.59	7,062.57	3,952.05	3,405.61
应税采购金额 E=A+B-C+D	58,296.61	102,135.37	62,308.53	39,215.78
进项税额 F	6,558.90	12,843.21	7,349.55	5,027.63

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
进项税额占应税采购金额比 G=F/E	11.25%	12.57%	11.80%	12.82%
主要适用税率	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%

报告期各期进项税额占应税采购金额比略有差异，主要系不同税率的商品加权平均所致。2020 年度进项税额占应税采购额比较高主要系因为当年长期资产购置较少，基本都是物料采购，其税率为 13%；2021 年度及 2023 年 1-6 月进项税额占应税采购额金额较低主要系当年公司以出让方式取得土地使用权不涉及进项税所致，该土地使用权的金额分别为 3,744.05 万元、4,162.15 万元，剔除后进项税额占应纳税采购金额比分别为 12.55%、12.12%，与 2020 年度、2022 年度保持稳定。

报告期内，进项税额占应税采购金额的比例在合理范围区间内，增值税进项税额与采购金额相匹配，即报告期期末应交增值税留抵税额与公司采购业务相匹配。

综上，公司报告期各期末增值税留抵税额与业务采购及销售相匹配。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、对公司库存现金进行监盘，与账面记录进行核实；对报告期内公司银行存款、其他货币资金进行函证；

2、获取公司银行流水并与公司账面记录进行双向核对，分析公司各期货币资金变动的主要原因，核查变动原因是否合理；

3、访谈公司财务总监，获取公司资金管理相关制度文件，了解公司货币资金管理相关内部控制情况，执行货币资金管理穿行测试，评价其内部控制制度设计是否合理并得到执行；

4、获取并检查公司已开立银行账户清单，并对银行账户开立地区销售收入与货币资金余额进行比对分析，检查货币资金与业务开展情况是否匹配；

5、查阅同行业可比公司的招股说明书、年报等公开信息，对比公司与同行

业可比公司产品结构、客户构成及信用政策等差异情况，分析应收账款周转率偏高原因；

6、获取报告期内回款的明细，抽取公司收到的重要客户付款凭证（银行回单、银行承兑汇票、国内信用证）进行检查；

7、获取公司报告期内应交增值税明细表、增值税纳税申报表，将应交增值税明细表与增值税纳税申报表进行核对，检查报告期内应交增值税变动情况；

8、结合营业收入等相关项目对报告期内公司销项税额进行匡算复核，并抽查大额的销项税额发票凭证；

9、结合存货、固定资产、在建工程等相关科目，对报告期内公司进项税额进行匡算复核，并抽查大额的进项税额发票凭证。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、公司各期末货币资金主要系银行存款，其他货币资金均系银行承兑汇票保证金，货币资金主要存放于银行，除开具承兑汇票而导致资金受限外，不存在其他资金受限的情形；公司资金的管理和使用严格按照相关内控制度执行，相关内控体系运行有效；公司各期末货币资金余额变动合理，与业务开展情况相匹配；

2、报告期应收账款周转率高于同行业可比公司具有合理性，公司客户不存在以现金方式回款，主要系通过银行转账方式回款，仅肇庆小鹏新能源投资有限公司、宁波万众汽车零部件有限公司、合创汽车科技有限公司等少数客户会通过银行承兑票据及国内信用证方式向公司支付货款；公司重要客户不存在以银行转账以外方式进行回款；

3、报告期内增值税留抵税额波动具有合理性，与业务采购及销售相匹配。

问题 15.关于应付款项和偿债能力

（1）报告期各期末，发行人应付票据金额分别为 1,654.71 万元、2,200.52 万元和 6,143.50 万元，应付账款余额分别为 14,891.80 万元、21,648.42 万元和 33,425.38 万元，主要为应付采购款。

（2）报告期各期末，发行人短期借款、长期借款金额合计分别为 10,106.15 万元、11,915.29 万元和 18,155.05 万元。

（3）发行人的流动比率、速动比率低于同行业平均水平，资产负债率高于同行业水平。

请发行人：

（1）结合生产经营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等，说明报告期各期应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付票据、应付账款波动的原因及合理性，与银行承兑汇票保证金的匹配性；说明与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款；主要供应商与应付账款、应付票据对象之间的匹配性，结合发行人付款政策、供应商资金规模、市场地位、采购规模，说明前五大应付账款与主要供应商的差异情况、存在差异的原因及合理性，采购内容是否与销售订单匹配。

（2）说明报告期内各类借款的变动明细、融资主体、借款期限、借款用途、本金偿还及利息支付等情况，与筹资活动现金流、财务费用等科目的勾稽关系；是否存在借款利息资本化的情形，如存在，请说明利息资本化金额、起始时间、计算过程，以及会计处理的适当性。

（3）说明主要偿债指标低于同行业可比公司的原因及合理性，是否存在财务风险或流动性风险，相关资产抵押、质押情况及占比，资产使用是否受限，资产是否存在重大不确定风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）结合生产经营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等，说明报告期各期应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付票据、应付账款波动的原因及合理性，与银行承兑汇票保证金的匹配性；说明与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款；主要供应商与应付账款、应付票据对象之间的匹配性，结合发行人付款政策、供应商资金规模、市场地位、采购规模，说明前五大应付账款与主要供应商的差异情况、存在差异的原因及合理性，采购内容是否与销售订单匹配

1、结合生产经营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等，说明报告期各期应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付票据、应付账款波动的原因及合理性

（1）生产经营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期

报告期内，公司主营业务收入分别为 49,068.85 万元、67,553.89 万元、103,187.30 万元和 63,328.53 万元，随着公司生产经营规模扩大，公司原材料采购也相应增加。公司采购生产所需原材料主要品种较多，可分为塑料粒子、外购部件、模具材料、包装及周转材料，其中塑料粒子主要有 PP 粒子，外购部件主要有表皮、吸音棉、拉手等。

公司制定了《供应商管理程序》《采购管理程序》等管理制度，并严格按照制度执行。公司采购部根据生产部门提出的物料需求申请，根据相关供应商资质、质量、交货周期、服务等因素，通过询价、议价、比价后确定采购对象，在 ERP 系统中生成采购订单，经采购部审核后进行采购，待供应商货物签收入库后，由采购部门每月与供应商进行定期对账并通知供应商开票，财务部门收到供应商开具的发票后进行复核，对账完成后进行账务处理。公司通过银行转账或票据结算的方式向供应商支付采购款，付款周期一般为收到发票后 60/75/90 天。

（2）报告期各期应付账款、应付票据与采购金额、成本的匹配关系

报告期内，各期应付账款、应付票据与采购金额、成本的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2023.6.30/2023年1-6月	2022.12.31/2022年度	2021.12.31/2021年度	2020.12.31/2020年度
应付账款期末余额	30,181.91	33,425.38	21,648.42	14,891.80
其中：应付存货货款 A	27,152.69	28,795.60	20,084.66	13,802.84
应付长期资产款	2,753.68	4,113.66	1,273.92	857.03
应付费用	275.54	516.12	289.84	231.93
应付票据期末余额	6,862.01	6,143.50	2,200.52	1,654.71
其中：存货货款 B	6,862.01	6,143.50	2,200.52	1,654.71
当期存货采购金额 C	79,013.50	69,186.37	43,789.91	30,629.22
应付存货货款期末余额占当期存货采购金额比例 D=A/C	34.36%	41.62%	45.87%	45.06%
应付票据期末余额占当期存货采购金额比例 E=B/C	8.68%	8.88%	5.03%	5.40%
应付存货货款及应付票据期末余额合计占本期采购材料金额的比例 F=D+E	43.05%	50.50%	50.89%	50.47%
当期营业成本 G	96,531.30	77,276.49	45,765.82	32,266.67
应付存货货款期末余额占当期营业成本比例 **H=A/G**	28.13%	37.26%	43.89%	42.78%
应付票据期末余额占当期营业成本比例 I=B/G	7.11%	7.95%	4.81%	5.13%
应付存货货款及应付票据期末余额占本期营业成本比例 J=H+I	35.24%	45.21%	48.69%	47.91%

注：2023年1-6月存货采购金额及营业成本金额已进行年化处理

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 14,891.80 万元、21,648.42 万元、33,425.38 万元和 30,181.91 万元，主要包括存货采购款、工程及长期资产购买款、其他费用等。公司的应付票据余额分别为 1,654.71 万元、2,200.52 万元、6,143.50 万元和 6,862.01 万元，均为存货采购款。报告期各期末，应付货款及应付票据占本期采购存货金额的比例分别为 50.47%、50.89%、50.50%和 43.05%，2020 年末至 2022 年末基本稳定；应付货款及应付票据占本期营业成本的比例分别为 47.91%、48.69%、45.21%和 35.24%，2020 年末至 2022 年末占比波动较小。2023 年 6 月 30 日应付货款及应付票据占本期采购存货金额的比例、占本期营业成本的比例均有所下降，系由于应付账款余额减少，公司采购主要集中于年末及年初，供应商信用期主要为 60-90 天，公司根据信用期进行货款

结算，2023 年 6 月末应付账款余额较少，导致占比下降。

报告期各期末，公司应付账款及应付票据余额较高，主要是由于受元旦春节等购车高峰等因素影响，客户需求增加，公司需在年底进行材料备货，同时由于供应商信用期主要为 60-90 天，公司第四季度采购额基本未结算，因此导致期末应付货款及应付票据余额较高。2023 年 6 月末应付账款余额下降、应付票据余额上升，系由于 2023 年 1-6 月较多存货款项使用票据支付，且应付票据未达到票据承兑日期，同时，由于采购较多集中在年初，供应商信用期主要为 60-90 天，公司根据信用期进行货款结算，综上，导致 2023 年 6 月末应付账款余额下降应付票据余额上升。

2022 年末及 2023 年 6 月末，应付货款占当期采购额及主营业务成本的比例下降，而应付票据占当期采购额及主营业务成本的比例上升，系由于 2022 年度及 2023 年 1-6 月采用较多应付票据进行货款结算，导致科目之间占比产生变动。

综上所述，应付票据、应付账款波动，与采购时点，付款政策相关，波动具有合理性，报告期各期应付账款、应付票据与采购金额、成本具有匹配关系。

2、应付票据与银行承兑汇票保证金的匹配性

应付票据与银行承兑汇票保证金的匹配情况如下：

单位：万元

项 目	2023.6.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应付票据余额	6,862.01	6,143.50	2,200.52	1,654.71
银行承兑票据保证金	1,029.30	921.52	330.08	496.41
银行承兑汇票保证金比例	15.00%	15.00%	15.00%	30.00%

2020 年银行承兑汇票保证金比例为 30%，经过公司与银行协商并修改票据协议后，2021 年、2022 年及 2023 年 6 月末银行承兑汇票保证金比例调整为 15%。由上表可知，公司应付票据余额与其他货币资金中银行承兑汇票保证金相匹配。

3、与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款

公司与主要供应商期后结算情况和付款政策如下：

单位：万元

日 期	供应商名称	期末应付账款金额	期末应付票据金额	应付款项合计	期后付款金额	期后付款比例	付款政策
2023 年 6 月 30 日	金发科技股份有限公司	2,566.23	3,635.93	6,202.16	2,275.22	36.68%	月结 60 天，6 个月承兑付款
	浙江长江汽车电子有限公司	819.65	0.00	819.65	819.65	100.00%	货到票到 60 天电汇付款
	上海普利特复合材料股份有限公司	715.47	1,253.04	1,968.51	28.76	1.46%	货到票到 75 天电汇付款，6 个月承兑付款
	东莞市东骏达饰件有限公司	1,383.87	0.00	1,383.87	1,279.06	92.43%	货到票到 90 天电汇付款
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	771.50	694.16	1,465.66	641.45	43.77%	月结 60 天，6 个月承兑付款
2022 年 12 月 31 日	金发科技股份有限公司	1,671.00	4,178.19	5,849.19	5,849.19	100.00%	月结 60 天，6 个月承兑付款
	上海普利特复合材料股份有限公司	939.31	0.00	939.31	781.49	83.20%	货到票到 75 天电汇付款
	浙江长江汽车电子有限公司	590.05	0.00	590.05	590.05	100.00%	货到票到 60 天电汇付款
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	728.59	649.32	1,377.91	1,377.91	100.00%	月结 60 天，6 个月承兑付款
	本田贸易（中国）有限公司	384.74	0.00	384.74	384.74	100.00%	货到票到 60 天电汇付款
2021 年 12 月 31 日	金发科技股份有限公司	1,539.70	2,200.52	3,740.23	3,740.23	100.00%	月结 60 天，6 个月承兑付款
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	1,163.43	0.00	1,163.43	1,163.43	100.00%	货到票到 90 天电汇付款
	本田贸易（中国）有限公司	505.74	0.00	505.74	505.74	100.00%	货到票到 60 天电汇付款
	东莞市东骏达饰件	651.28	0.00	651.28	651.28	100.00%	货到票到 90 天电汇付款

日 期	供应商名称	期末应付账款金额	期末应付票据金额	应付款项合计	期后付款金额	期后付款比例	付款政策
	有限公司						
	苏州瑞高新材料有限公司	1,068.14	0.00	1,068.14	1,068.14	100.00%	货到票到 90 天电汇付款
2020 年 12 月 31 日	金发科技股份有限公司	811.93	1,654.71	2,466.64	2,466.64	100.00%	月结 60 天，6 个月承兑付款
	本田贸易（中国）有限公司	420.78	0.00	420.78	420.78	100.00%	货到票到 60 天电汇付款
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	856.55	0.00	856.55	856.55	100.00%	货到票到 90 天电汇付款
	南京聚隆科技股份有限公司	960.89	0.00	960.89	960.89	100.00%	货到票到 90 天电汇付款
	中山市友元精密模具制造有限公司	0.00	0.00	0.00			按合同条款支付

注：期后付款统计数据截止时间为 2023 年 9 月 30 日，期后付款金额等于银行转账和票据到期承兑金额之和

由上表可知，公司对主要供应商期后结算情况良好，付款及时。同时，截至 2023 年 9 月 30 日，对金发科技股份有限公司、上海普利特复合材料股份有限公司、广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司的应付账款期后付款比例不为 100%，主要是信用期尚未到期，或应付票据承兑期未到所致。

上海普利特复合材料股份有限公司期后付款比例较低是由于信用期尚未到期，或应付票据承兑期未到期导致，不存在逾期未支付的款项。

公司在合同约定信用期内严格按照采购合同的条款按时付款。

4、主要供应商与应付账款、应付票据对象之间的匹配性，结合公司付款政策、供应商资金规模、市场地位、采购规模，说明前五大应付账款与主要供应商的差异情况、存在差异的原因及合理性，采购内容是否与销售订单匹配

