



关于安徽大昌科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



中银国际证券 股份有限公司
BOC INTERNATIONAL (CHINA) CO., LTD.

（上海市浦东新区银城中路200号中银大厦39层）

深圳证券交易所：

贵所于 2026 年 5 月 13 日下发的《关于安徽大昌科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函【2026】010062 号）（以下简称“问询函”）已收悉。安徽大昌科技股份有限公司（以下简称“大昌科技”“发行人”或“公司”）已会同中银国际证券股份有限公司（以下简称“中银证券”“保荐机构”“保荐人”或“主承销商”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”“会计师”或“容诚”）对问询函的有关事项进行了认真核查与落实，现提交本次问询函的回复（以下简称“本问询函回复”），请予以审核。

除另有说明外，本回复使用的简称与《安徽大昌科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。本问询函回复中若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

审核问询函所列问题	黑体、加粗
对问题的回答	宋体
对招股说明书的修改	楷体、加粗

目 录

问题 1.关于业务成长性	4
问题 2.关于技术先进性	23
问题 3.关于营业收入	27
问题 4.关于采购及毛利率	32

问题 1. 关于业务成长性

申请文件及首轮问询回复显示：

发行人主要客户包括奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田等，产品销往境内外市场。报告期内，发行人应用于燃油车销售收入占比下降较多，应用于新能源汽车的产品收入占比增加。

请发行人披露：

(1) 结合主要客户燃油车、新能源汽车销量变动、获取燃油车、新能源汽车项目定点情况等，分析报告期发行人应用于燃油车产品收入占比下降较多的原因；披露发行人已定点未量产项目配套的新能源汽车数量占比，分析未来各动力类型汽车收入的变动趋势。

(2) 报告期各期发行人对主要客户新增项目定点数量，新增获取合作客户情况，产品配套车型覆盖客户主流车型的比例，进一步分析发行人与主要客户合作的稳定性、开拓新客户的能力。

请保荐人、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确意见。

【回复】

一、结合主要客户燃油车、新能源汽车销量变动、获取燃油车、新能源汽车项目定点情况等，分析报告期发行人应用于燃油车产品收入占比下降较多的原因；披露发行人已定点未量产项目配套的新能源汽车数量占比，分析未来各动力类型汽车收入的变动趋势

(一) 结合主要客户燃油车、新能源汽车销量变动、获取燃油车、新能源汽车项目定点情况等，分析报告期发行人应用于燃油车产品收入占比下降较多的原因

发行人坚持燃油车与新能源汽车双并行发展的策略，产品矩阵由燃油车拓展至新能源车，除燃油车发动机、变速箱以及电动车三电系统等车辆结构差异导致产品不同外，发行人多数产品可适配于燃油车型、纯电动、插电式混合动力和增程电动汽车。

经核查发行人主营业务收入明细表，按产品分类统计主营业务收入中零部件收入，报告期内发行人按动力类型划分的产品收入结构如下：

单位：万元

主营业务收入-汽车零部件	2025年1-9月	2024年度	2023年度	2022年度
新能源汽车	26,819.86	27,693.58	21,983.84	9,898.61
通用产品	41,404.33	66,297.77	66,017.67	31,103.87
燃油车	5,286.35	13,366.41	20,720.69	31,614.58
合计	73,510.54	107,357.77	108,722.20	72,617.05
新能源汽车收入占比	36.48%	25.80%	20.22%	13.63%
通用产品收入占比	56.32%	61.75%	60.72%	42.83%
专用于燃油车收入占比	7.19%	12.45%	19.06%	43.54%

发行人按主机厂新能源、燃油车生产计划，将通用产品收入进一步区分，发行人产品收入结构如下：

单位：万元

主营业务收入-汽车零部件	2025年1-9月	2024年度	2023年度	2022年度
新能源汽车	31,321.24	29,370.68	25,270.35	10,211.84
燃油车	42,189.30	77,987.09	83,451.85	62,405.21
合计	73,510.54	107,357.77	108,722.20	72,617.05
新能源汽车收入占比	42.61%	27.36%	23.24%	14.06%
燃油车收入占比	57.39%	72.64%	76.76%	85.94%

由上表，发行人收入结构呈现燃油车占比持续下降、新能源与通用产品占比快速提升的趋势。报告期内，新能源产品收入占比由 14.06% 提升至 42.61%；燃油车收入占比由 85.94% 下降至 57.39%。报告期内，公司燃油车产品收入占比下降较多，主要系下游核心客户产品结构调整、合作车型迭代升级、定点项目布局优化共同作用的结果，具体分析如下：

