



**关于苏州利来工业智造股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市申请文件
的第二轮审核问询函之回复报告**

保荐人（主承销商）



（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 2024 年 8 月 16 日出具的《关于苏州利来工业智造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第二轮审核问询函》（审核函〔2024〕110030 号）（以下简称“问询函”）已收悉。苏州利来工业智造股份有限公司（以下简称“发行人”“利来智造”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”）、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“中汇会计师”）、国浩律师（南京）事务所（以下简称“发行人律师”或“国浩律师”）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，本回复报告中的简称或名词的释义与招股说明书中的释义相同。

2、在本问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

3、本回复的字体代表以下含义：

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

目 录

问题 1 关于业务与技术.....	3
问题 2 关于客户.....	60
问题 3 关于供应商.....	64
问题 4 关于贸易业务.....	67

问题 1 关于业务与技术

申报材料及审核问询回复显示：

(1) 发行人为行业内同时具备材料剪切、模具制造、冲压、焊接、装配、表面处理等一体化工艺的企业；从生产制造能力来看，发行人拥有较大规模的生产能力，在多个工艺环节都拥有较为先进的制造技术和持续的创新能力。

(2) 我国家电零部件行业形成了以三类企业为主的竞争格局。报告期内，发行人家电零部件营业收入分别为 121,627.54 万元、99,074.00 万元、89,084.73 万元，呈下降趋势，家电零部件产品毛利率总体处于 6.5%至 7.5%之间，主要客户包括三星电子、博西华、京东方等家电生产企业。

(3) 报告期内，发行人营业收入、净利润的年均复合增长率分别为 20.88%、39.88%，主要系下游汽车行业，特别是新能源汽车行业的快速发展导致发行人汽车零部件业务增长较快。

(4) 根据中国汽车工业协会、国际铝业协会、盖世汽车研究院、民生证券研究报告、其他公司审核问询回复、发行人主要产品销售单价及访谈等数据，发行人测算了所处细分行业的市场规模及市场占有率。其中，根据盖世汽车研究院发布的报告测算，发行人销售的车身用铝材量占我国汽车零部件供应商车身用铝出货量的 15.20%。

请发行人披露：

(1) 结合剪切、模具制造、冲压等工艺的核心技术、关键指标、主要技术优势、一体化工艺的壁垒等，说明发行人前述工艺的竞争优势以及同时具备前述相关工艺的难易程度，同行业可比公司是否拥有前述相关工艺，相关工艺与发行人的差异情况、差异原因；发行人与同行业可比公司固定资产规模、先进生产设备、产线产能、生产能力等方面的对比情况，结合具体生产工艺、发明专利、研发投入、研发人员、能够衡量核心技术水平的关键指标等，说明技术先进性和创新能力的具体体现；进一步说明发行人在汽车零部件及家电零部件行业是否具备较高地位、经营规模在同行业排名是否靠前，主营业务密切相关的核心技术和工艺是否符合行业趋势、能否促进稳定经营和转型升级。

(2) 报告期内发行人家电业务收入呈下降趋势的原因；结合家电零部件的行业竞争格局、未来发展趋势及发行人规划、发行人竞争优势、主要客户合作稳定性及新客户拓展情况等，说明家电业务是否存在持续下滑的风险，并进行针对性风险提示。

(3) 结合下游客户所在行业的贸易环境、市场需求变动、终端汽车降价、主要客户行业地位及经营状况、发行人与客户合作关系的稳定性、关于价格调整的具体约定和实际执行情况等，进一步说明发行人汽车零部件业务客户稳定性、业绩增长的可持续性。

(4) 已披露的引用数据是否符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第九条的相关规定；关于市场规模及市场占有率的具体测算情况，相关数据是否符合行业特征，与公开数据是否存在较大差异，差异的原因及合理性；结合车身用铝材相关数据准确性、市场主要供应商及其销售情况、主要竞争对手的产销量及市场占有率等，说明发行人车身用铝材市场占有率的准确性。

请保荐人简要概括核查过程，并发表明确意见。

回复：

一、发行人披露

(1) 结合剪切、模具制造、冲压等工艺的核心技术、关键指标、主要技术优势、一体化工艺的壁垒等，说明发行人前述工艺的竞争优势以及同时具备前述相关工艺的难易程度，同行业可比公司是否拥有前述相关工艺，相关工艺与发行人的差异情况、差异原因；发行人与同行业可比公司固定资产规模、先进生产设备、产线产能、生产能力等方面的对比情况，结合具体生产工艺、发明专利、研发投入、研发人员、能够衡量核心技术水平的关键指标等，说明技术先进性和创新能力的具体体现；进一步说明发行人在汽车零部件及家电零部件行业是否具备较高地位、经营规模在同行业排名是否靠前，主营业务密切相关的核心技术和工艺是否符合行业趋势、能否促进稳定经营和转型升级。

(一) 结合剪切、模具制造、冲压等工艺的核心技术、关键指标、主要技术优势、一体化工艺的壁垒等，说明发行人前述工艺的竞争优势以及同时具备

前述相关工艺的难易程度，同行业可比公司是否拥有前述相关工艺，相关工艺与发行人的差异情况、差异原因

1、结合剪切、模具制造、冲压等工艺的核心技术、关键指标、主要技术优势、一体化工艺的壁垒等，说明发行人前述工艺的竞争优势以及同时具备前述相关工艺的难易程度

(1) 剪切、模具制造、冲压等工艺的竞争优势

1) 剪切件板形控制及加工精度控制水平处于行业领先地位

公司在长期的生产经营中，不仅积累了丰富的生产经验，而且在不断的实践探索中，在剪切领域形成了一套成熟的核心技术体系，涵盖了材料剪切的多个关键环节，包括材料的板形控制、剪切中的毛刺控制、摆剪工艺等，在剪切加工环节主要技术指标达到了行业领先水平，具有较强的竞争优势。

①剪切工艺核心技术及技术优势

公司剪切板块部分代表性核心技术及技术优势具体情况如下：

核心技术	技术优势	行业情况
汽车覆盖件用冷轧钢铝板带材板形控制技术	该技术为独有的矫直辊控制工艺，其主要通过矫直辊形、倾斜及压下方式间的匹配以矫正板形不良及翘曲，并配以控制开卷、卷取方式及张力动态补偿进一步改善板形，实现板形的最佳改善，确保材料在冲压成型前的平整度和尺寸精度，满足汽车覆盖件的严格质量要求	该技术为公司基于大量钢铝板材剪切加工经验研发所得，公开资料显示部分上游大型钢铝厂，如首钢股份、鞍钢股份具备类似板形控制技术，同行业可比公司未披露在该领域的类似技术
高等级表面厚板极限宽度卷材卷型控制技术	随着下游零部件产品的多样化和大型化，超宽板卷应用愈加广泛，公司利用传统生产线，通过对其机械设备、电气控制系统与工艺参数的优化，能够实现对 2,100mm 的超宽厚板卷料的板形控制	该技术为公司基于大量剪切加工经验研发所得，行业内企业大多只能实现对 1,650mm 的板材卷料的板形控制，同行业可比公司未披露在该领域的类似技术
高精密薄材剪切毛刺控制技术	该技术通过对剪切、落料刀具材质及刃口的形貌控制，形成最优的剪刀间隙及侧隙优化组合，能够将毛刺大小控制在板材厚度的 3.5% 以内	行业内平均水平只能将毛刺大小控制在板材厚度的 5% 以内，同行业可比公司中华达科技、合肥高科曾披露在该领域研发类似技术
偏摆落料技术	偏摆落料技术通过偏摆运动来实现金属板材的裁剪和成形，通过减少裁剪次数和模具调整时间，可显著提高生产效率。公司具备协同开发大尺寸偏摆送料机的能力，具有	相比传统落料技术，偏摆落料技术可以在减少模腔数的同时，精准控制偏摆送料机横向平移，提升材料利用率。同行业可比公司未披露在该领域的类似技术

核心技术	技术优势	行业情况
	送料精度高，生产效率高，节约材料成本和模具成本等特点	

②剪切领域关键技术指标

在板形控制方面，钢铝板材在生产、冷却、成卷以及后续的运输过程中常常会产生浪形、翘曲等形状缺陷，在材料剪切阶段若不对其进行板形控制，消除相关缺陷，会导致后续冲压过程出现卡模、开裂缺陷，不仅产生大量废品，甚至可能导致产线堆料、模具报废等严重问题。公司基于大量的生产经验，针对不同型号、不同长宽和厚度的板材，不断优化板形控制参数，总结出独有的生产加工方案，能够满足不同客户多样化的产品需求。凭借上述生产加工方案和核心技术，公司实现了极高的板形控制精度，铝材板形控制精度的相关指标具体情况如下：

单位：毫米

材料规格	行业水平	公司水平
$L \leq 500*500$	\leq 卷宽*0.60%	≤ 3.00
$500*500 < L \leq 1,000*1,000$	≤ 5.00	≤ 3.00
$1,000*1,000 < L \leq 1,000*2,000$	≤ 5.00	≤ 3.00
$2,000*2,000 < L$	≤ 5.00	≤ 3.00

注 1：板形控制精度指板材平整度，即板材表面各处相对于标准平面的平整程度，例如“ ≤ 1.00 ”指板材表面凹凸、翘曲等相对于标准平面的距离小于 1 毫米，下同

注 2：L 指步距，例如“ $L \leq 500*500$ ”指长度和宽度均小于 500 毫米的板材，下同

注 3：同行业可比公司均未披露其相关技术指标，行业水平数据来源于 T 公司、蔚来、吉利、小米和博西华等多家知名客户产品规格要求材料，下同

公司钢材板形控制精度的相关指标具体情况如下：

单位：毫米

材料规格	行业水平	公司水平
$L \leq 500*500$	≤ 1.00	≤ 0.50
$500*500 < L \leq 1,000*1,000$	≤ 3.00	≤ 1.00
$1,000*1,000 < L \leq 1,000*2,000$	≤ 3.00	≤ 1.50
$2,000*2,000 < L \leq 4,000*4,000$	目测平直	≤ 2.50

在生产加工精度方面，随着汽车和家电行业对产品品质的要求日益提高，剪切件作为后续产品高效生产的基础，其生产加工精度要求也随之提升。公司凭借丰富的生产经验、持续的工艺创新，已在剪切生产加工精度控制方面达到行业领先地位，其中，铝材剪切件加工精度相关指标具体情况如下：

单位：毫米

纵切公差			
纵切厚度 (T)	纵切长度 (L)	行业水平	公司水平
T≤1.00	N/A	-0.20/+0.00	-0.10/+0.00
1.00<T≤2.00	N/A	-0.30/+0.00	-0.10/+0.00
横切公差			
横切厚度 (T)	横切长度 (L)	行业水平	公司水平
T≤1.00	N/A	±2.00	±1.00
1.00<T≤3.00	N/A	±1.50	±1.00
3.00<T≤6.00	N/A	0.00~+3.00 (长度≤2,000) 0.00~+5.00 (长度>2,000)	0.00~+2.00
毛刺控制精度			
纵切/横切厚度 (T)	长度 (L)	行业水平	公司水平
T≤1.00	N/A	≤T*10%	≤0.05
1.00<T≤3.00	N/A	≤0.10	≤0.05
3.00<T≤6.00	N/A	≤T*10%	≤0.05

钢材剪切件加工精度相关指标具体情况如下：

单位：毫米

纵切公差			
纵切厚度 (T)	纵切长度 (L)	行业水平	公司水平
T≤1.00	N/A	±0.30	±0.05
1.00<T≤3.00	N/A	±0.30	±0.10
3.00<T≤6.00	N/A	±0.50	±0.15
>6.00	N/A	±0.50	±0.20
横切公差			
横切厚度 (T)	横切长度 (L)	行业水平	公司水平
T≤1.00	L≤1,000	±1.00	±0.30
1.00<T≤3.00	1,000<L≤2,000	±2.00	±0.90
3.00<T≤6.00	2,000<L≤3,000	±3.00	±1.50
>6.00	3,000<L≤4,000	±3.00	±2.00
毛刺控制精度			
纵切/横切厚度 (T)	长度 (L)	行业水平	公司水平
T≤1.00	N/A	≤0.10	≤0.03
1.00<T≤3.00	N/A	≤0.10	≤0.05

纵切公差			
3.00<T≤6.00	N/A	≤T*10%	≤T*5%

由于市场上并无第三方明确发布关于钢铝材剪切工艺相关技术指标的行业水平，同行业可比公司也均未披露其相关技术指标，因此公司选取 T 公司、蔚来、吉利、小米、博西华等客户的产品技术要求作为行业平均水平，前述客户均为汽车与家电行业内规模较大、具有显著的市场地位和影响力的主机厂商及配套供应商，其中，T 公司为全球领先的新能源汽车主机厂商，蔚来、吉利、小米均为国内新能源汽车行业知名品牌，博西华由博世和西门子两大全球知名家电集团合资设立该等客户技术规范在行业内具有广泛的权威性和认可度，能够体现行业内主流的技术水平，与其合作的专业剪切件制造厂商均需要达到前述技术要求，因此以其技术要求作为行业水平具有合理性和准确性。公司的剪切工艺水平均能达到及高于前述客户所制定的技术标准，体现了公司在剪切领域的技术领先地位。

根据上表，公司对不同规格型号的产品，无论是在纵切公差、横切公差还是毛刺控制精度方面，生产加工精度均超过行业平均水平，为下游客户进一步生产汽车和家电产品提供了高品质的剪切件，体现了公司较强的竞争优势。

2) 模具制造领域已掌握多工位和高强钢模具制造技术

冲压工艺依赖于精密的模具来形成复杂的零件形状，模具的设计和制造质量直接决定了冲压产品精度和生产效率。公司在模具制造领域已掌握了多工位车身冲压模具技术和汽车用高强钢板材成型模具技术，能够帮助公司提高冲压生产效率，以及提升公司冲压产品的制造工艺，更好地满足下游客户对产品的需求，具体情况如下：

核心技术	技术优势	行业情况
多工位车身冲压模具技术	多工位冲压指在一个冲压过程中完成多个工序，连续自动化生产复杂的车身部件，减少中间环节，提高整体生产速度。具备该模具技术使得发行人可一次成型复杂形状的部件，减少了后续的组装和调整工作；保证各个工序之间精确对接，减少累积误差，确保加工精度和产品一致性，提高最终产品的质量	行业内大多使用传统单工序生产技术，即在单个冲压过程中，其模具只完成一个特定的成型或切割动作。同行业可比公司中英利汽车和华达科技曾披露过其具备类似技术或拥有相关设备
汽车用高强钢板材	高强钢具有较高的抗拉强度和屈	行业内较少公司能实现抗拉强

核心技术	技术优势	行业情况
成型模具技术	服强度，该成型模具技术可使发行人具备 780 兆帕以上的强度材料的加工生产，确保高强钢板材可在复杂的成型过程中实现精确成型，有效预测和补偿材料性质带来的回弹，满足汽车部件的精确尺寸和形状要求。整体而言，该技术帮助发行人拓展了更多汽车零部件产品的制造能力	度 780 兆帕以上的高强钢成型模具的开发，发行人同行业可比公司中海联金汇、英利汽车曾披露过其具有与高强钢相关的类似技术

3) 冲压工艺可满足高水平的强度、尺寸及精度

随着下游汽车和家电行业的产品种类日益丰富，对零部件的精细化需求不断增长，公司基于优良的模具制造工艺及深耕冲压领域多年的生产经验，在新能源产品液冷流道板成型技术及细节检测的关键环节形成了竞争优势，能够高效生产抗拉强度更高、尺寸更大、精度更高的冲压零部件，满足下游客户对高品质零部件的需求。

① 冲压领域核心技术及技术优势

公司在冲压领域部份代表性核心技术及技术优势情况如下：

核心技术	技术优势	行业情况
机器视觉检测技术	利用工业相机对工件上的各种缺陷进行拍照，进行一系列的图像处理，实现了对工件的快速、全面检测，识别微小的缺陷，检测的准确率一般可达 99%，检测精度可达 0.02mm，提高了检测效率和产品质量，同时确保了产品的安全性和可靠性	业内许多中小型零部件生产企业仍使用人工检测，检测效率及准确性较低。同行业可比公司中海联金汇、华达科技和合肥高科披露过其在该领域拥有类似技术
新能源产品液冷流道板成型技术	液冷流道板是常用于电池管理系统中的关键组件之一，用于冷却电池以维持其在最佳温度范围内工作。该技术根据热模拟软件及电池电芯的布置，分析规划流道的分布、形状及走向，确定流道板的方案。通过模具成型软件分析，制定流道板的成型工艺	因液冷流道板需要考虑流体力学、热传递效率和结构完整性，设计具有复杂性，且为提高冷却效率，需采用铝合金等新型材料，同行业可比公司未披露在该领域的类似技术

② 冲压工艺技术指标

得益于丰富的生产经验和定制化生产设备，公司在冲压材料的抗拉强度、加工精度、可生产的零件尺寸范围等多个指标上，均展现出行业内较高水平。这些

高标准的工艺水平不仅满足了汽车行业对产品质量的严格要求，也体现了公司在冲压和模具制造领域的竞争优势。由于汽车零部件产品加工技术标准要求相比家电零部件产品较高，因此汽车冲压件相关指标更能代表公司冲压件加工水平。公司在汽车冲压零部件领域相关加工指标具体情况如下：

技术指标	公司水平	行业水平	行业技术标准	指标说明
抗拉强度	980Mpa-1,180Mpa	780Mpa 左右	650Mpa	材料抗拉强度越高，产品开裂风险越高回弹幅度越大，对公司冲压和模具制造工艺要求越高
平冲压件尺寸公差	ST1	ST3-ST4	分为 11 个等级,即 ST1 至 ST11, 等级依次降低	尺寸公差等级越高，代表公司精细产品加工能力越高
成形冲压件尺寸公差	FT3	FT4-FT5	分为 10 个等级,即 FT1 至 FT10, 等级依次降低	尺寸公差等级越高，代表公司精细产品加工能力越高
能够加工最大零件尺寸	2,500mm*1,600mm	2,000mm*1,400mm 左右	-	能够生产的零件尺寸越大，代表公司能够生产更加多样化的产品

注：抗拉强度行业标准来源于《金属冷冲压件通用技术条件（JB/T4378.2-1999）》，冲压件尺寸公差行业标准来源于《冲压件尺寸公差（GB/T 13914-2013）》，行业水平数据来源于麦格纳、佛吉亚、中创新航等多家客户产品规格要求材料

由于冲压领域仅有部分指标具有行业标准，同行业可比公司也均未披露其相关技术指标，因此公司选取麦格纳、佛吉亚、中创新航等客户的产品技术要求作为行业平均水平，前述客户均为汽车零部件行业内规模较大、具有显著的市场地位和影响力的零部件制造商，其中，麦格纳、佛吉亚为全球前 50 大知名汽车零部件厂商，中创新航为全球领先的新能源汽车零部件企业，其技术规范在行业内具有广泛的权威性和认可度，能够体现行业内主流的技术水平，与其合作的专业剪切件制造厂商均需要达到前述技术要求，因此以其技术要求作为行业水平具有合理性和准确性。公司的冲压工艺水平均能达到及高于前述客户所制定的技术标准，体现了公司在冲压领域的技术领先地位。

根据上表，公司冲压零部件的生产加工强度、尺寸和精度均超过行业平均水平，能够为下游客户提供高质量的产品和服务。

4) 具备完备的焊接、装配、表面处理工艺能力

在焊接工艺领域，公司具备钢铝材的点焊、凸焊、弧焊、气体保护焊以及激光焊接等工艺能力，拥有配备多台焊接工作站以及焊接机器人的专业化焊接车间。汽车零部件产品具有材料多样性、结构复杂性、精度要求高等技术难题，公司通

过在研发生产中不断积累焊接经验，克服了不同材料物理和化学性能差异大、焊接时的热膨胀系数、熔点不同导致的裂纹、气孔等焊接缺陷等问题，公司在一些狭窄、深腔或难以到达的部位使用 CMT 焊接技术，实现了低热量输入、无飞溅焊接，提升了焊接质量及工作效率，使得焊接过程中的热变形、残余应力等问题得到了有效控制。就具体技术指标而言，公司焊接产品质量能达到《铝及铝合金的弧焊接头缺欠质量分级指南》（GB/T 22087-2008）以及《焊接—钢、镍、钛及其合金的熔化焊接头（束焊除外）—缺欠质量等级》（ISO 5817:2014）等标准中的“B 级”（最优等级），焊接线性尺寸精度能够达到《焊接结构的一般尺寸公差和形位公差》（GB/T19804-2005）中规定的公差等级“A 级”（最优等级）。经过多年的技术积累，公司在焊接领域已拥有多项发明专利，例如“用于汽车零部件成型高效焊接设备”（专利号：ZL202311508211.1），能够实现汽车零部件在真空负压环境下的连续性焊接，有效简化了操作方式，提高了零部件焊接工作的连续性，以及“一种新能源汽车电池盒弧焊工艺”（专利号：ZL202310589538.X），能够在提高焊接速度、保证焊接的气密性的条件下实现电池盒箱体自动化弧焊线加工。

表面处理是指为提升零部件耐蚀性、耐磨性、美观程度而进行的一系列表面加工工艺，主要包括电泳涂装、粉末喷涂等。公司拥有专业化表面处理车间，配备有龙门式双工艺电泳生产线、平喷线等专业设备，能够对汽车座椅、底盘、车身、电池盒箱体，以及电视机和洗衣机背板等多种汽车和家电零部件进行表面处理加工，满足蔚来、比亚迪、三星、中创新航、安道拓等多家知名主机厂商或零部件厂商对零部件表面性能的要求。其中，电泳涂装工艺是一种用于汽车零部件生产中的主流表面处理技术，通过电场作用使带电的涂料粒子沉积在工件表面，形成均匀、光滑的涂层，其主要技术难点如下：

技术难点	难点说明
复杂工件的涂装均匀性	对于形状复杂、带有内腔、缝隙或孔洞的工件，要确保电泳漆在各个部位均匀沉积存在难度。比如汽车车身的一些复杂结构区域，可能会出现电泳漆膜厚度不均的情况
边缘效应	工件的边缘和角落处，由于电场分布的特殊性，容易出现漆膜过厚或堆积的现象，影响涂装质量
颗粒杂质问题	电泳槽液中如果混入颗粒杂质，可能会在涂装过程中附着在工件表面，形成颗粒缺陷，这对于电泳设备的过滤系统、生产环境的洁净度控制等方面提出了较高要求

技术难点	难点说明
设备和工艺参数的控制	电泳工艺需要对电泳电压、时间、温度、槽液成分和浓度等参数进行精确控制和稳定维持,微小的参数变化都可能对涂装质量产生较大影响,例如电压过高可能导致漆膜粗糙、桔皮,电压过低则可能使漆膜偏薄、泳透率下降

不同行业和应用领域对电泳涂装的标准和要求有所差异,但下游客户总体都围绕着耐腐蚀性、色彩稳定性和表面绝缘层附着性等方面来制定产品要求。公司通过不断的技术积累和经验总结,在前述多个技术领域能够达较高水平。例如,在汽车行业中,部分客户要求电泳涂装后的零部件中性耐盐雾试验时长大于 500 小时以上,公司部分产品中性耐盐雾试验时长能够大于 720 小时;附着性方面,公司产品能够按照《色漆和清漆漆膜的划格试验》(GB 9286-1998)实验标准,达到“≤1 级”的水平;色彩稳定性方面,公司产品能够长时间保持不褪色、不变黄、不变色,具有良好的色彩稳定性。

装配是指将不同零部件根据规定的产品结构、技术条件进行组装,使各种零部件具有规定的相互位置关系的工艺流程。在汽车和家电制造业中,由于终端产品由大量精细的零部件构成,且市场对产品精度的要求日益严格,装配的精确性直接影响到产品的整体质量和使用寿命。公司产品正在由中小件单品零部件逐步向大件总成零部件方向发展,装配环节对产品性能的保障作用正日益凸显。为提升产品交付质量,公司会根据不同产品特征设计装配工艺方案,以满足客户对高品质产品的需求,并不断提升产品的市场竞争力。

综上所述,公司凭借材料板形控制、剪切加工精度、冲压材料抗拉强度等方面的技术积累和工艺创新,在剪切、冲压和模具制造等工艺具有较强的竞争优势,具备了材料剪切、模具制造、冲压、焊接、装配、表面处理等一体化工艺,不仅满足了汽车和家电行业对产品品质的高标准要求,也为公司的市场地位和未来发展奠定了坚实的基础。

(3) 一体化工艺的壁垒以及同时具备相关工艺的难易程度

汽车及家电零部件制造行业已有超过百年的发展历史,目前随着生产工艺的进步及市场需求的多样化,汽车及家电零部件制造行业的生产链条由多个细分工艺组成,不同细分工艺均存在众多生产厂家参与经营,市场竞争较为分散,能够形成成规模的一体化工艺的生产能力,存在资金投入、生产规模、生产协同、供

应链管理等多方面壁垒，目前只有少数国际汽车家电零部件巨头、大型钢铝厂商及大型汽车家电品牌下属企业、大型专业从事剪切冲压生产企业等具备成规模的一体化加工能力，具体一体化工艺壁垒情况如下：