前五大应付账款供应商采购金额、在当年采购额中排名、供应商资金规模、市场地位及付款政策等情况的匹配关系如下：

单位：万元

日期	应付账款前五大供应商（注）	应付账款余额	采购金额	采购金额排名	注册资本		市场地位	结算条款	采购内容	采购内容是否与销售订单匹配
					金额	成立时间				
2023年1-6月	金发科技股份有限公司	2,566.23	5,531.55	1	265,719.72	1993/5/26	全国知名企业、A股上市公司	月结60天，6个月承兑付款	塑料粒子等	是
	东莞市东骏达饰件有限公司	1,383.87	1,533.29	4	1,000.00	2018/3/23	区域知名企业	货到票到90天电汇付款	外购部件等	是
	清远市信和实业有限公司	1,284.28	1,248.81	8	300.00	2004/11/17	区域知名企业	货款：货到票到90天电汇付款；外协生产模具款：按3年36期付款	外购部件等	是
	广州亚伊汽车零部件有限公司	907.54	1,402.32	6	500.00	2015/11/9	区域知名企业	货到票到60天电汇付款	外购部件等	是
	广东纵骅中州模胚有限公司	851.73	818.93	15	800.00	2013/3/5	区域知名企业	货到票到90天电汇付款	模具材料等	是
2022年度	金发科技股份有限公司	1,671.00	7,238.39	1	265,719.72	1993/5/26	全国知名企业、A股上市公司	月结60天，6个月承兑付款	塑料粒子等	是
	东莞市东骏达饰件有限公司	1,054.01	2,199.59	6	1,000.00	2018/3/23	区域知名企业	货到票到90天电汇付款	外购部件等	是
	上海普利特复合材料股份有限公司	939.31	2,988.57	2	101,743.19	1999/10/28	全国知名企业、A股上市公司	货到票到75天电汇付款	塑料粒子等	是
	广东锦业物流设备有限公司	886.3	1,241.90	15	1,200.00	2019/9/16	区域知名企业	货款：货到票到90天电汇付款；中转台车应付款：按2年24期付款	包装物等	是
	清远市信和实业有限公司	880.24	1,272.52	14	300.00	2004/11/17	区域知名企业	货款：货到票到90天电汇付款；外协生产模具款：按3年36期付款	外购部件等	是
2021	金发科技股份有限公司	1,539.70	4,505.31	1	265,719.72	1993/5/26	全国知名企业、A	月结60天，6个月承兑付款	塑料粒子等	是

日期	应付账款前五大供应商（注）	应付账款余额	采购金额	采购金额排名	注册资本		市场地位	结算条款	采购内容	采购内容是否与销售订单匹配
					金额	成立时间				
年度							股上市公司			
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	1,163.43	2,210.85	2	4,778.00	1998/1/21	全国知名企业、A股上市公司	货到票到 90 天电汇付款	塑料粒子等	是
	苏州瑞高新材料有限公司	1,068.14	1,448.76	5	7,759.31	2012/10/11	全国知名企业	货到票到 90 天电汇付款	外购部件等	是
	上海普利特复合材料股份有限公司	806.37	1,078.81	12	101,743.19	1999/10/28	全国知名企业、A股上市公司	货到票到 75 天电汇付款	塑料粒子等	是
	宁波中骏森驰汽车零部件股份有限公司	737.61	730.26	19	7,600.00	2006/11/2	全国知名企业	货款：货到票到 90 天电汇付款；外协生产模具款：按 3 年 36 期付款	外购部件等	是
2020 年度	南京聚隆科技股份有限公司	960.89	1,488.64	4	10,796.98	1999/4/27	全国知名企业、A股上市公司	货到票到 90 天电汇付款	塑料粒子等	是
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	856.55	1,889.32	3	4,778.00	1998/1/21	全国知名企业、A股上市公司	货到票到 90 天电汇付款	塑料粒子等	是
	金发科技股份有限公司	811.93	2,940.79	1	265,719.72	1993/5/26	全国知名企业、A股上市公司	月结 60 天，6 个月承兑付款	塑料粒子等	是
	东莞市东骏达饰件有限公司	773.54	590.99	15	100.00	2018/3/23	区域知名企业	货款：货到票到 90 天电汇付款；外协生产模具款：按 3 年 36 期付款	外购部件等	是
	宁波东昊汽车部件有限公司	721.57	947.38	6	3,773.00	2003/12/23	区域知名企业	货到票到 90 天电汇付款	外购部件等	是

注：应付账款前五大供应商为存货采购应付账款的前五大供应商

如上表所示，报告期内的前五大应付账款供应商中，分别有 3 家、3 家、2 家和 2 家供应商同时为当年度的前五大供应商，2023 年 1-6 月，第四大应付账款供应商广州亚伊汽车零部件有限公司，2023 年 1-6 月采购排名第 6 名，2022 年度第二大应付账款供应商东莞市东骏达饰件有限公司，当年采购排名为第 6 名，2020 年度第五大应付账款供应商宁波东昊汽车部件有限公司，当年采购排名为第 6 名，上述供应商应付账款与采购排名匹配关系较好。

其余前五大应付账款供应商由于采购内容、采购时点、付款政策等因素影响，前五大应付账款和主要供应商存在差异，具体如下：

公司外购部件如饰条、开关面板、拉手等，需要以定制的模具进行外协生产，外协供应商按公司要求代买生产模具后，模具所有权归公司所有，公司按 3 年 36 期支付生产模具款项。上表中，如清远市信和实业有限公司、宁波中骏森驰汽车零部件股份有限公司、东莞市东骏达饰件有限公司，期末应付账款余额中，除货款外，均有外协生产模具应付款，导致应付账款余额较大。

2023 年 6 月末广东纵骅中州模胚有限公司应付账款余额较大，主要是信用期未到期导致。

2022 年末广东锦业物流设备有限公司应付账款余额较大，系由于该年度门内饰板总成收入占比提升以及部分新车型量产，向此供应商购入了较多中转台车等包装物，这部分款项按 2 年 24 期支付，导致期末应付账款余额较大。

2021 年末上海普利特复合材料股份有限公司应付账款余额较大，系由于该年度推出新车型产品，进行配套材料采购，需要与供应商对采购价格进行磋商，对账期较长，在下半年完成前期采购对账，导致期末应付账款余额较大。

报告期存货采购金额前五大但期末应付账款余额未排入前五的供应商有：

单位：万元

所属报告期	供应商名称	采购金额	采购金额排名	应付账款金额	应付账款排名	结算条款	采购内容是否与销售订单匹配
2023 年 1-6 月	浙江长江汽车电子有限公司	1,842.88	2	819.65	7	货到票到 60 天电汇付款	是
	上海普利特复合材料股份有限公司	1,678.16	3	715.47	13	货到票到 75 天电汇付款，6 个月承兑付款	是

所属报告期	供应商名称	采购金额	采购金额排名	应付账款金额	应付账款排名	结算条款	采购内容是否与销售订单匹配
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	1,466.41	5	771.50	10	月结 60 天，6 个月承兑付款	是
2022 年度	浙江长江汽车电子有限公司	2,638.01	3	590.05	14	货到票到 60 天电汇付款	是
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	2,502.91	4	728.59	9	月结 60 天，6 个月承兑付款	是
	本田贸易（中国）有限公司	2,324.51	5	384.74	27	货到票到 60 天电汇付款	是
2021 年度	本田贸易（中国）有限公司	1,910.64	3	505.74	12	货到票到 60 天电汇付款	是
	东莞市东骏达饰件有限公司	1,595.80	4	651.28	7	货到票到 90 天电汇付款	是
2020 年度	本田贸易（中国）有限公司	1,942.37	2	420.78	7	货到票到 60 天电汇付款	是
	中山市友元精密模具制造有限公司	1,022.02	5	-	-	按合同条款支付	是

如上表所示，浙江长江汽车电子有限公司、本田贸易（中国）有限公司信用期均为 60 天，货款较快结清，期末应付账款金额较少。上海普利特复合材料股份有限公司、广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司由于 2022 年及 2023 年 1-6 月修改付款政策，部分货款采用应付票据支付，导致期末应付账款余额较少。东莞市东骏达饰件有限公司由于 2021 年度采购频次及金额在月度间较为平均，导致期末应付账款余额较少。中山市友元精密模具制造有限公司 2020 年根据合同条款支付货款，截至期末已全额付清货款，不存在期末余额。

报告期应付票据前五大供应商应付账款余额及采购金额情况如下：

单位：万元

所属报告期	供应商名称	应付票据期末余额	应付账款余额	应付账款排名	采购金额	采购排名	结算条款	采购内容是否与销售订单匹配
2023 年 1-6 月	金发科技股份有限公司	3,635.93	2,566.23	1	5,531.55	1	月结 60 天，6 个月承兑付款	是
	上海普利特复合材料股份有限公司	1,253.04	715.47	13	1,678.16	3	月结 60 天，6 个月承兑付款	是
	南京聚隆科技股份有限公司	767.69	429.74	21	1,032.33	11	月结 60 天，6 个月承兑付款	是

所属报告期	供应商名称	应付票据期末余额	应付账款余额	应付账款排名	采购金额	采购排名	结算条款	采购内容是否与销售订单匹配
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	694.16	771.50	10	1,466.41	5	月结60天，6个月承兑付款	是
	中广核俊尔新材料有限公司	440.44	246.23	33	528.34	24	月结60天，6个月承兑付款	是
2022年度	金发科技股份有限公司	4,178.19	1,671.00	1	7,238.39	1	月结60天，6个月承兑付款	是
	南京聚隆科技股份有限公司	752.39	379.74	28	2,154.68	7	月结60天，6个月承兑付款	是
	广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司	649.32	728.59	9	2,502.91	4	月结60天，6个月承兑付款	是
	中广核俊尔新材料有限公司	563.60	357.74	30	1,598.01	11	月结60天，6个月承兑付款	是
2021年度	金发科技股份有限公司	2,200.52	1,539.70	1	4,505.31	1	月结60天，6个月承兑付款	是
2020年度	金发科技股份有限公司	1,654.71	811.93	3	2,940.79	1	月结60天，6个月承兑付款	是

报告期内，公司与供应商之间以应付票据结算较少，主要系金发科技股份有限公司，在 2022 年度及 2023 年 1-6 月，公司与南京聚隆科技股份有限公司、广州市聚赛龙工程塑料股份有限公司、中广核俊尔新材料有限公司、上海普利特复合材料股份有限公司签订的采购协议中，约定可以使用应付票据结算，导致期末应付账款金额减少，具有合理性。

综上，报告期内，前五大应付账款供应商与主要供应商具有匹配性，部分前五大应付账款与主要供应商受采购内容、采购时点、付款政策等因素影响，会存在差异，具有合理性，采购内容均与销售订单相匹配。

（二）说明报告期内各类借款的变动明细、融资主体、借款期限、借款用途、本金偿还及利息支付等情况，与筹资活动现金流、财务费用等科目的勾稽关系；是否存在借款利息资本化的情形，如存在，请说明利息资本化金额、起始时间、计算过程，以及会计处理的适当性

1、说明报告期内各类借款的变动明细、融资主体、借款期限、借款用途、本金偿还及利息支付等情况，与筹资活动现金流、财务费用等科目的勾稽关系

（1）报告期内公司各类借款的变动明细、融资主体、借款期限、借款用途、本金偿还及利息支付情况如下：

单位：万元

融资主体	借款类型	贷款银行	借款期限	借款本金A	借款用途	本金偿还情况 B				利息支付情况 C			
						2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
宜昌富强	长期借款	中国工商银行股份有限公司三峡猇亭支行	2019/2/28 至 2025/2/12	550.00	宜昌汽车部件建设项目（一期）建设	75.00	125.00	75.00	75.00	5.66	16.88	21.65	29.17
			2019/3/21 至 2025/2/12	320.00		40.00	70.00	70.00		3.87	11.17	13.34	17.24
			2019/5/17 至 2025/2/12	550.00		70.00	130.00	100.00		6.90	19.88	23.93	29.94
杭州富嘉	短期借款	中国工商银行杭州经济技术开发区支行	2020/3/31 至 2021/3/29	1,000.00	支付货款等			1,000.00		27.24	46.76	36.61	32.02
			2021/4/1 至 2022/3/23	1,000.00			1,000.00						
			2022/3/30 至 2023/3/24	1,000.00		1,000.00							
			2022/7/25 至 2023/7/20	500.00									
			2023/2/25 至 2024/2/21	1,000.00									
杭州富嘉	长期借款	中国工商银行杭州经济技术开发区支行	2018/6/28 至 2022/6/28	950.00	支付设备以及工程款		410.00	350.00	190.00	40.46	144.90	213.62	
			2018/8/1 至 2022/6/28	1,000.00			420.00	380.00	200.00				
			2018/9/10 至 2022/6/28	500.00			220.00	180.00	100.00				
			2018/11/22 至 2022/6/28	900.00			380.00	320.00	200.00				
			2019/3/11 至 2022/6/28	1,000.00			412.00	355.00	233.00				
富强	短期	中国银	2019/1/23 至 2020/1/22	1,500.00	生产经营周转				1,500.00	142.11	294.63	174.23	201.79

融资主体	借款类型	贷款银行	借款期限	借款本金A	借款用途	本金偿还情况 B				利息支付情况 C			
						2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
科技	借款	行股份有限公司广东省分行	2019/2/21 至 2020/2/20	1,000.00					1,000.00				
			2019/4/28 至 2020/4/27	700.00					700.00				
			2019/12/19 至 2020/12/18	1,000.00					1,000.00				
			2020/1/16 至 2021/1/15	1,500.00					1,500.00				
			2020/2/26 至 2021/2/25	1,000.00				1,000.00					
			2020/4/14 至 2021/4/13	700.00				700.00					
			2020/9/11 至 2021/9/10	1,500.00				1,500.00					
			2021/1/14 至 2022/1/13	1,700.00				1,700.00					
			2021/6/11 至 2022/6/10	1,500.00			1,500.00						
			2021/7/27 至 2022/7/26	1,200.00			1,200.00						
			2021/10/22 至 2022/10/21	2,000.00			2,000.00						
			2021/12/17 至 2022/12/17	2,500.00			2,500.00						
			2022/5/30 至 2023/5/29	1,500.00		1,500.00							
			2022/7/26 至 2023/7/26	1,200.00									
			2022/10/25 至 2023/10/25	2,000.00									

融资主体	借款类型	贷款银行	借款期限	借款本金A	借款用途	本金偿还情况 B				利息支付情况 C			
						2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
			2022/12/21 至 2023/12/21	2,500.00		2,500.00							
			2023/5/25 至 2024/5/25	1,500.00									
			2023/6/28 至 2024/6/28	2,500.00									
		中国工商银行股份有限公司清远经济开发区支行	2019/12/31 至 2020/12/30	311.69					311.69				
			2020/1/2 至 2021/1/1	311.69					311.69				
			2020/3/24 至 2021/3/24	1,000.00				1,000.00					
			2020/11/24 至 2021/11/19	500.00				500.00					
			2021/5/31 至 2022/5/26	200.00			200.00						
			2021/6/1 至 2022/5/25	100.00			100.00			19.97	64.73	60.48	61.96
			2021/7/20 至 2022/7/19	950.00			950.00						
			2021/8/18 至 2022/8/17	950.00			950.00						
			2022/3/18 至 2023/3/17	950.00			950.00						
			2022/7/28 至 2023/7/26	1,000.00									
	长期借款	中国银行股份有限公	2015/9/24 至 2021/9/24	2,000.00	固定资产贷款			500.00	500.00	11.22	60.45	154.11	321.61
			2015/11/13 至 2021/9/24	2,000.00				500.00	500.00				