1、核心客户新能源汽车销量高速增长，燃油车销量增速放缓或下滑

奇瑞汽车未在定期报告、招股说明书披露历年燃油车销量、新能源汽车销量情况，奇瑞汽车报告期各期新能源汽车、燃油车销量及其合计数系来源于其官网披露数据；广汽集团未在定期报告披露广汽传祺、广汽埃安、广汽本田历年燃油车销量、新能源汽车销量，因此仅能按集团列示具体情况。报告期内，公司主要客户奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田均加速推进新能源转型，销量结构发生变化：

客户名称	车型名称	2025年销量 (万辆)	变动率	2024年销量 (万辆)	变动率	2023年销量 (万辆)	变动率	2022年销量 (万辆)
奇瑞汽车	燃油车	190.25	-5.83%	202.03	18.43%	170.59	70.61%	99.99
	新能源汽车	90.38	54.88%	58.36	232.70%	17.54	-24.66%	23.28
	合计	280.64	7.78%	260.39	38.41%	188.13	52.61%	123.27
	燃油车占比	67.79%	-9.80%	77.59%	-13.09%	90.68%	9.56%	81.11%
	新能源汽车占比	32.21%	9.80%	22.41%	13.09%	9.32%	-9.56%	18.89%
广汽集团 (含广汽 本田、广 汽丰田等 合资品 牌)	燃油车	128.79	-16.82%	154.84	-20.79%	195.48	-7.95%	212.37
	新能源汽车	43.36	-4.64%	45.47	-17.27%	54.96	77.58%	30.95
	合计	172.15	-14.06%	200.31	-20.02%	250.44	2.93%	243.32
	燃油车占比	74.81%	-2.49%	77.30%	-0.75%	78.05%	-9.23%	87.28%
	新能源汽车占比	25.19%	2.49%	22.70%	0.75%	21.95%	9.23%	12.72%
零跑汽车	新能源汽车	59.66	103.10%	29.37	103.76%	14.42	29.67%	11.12
	新能源汽车占比	100.00%	/	100.00%	/	100.00%	/	100.00%

注 1：其余未上市客户无法查询燃油车、新能源汽车销量变动情况；

注 2：广汽集团未单独披露广汽传祺、广汽新能源、广汽本田燃油车及新能源汽车销售情况；

注 3：发行人与长安汽车子公司安徽建安底盘系统有限责任公司合作，销售内容为底盘组件，其生产加工成底盘悬架总成件后销售至其他主机厂，发行人无法直接获取其终端销售情况；

注 4：数据来源于其定期报告、招股说明书、官网等公开披露文件。

主要客户均加速新能源转型，销量结构显著变化。奇瑞汽车为公司第一大客户，2022-2025 年新能源汽车销量复合增长率达 57.17%，2025 年销量达到 90.38 万辆，占奇瑞汽车销量比例为 32.21%，成为其销量增长的核心驱动力；广汽集团燃油车销量连续三年下滑，2025 年燃油车销量为 128.79 万辆，同比下降 16.82%，2025 年新能源汽车销量 43.36 万辆，占广汽集团销量比例提升至 25.19%；新增核心客户零跑汽车为纯新能源车企，2025 年销量同比翻倍，进一步拉高了公司新能源产品收入占比。

报告期内，下游客户积极拥抱新能源转型带来的行业机遇，完成了燃油车、新能源汽车并行发展的转变。为匹配客户转型，发行人产品亦从燃油车类型主导往新能源、多种动力类型通用产品发展，使得新能源收入占比提高，燃油车产品收入占比下降。