1) 较大的资金投入和生产规模壁垒

一体化工艺较单一生产工艺需要进行更大规模的资金投入和更有效率的产能利用。汽车和家电零部件制造属于重资产投入的行业，在剪切、冲压、模具制造等核心环节，依赖于各自特定设备和产线的投入，并适时进行扩产和技术改造，保证各环节产能和技术工艺的匹配；此外，公司需在各环节保持一定的生产规模和产能利用率，以降低生产成本、增强市场竞争力。

报告期各期，公司固定资产分别为 47,954.60 万元、69,970.32 万元、91,176.75 万元和 **93,517.21 万元**，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金支出分别为 14,450.59 万元、23,047.91 万元、44,085.60 万元和 **17,543.55 万元**，尽管融资渠道受限，公司的资金投入仍保持在较高水平。经过多年业务发展和持续资金投入，公司在剪切、冲压、模具制造环节完成了规模化产能布局。在材料剪切方面，公司已拥有 30 余条剪切生产线，年加工能力 30 余万吨；在冲压制造方面，公司拥有 40 余条冲压生产线，年生产能力超 5,000 万件。此外，公司 2014 年投资成立模具开发中心，专注于自主研发、设计、制造汽车和家电冲压模具，逐步进入 T 公司、蔚来、三星、博西华等主机厂商的供应链，并在技术发展中进一步保障了公司冲压零部件业务的发展。

2) 不同业务和工序之间的协同壁垒

一体化工艺要求公司整合不同工序的优势，形成协同效应，以满足客户的高标准要求。首先，剪切、冲压、模具制造三个工艺均需要通过长期生产实践以及技术积累，各自形成的完善的核心技术并且达到优良的工艺水平，而同时掌握多个环节的工艺并且都超过行业平均水平，相比单一工艺的研究更具有挑战性；其次，形成较好的一体化工艺不仅要求公司在每个工艺环节达到较高技术水平，而且需要各个环节之间的协调整合，才能发挥产业链条优势，并保证整个生产流程的生产稳定性；此外，公司作为 T 公司、蔚来、捷豹路虎等国内外第一梯队汽车品牌的一级供应商，以及麦格纳、海斯坦普、安道拓、佛吉亚等全球前 50 大

知名零部件厂商的直接供应商，拥有一体化工艺能够满足其多样化需求，同时也在不同材料、不同规格的产品生产中，不断优化生产工艺、延伸产业链，从而在剪切、冲压、模具制造、焊接、装配等各个工艺环节提供更加精准和高效的服务。

3) 多环节的供应链管理壁垒

一体化工艺要求公司具备优秀的原材料和供应链管理能力和能力。公司不仅与终端主机厂商客户建立良好的合作关系，也与源头端的各大钢铝厂保持稳定的业务合作，这为公司的一体化工艺实施提供了坚实的原材料供应基础，使得公司能够从源头整合上游钢铝厂资源，理解并满足下游终端用户需求，从原材料阶段即进行质量控制，协调整合各个工艺环节，确保供应链的高效运作，提升生产稳定性和产品质量。

综上所述，建立一体化工艺需要公司在长期的生产经营中积累经验与技术，投资建设符合需求的生产线、确保充足的生产规模和较高的产能利用率、掌握各个环节的核心技术并实现工艺间的有效协调，同时与客户及供应商建立稳定的合作关系，保证原材料供应的稳定性和产品符合客户的高质量标准，同时具备相关工艺的难易程度相对较高。

2、同行业可比公司是否拥有前述相关工艺，相关工艺与发行人的差异情况、差异原因

公司系掌握材料剪切、模具制造、冲压、焊接、装配、表面处理等一体化工艺的企业，同行业可比公司拥有前述相关工艺具体情况如下：

公司名称	拥有相关工艺情况
福然德	拥有剪切相关工艺，正布局探索冲压、焊接、装配、表面处理相关工艺；剪切工艺更侧重于钢材剪切
海联金汇	拥有钢材剪切、模具制造、冲压、焊接、装配工艺，未单独披露铝材剪切工艺情况
华达科技	拥有剪切、冲压、模具制造、焊接、装配、表面处理工艺，剪切领域不涉及家电领域
英利汽车	拥有冲压、模具制造、焊接、装配、表面处理工艺，未单独披露是否拥有剪切工艺，剪切领域不涉及家电领域
合肥高科	拥有家电领域的剪切、冲压、模具制造、焊接、装配、装配、表面处理工艺，剪切领域不涉及汽车零部件
发行人	同时具备汽车和家电领域的钢铝材剪切、模具制造、冲压、焊接、装配、表面处理等一体化工艺

资料来源：同行业可比公司年报、招股说明书、募集说明书

公司同行业可比公司均为汽车或家电零部件领域内规模较大、知名度较高的企业，也拥有部分或全部相关工艺，但与公司相比存在部分差异，具体情况如下：

与公司相比，福然德同样拥有剪切工艺，福然德销售的产品可按是否经过加工分为加工配送类钢材和非加工配送类钢材，其加工配送的产品主要为对板材的剪切加工。根据福然德 2023 年年报披露，其正在就冲压、焊接等深加工项目进行投资及洽谈，拟延伸其产品产业深度。此外，福然德剪切工艺更偏重于钢材剪切方面，其 2023 年汽车行业钢铝板材销售量为 116 万吨，其中铝板 1.3 万吨，而公司在目前汽车主机厂商较为青睐的铝材等轻量化产品方面布局更早，2023 年铝材剪切件销量已达 6.31 万吨。

海联金汇汽车零部件业务主要系为主机厂商提供汽车安全结构总成、车身总成、地板总成等产品，拥有钢材剪切、模具制造、冲压、焊接、装配等工艺。而钢材剪切和铝材剪切在设备要求、生产经验技术等方面存在差异，其未单独披露铝材剪切业务情况。

华达科技主要从事乘用车车身零部件、模具以及新能源汽车零部件产品的开发、生产与销售，其原材料主要为车用板材，最终产品为车身总成焊接件、轮罩、立柱、电池箱托盘等，生产流程较长，其与公司同样掌握较多生产工艺。华达科技主营业务不涉及家电行业零部件的生产，公司的一体化工艺能够应用于汽车及家电零部件的生产。

英利汽车主营业务为车身结构零部件及防撞系统零部件的设计、研发、制造及销售，其技术积累、工艺研发主要围绕在冲压零部件产品。根据公开披露信息，英利汽车拥有冲压、模具制造、焊接、装配、表面处理工艺，但未单独披露其剪切工艺情况。英利汽车主营业务不涉及家电行业零部件的生产，公司的一体化工艺能够应用于汽车及家电零部件的生产。

合肥高科主要从事家电零部件及相关模具的研发、研发、生产和销售，掌握了家电零部件领域的剪切、冲压、模具制造、焊接、装配、装配、表面处理工艺。但相较而言，汽车零部件由于直接关系到车辆的安全与性能，其加工精度要求更为严格，产品结构和功能也更为复杂，对生产工艺的要求也更加精细和多样化。此外，根据公开资料披露，合肥高科主要原材料为钢材、原片玻璃等，其剪切工

艺不涉及车身用铝材，与公司的剪切工艺存在差异。

综上所述，虽然同行业可比公司掌握部分或全部相关工艺，但公司的涉猎范围更广，同时掌握了汽车和家电零部件领域的钢铝材剪切、冲压、模具制造等工艺，而同行业可比公司普遍聚焦于单一领域；此外，公司在剪切方面，特别是铝材剪切，具有较为突出的技术和工艺优势。

公司与同行业可比公司掌握的工艺存在差异，主要系不同企业的行业定位、发展历程和战略决策不同，与福然德相比，公司从家电零部件的生产制造起步，逐步拓展至汽车零部件，较早关注到汽车轻量化的发展趋势并且积极进行铝材剪切产能布局，同时向产业链下游进行战略性扩展，探索发展冲压、模具制造等加工工艺，而福然德自身主要定位为钢材物流服务企业，与公司的行业定位不同，做出的战略决策也有所不同，因此掌握的生产工艺也有所不同；与海联金汇、华达科技和英利汽车相比，公司更加专注于材料剪切领域，海联金汇主营业务除汽车零部件和家电配件业务外，还包括移动信息服务业务和第三方支付服务业务，华达科技和英利汽车主营业务为汽车零部件的生产销售，材料剪切为其生产工艺之一，而公司在材料剪切工艺领域探索多年，逐步往下游扩展，因此在该领域掌握较为全面的生产工艺；与合肥高科相比，公司较早从家电零部件领域拓展延伸至汽车零部件领域，因此相比而言掌握了更多汽车领域的材料剪切、冲压、模具制造等工艺技术。整体而言，公司通过一体化工艺的整合应用，提升了生产效率和产品质量，满足了汽车市场对于车身轻量化的高标准需求，也彰显了公司的竞争优势和发展前景。

（二）发行人与同行业可比公司固定资产规模、先进生产设备、产线产能、生产能力等方面的对比情况，结合具体生产工艺、发明专利、研发投入、研发人员、能够衡量核心技术水平的关键指标等，说明技术先进性和创新能力的具体体现

1、发行人与同行业可比公司固定资产规模、先进生产设备、产线产能、生产能力等方面的对比情况

公司与同行业公司在固定资产规模、先进生产设备、产线产能和生产能力等方面对比情况如下：

单位：万元

公司名称	固定资产账面价值	主要先进生产设备	产线和生产能力	产能情况
福然德	56,898.46	拥有多条横剪线、纵剪线、摆剪线和落料线	已建成的九大生产基地，配备50余条生产线	2023年年报披露全年加工能力约250万吨左右
海联金汇	97,619.27	拥有各种自动化冲压生产线、高强度钢辊压生产线、热成型生产线以及汽车总成零部件机器人焊接生产线	具备车身、大中型结构件冲压能力，汽车辊压、热成型产品生产能力和焊接总成生产能力	未披露
华达科技	158,434.99	拥有各类冲压机械压力机、机器人冲压线自动化工程、焊接机器人、三次元双臂机械手、点焊机先进生产设备	拥有多条自动化冲压生产线、自动焊接线和模具制造线	未披露
英利汽车	248,011.19	拥有数十台进口油压机、注塑机、多工位移送冲压机，以及数十台进口机器人	拥有数条大型进口冲压生产线及全自动热压生产线	2023年年报披露金属件产能17,029.36万件
合肥高科	15,559.69	拥有多台冲床、机械手等设备，引入独立式工站机器人配合连续工位位移机，实现冲压生产线高度自动化	2019年，在合肥新建产线正式投产，2020年，先后在沈阳、佛山设立生产基地	招股说明书披露2022年上半年金属结构件产能为3,400.00万件
发行人	93,517.21	拥有多条高精密钢铝材分条和开平机组、多条钢铝混合落料设备、多台多工位冲压机床以及大吨位自动化冲压设备	拥有30余条剪切生产线和40余条冲压生产线，并已在江苏、安徽、湖北、天津、广东等产业集群区域建立生产基地，铝材剪切件生产能力处于行业领先	2023年度剪切件产能32.74万吨，冲压件产能5,774.53万件

注：固定资产数据为2024年半年报数据

资料来源：可比公司年报、招股说明书、募集说明书

由上表可知，截至2024年6月末，公司固定资产规模大于福然德和合肥高科，但小于海联金汇、华达科技和英利汽车。华达科技和英利汽车固定资产规模相对较高，主要系其主要生产汽车冲压零部件，冲压工艺所需的固定资产投资相对更高；海联金汇固定资产规模相对较高，主要系海联金汇主营业务除智能制造板块业务外，还包括移动信息服务业务和第三方支付服务业务。

此外，与同行业可比公司相比，公司同样拥有较多先进设备，在剪切板块，公司拥有数十条高精密钢铝材分条、开平机组，单台造价在数百万至千万元不等，可实现横剪、纵剪、摆剪、飞剪等多种剪切工艺，此外，公司拥有多条造价达数千万元人民币的钢铝混合落料线，实现300天连续稳定运转，最快每分钟加工百余件的较高生产效率，并且由于铝材属于非磁性材料，不能依靠传统堆垛装置利用磁力将工件吸附并运输到特定位置堆叠，公司钢铝混合落料线采用了真空堆垛技术，能够满足铝材剪切件堆垛需求并且减少搬运过程中对产品的损害；在冲压

板块，公司同样拥有完备的冲压生产设备，例如多台造价上千万元的多工位冲压机床，一次冲压过程即可完成多个工序，且最大冲裁力度达 3,100 吨，每分钟最多加工 25 件产品；此外，公司还拥有焊接、模具制造、表面处理等多工艺设备，能够满足下游客户多样化的产品需求，例如造价上千万元的电泳生产线，可实现最大 2.5 米*1.4 米的零部件涂装。

在剪切设备方面，公司将多年积累的生产经验及研发成果应用到定制化高精度加工设备中，在设备制造及后续改进过程中加强智能化、定制化程度，提高生产效率，部分设备改进案例如下：

设备名称	改进点	原设备情况	改进后情况
纵剪线	悬臂式开卷机	1、原设备出厂时的辊轴配备额定内径，生产不同内径的原卷时需要人工选配橡胶圈进行调节，每卷上胶圈的时间需要 5-10 分钟，每天生产约 10-14 卷； 2、人员在上胶圈时脚踩过渡板操作，过渡板之间存在较大间隙，且胶圈的自重约 20kg，生产人员脚踩过渡板时存在明显晃动，安全风险较高	公司将设备额定滚轴内径改为可调整扇面形状，内部加设液压油泵，采用锯齿形扇叶板结构后实现辊轴内径自动收缩调节，后期不再需要人工加装胶圈，减少人工套胶圈的工时，有效保证操作的安全性，改善后每天节约工时 1 小时，产量可提升 8%-10%
落料线	堆垛	落料线产品规格较多，形状各异，在生产过程中需要根据不同产品形状调整堆垛方向，每个堆垛的调整需要 20-30 分钟，严重影响生产效率	根据产品特性，对每个产品规格首次调整的数据进行参数存储，后续生产时根据已存储的配方进行选择，可实现一键启动，自动定位，免除人工调整，从而减少调整时间，提高生产效率，截至目前已收集并存储配方 300 条以上

在产线产能和生产能力方面，公司与同行业可比公司均具备规模化生产能力。海联金汇和华达科技未披露其产能情况，就可比公司公开披露信息而言，与福然德相比，公司剪切板块产能较低，但福然德产能集中于钢材剪切，公司在铝材剪切领域起步更早，汽车铝材剪切件销量高于福然德；与英利汽车相比，公司冲压板块产能较低，主要原因为英利汽车专注于汽车冲压领域，且已完成上市并实现资本市场多次融资，而公司从剪切业务不断延伸产业链，目前业务结构中剪切件收入占比更大，冲压板块产能与其有所差异；与合肥高科相比，公司冲压板块产能更高，且生产涵盖了要求更为严格的汽车冲压件产品。

2、结合具体生产工艺、发明专利、研发投入、研发人员、能够衡量核心技术水平的关键指标，说明技术先进性和创新能力的具体体现

公司在长期的生产经营中，积累了丰富的生产经验，目前已成熟掌握材料剪

切、模具制造、冲压、焊接、装配、表面处理等一体化生产工艺，在剪切件领域，公司在板形控制、加工精度控制等工艺流程中能够克服相关技术难点，加工工艺水平达到行业领先水平，在冲压领域，公司在冲压材料的抗拉强度、加工精度、可生产的零件尺寸范围等多个指标上，均展现出行业内较高水平，确保了产品的质量和性能能够满足客户的高质量需求。

公司经过不断的技术积累，已形成了一套成熟的核心技术体系，在行业内技术较为先进，创新能力较强，具体情况如下：

(1) 公司拥有众多核心技术相关专利

公司将部份核心技术和生产经验转化为专利，通过专利保护巩固技术优势，截至 2024 年 10 月 31 日，发行人已取得 196 项专利，其中发明专利 13 项，具体情况如下：

序号	专利名称	类型	专利号	授权公告日
1	调节型冲压机用导向架	发明专利	ZL201810895327.8	2019.12.13
2	一种汽车冲压模具在线检测方法及其系统	发明专利	ZL202310953652.6	2023.10.24
3	一种汽车冲压模具及其方法	发明专利	ZL202011310308.8	2022.08.09
4	一种冲压用自动上下料装置	发明专利	ZL202110698417.X	2021.09.28
5	一种双向冲压装置	发明专利	ZL202110732961.1	2021.09.21
6	车用安全装置、应用该控制装置的汽车及其工作方法	发明专利	ZL201410803378.5	2018.08.31
7	用于汽车金属件加工的冲压设备	发明专利	ZL202311503820.8	2024.02.20
8	用于汽车零部件成型高效焊接设备	发明专利	ZL202311508211.1	2024.02.20
9	一种新能源汽车电池盒弧焊工艺	发明专利	ZL202310589538.X	2023.11.14
10	一种 LCD 背板冲压冲孔系统及其方法	发明专利	ZL202111104859.3	2022.09.13
11	一种冲头组件及冲头磨损程度检测方法	发明专利	ZL202111193450.3	2022.08.23
12	一种汽车用高强钢板材成型翻孔模及其翻孔工艺	发明专利	ZL202010298454.7	2024.08.06
13	新能源汽车电池包外壳焊接装置及方法	发明专利	ZL202410748488.X	2024.10.15

公司的发明专利涉及冲压、模具制造、焊接等多个工艺，并且已充分应用到

生产环节，为客户提供高质量的产品和服务，例如“一种汽车冲压模具在线检测方法及系统”（专利号 ZL202310953652.6），公司使用工业高精度相机和光源对模具进行拍摄，通过图像处理和算法分析，可以有效地监测模具表面异常，起到保护模具的作用；“用于汽车金属件加工的冲压设备”（专利号 ZL202311503820.8），能够实现一模多腔的同时冲压，已用于汽车座椅和底盘零部件的生产，提高了加工连续性和生产效率；“用于汽车零部件成型高效焊接设备”（专利号 ZL202311508211.1），能够实现汽车零部件在真空负压环境下的连续性焊接，有效简化了操作方式，提高了零部件焊接工作的连续性；“一种 LCD 背板冲压冲孔系统及其方法”（专利号 ZL202111104859.3），能够在电视机背板的冲压过程中，有效满足多种成型材料加工作业，消除加工作业中材料应力分布不均的缺陷。

公司同行业可比公司拥有的发明专利情况如下：

公司名称	发明专利情况
福然德	未披露发明专利情况
海联金汇	截至 2024 年 6 月末，其智能制造板块拥有发明专利 43 项
华达科技	截至 2023 年末，拥有发明专利 22 项
英利汽车	截至 2023 年 6 月末，拥有发明专利 12 项
合肥高科	截至 2024 年 6 月末，拥有发明专利 3 项
公司	截至 2024 年 10 月 31 日，拥有发明专利 13 项

资料来源：可比公司年报或半年报、招股说明书、募集说明书

与同行业可比公司相比，公司发明专利数量高于合肥高科，与英利汽车较为接近，低于上市多年的海联金汇和华达科技，在同行业可比公司中具有一定技术优势。

综上所述，公司所取得的发明专利，不仅提高了生产过程的自动化水平，也确保了产品质量的稳定性和可靠性，体现了公司技术的先进性和创新能力。

（2）研发投入和研发人员整体保持增长趋势

随着下游汽车和家电市场不断升级，公司为强化核心竞争力，持续开展研发投入，提高服务下游客户的能力，也体现了公司对生产技术和创新能力的追求。报告期各期，公司研发费用及研发人员情况如下：

单位：万元、人

项目	2024年6月30日/2024年1-6月	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度	2021年12月31日/2021年度
研发费用	1,945.93	4,141.76	3,064.81	3,378.17
营业收入	202,029.92	448,623.24	378,090.17	307,036.27
研发费用率	0.96%	0.92%	0.81%	1.10%
研发人员数量	139	161	120	98
员工总人数	1,544	1,524	1,445	1,130
研发人员占员工总人数的比例	9.00%	10.56%	8.30%	8.67%

报告期各期，公司研发费用金额分别为3,378.17万元、3,064.81万元、4,141.76万元和**1,945.93万元**，整体保持增长趋势。此外，公司不断加强研发力量，强化核心竞争力，以满足生产经营需要并巩固行业地位，报告期各期末，公司研发人员人数分别为98人、120人、161人和**139人**，**2021年至2023年**公司研发团队持续扩大。

公司同行业可比公司研发投入情况如下：

可比公司	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
福然德	0.05%	0.03%	0.02%	0.01%
海联金汇	2.52%	2.52%	2.41%	2.56%
华达科技	3.47%	3.43%	3.65%	3.58%
英利汽车	4.39%	4.06%	3.86%	4.04%
合肥高科	3.57%	3.23%	3.25%	3.49%
公司	0.96%	0.92%	0.81%	1.10%

公司同行业可比公司研发人员情况如下：

单位：人

可比公司	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
福然德	研发人员数量	未披露	12	7	4
	研发人员占员工总人数的比例	未披露	1.98%	1.31%	0.78%
海联金汇	研发人员数量	未披露	571	538	521
	研发人员占员工总人数的比例	未披露	14.97%	14.68%	14.13%
华达科技	研发人员数量	未披露	352	224	155
	研发人员占员工总人数的比例	未披露	7.00%	7.44%	6.20%

可比公司	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
英利汽车	研发人员数量	未披露	499	490	452
	研发人员占员工总人数的比例	未披露	12.69%	11.74%	11.00%
合肥高科	研发人员数量	99	97	92	86
	研发人员占员工总人数的比例	10.84%	10.81%	10.80%	10.63%
公司	研发人员数量	139	161	120	98
	研发人员占员工总人数的比例	9.00%	10.56%	8.30%	8.67%

报告期内，公司研发费用率高于福然德，低于其他同行业可比公司，主要原因为，相较于上市公司，公司融资渠道相对有限，现阶段将更多资金用于营运发展，研发投入相对较少。在研发人员方面，公司研发人员占员工总人数的比例高于福然德和华达科技，与英利汽车和合肥高科较为接近。

(3) 公司生产设备及生产工艺指标已达到行业领先水平

生产设备对生产工艺具有重要影响。在剪切领域，公司拥有多条钢铝混合落料生产线以及完备的横剪、纵剪、摆剪设备，在冲压领域，公司拥有数条可实现大尺寸零件多工序自动化生产的冲压产线及完善的配套设备，均能够满足下游客户对高质量、多样化产品的需求。特别是对于剪切板块，公司在定制加工设备前，会结合多年的汽车和家电零部件领域生产经验，汇总不同客户多样化的产品工艺诉求，与设备供应商共同商讨定制高精度加工能力的设备，并且将自身在生产工艺方面的独到经验和理念融入到设备制造之中，确保从生产的最初环节开始便能够系统化地控制产品质量，以满足市场和客户的高标准要求。

就具体生产工艺而言，在材料剪切工艺中，板形控制和加工精度对产品质量具有重要影响，公司凭借丰富的生产经验和深度定制化的生产设备，已总结出独有的生产加工方案，能够满足不同客户多样化的产品需求，在板形控制水平和加工精度控制方面已能够达到业内领先水平；在冲压和模具制造领域中，公司同样掌握了成熟的生产工艺，拥有完备、先进的生产设备，相关技术指标能够达到行业内较高水平。公司与同行业可比公司相关生产工艺和关键指标的具体内容请参见本问题回复之“一、发行人披露”之“(1)”之“(一)结合剪切、模具制造、冲压等工艺的核心技术、关键指标、主要技术优势、一体化工艺的壁垒等，说明发行人前述工艺的竞争优势以及同时具备前述相关工艺的难易程度，同行业可比

公司是否拥有前述相关工艺，相关工艺与发行人的差异情况、差异原因”。其中材料剪切工艺的关键指标包括加工精度、板形控制精度、毛刺控制精度等，冲压工艺的关键技术指标包括冲压材料的抗拉强度、加工精度、可生产的零件尺寸范围等，同行业可比公司未披露相关具体情况。

综上所述，公司在固定资产规模、先进生产设备、产线产能和生产能力等方面与同行业可比公司相比具有竞争力，并且公司在技术研发、生产设备、工艺等方面持续投入，已建立起一套成熟的技术体系，实现了生产过程的高效率和产品的高品质，具有较强的技术先进性和创新能力。

(三) 进一步说明发行人在汽车零部件及家电零部件行业是否具备较高地位、经营规模在同行业排名是否靠前，主营业务密切相关的核心技术和工艺是否符合行业趋势、能否促进稳定经营和转型升级

1、发行人在汽车零部件及家电零部件行业是否具备较高地位、经营规模在同行业排名是否靠前

报告期内，按照下游应用行业分类，公司主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车零部件	148,548.98	74.86%	338,178.50	76.77%	263,089.47	71.04%	173,610.56	57.80%
家电零部件	46,170.72	23.27%	89,084.73	20.22%	99,074.00	26.75%	121,627.54	40.49%
其他	3,712.61	1.87%	13,257.62	3.01%	8,189.79	2.21%	5,145.18	1.71%
合计	198,432.31	100.00%	440,520.84	100.00%	370,353.27	100.00%	300,383.28	100.00%