融资主体	借款类型	贷款银行	借款期限	借款本金A	借款用途	本金偿还情况 B				利息支付情况 C			
						2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
		司广东省分行	2015/12/30 至 2021/9/24	850.00				212.50	212.50				
			2016/2/1 至 2021/9/24	850.00				212.50	212.50				
			2016/4/11 至 2021/9/24	550.00				137.50	137.50				
			2016/7/5 至 2021/9/24	238.07				59.52	59.52				
			2016/8/15 至 2021/9/24	528.00				132.00	132.00				
			2016/9/27 至 2021/9/24	1,284.20				321.05	321.05				
			2018/10/12 至 2023/10/11	650.00		162.50	162.50	162.50	162.50				
			2018/11/29 至 2023/10/11	450.80		112.70	112.70	112.70	112.70				
			2019/1/18 至 2023/10/11	1,150.00		287.50	287.50	287.50	287.50				
			2019/5/17 至 2023/10/11	200.00		50.00	50.00	50.00	50.00				
			2019/7/1 至 2023/10/11	338.00		84.50	84.50	84.50	84.50				
			2019/9/4 至 2023/10/11	108.75		27.19	27.19	27.19	27.19				
		中国工商银行股份有限公司清远经	2022/5/25 至 2027/5/19	1,546.80						192.36	103.76		
			2022/6/17 至 2027/5/19	490.00									
			2022/6/29 至 2027/5/19	915.00									

融资主体	借款类型	贷款银行	借款期限	借款本金 A	借款用途	本金偿还情况 B				利息支付情况 C			
						2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
		济开发区支行	2022/7/20 至 2027/5/19	490.00									
			2022/7/28 至 2027/5/19	1,370.30									
			2022/9/15 至 2027/5/19	500.00									
			2022/10/28 至 2027/5/19	1,021.49									
			2022/11/30 至 2027/5/19	690.00									
			2022/12/21 至 2027/5/19	980.30									
			2023/1/10 至 2027/5/19	1,190.00									
			2023/2/24 至 2027/5/19	490.00									
			2023/3/24 至 2027/5/19	800.00									
			2023/5/12 至 2027/5/19	950.00									
小 计				**68,175.08**		**5,909.39**	**14,241.39**	**12,029.46**	**10,120.83**	**409.33**	**658.72**	**629.25**	**907.36**

报告期内，公司各类借款的融资主体均为中国银行、中国工商银行等国有银行；各期末短期借款、长期借款本金合计金额分别为 10,090.78 万元、11,899.39 万元、18,133.88 万元和 19,789.70 万元，借款金额随着经营规模扩大而逐渐增大，但占总资产的比重分别 12.67%、11.50%、13.48%和 14.12%，基本稳定，借款用途包括生产经营周转、长期资产购置等。报告期内，公司按照银行贷款协议按期偿还本金及利息。

（2）报告期内公司各类借款与筹资活动现金流、财务费用等科目的勾稽关系

报告期内，公司各类借款与筹资活动现金流勾稽如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
短期借款增加 A1	5,000.00	10,650.00	12,100.00	7,511.69
长期借款增加 A2	3,430.00	8,003.88		
取得借款收到的现金 D	8,430.00	18,653.88	12,100.00	7,511.69
差异 E=A1+A2-D	0	0	0	0
短期借款减少 B1	5,000.00	11,350.00	7,400.00	6,323.38
长期借款减少 B2	909.39	2,891.39	4,629.46	3,797.46
偿还债务支付的现金 F	5,909.39	14,241.39	12,029.46	10,120.83
差异 G=B1+B2-F	0	0	0	0
借款利息支付金额 C	409.33	658.72	629.25	907.36
分配股利、利润或偿付利息支付的现金 H	3,323.33	4,521.22	629.25	4,557.36
减：分配股利支付的现金 I	2,914.00	3,862.50		3,650.00
偿付利息支付的现金 J=H-I	409.33	658.72	629.25	907.36
差异 K=C-J	0	0	0	0

由上表可知，公司各期收到和偿还的银行借款与筹资活动中取得借款收到的现金和偿还债务支付的现金勾稽一致；各期支付的银行借款利息与筹资活动中偿付利息支付的现金勾稽一致。

报告期内，公司各类借款利息与筹资活动现金流、财务费用科目勾稽如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
财务费用-利息支出金额 L	218.15	563.63	631.17	979.14
其中：银行借款利息支出 M	212.61	547.81	626.73	902.64
确认租赁负债而产生的利息支出	5.54	15.82	4.43	
关联方资金拆借产生的利息				76.50
借款利息支付金额 C	409.33	658.72	629.25	907.36
差异 N=C-M	196.72	110.91	2.52	4.72
其中：应付利息期初-期末差额	1.39	-2.27	2.52	4.72
专用借款利息资本化	195.33	113.18		

“财务费用-利息支出”包括银行借款利息、租赁负债结转确认的利息支出和关联方资金拆借产生的利息，其中银行借款利息支出与前述借款利息支付金额存在差异，主要原因为：1） 银行结息日为每月 20 日，公司对每年末最后 10 日计提利息，此部分利息于次年支付，利息计提与支付存在时间差；2） 2022 年 5 月 25 日至 2023 年 6 月 30 日公司陆续向中国工商银行股份有限公司清远经济开发区支行实际借入的 11,443.88 万元专项借款，其对应的利息费用资本化计入在建工程，金额为 308.51 万元，其中 2022 年度为 113.18 万元，2023 年 1-6 月为 195.33 万元。剔除上述影响后，公司各期借款利息支付金额与“财务费用-利息支出”勾稽一致。

2、是否存在借款利息资本化的情形，如存在，请说明利息资本化金额、起始时间、计算过程，以及会计处理的适当性

报告期内，公司清远新二厂厂房建设项目资金来源为自有资金和专门借款，公司对专门借款进行了借款利息资本化。除该笔专门借款外，公司报告期内不存在其他借款利息资本化的情况。具体情况如下：

（1）借款利息资本化具体情况及计算过程

单位：万元

项目名称	资金来源	本金	借款利率	资本化开始时间	资本化结束时间	本期资本化天数	资本化金额
公司清远新二厂厂房建设项目	专门借款	11,443.88	3.85%	2022/5/25	--	402	308.51

注：截至 2023 年 6 月 30 日，工程尚未竣工，利息资本化未结束

（2）借款利息资本化会计处理的适当性

根据《企业会计准则第 17 号——借款费用》第五条规定：借款费用同时满足下列条件的，才能开始资本化：（一）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；（二）借款费用已经发生；（三）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

第六条规定：在资本化期间内，每一会计期间的利息（包括折价或溢价的摊销）资本化金额，应当按照下列规定确定：为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，应当以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

公司清远新二厂厂房建设项目开工时间为 2022 年 4 月 28 日，专门借款第一笔借款费用发生时间为 2022 年 5 月 25 日，公司于专门借款的借款费用发生时开始计算资本化利息，于该项目达到预定可使用状态时停止资本化，截至 2023 年 6 月 30 日，工程尚未竣工，未达到可使用状态。

综上，公司资本化利息金额计算准确，会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

（三）说明主要偿债指标低于同行业可比公司的原因及合理性，是否存在财务风险或流动性风险，相关资产抵押、质押情况及占比，资产使用是否受限，资产是否存在重大不确定风险

1、主要偿债指标低于同行业可比公司的原因及合理性，是否存在财务风险或流动性风险

（1）公司主要偿债指标低于同行业可比公司的原因及合理性

报告期各期，公司及同行业可比公司的资产负债率、流动比率、速动比率如下：

项目	2023 年 6 月 30 日			2022 年末			2021 年末			2020 年末		
	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率
唯科科技	6.49	5.74	13.85%	8.3	7.48	11.85%	2.59	1.69	22.43%	2.59	1.85	23.20%
常熟汽饰	0.9	0.71	47.63%	0.96	0.78	45.69%	0.9	0.73	45.26%	0.85	0.71	48.67%
新泉股份	1.32	0.94	58.40%	1.27	0.9	55.75%	1.55	1.09	49.34%	1.83	1.41	47.59%
神通科技	1.81	1.36	30.99%	1.72	1.23	33.40%	2.03	1.5	30.64%	1.23	0.94	48.81%
肇民科技	7.54	6.56	11.89%	7.42	6.49	12.50%	7.74	7.02	12.64%	2.05	1.72	39.49%
东箭科技	1.81	1.56	40.11%	1.64	1.41	42.23%	1.86	1.56	43.47%	3.16	2.75	26.37%
福赛科技	1.33	1.03	53.54%	1.49	1.17	50.95%	1.69	1.32	48.76%	1.74	1.45	46.52%
平均值	3.03	2.56	36.63%	3.26	2.78	36.05%	2.62	2.13	36.08%	1.92	1.55	40.09%
中位值	1.81	1.36	40.11%	1.64	1.23	42.23%	1.86	1.5	43.47%	1.83	1.45	46.52%
富强科技	1.39	0.53	51.20%	1.36	0.54	53.24%	1.43	0.58	48.99%	1.64	0.68	48.48%

报告期内，公司的流动比率、速动比率和资产负债率与福赛科技、神通科技较为接近；流动比率和速动比率与同行业可比公司中位值差异较小；资产负债率较同行业可比公司中位值偏高，主要原因系公司处于资金密集型行业，客户前期同步开发、模具开发等都需要占用大量资金，加之近几年公司不断开拓新客户及配套新车型，需要持续投入厂房及设备，而公司为非上市公司，融资渠道相对单一，主要通过自身发展和银行借款渠道补充公司日常运营所需资金。

因此，公司主要偿债指标低于同行业可比公司具有合理性。

（2）是否存在财务风险或流动性风险

报告期内，公司偿债风险较低的主要原因系：

1） 报告期各期，公司净利润分别为 7,081.29 万元、10,832.74 万元、12,850.01 万元和 7,830.50 万元，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 12,894.39 万元、15,773.43 万元、23,616.89 万元和 10,111.83 万元，随着公司盈利能力整体提升，公司经营活动产生的现金流量净额持续增长，公司经营状况良好，盈利能力较强，经营活动现金流相对充沛，报告期各期末不受限资金余

额分别为 14,109.08 万元、19,357.44 万元、24,564.34 万元和 21,870.04 万元；

2） 公司的负债结构中，应付账款和应付票据等无息负债占比较高。报告期各期末应付账款和应付票据合计余额分别为 16,546.51 万元、23,848.94 万元、39,568.88 万元和 37,043.92 万元，占各期末流动负债比例分别为 53.87%、51.90%、66.23%和 64.62%，系流动负债主要构成部分；各报告期期末，公司有息负债率分别为 18.52%、14.57%、14.58%和 15.56%，处于较低水平；

3） 报告期内，公司均按时、足额地偿还了各银行的贷款本金和利息，未发生到期未清偿借款的情形，资信状况良好。

因此，公司财务风险或流动性风险较低。

2、相关资产抵押、质押情况及占比，资产使用是否受限，资产是否存在重大不确定风险

截至 2023 年 6 月 30 日，公司资产抵押、质押情况及占比如下：

单位：万元

资产类别	资产权属	资产产权证编号	资产面积	资产账面价值（万元）	占总资产比例	抵押用途	借款抵押期限	是否受限
房屋建筑物	富强科技	粤（2021）清远市不动产权第 0007921 号	29,216.30 ㎡	5,363.52	3.83%	银行借款	2015/8/22-2030/12/31	是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007923 号	864.00 ㎡					是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007924 号	2,457.99 ㎡					是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007926 号	2,459.12 ㎡					是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007918 号	18,700.38 ㎡	2,145.88	1.53%			是
		粤（2022）清远市不动产权第 0112924 号	55,625.47 ㎡	3,612.33	2.58%		2022/5/11-2032/5/31	
	杭州富嘉	浙（2020）杭州市不动产权第 0072379 号	18,776.71 ㎡	2,314.61	1.65%		2018/4/13-2028/4/12	是
	宜昌富强	鄂（2020）宜昌市不动产权第 0113116 号	15,988.58 ㎡	1,899.39	1.36%		2019/1/29-2025/2/28	是
	合计			**15,335.73**	**10.94%**			
土地使用权	富强科技	粤（2022）清远市不动产权第 0112924 号	55,625.47 ㎡	3,567.71	2.55%		2022/5/11-2032/5/31	是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007921 号	73,815.52 ㎡	2,677.79	1.91%		2015/8/22-2030/12/31	是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007918 号						是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007924 号						是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007923 号						是
		粤（2021）清远市不动产权第 0007926 号						是
	杭州富嘉	不动产权证号：浙（2020）杭州市不动产权第 0072379 号	31,330 ㎡	2,149.21	1.53%		2018/4/13-2028/4/12	是
	宜昌富强	鄂（2020）宜昌市不动产权第 0113116 号	38,282.05 ㎡	1,147.97	0.82%		2019/1/29-2025/2/28	是
	合计			**9,542.68**	**6.81%**			

截至 2023 年 6 月 30 日，公司拥有的 7 项不动产权（包括房产和土地）和 1 宗国有建设用地使用权均处于抵押状态，其中固定资产占比为 10.94%，无形资产占比为 6.81%。上述资产抵押权对应的主债务均为公司及子公司的银行借款，主债务在履行中，抵押尚未解除。按照相关抵押合同约定，抵押物由公司占有和保管，但抵押物的权利凭证全部交由银行，未经抵押权人书面同意，抵押人不得全部或部分转让、赠与、再抵押、质押、托管、出租、出借、以实物形式出资、改造、改建、设立居住权或以其他任何方式全部或部分处分抵押物，因此上述抵押资产使用权受限，但不影响公司正常生产经营。

公司报告期内业绩增长较快，经营现金流情况较好，不存在逾期偿还银行借款的情况，预计不存在被行使抵押权的风险，预计不会对公司生产经营产生重大不利影响，资产权属不存在重大的不确定风险。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解公司与采购付款相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、通过访谈主要供应商和客户、实施函证程序等方式，了解报告期内主要供应商、客户与公司的交易情况；通过访谈公司管理层，了解公司报告期内主要客户、供应商的结算模式及信用政策，确认公司报告期内主要客户、供应商报告期内信用政策是否发生变化；取得并查阅主要的购销合同、订单、发票、银行回单、对账资料等支持性文件，确认主要客户、供应商的结算情况是否与信用政策相符；

3、获取报告期内公司各年采购明细表、应付账款明细表和应付票据台账，分析主要供应商的期末余额与采购额是否匹配，分析应付票据与供应商采购额、应付账款余额变动情况，比较是否存在重大差异；

4、获取票据协议，计算并分析银行承兑保证金与期末应付票据余额比例是否与协议约定比例一致；

5、获取公司报告期内借款合同和借款台账，检查借款台账记录的借款本金、借款期限、借款用途、还款计划等合同条款是否与借款合同一致，并与相关会计记录核对；

6、获取报告期内公司在建工程台账、明细账，检查合同、发票、付款资料、工程进度单等原始单据，结合在建工程实地勘察，重新测算资本化利息，并与会计核算记录核对；

7、获取公司报告期内财务报表，分析经营活动现金流构成情况和负债结构，检查现金流量表的编制过程，分析报告期内主要交易事项以及对现金流的影响，判断现金流量表编制的合理性；