2、合作车型迭代升级，老旧燃油车型逐步退出市场

报告期内，主机厂产品迭代呈现“老旧燃油车型退市、同车型推出多动力版

本”的特征：

客户	车型系列	车型	终端车型名称	版本	上市时间	
奇瑞汽车	奇瑞	瑞虎 3	瑞虎 3	燃油	2007 年	
			瑞虎 3X	燃油	2016 年	
		瑞虎 5	老款瑞虎 5	燃油	2013 年	
			瑞虎 5X 初代	燃油	2017 年	
			瑞虎 5X 现款	燃油	2020 年	
		瑞虎 7	瑞虎 7 标准版	燃油	2016 年	
			瑞虎 7PLUS	燃油/新能源	2021 年	
			全新一代瑞虎 7	燃油	2022 年	
		瑞虎 8	瑞虎 8 基础款	燃油	2018 年	
			瑞虎 8PLUS	燃油/新能源	2020 年	
			瑞虎 8 鲲鹏版	燃油	2021 年	
			瑞虎 8PRO	燃油/新能源	2022 年	
			瑞虎 8PLUS 插混	新能源	2023 年	
			新款瑞虎 8	燃油	2024 年	
		瑞虎 9	瑞虎 9	燃油/新能源	2023 年	
		欧萌达	欧萌达 5	燃油	2022 年	
			欧萌达 5 纯电	新能源	2023 年	
			T19CFL	新能源	2024 年	
		艾瑞泽	艾瑞泽 5	燃油	2016 年	
			艾瑞泽 5E	新能源	2017 年	
			瑞泽 5PLUS	燃油	2020 年	
			艾瑞泽 GT	燃油	2022 年	
			艾瑞泽 GX	燃油	2022 年	
			艾瑞泽 8	燃油	2022 年	
			风云 T10	新能源	2025 年	
			风云 A8	新能源	2025 年	
			风云 A9 旗舰版	新能源	2025 年	
			风云 A9 新款	新能源	2026 年	
		星途	星途 TX/TXL	星途 TX/TXL	燃油	2019 年
			追风	星途追风 (LX)	燃油	2019 年
	凌云		星途凌云	燃油	2021 年	

客户	车型系列	车型	终端车型名称	版本	上市时间
		揽月	星途揽月 (VX)	燃油	2021 年
		瑶光	星途瑶光	燃油/新能源	2023 年
		星纪元	星纪元 ET	新能源	2023 年
			星纪元 ES	新能源	2024 年
		星途 ET5	星途 ET5	新能源	2025 年
	智界	S7	智界 S7	新能源	2024 年
		R7	智界 R7	新能源	2024 年
振宜汽车	Jaecoo	探索	探索 06	燃油/新能源	2023 年
		杰酷	杰酷 J5	燃油/新能源	2025 年
宜宾凯翼汽车有限公司	炫界	炫界 Pro	凯翼炫界 Pro	燃油	2020 年
广汽集团	广汽乘用车	传祺	GS3	燃油	2020 年
			GS8	燃油/新能源	2021 年
			影豹	燃油	2021 年
			M6	燃油/新能源	2021 年
			M8	燃油/新能源	2022 年
	广汽新能源	AION	埃安 S	新能源	2019 年
			埃安 Y	新能源	2020 年
			埃安 RT	新能源	2024 年
			埃安 V (霸王龙)	新能源	2024 年
		昊铂	昊铂 SSR	新能源	2023 年
			昊铂 HT	新能源	2023 年
			昊铂 HL	新能源	2024 年
		广汽本田	本田	雅阁	雅阁
新雅阁	燃油/新能源				2022 年
飞度	飞度			燃油	2019 年
缤智	缤智			燃油	2022 年
致在	致在			燃油/新能源	2022 年

由上表，奇瑞汽车除瑞虎 3、瑞虎 5 及星途系列产品外，瑞虎 7、瑞虎 8、瑞虎 9、欧萌达、艾瑞泽等车型，均存在燃油+混动双版本，公司早期配套的瑞虎 3、老款瑞虎 5 等纯燃油车型逐步停产，收入贡献持续下降。2022 年后，奇瑞

新上市车型以燃油/混动等多动力版本为主，新能源产品销量占比持续提升；随着风云 A8、风云 T10、智界 S7、R7 等全新新能源车型上市，公司销售奇瑞汽车的新能源产品销量预计将同步增长。

广汽新能源主要销售埃安、昊铂等新能源汽车；广汽乘用车陆续推出燃油+混动版本的传祺 GS8、M6、M8，新能源产品销量占比持续提升。广汽本田于 2022 年上市混动版本的雅阁，合资品牌也进入新能源汽车赛道。

3、发行人根据主机厂定点项目匹配的车型，将产品按照车型动力类型划分为燃油车产品、新能源汽车产品以及通用产品

专用于燃油车的产品主要适配于加油口、燃油发动机、燃油动力系统的产品；专用于新能源汽车的产品主要适配于电池系统、电机系统及电控系统。由于奇瑞汽车、广汽本田等主机厂，在燃油汽车版本上迭代多种动力版本型号，除专用产品外，车身结构件总成、底盘组件等可适配全系列车型。如奇瑞汽车瑞虎 5、瑞虎 7、瑞虎 8、星途、欧萌达系列等存在燃油、插电式混动、增程电动等版本，发行人产品可适配同一平台的燃油、插电式混动、增程电动类别，该产品划分至通用产品类别。随着老旧燃油车型退市、同车型推出多动力版本，通用产品收入替代了部分纯燃油车产品收入，发行人专用于燃油车的产品收入逐渐下降。