由上表可知，公司主营业务中，汽车零部件占比较高，报告期各期，汽车零部件占公司主营业务收入的比重分别为 57.80%、71.04%、76.77%和 **74.86%**，占比总体呈上升趋势。

根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)，公司主要从事的汽车零部件研发、生产和销售业务所处行业为“C36 汽车制造业”类目下的“C3670 汽车零部件及配件制造”。截至 2024 年 10 月 31 日，国内 A 股市场中属于“C3670 汽车零部件及配件制造”行业的上市公司共计 **167** 家，公司经营情况与上述公司对比如下：

(1) 与同行业上市公司营业收入对比——远超汽车零部件行业中位数水平

报告期各期，公司与同行业上市公司营业收入对比如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
公司汽车零部件收入	148,548.98	338,178.50	263,089.47	173,610.56
同行业上市公司营业收入中位数	99,629.99	183,515.96	152,435.04	142,653.78
同行业上市公司营业收入平均数	314,798.47	628,271.10	544,839.33	512,853.38
同行业上市公司中公司排序	67	60	64	71

数据来源：同行业上市公司年度报告及半年报、招股说明书

由于汽车零部件种类繁多且不同汽车零部件上市公司收入规模差异较大(例如主要从事发动机和变速箱等生产销售的潍柴动力 2023 年度营业收入达 2,139.58 亿元，而主要从事汽车空调及零部件生产销售的恒立实业 2023 年度营业收入仅 1.11 亿元)，因此，为降低个别极端值对整体收入水平的影响，公司主要与同行业上市公司营业收入中位数进行对比分析，具体如下：

根据上表，2021 年至 2023 年，公司汽车零部件收入金额均远高于同行业上市公司营业收入中位数，且两者差值不断扩大，2023 年接近 15 亿元，**2024 年上半年也明显高于同行业上市公司营业收入中位数**。按照金额从大到小排序，**2021 年至 2023 年**，公司汽车零部件收入在同行业上市公司营业收入中的排序逐年靠前，反映出公司汽车零部件收入实现了高于同行业平均水平的增长幅度。

报告期各期，公司净利润与上述同行业上市公司对比如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
公司净利润	4,763.13	15,075.25	11,418.31	7,704.41
同行业上市公司净利润中位数	6,184.97	11,337.04	9,631.47	9,510.02
同行业上市公司净利润平均数	16,397.29	31,353.99	22,979.02	23,295.64
同行业上市公司中公司排序	97	69	76	94

数据来源：同行业上市公司年度报告以及半年度报告、招股说明书

报告期内，公司经营规模快速扩大，盈利能力显著增强，2022 年和 2023 年净利润水平平均超过同行业上市公司净利润中位数。

(2) 与同行业上市公司可比收入对比——远超金属车身系统零部件行业上市公司可比收入中位数水平

汽车零部件种类繁多，一辆汽车一般由上万个零部件组成，各零部件可根据其材质和功能进行细分，其中：

1) 按照各零部件材质，汽车零部件可划分为金属零部件和非金属零部件，其中金属零部件占比约 70%-75%，主要由钢材、铝材及铝镁合金等经剪切、冲压、挤压、焊接、锻造、铸造而成；非金属零部件占比约 25-30%，主要由橡胶、塑料及其他复合材料经吹塑、挤塑形成；

2) 按照各零部件功能，汽车零部件又可划分为车身系统、底盘系统、动力总成系统和电子系统四个部分，具体如下：

功能系统	组成部分	主要零部件
车身系统	白车身	A/B/C 柱、纵梁、横梁、中央通道、防撞梁等，货车车身除驾驶室外，还包括货厢
	开闭件	四门两盖等
	车身附件	门锁、门铰链、仪表盘骨架、工具箱盖板、雨刷器、挡泥板等
	内外饰件	前面罩、机罩总成、顶棚、侧围、侧裙板、扰流板等
	座舱系统	汽车座椅、仪表盘、安全带、气囊等
底盘系统	行驶系统	车架、悬架、减震器、车轮等
	转向系统	方向盘、转向节臂、转向器、横拉杆、转向拉杆等
	制动系统	汽车踏板、贮气筒、刹车系统等
动力总成系统	发动机系统	飞轮壳、气缸垫、气缸盖罩、油底壳等
	传动系统	飞轮盘、飞轮壳、差速器总成、变速箱壳、离合器壳体、变速器、齿轮、传动轴和驱动桥等
	环境系统	油箱、燃油管道、汽油滤清器、汽油泵、喷油嘴、空气滤清器、尿素箱、进排气歧管等
电子系统	车体电子	发动机控制系统、底盘控制系统和车身电子控制系统等
	车载电子	照明装置、音响装置、导航系统、车载家电产品等

根据上述细分口径，公司主要生产的汽车零部件属于金属车身系统零部件。针对不同功能系统的汽车零部件，即使是同一类金属，例如钢材或铝材，也往往会使用不同品级的金属原材料，生产过程中也普遍会使用不同的生产工艺。例如车身系统，特别是白车身、开闭件等，对金属表面光滑程度、材料强度等的要求普遍要高于底盘系统；动力总成系统，特别是发动机系统，往往使用金属铸造工

艺，而车身系统往往使用剪切冲压工艺。因此，鉴于不同功能系统下汽车零部件的生产差异，下文中聚焦于金属车身系统零部件领域分析公司所处排名。

同行业上市公司中，主营业务涉及金属车身系统零部件的企业共计 57 家，其可比收入与公司对比如下：

单位：万元

可比收入	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
公司	148,548.98	338,178.50	263,089.47	173,610.56
同行业上市公司中位数	87,318.59	169,349.56	132,571.11	128,452.70
同行业上市公司平均数	292,775.25	558,430.98	525,750.84	457,223.13
同行业上市公司中公司排序	15	17	19	22

数据来源：同行业上市公司年度报告以及半年度报告、招股说明书；

注：同行业上市公司可比收入系基于以下方法确定，若同行业上市公司公开披露了金属车身系统零部件销售收入，则以该数据为准；若同行业上市公司未公开披露金属车身系统零部件销售收入，则基于其收入细分维度，判断各细分维度是否涉及金属车身系统零部件，如涉及，该收入细分维度均计算在内

同样为降低个别极端值（例如华域汽车 2023 年度可比收入达 1,516.88 亿元，而同期纽泰格可比收入仅 0.44 亿元）对整体收入水平的影响，公司主要与同行业上市公司可比收入中位数进行对比分析。根据上表，2021 年至 2023 年，公司汽车零部件收入金额均远高于同行业上市公司可比收入中位数，且两者差值不断扩大，2023 年已超过 15 亿元。

受限于同行业上市公司公开披露的细分收入维度，上表中同行业上市公司可比收入所涵盖的内容普遍不仅仅为金属车身系统零部件，因此若严格按照金属车身系统零部件这一细分领域计算，公司与已上市公司相比，排名将更加靠前。

除此之外，金属车身系统零部件可以根据具体原材料种类和生产工艺进一步细分，其中，公司使用的原材料为铝材和钢材，主要生产工艺为剪切和冲压，主要产品之一为汽车车身用铝制剪切件。经过多年市场耕耘和行业积淀，公司在汽车车身用铝制剪切件领域享有较高的市场份额，行业地位突出，而排名更靠前的 14 家同行业上市公司均未公开披露该细分领域收入实现情况，无法与公司对比分析。

(3) 全行业排名及市场占有率

由于汽车零部件涵盖种类众多，且行业发展较为成熟，已形成高度专业化的

分工体系，因此行业内暂无公开披露的针对汽车零部件行业整体或者金属车身系统零部件的排名和市场占有率数据。

报告期内，公司积极把握新能源汽车快速发展的市场机遇，顺应车身轻量化的发展趋势，重点加强汽车车身用铝制剪切件业务布局，各期实现的销售收入及占汽车零部件整体收入的比例如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
汽车车身用铝制剪切件收入	89,132.13	207,174.20	175,353.94	111,467.68
占汽车零部件收入比例	60.00%	61.26%	66.65%	64.21%

报告期各期，公司汽车车身用铝制剪切件销售占比均在60%以上，在该细分领域，公司具备较高地位和市场份额、经营规模在同行业排名靠前，具体情况请参见本问题回复之“一、发行人披露”之“(4)”之“(二)关于市场规模及市场占有率的具体测算情况，相关数据是否符合行业特征，与公开数据是否存在较大差异，差异的原因及合理性”的相关内容。

家电零部件领域方面，我国家电零部件行业企业数量众多，但较为分散，根据前瞻产业研究院数据，截至2022年末，我国家电企业数量超过4万家，但大部分企业规模较小，注册资本超过200万元的家电企业不到1万家。2023年，在国家“双碳”战略及扩大内需等政策的引导下，家电行业正迎来新的增长点，根据国家统计局数据，2023年规模以上家电企业主营业务收入为1.84万亿元，实现利润规模约为1,564亿元，分别同比增长7%和12.2%。家电零部件行业可分为家电龙头企业、专业从事家电零部件生产企业以及数量众多的中小型家电零部件厂商，公司作为专业从事家电零部件生产企业，生产规模较大、核心技术完善，客户覆盖下游多家知名家电主机厂商，具体可参见本问题回复之“一、发行人披露”之“(2)”之“(二)结合家电零部件的行业竞争格局、未来发展趋势及发行人规划、发行人竞争优势、主要客户合作稳定性及新客户拓展情况等，说明家电业务是否存在持续下滑的风险，并进行针对性风险提示”的相关内容。

根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)，公司主营的家电零部件业务所处行业为“C38 电气机械和器材制造业”类目下的“C3857 家用电力器具专用配件制造”。截至2024年10月31日，国内A股市场中属于“C3857 家用电

力器具专用配件制造”行业的上市公司共计 11 家，公司家电零部件业务收入情况与上述公司对比如下：

报告期各期，公司与家用电力器具专用配件制造行业上市公司营业收入对比如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
公司家电零部件收入	46,170.72	89,084.73	99,074.00	121,627.54
家用电力器具专用配件制造行业上市公司营业收入中位数	97,208.21	177,200.17	180,415.88	180,247.62
家用电力器具专用配件制造行业上市公司营业收入平均数	157,839.32	277,683.70	282,919.69	234,098.24
家用电力器具专用配件制造行业上市公司中公司排序	11	11	9	9

数据来源：家用电力器具专用配件制造行业上市公司年度报告以及半年度报告、招股说明书

2021 年和 2022 年，公司家电零部件业务收入高于家用电力器具专用配件制造行业可比上市公司合肥高科。

报告期各期，公司净利润与上述家用电力器具专用配件制造行业上市公司对比如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
公司净利润	4,763.13	15,075.25	11,418.31	7,704.41
家用电力器具专用配件制造行业上市公司净利润中位数	6,057.26	8,605.36	6,713.57	9,981.73
家用电力器具专用配件制造行业上市公司净利润平均数	8,224.04	22,731.66	13,488.35	12,142.50
家用电力器具专用配件制造行业上市公司中公司排序	7	6	6	9

数据来源：同行业上市公司年度报告以及半年度报告、招股说明书

报告期内，公司经营规模快速扩大，盈利能力显著增强，2022 年和 2023 年净利润水平均超过家用电力器具专用配件制造行业上市公司净利润中位数。

2、主营业务密切相关的核心技术和工艺是否符合行业趋势、能否促进稳定经营和转型升级

(1) 主营业务密切相关的核心技术和工艺符合行业趋势

轻量化是近年来我国乃至全球汽车行业的显著发展趋势之一。轻量化是指采

用轻质材料和先进制造技术，降低汽车整备质量，从而提高汽车动力性能，同时减少能源消耗，符合全球节能减排和可持续发展的要求。新能源汽车的发展尤其受益于轻量化，因为轻量化有助于提升电池续航里程，增强其市场竞争力。随着新材料的研发、政策的推动和市场需求的增長，轻量化技术正成为推动汽车行业转型升级的关键因素。

实现汽车轻量化最直接、有效的技术路径是选用结构强度有保障的或密度相对低的轻量化材料，例如高强度钢、铝合金、镁合金、碳纤维等代替传统的钢材，进而实现整车减重。其中铝合金由于密度低，减重效果显著，并且耐腐蚀，可在恶劣条件下保持稳定性能，以及具有延展性好、抗拉强度较好、易成型加工、绿色可回收性强、材料成本适中等优势，成为当下汽车主机厂商首选的轻量化材料。

汽车用铝根据加工工艺的不同，可分为铝板、铸造铝、锻造铝和挤压铝，其中铝板主要用于汽车车身和新能源汽车电池系统的生产，铸造铝多用于发动机系统和底盘系统的制造，此外底盘系统和车身系统也会用到部分锻造铝和挤压铝。公司主要产品为汽车车身用铝制剪切件，属于汽车铝板，系汽车用铝重要的组成部分，目前在汽车轻量化的背景下，具有较大的增长潜力。

材料剪切和冲压工艺是确保汽车用板材加工质量和效率的关键环节，在汽车轻量化的背景下，其重要性愈发凸显。随着铝合金、高强度钢等新型轻量化材料的广泛应用，以及激光焊接等轻量化制造工艺的引入，对上述加工工艺提出了更高的要求和挑战。公司凭借多年的技术积累，已形成一套成熟的核心技术体系，不仅能够应对新材料带来的加工难题，还能够满足新型制造工艺对精度和效率的更高标准，例如，“汽车覆盖件用冷轧钢铝板带材板形控制技术”、“高等级表面厚板极限宽度卷材卷型控制技术”，有助于提高钢铝板材板形控制水平和剪切加工精度，满足了下游客户对精细化产品的需求；“多工位车身冲压模具技术”和“汽车用高强钢板材成型模具技术”，能够提高公司能够一次性精确成型复杂形状的零部件，也拓展了公司的产品制造能力。通过创新技术和工艺优化，公司在汽车用板材加工领域具备了较强的竞争优势，在促进自身业务稳定发展的同时，也为汽车轻量化趋势的发展和汽车行业的转型升级贡献了积极力量。

(2) 在成熟的核心技术和生产工艺基础之上，公司已拥有稳定的生产经营能力

公司凭借成熟的核心技术体系和完善的工艺流程，积累了一大批优质客户群，为业绩增长提供了可靠保障。2021年至2023年，公司剪切件的产能由24.05万吨提高至32.74万吨，冲压件的产能由5,088.90万件提高至5,774.53万件，具备较大的产能规模，同期公司主营业务收入由300,383.28万元提高至440,520.84万元，销售金额稳步提升，特别是汽车零部件板块主营业务收入从173,610.56万元提升至338,178.50万元，年化复合增长率达到39.57%，成为公司收入增长的主要动力。目前，公司已成为T公司、蔚来、小米、捷豹路虎等国内外第一梯队汽车品牌的一级供应商，以及麦格纳、海斯坦普、安道拓、佛吉亚等全球前50大知名零部件厂商的直接供应商。与上述客户保持了长期且稳定的合作关系，是公司稳定经营能力的重要体现。

分新老客户来看，报告期各期，公司主营业务收入中由新老客户贡献的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
老客户	186,797.55	94.14%	397,905.53	90.33%	336,068.51	90.74%	283,722.20	94.45%
新客户	11,634.75	5.86%	42,615.31	9.67%	34,284.75	9.26%	16,661.08	5.55%
合计	198,432.31	100.00%	440,520.84	100.00%	370,353.27	100.00%	300,383.28	100.00%

报告期内，公司老客户贡献了90%以上的主营业务收入，与老客户的持续稳定合作保证了公司收入增长的基本面，同时，公司也持续加大新客户开发力度，报告期各期向新客户实现的主营业务收入金额分别为16,661.08万元、34,284.75万元、42,615.31万元和**11,634.75万元**，成为公司收入增长的有益补充。

目前，公司在手订单量充足，截至2024年9月末，公司未来三个月意向订单金额已达到**12.39亿元**，为业绩增长提供了良好基础，体现了公司未来业绩的稳定性和发展潜力。

此外，报告期各期，公司退换货金额占主营业务收入的比例极低，分别为0.37%、0.27%、0.38%和**0.50%**，也表明公司已掌握成熟的核心技术和生产工艺，具备大规模稳定交付产品的能力。

(3) 成熟的核心技术和生产工艺已帮助公司实现产业的升级与延伸

1) 从家电零部件向汽车零部件升级延伸

发行人在 2004 年成立后的发展初期，适逢国内家电行业快速发展，于是积极把握市场机遇，与三星电子、博西华、京东方等知名家电客户建立了良好、稳定的合作关系。之后，随着我国居民收入水平的提高，家用汽车的普及率快速提升，基于对市场的深入洞察，发行人预计汽车零部件行业具有巨大潜力。而由于家电和汽车零部件行业在剪切、冲压等工艺上具有一定的技术共通性，且两者均广泛使用钢铝板材，因此发行人决定利用自身在家电零部件领域积累的成熟技术优势及生产经验，战略性地拓展汽车零部件业务。

由于汽车零部件直接关系到车辆的安全与性能，因此其加工精度要求更为严格，产品结构和功能也更为复杂，涉及更多精细和多样化的生产工艺，且零部件生产商需要满足 IATF16949 等质量管理体系的要求，整体而言，汽车零部件行业进入门槛更高。但发行人凭借着成熟的核心技术体系和生产工艺流程，通过精细化管理和，逐渐获得了汽车零部件行业众多客户的认可，汽车零部件业务销售规模快速扩大。报告期各期，发行人汽车零部件业务收入金额分别为 173,610.56 万元、263,089.47 万元、338,178.50 万元和 **148,548.98 万元**，占主营业务收入的比例分别为 57.80%、71.04%、76.77%和 **74.86%**，整体呈现快速增长的趋势，已成为发行人最主要的业务板块。

汽车零部件行业对产品质量和生产过程更高的标准也推动了发行人在生产经营过程中的管理的精细化。发行人亦将汽车零部件的精细化先进的经验应用到家电零部件的生产中，实现了在产品设计、制造流程、管理方式、数字化水平等方面的全面提升，推动了发行人向全面、综合的钢铝零部件供应商的升级。

2) 从钢材剪切件到铝材剪切件，顺应汽车轻量化趋势实现升级延伸

随着汽车轻量化趋势迅速发展，传统钢制车身零部件逐步被铝制车身零部件替代。为顺应这一行业发展趋势，发行人在巩固传统钢板材加工业务的基础上，积极布局铝板材加工生产线，铝材剪切件收入取得快速增长，具体情况如下：

单位：万元、吨

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量
铝材剪切件	89,132.13	27,801.78	207,174.20	63,058.68	175,353.94	48,933.59	111,467.68	33,420.77

2021年至2023年，发行人剪切件中铝材剪切件销售金额由111,467.68万元逐年增加至207,174.20万元，销量由33,420.77吨逐年增加至63,058.68吨，年均复合增长率分别为36.33%和37.36%，均实现快速增长。**2024年上半年，公司铝材剪切件销售金额和销量均保持同比增长。**

铝板材与传统钢板材相比，在硬度、屈服强度、抗拉强度、延伸率等金属性质、物理性能方面存在差异，其剪切、冲压需要不断积累生产技术经验，同时需要在设备定制、参数调整方面配合更新，例如，铝板材相较钢板材硬度更低，需使用定制化的刀具及配套设备以防止铝板材在剪切过程中过度变形或损坏，相比传统钢材，需重新总结下压量等技术指标，而且铝材属于非磁性材料，必须使用真空堆垛进行工件的搬运，减少搬运过程中对材料的损害。发行人经过大量的生产经验积累和持续的技术研发，在铝板材剪切技术领域已取得一定的优势地位，促进自身剪切业务的升级的同时，顺应了汽车轻量化趋势的升级延伸，并为汽车轻量化趋势贡献了积极力量。

综上，公司与主营业务密切相关的核心技术和工艺符合行业趋势，在成熟的核心技术和生产工艺基础之上，公司已拥有稳定的生产经营能力，并利用成熟的核心技术和生产工艺已帮助公司实现产业的升级与延伸。

(2) 报告期内发行人家电业务收入呈下降趋势的原因；结合家电零部件的行业竞争格局、未来发展趋势及发行人规划、发行人竞争优势、主要客户合作稳定性及新客户拓展情况等，说明家电业务是否存在持续下滑的风险，并进行针对性风险提示。

(一) 报告期内发行人家电业务收入呈下降趋势的原因

报告期各期，公司主营业务中汽车零部件业务收入分别为121,627.54万元、99,074.00万元、89,084.73万元和**46,170.72万元**，占公司主营业务收入的比重分别为40.49%、26.75%、20.22%和**23.27%**，整体呈逐年下降趋势，主要原因包括：

1、近年来，在汽车行业快速发展的背景下，公司紧抓市场机遇，在销售端积极开拓了T公司、蔚来、理想等下游新能源汽车厂商或其对应配套厂商客户，使得汽车零部件销售收入增长较快，占主营业务收入的比例也从2021年的57.80%

提高至 2024 年上半年的 74.86%，成为公司主营业务收入增长的主要驱动力。而报告期内，公司产能较为紧张，报告期各期，公司主要产品剪切件和冲压件的产能、产量以及产能利用率情况如下：

年度	剪切件（单位：吨）		
	产能	产量	产能利用率
2024 年 1-6 月	170,623.14	163,858.73	96.04%
2023 年度	327,398.28	320,591.31	97.92%
2022 年度	285,628.94	268,700.60	94.07%
2021 年度	240,513.82	219,667.17	91.33%
年度	冲压件（单位：万件）		
	产能	产量	产能利用率
2024 年 1-6 月	3,215.16	2,885.12	89.74%
2023 年度	5,774.53	5,750.20	99.58%
2022 年度	5,024.86	5,120.98	101.91%
2021 年度	5,088.90	5,515.55	108.38%

报告期内，公司剪切件和冲压件产能利用率均维持在高位。在此情况下，公司将有限的产能资源更多向汽车零部件业务倾斜，大力发展汽车零部件业务，因此家电零部件业务销售收入有所下降。

2、个别家电零部件客户因自身经营规划和市场策略调整，减少了部分生产业务，导致公司对其销售有所下降。具体而言，报告期内，公司对家电品牌三星产品的生产商苏州三星电子有限公司和苏州大荣电子有限公司销售情况均有所下降，报告期各期，公司对苏州三星电子有限公司销售金额分别为 13,908.68 万元、1,476.37 万元、16.81 万元和 0 万元，主要系苏州三星电子有限公司受韩国母公司品牌策略以及发展战略的影响，减少了部分中国家电生产业务所致。报告期各期，公司对苏州大荣电子有限公司销售金额分别为 23,639.71 万元、19,268.00 万元、15,579.50 万元和 6,467.23 万元，也呈现出下降趋势，主要系苏州三星电子有限公司同样为苏州大荣电子有限公司的主要客户，受三星品牌影响，苏州大荣电子有限公司业务规模有所下降，因此公司对其销售金额也随之有所降低。

（二）结合家电零部件的行业竞争格局、未来发展趋势及发行人规划、发行人竞争优势、主要客户合作稳定性及新客户拓展情况等，说明家电业务是否

存在持续下滑的风险，并进行针对性风险提示。

1、家电零部件的行业竞争格局、未来发展趋势

我国家电零部件行业经过多年发展，已进入成熟阶段，行业内制造企业数量众多，但规模以上的制造厂商相对较少，围绕终端家电厂商，形成了以三类企业为主的竞争格局：第一类是以美的集团、海尔智家、格力电器等为代表的家电龙头企业，体量规模较大，拥有自己的生产线，其部分零部件通过自建工厂的形式完成生产；第二类为以公司、合肥高科等为代表的专业从事家电零部件生产企业，拥有规模化的生产能力，与多家下游家电企业建立了稳定的合作关系；第三类为数量众多的中小型家电零部件厂商，其研发能力、生产技术等较为薄弱，效益较低，面临较大的市场压力。

目前，我国家电零部件行业正努力推动绿色化发展，积极响应国家“双碳”目标。2023年7月，商务部等多个部门联合发布《关于促进家居消费若干措施的通知》，明确提出支持家居企业开展绿色制造，鼓励有条件的地区对绿色制造示范企业出台针对性政策措施，促进企业加大绿色家居产品研发力度。在国家支持政策的引导下，我国家电零部件企业正逐步实现从传统制造向绿色、低碳、环保转型，通过技术创新和工艺优化，致力于开发高效节能的产品，降低生产过程中的能耗和排放。

此外，我国家电零部件行业正朝着智能化的方向发展，随着人工智能、物联网、大数据、云计算等新兴技术的不断渗透，家电产品正逐步实现智能互联，提供更加便捷和个性化的用户体验。2023年7月，国家发展与改革委员会发布《关于恢复和扩大消费的措施》，明确提出要推广智能家电、集成家电、功能化家具等产品，提升家居智能化绿色化水平。家电零部件企业也更加注重材料创新以及技术研发，进一步提升生产效率，加强产业上下游的协作，实现资源的优化配置和高效利用。