8、查阅公司与资金相关的内控制度，取得对应的借款审批节点，检查借款、担保、抵押合同，了解报告期内公司向银行以抵押担保的方式获得融资的合规性、还款是否存在逾期情况、测算利息是否合理；

9、查阅同行业可比公司公开披露资料，对比同行业可比公司经营活动产生的现金流量情况、相关偿债指标；

10、核查公司及子公司持有的不动产权证书、土地出让合同、对应的付款凭证、发票及完税证明、租赁房产的合同、对应的权属证明或说明，实地查验公司拥有的不动产情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、公司报告期各期应付账款、应付票据与采购金额、成本具有匹配关系，应付账款、应付票据的变化符合企业经营的实际情况，具备合理性；公司应付票据余额与其他货币资金中银行承兑汇票保证金相匹配；报告期内，前五大应付账款供应商与主要供应商具有匹配性，部分前五大应付账款与主要供应商受采购内容、采购时点、付款政策等因素影响，会存在差异，具有合理性，采购内容均与销售订单相匹配；

2、公司各期收到和偿还的银行借款与筹资活动中取得借款收到的现金和偿还债务支付的现金勾稽一致；各期支付的银行借款利息与筹资活动中偿付利息

支付的现金勾稽一致；2022 年及 2023 年 1-6 月公司存在利息资本化，资本化利息金额计算准确，会计处理符合《企业会计准则》相关规定；

3、报告期内，公司为非上市公司，融资手段单一，主要通过自身发展和银行借款渠道补充公司日常运营所需资金，因此公司主要偿债指标低于同行业可比公司具备合理性；公司财务风险或流动性风险较低；公司为满足自身发展的资金需求，将房屋建筑物和土地使用权抵押以获得银行借款，相关资产使用权受限，但公司报告期内业绩增长较快，经营现金流情况较好，不存在逾期偿还银行借款的情况，预计不存在被行使抵押权的风险，预计不会对公司生产经营产生重大不利影响，资产不存在重大的不确定风险。

问题 16.关于其他事项

（1）报告期内，发行人其他收益金额分别为 425.98 万元、862.19 万元和 1,104.28 万元，主要为与日常经营活动相关的政府补助。

（2）报告期各期末，发行人应交税费分别为 740.85 万元、1,215.07 万元和 835.26 万元，主要为应交企业所得税、增值税。

（3）报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额分别为 12,894.39 万元、15,773.43 万元和 23,616.89 万元，同期实现的净利润分别为 7,081.29 万元、10,832.74 万元和 12,850.01 万元，经营活动产生的现金流量净额高于同期净利润。

（4）报告期内，发行人存在分红事项，本次部分募集资金用于补充流动资金。

（5）报告期内，发行人、杭州富嘉等存在补缴税费并缴纳滞纳金的情形，本次申报报表与原始报表相比有较大的调整。

请发行人：

（1）说明政府补助区分为经常性损益和非经常性损益，计入当期损益、递延收益或营业外收入的具体情况及区分依据，主要政府补助的具体情况、取得依据、到账时间，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

（2）说明各期末应交企业所得税余额波动的合理性，利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项，各期所得税费用的计算过程、主要纳税调整项目，当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异及原因分析；报告期各期增值税销项税额与销售规模、进项税额与采购规模的匹配性，报告期内应交增值税波动的原因。

（3）说明经营活动产生的现金流量净额与当期净利润产生差异的原因及合理性，相关现金流与资产负债表、利润表相关项目的勾稽关系；结合主要客户、销售政策、结算条件、信用政策等，说明报告期各期经营活动现金流大于各期净利润的原因及合理性，与同行业可比公司的差异情况。

（4）说明报告期内现金分红的原因及合理性，对发行人经营稳定性、现金

流的影响，是否符合《公司法》《公司章程》等法律法规与内部规范的规定，报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员获得分红款项的主要资金流向与用途；结合报告期内现金分红、购买银行理财情况、资本支出及生产经营的相关安排等，说明募集资金补流的必要性、合理性，金额测算的过程、依据及必要性，是否与发行人现有经营规模、财务状况、技术水平、发展规划和管理能力等相适应。

（5）说明滞纳金涉及的具体事项，报告期申报财务报表与原始财务报表涉及调整的具体事项、相关会计处理及是否符合《企业会计准则》的规定，发行人的会计核算及会计基础工作是否规范。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并对照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中信息系统专项核查的相关要求，判断发行人日常经营活动是否高度依赖信息系统，如是，请按照规则要求开展专项核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明政府补助区分为经常性损益和非经常性损益，计入当期损益、递延收益或营业外收入的具体情况及区分依据，主要政府补助的具体情况、取得依据、到账时间，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

1、说明政府补助区分为经常性损益和非经常性损益，计入当期损益、递延收益或营业外收入的具体情况及区分依据

（1）公司收到的政府补助均认定为非经常性损益

《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》规定：“非经常性损益是指与公司正常经营业务无直接关系，以及虽与正常经营业务相关，但由于其性质特殊和偶发性，影响报表使用人对公司经营业绩和盈利能力做出正常判断的各项交易和事项产生的损益。……非经常性损益通常包括以下项目：……（三）计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外；……”

报告期内，公司收到的政府补助多为专项补助资金且具有偶发性，不属于按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助。因此，公司将收到的政府补助全部认定为非经常性损益，不存在认定为经常性损益的情况。

（2）公司收到的政府补助属于与企业日常活动相关，均计入其他收益

《企业会计准则第 16 号——政府补助》第十一条规定：“与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。”

报告期内，公司政府补助均系企业技术改造补助、各类企业发展专项资金等，系为补偿公司日常经营中已发生的成本与费用，与公司主营业务开展密切相关，属于与企业日常活动相关的政府补助，公司将其计入其他收益；公司不存在其他与企业日常活动不相关的政府补助，因此不存在计入营业外收入的情况。

（3）公司收到的与资产相关的政府补助计入递延收益，并摊销确认其他收益；收到与收益相关的政府补助直接计入其他收益

《企业会计准则第 16 号——政府补助》第八条：“与资产相关的政府补助，应当冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，应当在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，应当将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。”第九条：“与收益相关的政府补助，应当分情况按照以下规定进行会计处理：（一）用于补偿企业以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；（二）用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。”第十条：“对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，应当区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，应当整体归类为与收益相关的政府补助。”

公司将政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助，与资产相关除外的政府补助归类为与收益相关的政

府补助。对于与资产相关的政府补助，公司在收到资金时确认递延收益，按照该项资产的剩余使用年限进行摊销确认其他收益；对于与收益相关的政府补助，公司将用于补偿公司已发生的相关成本费用的政府补助在收到补助款时直接计入当期其他收益，公司不存在用于补偿以后期间的成本费用或损失的政府补助。

综上，政府补助区分为经常性损益和非经常性损益，计入当期损益、递延收益或营业外收入具备明确的区分依据。

2、主要政府补助的具体情况、取得依据和到账时间

报告期内，公司主要政府补助（补助总金额 50 万元以上）的具体情况、取得依据和到账时间具体如下：

单位：万元

序号	政府补助项目	补助金额	到账时间	补助机构	取得依据
1	2016 年省级新一轮技术改造新增专项资金	642.00	2016/12/30	清远市财政局	《关于下达加大扶持力度支持新一轮技术改造新增专项资金（省级产业转移园设备更新）的通知》（清财工〔2016〕97 号）
2	2018 年省市级工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金	266.06	2018/12/29	广州（清远）产业转移工业园财政局	《关于下达 2018 省、市级工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金的通知》（广清财字〔2018〕7 号）
3	2019 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金	1,213.42	2019/10/30	清远市工业和信息化局	《关于下达 2019 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金计划的通知》（清工信〔2019〕304 号）
4	新增工业机器人项目	28.21	2019/12/30	杭州钱塘新区经发科技局、杭州钱塘新区财政金融局	《关于兑现 2018 年度各类政府资助（奖励）的通知（江东区块）》（钱塘经科〔2019〕74 号）
		239.22	2020/5/23		
5	汽车内外饰零部件项目	326.00	2019/2/13	宜昌市猇亭区财政局	《清远富强汽车内外饰零部件项目合作协议书》及补充协议、宜昌市猇亭区财政局《区财政局关于宜昌富强汽车部件有限公司申请拨付产业扶持资金的建议》
		326.00	2020/4/3		
		163.00	2020/5/23		
6	2019 年清远市市级工业企业技术改造专项资金	173.00	2020/1/14	广州（清远）产业转移工业园、财政局	《关于清算下达 2019 年清远市市级工业企业技术改造专项资金的通知》（广清财字〔2020〕1 号）、《关于清算下达 2019 年清远市市级工业企业技术改造专项资

序号	政府补助项目	补助金额	到账时间	补助机构	取得依据
					金的通知》（清财工〔2019〕85 号）
7	2020 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）第一批资金	364.80	2020/8/10	清远市工业和信息化局	《关于下达 2020 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）第一批资金计划的通知》（清工信〔2020〕124 号）
8	2022 年省级促进经济高质量发展专项企业技术改造资金	165.00	2022/5/20	清远市工业和信息化局	《关于下达 2022 年省级促进经济高质量发展专项企业技术改造资金项目计划的通知》（清工信〔2022〕49 号）
9	2021 年清远市总部企业经济贡献奖	523.57	2022/6/16	清远市工业和信息化局	《清远市工业和信息化局关于下达 2021 年清远市企业总部经济贡献奖和高管生活补助项目安排计划的通知》（清工信函〔2022〕12 号）
10	清远市 2021 年省级促进经济高质量发展专项资金（产业共建专题）	300.00	2021/6/30	清远市工业和信息化局	《关于下达清远市 2021 年省级促进经济高质量发展专项资金（产业共建专题）项目计划的通知》（清工信〔2021〕73 号）
11	汽车部件涂装生产线设备更新技术改造项目	1,426.00	2023/5/26	清远市财政局	《关于下达 2023 年省工业和信息化厅经管专项资金（企业技术改造）的通知》（清财工〔2023〕33 号）

注：序号 1-5 的政府补助到账时间虽然在 2020 年以前，但由于其摊销期限长，因此上述补助项目在报告期内存在摊销计入其他收益情况

3、相关会计处理符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司主要政府补助（补助金额 50 万元以上）的具体情况及会计处理如下：

1）2023 年度 1-6 月

单位：万元

政府补助项目	补助金额	与资产相关/与收益相关	计入当期损益/递延收益区分依据	计入当期损益金额	计入递延收益金额	是否与企业日常活动相关	计入营业外收入/其他收益
2016 年省级新一轮技术改造新增专项资金	642.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	33.50	200.97	是	其他收益
2018 年省市级工业企业技术改造事后奖补（普惠	266.06	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	17.54	105.25	是	其他收益

政府补助项目	补助金额	与资产相关/与收益相关	计入当期损益/递延收益区分依据	计入当期损益金额	计入递延收益金额	是否与企业日常活动相关	计入营业外收入/其他收益
性）资金							
2019 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金	1,213.42	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	80.89	606.71	是	其他收益
2019 年清远市市级工业企业技术改造专项资金	173.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	9.70	105.09	是	其他收益
2020 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）第一批资金	364.80	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	30.83	184.97	是	其他收益
2022 年省级促进经济高质量发展专项企业技术改造资金	165.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	10.00	141.67	是	其他收益
新增工业机器人项目	267.43	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置厂房和设备支出	16.63	160.71	是	其他收益
汽车内外饰零部件项目	815.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置土地和房屋支出	20.81	668.18	是	其他收益
汽车部件涂装生产线设备更新技术改造项目	1,426.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	28.52	1,397.48	是	其他收益
合 计	**5,332.71**			**248.42**	**3,571.04**		

注：与资产相关的政府补助中，除汽车部件涂装生产线设备更新技术改造项目外的其他项目款项均在 2023 年以前收到，由于其对应资产在 2023 年尚未摊销结束，因此 2023 年继续确认递延收益和其他收益

2）2022 年度

单位：万元

政府补助项目	补助金额	与资产相关/与收益相关	计入当期损益/递延收益区分依据	计入当期损益金额	计入递延收益金额	是否与企业日常活动相关	计入营业外收入/其他收益
2016 年省级新一轮技术改造新增专项资金	642.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	66.99	234.47	是	其他收益
2018 年省市级工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金	266.06	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	35.08	122.80	是	其他收益
2019 年清远市工业企业技术改造	1,213.42	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器	161.79	687.60	是	其他收益

政府补助项目	补助金额	与资产相关/与收益相关	计入当期损益/递延收益区分依据	计入当期损益金额	计入递延收益金额	是否与企业日常活动相关	计入营业外收入/其他收益
事后奖补（普惠性）资金			设备支出				
2019 年清远市市级工业企业技术改造专项资金	173.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	19.40	114.79	是	其他收益
2020 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）第一批资金	364.80	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	61.66	215.80	是	其他收益
2022 年省级促进经济高质量发展专项企业技术改造资金	165.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	13.33	151.67	是	其他收益
新增工业机器人项目	267.43	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置厂房和设备支出	33.25	177.34	是	其他收益
汽车内外饰零部件项目	815.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置土地和房屋支出	41.63	689.00	是	其他收益
2021 年清远市总部企业经济贡献奖	523.57	与收益相关	用于补偿已发生的成本和费用	523.57		是	其他收益
合 计	**4,430.28**			**956.71**	**2,393.46**		

注：与资产相关的政府补助中，除 2022 年省级促进经济高质量发展专项企业技术改造资金项目外的其他项目款项均在 2022 年以前收到，由于其对应资产在 2022 年尚未摊销结束，因此 2022 年继续确认递延收益和其他收益

3）2021 年度

单位：万元

政府补助项目	补助金额	与资产相关/与收益相关	计入当期损益/递延收益区分依据	计入当期损益金额	计入递延收益金额	是否与企业日常活动相关	计入营业外收入/其他收益
2016 年省级新一轮技术改造新增专项资金	642.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	66.99	301.46	是	其他收益
2018 年省市级工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金	266.06	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	35.08	157.88	是	其他收益
2019 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金	1,213.42	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	161.79	849.39	是	其他收益
2019 年清远市市	173.00	与资产相关	文件规定补助用于	19.40	134.19	是	其他收益

政府补助项目	补助金额	与资产相关/与收益相关	计入当期损益/递延收益区分依据	计入当期损益金额	计入递延收益金额	是否与企业日常活动相关	计入营业外收入/其他收益
级工业企业技术改造专项资金			补贴公司购置机器设备支出				
2020 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）第一批资金	364.80	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	61.66	277.45	是	其他收益
新增工业机器人项目	267.43	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置厂房和设备支出	33.25	210.59	是	其他收益
汽车内外饰零部件项目	815.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置土地和房屋支出	41.63	730.63	是	其他收益
清远市 2021 年省级促进经济高质量发展专项资金（产业共建专题）	300.00	与收益相关	用于补偿已发生的成本和费用	300.00	0.00	是	其他收益
合 计	**4,041.71**			**719.81**	**2,661.60**		