4、项目定点结构向新能源汽车倾斜，通用零部件占比提升

报告期内，公司获取的定点项目中，新能源汽车零部件数量及占比逐渐提升，同时可同时适配燃油车与新能源汽车的通用零部件占比增加，进一步挤压了纯燃油车零部件的份额。报告期内，公司获取的定点项目信息已申请豁免。

综上所述，报告期内，公司专用于燃油车的产品收入占比呈下降趋势，系下游核心客户产品结构调整、合作车型迭代升级、定点项目布局优化共同作用的结果。发行人燃油车的产品收入规模、收入占比呈逐年稳步下降趋势，占比从 2022 年 85.94% 降至 2025 年 1-9 月 57.39%，与合作主机厂客户发展策略匹配。报告期发行人应用于燃油车产品收入占比下降较多具有合理性。

(二) 披露发行人已定点未量产项目配套的新能源汽车数量占比，分析未来各动力类型汽车收入的变动趋势

1、已定点未量产项目配套的新能源汽车数量占比

截至 2026 年 1 月 31 日，公司已获奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田、大众安徽、江淮汽车等已定点但尚未量产的车型项目 40 项，零部件数量共 714 个，按动力类型分布如下：

动力类型	零部件数量（个）	占比	备注
新能源汽车	413	57.84%	适配新能源车型
燃油汽车	167	23.39%	适配燃油车型
通用零部件	134	18.77%	可同时适配燃油车与新能源汽车
合计	714	100.00%	

注：上表系按获取定点时对应车型的动力类型划分类别。

发行人已定点未量产项目配套的新能源汽车数量占比 57.84%，燃油汽车配套零部件占比为 23.39%，可同时适配燃油车与新能源汽车的通用零部件占比为 18.77%。

截至 2026 年 1 月 31 日，按照各动力类型区分发行人已定点未量产定点项目：

客户	类型	定点项目	新车型/改款车型	新增定点零部件数量（个）
奇瑞汽车	燃油	T13C 项目	新车型	6
		T13J ICE	新车型	2
		T13T	新车型	2
		T13TBEV	新车型	2
		T18D	新车型	14
		T1E 24	改款车型	2
		T1G7DCT+PHEV	改款车型	2
		T1GC ICE	在 T1G 上改款车型	2
		T1GT	改款车型	2
		T1Q	新车型	42
		T1QBEV	新车型	2
	T1TP	新车型	71	
新能源	B30C	改款车型	1	

客户	类型	定点项目	新车型/改款车型	新增定点零部件数量(个)
		B40C	改款车型	1
		B50GC	改款车型	1
		E03 增程	改款车型	1
		***	新车型	78
		***	新车型	26
		***	改款车型	3
		T13C BEV	新车型	2
		T13TBEV	改款车型	1
		T1Q BEV	改款车型	3
	通用	T13C 项目	新车型	2
		T18D	新车型	4
T29		新车型	48	
广汽集团	新能源	AHT	改款车型	10
		AY7	新车型	3
		T08-Y1	改款车型	1
		T88-M	改款车型	2
	通用	***	新车型	23
		***	新车型	30
		T09-M	改款车型	2
		T75	新车型	17
		V20	新车型	4
	广汽本田	燃油	3GJ	新车型
新能源		3NE	新车型	1
大众汽车	新能源	***	改款车型	40
		***	新车型	44
江淮汽车	新能源	***	新车型	69
		***	新车型	124
比亚迪	新能源	***	新车型	1
		***	新车型	1
振宜汽车	通用	T1E	新车型	4
合计				714

注：通用类产品由于适用于燃油汽车和新能源汽车，前次披露合并于燃油汽车中。

2、未来各动力类型汽车收入的变动趋势

结合行业发展趋势、客户产品规划及公司已定点未量产项目情况，预计未来公司各动力类型汽车收入将呈现以下趋势：

（1）新能源汽车产品收入稳健增长

新能源汽车产品为公司核心产品，预计 2026-2028 年专属新能源汽车产品收入占比将在 40%左右，主要影响因素：①已定点未量产项目中新能源占比近 70%，奇瑞智界、江淮尊界、大众安徽等新能源车型将在 2026-2027 年集中量产，发行人新能源产品销量将会增加；②公司底盘组件、轻量化产品等高附加值产品在新能源车型中的配套比例显著高于燃油车，随着新的新能源车型上市，发行人底盘组件、轻量化产品销量增加将会提高新能源产品收入占比。

（2）燃油汽车产品收入将保持稳定

专用于燃油汽车产品收入将保持基本稳定，预计维持在 10%以下。根据中国汽车工业协会预测，2026 年国内新能源汽车销量预计突破 1900 万辆，渗透率达 54%，新能源汽车快速增长，但目前国内燃油车销量占比仍接近 50%，目前国内市场仍为新能源汽车及燃油车并行发展。奇瑞汽车的燃油汽车销量占比超过 65%，且其在俄罗斯、巴西、东南亚、中东等境外市场的燃油车销量将持续贡献收入。