2、发行人竞争优势以及发展规划、主要客户合作稳定性及新客户拓展情况

(1) 公司家电零部件业务竞争优势

1) 家电零部件具有核心技术优势

公司在2004年成立后的发展初期，便主要面向家电行业客户从事钢材贸易

和剪切业务，与博西华、京东方等知名家电客户建立了良好、稳定的合作关系，至今已有近 20 年的家电零部件生产经验。公司依托多年来的技术积累，以自主创新为基础，形成了自身成熟且完善的核心技术体系，例如适用于家电业务的“电视机背板快速成模技术”能够在大型电视机背板冲压过程中，缩短生产工序，实现自动化生产，达到快速成模的效果，较好地满足下游家电客户的产品需求。此外，公司在家电零部件领域已取得多项专利，为客户提供高质量的产品和服务，公司在家电零部件领域部分代表性专利情况如下：

序号	专利名称	专利号	技术突破	应用产品
1	一种偏摆式快速更换圆形钣金冲切模具	ZL202122112734.7	实现以单一创新型模具替代原有在偏摆落料工序中的使用的多个模具	洗衣机波轮盘落料片
2	一种冲压钣金用往复机	ZL202023154681.7	实现工件在产线内工序间自动翻转，提高生产效率	电视机和洗衣机背板
3	一种冲压用自动上下料装置	ZL202110698417.X	实现不间断加料，提高垛料生产效率，其他和设备联动提升生产安全性	汽车及家电产品自动化生产线
4	一种 LCD 背板冲压冲孔系统及其方法	ZL202111104859.3	可有效满足多种成型材料加工作业，有效消除加工作业中材料应力分布不均的缺陷	电视机背板
5	一种家电钣金件自动转运工装	ZL202320768692.9	实现家电钣金件自动运转	电视机背板、洗衣机背板

2) 汽车零部件生产经验助力家电零部件业务优化升级

在汽车行业快速发展的背景下，公司大力开拓汽车零部件业务，报告期内公司汽车零部件业务收入金额分别为 173,610.56 万元、263,089.47 万元、338,178.50 万元和 **148,548.98 万元**，整体呈现快速增长的趋势。由于汽车零部件直接关系到车辆的安全与性能，因此其加工精度要求更为严格，产品结构和功能也更为复杂，涉及更多精细和多样化的生产工艺，且零部件生产商需要满足 IATF16949 等质量管理体系的要求。公司在战略性地拓展汽车零部件业务的过程中，也不断完善了自身核心技术体系和生产工艺流程，以满足汽车行业客户对产品质量和生产过程更高的标准。在这个过程中，公司将汽车零部件的精细化生产管理经验应用到家电零部件的生产中，因此相比于传统的家电零部件供应商，公司在产品设计、制造流程、管理方式、数字化水平等方面拥有相对更强的竞争优势。

(2) 公司家电零部件业务发展规划

公司在大力推动汽车零部件业务快速发展的同时,也将持续巩固家电零部件业务优势,帮助公司实现业绩增长。公司预计未来几年内,家电业务收入规模将保持稳定,占主营业务收入的占比维持在 15%至 20%之间。我国是家电生产和消费大国,作为一个万亿级产业,家电产业是拉动我国内需的一个重要增长点,能够为促进形成强大国内市场和构建新发展格局提供有力支撑。近年来,国家持续出台家电行业支持政策,家电行业将保持稳健增长。公司将依托成熟的核心技术体系和生产工艺流程,以及与下游家电行业客户良好的合作关系,继续深耕家电零部件市场,家电零部件业务将继续为公司业绩增长贡献积极力量。公司家电零部件发展规划具体如下:

1) 巩固加强与家电行业知名客户的合作关系。公司将持续加强与博西华、京东方、三星等知名家电生产商的合作深度及广度,深入了解大客户的需求及痛点,提供高品质、定制化的产品和服务,以满足大客户的多样化的需求,实现与大客户在日益丰富的产品品类及快速变化的市场需求中保持稳定的合作关系,扩大自身在大客户中的市场份额。

2) 积极拓展与新兴智能化家电厂商的业务规模。随着新技术在智能化家电领域不断渗透,居民消费理念的升级,家电产品逐渐向智能化、品质化、个性化转变,进而涌现出众多智能化家电品牌,快速占据家电市场。2023 年公司成功拓展新客户追觅科技,为其提供扫地机器人等智能家电零部件,2023 年和 2024 年上半年对其销售额分别为 1,628.60 万元和 1,498.64 万元。未来公司将持续拓展与其他新兴智能化家电厂商的合作,提升公司在智能化家电领域的市场规模及行业口碑。

(3) 主要客户合作稳定性及新客户拓展情况

报告期各期,公司家电零部件板块前五大客户销售情况以及公司与其合作开始时间如下:

单位:万元

2024 年 1-6 月				
序号	公司名称	销售金额	销售占比	合作开始时间
1	苏州大荣电子有限公司	6,467.23	14.01%	2004 年

2	博西华电器（江苏）有限公司	3,562.66	7.72%	2018年
3	嘉彰科技（苏州）有限公司	2,127.21	4.61%	2011年
4	广州弗尔赛金属制品有限公司	1,838.78	3.98%	2022年
5	富士通将军（上海）有限公司	1,685.22	3.65%	2013年
合计		15,681.10	33.96%	-
2023年度				
序号	公司名称	销售金额	销售占比	合作开始时间
1	苏州大荣电子有限公司	15,579.50	17.49%	2004年
2	博西华电器（江苏）有限公司	7,151.99	8.03%	2018年
3	江苏金利美工业科技有限公司	4,859.56	5.45%	2019年
4	嘉彰科技（苏州）有限公司	4,565.49	5.12%	2011年
5	合肥京东方视讯科技有限公司	3,634.25	4.08%	2019年
合计		35,790.79	40.18%	-
2022年度				
序号	公司名称	销售金额	销售占比	合作开始时间
1	苏州大荣电子有限公司	19,268.00	19.45%	2004年
2	博西华电器（江苏）有限公司	9,631.75	9.72%	2018年
3	合肥京东方视讯科技有限公司	6,829.81	6.89%	2019年
4	合肥惠科金扬科技有限公司	4,438.23	4.48%	2018年
5	富士通将军（上海）有限公司	4,025.19	4.06%	2013年
合计		44,192.98	44.61%	-
2021年度				
序号	公司名称	销售金额	销售占比	合作开始时间
1	苏州大荣电子有限公司	23,639.71	19.44%	2004年
2	苏州三星电子有限公司	13,908.68	11.44%	2004年
3	博西华电器（江苏）有限公司	13,151.28	10.81%	2018年
4	合肥京东方视讯科技有限公司	6,404.51	5.27%	2019年
5	安特（苏州）精密机械有限公司	4,792.77	3.94%	2004年
合计		61,896.96	50.89%	-

注：上表中金额系公司对客户销售实现的主营业务收入金额，占比系占公司家电零部件销售金额的比例

由上表可见，公司与主要家电零部件客户普遍合作多年，与其保持着良好的业务往来，双方合作具有稳定性。

报告期各期，公司家电零部件收入中由新老客户贡献的收入金额及占比情况

如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
老客户	44,581.23	96.56%	77,772.98	87.30%	94,095.43	94.97%	119,307.71	98.09%
新客户	1,589.49	3.44%	11,311.74	12.70%	4,978.57	5.03%	2,319.83	1.91%
合计	46,170.72	100.00%	89,084.73	100.00%	99,074.00	100.00%	121,627.54	100.00%

由上表可见，报告期内，家电零部件业务中老客户均贡献了85%以上的主营业务收入，公司与主要家电客户保持着良好的合作关系，技术实力得到广泛认可，行业知名度也不断提高。同时公司持续加大家电行业新客户开发力度，为公司产品的持续销售提供了重要保障，新客户销售占比也从2021年的1.91%增长至2023年的12.70%。2023年，公司接连与追觅创新科技（苏州）有限公司、共青城中汇达智能科技有限公司以及广州视承电子科技有限公司等家电行业客户建立合作关系并且实现较好的销售收入，具体情况如下：

客户名称	2024年1-6月销售收入（万元）	2023年销售收入（万元）	客户简介
追觅创新科技（苏州）有限公司	1,498.64	1,628.60	追觅科技旗下子公司，追觅科技为一家智能清洁家电企业，主营产品包括扫地机器人、无线吸尘器、洗地机等，产品已销往中国、美国、德国、法国、韩国等100多个国家和地区，2020年营业收入已超过20亿元人民币
共青城中汇达智能科技有限公司	894.45	1,117.99	共青城市政府与部份家电企业合资成立，具备年产空调330万套以上的生产能力
广州视承电子科技有限公司	277.29	801.45	广州视源电子科技股份有限公司（SZ.002841）旗下子公司，视源股份为一家专注于智能电子产品及解决方案的企业，家电业务方面主要销售液晶显示主控板卡，广泛应用于液晶电视，2023年实现营业收入201.73亿元

综上所述，虽然目前公司将经营发展重心聚焦于汽车零部件领域，汽车零部件业务规模显著提升，但家电业务仍为公司主营业务重要组成部分。公司与主要家电客户均保持了良好的长期合作关系，并且公司积极开拓家电行业新客户，为家电零部件业务的长期发展奠定了良好基础。公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”对家电业务波动风险补充了针对性风险

提示，具体情况如下：

“（九）产品结构变化风险

报告期内，公司主营业务主要由汽车零部件和家电零部件构成，但报告期各期的业务结构存在一定变化，其中汽车零部件产品销售收入占比**总体呈现上升趋势**，占主营业务收入的比重分别为 57.80%、71.04%、76.77%及**74.86%**，家电零部件产品销售收入占比**总体呈现下降趋势**，占主营业务收入的比重分别为 40.49%、26.75%、20.22%及**23.27%**。近年来，随着我国汽车行业，特别是新能源汽车行业实现快速增长，汽车零部件行业迎来较好的发展机遇，因此公司将经营发展重心投入到汽车零部件领域。受资金及产能规模有限等因素影响，公司存在家电零部件业务收入下降导致产品结构变化的风险。”

（3）结合下游客户所在行业的贸易环境、市场需求变动、终端汽车降价、主要客户行业地位及经营状况、发行人与客户合作关系的稳定性、关于价格调整的具体约定和实际执行情况等，进一步说明发行人汽车零部件业务客户稳定性、业绩增长的可持续性。

（一）下游客户所在行业的贸易环境、市场需求变动、终端汽车降价情况

1、汽车行业贸易环境及市场需求变动情况

（1）境内市场受政策支持，良好的贸易环境激发了市场需求

汽车产业具有产业链长、关联度高、带动性强等特点，是我国重要的支柱型产业，在促进国内经济增长、扩大就业、推动技术创新和提升国家竞争力等方面发挥着“压舱石”作用，而新能源汽车产业因有助于我国减少对传统化石能源的依赖，降低温室气体排放，促进可持续发展，构建绿色低碳经济而成为国内以及全球汽车产业转型升级的主要方向。近年来，国家政策积极鼓励和支持以新能源汽车为重要导向的汽车产业的发展，不仅降低了消费者的购车成本，也激发了企业加大研发投入、提升产品质量的动力，为汽车产业营造了良好的贸易环境。

2020 年 11 月，国务院发布《新能源汽车产业发展规划（2021—2035 年）》，明确提出，新能源汽车已成为全球汽车产业转型发展的主要方向和促进世界经济持续增长的重要引擎，发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措。2024 年 3 月，国务院发布《推

动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，重点强调了汽车以旧换新对于促进消费、拉动投资的重要意义。

良好的贸易环境激发了市场需求，帮助我国汽车行业，特别是新能源汽车行业近年来实现显著发展。根据工业和信息化部数据，2023 年我国汽车零售额实现 4.86 万亿元，占社会消费品零售总额的 10.3%，汽车产业为我国经济稳定增长做出了重要贡献。根据中国汽车工业协会数据，我国新能源汽车产销量分别从 2011 年的 0.8 万辆和 0.8 万辆增长至 2023 年的 959 万辆和 950 万辆，年均复合增长率分别为 80.53% 和 80.39%。2023 年，我国新能源汽车产销量占全球比重已超过 60%，连续 9 年位居世界第一位。

在国内市场，汽车总销量预计将持续增长。根据国家信息中心预测，2024 年我国汽车市场换购需求占总需求的比重将为 44%，到 2025 年有望提高到 48% 左右，这样的换购比例将带来可观的汽车销售增量。中国汽车工业协会预测，2024 年我国汽车总销量将超过 3,100 万辆，较 2023 年的 3,009 万辆进一步增长。在新能源汽车方面，我国新能源汽车渗透率将不断提升，根据国家发改委数据，2023 年国内新能源汽车销量占全部汽车销售量比重达 31.6%，同比提升 6 个百分点。根据全国乘用车市场信息联席会数据，2024 年 7 月，国内新能源汽车零售渗透率达到 51.1%，新能源汽车单月零售销量首次超过传统燃油汽车。

（2）国外市场保持增长，部分国家贸易保护主义抬头但对公司影响较小

近年来，部分发达国家贸易保护主义抬头，对中国生产的新能源汽车加征关税，我国新能源汽车行业全球化进程面临一定挑战，但整体而言对我国新能源汽车行业以及对公司影响有限。

报告期内，公司汽车零部件产品对应的下游主要终端客户包括 T 公司、蔚来、理想等新能源汽车厂商，上述厂商受到的贸易壁垒影响相对较小，因此对公司业绩的负面影响也较为有限。T 公司在中国生产的新能源汽车主要面向中国市场，根据乘联会数据，T 公司国内工厂 2023 年累计交付量约为 95 万辆，其中出口约 34.4 万辆，国内销量约占其 63.79%。在出口市场方面，T 公司在中国生产的产品主要销往欧洲，而根据欧盟委员会的最新决议，自中国进口的 T 公司新能源汽车的关税被设定为 9%，大幅低于预期。与此同时，蔚来和理想等国内新

能源汽车厂商目前正处于国际化初期阶段，出口销售较小，因此部分国家的贸易保护政策对其影响相对有限。

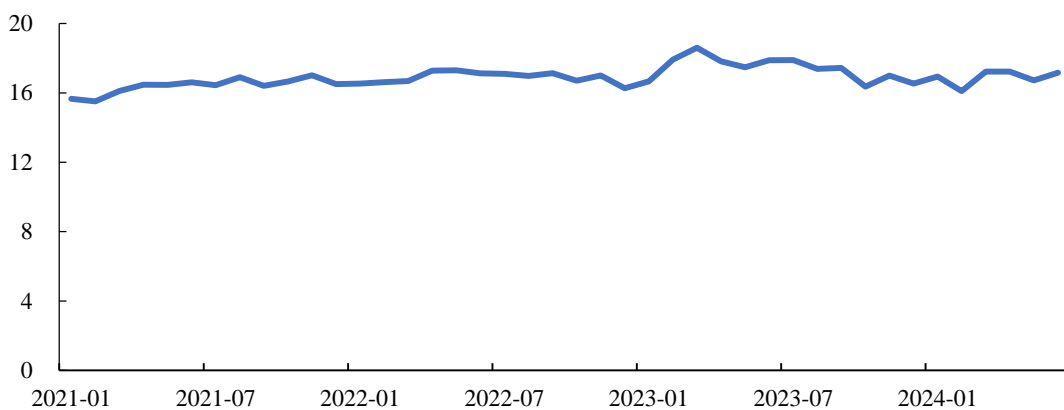
为应对部分国家贸易保护主义的挑战，我国政府出台了一系列政策支持新能源汽车的国际化发展。2023年12月，商务部等9单位发布《关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见》，明确提出要充分发挥自由贸易协定效能，完善进出口管理政策，积极构建公平、稳定、包容、便利的贸易环境，为新能源汽车出口营造公平竞争环境。2024年8月，中国将欧盟电动汽车临时反补贴措施诉诸世界贸易组织争端解决机制，积极保障中国汽车行业企业的合法权益。

整体而言，在国家政策的支持下，预计部分国家的贸易保护政策对我国新能源汽车行业影响有限，对公司业绩影响也相对较小。根据中国汽车工业协会数据，2023年我国汽车整车出口量达491万辆，同比增长57.9%，首次跃居全球第一，其中新能源汽车出口120.3万辆，同比增长77.6%，出口目的国涵盖欧洲、亚洲、大洋洲、美洲、非洲等地区的共180多个国家，全球新能源汽车市场需求强劲，发展前景广阔。

2、终端汽车降价情况

2021年至2024年6月，我国汽车行业终端产品价格走势具体情况如下：

中国乘用车市场成交均价（万元/台）



数据来源：wind、中国汽车流通协会

由上图可知，2023年内，我国汽车行业终端产品价格呈下降趋势，主要系部分主机厂商为抢占市场，进一步扩大市场份额，调整了产品价格。2024年以来，汽车行业终端产品价格整体相对稳定。公司具备有效应对汽车行业终端产品

价格下降而产生的不利影响的能力，主要得益于以下几个方面：

(1) 公司与行业内知名汽车主机厂商及零部件生产商建立了长期且稳定的合作关系，其本身具有较强的市场竞争力和抗风险能力，生产经营和产品定价相对稳健，有助于公司利润空间保持稳定，尤其在新能源汽车领域，公司已与 T 公司、蔚来、理想、小米等厂商建立了稳定的合作关系，上述厂商在推出新车型时会优先考虑由公司提供相应的剪切件产品，新车型的生命周期的初期利润率较高，可以抵消部分旧车型价格下降的影响，此外，公司凭借在铝制汽车剪切件的优势地位，在价格调整上具有一定的议价能力，能够根据市场情况和成本变化与客户协商，维护公司利润空间；

(2) 凭借多年行业经验，公司与主要钢铝供应商建立了良好的业务关系，积累了丰富的原材料价格波动应对经验，公司通过远期采购与现货采购、实施多元化采购策略等手段，能够有效降低原材料成本压力，提升公司抵御终端产品价格下降风险的能力；

(3) 公司作为行业内大型专业从事剪切冲压生产企业，生产规模较大，能够通过规模经济和有效的成本控制来降低单位成本，随着生产规模的扩大，单位产品的固定成本能够持续降低，有助于公司在面对终端汽车降价时保持利润空间稳定。

此外，根据公开报道，2024 年上半年，部分主机厂商开始调整销售策略，减少降价促销力度。因此，预计未来汽车行业将更多地通过技术创新、产品升级和服务质量提升来参与市场竞争，也有助于公司所在的汽车零部件行业实现长远发展，也有利于公司业绩可持续性。

(二) 主要客户行业地位及经营状况、发行人与客户合作关系的稳定性、关于价格调整的具体约定和实际执行情况

1、主要客户行业地位及经营状况

报告期各期，公司汽车零部件板块前五大客户如下：

单位：万元

2024 年 1-6 月				
序号	公司名称	金额	占比	合作开始时间

1	浙江泰鸿万立科技股份有限公司	10,220.11	6.88%	2021年
2	昆山达亚汽车零部件有限公司	9,632.24	6.48%	2017年
3	常熟中隆汽车零部件有限公司	8,756.67	5.89%	2017年
4	重庆衍数贸易有限公司	7,942.84	5.35%	2024年
5	上海铸昱汽车部件有限公司	6,794.45	4.57%	2022年
合计		43,346.32	29.18%	-
2023年度				
序号	公司名称	金额	占比	合作开始时间
1	昆山达亚汽车零部件有限公司	48,250.40	14.27%	2017年
2	常熟中隆汽车零部件有限公司	20,111.28	5.95%	2017年
3	海斯坦普汽车组件（东莞）有限公司	17,705.56	5.24%	2022年
4	浙江泰鸿万立科技股份有限公司	17,218.52	5.09%	2021年
5	蔚来汽车（安徽）有限公司	15,618.36	4.62%	2021年
合计		118,904.13	35.16%	-
2022年度				
序号	公司名称	金额	占比	合作开始时间
1	昆山达亚汽车零部件有限公司	37,753.59	14.35%	2017年
2	无锡华光轿车零件有限公司	20,889.41	7.94%	2020年
3	天津天汽模志通车身科技有限公司	18,505.77	7.03%	2019年
4	南京南方联成汽车零部件有限公司	15,600.17	5.93%	2018年
5	浙江泰鸿万立科技股份有限公司	10,383.48	3.95%	2021年
合计		103,132.42	39.20%	-
2021年度				
序号	公司名称	金额	占比	合作开始时间
1	南京南方联成汽车零部件有限公司	19,055.78	10.98%	2018年
2	昆山达亚汽车零部件有限公司	16,763.17	9.66%	2017年
3	天津天汽模志通车身科技有限公司	14,429.83	8.31%	2019年
4	无锡大昌机械工业有限公司	9,975.11	5.75%	2014年
5	无锡华光轿车零件有限公司	9,410.27	5.42%	2020年
合计		69,634.16	40.11%	-

注：上表中金额系公司对客户销售实现的主营业务收入金额，占比系占公司汽车零部件销售金额的比例

上述客户行业地位和经营情况等信息具体如下：

（1）昆山达亚汽车零部件有限公司

客户名称	昆山达亚汽车零部件有限公司			
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度
	营业收入	18.76亿元	40.04亿元	40.52亿元
主要经营数据	母公司滁州多利汽车科技股份有限公司（001311.SZ）2023年汽车零部件产量和销量分别达到15,466.88万件和15,473.98万件，收入情况见上表，截至2023年末，拥有员工1,339人			
市场规模及行业地位	昆山达亚系国家高新技术企业，被江苏省民营科技企业协会评为“江苏省民营科技企业”，并已获得行业内众多知名企业的认可，荣获上汽通用“质量体系推进奖”、“2019年度优秀供应商技术创新奖”、“2020年度优秀供应商质量创新奖”和“卓越供应商”，荣获2020年度和2021年度“蔚来质量卓越合作伙伴”、“理想汽车全球合作伙伴大会合作共赢奖”和“零跑汽车合作伙伴大会零跑质量奖”			
市场占有率	2021年母公司为滁州多利汽车科技股份有限公司部分主要产品在乘用车市场的占有率情况如下：前纵梁（3.47%）、后纵梁（1.32%）、水箱板总成（3.59%）、集气箱下板总成（1.97%）、天窗加强板总成（0.49%）； 2021年母公司为滁州多利汽车科技股份有限公司部分主要产品在新能源汽车市场的占有率情况如下：前门铰链柱加强板件（8.09%）、后框架支柱总成件（7.98%）、C柱内安装板总成（11.92%）、纵梁总成（7.99%）、发动机电池盖板（8.05%）			
终端覆盖情况	所属集团覆盖特斯拉、蔚来、理想、零跑、上汽通用等整车厂商			

数据来源：1、访谈记录，未特殊注明下同；

2、母公司滁州多利汽车科技股份有限公司招股说明书、年度报告

（2）常熟中隆汽车零部件有限公司

客户名称	常熟中隆汽车零部件有限公司			
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度
	营业收入	10-15亿元	20-25亿元	10-15亿元
主要经营数据	收入情况见上表，员工人数约300人			
市场规模及行业地位	未公开披露			
市场占有率	部分车型零部件供应占有率达30%			
终端覆盖情况	理想、奇瑞捷豹路虎、上汽集团等整车厂商			

（3）海斯坦普汽车组件（东莞）有限公司

客户名称	海斯坦普汽车组件（东莞）有限公司			
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度
	营业收入	约2.01亿元	约6.34亿元	约5.90亿元
主要经营数据	收入情况见上表，员工人数约255人			

市场规模及行业地位	海斯坦普汽车组件（东莞）有限公司所属海斯坦普集团（GESTAMP）2023 财年实现营业收入 122.74 亿欧元，根据《美国汽车新闻》公布的 2023 年度全球汽车零部件配套供应商百强榜，海斯坦普集团位列第 27 位
市场占有率	海斯坦普汽车组件（东莞）有限公司部分车型热成型零部件供应占有率达 30%-50%
终端覆盖情况	广汽集团、日产汽车等整车厂商

（4）浙江泰鸿万立科技股份有限公司

客户名称	浙江泰鸿万立科技股份有限公司			
主要财务数据	项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
	营业收入	7.38 亿元	15.44 亿元	14.78 亿元
主要经营数据	收入情况见上表，浙江泰鸿万立科技股份有限公司 2023 年度结构件产量和销量分别为 7,451.02 万件和 7,650.06 万件，功能件产量和销量分别为 1,139.94 万件和 1,104.13 万件，截至 2024 年 6 月末，拥有员工 1,832 人			
市场规模及行业地位	浙江泰鸿万立科技股份有限公司已成为吉利汽车、长城汽车、沃尔沃、上汽集团、广汽集团、通用五菱、江铃汽车、领克汽车、极氪汽车等多家国内外知名整车厂商或品牌的一级供应商，历年来多次被吉利汽车、长城汽车等整车厂商授予“年度优秀供应商”、“最佳合作奖”、“质量提升奖”、“忠诚奖”等荣誉奖项			
市场占有率	2023 年，在前地板结构件、后地板结构件、后轮罩结构件和制动踏板总成这一细分领域的市场占有率分别为 3.96%、5.39%、0.71% 和 4.28%；2024 年 1-6 月，在前述四个细分领域的市场占有率分别为 3.10%、4.60%、0.66% 和 4.75%			
终端覆盖情况	吉利汽车、长城汽车、T 公司等整车厂商			