注：上述与资产相关的政府补助款项均在 2021 年以前收到，由于其对应资产在 2021 年尚未摊销结束，因此 2021 年继续确认递延收益和其他收益

4）2020 年度

单位：万元

政府补助项目	补助金额	与资产相关/与收益相关	计入当期损益/递延收益区分依据	计入当期损益金额	计入递延收益金额	是否与企业日常活动相关	计入营业外收入/其他收益
2016 年省级新一轮技术改造新增专项资金	642.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	66.99	368.45	是	其他收益
2018 年省市级工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金	266.06	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	35.08	192.96	是	其他收益
2019 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）资金	1,213.42	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	161.79	1,011.18	是	其他收益
2019 年清远市市级工业企业技术改造专项资金	173.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	19.40	153.60	是	其他收益
2020 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）第一批资金	364.80	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置机器设备支出	25.69	339.11	是	其他收益

政府补助项目	补助金额	与资产相关/与收益相关	计入当期损益/递延收益区分依据	计入当期损益金额	计入递延收益金额	是否与企业日常活动相关	计入营业外收入/其他收益
新增工业机器人项目	267.43	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置厂房和设备支出	23.28	243.84	是	其他收益
汽车内外饰零部件项目	815.00	与资产相关	文件规定补助用于补贴公司购置土地和房屋支出	34.59	772.26	是	其他收益
合 计	**3,741.71**			**366.83**	**3,081.41**		

注：与资产相关的政府补助中，除 2019 年清远市市级工业企业技术改造专项资金和 2020 年清远市工业企业技术改造事后奖补（普惠性）第一批资金项目、新增工业机器人项目、汽车内外饰零部件项目外的其他项目款项均在 2020 年以前收到，由于其对应资产在 2020 年尚未摊销结束，因此 2020 年继续确认递延收益和其他收益

综上，公司将收到的与企业日常活动相关收到的政府补助计入其他收益，所有补助均属于非经常性损益；将收到的与资产相关的政府补助计入递延收益，并摊销确认其他收益，收到与收益相关的政府补助直接计入其他收益。公司对政府补助的会计处理符合企业会计准则的相关规定。

（二）说明各期末应交企业所得税余额波动的合理性，利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项，各期所得税费用的计算过程、主要纳税调整项目，当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异及原因分析；报告期各期增值税销项税额与销售规模、进项税额与采购规模的匹配性，报告期内应交增值税波动的原因

1、报告期各期末应交企业所得税余额波动分析

报告期各期末，公司应交企业所得税余额分别为 696.47 万元、769.28 万元、405.57 万元和 1,030.85 万元，所得税余额的波动主要是受各期经营成果的影响，公司报告期各期合并抵消前利润总额分别为 8,157.42 万元、16,444.91 万元、14,654.93 万元和 11,058.68 万元，2020-2021 年利润总额波动与所得税余额的波动基本一致。2022 年末应交所得税余额较 2021 年末减少主要系因为公司及子公司杭州富嘉按照《财政部 税务总局 科技部关于加大支持科技创新税前扣除力度的公告》中“高新技术企业在 2022 年 10 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间新购置的设备、器具，允许当年一次性全额在计算应纳税所得额时扣除，并允许在税前实行 100%加计扣除。”对公司第四季度新购入固定资产进行税前一次性

扣除调整，影响所得税金额 540.11 万元；如公司不享受此项优惠政策，公司应交所得税为 945.68 万元，与利润总额波动一致；2023 年 6 月末应交所得税余额较大，是由于企业在 2023 年 1-6 月当期收到了与资产相关的政府补助 1,451.02 万元，影响所得税金额 215.71 万元，存在税法未规定列支的各项财产减值准备共 561.43 万元，影响所得税金额 98.03 万元，存在当期分摊的股份支付费用共 478.23 万元，影响所得税金额 71.73 万元，上述纳税调增项目合计影响应交所得税金额 385.47 万元，企业预缴企业所得税时无需考虑上述纳税调增项目，剔除后公司应交所得税为 645.38 万元，与报告期其他各期保持稳定。

2、利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项、各期所得税费用的计算过程、主要纳税调整项目的说明

（1）利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项

利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项，包括纳税调增事项以及纳税调减事项。

报告期内，公司纳税调增事项主要包括：计提的资产减值损失、超标准列支业务招待费用、股权激励费用、递延收益、其他按照税法规定不可抵扣的成本费用等；纳税调减事项主要包括：研发费用加计扣除、固定资产加速折旧及税前一次性扣除等。

（2）各期所得税费用的计算过程、主要纳税调整项目

报告期各期，当期所得税费用的计算过程及主要纳税调整项目情况如下：

1）2023 年 1-6 月

单位：万元

项 目	富强科技	杭州富嘉	宜昌富强	广州富强
一、利润总额	9,978.20	1,129.88	-51.15	1.75
加：纳税调整增加额	2,590.41	53.70	210.12	
其中：税法未规定列支的各项财产减值准备	451.59	-28.29	138.13	
当期分摊的股份支付费用	478.23			
当期计提的安全生产费	134.22	74.74	45.07	
业务招待费	84.73	1.88	1.90	
当期收到的与资产相关的政府补助	1,426.00		25.02	

项 目	富强科技	杭州富嘉	宜昌富强	广州富强
其他	15.63	5.37		
减：纳税调整减少额	4,500.60	51.62	492.13	
其中：研发费用加计扣除金额	1,916.88	310.65	134.50	
与资产相关的政府补助本期摊销金额	210.98	16.63	21.49	
固定资产加速折旧及税前一次性扣除	372.74	-275.65	337.26	
弥补以前年度亏损				
其他	2,000.00		-1.12	
二、应纳税所得额	8,068.01	1,131.96	-333.16	1.75
适用税率	0.15	0.15	0.25	0.25
三、应纳所得税额	1,210.20	169.79		0.44
五、合并报表当期所得税费用				1,380.43

2）2022 年度

单位：万元

项 目	富强科技	杭州富嘉	宜昌富强	广州富强
一、利润总额	10,890.01	2,807.02	957.87	0.02
加：纳税调整增加额	2,900.61	329.17	19.23	
其中：税法未规定列支的各项财产减值准备	552.02	201.73	-57.61	
当期分摊的股份支付费用	785.49			
当期计提的安全生产费	159.47	118.94	71.99	
业务招待费	137.03	4.82	4.85	
当期收到的与资产相关的政府补助	165.00			
其他	1,101.59	3.69		
减：纳税调整减少额	7,434.52	1,437.66	324.11	0.02
其中：研发费用加计扣除金额	3,584.09	816.45	321.81	
与资产相关的政府补助本期摊销金额	3,492.17	587.96	-133.77	
固定资产加速折旧及税前一次性扣除	358.26	33.25	41.63	
弥补以前年度亏损			93.48	
其他			0.95	0.02
二、应纳税所得额	6,356.10	1,698.53	652.99	
适用税率	0.15	0.15	0.25	0.20
三、应纳所得税额	953.42	254.78	163.25	
五、合并报表当期所得税费用				1,371.44

3）2021 年度

单位：万元

项 目	富强科技	杭州富嘉	宜昌富强	广州富强
一、利润总额	13,678.82	1,873.41	892.69	
加：纳税调整增加额	2,600.49	7.14	38.47	
其中：税法未规定列支的各项财产减值准备	678.25	2.04	34.91	
当期分摊的股份支付费用	932.40			
当期计提的安全生产费				
业务招待费	134.10	5.09	3.56	
当期收到的与资产相关的政府补助	368.45			
其他	487.28	0.01		
减：纳税调整减少额	7,787.22	301.86	931.15	
其中：研发费用加计扣除金额	2,647.50	583.99	626.68	
与资产相关的政府补助本期摊销金额	794.79	-315.38	241.25	
固定资产加速折旧及税前一次性扣除	344.92	33.25	41.63	
弥补以前年度亏损			20.46	
其他	4,000.00		1.14	
二、应纳税所得额	8,492.09	1,578.69		
适用税率	0.15	0.15	0.25	
三、应纳所得税额	1,273.81	236.80		
五、合并报表当期所得税费用				1,510.62

4）2020 年度

单位：万元

项 目	富强科技	杭州富嘉	宜昌富强	广州富强
一、利润总额	6,645.22	1,928.83	-416.62	
加：纳税调整增加额	3,979.02	129.39	627.73	
其中：税法未规定列支的各项财产减值准备	154.71	-115.76	135.67	
当期分摊的股份支付费用	2,616.72			
当期计提的安全生产费				
业务招待费	63.89	5.88	3.05	
当期收到的与资产相关的政府补助	537.80	239.22	489.00	
其他	605.91	0.04		
减：纳税调整减少额	2,326.09	-217.91	228.60	
其中：研发费用加计扣除金额	1,391.94	247.93		

项 目	富强科技	杭州富嘉	宜昌富强	广州富强
与资产相关的政府补助本期摊销金额	614.41	-489.13	194.01	
固定资产加速折旧及税前一次性扣除	241.97	23.28	34.59	
弥补以前年度亏损				
其他	77.78			
二、应纳税所得额	8,298.15	2,276.12	-17.50	
适用税率	0.15	0.15	0.25	
三、应纳所得税额	1,244.72	341.42		
五、合并报表当期所得税费用	1,586.14			

3、当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异及原因分析

报告期各期，公司当期所得税费用与纳税申报表中的应纳税额之间的差额情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期所得税费用 A	1,371.44	1,510.62	1,586.14
申报报表与原始报表的差异对当期所得税费用的影响 B		-32.62	-172.70
纳税申报表中的应纳税额 C	1,371.44	1,478.00	1,413.44
差异 D=A+B-C	0.00	0.00	0.00

注：因 2023 年度尚未进行所得税汇算清缴，故未列示 2023 年 1-6 月

由上表可见，除申报报表与原始报表的差异对当期所得税费用的影响形成的差异外，报告期内公司当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间不存在差异。2020-2021 年度的上述差异均已在 2023 年 5 月进行更正申报并补缴完成。

4、报告期各期增值税销项税额与销售规模、进项税额与采购规模的匹配性，报告期内应交增值税波动的原因

报告期内各期增值税销项税额与销售规模、进项税额与采购规模相匹配，应交增值税波动具有合理性，具体分析详见本回复报告“问题 14.关于主要流动资产”之“一（三）说明报告期各期末增值税留抵税额变动的原因及合理性，与业务采购及销售的匹配性”回复。

（三）说明经营活动产生的现金流量净额与当期净利润产生差异的原因及合理性，相关现金流与资产负债表、利润表相关项目的勾稽关系；结合主要客户、销售政策、结算条件、信用政策等，说明报告期各期经营活动现金流大于各期净利润的原因及合理性，与同行业可比公司的差异情况

1、说明经营活动产生的现金流量净额与当期净利润产生差异的原因及合理性，相关现金流与资产负债表、利润表相关项目的勾稽关系

报告期各期，公司净利润分别为 7,081.29 万元、10,832.74 万元、12,850.01 万元和 7,830.50 万元，经营活动产生的现金流量净额分别为 12,894.39 万元、15,773.43 万元、23,616.89 万元和 10,111.83 万元，公司经营活动产生的现金流量净额与当期净利润的差额及差额具体项目构成情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量净额	10,111.83	23,616.89	15,773.43	12,894.39
净利润	7,830.50	12,850.01	10,832.74	7,081.29
经营活动现金流量净额与净利润差额	2,281.33	10,766.88	4,940.69	5,813.10
差额具体项目构成				
（1）利润表项目导致的差异				
减值损失和减值准备	561.43	696.14	715.20	174.62
长期资产折旧摊销以及报废损失	2,515.37	4,011.88	3,030.56	2,578.21
公允价值变动损失、财务费用以及投资损失（收益以“－”号填列）	85.85	341.22	439.04	848.34
其他（主要是股份支付费用）	732.26	1,135.89	932.40	2,616.72
影响金额小计	**3,894.91**	**6,185.13**	**5,117.20**	**6,217.89**
（2）资产负债表项目导致的差异				
经营性应付项目的增加以及经营性应收项目的减少（应付项目减少、应收项目增加以“－”号填列）	-353.75	14,346.52	9,802.68	7,861.31
存货的减少（增加以“－”号填列）	-1,108.51	-10,201.12	-10,084.15	-7,759.46
递延所得税资产减少以及递延所得税负债增加（资产增加、负债减少以“－”号填列）	-151.32	436.36	104.96	-506.64
影响金额小计	**-1,613.58**	**4,581.75**	**-176.51**	**-404.79**
影响金额合计	**2,281.33**	**10,766.88**	**4,940.69**	**5,813.10**

根据上表，公司 2020 年度、2021 年度、2022 年度、2023 年 1-6 月经营活

动产生的现金流量净额分别较当期净利润高 5,813.10 万元、4,940.69 万元、10,766.88 万元和 2,281.33 万元，系受多项利润表项目和资产负债表项目的共同影响。

利润表项目影响方面，公司每年发生较大金额的长期资产折旧摊销费用、股份支付费用以及计提资产减值损失等，该等非付现的费用、损失导致当期净利润减少，但并未导致经营活动现金流出增加，从而会使得经营活动产生的现金流量净额高于当期净利润。

资产负债表项目影响方面，公司经营性应付项目的增加金额较大，系影响经营活动产生的现金流量净额高于当期净利润的主要因素，应付账款和应付票据的增加会导致在既定净利润水平下减少经营活动现金流出，而预收货款的增加会导致在既定净利润水平下增加经营活动现金流入。（1）随着公司生产线的增加和业务规模的扩大，原材料采购量逐步提升，且供应商给予公司的信用期一般为 60-90 天，长于公司与客户信用期，因此带来了应付账款余额的增长，同时，公司票据结算规模提升，各期末应付账款和应付票据余额较年初分别增加了 844.13 万元、7,302.43 万元、15,719.94 万元和-2,524.96 万元，2020 年至 2022 年期间应付账款和应付票据，余额的增长使得公司各期可周转的现金情况较好，2023 年 1-6 月应付账款和应付票据余额较年初减少了 2,524.96 万元，但仍维持于较高应付余额水平；（2）受公司模具结算方式及收入确认政策（模具主要按照 36 期或 60 期等期限平均收款，模具收入按照对应产品销量进行摊销确认）以及经营规模增加的影响，公司预收货款余额（合同负债余额）报告期各期末较年初分别增加 1,122.50 万元、4,168.21 万元、520.62 万元和-1,503.48 万元，2020 年至 2022 年期间较大金额预收货款增加使得公司经营活动现金流入情况较好，2023 年 6 月预收货款余额较年初减少了 1,503.48 万元，主要系因为传祺 GA6 和宜昌基地的传祺 GS4 在 2023 年上半年结束量产状态，相关模具一次性确认收入并结转预收款项。

综上所述，报告期内公司经营活动产生的现金流量净额与当期净利润差异一方面系受长期资产折旧摊销费用、股份支付费用以及计提资产减值损失等非付现的费用、损失的影响，另一方面主要系受经营性应付项目（应付账款、应付票据和预收货款）增加金额较大的影响，具有合理性；相关现金流与资产负

债表、利润表相关项目具有对应的勾稽匹配关系。

2、结合主要客户、销售政策、结算条件、信用政策等，说明报告期各期经营活动现金流大于各期净利润的原因及合理性，与同行业可比公司的对比及差异情况

（1）报告期各期经营活动现金流大于各期净利润的原因及合理性

报告期内，公司主要客户信用期情况如下：

客户名称	信用期
广州汽车集团股份有限公司	开票后 30 天
广汽本田汽车有限公司	开票后 30 天
广州广爱兴汽车零部件有限公司	开票后 45 天
合创汽车科技有限公司	开票后 60 天
广州河西汽车内饰件有限公司	开票后 45 天
广州林骏汽车内饰件有限公司	开票后 60 天
广州提爱思汽车内饰系统有限公司	开票后 45 天
广东小鹏汽车科技有限公司	开票后 90 天