（3）通用零部件收入

通用零部件收入将保持稳定，占比维持在 50%-60%。报告期内，下游客户在转型期间，推出各品牌纯电动汽车、插电式混合动力汽车和增程电动汽车在内的多种动力类型，发行人为匹配客户转型，产品亦从燃油车类型主导往新能源、多种动力类型通用产品发展，因此通用零部件收入快速增加。目前，发行人的主要客户合作车型已迭代升级，随着老旧燃油车型逐步退出市场，通用零部件作为多动力平台共享产品，收入将进入稳定期。

二、报告期各期发行人对主要客户新增项目定点数量，新增获取合作客户情况，产品配套车型覆盖客户主流车型的比例，进一步分析发行人与主要客户合作的稳定性、开拓新客户的能力

(一) 报告期各期发行人对主要客户新增项目定点数量

报告期内，公司对核心客户的新增定点数量整体呈增长趋势，合作深度不断加强。报告期内，公司主要客户的新增定点项目数量已申请豁免。2025 年度，奇瑞汽车定点项目数量较 2022 年度增长 92.62%；广汽集团定点项目数量较 2022 年度增长 226.67%；广汽本田 2025 年度新增定点 19 个。公司凭借良好的产品性能，优良的服务，已经与主要客户建立了长期、稳定的战略合作关系。2024 年奇瑞汽车定点项目及零部件数量下降主要是因为当期奇瑞汽车新车型、改款车型较少。

(二) 新增获取合作客户情况

截至 2025 年末，发行人已通过 23 家主机厂及零部件供应商的资格认证，报告期内新增比亚迪、大众安徽、广汽丰田、东风日产的一级供应商资格认证。其中 2025 年新增的广汽丰田、东风日产已完成新车型同步开发，客户结构从自主品牌拓展至德系、日系合资品牌及华为合作品牌。

序号	厂商	标志	认证时间	与主机厂合作方式	配套产品
1	比亚迪		2022 年	一级供应商	仪表板横梁总成
2	大众安徽	 大众安徽	2022 年	一级供应商	车身冲压、焊接件总成
3	广汽丰田		2025 年	一级供应商	仪表板横梁总成
4	东风日产	 东风日产	2025 年	一级供应商	仪表板横梁总成

截至 2025 年末，发行人已与广汽丰田完成新车型的同步开发，并获得新的

项目定点。随着发行人与客户合作深入，客户对公司技术能力和交付能力的持续认可，未来合作车型将会不断增加。

客户	项目	类别	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
大众汽车	本期定点项目	车型项目（个）	-	2	-	-
		零部件数量（件）	-	115	-	-
比亚迪	本期定点项目	车型项目（个）	1	1	-	-
		零部件数量（件）	1	1	-	-
广汽丰田	本期定点项目	车型项目（个）	1	-	-	-
		零部件数量（件）	1	-	-	-

发行人配合东风日产同步开发的车型为某大型 SUV 车型，目前已完成同步开发，正在检验各项指标中。发行人预计 2026 年中旬可获取项目定点，该车型预计量产时间为 2027 年中下旬。

（三）产品配套车型覆盖客户主流车型的比例

1、发行人产品在奇瑞汽车具体车型的配套情况

（1）发行人配套奇瑞汽车第二级车型销量情况

发行人主要配套奇瑞汽车奇瑞系列、星途系列以及智界系列，未配套捷途及 iCAR 系列，具体销量情况如下：

单位：万辆

奇瑞汽车	2025 年度	占比	2024 年度	占比	2023 年度	占比	2022 年度	占比
奇瑞系列	166.52	66.49%	155.57	64.96%	127.06	75.83%	87.79	78.87%
星途系列	10.89	4.35%	14.16	5.91%	12.55	7.49%	5.34	4.80%
智界系列	9.05	3.61%	5.80	2.42%	0.09	0.05%	-	0.00%
发行人配套车型	186.46	74.45%	175.53	73.29%	139.70	83.38%	93.14	83.68%
捷途系列	54.57	21.79%	56.84	23.73%	27.71	16.54%	18.01	16.18%
iCAR 系列	9.40	3.75%	7.13	2.98%	0.14	0.09%	0.16	0.15%
发行人未配套车型	63.97	25.55%	63.97	26.71%	27.85	16.62%	18.17	16.32%
奇瑞汽车汇总	250.44	100.00%	239.50	100.00%	167.55	100.00%	111.31	100.00%