数据来源：访谈记录，以及浙江泰鸿万立科技股份有限公司招股说明书、问询函回复

（5）蔚来汽车（安徽）有限公司

客户名称	蔚来汽车（安徽）有限公司			
主要财务数据	项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
	营业收入	273.55 亿元	556.18 亿元	492.69 亿元
主要经营数据	蔚来汽车（安徽）有限公司所属蔚来集团（NIO Inc.）收入情况见上表，蔚来集团在 2023 年共交付 160,038 辆车，包括 92,186 辆高端智能电动 SUV 和 67,852 辆高端智能电动轿车；2024 年 1-6 月共交付 87,426 辆车			
市场规模及行业地位	蔚来是中国首家将产品推向市场的国产高端智能电动汽车品牌，拥有强大自主的整车设计及整车工程能力，旗下 ES8 为国内首辆拥有全铝车身及底座的电动汽车，ES6 在 2020 年汽车品牌大赛豪华车型外观设计类别中排名第一。			
市场占有率	根据中国汽车工业协会统计数据，2023 年，中国新能源汽车销量为 949.52 万辆，据此计算蔚来市场份额为 1.69%			
终端覆盖情况	蔚来汽车（安徽）有限公司自身即为终端汽车厂商			

注：上表中营业收入系蔚来汽车（安徽）有限公司所属蔚来集团营业收入
数据来源：访谈记录，以及蔚来集团年度报告

(6) 无锡华光轿车零件有限公司

客户名称	无锡华光轿车零件有限公司			
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度
	营业收入	3-5亿元	5-10亿元	5-10亿元
主要经营数据	收入情况见上表，员工人数约 235 人			
市场规模及行业地位	未公开披露			
市场占有率	部分车型零部件供应占有 3%-5%			
终端覆盖情况	T 公司、上汽集团、一汽大众等整车厂商			

(7) 天津天汽模志通车身科技有限公司

客户名称	天津天汽模志通车身科技有限公司			
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度
	营业收入	4.58亿元	12.86亿元	12.29亿元
主要经营数据	收入情况见上表，母公司为天津汽车模具股份有限公司（002510.SZ），截至 2023 年末，拥有员工 3,541 人，2023 年汽车零部件产量和销量分别达到 2,656.16 万件和 2,702.83 万件			
市场规模及行业地位	母公司天津汽车模具股份有限公司系全球生产规模最大的汽车覆盖件模具企业，客户覆盖了国内绝大多数知名汽车厂商和众多国际知名汽车企业			
市场占有率	部分车型零部件供应占有率达 25%			
终端覆盖情况	蔚来、北京奔驰等整车厂商			

数据来源：访谈记录，以及其母公司天津汽车模具股份有限公司年度报告

(8) 南京南方联成汽车零部件有限公司

客户名称	南京南方联成汽车零部件有限公司			
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度
	营业收入	7.97亿元	/	/
主要经营数据	员工人数约 457 人			
市场规模及行业地位	隶属于台湾联恒工业集团，集团拥有超过 70 年的汽车零部件生产经验，专业生产和制造汽车白车身冲压件以及焊接件，新能源电池盒等汽车零部件，集团员工超过 6,000 人，主要客户包括奔驰、宝马、马自达、蔚来以及长安新能源等传统车企以及新能源车企			
市场占有率	部分车型零部件供应占有 率超过 30%			
终端覆盖情况	蔚来、奔驰、宝马等整车厂商			

数据来源：客户官方网站

(9) 无锡大昌机械工业有限公司

客户名称	无锡大昌机械工业有限公司			
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度
	营业收入	2.5-3亿元	5.5-6亿元	5.5-6亿元
主要经营数据	收入情况见上表，员工人数约 650 人			
市场规模及行业地位	为三井金属爱科特（上海）管理有限公司旗下子公司，隶属于日本三井金属集团，集团设立于 1950 年，截至 2022 年 3 月末，集团注册资本 421.29 亿日元，2021 财年销售额 6,333.46 亿日元			
市场占有率	仅就部分车型汽车门锁零部件，全球市场占有率超过 20%			
终端覆盖情况	日产汽车、比亚迪等整车厂商			

数据来源：客户官方网站

(10) 重庆衍数贸易有限公司

客户名称	重庆衍数贸易有限公司				
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
	营业收入	3.56亿元	7.57亿元	6.07亿元	5.45亿元
主要经营数据	收入情况见上表，员工人数约 383 人				
市场规模及行业地位	未公开披露				
市场占有率	部分车型零部件供应占有率达到 15%				
终端覆盖情况	蔚来、长安汽车、大众等整车厂商				

(11) 上海铸昱汽车部件有限公司

客户名称	上海铸昱汽车部件有限公司				
主要财务数据	项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
	营业收入	3-5亿元	5-10亿元	/	/
主要经营数据	收入情况见上表，员工人数约 117 人				
市场规模及行业地位	未公开披露				
市场占有率	部分车型零部件供应占有率 3%-5%				
终端覆盖情况	T 公司、上汽集团、一汽大众等整车厂商				
客户开发过程及获取方式	主要由下游客户推荐，双方建立合作关系，并自 2023 年以来持续开展业务合作				

由上表可知，公司汽车零部件业务主要客户均为规模较大、行业内知名度较高的汽车主机厂商或汽车零部件生产商，生产经营状况良好。

2、发行人与客户合作关系的稳定性

公司与汽车行业主要客户普遍合作多年，建立了良好、稳定的合作关系，公司与报告期各期汽车零部件板块前五大客户的合作开始时间具体参见本问题回复之“一、发行人披露”之“(3)”之“(二) 主要客户行业地位及经营状况、发行人与客户合作关系的稳定性、关于价格调整的具体约定和实际执行情况”的相关内容。

报告期内，公司主营业务中汽车零部件老客户和新客户分别带来的收入情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
老客户	138,672.30	93.35%	308,005.21	91.08%	236,626.28	89.94%	160,546.45	92.48%
新客户	9,876.68	6.65%	30,173.30	8.92%	26,463.19	10.06%	13,064.11	7.52%
合计	148,548.98	100.00%	338,178.50	100.00%	263,089.47	100.00%	173,610.56	100.00%

由上表可见，报告期内，老客户贡献了90%左右的汽车零部件收入，由此可见，公司与主要汽车行业客户保持着良好的合作关系，表明公司汽车零部件业务已发展较为成熟，具有稳定的客户基础。

3、关于价格调整的具体约定和实际执行情况

在汽车零部件行业，部分车型推出后，在其生命周期中可能采取前高后低的定价策略，因此部分整车厂商在进行零部件采购时，会根据其整车定价的变化情况与其供应商逐年协商供货价格，并向产业链上游传导，即年降政策。

报告期内，对于主要的剪切件客户，公司均未与其约定年降政策。主要冲压件客户中，公司会综合考虑终端车型销售价格、产品生产工艺、原材料价格波动等因素就具体产品是否执行年降政策、执行期间、降价幅度等进行协商，实际执行具体情况如下：

序号	客户名称	产品名称	主要年降条款	年降期间	销售价格（元/件）			
					2024 年 上半年	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	上海蔚来汽车有限公司	Battery Protection Beam	量产后三年（2022-2024年）供应商出厂价每年降价 3%	2022-2024	22.90	23.55	24.23	24.23
		Bracket-EWP			2.82	2.91	2.99	2.99
		Bracket-Harness			1.47	1.51	1.55	1.55
		Bracket-Radiator Inlet Hose			1.73	1.78	1.83	1.83
2	海斯坦普汽车组件（昆山）有限公司	EXT FLR SD INR MBR RH	量产后三年（2019-2021年）相关产品每年降价 1%-3%	2019-2021	不再年降	不再年降	不再年降	23.78
		REINF ASY FLR SD RR MBR INR RH			不再年降	不再年降	不再年降	2.61
		EXT FLR SD INR MBR LH			不再年降	不再年降	不再年降	23.78
		REINF ASY FLR SD RR MBR INR LH			不再年降	不再年降	不再年降	2.61
		REAR BUMPER CRUSH CAN OWER			不再年降	不再年降	不再年降	4.36
		REAR BUMPER CRUSH CAN UPPER			不再年降	不再年降	不再年降	4.43
3	安道拓（合肥）汽车部件系统有限公司	左侧座椅上连接板组件	原则上每年降价不低于 3%，具体视双方协商情况而定	2023 年起 至合作结束	20.41	21.04	/	/
		EZE 开关支架组件			7.30	7.53	/	/
		左侧边板加强板			1.73	1.78	/	/
		其他			/	/	/	/

整体而言，公司具备有效应对汽车行业终端产品价格下降而产生的不利影响的能力，具体参见本问题回复之“一、发行人披露”之“(3)”之“(一)下游客户所在行业的贸易环境、市场需求变动、终端汽车降价情况”之“2、终端汽车降价情况”的相关内容。就上述规定了年降政策的客户而言，上海蔚来汽车有限公司年降政策只针对冲压件，公司剪切件产品不存在年降政策，报告期各期，公司对上海蔚来汽车有限公司的冲压件销售收入分别为 12.93 万元、750.85 万元、4,704.35 万元和 **1,016.20 万元**，单价分别为 4.62 元/件、3.19 元/件、4.31 元/件和 **4.93 元/件**，在蔚来汽车持续推出新车型的背景下，公司通过与蔚来汽车的长期稳定合作关系，持续获得新车型订单，进而销售收入逐年增长，销售价格保持相对稳定并且在 2023 年和 **2024 年上半年**均有所提升。报告期各期，公司对海斯坦普汽车组件（昆山）有限公司的冲压件销售收入分别为 1,336.63 万元、1,953.68 万元、2,174.19 万元和 **1,109.14 万元**，销售单价分别为 7.81 元/件、8.95 元/件、10.14 元/件和 **11.65 元/件**，对其销售收入逐年提升，自 2021 年后，公司与其不再约定年降政策，销售价格持续提升。因此，汽车行业客户年降政策未对公司盈利能力造成重大不利影响。

同行业可比公司关于年降政策约定及执行情况如下：

项目	内容
福然德	/
海联金汇	/
华达科技	华达科技根据产品成本情况与客户协商确定产品价格。一般而言，一款汽车在其生命周期内的定价，汽车公司采用前高后低策略，即新款汽车上市时定价较高，以后逐年降低。作为整车企业配套零部件供应商，华达科技产品价格变动与汽车价格变动的趋势一致。
英利汽车	英利汽车在零部件产品销售过程中会与部分客户约定年降安排。通常情况下，公司在与整车厂商议首年销售价格的时候，会约定未来年度降价的比例。
合肥高科	/

数据来源：同行业可比公司招股说明书、问询函回复

根据同行业可比公司公开披露信息，福然德、海联金汇和合肥高科未披露其是否约定年降条款，华达科技和英利汽车均会受新款车型生命周期内定价影响，经与客户协商，降低相关产品售价。公司实际执行过程中，会与客户根据市场情况协商确定，与同行业可比公司情况不存在明显差异。

综上所述，公司汽车零部件业务在客户稳定性和业绩增长的可持续性方面具

有良好表现。首先，国家政策的支持和市场需求的增加，特别是新能源汽车产业的快速发展，为汽车零部件行业提供了良好的外部环境。其次，公司的主要客户均为行业内具有较高知名度和市场地位的主机厂商或零部件厂商，经营稳定且具有较高的市场地位，为公司汽车零部件业务发展提供了坚实的基础。此外，公司上述客户建立了长期稳定的合作关系，并且积极开拓新客户，加强与客户新车型的业务合作，助力公司业绩长期增长。在价格调整方面，公司根据市场情况和产品特性与客户协商确定价格策略，能够有效应对行业的价格波动。结合报告期内公司汽车零部件业务持续快速增长，整体来看，公司在汽车零部件业务发展稳健，未来业绩增长具有可持续性。

(4) 已披露的引用数据是否符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第九条的相关规定；关于市场规模及市场占有率的具体测算情况，相关数据是否符合行业特征，与公开数据是否存在较大差异，差异的原因及合理性；结合车身用铝材相关数据准确性、市场主要供应商及其销售情况、主要竞争对手的产销量及市场占有率等，说明发行人车身用铝材市场占有率的准确性。

(一) 已披露的引用数据是否符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第九条的相关规定

公司在招股说明书和第一轮问询回复中已披露的数据均准确引用与本次发行有关的中介机构专业意见或报告，其中引用的第三方数据或结论，均来源于市场公开资料，并且公司已于相关材料中注明。相关数据或结论均具有较高的权威性，且独立、客观、符合时效性要求，并非专门为本次发行准备，公司未因此支付费用或提供帮助。因此公司在招股说明书和第一轮问询回复中已披露的引用数据符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第九条的相关规定。

(二) 关于市场规模及市场占有率的具体测算情况，相关数据是否符合行业特征，与公开数据是否存在较大差异，差异的原因及合理性

1、市场规模及市场占有率具体测算情况

按生产工艺分类，公司产品主要包括剪切件和冲压件，其中剪切件占比较高，

2023 年占主营业务收入比例为 86.79%，主要面向汽车行业客户。近年来，受益于新能源汽车行业的快速发展以及汽车轻量化的明显趋势，汽车铝材用量逐年提升。公司紧抓市场机遇，快速进行产能布局，并且通过不断地技术创新和市场拓展，在汽车铝材剪切件市场取得了行业领先地位。

2021 年至 2023 年，汽车铝材剪切件市场规模以及公司市场占有率具体测算情况如下：

项目	计算公式	2023 年度	2022 年度	2021 年度
商用车销量（万辆）	①	403.10	330.00	479.30
商用车单位剪切铝材用量（千克/辆）	②	9.60	8.20	6.90
商用车剪切铝材用量（万吨）	$A=①*②/1,000$	3.87	2.71	3.31
乘用车销量（万辆）	③	2,606.30	2,356.30	2,148.20
乘用车单位剪切铝材用量（千克/辆）	④	27.30	24.80	22.50
乘用车剪切铝材用量（万吨）	$B=③*④/1,000$	71.15	58.44	48.33
汽车剪切铝材用量（万吨）	$C=A+B$	75.02	61.14	51.64
铝材销售单价（万元/吨）	D	2.29	2.40	2.27
市场规模（亿元）	$E=C*D/10,000$	170.39	146.53	118.17
公司汽车铝材剪切件销量（万吨）	F	6.31	4.89	3.34
公司汽车铝材剪切件市场份额	$G=F/C$	8.41%	8.00%	6.47%

注 1：2020 年至 2024 年商用车和乘用车销量数据来源于中国汽车工业协会；

注 2：商用车和乘用车单位剪切铝材用量数据来源为国际铝业协会；

注 3：铝板销售单价来源于百川盈孚，为可查询到的较为通用的华东地区铝板（福建 5052 铝板）销售价格

由上表可知，随着我国汽车行业乘用车、商用车销量的逐年提升，以及汽车轻量化趋势的进一步显现，单车剪切铝材用量随之增长，我国汽车剪切铝材用量从 2021 年度的 51.64 万吨增长至 2023 年度的 75.02 万吨。由于并无公开、权威第三方发布汽车铝材剪切件市场平均销售单价，因此选取可查询到的汽车行业使用较多的 5 系铝板市场公开价格测算。根据测算，全国汽车铝材剪切件市场规模将从 2021 年的 118.17 亿元增长至 2023 年的 170.39 亿元。根据上表测算，2021 年至 2023 年，公司汽车铝材剪切件销量分别为 3.34 万吨、4.89 万吨和 6.31 万吨，市场占有率从 2021 年的 6.47% 增长至 2023 年的 8.41%。

钢材为汽车、家电行业主要使用的原材料，主要以板材、线材和管材等形式

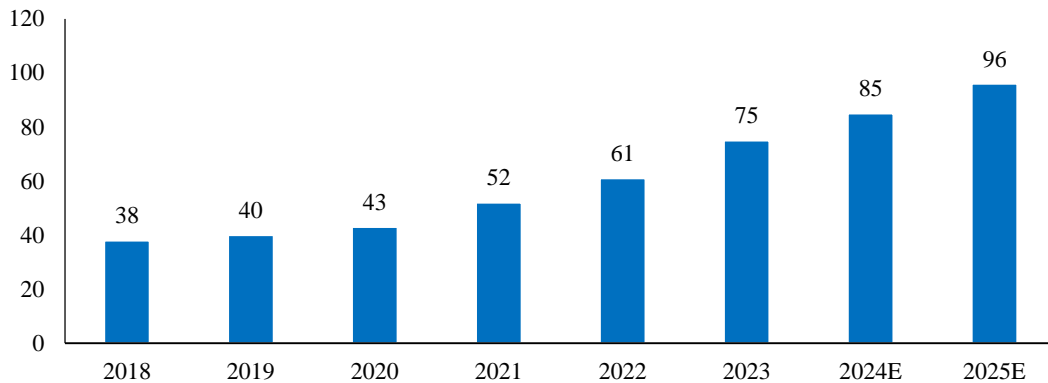
进行供应，其中，剪切为板材必经的生产工序。根据中国钢铁工业协会及旗下世界金属导报数据，2023 年我国汽车行业钢材消费量约为 5,922 万吨，家电行业钢材消费量约为 1,590 万吨，而根据前瞻产业研究院和格林大华期货统计，剪切件占汽车和家电用钢材总量的比例分别为 52% 和 95% 左右，可估算 2023 年我国汽车和家电钢材剪切件用量分别约为 3,080 万吨和 1,511 万吨，市场规模较大。整体而言，经过多年发展，我国剪切件市场，特别是钢材剪切件已发展较为成熟，但铝材剪切件市场仍处于发展阶段，公司在这一领域内起步较早，生产规模较大，竞争能力较强。

在汽车冲压件领域，根据祥鑫科技和泰鸿万立等上市或拟上市公司公开披露信息，单车冲压零部件价值为约 1 万元，根据我国汽车销量计算，2023 年汽车冲压件市场规模已超过 3,000 亿元。在家电冲压领域，我国家电行业企业更加分散，根据前瞻产业研究院数据，截至 2022 年末，我国家电企业数量超过 4 万家，但大部分企业规模较小，注册资本超过 200 万元的家电企业不到 1 万家，公司整体生产规模较大、技术实力较强。公司作为专业从事汽车冲压件生产企业，生产规模较大，能够利用自身一体化生产优势服务下游汽车和家电行业多家终端客户，公司汽车及家电冲压件终端客户包括蔚来、京东方、博西华等大型企业。

2、相关数据是否符合行业特征，与公开数据是否存在较大差异，差异的原因及合理性

北京安泰科信息股份有限公司（以下简称“安泰科”）基于中国汽车工业协会及国际铝业协会数据测算，2021 年至 2023 年国内汽车铝制剪切件需求量分别为 52 万吨、61 万吨和 75 万吨，预计 2025 年将进一步增长至 96 万吨，具体如下：

图：国内汽车铝制剪切件需求量（万吨）



数据来源：安泰科

安泰科由中国有色金属工业协会下属有色金属技术经济研究院有限责任公司于 1993 年 2 月设立，专注于有色金属行业生产、消费、市场、经营管理、产业政策等多方面的分析与研究，中信金属、腾远钴业、华峰铝业等已上市和拟上市公司招股说明书中均有引用其发布的数据，其所发布数据具有较强的权威性和公信力。安泰科数据与公司测算数据基本相符，能够印证公司相关市场规模数据符合行业特征，与公开数据不存在较大差异。

（三）结合车身用铝材相关数据准确性、市场主要供应商及其销售情况、主要竞争对手的产销量及市场占有率等，说明发行人车身用铝材市场占有率的准确性

1、车身用铝材相关数据准确性

根据盖世汽车研究院发布的《车身用铝产业报告（2023 版）》，2022 年我国汽车零部件供应商车身用铝出货量合计约为 32.90 万吨，主要由诺贝丽斯、南山铝业、中铝瑞闽、忠旺铝业等提供，公司采购和销售的车身用铝材约为 5 万吨，约占我国汽车零部件供应商车身用铝出货量的 15.20%。

盖世汽车研究院，作为国内较为知名的汽车行业媒体，主要关注中国汽车相关行业供应链变革、新技术发展趋势及应用等领域，提供即时资讯报道和深度分析研究，发布了《小米汽车企业报告》《车载摄像头产业报告》《激光雷达供应链报告》等多篇深度分析研究，并且盖世汽车研究院定期针对汽车市场重要数据进行统计和预测，其研究报告被证券时报、证券日报、参考消息、中国经营报等多家主流媒体，以及多家上市公司年度报告、拟上市公司招股说明书引用，具有专

业性和权威性。

此外，根据中国汽车工业协会新材料分会及中国汽车报调研测算，2022 年我国国内汽车车身用铝制剪切件需求量约为 33.60 万吨。中国汽车工业协会新材料分会及中国汽车报发布数据与盖世汽车研究院发布数据较为接近，因此能够印证公司所披露的车身用铝材相关数据的准确性。

根据中国汽车工业协会新材料分会及中国汽车报调研测算，2023 年我国国内汽车车身用铝制剪切件需求量约为 41.9 万吨，而公司 2023 年出货量约为 6.31 万吨，由此可推算公司 2023 年在汽车车身用铝制剪切件市场占有率约为 15.05%。

汽车车身用铝制剪切件行业的主要参与方包括两类，第一类为铝材生产商，包括诺贝丽斯（中国）铝制品有限公司（以下简称“诺贝丽斯”）、山东南山铝业股份有限公司（以下简称“南山铝业”）、中铝瑞闽股份有限公司（以下简称“中铝瑞闽”）、西南铝业（集团）有限责任公司、神钢汽车铝材（天津）有限公司和天津忠旺铝业有限公司（以下简称“天津忠旺”）等；第二类为铝材剪切制造商，包括公司、福然德股份有限公司、华安钢宝利高新汽车板加工（常熟）有限公司等。

在汽车车身用铝制剪切件领域，无论是铝材生产商还是铝材剪切制造商，相较于终端整车厂商及其配套企业，均呈现出头部参与者集中度更高的特点，主要是因为：对于铝材生产商而言，整车厂商对汽车车身所用铝材有较高的表面平整度、光泽度、金属强度等性能指标要求，并非使用一般的铝厂产品所能达到要求。下游整车厂商在车型设计开发阶段就会基于自身性能要求、车型定位以及成本价格等因素确定其使用的具体铝厂产品。目前国内取得下游整车厂商普遍认可，能够实现批量供货的铝厂仅有诺贝丽斯、中铝瑞闽、南山铝业、神钢汽车铝材（天津）有限公司、天津忠旺、西南铝业等少数供应商，因此行业集中度较高；对于铝材剪切制造商而言，尽管下游整车厂商及其配套企业数量众多，但上游铝厂数量有限且铝厂普遍有大批量、稳定供货的特点，而单独一家下游整车厂商及其配套企业所需铝材数量有限且并不稳定，且对产品精度要求较高，因此为满足上下游交易需求，随着行业的发展，一方面需要公司等少数几家行业领先的铝材剪切制造商通过整合下游众多客户产品需求，实现对铝材生产商的集中采购，另一方面需要专业的铝材剪切制造商通过高质量控制精度的剪切等工序完成剪切件产

品的制造，并销售给下游整车厂商及其配套企业，从而呈现出了铝材剪切制造商行业集中度较高的特点，因此公司在汽车车身用铝制剪切件市场占有率较高，具有合理性。

2、市场主要供应商及其销售情况、主要竞争对手的产销量及市场占有率

汽车车身用铝制剪切件行业的主要参与方包括两类，第一类为铝材生产商，包括诺贝丽斯（中国）铝制品有限公司（以下简称“诺贝丽斯”）、山东南山铝业股份有限公司（以下简称“南山铝业”）、中铝瑞闽股份有限公司（以下简称“中铝瑞闽”）、西南铝业（集团）有限责任公司、神钢汽车铝材（天津）有限公司和天津忠旺铝业有限公司（以下简称“天津忠旺”）等；第二类为铝材剪切制造商，包括公司、福然德股份有限公司、华安钢宝利高新汽车板加工（常熟）有限公司等。根据中国汽车报调研，2023 年度国内汽车车身用铝制剪切件市场按照出货量排序，公司处于行业前五的水平，若仅与铝材剪切制造商相比，2023 年度，汽车车身用铝制剪切件市场中铝材剪切制造商按照出货量排序，公司出货量排名行业第一。

综上所述，公司在汽车车身用铝制剪切件市场中的占有率能够得到中国汽车工业协会新材料分会、安泰科、盖世汽车研究院、中国汽车报等多家较为权威的第三方数据的支持和验证，具有准确性。市场主要供应商包括知名的铝材生产商和剪切制造商，其中公司在铝材剪切制造商中的出货量排名第一，显示出公司在汽车车身用铝材领域具有较强的市场影响力和发展潜力，公司披露的车身用铝材市场占有率具有准确性。

二、保荐人说明

请保荐人简要概括核查过程，并发表明确意见。

针对上述事项，保荐人主要执行了以下核查程序：

1、访谈了发行人相关管理和业务人员，了解剪切、模具制造、冲压等工艺的核心技术、关键指标、主要技术优势、一体化工艺的壁垒，通过网络查询同行业可比公司拥有前述相关工艺的具体情况，分析与发行人的差异情况和差异原因；获取同行业可比公司披露的公开资料，了解同行业可比公司固定资产规模、先进生产设备、产线产能、生产能力等相关情况，查阅发行人报告期内经审计的财务