注：公司与广汽集团的合同约定为“到货验收后 60 天内...支付货款”，而公司一般在验收后次月对账开票，因此信用期实际为开票后 30 天；公司与广汽本田及提爱思的交易基本合同未有明确约定付款期限，但在实际中一般为当月（N 月）交付货物，次月（N+1 月）月中对账开票，次次月（N+2 月）月中或月末前付款，因此信用期实际为开票后 30 天及开票后 45 天

公司主要客户包括广州汽车集团股份有限公司下属公司、广汽本田汽车有限公司及其下属公司等国内知名整车制造集团或汽车零部件一级供应商。在销售政策、结算条件以及信用政策方面，对于汽车门内饰板总成、挡泥板总成、保险杠类产品、雨刮盖板总成、机舱护板总成等汽车内外饰件产品，公司一般于产品发出次月与客户对账且开具发票，发票开出后一个月内收款，信用期一般为开票后 30 天，个别客户信用期为开票后 45 天到 90 天不等。公司客户优质，一般均在信用期回款，是报告期内公司经营活动产生的现金流净额大于净利润的主要原因。此外，在供应商付款政策方面，供应商给予公司的信用期一般为 60 到 90 天，长于公司与客户的信用期。

此外，对于生产模具，公司对广汽埃安主要是按照 36 期平均收款，对广汽乘用车是按照 60 期平均收款，而生产模具收入系按照对应产品销量进行摊销确认，因此公司的模具收款一般早于公司的模具收入确认，如上所述，公司预收

货款余额（合同负债余额）报告期各期末较年初分别增加 1,122.50 万元、4,168.21 万元、520.62 万元和-1,503.48 万元，2020 年至 2022 年期间较大金额预收货款增加使得公司经营活动现金流入情况较好，2023 年 6 月预收货款余额较年初减少了 1,503.48 万元，主要系因为传祺 GA6 和宜昌基地的传祺 GS4 在 2023 年上半年结束量产状态，相关模具一次性确认收入并结转预收款项。

综上所述，在公司现有客户群体、销售政策、结算条件、信用政策影响下，公司销售收款情况较好，对公司经营活动现金流量净额水平产生了较强的提升作用，此外供应商给予公司的信用期一般为 60-90 天，长于公司与客户信用期，再由于上文所述长期资产折旧摊销费用、股份支付费用以及计提资产减值损失等非付现的费用、损失减少净利润但不减少经营活动现金流量净额的影响因素，导致报告期各期公司经营活动现金流量净额大于各期净利润，具有合理性。

（2）报告期各期公司经营活动现金流量净额与净利润差异情况与同行业可比公司对比情况

报告期内，同行业可比公司经营活动产生的现金流量净额和当期净利润对比情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	经营活动产生的现金流量净额	11,107.59	21,191.85	22,444.15	19,055.14
	净利润	5,998.67	16,486.92	19,613.83	16,678.53
	差额	5,108.93	4,704.93	2,830.32	2,376.60
常熟汽饰	经营活动产生的现金流量净额	13,250.46	41,525.95	34,053.05	37,034.32
	净利润	23,010.06	50,332.14	41,095.29	34,683.50
	差额	-9,759.60	-8,806.19	-7,042.24	2,350.81
新泉股份	经营活动产生的现金流量净额	24,626.39	75,547.23	21,100.62	1,382.83
	净利润	37,567.32	47,294.57	28,603.49	25,705.22
	差额	-12,940.93	28,252.66	-7,502.87	-24,322.40
神通科技	经营活动产生的现金流量净额	-1,422.34	12,930.69	14,520.44	23,510.93
	净利润	1,025.05	4,504.98	9,510.02	11,664.75
	差额	-2,447.39	8,425.70	5,010.42	11,846.19

公司名称	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
肇民科技	经营活动产生的现金流量净额	1,443.02	9,297.89	10,469.02	5,467.16
	净利润	4,995.36	9,391.88	11,641.50	10,483.22
	差额	-3,552.34	-94.00	-1,172.48	-5,016.06
东箭科技	经营活动产生的现金流量净额	17,600.42	26,013.06	12,542.63	28,491.79
	净利润	7,832.02	7,841.89	11,686.66	19,140.53
	差额	9,768.40	18,171.17	855.97	9,351.26
福赛科技	经营活动产生的现金流量净额	2,700.95	14,601.68	5,434.98	7,508.09
	净利润	3,854.08	8,801.98	7,533.84	6,182.53
	差额	-1,153.13	5,799.70	-2,098.86	1,325.56
富强科技	经营活动产生的现金流量净额	10,111.83	23,616.89	15,773.43	12,894.39
	净利润	7,830.50	12,850.01	10,832.74	7,081.29
	差额	2,281.33	10,766.88	4,940.69	5,813.10

根据上表，各公司经营活动现金流量净额与净利润差额存在较大差异和波动，原因系各公司细分产品类型、客户销售政策、供应商采购政策、资产折旧摊销情况及其他非付现费用情况等存在差异，因此反映在具体财务数据上也会具有较大差异。例如，新泉股份 2020 年及 2021 年经营活动现金流量净额小于净利润，但随着其生产经营扩张，土地厂房及机器设备陆续投入，2022 年度新泉股份非付现明细金额较高从而导致当年经营活动现金净额远大于净利润水平。

上述 7 家可比公司中，唯科科技、东箭科技与公司情况基本相同，报告期各期经营活动现金流量净额均大于各期净利润；福赛科技报告期整体的经营活动现金流量净额大于净利润；新泉股份 2022 年的经营活动现金流量净额远大于净利润；神通科技 2020 年度至 2022 年度经营活动现金流量净额均大于各期净利润。总体而言，各公司经营活动产生的现金流量净额基本上表现良好。

综上所述，报告期内公司的经营活动现金流情况与公司下游客户结构组成、经营规模变动和公司的生产模具销售等行业特点、规模特征、销售模式匹配；公司的下游客户主要是知名的汽车整车厂，客户比较优质，回款质量好，报告期内公司经营活动产生的现金流净额大于净利润；总体而言，各可比公司经营活动产生的现金流量净额基本上表现良好。

（四）说明报告期内现金分红的原因及合理性，对发行人经营稳定性、现金流的影响，是否符合《公司法》《公司章程》等法律法规与内部规范的规定，报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员获得分红款项的主要资金流向与用途；结合报告期内现金分红、购买银行理财情况、资本支出及生产经营的相关安排等，说明募集资金补流的必要性、合理性，金额测算的过程、依据及必要性，是否与发行人现有经营规模、财务状况、技术水平、发展规划和管理能力等相适应

1、说明报告期内现金分红的原因及合理性，对发行人经营稳定性、现金流的影响，是否符合《公司法》《公司章程》等法律法规与内部规范的规定，报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员获得分红款项的主要资金流向与用途

（1）报告期内发行人现金分红的原因及合理性，对发行人经营稳定性、现金流的影响，是否符合《公司法》《公司章程》等法律法规与内部规范的规定

1）报告期内发行人现金分红的情况

2020 年 9 月 2 日，富强有限召开股东会，决定向公司股东分配现金股利 3,650.00 万元。

2022 年 6 月 13 日，富强科技召开股东会，全体股东审议同意公司以 2021 年末总股本 154,500,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.5 元（含税），共计派发现金股利 3,862.50 万元，不送红股，不以公积金转增股本。2022 年 6 月 24 日，该次利润分配以现金分配。

2023 年 5 月 31 日，富强科技召开股东会，全体股东审议同意公司以 2022 年末总股本 154,500,000 股为基数向全体股东每 10 股派发现金红利 2 元（含税），共计派发现金股利 3,090.00 万元，不送红股，不以公积金转增股本。2023 年 6 月 21 日，该次利润分配以现金分配。

2）现金分红的原因及合理性

①充分考虑股东回报，共享公司经营收益

公司通过员工持股平台珠海启富、珠海创强对公司中高级管理人员及技术

骨干人员等 25 人实行股权激励，通过实施现金分红：

一方面，公司盈利逐步提升的前提下进行现金分红有利于让公司中高级管理人员及技术骨干人员进一步共享公司经营成果，实现对前述人员的奖励和激励，从而提升前述工员的积极性、凝聚力、责任感与使命感，在留住公司内部人才的同时提升了公司发展的可持续性；

另一方面，在满足公司正常生产经营的资金需求的情况下，通过积极地采取现金等方式分配股利，与全体股东共享公司近年来的经营成果。

②公司营业收入和盈利能力逐步提升，现金流较好，现金分红与盈利水平相匹配

报告期内，公司分红年度对应的营业收入、净利润及未分配利润情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	103,790.34	67,731.13	49,281.27
净利润	12,850.01	10,832.74	7,081.29
归属于母公司所有者的净利润	12,850.01	10,832.74	7,081.29
未分配利润	21,130.53	13,098.62	3,378.35
经营活动产生的现金流量净额	23,616.89	15,773.43	12,894.39
分红款金额	3,090.00	3,862.50	-
分红款占属于母公司所有者净利润的比例	24.05%	35.66%	-

注：公司 2023 年 1-6 月不存在分红，故未列示 2023 年 1-6 月

2020-2022 年度，公司营业收入分别为 49,281.27 万元、67,731.13 万元和 103,790.34 万元；净利润为 7,081.29 万元、10,832.74 万元和 12,850.01 万元。公司通过与现有客户的深度合作并逐步开发新能源汽车领域客户，实现业务规模、营业收入、净利润的逐年提升。

2020-2022 年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 12,894.39 万元、15,773.43 万元和 23,616.89 万元。公司现金流状况良好，在保留了公司正常生产经营所需资金的前提下，根据自身的经营情况和发展规划安排现金分红金额，也未超过公司累计可分配利润。公司分红金额适当，具有合理性。

③现金分红比例低于同行业公司，分红比例合理

报告期内，同行业可比公司分红款占归属于母公司所有者净利润的比例情况如下：

可比公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度
唯科科技	53.45%	39.04%	-
常熟汽饰	30.00%	31.61%	30.68%
新泉股份	31.07%	39.59%	43.01%
神通科技	-	31.01%	30.29%
肇民科技	81.53%	68.81%	61.33%
东箭科技	74.14%	36.49%	110.84%
可比公司平均值	54.04%	41.09%	55.23%
发行人	24.05%	35.66%	-

注：公司 2023 年 1-6 月不存在分红，故未列示 2023 年 1-6 月

2021 年度、2022 年度公司分红款占归属于母公司所有者净利润的比例分别为 35.66%和 24.05%，低于同期同行业情况，分红比例具有合理性。

3）对发行人经营稳定性、现金流的影响

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 12,894.39 万元、15,773.43 万元、23,616.89 万元和 10,111.83 万元。2020 年公司分红款占货币资金和经营活动产生的现金流量净额的比例分别为 24.99%和 28.31%；2022 年公司分红款占货币资金和经营活动产生的现金流量净额的比例分别为 15.16%和 16.35%；2023 年 1-6 月公司分红款占货币资金和年化经营活动产生的现金流量净额（2023 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额*2）的比例分别为 13.49%和 15.28%。报告期内，公司分红款占货币资金和经营活动产生的现金流量净额的比例较低，且有所下降。公司报告期内现金流状况良好，分红对公司自身经营稳定性和现金流稳定性并无重大影响。

4）符合《公司法》《公司章程》等法律法规与内部规范的规定

①《公司法》第一百六十六条规定：“公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，有限责任公司依照本法第三十四条的规定分配；股份有限公司按照股东持有的股份比例分配，但股份有限公司章程规定不按持股比例分配的除外。”

②根据发行人《公司章程》第一百四十六条规定：“公司重视对投资者的

合理投资回报，根据自身的财务结构、盈利能力和未来的投资、融资发展规划实施积极的利润分配办法，保持利润分配政策的持续性和稳定性并制定长期回报规划。

（一）公司的利润分配形式：公司可以采取现金或者股票等法律法规允许的方式分配股利，可以进行中期分红。

（二）公司年度盈利但未提出现金利润分配预案的，董事会应说明未进行现金分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事对此发表独立意见。

（三）若公司股东违规占用资金，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其所占用的资金。

（四）公司因外部经营环境或者自身生产经营状况发生较大变化，可以调整利润分配政策，该利润分配政策需经二分之一以上独立董事同意后提交董事会审议，且经监事会审议通过后提交股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。”

发行人已建立健全现金分红制度，报告期内发行人考虑到股东回报，按照股东持有的股份比例进行现金分红。分红均经董事会及股东大会审议，符合相关审议程序；分红均采用现金分红的方式，分红方式合理。发行人分红决策程序和分红方式符合《公司法》《公司章程》等法律法规的规定。

（2）报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员获得分红款项的主要资金流向与用途

报告期内，发行人分别于 2020 年 9 月、2022 年 6 月和 2023 年 5 月现金分红 3 次，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员获得分红款项的主要资金流向与用途情况如下：

1）2020 年 9 月 2 日，第一次分红 3,650.00 万元，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员所获得分红款项的主要资金流向与用途如下表所示：

单位：万元

序号	股东	职务	分红金额	实际到手金额	获得途径	红利用途说明
1	富强实业	控股股东	3,650.00	3,650.00	直接获得	全部借给家族成员投资富强科技
第一次分红的股东借款金额						
2	陈茂略	家族成员	120.00	120.00	从富强实业借款	投资富强科技
3	陈春英	家族成员	120.00	120.00		投资富强科技
4	陈茂裕	家族成员	210.00	210.00		投资富强科技
5	陈茂寿	家族成员	240.00	240.00		投资富强科技
6	陈茂镜	家族成员	1,688.00	1,688.00		投资富强科技
7	李跃冬	家族成员	1,272.00	1,272.00		投资富强科技
借款合计			**3,650.00**	**3,650.00**	-	-

2）2022 年 6 月 13 日，第二次分红 3,862.50 万元，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员所获得分红款项的主要资金流向与用途如下表所示：

单位：万元

序号	股东	职务	分红金额	实际到手金额	获得途径	红利用途说明
1	富强实业	控股股东	2,500.00	2,500.00	直接获得	所得分红 2500 万元；用于对股东陈茂镜和陈茂山分红
2	陈茂镜	董事、副总经理	422.00	337.60	直接获得	所得分红 2,297.6 万元：全部用于购房
			2,450.00	1,960.00	富强实业分红获得	
3	陈茂山	董事长	1,050.00	840.00	富强实业分红获得	所得分红 840 万元：700 万元转账给儿子陈嘉兴进行投资理财，140 万元转账给配偶李跃东进行投资理财
4	吴锋	董事、总经理	87.50	70.00	珠海启富	所得分红 70 万元，均用于投资理财
5	梁伟文	副董事长	187.50	150.00	直接获得	所得分红 150 万元：140 万元用于证券投资，10 万元用于日常生活开支
6	钟奎群	财务负责人兼董事会秘书	10.00	8.00	珠海启富	所得分红 8 万元，用于日常生活开支
7	张高峰	监事、清远二厂厂长	5.00	4.00	珠海启富	所得分红 4 万元，用于日常生活开支
8	王先玖	监事会主席、技术部经理	2.00	1.60	珠海启富	所得分红 1.6 万元，用于日常生活开支