注：数据来源于盖世汽车。

报告期内，发行人配套的车型占奇瑞汽车的比例分别为 83.68%、83.38%、

73.29%及 74.45%，主要是由于发行人未配套的奇瑞捷途系列增长所致。由于捷途系列生产基地位于开封、福州等生产基地，发行人出于经营策略考虑，暂未在该地区配套建设生产基地，因此无法覆盖捷途系列。

(2) 发行人配套奇瑞汽车第三级车型销量情况

报告期各期，奇瑞汽车第三级车型销量情况如下：

单位：万辆

奇瑞汽车	生命周期	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
奇瑞汇总		166.52	155.57	127.06	87.79
艾瑞泽 5	2016 年至今	5.55	7.61	10.62	8.12
艾瑞泽 5e	2017 年至今	-	0.72	0.73	2.32
艾瑞泽 8	2022 年至今	17.37	15.05	11.50	2.19
瑞虎 3	2016 年至今	-	-	-	0.47
瑞虎 3x	2018 年至今	8.08	10.43	9.41	7.58
瑞虎 5X	2017 年至今	24.20	16.72	16.22	11.49
瑞虎 7	2016 年至今	20.59	29.63	23.65	15.38
瑞虎 7PHEV	2024 年至今	3.24	1.45	-	-
瑞虎 8	2018 年至今	24.19	31.44	22.56	18.05
瑞虎 8L	2025 年至今	0.51	-	-	-
瑞虎 8PHEV	2023 年至今	-	0.71	0.79	-
瑞虎 9	2023 年至今	6.47	7.39	4.36	-
瑞虎 9 C-DM	2024 年至今	1.20	0.75	-	-
奇瑞风云 A8	2024 年至今	1.21	3.54	-	-
风云 T8	2025 年至今	1.54	-	-	-
风云 A9L	2025 年至今	5.55	-	-	-
奇瑞欧萌达 EV	2024 年至今	2.91	2.31	-	-
欧萌达 5	2022 年至今	11.94	13.12	12.92	2.75
奇瑞探索 06	2023 年至今	9.35	未披露	3.70	-
奇瑞探索 06 C-DM	2025 年至今	10.10			
发行人配套奇瑞系列小计		154.00	140.88	116.46	68.34
发行人配套奇瑞系列占比		92.48%	90.56%	91.66%	77.84%
星途汇总		10.89	14.16	12.55	5.34
星途星纪元 ES	2023 年至今	0.04	0.42	0.07	-

奇瑞汽车	生命周期	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
星纪元 ESREEV	2025 年至今	1.43	-	-	-
星途星纪元 ET	2024 年至今	0.07	0.77	-	-
星途星纪元 ET 增程	2024 年至今	-	1.55	-	-
星纪元 ETREEV	2025 年至今	1.44	-	-	-
星途瑶光	2023 年至今	1.16	3.04	3.74	-
星途瑶光 PHEV	2024 年至今	3.45	1.35	-	-
星途凌云	2019 年至今	1.20	3.41	3.56	-
星途揽月	2021 年至今	0.69	1.94	2.36	-
揽月 C-DM	2025 年至今	0.29	-	-	-
星途 ET5REEV	2025 年至今	0.31	-	-	-
星途 TXL	2019 年至今	-	-	-	5.34
星途追风	2021 年至今	0.82	1.69	2.83	-
发行人配套星途系列小计		10.89	14.16	12.55	5.34
发行人配套星途系列占比		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
智界汇总		9.05	5.80	0.09	-
智界 R7	2023 年至今	5.68	2.70	-	-
智界 R7REEV	2025 年至今	2.14	-	-	-
智界 S7	2023 年至今	1.23	3.10	0.09	-
发行人配套智界系列小计		9.05	5.80	0.09	-
发行人配套智界系列占比		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：数据来源于盖世汽车。

报告期内，发行人配套的奇瑞系列车型为艾瑞泽 5、艾瑞泽 8、瑞虎 3x、瑞虎 5X、瑞虎 7、瑞虎 8、瑞虎 9 等车型，占奇瑞系列销量比例约为 85%；发行人配套的星途系列车型为星纪元、瑶光、揽月、TXL 等车型，覆盖星途系列全部车型；发行人配套的智界系列车型为智界 R7、S7，覆盖智界系列全部车型。

（3）奇瑞汽车具体车型配套情况

报告期内，发行人产品在奇瑞汽车核心车型配套比例已申请豁免。发行人直接配套奇瑞汽车的车型为奇瑞系列、星途系列、智界系列，根据奇瑞汽车披露信息，2024 年，奇瑞汽车共有八款车型的平均月销量超过 10,000 台，分别为瑞虎 8、瑞虎 7、捷途旅行者、瑞虎 5X、捷途 X70、艾瑞泽 8、OMODA（欧萌达）5