报告、专利证书，了解发行人研发投入情况；通过网络查询公开资料、研究报告，了解汽车零部件行业和家电零部件行业竞争格局以及技术发展趋势，对比汽车零部件行业上市公司营业收入以及具体可比收入情况，取得并查阅了中国汽车工业协会新材料分会、安泰科、中国汽车报等第三方权威机构发布的相关行业规模数据；

2、取得并查阅了发行人收入明细表、报告期内主要家电行业客户的基本情况以及合同订单等，访谈了发行人相关管理和业务人员、发行人的主要客户，分析发行人家电业务收入下降原因，了解发行家电零部件发展规划，分析发行人竞争优势；查阅发行人专利证书，通过国家专利局网站核查发行人发明专利相关情况；通过网络查询汽车零部件行业竞争格局以及未来发展趋势及客户公开资料；

3、取得并查阅了发行人收入明细表、报告期内主要汽车行业客户的基本情况以及合同订单等；通过网络查询下游汽车客户所在行业的贸易环境、市场需求情况、终端汽车降价情况以及主要汽车行业客户公开资料；访谈了发行人相关管理和业务人员、发行人的主要客户和供应商；访谈发行人管理层及主要客户，了解产品定价模式、价格形成机制、上下游价格联动以及年降政策等；基于收入明细表，分析各类细分产品销售价格变动；

4、查阅了《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第九条的相关规定，核对发行人已披露数据是否符合其要求；查阅了发行人市场规模及市场占有率具体测算情况，取得并查阅了中国汽车工业协会新材料分会、安泰科、中国汽车报等第三方权威机构发布的相关行业规模数据，分析发行人测算数据合理性以及准确性；

经核查，保荐人认为：

1、发行人在凭借长期的技术积累和工艺创新，已形成一套完善的核心技术体系和生产工艺流程，部分生产的关键技术指标高于同行业平均水平，在剪切、冲压和模具制造等工艺具有较强的竞争优势，具备了材料剪切、模具制造、冲压、焊接、装配、表面处理等一体化工艺，能够满足汽车和家电行业对产品品质的高标准要求；一体化工艺的壁垒较高，需要发行人确保足够的生产能力和先进生产线，掌握核心技术并实现工艺间的协调，同时与供应商和客户建立稳定合作，保

证原材料供应的稳定性和产品符合客户的高质量标准，同时具备相关工艺的难易程度相对较高；发行人与同行业可比公司均拥有较大的固定资产规模、较多先进的生产设备，均具备规模化生产能力；根据公开披露信息，同行业可比公司拥有部分或全部相关生产工艺，但受产品结构、生产流程等因素影响，部分工艺侧重点与发行人仍有所区别；发行人发明专利涉及冲压、模具制造、焊接等多个工艺，已建立起一套成熟的技术体系，并加大研发投入，具有较强的技术先进性和创新能力；在汽车零部件行业中，发行人具有较高的市场地位，经营规模排名靠前，在家电零部件行业中，发行人生产规模较大，2021年和2022年发行人家电零部件业务收入高于家用电力器具专用配件制造行业可比上市公司合肥高科；发行人主营业务密切相关的核心技术和工艺符合汽车轻量化行业趋势，能够促进发行人稳定经营和转型升级；

2、报告期内，发行人家电业务收入有所下降，主要原因为：1）在汽车行业快速发展的背景下，发行人拓展了较多汽车行业客户，汽车零部件业务成为发行人主营业务收入增长的主要驱动力，发行人将有限的产能资源更多向汽车零部件业务倾斜；2）个别家电零部件客户因自身经营规划和市场策略调整，减少了部分生产业务，导致发行人对其销售金额有所下降；家电零部件行业可分为家电龙头企业、专业从事家电零部件生产企业以及数量众多的中小型家电零部件厂商，在国家政策鼓励下向绿色化、智能化发展，发行人在家电零部件领域形成了成熟且完善的核心技术体系，并且利用汽车零部件生产经验带动家电零部件业务，具有较强的竞争优势；发行人与主要家电客户合作稳定，并且积极开拓家电新客户，为家电零部件业务的长期发展奠定了良好基础，发行人已在招股说明书中对家电业务波动风险补充了针对性风险提示；

3、汽车产业具有产业链长、关联度高、带动性强等特点，是我国重要的支柱型产业，而新能源汽车产业因有助于我国减少对传统化石能源的依赖，降低温室气体排放，促进可持续发展，构建绿色低碳经济而成为国内以及全球汽车产业转型升级的主要方向，近年来，国家政策积极鼓励和支持以新能源汽车为重要导向的汽车产业的发展，为汽车产业营造了良好的贸易环境并且有利激发了市场需求，汽车市场特别是新能源汽车市场近年来实现快速增长，部分发达国家近年来对我国新能源汽车行业实施了贸易保护主义政策，但整体而言对公司影响较小，

2023 年内，我国汽车行业终端产品价格呈下降趋势，主要系部分主机厂商为抢占市场，进一步扩大市场份额，调整了产品价格，但 2024 年以来，汽车行业终端产品价格整体相对稳定，整体而言，以上因素均有利于发行人汽车零部件业务长远发展；发行人汽车零部件业务主要客户均为规模较大、行业内知名度较高的汽车主机厂商或汽车零部件生产商，生产经营状况良好，发行人与其普遍合作多年，建立了良好、稳定的合作关系，发行人与主要客户并未在合同中明确约定年降条款，该政策系汽车零部件行业惯例，发行人实际执行过程中，会与客户根据市场情况协商确定，与同行业可比公司情况不存在明显差异。整体而言，发行人汽车零部件业务客户具有稳定性、业绩增长具有可持续性；

4、发行人已披露的数据符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第九条的相关规定；发行人关于市场规模及市场占有率具体测算的相关数据符合行业特征，与公开数据不存在较大差异；发行人在汽车车身用铝制剪切件市场中的占有率能够得到盖世汽车研究院、安泰科、中国汽车报等多家较为权威的第三方数据的支持和验证，具有准确性。

问题 2 关于客户

申报材料及审核问询回复显示：

2023 年，蔚来控股有限公司为发行人第三大客户，双方由前期来料加工为主的合作模式转变为产品购销为主，收入确认方式由净额法变更为总额法。

请发行人披露：

与蔚来控股有限公司合作模式存在变化的原因及商业合理性，报告期内不同合作模式的销售情况；结合不同合作模式合同约定的具体情况说明相关收入确认是否符合《企业会计准则》相关规定。

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

回复：

一、发行人披露

(1) 与蔚来控股有限公司合作模式存在变化的原因及商业合理性，报告期内不同合作模式的销售情况；结合不同合作模式合同约定的具体情况说明相关收入确认是否符合《企业会计准则》相关规定

(一) 与蔚来控股有限公司合作模式存在变化的原因及商业合理性，报告期内不同合作模式的销售情况

自 2018 年首次合作以来，公司以来料加工和产品购销的模式向蔚来控股有限公司（含同一控制下的蔚来汽车（安徽）有限公司、上海蔚来汽车有限公司、蔚来汽车科技（安徽）有限公司和上海蔚来科技有限公司，以下并称“蔚来”）销售钢铝材剪切件、冲压件和模具等产品，报告期各期，上述两种合作模式下交易金额如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
来料加工模式	24.35	0.21%	71.51	0.33%	581.62	18.30%	521.62	90.22%
产品购销模式	11,504.65	99.79%	21,845.64	99.67%	2,596.35	81.70%	56.52	9.78%
合计	11,529.00	100.00%	21,917.15	100.00%	3,177.97	100.00%	578.14	100.00%

报告期各期，公司以来料加工模式向蔚来销售实现的收入金额分别为 521.62

万元、581.62 万元、71.51 万元和 **24.35 万元**，总体金额较小。随着双方业务合作的深入及整体交易销售规模的扩大，公司以产品购销模式向蔚来销售实现的收入金额分别为 56.52 万元、2,596.35 万元、21,845.64 万元和 **11,504.65 万元**，占比由 9.78% 逐年提升至 **99.79%**。双方合作模式从以来料加工为主向产品购销为主转变的具体原因如下：

1、以来料加工为主转向产品购销为主是整车厂商简化供应链管理，提高整体交易效率的必然选择

在来料加工模式下，作为整车厂商的蔚来需要分别对接钢铝材厂商（作为原材料供应方）和公司（作为受托加工方），并处理涉及三方的货物运输、票据开具、款项结算等事项，特别是对于原材料到货验收、产品生产加工过程中可能出现的到货时间、到货数量、原材料质量等问题，需由整车厂商进行统一协调并厘清三方权责，由此必然引致整车厂商较为繁琐的供应链管理和较高的交易成本。与之对应，在产品购销模式下，蔚来只需要明确最终交付的产品标准和数量，进行出口把控，将原材料采购过程交予公司，减少了供应链管理环节，规避了可能产生的三方权责不清问题，降低了管理成本，提高了整体交易效率。因此，合作模式由以来料加工为主转向产品购销为主是整车厂商简化供应链管理，提高整体交易效率的必然选择。

2、以来料加工为主转向产品购销为主是对公司一体化交付能力高度认可，双方达成深度战略合作的重要体现

在来料加工模式下，公司发挥了自身的生产工艺优势，为蔚来提供高品质的剪切件、冲压件等产品，并收取加工费用。而随着双方合作的逐步深入，公司凭借与诺贝丽斯铝业、南山铝业、宝武集团、鞍钢集团、鞍钢蒂森克虏伯、首钢集团等国内各大钢铝厂稳定、持续的业务合作关系、科学的库存管理、高质量的生产能力、及时的物流配送等一体化交付能力得到包括蔚来在内的多家整车厂商高度认可，因此蔚来将所合作产品的原材料采购过程交予公司，双方合作模式随之转变为以产品购销为主。

上述模式的变化不仅使得公司对蔚来的收入实现由单一的生产加工环节进一步延伸至原材料采购环节，进而扩大了公司整体经营规模，也使得公司在蔚来

上游产业链条中发挥愈发重要作用，行业地位和市场知名度显著提升。相应地，蔚来与公司交易金额及占公司主营业务收入的比重亦逐年提高，2023 年已成为公司第三大客户，核心客户地位凸显，公司也会优先保障产能供应，更加及时响应其订单需求并提供完善的售后服务，双方从而实现更深度的战略合作。

综上所述，报告期内公司与蔚来合作模式变化是整车厂商简化供应链管理，提高整体交易效率的必然选择，亦是对公司一体化交付能力高度认可，双方达成深度战略合作的重要体现，符合双方的生产经营诉求，具有商业合理性。

（二）结合不同合作模式合同约定的具体情况说明相关收入确认是否符合《企业会计准则》相关规定

对于特定型号的汽车零部件产品，公司在与蔚来确立购销业务关系时，双方会协商确定该产品的具体交易模式，并在整个项目周期内保持一致。在公司与蔚来合作之初，双方主要以来料加工模式为主，之后随着合作的逐步深入，公司整合上游供应链的能力得到认可，2022 年以来双方扩大产品购销规模，合作模式转变为以产品购销模式为主。上述两种交易模式下，公司与蔚来签署的合同或订单中，除附件所列产品清单、数量和价格外，其余内容均为通用模板性条款，并未针对来料加工或产品购销做特别约定，但两者业务流程有所不同，其中：在来料加工模式下，由蔚来负责原材料供应，公司收到来料后进行剪切、冲压等处理，之后将成品交付于蔚来，双方对账后，公司向其开具加工费发票并进行款项结算；在产品购销模式下，公司自行购买钢铝材等原材料，经剪切、冲压等工序完成产品交付，双方对账后，公司向其开具产品销售发票并进行款项结算。

公司基于上述两种交易模式下的业务流程和经济实质，根据《企业会计准则第 14 号——收入》，采取了不同的收入确认方法，具体如下：

判断标准	实际情况及具体分析	
	来料加工模式	产品购销模式
公司是否承担向客户转让商品的主要责任	否	是
公司在转让商品之前或之后是否承担了该商品的存货风险	否	是
公司是否有权自主决定所交易商品的价格	否	是

根据上表，在来料加工模式下，公司并不承担转让商品的主要责任，也未承

担转让商品前的存货风险，合同价款仅为加工费用，与原材料价格变动无关，因此公司在从事交易时的身份为代理人，公司按照加工费金额采用净额法确认收入；在产品购销模式下，公司承担了向客户转让商品的主要责任，在转让商品之前或之后承担了商品的存货风险并有权自主决定所交易商品的价格，因此公司在向客户转让商品前拥有对该商品的控制权，从事交易时的身份为主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入。综上所述，公司与蔚来不同合作模式下收入确认符合《企业会计准则》相关规定。

二、保荐人、申报会计师说明

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

取得并查阅发行人与蔚来销售明细，访谈蔚来及发行人管理层，了解与蔚来交易模式变化原因，评价商业合理性；抽样检查来料加工模式和产品购销模式下，发行人与蔚来交易合同、发票、收入确认凭证等单据，评价发行人在不同合作模式下，收入确认是否符合《企业会计准则》规定；

经核查，保荐人、申报会计师认为：

2021 年至 2023 年，发行人与蔚来以产品购销模式实现的交易金额分别为 56.52 万元、2,596.35 万元和 21,845.64 万元，交易金额和占比逐年提升，**2024 年 1-6 月交易金额达到 11,504.65 万元，占比为 99.79%**。双方合作模式从以来料加工为主向产品购销为主转变，既是整车厂商简化供应链管理，提高整体交易效率的必然选择，也是对发行人一体化交付能力高度认可，双方达成深度战略合作的重要体现，符合双方的生产经营诉求，具有商业合理性；在来料加工模式下，发行人按照加工费金额采用净额法确认收入，在产品购销模式下，发行人按照已收或应收对价总额确认收入，上述收入确认符合《企业会计准则》相关规定。

问题 3 关于供应商

申报材料及审核问询回复显示：

公开资料显示，上海天忻汽配成立于 2019 年，注册资本 1,000.00 万元，为发行人报告期各期前五大供应商。报告期内，发行人向上海天忻采购钢材，金额分别为 26,144.83 万元、36,809.28 万元、24,840.81 万元。

请发行人披露：

与供应商上海天忻开展业务合作的背景，上海天忻成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因及商业合理性，与发行人交易金额占其整体经营规模的比例，经营规模与业务量是否匹配。

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

回复：

一、发行人披露

(1) 与供应商上海天忻开展业务合作的背景，上海天忻成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因及商业合理性，与发行人交易金额占其整体经营规模的比例，经营规模与业务量是否匹配

(一) 与供应商上海天忻开展业务合作的背景，上海天忻成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因及商业合理性

上海天忻汽车配件有限公司（以下简称“上海天忻”）主要从事钢铁制品的采购及销售业务，其主要经营人员在钢铁行业具有多年的从业经验，积累了广泛的供应商渠道资源及丰富的钢铁行业销售经验。2019 年自上海天忻成立后，其主要经营人员依托其多年的行业积累以及丰富的渠道资源，快速扩展下游客户，由于上海天忻与公司均处华东地区，且公司在钢材加工领域具有良好的口碑及行业地位，因此上海天忻与公司于 2019 年进行了初步接洽，公司根据《供应商控制程序》，对上海天忻进行新供应商评估，评定上海天忻在样品质量、技术支持、同类性价比、资金实力等方面均为良好，符合公司合格供应商的准入条件，因此公司将上海天忻纳入合格供应商名录，并逐步开始与其建立合作关系。在后续对上海天忻的供应商考核表中，上海天忻的产品质量稳定性、价格合理性、交货时

间及时性、供货稳定程度、品质异常处理的及时性等方面，均考核为优秀，公司与上海天忻持续保持合作关系。

上海天忻成立时间较短即成为公司的主要供应商，主要系上海天忻积累了包括宝山钢铁股份有限公司、北京首钢股份有限公司在内的大型钢铁生产厂商的供应商资源，能够向其采购多品种钢铝原材料，可灵活且及时地满足包括公司在内客户的多样化的采购需求，且均处华东地区，能够更快响应公司的采购需求，因此增加对其采购，具有商业合理性。

（二）与发行人交易金额占其整体经营规模的比例，经营规模与业务量是否匹配

根据上海天忻出具的说明，2023年上海天忻的收入约为65,000万元，与公司的交易金额占其整体经营规模的比例为38.22%。上海天忻下游客户主要为各类设备生产商及其配套厂商，除公司外，上海天忻的客户还包括上海增裕供应链有限公司（凤形股份（002760.SZ）及银河电子（002519.SZ）主要供应商）及上海申盟科技有限公司（福然德（605050.SH）主要客户）等，具有一定的业务规模。

上海天忻上游包括了宝山钢铁股份有限公司、北京首钢股份有限公司、华菱安赛乐米塔尔汽车板有限公司等大型生产供应商，报告期各期，上海天忻向公司供应的各大钢铁生产商的钢材情况如下：

单位：吨

钢材生产商	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
宝武集团	7,240.62	44,953.75	60,703.90	31,787.10
首钢集团	-	1,149.47	913.20	11,729.36
鞍钢集团	1,659.88	1,585.34	1,526.70	39.94
华菱集团	1,745.80	1,279.30	-	-
其他钢铁生产商	1,008.67	401.02	-	95.03
合计	11,654.97	49,368.88	63,143.80	43,651.42

注：上表采购量为公司与上海天忻当年开票结算的数量

报告期各期，上海天忻向公司供应的钢材厂家主要包括宝武集团、首钢集团、鞍钢集团、华菱集团等国内大型钢铁生产商，自合作以来，上海天忻能够按照公

司生产所需的钢材厂家、型号，向公司供应符合要求的钢材产品。

上海天忻主要从事钢材贸易业务，由于其业务本身无需大规模重资产经营，对注册资本要求较低，其所属行业及自身经营状况对注册资本亦没有特殊要求，因此暂未随经营规模扩大而增加注册资本，与钢材贸易行业的普遍情况相符。

综上，上海天忻 2023 年营业收入规模达到 6.50 亿元，下游客户除公司外还包括多家具有一定业务规模的设备生产商及其配套厂商，上海天忻向公司供应的钢材厂家主要包括宝武集团、首钢集团、鞍钢集团、华菱集团等国内大型钢铁生产商，其作为钢材贸易商，暂未随规模的增加而扩大注册资本的情形与行业相符，上海天忻的经营规模与其向公司供应的业务量相匹配。

二、保荐人、申报会计师说明

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

对上海天忻进行实地走访，了解其经营情况以及与发行人合作背景、业务规模及与发行人合作占比、与其合作的供应商及客户情况。

经核查，保荐人及申报会计师认为：

上海天忻凭借其主要经营人员在钢铁行业多年的积累以及丰富的渠道资源，其能够向宝山钢铁股份有限公司、北京首钢股份有限公司等大型生产商采购多品种钢铝原材料，可灵活且及时地满足包括发行人在内的多样化采购需求，发行人考虑到其与公司均处华东地区，能够更快响应发行人采购需求，因此在其成立后与其建立合作并增加对其采购，具有商业合理性，上海天忻的经营规模与其向公司供应的业务量相匹配。

问题 4 关于贸易业务

申报材料及审核问询回复显示：

(1) 报告期内，发行人存在原材料贸易业务，实现收入分别为 5,491.19 万元、7,806.05 万元和 29,967.72 万元，占各期营业收入的比例分别为 1.79%、2.06%和 6.68%；发行人未在招股说明书中披露贸易业务相关情况。

(2) 报告期内，发行人原材料贸易业务毛利率分别为 1.36%、9.34%、8.97%，存在一定波动。

请发行人披露：

(1) 开展贸易业务的历史沿革，贸易业务与主营业务的关系，持续开展贸易业务的原因和商业合理性；开展贸易业务的类型，各类贸易业务的基本情况及其经营模式，报告期内贸易业务的主要供应商、客户情况，相关购销合同的主要约定，会计处理方式是否符合《企业会计准则》等相关规定。

(2) 结合报告期内各类贸易业务采购、销售情况，结合产品售价、销量、订单获取及执行情况，量化分析相关采购、销售变动原因及合理性；报告期内各类贸易业务采购、销售价格的公允性。

(3) 结合市场价格波动、发行人与供应商、客户约定的调价机制、相关订单执行情况、同行业可比公司同类型业务毛利率情况等，说明报告期内贸易业务毛利率存在一定波动的原因及合理性。

(4) 按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第四十三条相关规定，在招股说明书中补充披露贸易业务相关情况。

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

一、发行人披露

(1) 开展贸易业务的历史沿革，贸易业务与主营业务的关系，持续开展贸易业务的原因和商业合理性；开展贸易业务的类型，各类贸易业务的基本情况及其经营模式，报告期内贸易业务的主要供应商、客户情况，相关购销合同的主要约定，会计处理方式是否符合《企业会计准则》等相关规定

(一) 开展贸易业务的历史沿革，贸易业务与主营业务的关系，持续开展

贸易业务的原因和商业合理性

公司于 2004 年成立，起初主要从事钢材贸易和剪切业务。2006 年起，公司将生产经营重心聚焦于剪切业务板块，并逐渐向下游延伸，不断丰富生产工艺环节，成为了拥有材料剪切、模具制造、冲压、焊接、装配、表面处理等一体化工艺的企业。在此阶段，公司仍保有少量贸易业务，其中根据贸易产品类型可分为原材料贸易与成品贸易，并以原材料贸易为主。

公司开展原材料贸易业务的主要原因为：（1）公司在采购钢材、铝材等原材料时，会在满足生产需求的基础上增加部分采购量，以获得更优惠的采购价格，降低单位成本，从而使得短期内，公司少量原材料会有所结余，而钢、铝材作为大宗商品，价格变动较为频繁，因此公司会结合原材料市场价格走势将少量结余的原材料在恰当时点售出，以作为公司收入的有益补充；（2）行业内存在部分钢材、铝材需求方，因整体采购规模较小，无法直接向诺贝丽斯铝业、南山铝业、宝武集团等国内大型钢铝厂商及其贸易商采购，而公司凭借多年行业耕耘与上述厂商有着稳定、优质的业务合作关系，因此也会存在少数客户，根据其业务需要，不定期委托公司采购高质量钢铝等原材料的情形。

公司开展少量成品贸易业务的主要原因为：（1）为进一步增强公司一体化交付能力，满足客户简化供应链管理的诉求，部分汽车和家电零部件产品的配套组成部分，例如底座、支架等，公司因临时产能不足或单独建设产线并不经济而交由其他具备相应生产能力的供应商负责生产，公司向其采购成品并与自行生产部分组合后向客户交付；（2）公司长期服务的下游客户存在部分产品需求，公司虽不具备相应生产工序，但凭借在汽车和家电零部件领域的多年深耕，拥有相应的供应商资源，可满足客户的交付条件。在此情形下，公司会承接客户这一产品需求，交由对应的供应商负责生产，生产完成后由该供应商直接配送至客户指定地点。

综上所述，公司原材料贸易业务均围绕钢铝材展开，成品贸易业务均围绕汽车和家电零部件展开，两者系日常经营过程中经常性、持续性业务，属于主营业务之一。自设立以来公司持续开展贸易业务是获得集中采购价格优势及更好服务客户需求的重要举措，具有商业合理性。

(二) 开展贸易业务的类型，各类贸易业务的基本情况及经营模式，报告期内贸易业务的主要供应商、客户情况，相关购销合同的主要约定，会计处理方式是否符合《企业会计准则》等相关规定

1、开展贸易业务的类型，各类贸易业务的基本情况及经营模式

公司贸易业务可分为原材料贸易和成品贸易两种类型，其中根据发生背景，原材料贸易业务可分为余料销售和代客采购两种模式，成品贸易业务除代客采购外，还包括配套销售模式。报告期各期，各类型贸易业务收入金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
原材料贸易：	9,434.69	95.37%	29,967.72	95.23%	7,806.05	79.21%	5,491.19	63.70%
余料销售	8,804.65	89.00%	29,027.01	92.24%	6,863.46	69.65%	5,462.27	63.37%
代客采购	630.04	6.37%	940.72	2.99%	942.58	9.57%	28.92	0.34%
成品贸易：	457.68	4.63%	1,501.79	4.77%	2,048.28	20.79%	3,129.09	36.30%
配套销售	456.68	4.62%	1,375.58	4.37%	1,320.84	13.40%	2,536.35	29.42%
代客采购	1.00	0.01%	126.22	0.40%	727.44	7.38%	592.74	6.88%
合计	9,892.37	100.00%	31,469.52	100.00%	9,854.33	100.00%	8,620.28	100.00%

(1) 原材料贸易

报告期各期，公司贸易业务中，原材料贸易业务收入实现金额分别为5,491.19万元、7,806.05万元、29,967.72万元和**9,434.69万元**，占各期贸易业务收入的比例分别为63.70%、79.21%、95.23%和**95.37%**，是公司最主要的贸易业务类型，其中余料销售模式和代客采购模式的基本情况及经营模式如下：

在余料销售模式下，公司首先基于生产计划和原材料库存情况确定生产采购需求量，并结合当前钢铝材价格走势及主要供应商报价信息，确定是否要在生产采购需求量的基础上适当增加，以获得集中采购的价格优惠。之后，公司向供应商下达订单，约定所采购的原材料类型、数量、价格及交货日期等因素，并完成原材料的签收入库、票据开具和货款结算。生产部门会按照生产工单领用相应原材料，采购部门则会通过ERP系统实时查看各类型原材料库存情况并进行每月盘点，根据未来1个月内的预计生产领用量、原材料后续到货量判断是否存在短