序号	股东	职务	分红金额	实际到手金额	获得途径	红利用途说明
9	廖东强	监事、模具制造经理	2.00	1.60	珠海启富	所得分红 1.6 万元，用于日常生活开支

3）2023 年 5 月 31 日，第三次分红 3,090.00 万元，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员所获得分红款项的主要资金流向与用途如下表所示：

单位：万元

序号	股东	职务	分红金额	实际到手金额	获得途径	红利用途说明
1	富强实业	控股股东	2,000.00	2,000.00	直接获得	用于银行理财
2	陈茂镜	董事、副总经理	337.60	270.08	直接获得	所得约 270 万元：其中 253 万元转账给家人（陈杰、陈翠婷、张牡丹、陈翠娜）用于投资理财、偿还贷款、日常生活开支及留存，其余约 20 万元用于投资理财
3	吴锋	董事、总经理	70.00	56.00	珠海启富	所得分红 56 万元全部用于投资理财
4	梁伟文	董事、副董事长	150.00	120.00	直接获得	所得分红 120 万元：全部转账给太太陈晓梅进行投资理财
5	钟奎群	财务总监兼董事会秘书	8.00	6.40	珠海启富	所得分红 6.4 万元，用于日常生活开支
6	张高峰	监事、清远二厂厂长	4.00	3.20	珠海启富	所得分红 3.2 万元，用于日常生活开支
7	王先玖	监事会主席、技术部经理	1.60	1.28	珠海启富	所得分红 1.28 万元，用于日常生活开支
8	廖东强	监事、模具制造经理	1.60	1.28	珠海启富	所得分红 1.28 万元，用于日常生活开支

注：因富强实业尚未分红，所以截止本报告签署日，董事长陈茂山并未获得本次分红款。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员报告期的银行流水，前述人员的分红款主要用于投资及理财、归还银行贷款、朋友及亲属往来、日常支出等用途。

2、结合报告期内现金分红、购买银行理财情况、资本支出及生产经营的相关安排等，说明募集资金补流的必要性、合理性，金额测算的过程、依据及必要性，是否与发行人现有经营规模、财务状况、技术水平、发展规划和管理能力等相适应

（1）现金分红、购买银行理财情况

1）报告期内，现金分红情况如下：

2020 年 9 月 2 日，富强有限召开股东会，决定向公司股东分配现金股利 3,650.00 万元，该部分现金股利已于当年支付完成。

2022 年 6 月 13 日，富强科技召开股东大会，决定向公司全体股东分配现金股利 3,862.50 万元，该部分现金股利已于当年支付完成。

2023 年 5 月 31 日，富强科技召开股东大会，决定向公司全体股东分配现金股利 3,090.00 万元，截至本回复报告出具日，该部分现金股利已完成支付。

2）报告期内购买理财的情况如下：

2020 年度，公司购买理财 56,235.82 万元，赎回 56,575.82 万元；

2021 年度，公司购买理财 72,880.00 万元，赎回 74,270.00 万元；

2022 年度，公司购买理财 116,575.00 万元，赎回 116,575.00 万元；

2023 年 1-6 月，公司购买理财 30,350.00 万元，赎回 30,050.00 万元；

公司购买理财主要为进行现金管理，购买的开放式基金（无固定期限），可以根据公司资金需求随时赎回；各年购买、赎回规模较大主要系理财产品期限极短、赎回及购买操作次数较多，金额重复累积所致。

3）报告期内资本支出及生产经营安排

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的款项分别为 2,517.82 万元、11,619.74 万元、19,373.40 万元和 11,606.57 万元，构成公司主要资本性支出，资本性支出增速较快。重大资本性支出主要是为扩大产能所增加的固定资产及无形资产投资支出，具体为清远新二厂土地、厂房购建及相关生产设备购置、子公司广州富强番禺生产基地土地购置。公司通过上述资本

性支出扩大产能，以满足日益增长的市场需求，提升公司的盈利水平，增强客户订单响应能力，为收入的持续增长提供了重要保障。

（2）补充流动资金的必要性

1）匹配业务的迅速扩张

报告期内，公司紧跟下游汽车行业发展趋势，在新能源汽车领域持续拓展内外饰件业务，收入与净利润均保持快速增长趋势。2020 年、2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，公司实现营业收入分别为 49,281.27 万元、67,731.13 万元、103,790.34 万元和 63,850.99 万元，2020-2022 年度年均复合增长率达 45.12%；实现净利润分别为 7,081.29 万元、10,832.74 万元、12,850.01 万元和 7,830.50 万元，2020-2022 年度年均复合增长率为 34.71%。随着公司经营规模的不断扩张，在原材料采购、生产设备购置等方面存在较大的资金需求。

2）优化资本结构、减轻财务压力

报告期内，公司的资产负债率为 48.48%、48.99%、53.24%、51.20%，呈上升趋势，而同期同行业平均值分别为 40.09%、36.08%、36.05%、36.63%，相对于同行业企业，发行人的负债占比较高，财务压力较大，使用募集资金补充营运资金将有利于优化资本结构、降低偿债风险、减轻财务压力，从而提升整体经营绩效。

3）保证研发投入、提高技术壁垒

为了更好的适应市场环境，不断增强自身的竞争力，公司注重对于新产品的研发工作，报告期内，公司的研发费用分别为 2,214.23 万元、3,994.64 万元、4,981.59 万元和 2,480.50 万元，2020-2022 年度复合增长率达 49.99%；截至 2023 年 6 月底，公司在研项目 18 个，合计研发预算约 6,237.00 万元，为了满足公司未来多产品开发的需求，需要充沛的流动资金进行研发投入。

4）适应公司发展规划

报告期内，公司新能源收入快速提升，从 2020 年的 12,236.44 万元增长至 2022 年的 47,584.89 万元，2020-2022 年度复合增长率达到 97.20%。随着新能源汽车行业及公司主要客户的进一步发展，公司仍需加快扩产。另一方面，公司

客户中新能源车企占比迅速提高，整个行业的新能源车渗透率也不断提升，2020 年-2022 年全国新能源车销量分别为 136.7 万辆、157.5 万辆、688.7 万辆，渗透率提升至 27.6%；广汽埃安 2020 年-2022 年间销量分别约为 6 万辆、12 万辆和 27 万辆，2020-2022 年度复合增长率达到 112%。为了更好的服务主要客户，公司需紧跟行业发展趋势、客户发展势头，加快扩大规模。

5）管理制度的优化

公司建立健全了现代公司治理制度，设立股东大会、董事会，选举独立董事，引入管理人员丰富高管团队，通过股权激励调动员工积极性等；公司进一步完善规章制度，审议通过了《公司募集资金使用管理制度（草案）》，将对募集资金实行专户存储，并将严格执行上述制度，做好募集资金的使用管理。

6）营运资金需求

公司基于过往收入增长、业务发展规划及行业需求变化，假设未来三年的增长率为 40%，经营性流动资产和经营性流动负债比率保持平均水平，则公司营运资金的需求测算如下：

单位：万元

项目	2020 年	2021 年	2022 年	占比	2023 年	2024 年	2025 年
营业收入	49,281.27	67,731.13	103,790.34	/	145,306.48	203,429.07	284,800.69
流动资产合计	50,437.07	65,920.11	81,255.10	89.50%	130,045.23	182,063.33	254,888.66
流动负债合计	30,719.19	45,955.35	59,736.98	61.78%	89,770.07	125,678.10	175,949.34
营运资金需求	/	/	**21,518.12**	/	**40,275.16**	**56,385.23**	**78,939.32**
资金缺口	/	/	/	/	**18,757.04**	**34,867.11**	**57,421.20**

上述测算假设公司每年营业收入以 40%的速度增长，报告期内发行人复合增长率为 45.12%，2022 年的增长率更是达到了 53.24%，结合公司发展前景，选取 40%的收入增长率具有谨慎性和可行性。

预测流动资产/负债=当年营业收入总额*流动资产/负债占当期营业收入总额的比例。

流动资产/负债占当期营业收入总额的比例=过去三年流动资产/负债的平均值/过去三年营业收入总额的平均值。

营运资金需求量=流动资产-流动负债。

根据以上测算，公司未来三年的新增营运资金缺口将达到 57,421.20 万元，公司新增营运资金缺口仍较大。

但是随着公司进一步扩张，仍需要充足的流动资金。一方面，新产能投产之后，对于营运资金量有了进一步的要求，另一方面，在完成公司现阶段的扩产计划后，根据公司战略规划，公司未来将在广州番禺等地新设厂房，将存在一定的资金需求。

综上，公司使用募集资金进行补流具备合理性、必要性，与公司经营规模、财务状况、技术水平、发展规划和管理能力等相适应。

（五）说明滞纳金涉及的具体事项，报告期申报财务报表与原始财务报表涉及调整的具体事项、相关会计处理及是否符合《企业会计准则》的规定，发行人的会计核算及会计基础工作是否规范

1、说明滞纳金涉及的具体事项

报告期内，公司及子公司滞纳金明细如下：

单位：万元

单 位	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
富强科技	0.05	7.80		0.18
杭州富嘉	5.37	3.69	0.01	0.04
小 计	**5.43**	**11.48**	**0.01**	**0.22**

报告期内，公司滞纳金金额均较小，主要为自查补缴税收支付的相应滞纳金；2022 年及 2023 年 1-6 月略有增长，主要为发行人及子公司杭州富嘉自查补缴企业所得税、印花税等而相应支付滞纳金所致。

2、报告期申报财务报表与原始财务报表涉及调整的具体事项、相关会计处理及是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司 2020 年度、2021 年度申报财务报表与原始财务报表存在差异，2022 年度、2023 年 1-6 月申报报表与原始财务报表不存在差异。公司 2020 年度、2021 年度申报报表与原始报表涉及的具体调整事项如下：

单位：万元

序号	调整事项	调整内容及调整科目	对 2020 年度净利润的影响金额	对 2021 年净利润的影响金额
1	股份支付（注 1）	根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》对陈茂山、陈茂裕增资入股公司补充确认股份支付，调整管理费用和资本公积	-2,570.44	-149.57
2	跨期收入调整	根据公司收入政策，调整公司跨期收入，相应调整营业成本，应收账款、预付款项、存货、应付账款、预收款项、应交税费等科目	-514.80	-294.07
3	坏账调整	根据公司坏账政策重新厘定应收款项坏账准备，调整信用减值损失和应收款项的坏账准备	335.28	-9.07
4	个人卡调整	补确认个人代收公司收入废品处置款等及代收款利息，根据代收款性质调整其他应收款、应交税费、营业收入、管理费用、其他收益和投资收益	84.67	25.67
5	双经销净额法调整（注 2）	公司双经销客户、供应商销售和采购净额核算，调整应收账款、应付账款、营业收入和营业成本	0.00	0.00
6	其他	① 根据往来款项性质、客户、业务情况和财务报表列报相关要求，对往来科目进行重分类、双边挂账抵消调整；② 根据公司薪酬、费用所属年度调整跨期薪酬和费用；③ 根据存货跌价测算结果调整存货跌价准备；④ 根据各项资产、负债暂时性差异厘定递延所得税资产和递延所得税负债；⑤ 根据调整后利润总额厘定当期所得税费用⑥ 补计提结息日后银行借款利息和与调整资产相关政府补助摊销等事项	284.38	-74.42
合计调整净利润			**-2,380.90**	**-501.46**
申报报表净利润			**7,081.29**	**10,832.74**
剔除股份支付后调整净利润占比			**2.68%**	**-3.25%**

注 1：2020 年 9 月，公司增资引进陈茂境、李跃冬、陈茂寿、陈茂略、陈茂裕和陈春英等股东，构成对陈茂山及陈茂裕股权激励，因此确认股份支付费用，具体情况说明详见本回复报告“问题 12.关于期间费用”之“一（三）2（4）历次股份支付费用计算是否准确、会计处理是否符合《企业会计准则》规定”所述

注 2：影响公司营收规模，对公司净利润不存在影响

如上表所列，公司 2020 年度和 2021 年度影响公司申报报表与原始报表调整事项中剔除股份支付调整后的各期其他调整对当期净利润影响分别为 2.68%、-3.25%，对公司各期净利润影响较小。

公司严格按照《企业会计准则》的相关要求编制申报报表，调整后的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司财务状况，经营成果和现金流量。因此，公司原始报表与申报报表相关调整事项的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

3、公司的会计核算及会计基础工作是否规范

公司制定并执行了《企业会计核算制度》《应收账款管理办法》《资金管理办法》《会计档案管理办法》等财务内部控制制度，对公司的财务会计核算及会计基础工作进行了明确规定，形成了较为规范的财务管理体系，可有效保障公司会计核算的真实性、准确性、完整性和确保公司会计基础工作符合《中华人民共和国会计法》《会计基础工作规范》等相关要求。同时，公司日常重视财务人员胜任能力，公司组织财务人员深入学习会计准则相关要求与公司各项内部控制制度和要求公司财务人员深入公司业务一线，加强财务人员对公司各项业务的熟悉度，确保公司财务信息真实、准确、完整。

综上，公司的会计核算真实、准确、完整，会计基础工作严格遵守《中华人民共和国会计法》《会计基础工作规范》等相关要求制定会计核算制度、建立相关内部控制制度并配备具备胜任能力的财务人员，公司的会计核算及会计基础工作规范。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

就上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取公司报告期内所有政府补助文件、记账凭证、银行回款单等原始资料，检查政府补助会计处理的准确性；根据企业会计准则及相关规定分析公司对政府补助的会计处理是否符合相关规定；

2、分析应交企业所得税的波动与利润总额的变动趋势的匹配情况；

3、获取公司报告期内企业所得税汇算清缴纳税申报表以及季度预缴纳税申报表，与公司账面记录及企业所得税计算表进行核对，并对纳税调整事项进行复核；

4、获取应交所得税测算表，结合纳税调整事项，确定应纳税所得额及企业所得税税率，复核应交企业所得税的计算是否正确，是否按规定进行了会计处理，并抽查本期所得税税款缴纳凭证，确定已交数的准确性；

5、检查报告期内当期所得税费用与纳入合并范围的公司各期计提数是否匹

配；

6、询问公司财务人员，了解当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异原因，并进行核实；

7、结合存货、固定资产、在建工程等相关科目，对报告期内公司进项税额进行匡算复核，并抽查大额的进项税额发票凭证；

8、结合营业收入等相关项目对报告期内公司销项税额进行匡算复核，并抽查大额的销项税额发票凭证；

9、获取公司报告期内应交增值税明细表、增值税纳税申报表，将应交增值税明细表与增值税纳税申报表进行核对，检查应交增值税各项明细，分析报告期内应交增值税变动情况；检查报告期内公司适用税率是否符合税法规定；

10、获取公司报告期内财务报表，核查经营活动现金流构成情况，以及净利润与经营活动现金流量净额的调整过程，分析净利润与经营活动现金流量净额差异的原因；

11、查阅与主要客户签订的销售合同，了解公司销售政策、结算条件、信用政策等内容，并与公司收款情况、财务报表相关科目相互印证，分析报告期内经营活动现金流量净额大于各期净利润的合理性；查阅与主要供应商签订的采购合同，了解采购政策、结算条件、信用政策等内容；