及智界 R7，覆盖轿车及 SUV。发行人产品覆盖瑞虎 8、瑞虎 7、5X、艾瑞泽 8、OMODA（欧萌达）5 及智界 R7 等 6 款，报告期内，发行人涉及的产品配套比例稳定在 90%以上

2、发行人产品在广汽集团具体车型的配套情况

（1）发行人配套广汽集团第二级车型销量情况

广汽集团旗下主要有两个自主品牌、两个合资品牌，其中自主品牌为传祺系列、埃安及昊铂系列，分别由子公司广汽传祺、广汽新能源经营；合资品牌为本田、丰田系列，分别由合资公司广汽本田、广汽丰田经营。

报告期内，发行人主要配套广汽集团子公司的传祺系列、埃安及昊铂系列、合资公司的本田系列，未配套丰田系列，具体销量情况如下：

单位：万辆

广汽集团	2025年度	占比	2024年度	占比	2023年度	占比	2022年度	占比
传祺系列	31.11	17.56%	41.54	21.04%	40.72	16.62%	35.88	15.04%
埃安及昊铂系列	27.46	15.50%	35.74	18.10%	48.83	19.92%	28.9	12.11%
本田系列	34.91	19.70%	46.53	23.56%	62.8	25.63%	73.6	30.85%
发行人配套车型	93.48	52.76%	123.81	62.70%	152.35	62.17%	138.38	58.01%
丰田系列	83.71	47.24%	73.65	37.30%	92.72	37.83%	100.17	41.99%
发行人未配套车型	83.71	47.24%	73.65	37.30%	92.72	37.83%	100.17	41.99%
广汽集团汇总	177.19	100.00%	197.457	100.00%	245.0712	100.00%	238.55	100.00%

注：数据来源于盖世汽车。

报告期内，发行人配套的车型占广汽集团（含合资品牌）的比例分别为 58.01%、62.17%、62.70%及 52.76%，主要是由于发行人未配套的丰田系列增长所致。发行人未与广汽丰田合作主要系因未取得一级供应商资质，发行人已于 2025 年获得广汽丰田一级供应商，并获得新车型的项目定点。

（2）发行人配套广汽集团第三级车型销量情况

报告期各期，广汽集团第三级车型销量情况如下：

单位：万辆

广汽集团	生命周期	2025年度	2024年度	2023年度	2022年度
广汽传祺汇总		31.11	41.54	40.72	35.88

广汽集团	生命周期	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
传祺 GS3 (2024 年更名影速)	2017 年至今	8.87	9.50	6.77	3.16
传祺 GS4	2015 年至今	2.68	3.17	2.82	9.07
传祺 GS8	2016 年至今	3.91	4.67	4.38	5.75
传祺 M6	2018 年至今	2.61	5.11	5.37	3.80
传祺 M8	2017 年至今	5.03	5.87	6.62	6.53
传祺 M8FHEV	2022 年至今	-	1.21	1.99	-
传祺 S7PHEV	2025 年至今	1.94	-	-	-
影豹 (Empow)	2021 年至今	1.96	3.05	3.79	4.58
影豹 FHEV	2022 年至今	-	0.16	0.73	-
影酷 (Emkoo)	2022 年至今	0.37	1.09	3.17	1.70
影酷 FHEV	2023 年至今	0.15	0.27	0.64	-
发行人配套传祺系列小计		27.51	34.11	36.29	34.59
发行人配套传祺系列占比		88.42%	82.10%	89.11%	96.42%
广汽埃安汇总		27.46	35.74	48.83	28.90
Aion Y	2021 年至今	6.00	14.52	22.96	11.97
AION S	2019 年至今	4.70	12.28	22.22	11.57
Aion V	2020 年至今	3.87	5.31	2.04	3.18
Aion i60REEV	2025 年至今	1.23	-	-	-
Aion i60EV	2025 年至今	0.78	-	-	-
Aion RT	2024 年至今	4.31	3.36	-	-
埃安 LX	2019 年至今	0.01	0.23	-	0.40
发行人配套埃安系列小计		20.90	35.70	47.22	27.12
发行人配套埃安系列占比		76.14%	99.88%	96.70%	93.83%
昊铂汇总		1.55	1.98	0.93	-
HYPER GT	2023 年至今	-	0.54	0.58	-
HYPTEC GT	2025 年至今	0.08	-	-	-
HYPTEC HT	2023 年至今	0.99	1.43	0.35	-
HYPTEC HL	2025 年至今	0.22	-	-	-
HYPTE CHL REEV	2025 年至今	0.23	-	-	-
发行人配套昊铂系列小计		1.52	1.97	0.93	-
发行人配套昊铂系列占比		97.60%	99.86%	99.84%	-