期结余，并基于当前市场行情在欧冶云商等钢铁交易平台挂单或与销售部门一同和有潜在需求的客户进行洽谈协商，最终确定销售数量和价格，完成货物配送、票据开具和款项结算。

在代客采购模式下，部分与公司建立了长期良好合作关系的客户因其个别产品生产需求需要采购少量钢铝材原料，基于公司与国内大型钢铝厂商持续稳定的合作关系、与多家钢铝材贸易商广泛构筑的采购渠道，因此客户向公司传达其采购需求，包括采购数量、钢铝材类型等，双方基于当前市场行情协商确定交易价格。之后，公司会将该客户的采购需求与自身生产采购需求进行汇总，向上游钢铝材供应商完成采购。在发货配送时，为提高交易效率，对于代客采购部分，公司会交由钢铝材供应商将对应数量的原材料直接发往下游客户指定地点，经签收无误后，公司与上游供应商和下游客户分别独立完成票据开具及货款结算。

(2) 成品贸易

报告期各期，公司贸易业务中，成品贸易业务收入实现金额分别为 3,129.09 万元、2,048.28 万元、1,501.79 万元和 **457.68 万元**，金额整体较小，占各期贸易业务收入的比例分别为 36.30%、20.79%、4.77%和 **4.63%**，占比逐年降低，其基本情况及经营模式如下：

公司首先根据承接的下游客户产品订单和自身产线情况确定自产部分与外采部分，其中在配套销售模式下，产品主体部分往往由公司自产，配套组成部分进行外采，在代客采购模式下，产品则全部外采。之后，公司在合格供应商名单中筛选出具备相应生产能力且询价后价格合适的供应商，并与其签署采购合同，明确约定供货方式、数量、价格、结算方式等信息。在具体生产过程中，若为配套销售，该供应商先根据公司需求情况进行生产发货，到货后，经公司验收无误，办理入库，并进行票据开具和款项结算，之后公司将上述产品与公司自产产品进行组合，按照下游客户需求完成货物交付；若为代客采购，公司将下游客户的采购需求信息传达至供应商处，由其完成生产，并直接配送至客户指定定点，客户签收无误后，公司与上游供应商和下游客户分别独立完成票据开具及货款结算。

2、报告期内贸易业务的主要供应商、客户情况，相关购销合同的主要约定

(1) 报告期内贸易业务的主要供应商、客户情况

1) 原材料贸易

①余料销售模式

(I) 主要供应商情况

报告期各期，公司余料销售模式下向主要供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

2024年1-6月				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	河钢汽车板有限公司	钢材	1,585.87	19.61%
2	日铁物产(中国)有限公司	钢材	1,166.39	14.42%
3	诺贝丽斯(中国)铝制品有限公司	铝材	785.08	9.71%
4	上海欧冶供应链有限公司	钢材	764.12	9.45%
5	上海日铁物产汽车配件有限公司	钢材	660.03	8.16%
合计		/	4,961.50	61.35%
2023年度				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	上海天忻汽车配件有限公司	钢材	4,829.20	17.35%
2	诺贝丽斯(中国)铝制品有限公司	铝材	4,796.50	17.23%
3	宝钢激光拼焊(武汉)有限公司	钢材	4,493.59	16.14%
4	河钢汽车板有限公司	钢材	2,892.91	10.39%
5	华菱安赛乐米塔尔汽车板有限公司	钢材	2,222.63	7.99%
合计		/	19,234.83	69.10%
2022年度				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	上海天忻汽车配件有限公司	钢材	3,732.48	52.62%
2	上海顶峰金属制品有限公司	钢材	932.33	13.14%
3	上海住友商事有限公司	钢材	812.02	11.45%
4	河钢集团有限公司	钢材	552.95	7.79%
5	上海欧冶供应链有限公司	钢材	411.35	5.80%
合计		/	6,441.14	90.80%
2021年度				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	中集同创浦江(上海)贸易有限公司	钢材	1,259.57	24.28%

2	上海天忻汽车配件有限公司	钢材	922.79	17.79%
3	宁波金紫欣金属材料有限公司	钢材	846.59	16.32%
4	上海顶峰金属制品有限公司	钢材	788.99	15.21%
5	上海住友商事有限公司	钢材	565.07	10.89%
合计		/	4,383.00	84.50%

注：上表中采购金额系该类型原材料贸易业务销售所对应的采购金额，占比系向各供应商采购金额占该类型原材料贸易业务采购总金额的比例，下同

报告期内，公司余料销售模式下主要供应商多为大型钢铝材生产商和贸易商，上海天忻汽车配件有限公司、上海顶峰金属制品有限公司、上海住友商事有限公司、河钢集团有限公司等多期均为公司前五大供应商。2023 年以来，随着新能源汽车的快速发展，特别是汽车车身轻量化进程的推进，公司铝材整体采购数量快速增加，余料销售模式下铝材贸易业务规模也相应扩大，诺贝丽斯（中国）铝制品有限公司成为 2023 年和 2024 年上半年的前五大供应商之一。

（II）主要客户情况

报告期各期，公司余料销售模式下向主要客户收入实现金额及占比情况如下：

单位：万元

2024 年 1-6 月				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	上海欧冶供应链有限公司	钢材	1,343.38	15.26%
2	浙江豪斯特汽车零部件有限公司	钢材	1,097.25	12.46%
3	无锡华光轿车零件有限公司	铝材	1,087.55	12.35%
4	卡斯马星乔瑞汽车系统（杭州）有限公司	钢材	1,040.32	11.82%
5	南京南方联成汽车零部件有限公司	铝材	598.47	6.80%
合计		/	5,166.97	58.68%
2023 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司	钢材	4,975.74	17.14%
2	卡斯马星乔瑞汽车系统（杭州）有限公司	钢材	3,720.89	12.82%
3	VINFAST TRADING AND PRODUCTION LIMITED LIABILITY COMPANY	铝材	3,461.73	11.93%
4	上海欧冶供应链有限公司	钢材	3,078.87	10.61%
5	浙江豪斯特汽车零部件有限公司	钢材	2,274.80	7.84%
合计		/	17,512.04	60.33%

2022 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	上海欧冶供应链有限公司	钢材	2,161.39	31.49%
2	上海明赆达贸易有限公司	钢材	571.56	8.33%
3	上海宝鹿实业有限公司	铝材	546.00	7.96%
4	上海鑫硕钢材贸易有限公司	钢材	467.57	6.81%
5	苏州市利冶钢材销售有限公司	钢材	405.04	5.90%
合计		/	4,151.56	60.49%
2021 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	苏州三星电子有限公司	钢材	1,833.30	33.56%
2	欧冶云商股份有限公司	钢材	1,452.56	26.59%
3	苏州市利冶钢材销售有限公司	铝材	513.80	9.41%
4	上海明赆达贸易有限公司	钢材	205.34	3.76%
5	上海欧冶供应链有限公司	钢材	173.55	3.18%
合计		/	4,178.55	76.50%

注：上表中占比系向各客户收入实现金额占该类型原材料贸易业务收入总金额的比例，下同

2021 年，苏州三星电子有限公司为公司余料销售模式下主要客户之一，之后年度因其品牌竞争及发展战略调整影响，减少了部分国内家电生产业务，因此向公司采购数量有所下降。除苏州三星电子有限公司外，2021 年至 2022 年，公司余料销售模式下主要客户多为欧冶云商股份有限公司、苏州市利冶钢材销售有限公司和上海明赆达贸易有限公司等钢材贸易商。2023 年和 2024 年上半年，燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司、卡斯马星乔瑞汽车系统（杭州）有限公司、浙江豪斯特汽车零部件有限公司等汽车零部件生产企业向公司采购较多热成型钢材，从而进入对应期间的前五大客户。同时，随着公司铝材业务规模的扩大，2024 年上半年，无锡华光轿车零件有限公司和南京南方联成汽车零部件有限公司向公司采购较多铝材，进入当期前五大客户。

②代客采购模式

(I) 主要供应商情况

报告期各期，公司代客采购模式下向主要供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

2024年1-6月				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	宝钢激光拼焊（武汉）有限公司	钢材	4,925.80	61.34%
2	华菱安赛乐米塔尔汽车板有限公司	钢材	1,068.40	13.30%
3	上海日铁物产汽车配件有限公司	钢材	908.64	11.32%
合计		/	6,902.84	85.96%
2023年度				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	华菱安赛乐米塔尔汽车板有限公司	钢材	8,449.93	65.91%
2	上海日铁物产汽车配件有限公司	钢材	3,012.32	23.50%
3	镒铭昇（广州）汽车钢材部件有限公司	钢材	1,064.98	8.31%
合计		/	12,527.23	97.71%
2022年度				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	华菱安赛乐米塔尔汽车板有限公司	钢材	6,498.18	61.23%
2	上海日铁物产汽车配件有限公司	钢材	3,772.72	35.55%
合计		/	10,270.90	96.78%
2021年度				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	华菱安赛乐米塔尔汽车板有限公司	钢材	1,234.12	92.39%
2	上海日铁物产汽车配件有限公司	钢材	101.60	7.61%
合计		/	1,335.72	100.00%

报告期内，公司代客采购模式下主要供应商为华菱安赛乐米塔尔汽车板有限公司、上海日铁物产汽车配件有限公司和宝钢激光拼焊（武汉）有限公司，各期三者采购金额合计占比均接近或超过 85%。

（II）主要客户情况

报告期各期，公司代客采购模式下向主要客户收入实现金额及占比情况如下：

单位：万元

2024年1-6月				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司	钢材	578.45	91.81%

合计		/	578.45	91.81%
2023 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司	钢材	400.96	42.62%
2	安徽至信科技有限公司	钢材	227.09	24.14%
3	卡斯马星乔瑞汽车系统（杭州）有限公司	钢材	163.14	17.34%
合计		/	791.20	84.10%
2022 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	卡斯马汽车系统（上海）有限公司	钢材	305.16	32.37%
2	重庆至信实业股份有限公司	钢材	236.46	25.09%
3	浙江吉利汽车零部件采购有限公司	钢材	176.66	18.74%
合计		/	718.28	76.20%
2021 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	卡斯马汽车系统（上海）有限公司	钢材	18.90	65.37%
合计		/	18.90	65.37%

注：上表中收入金额普遍小于向主要供应商采购金额，主要系代客采购模式下，公司按照抵减采购金额后的净额确认销售收入所致

报告期内，公司整合卡斯马汽车系统（上海）有限公司、燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司等汽车零部件客户需求及自身生产需求，向上游供应商采购钢铝材，整体交易金额较小。

2) 成品贸易

①主要供应商情况

报告期各期，公司成品贸易向主要供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

2024 年 1-6 月				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	江阴市融盛机械有限公司	汽车/家电 零部件	230.12	51.66%
2	苏州鑫创辉精密科技有限公司	家电零部件	71.61	16.08%
合计		/	301.73	67.74%
2023 年度				

序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	苏州李记精密模具有限公司	家电零部件	319.29	20.10%
2	苏州八宝精密模具有限公司	家电零部件	266.64	16.79%
3	江阴市融盛机械有限公司	汽车/家电零部件	131.71	8.29%
4	昆山市本和机械有限公司	家电零部件	113.27	7.13%
5	苏州鑫创辉精密科技有限公司	家电零部件	79.90	5.03%
合计		/	910.81	57.35%
2022 年度				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	江阴市融盛机械有限公司	家电零部件	1,109.69	43.33%
2	无锡格曼科技有限公司	家电零部件	543.27	21.21%
3	东莞市兴普特精密五金有限公司	家电零部件	162.72	6.35%
4	苏州易搏塑胶有限公司	家电零部件	88.22	3.44%
5	苏州瑞田塑胶制品有限公司	家电零部件	57.38	2.24%
合计		/	1,961.27	76.58%
2021 年度				
序号	供应商名称	产品类型	采购金额	占比
1	江阴市融盛机械有限公司	家电零部件	2,976.34	59.08%
2	无锡格曼科技有限公司	家电零部件	1,036.04	20.56%
3	吴江协腾精密模具有限公司	家电零部件	146.26	2.90%
4	苏州易搏塑胶有限公司	家电零部件	133.97	2.66%
5	苏州瑞田塑胶制品有限公司	家电零部件	131.50	2.61%
合计		/	4,424.11	87.82%

报告期内，根据下游客户不同的产品需求，公司向具备相应生产工序、产能规模且生产质量有所保障、经询价后价格合适的供应商采购部分汽车和家电零部件成品，整体交易金额较小，前五大供应商有所变动，具有合理性。

(II) 主要客户情况

报告期各期，公司成品贸易向主要客户收入实现金额及占比情况如下：

单位：万元

2024 年 1-6 月				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	富士通将军（上海）有限公司	家电零部件	259.81	56.77%

2	追觅创新科技（苏州）有限公司	家电零部件	186.39	40.72%
合计		/	446.19	97.49%
2023 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	追觅创新科技（苏州）有限公司	家电零部件	540.24	35.97%
2	富士通将军（上海）有限公司	家电零部件	413.96	27.56%
3	欧普照明股份有限公司	家电零部件	156.46	10.42%
4	苏州大荣电子有限公司	家电零部件	124.82	8.31%
5	新华三智能终端有限公司	家电零部件	97.81	6.51%
合计		/	1,333.28	88.78%
2022 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	富士通将军（上海）有限公司	家电零部件	626.66	30.59%
2	丹阳市永达模塑有限公司	家电零部件	241.49	11.79%
3	苏州三星电子有限公司	家电零部件	206.12	10.06%
4	高创（苏州）电子有限公司	家电零部件	196.61	9.60%
5	博西华电器（江苏）有限公司	家电零部件	148.50	7.25%
合计		/	1,419.38	69.30%
2021 年度				
序号	客户名称	产品类型	收入金额	占比
1	富士通将军（上海）有限公司	家电零部件	599.80	19.17%
2	苏州大荣电子有限公司	家电零部件	458.31	14.65%
3	江苏新安电器股份有限公司	家电零部件	444.89	14.22%
4	苏州三星电子家电有限公司	家电零部件	366.46	11.71%
5	无锡飞翔电子有限公司	家电零部件	187.54	5.99%
合计		/	2,057.00	65.74%

富士通将军（上海）有限公司、苏州三星电子有限公司、博西华电器（江苏）有限公司、苏州大荣电子有限公司和追觅创新科技（苏州）有限公司等均为公司长期合作的优质客户，对于其少量产品需求，公司以成品贸易方式实现交付。报告期内，公司向各成品贸易主要客户销售收入实现金额均较小。

（2）相关购销合同的主要约定

公司贸易业务购销合同主要约定如下：

项目	主要内容
产品名称	钢材、铝材、汽车零部件、家电零部件
数量、价格、交货时间	双方协商确定
物流配送方式	采购方自提或销售方配送至指定地点
信用期	100% 预付或开票后一定期限付款
控制权转移时点	采购方签收或验收后控制权转移

报告期内，公司各类贸易业务购销合同均由公司与客户、供应商独立签订，合同中对于产品名称、数量、价格、交货时间、物流配送方式、付款结算方式及信用期等事项进行了明确约定。不同类型贸易业务购销合同无实质性差异。

3、会计处理方式是否符合《企业会计准则》等相关规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入》，公司贸易业务中，原材料余料销售模式和成品配套销售模式下采用总额法确认收入，代客采购模式下采用净额法确认收入，具体分析如下：

判断标准	实际情况及具体分析	
	余料销售模式/配套销售模式	代客采购模式
公司是否承担向客户转让商品的主要责任	是。公司与客户单独签署销售合同，负责在约定的时间、地点以约定的方式向客户交付商品，并负有未交付引致的违约金、罚款责任	否。公司与客户签署销售合同后，一般由公司的供应商负责在约定的时间、地点向客户交付商品，公司并不承担转让商品的主要责任
公司在转让商品之前或之后是否承担了该商品的存货风险	是。转让商品前，公司承担存货保管风险、运输风险等；转让产品后，公司对销售的产品质量问题承担赔偿责任	否。一般由公司的供应商直接配送至客户，公司不承担存货保管风险、运输风险等
公司是否有权自主决定所交易商品的价格	是。公司与客户、供应商分别签署销售、采购合同，公司可自主决定销售钢铝材价格	是。公司与客户、供应商分别签署销售、采购合同，公司可自主决定销售钢铝材价格

根据上表，原材料余料销售模式和成品配套销售模式下，公司承担了向客户转让商品的主要责任，在转让商品之前或之后承担了商品的存货风险并可自主决定所交易商品的价格，因此根据《企业会计准则第 14 号——收入》，公司在向客户转让商品前拥有对该商品的控制权，从事交易时的身份为主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入，具有合理性；与此相对，公司代客采购模式下并不承担转让商品的主要责任，也未承担转让商品前的存货风险，因此，公司在从事交易时的身份为代理人，公司按照已收或应收对价总额扣除应支付给供应商价款

后的净额确认收入，具有合理性。综上所述，公司贸易业务收入确认符合《企业会计准则》的规定。

(2) 结合报告期内各类贸易业务采购、销售情况，结合产品售价、销量、订单获取及执行情况，量化分析相关采购、销售变动原因及合理性；报告期内各类贸易业务采购、销售价格的公允性

(一) 结合报告期内各类贸易业务采购、销售情况，结合产品售价、销量、订单获取及执行情况，量化分析相关采购、销售变动原因及合理性

报告期各期，公司原材料贸易及成品贸易业务采购、销售情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额
原材料贸易	16,117.93	9,434.69	40,655.39	29,967.72	17,706.85	7,806.05	6,522.82	5,491.19
成品贸易	445.44	457.68	1,588.18	1,501.79	2,561.23	2,048.28	5,037.90	3,129.09

1、原材料贸易业务

2021年至2023年，随着公司生产经营规模的扩大，公司余料销售和代客采购模式下原材料贸易业务采购金额与收入实现金额整体呈现增长趋势，且两者相互匹配，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额
余料销售	8,087.75	8,804.65	27,834.99	29,027.01	7,093.88	6,863.46	5,187.10	5,462.27
代客采购	8,030.18	630.04	12,820.40	940.72	10,612.97	942.58	1,335.72	28.92

注：上表中代客采购模式下收入金额小于采购金额，主要系该模式下公司按照抵减采购金额后的净额确认销售收入所致

(1) 余料销售模式下产品售价、销量、订单获取及执行情况

报告期各期，公司余料销售模式下钢铝材贸易业务采购、销售情况如下：

产品类别	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
铝材	采购端：				
	采购金额（万元）	2,940.69	6,677.33	-	-
	采购量（吨）	1,066.54	2,191.80	-	-

产品类别	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
	采购单价（元/kg）	27.57	30.47	-	-
	销售端：				
	订单执行与收入金额（万元）	3,283.48	7,221.67	-	-
	销售量（吨）	1,066.54	2,191.80	-	-
	销售单价（元/kg）	30.79	32.95	-	-
钢材	采购端：				
	采购金额（万元）	5,147.06	21,157.66	7,093.88	5,187.10
	采购量（吨）	8,660.31	34,479.85	13,686.77	8,460.03
	采购单价（元/kg）	5.94	6.14	5.18	6.13
	销售端：				
	订单执行与收入金额（万元）	5,521.18	21,805.33	6,863.46	5,462.27
	销售量（吨）	8,660.31	34,479.85	13,686.77	8,460.03
	销售单价（元/kg）	6.38	6.32	5.01	6.46

2021年至2022年，公司余料销售模式下原材料贸易业务均为钢材的采购和销售，其中，2022年，公司采购和收入实现金额分别为7,093.88万元和6,863.46万元，较2021年分别同比提高36.76%和25.65%，主要系钢材采购和销售数量增加所致，具体而言：2022年，钢材市场价格下行，根据钢之家数据，当年度国内镀锌板卷均价为5.40元/kg，较2021年的6.40元/kg有所下降，受此影响，公司钢材采购和销售单价均相应降低，当年销售端平均销售价格略低于采购价格。随着公司生产经营规模的快速扩大，公司整体钢材采购量同步增加，为获取集中采购的价格优惠，公司余料销售模式下钢材采购和销售数量也由2021年的8,460.03吨提高至13,686.77吨，对应原材料贸易业务采购和收入实现金额随之增长。

2023年，公司余料销售模式下原材料贸易业务收入达29,027.01万元，较2022年增加较多，一方面是因为公司在汽车车身轻量化的背景下，凭借与诺贝丽斯铝业、南山铝业等大型铝厂的稳定合作，并将多余的铝材余料销售，当年余料的采购和销售数量达2,191.80吨，采购和收入实现金额分别为6,677.33万元和7,221.67万元；另一方面是因为公司钢材余料销售量价同升，具体而言，2023年公司向上游钢厂采购了较多热成型钢材，其可作为车身结构件的生产原料，由于短期内生产结余且燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司、卡斯马星乔瑞汽车

系统（杭州）有限公司等下游汽车零部件客户需求量较大，因此当年度钢材余料采购和销售数量达 34,479.85 吨，较 2022 年显著增加，又因为热成型钢材市场价格普遍高于冷轧、酸洗等钢材，2023 年公司余料销售模式下钢材贸易业务中热成型钢材采购和销售相对较多，因此公司钢材余料平均采购和销售单价均较 2022 年有所提高，带动了公司原材料贸易业务采购和收入金额的增长。

2024 年 1-6 月，公司余料销售模式下原材料贸易业务收入达 8,804.65 万元，其中，对于铝材而言，公司采购及销售的数量接近 2023 年全年的一半，而采购及销售的价格较 2023 年略有降低，与公司整体铝材采购价格的变动趋势相同。对于钢材而言，2024 年 1-6 月，公司余料销售模式下采购和销售的数量、金额相对较少，一方面是因为 2024 年 1-6 月钢材市场价格相较于 2021 年至 2023 年表现更加平稳，公司遇到市场价格低点时机相对减少，另一方面公司进一步加强原材料现货管理，余料销售下的采购和销售数量有所下降。2024 年 1-6 月，公司余料销售模式下钢材贸易的采购和销售价格与 2023 年较为接近。

（2）代客采购模式下产品售价、销量、订单获取及执行情况

报告期各期，公司代客采购模式下钢铝材贸易业务采购、销售情况如下：

产品类别	项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
钢材	采购端：				
	采购金额（万元）	7,898.43	12,820.40	10,612.97	1,335.72
	采购量（吨）	7,779.37	14,548.98	11,743.21	1,321.80
	采购单价（元/kg）	10.15	8.81	9.04	10.11
	销售端：				
	订单执行与收入金额（万元）	624.49	940.72	942.58	28.92
	销售量（吨）	7,779.37	14,548.98	11,743.21	1,321.80
	销售单价（元/kg）	10.96	9.46	9.84	10.32
铝材	采购端：				
	采购金额（万元）	131.75	-	-	-
	采购量（吨）	66.91	-	-	-
	采购单价（元/kg）	19.69	-	-	-
	销售端：				
	订单执行与收入金额（万元）	5.54	-	-	-

产品类别	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
	销售量(吨)	66.91	-	-	-
	销售单价(元/kg)	20.52	-	-	-

注：代客采购模式下，公司按照净额法确认收入，此处为便于与采购单价等比较，按照收入确认金额加采购金额的合计数除以销售量计算销售单价，下同

2021年至2023年，公司代客采购模式下原材料贸易业务均为钢材的采购和销售，各期采购金额分别为1,335.72万元、10,612.97万元和12,820.40万元，收入实现金额分别为28.92万元、942.58万元和940.72万元，其中，2022年和2023年，卡斯马汽车系统（上海）有限公司、重庆至信实业股份有限公司、燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司等下游汽车零部件生产企业对热成型钢材需求较为旺盛，公司将相关采购需求汇总后向上游钢厂进行集中采购，由此使得代客采购模式下钢材的采购量和销售量较2021年增加较多，采购金额和收入实现金额也相应提高。就销售单价而言，2022年，钢材市场整体价格下行，公司代客采购模式下钢材采购和销售单价随之降低，但凭借采购和销售数量的显著增加，公司采购金额和收入实现金额同比提高；2023年，热成型钢材市场价格有所回升，全年整体采购和收入实现金额与2022年较为接近。

2024年1-6月，公司代客采购模式下钢材采购金额和收入实现金额分别为7,898.43万元和624.49万元，采购和销售单价较2023年有所提升，主要系单价较高的热成型钢材采购、销售金额占比提高以及热成型钢材市场价格进一步回升所致。除钢材外，2024年1-6月，公司以代客采购模式采购少量铝材，采购金额和收入实现金额较小，分别为131.75万元和5.54万元。

综上所述，报告期内公司原材料贸易业务采购与销售金额变动具有合理性。

2、成品贸易业务

报告期各期，公司成品贸易业务汽车和家电零部件产品采购和销售情况如下：

产品类别	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
汽车和家电零部件	采购端：				
	采购金额(万元)	445.44	1,588.18	2,561.23	5,037.90
	采购量(万件)	262.10	579.14	1,380.00	3,711.55
	采购单价(元/件)	1.70	2.74	1.86	1.36
	销售端：				

产品类别	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
	订单执行与收入金额（万元）	457.68	1,501.79	2,048.28	3,129.09
	销售量（万件）	262.10	579.14	1,380.00	3,711.55
	销售单价（元/件）	1.81	3.18	2.47	1.58