12、查阅同行业上市公司公开财务报表，了解同行业上市公司净利润与经营活动现金流量净额的差异情况，并与公司进行对比；

13、询问公司财务负责人，了解公司报告期内滞纳金的具体事项、公司报告期申报报表与原始报表调整的具体事项和会计处理、公司会计核算及会计基础工作相关的内部控制和财务部门架构、财务人员胜任能力；

14、获取并检查公司相关税费及滞纳金缴纳凭证，检查公司申报报表与原始报表涉及的调整具体事项和会计处理，逐项分析涉及调整事项的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

15、查阅公司《分子公司管理制度》《企业会计核算制度》《关联交易决策制度》《资金管理办法》等内控制度，确认公司是否严格按照制度执行内控措施；

了解并查阅相关财务人员简历，确认财务人员是否具有专业胜任能力；

16、查阅了公司股东会、股东大会决议；

17、查阅了公司的银行理财台账、理财产品协议、银行回单等资料；

18、核查发行人、控股股东、实际控制人、董监高历次分红及分红后的流水和部分相关凭证；

19、查阅《公司法》《公司章程》等法律法规与内部规范；

20、分析发行人与同行业可比公司分红款占归属于母公司所有者净利润的比例情况；

21、访谈公司管理人员、研发人员，了解公司未来发展计划及预计的资金需求，了解公司目前及未来的在研项目及相关预算；

22、访谈分析公司目前经营状况，访谈公司管理人员，了解公司月度收入及在手订单情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内，公司已按照《企业会计准则》及相关规定将政府补助区分为经常性损益和非经常性损益，计入当期损益或递延收益，具备明确的区分依据，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；

2、报告期内，公司应交企业所得税的波动情况合理；公司所得税费用的计算过程以及主要纳税调整项目准确、合理，当期所得税费用与应交所得税计提数一致；2020-2021 年当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额的差异系由申报报表与原始报表的差异对当期所得税费用的影响形成，该差异已在 2023 年 5 月更正申报并补缴完成；报告期内，公司销项税额与各期销售收入相匹配，进项税额与原材料采购及固定资产购置等金额相匹配；公司应交增值税余额波动合理；

3、报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与当期净利润差异一方面系受长期资产折旧摊销费用、股份支付费用以及计提资产减值损失等非付现的费用、损失的影响，另一方面主要系受经营性应付项目（应付账款、应付票据

和预收货款）增加金额较大的影响，具有合理性；相关现金流与资产负债表、利润表相关项目具有对应的勾稽匹配关系；在公司现有客户群体、销售政策、结算条件、信用政策影响下，公司销售收款情况较好，对公司经营活动现金流量净额水平产生了较强的提升作用，此外供应商给予公司的信用期一般为 60-90 天，长于公司与客户信用期，再由于长期资产折旧摊销费用、股份支付费用以及计提资产减值损失等非付现的费用、损失减少净利润但不减少经营活动现金流量净额的影响因素，导致报告期各期公司经营活动现金流量净额大于各期净利润，具有合理性；报告期内公司的经营活动现金流情况与公司下游客户结构组成、经营规模变动和公司的生产模具销售等行业特点、规模特征、销售模式匹配；公司的下游客户主要是知名的汽车整车厂，客户比较优质，回款质量好，报告期内公司经营活动产生的现金流净额大于净利润；总体而言，各可比公司经营活动产生的现金流量净额基本上表现良好；

4、报告期内，发行人分红原因、分红金额及分红比例具备合理性，分红对公司自身经营稳定性和现金流稳定性无重大影响，符合《公司法》《公司章程》等法律法规与内部规范的规定；发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员报告期的分红款去向不存在重大异常；发行人募集资金补流具有必要性、合理性，与发行人现有经营规模、财务状况、技术水平、发展规划和管理能力等相适应；

5、公司滞纳金主要是公司自查补缴税款并支付的相应滞纳金，报告期内金额较小；公司的申报报表与原始报表涉及主要调整事项包括跨期收入调整、跨期成本和费用调整、确认股份支付费用以及双经销客户和供应商净额核算等，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，调整后的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司财务状况，经营成果和现金流量；公司已按《中华人民共和国会计法》《会计基础工作规范》等相关要求制定会计核算制度、建立相关内部控制制度并配备具备胜任能力的财务人员，公司的会计核算及会计基础工作规范。

（三）对照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中信息系统专项核查的相关要求，判断发行人日常经营活动是否高度依赖信息系统，如是，请按照规则要求开展专项核查并发表明确意见

1、公司的日常经营活动未高度依赖信息系统开展

（1）公司的日常销售活动未高度依赖信息系统开展

公司销售产品的模式为直销模式，所生产的汽车内外饰件产品直接为汽车整车厂配套或向一级汽车零部件供应商供货。公司通过客户对供应商的相关审核后进入客户合格供应商名录，当客户存在项目采购需求并发出报价邀请后，公司经过报价、主要商务条款的谈判等步骤后与客户线下签署销售合同。整体流程中，公司主要通过邮件形式对客户信息、合同信息进行跟踪管理。

在上述公司日常销售活动中，与客户的接洽、谈判、合同签订等主要通过线下对接完成，因此不存在高度依赖信息系统的情形。

（2）公司的日常采购活动未高度依赖信息系统开展

公司采购内容主要包括内外饰件生产所需的 PP 等塑料粒子，以及表皮、吸音棉、拉手等外购部件，精密注塑模具加工所需的模坯等材料，以及包装及周转材料等，采购内容均与公司业务密切相关。目前，公司原材料采购采取自主采购与客户指定采购相结合的方式进行。在公司自主采购的方式下，公司制定了《供应商管理程序》和《采购管理程序》等一系列制度和文件，采购事项通过 ERP 系统进行审批和管理。公司根据采购需求，由采购人员与供应商对接，进行市场化询价并协商采购价格，确定供应商后线下签订采购合同。公司财务部与供应商完成结算对账后，通过银行转账或票据结算的方式向供应商支付采购款。

在上述公司日常采购活动中，与供应商的对接、谈判、合同签订等主要通过线下对接完成，不存在高度依赖信息系统的情形。

综上，公司的日常经营活动不存在高度依赖信息系统的情况。

2、核查程序和核查结论

（1）核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师核查程序如下：

1）查阅公司采购、销售和财务管理相关的管理制度，了解与采购和销售管理相关的关键内部控制；

2）访谈公司采购、销售和财务等部门负责人，了解公司部门设置、业务模式及整体采购和销售情况，了解在各个业务流程中对信息系统的使用情况；

3）对公司的采购与付款内部控制循环、销售与收款内部控制循环等实施穿行测试，并对重要的控制点执行控制测试，检查日常经营活动是否存在高度依赖信息系统的情形。

（2）核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：公司的日常经营活动不存在高度依赖信息系统的情况。

问题 17.关于资金流水核查

申报材料显示，报告期内，发行人实际控制人陈茂镜、陈茂山及其家庭成员存在频繁的、大额理财产品认购，陈茂山、陈茂镜与某自然人之间账户存在大额“股票投资资金往来”，陈茂镜在富强实业存在部分报销款。

请保荐人、申报会计师按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关要求，对发行人、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体的资金流水进行核查，并提交专项说明。

回复：

保荐人和申报会计师已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关要求，分别出具了《中信证券股份有限公司关于广东富强科技股份有限公司资金流水情况的专项核查报告》《关于广东富强科技股份有限公司资金流水情况的专项核查报告》（天健函〔2024〕7-10 号），作为本轮回复申报文件之一提交。

保荐人和申报会计师对照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》关于资金流水核查的要求，逐项说明了对发行人及相关人员资金流水的核查范围、核查金额重要性水平确定方法和依据、异常标准及确定依据、核查程序及核查结论等。结合资金流水核查情况，保荐人、申报会计师认为：发行人内部控制健全有效，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

保荐人、申报会计师的具体核查情况如下：

（一）核查程序

1、核查范围

结合发行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势等因素，保荐人对资金流水核查范围进行了慎重考量，并根据中国证监会《监管规则适用指引—发行类第 5 号》的相关要求对发行人及其子公司、控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员、实际控制人控制的其他企业、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的全部共计 289 个银行账户的资金流水并进行了核查。

2、取得资金流水的方法

（1）对于发行人及其子公司、控股股东及其他关联企业的银行流水，均由保荐人陪同企业经办人员前往银行现场打印银行流水；

（2）对于实际控制人及其关系密切的家庭成员、持股 5%以上自然人股东、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、其他关键岗位人员等个人的银行流水，主要由保荐人陪同相关人员前往各开户银行现场打印报告期内借记卡银行流水。

3、核查完整性

对于发行人及其子公司、控股股东及其他关联企业（含持股平台），保荐人通过获取银行开立账户清单、对开立账户的各银行进行函证以及比对银行流水和银行日记账的方式复核相关账户银行流水的完整性。

对于相关自然人，保荐人通过获取各自然人出具的关于个人银行流水账户完整性承诺，并通过“云闪付”查卡功能复核相关人员银行开户情况，以及与报告期内关联方之间及个人账户之间转账记录的交叉核对，核查是否存在银行账户遗漏的情况。同时保荐人通过陪同上述人员前往中国银行、中国工商银行、中国建设银行、中国农业银行、中国邮政储蓄银行、交通银行、招商银行、浦发银行、中信银行、光大银行、华夏银行、中国民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行、广发银行、广州银行、广州农商银行、清远农商银行等银行查询开户情况等方式进一步确认相关银行账户的完整性。

4、核查金额重要性水平

（1）发行人及其子公司、控股股东及其他关联企业：选取单笔 50 万元作为大额资金流水的核查标准，以及关联方往来流水、虽低于前述金额但可能存在异常的资金收支等进行核查；

（2）相关自然人：选取单笔 5 万元作为大额资金流水的核查标准，关联方往来流水、以及虽低于前述金额但可能存在异常的资金收支等进行核查。

5、异常标准及确定依据

保荐人依据发行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、

主要财务数据水平及变动趋势等因素，确定资金流水异常标准如下：

（1）公司及其子公司的银行流水

1）临近季末、年末的有规律的大额、整数金额的资金收付；

2）资金收、付方名称明显与主体的业务范围不相干；

3）日期相近的转入转出相同大额资金的交易；

4）大额或频繁取现的情形；

5）大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形；

6）核查交易背景是否为大额购买无实物形态资产或服务，并对银行存款日记账进行双向核对，核查是否存在遗漏。

（2）关键自然人的银行流水异常标准

1）相关自然人与发行人主要客户、供应商的异常大额资金往来；

2）相关自然人与发行人关联方、发行人其他员工的异常大额资金往来；

3）相关自然人从发行人处获得大额现金分红款、薪酬或资产转让，或转让发行人股权获得大额股权转让款；

4）大额或频繁存现、取现的情形。

6、受限情况及替代措施

（1）受限情况

发行人独立董事因不参与实际经营，未向保荐人提供其个人流水；实际控制人的父亲因年龄较大，卧病在床，无法亲自前往银行现场打印流水（经核查无账户）；溜达燕、陆婷婷、邓文华已于 2022 年底离职，未配合提供 2023 年以来的个人账户资金流水。

（2）替代措施

1）通过对发行人及其子公司报告期内银行流水、现金日记账、银行日记账等的核查，关注独立董事、实际控制人的父亲在报告期内与发行人及其子公司

是否存在大额异常资金往来。

2）通过对发行人纳入银行流水核查范围内的自然人报告期内的银行资金流水的核查，关注独立董事、实际控制人的父亲在报告期内与发行人的主要相关方是否存在大额异常资金往来和褚达燕、陆婷婷、邓文华 2023 年以来与发行人的主要相关方是否存在大额异常资金往来。

7、核查过程

保荐人在对上述资金流水核查过程中主要履行了以下核查程序：

（1）对发行人资金管理相关内控制度进行测试，分析制度的设计和执行是否存在重大缺陷；

（2）对发行人及其子公司报告期各期末的银行账户余额、银行借款、注销账户等信息进行函证；

（3）获取发行人及其子公司、控股股东及其他关联企业报告期内银行资金流水、现金日记账、银行日记账并进行双向核对，对报告期内的各银行账户中的大额收支及异常收支进行核查，关注相关关联方在报告期内是否与发行人及子公司有异常资金往来，是否存在体外资金循环的情形；

（4）获取上述自然人主体提供的关于个人银行流水账户完整性承诺及流水情况说明；

（5）就相关自然人部分大额消费如购置房产等取得了支撑依据；

（6）就相关自然人部分大额资金出借或借款回收等取得了借据或声明等；就相关自然人大额资金出借或借款回收的相对方进行访谈，核查其身份背景，是否存在委托持股、关联关系或其他利益安排，相关资金往来是否与发行人生产经营相关等；

（7）将相关自然人银行流水中大额对手方与发行人报告期内主要客户、供应商、关联方进行比对。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内，发行人已制定了与资金管理相关的内部管理制度，搭建了较为完备的内部控制体系，与资金管理相关的内部控制得到有效执行，发行人的资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

2、报告期内，发行人已开立银行账户均系日常经营使用，各账户用途清晰，不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

3、报告期内，发行人大额资金往来不存在重大异常，不存在与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情形。

4、报告期内，发行人存在向控股股东富强实业拆入资金、以及关联自然人代收废料销售等款项，发行人已在招股说明书“第八节 公司治理与独立性” 之“六、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）关联交易”之“3、重大偶发性关联交易”进行披露。除前述关联方资金拆借外，发行人与控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员不存在重大异常大额资金往来。

5、报告期内，发行人不存在大额或频繁取现的情形，亦不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

6、报告期内，发行人不存在商业合理性存疑的大额购买无实物形态资产或服务的情形。

7、报告期内，发行人实际控制人个人账户大额资金往来不存在无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

8、报告期内，控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员等相关人员从发行人获得的现金分红款、薪酬或转让发行人股权获得的股权转让款，主要资金流向或用途不存在重大异常。

9、报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在重大异常大额资金往来。

10、报告期内，除少量关联方代收废料销售款外（已整改），不存在其他关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

附：保荐人关于发行人回复的总体意见

对本回复材料中的发行人回复（包括补充披露和说明的事项），保荐人均已进行核查，确认并保证其真实、完整、准确。

（本页无正文，为《关于广东富强科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函之回复报告》之签章页）

广东富强科技股份有限公司

2024 年 1 月 16 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读广东富强科技股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，回复的内容不存在虚假记载、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。

董事长：

陈茂山

广东富强科技股份有限公司

2024 年 1 月 16 日

（本页无正文，为《关于广东富强科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函之回复报告》之签章页）

保荐代表人：

薛万宝　　石建华

中信证券股份有限公司

2024年1月16日

保荐人总经理声明

本人已认真阅读广东富强科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解回复报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确保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、及时性承担相应的法律责任。

保荐人总经理：

杨明辉

中信证券股份有限公司

2024 年 1 月 16 日

保荐人董事长声明

本人已认真阅读广东富强科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解回复报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确保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、及时性承担相应的法律责任。

保荐人董事长：

张佑君

中信证券股份有限公司

2024 年 1 月 16 日