报告期各期，公司成品贸易业务采购金额分别为 5,037.90 万元、2,561.23 万元、1,588.18 万元和 **445.44 万元**，收入实现金额分别为 3,129.09 万元、2,048.28 万元、1,501.79 万元和 **457.68 万元**，整体金额较小且逐年减少，主要系随着公司产能规模快速扩大以及生产工序不断延伸完善，公司自身一体化交付能力得以增强，产品订单更多通过自主生产方式完成交付所致。就销售单价而言，由于不同汽车和家电零部件产品规格型号、工艺复杂程度、耗用原材料类型等差异较大，因此受下游客户订单影响，公司成品贸易业务销售单价有所波动。

（二）报告期内各类贸易业务采购、销售价格的公允性

1、原材料贸易业务

报告期内，公司原材料贸易业务采购、销售价格均基于市场行情与供应商、客户协商确定，具有公允性，具体情况如下：

（1）铝材

报告期内，公司原材料贸易业务中铝材采购和销售价格与公司整体铝材采购价格、市场价格对比如下：

单位：元/kg

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
余料销售模式：				
采购价格	27.57	30.47	-	-
销售价格	30.79	32.95	-	-
代客采购模式：				
采购价格	19.69	-	-	-
销售价格	20.52	-	-	-
公司整体采购价格	28.26	28.27	30.43	28.43
市场价格	18.89	18.63	19.91	18.93

注：市场价格取自上海期货交易所发布的铝期货结算价（活跃合约）

2023 年，公司余料销售模式下铝材采购价格和销售价格分别为 30.47 元/kg

和 32.95 元/kg，高于公司整体采购价格，主要是因为：公司余料销售模式下的铝材供应商主要为诺贝丽斯（中国）铝制品有限公司，该供应商作为全球知名的汽车铝制板材企业，品牌定位较高，且其产品主要用于车身外板，品质较高，因此价格高于国内其他铝材供应商。2023 年，公司向诺贝丽斯（中国）铝制品有限公司整体采购单价为 31.27 元/kg，与公司余料销售模式下采购和销售价格较为接近。2024 年 1-6 月，公司余料销售模式下铝材采购价格为 27.57 元/kg，与公司整体采购价格较为接近。

2023 年和 2024 年 1-6 月，公司余料销售模式下铝材采购和销售价格高于市场价格，主要是因为市场价格为铝锭价，而公司余料销售模式下采购的高强度铝材需在铝锭的基础上完成连续退火热处理、表面处理等工艺，故价格更高，具有合理性，报告期内公司整体铝材采购价格相对稳定。

2024 年 1-6 月，公司以代客采购模式下采购和销售少量铝材，价格分别为 19.69 元/kg 和 20.52 元/kg，低于公司整体采购价格，主要是因为代客采购的铝材为基础铝材，其在铝锭基础上主要通过轧制等工序即可制作完成，相较于公司主要采购的高强度铝材，其生产工艺较为简单，因此单价较低，而与铝锭价格，即上表中的市场价格较为接近。

（2）钢材

报告期内，公司原材料贸易业务中钢材采购和销售价格与公司整体钢材采购价格、市场价格对比如下：

单位：元/kg

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
余料销售模式：				
采购价格	5.94	6.14	5.18	6.13
销售价格	6.38	6.32	5.01	6.46
代客采购模式：				
采购价格	10.15	8.81	9.04	10.11
销售价格	10.96	9.46	9.84	10.32
公司整体采购价格	5.42	5.57	6.06	6.22
市场价格	4.98	5.02	5.40	6.40

注：市场价格取自钢之家发布的国内镀锌板卷（1.0mm，镀锌）价格

在余料销售模式下，2021年和2022年公司钢材采购、销售价格与公司整体采购价格、市场价格较为接近。2023年和2024年1-6月，公司余料销售模式下采购和销售价格高于公司整体采购价格和市场价格，主要是因为当期公司向上游钢厂采购了较多热成型钢材，其可作为车身结构件的生产原料，由于短期内生产结余且下游汽车零部件厂商需求量较大，因此公司实现较多销售，而热成型钢材价格高于一般酸洗、冷轧等钢材，因此提高了公司余料销售模式下钢材销售价格，具有合理性。

在代客采购模式下，公司钢材采购和销售价格均高于公司整体采购价格和市场价格，主要系交易的钢材种类不同所致，具体而言，报告期内，公司代客采购模式下交易的钢材主要为热成型钢材，而公司整体采购的钢材中还包含较多冷轧、酸洗等钢材，市场价格则反映镀锌钢材价格，受生产工艺等因素影响，热成型钢材的价格普遍高于冷轧、酸洗、镀锌等钢材。报告期各期，公司整体热成型钢材采购单价分别为10.61元/kg、8.35元/kg、8.90元/kg和**9.88元/kg**，与公司代客采购模式下钢材采购、销售价格较为接近。

综上所述，报告期内，公司原材料贸易业务采购、销售价格与公司整体采购价格、市场价格差异具有合理性，公司基于市场行情与供应商、客户协商确定交易价格，具有公允性。

2、成品贸易业务

报告期各期，公司成品贸易业务产品采购和销售单价情况如下：

单位：元/kg

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
成品贸易销售模式：				
采购价格	1.70	2.74	1.86	1.36
销售价格	1.81	3.18	2.47	1.58

报告期内，公司成品贸易业务收入金额占整体营业收入的比例较低，各期均接近或低于1%。成品贸易业务下公司采购、销售价格均基于产品生产工艺复杂程度、耗用的原材料类型及数量、原材料市场价格走势等因素与供应商、客户协商确定，具有公允性。

由于成品贸易业务下不同产品价格差异较大（例如旋钮与模具），且公司自

身并不生产同类产品，因此无法就其采购或销售价格与公司汽车和家电零部件产品价格进行对比。此外，由于成品贸易业务主要客户富士通将军（上海）有限公司等仅向公司独家采购该型号产品，又无市场公开价格，因此也无法与客户向其他供应商的采购价格或市场价格进行对比。

报告期内，公司成品贸易业务采购、销售单价有所波动，主要系交易的产品种类不同所致，具体而言：2021 年公司主要采购和销售过滤器盖、门锁盖、旋钮等家电零部件相关的配件产品，单位价值较低。2022 年和 2023 年，公司根据汽车、家电零部件客户的订单需求，配套销售的模具产品金额分别达到 506.31 万元和 840.74 万元，较 2021 年的 168.30 万元显著增加，占成品贸易业务收入的比重也由 2021 年的 5.38% 分别提高至 24.72% 和 55.98%。由于模具产品价格显著高于一般的门锁盖、旋钮等家电零部件配件产品，因此成品贸易业务整体采购和销售单价均有所上升。2024 年 1-6 月，公司成品贸易业务中配套销售了较多马达盒、支架等单位价值较低的配件产品，导致当期采购和销售价格较 2023 年有所下降。综上所述，报告期内，公司成品贸易业务的采购和销售金额较小，采购和销售单价变动具有合理性。

(3) 结合市场价格波动、发行人与供应商、客户约定的调价机制、相关订单执行情况、同行业可比公司同类型业务毛利率情况等，说明报告期内贸易业务毛利率存在一定波动的原因及合理性

(一) 市场价格波动，与供应商、客户约定的调价机制，相关订单执行情况对公司贸易业务毛利率的影响

报告期各期，公司原材料贸易及成品贸易业务毛利率及收入占比情况如下：

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
原材料贸易	14.03%	95.37%	8.97%	95.23%	9.34%	79.21%	1.36%	63.70%
成品贸易	6.54%	4.63%	16.82%	4.77%	41.17%	20.79%	26.63%	36.30%
合计	13.68%	100.00%	9.35%	100.00%	15.95%	100.00%	10.53%	100.00%

1、原材料贸易

报告期各期，公司原材料贸易业务毛利率情况如下：

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
余料销售	7.87%	93.32%	6.02%	96.86%	-3.11%	87.92%	0.84%	99.47%
代客采购	100.00%	6.68%	100.00%	3.14%	100.00%	12.08%	100.00%	0.53%
合计	14.03%	100.00%	8.97%	100.00%	9.34%	100.00%	1.36%	100.00%

报告期各期，公司原材料贸易业务毛利率分别为 1.36%、9.34%、8.97%和 14.03%，毛利率变动的主要影响因素包括原材料市场价格走势及不同模式原材料贸易订单执行情况等，具体如下：

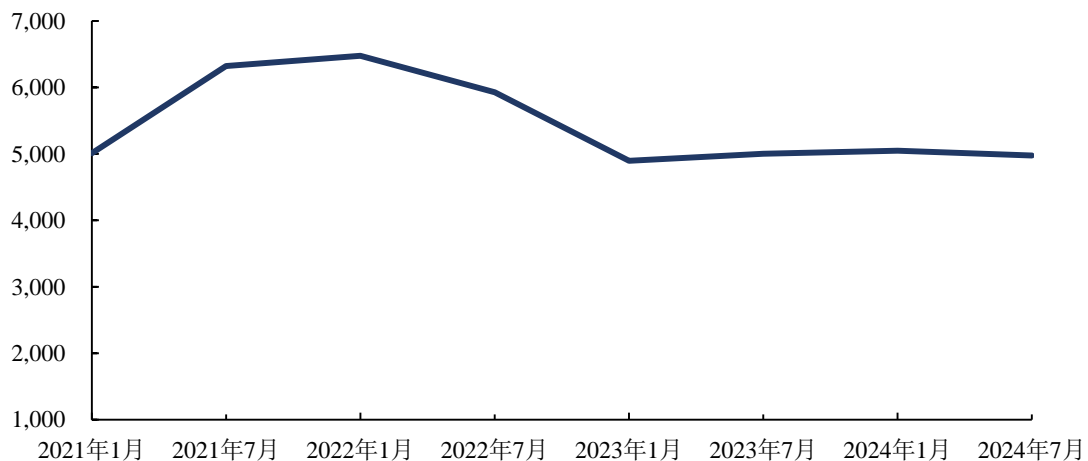
（1）原材料市场价格变动对公司原材料贸易业务毛利率的影响

公司在开展原材料贸易业务时会与客户、供应商分别协商确定交易价格，而该价格最重要的影响因素即为当前时点的市场价格，交易双方均会以此为基础，综合考虑自身运输、仓储等成本因素以及利润空间后进行报价和谈判。报告期内，原材料市场价格变动对公司不同类型原材料贸易业务毛利率影响情况如下：

1) 余料销售模式

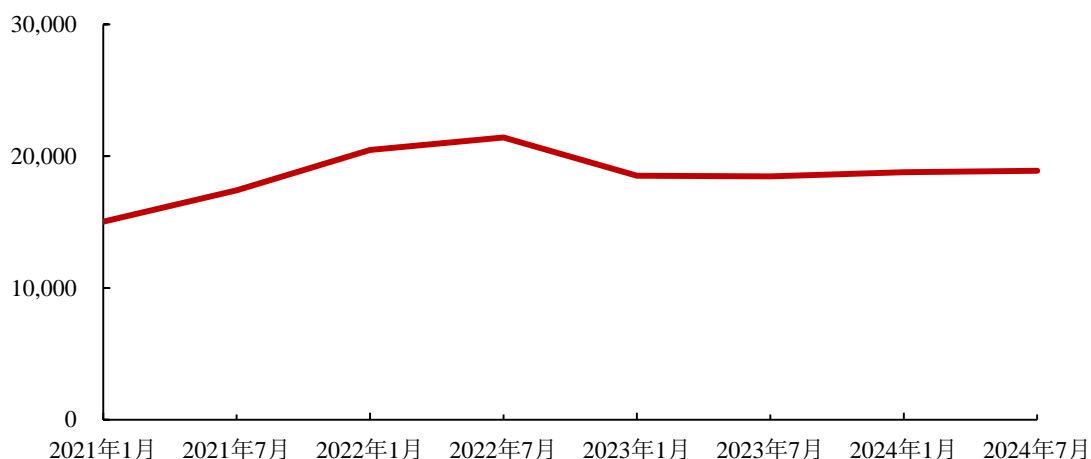
在余料销售模式下，由于公司采购原材料在前，而销售在后，且两者往往会有一定时间间隔，因此采购至销售时点间原材料市场价格走势会直接影响公司该类型原材料贸易业务的毛利率数值，两者呈现正相关关系，即原材料市场价格上行，公司毛利率提高，市场价格下行则毛利率降低。报告期内，钢材、铝材市场价格变动情况如下：

图：钢材市场价格变动情况（元/吨）



数据来源：wind，系国内镀锌板卷（1.0mm）价格

图：铝材市场价格变动情况（元/吨）



数据来源：wind，系铝期货结算价（活跃合约）

根据上表，2021年、2023年和2024年1-6月，钢材、铝材市场价格整体呈现上升趋势或较为平稳，公司余料销售模式下原材料贸易业务毛利率也均为正，受具体采购和销售时点分布影响，毛利率数值有所不同；而2022年，钢材市场价格显著下行，公司余料销售模式下原材料贸易业务毛利率也相应为负。

2) 代客采购模式

在代客采购模式下，由于公司确定销售价格在前，而确定采购价格在后，两者时间间隔也往往较短，公司在进行商务谈判时会保有一定的利润空间，由于公司采取净额法确认收入，因此报告期内公司该类型原材料贸易业务毛利率为100%。

(2) 不同模式贸易业务订单执行情况以及调价机制对公司原材料贸易业务毛利率的影响

报告期各期，公司不同模式原材料贸易业务订单执行和收入实现情况、毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月			2023年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
余料销售	8,804.65	93.32%	7.87%	29,027.01	96.86%	6.02%

代客采购	630.04	6.68%	100.00%	940.72	3.14%	100.00%
合计	9,434.69	100.00%	14.03%	29,967.72	100.00%	8.97%
项目	2022 年度			2021 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
余料销售	6,863.46	87.92%	-3.11%	5,462.27	99.47%	0.84%
代客采购	942.58	12.08%	100.00%	28.92	0.53%	100.00%
合计	7,806.05	100.00%	9.34%	5,491.19	100.00%	1.36%

根据上表，2022 年公司原材料贸易业务毛利率由 2021 年的 1.36% 提升至 9.34%，主要系当年代客采购模式收入占比提高所致，具体而言：2022 年，公司代卡斯马汽车系统（上海）有限公司、重庆至信实业股份有限公司、浙江吉利汽车零部件采购有限公司等客户采购钢材，相应实现较多销售收入，占当期原材料贸易业务收入的比例达到 12.08%，而公司对代客采购模式下的原材料贸易业务收入按照净额法确认，带动整体毛利率有所提高。

2023 年，公司代客采购模式实现的贸易业务收入金额与 2022 年较为接近，但当年度，一方面公司采购较多热成型钢材，由于短期内生产结余且燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司、卡斯马星乔瑞汽车系统（杭州）有限公司等下游客户需求量较大，因此公司钢材余料销售金额显著增加，且随着当年钢材价格的回升，余料销售的毛利率有所增加；另一方面，公司将铝材余料进行销售，进一步提升余料销售收入，由于余料销售模式金额占比回升且毛利率低于代客采购模式，当年原材料贸易业务整体毛利率略有下降。

2024 年 1-6 月，公司原材料贸易业务毛利率达 14.03%，较 2023 年有所提升，主要系高毛利率的代客采购模式收入占比增加所致，具体而言：2024 年 1-6 月，公司代燕龙世润汽车零部件（苏州）有限公司、广州弗尔赛金属制品有限公司等采购了较多热成型钢材和冷轧钢材，代合肥荣基机械制造有限公司采购了一定数量铝材，使得当期代客采购模式收入占比由 2023 年的 3.14% 提高至 6.68%。由于代客采购模式下公司按照净额法确认收入，毛利率为 100%，因此其收入占比的提升带动整体毛利率增加。

除原材料市场价格变动和不同模式贸易业务订单执行情况外，公司与供应商约定的调价机制也会在一定程度上影响原材料贸易业务的毛利率水平，具体体现

为：在余料销售模式下，公司采购钢铝材时，会与上游供应商协商，基于原材料市场价格变动情况对交易价格进行相应调整，因此会影响到余料销售模式下的成本金额，进而影响毛利率水平，余料销售模式对客户销售系根据销售时点的市场价格与客户协商定价；而在代客采购模式下，公司向客户销售时，从下达订单到交货，时间间隔普遍较短，毛利率一般不会受与供应商调价机制的影响，因此公司与客户一般不会约定调价机制。

2、成品贸易

报告期各期，公司成品贸易业务毛利率情况如下：

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
配套销售	6.34%	99.78%	9.19%	91.60%	8.77%	64.49%	9.48%	81.06%
代客采购	100.00%	0.22%	100.00%	8.40%	100.00%	35.51%	100.00%	18.94%
合计	6.54%	100.00%	16.82%	100.00%	41.17%	100.00%	26.63%	100.00%

报告期各期，公司成品贸易业务毛利率分别为 26.63%、41.17%、16.82%和 6.54%，受各期代客采购模式收入占比影响，毛利率有所波动。若剔除代客采购，配套销售模式下成品贸易业务毛利率保持在 6%至 10%之间，整体变动较小。

（二）同行业可比公司贸易业务毛利率情况

报告期各期，同行业可比公司福然德、海联金汇、华达科技、英利汽车和合肥高科均未披露其贸易业务毛利率情况。其他从事钢铝材贸易业务的上市公司毛利率情况如下：

1、宁波富邦（600768.SH）

根据宁波富邦年度报告，宁波富邦主要从事工业铝型材深加工业务，同时兼营铝铸棒等产品的贸易业务。2021年至2023年，宁波富邦贸易业务毛利率分别为 0.49%、0.53%和 0.80%。2021年，宁波富邦贸易业务毛利率与公司余料销售模式毛利率较为接近，2022年和2023年，两者有所差异，主要系两者定价机制不同所致，具体而言：宁波富邦贸易业务销售定价模式为以交货区间内上海长江有色网公布的现货市场国产铝锭最高价和最低价的算术平均价作为铝锭基价，再按物流成本加上相应的加工费予以定价。而公司在开展余料销售模式下的原材料

贸易业务时，销售定价主要基于当前销售时点的市场价格与客户协商定价，因此公司余料销售模式下毛利率会受采购至销售时点间原材料价格波动的影响而有所变动，宁波富邦则受这一因素影响较小，因此 2022 年和 2023 年两者毛利率差异具有合理性。

2、杭钢股份（600126.SH）

根据杭钢股份公开披露的《发行股份及支付现金购买资产暨关联交易报告书（草案）》，杭钢股份拟收购浙江东菱商贸有限公司，该公司主要从事钢材贸易业务，2019 年钢材毛利率为 1.09%，与公司 2021 年余料销售模式毛利率较为接近。

综上所述，报告期内，公司原材料贸易业务毛利率存在一定波动具有合理性。

（4）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第四十三条相关规定，在招股说明书中补充披露贸易业务相关情况

公司已在招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的基本情况”之“（四）发行人主要经营模式”之“3、销售模式”披露贸易业务相关情况，具体如下：

“此外，公司存在少量贸易业务的情形，根据贸易产品类型可分为原材料贸易与成品贸易，并以原材料贸易为主，具体交易背景为：公司在采购钢材、铝材等原材料时，会在满足生产需求的基础上增加部分采购量，以获得更优惠的采购价格，降低单位成本，从而使得短期内，公司少量原材料会有所结余，而钢、铝材作为大宗商品，价格变动较为频繁，因此公司会结合原材料市场价格走势将少量结余的原材料在恰当时点售出，以作为公司收入的有益补充。同时，行业内存在部分钢材、铝材需求方，因整体采购规模较小，无法直接向诺贝尔铝业、南山铝业、宝武集团等国内大型钢铝厂商采购，而公司凭借多年行业耕耘与上述厂商有着稳定、优质的业务合作关系，因此也会存在少数客户，根据其业务需要，不定期委托公司采购高质量钢铝等原材料的情形。报告期各期，公司上述原材料贸易业务收入实现金额分别为 5,491.19 万元、7,806.05 万元、29,967.72 万元和 9,434.69 万元，占各期营业收入的比例较低，分别为 1.79%、2.06%、6.68%和 4.67%。”

二、保荐人、申报会计师说明

请保荐机构、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、保荐人及申报会计师访谈了发行人管理层，了解发行人开展贸易业务的原因和历史沿革，评价持续开展贸易业务的商业合理性；查阅发行人贸易业务明细表，抽样检查各类型贸易业务合同及相关记账凭证；

2、结合价格及销量量化分析发行人不同类型贸易业务收入变动原因；将不同类型贸易业务采购、销售单价与发行人同类产品采购单价和市场价格进行对比，分析公允性及差异原因；

3、取得报告期各期发行人贸易业务收入成本明细表，结合原材料市场价格变动、不同类型贸易业务收入占比情况分析贸易业务毛利率变动原因；查阅同行业可比公司公开披露信息，了解其贸易业务毛利率情况并与发行人对比；

4、查阅发行人招股说明书中对于贸易业务的补充披露情况。

经核查，保荐人及申报会计师认为：

1、发行人原材料贸易业务均围绕钢铝材展开，成品贸易业务均围绕汽车和家电零部件展开，两者系日常经营过程中经常性、持续性业务，属于主营业务之一。自设立以来发行人持续开展贸易业务是获得集中采购价格优势及更好服务客户需求的重要举措，具有商业合理性；发行人贸易业务可分为原材料贸易和成品贸易两种类型，其中根据发生背景，原材料贸易业务可分为余料销售和代客采购两种模式，成品贸易业务除代客采购外，还包括配套销售模式；报告期内，发行人贸易业务主要客户和供应商变动具有合理性；发行人各类贸易业务购销合同均由发行人与客户、供应商独立签订，不同类型贸易业务购销合同无实质性差异；原材料余料销售模式和成品配套销售模式下，发行人采用总额法确认收入，代客采购模式下，发行人采用净额法确认收入，符合《企业会计准则》的规定；

2、**2021年至2023年**，随着发行人生产经营规模的扩大，原材料贸易业务采购金额与销售金额整体呈现增长趋势，且两者相互匹配，采购和销售单价、数量及金额变动具有合理性；报告期内，随着发行人产能规模快速扩大以及生产工序不断延伸完善，发行人自身一体化交付能力得以增强，产品订单更多通过自主生产方式完成交付，成品贸易业务采购和销售数量和金额逐年减少，销售单价受

不同汽车和家电零部件影响，有所波动，具有合理性；报告期内，发行人原材料贸易业务采购、销售价格均基于市场行情与供应商、客户协商确定，具有公允性，与公司同类产品采购价格和市场价格差异具有合理性；报告期内，发行人成品贸易业务采购、销售价格均与供应商、客户协商确定，具有公允性。由于不同产品价格差异较大，且无公开市场价格，因此无法与发行人整体汽车和家电零部件销售价格及市场价格对比；

3、报告期内，发行人原材料贸易业务毛利率变动主要系受原材料价格走势及不同模式原材料贸易订单执行情况影响，具有合理性；报告期内，受各期代客采购模式收入占比影响，发行人成品贸易业务毛利率有所波动，若剔除代客采购，配套销售模式下成品贸易业务毛利率保持在 **6%至 10%之间，整体变动较小**；同行业可比公司均未披露其贸易业务毛利率情况，其他从事钢铝材贸易业务的上市公司中宁波富邦 2021 年贸易业务毛利率与发行人余料销售模式下原材料贸易业务毛利率较为接近，2022 年和 2023 年两者有所差异主要系定价机制不同所致；浙江东菱商贸有限公司 2019 年钢材毛利率与发行人 2021 年余料销售模式下原材料贸易业务毛利率较为接近；

4、发行人已在招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的基本情况”之“（四）发行人主要经营模式”之“3、销售模式”披露贸易业务相关情况。

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。

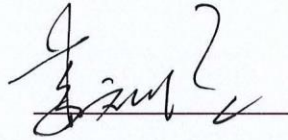
(本页无正文，为《关于苏州利来工业智造股份有限公司首次公开发行股票并在
主板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告》之签章页)



发行人董事长声明

本人已认真阅读苏州利来工业智造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：



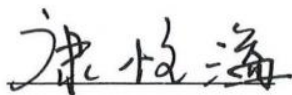
李六顺

苏州利来工业智造股份有限公司

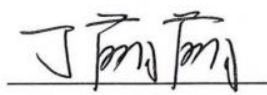


(本页无正文，为《关于苏州利来工业智造股份有限公司首次公开发行股票并在
主板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告》之签章页)

保荐代表人：



康恒溢



丁萌萌



保荐人董事长声明

本人已认真阅读苏州利来工业智造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，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐人董事长：


张佑君

中信证券股份有限公司

2024年12月27日



(本页无正文，为《关于苏州利来工业智造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第二轮审核问询函之回复报告》之签章页)



国浩律师(南京)事务所

负责人：潘明祥

潘明祥

经办律师：李文君

李文君

柏德凡

柏德凡

2024年12月27日

(本页无正文，为《关于苏州利来工业智造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第二轮审核问询函之回复报告》之签章页)



中国注册会计师: 邵明亮 邵明亮印

中国注册会计师: 陈震 陈震印

报告日期: 2024年12月27日