注：数据来源于盖世汽车。

报告期内，发行人配套的广汽集团传祺系列车型为传祺 GS3、传祺 GS4、传

祺 GS8、传祺 M6、传祺 M8、影豹等车型，占传祺系列销量比例约为 85%；发行人配套的埃安系列车型为 Aion Y、AION S、Aion V、Aion RT 等车型，占埃安系列销量比例约为 75%；发行人配套的昊铂系列车型为昊铂 GT、HT，占昊铂系列销量比例约为 95%。

(2) 广汽集团具体车型配套情况

报告期内，发行人产品在广汽集团核心车型配套比例已申请豁免。根据广汽集团披露信息，2024 年度广汽乘用车在国内 MPV 厂家中高居榜首，M8、M6 等车型系列继续位居细分市场前列、AIONS 和 AIONY 终端销量分别位列国内纯电 A 级轿车第二位和纯电 A 级 SUV 第二位。发行人产品覆盖 AINOS、AINOY、M6、M8 等核心车型。报告期内，发行人涉及的产品配套比例稳定在 90% 以上。

3、发行人产品在广汽本田具体车型的配套情况

(1) 发行人配套广汽本田第三级车型销量情况

报告期各期，广汽本田第三级车型销量情况如下：

单位：万辆

广汽本田	生命周期	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
广汽本田汇总		34.91	46.53	62.80	73.60
雅阁	2018 年至今； 2023 年第十 一代雅阁上市	16.22	15.96	14.40	18.93
型格	2021 年至今	1.50	6.75	12.93	8.29
皓影	2022 年至今	11.60	12.86	11.62	10.04
飞度	2014 年至今	-	1.11	4.94	6.55
缤智	2020 年至今	0.52	1.29	3.96	9.91
雅阁混动	2018 年至今	-	-	2.02	4.46
凌派	2013 年至今	-	0.42	-	2.18
皓影混动	2019 年至今	0.28	0.43	1.18	2.39
凌派混动	2018 年至今	-	0.07	0.23	0.53
致在	2022 年至今	0.42	0.88	2.79	0.58
皓影 PHEV	2021 年至今	0.23	0.26	0.48	0.42
雅阁 PHEV	2023 年至今	0.43	0.64	0.69	-
发行人配套广汽本田小计		31.20	40.67	55.25	64.27

发行人配套广汽本田占比		89.38%	87.40%	87.98%	87.32%
-------------	--	--------	--------	--------	--------

注：数据来源于盖世汽车。

报告期内，发行人配套的广汽本田车型为雅阁、型格、皓影、飞度、缤智等车型，占广汽本田销量比例约为 85%。

(2) 广汽本田具体车型配套情况

报告期内，发行人产品在广汽本田核心车型配套比例已申请豁免。公司产品覆盖广汽本田雅阁、皓影等主力车型。根据广汽本田披露信息，2024 年后雅阁及皓影车型销量占本田系列销量超过 50%，发行人产品覆盖这两款核心车型。报告期内，发行人涉及的产品配套比例稳定在 90% 以上。

(四) 分析发行人与主要客户合作的稳定性、开拓新客户的能力

1、与主要客户合作具有高度稳定性

(1) 定点数量持续增长，合作深度不断加强

报告期内对奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田的新增定点项目数量整体呈上升趋势，2025 年分别新获得定点项目数量 287 个、98 个及 19 个，较 2022 年增长 92.62%、226.67%、533.33%，客户对公司技术能力和交付能力的持续认可。

(2) 主流车型全覆盖，同步开发程度高

核心车型配套比例稳定在 90% 以上，且深度参与客户新车型的同步开发。报告期内，公司对奇瑞汽车主营业务收入中同步开发产品收入占比超过 99%，从车型概念设计阶段就提供技术支持，形成了相互依存的合作关系。

(3) 合作关系长期稳定，更换成本高

汽车零部件行业主机厂认证周期长、准入门槛高，认证过程通常需要 1-2 年时间，且需要投入大量资源。公司与奇瑞汽车合作已超过 20 年，与广汽集团、广汽本田合作超过 10 年，建立了长期稳定的战略合作关系，客户不会轻易更换供应商。

2、新客户开拓能力持续增强

(1) 客户群体不断优化

截至 2025 年末，发行人已通过 23 家主机厂及汽车零部件供应商的供应商资

格认证，其中报告期内新增比亚迪、大众安徽、广汽丰田、东风日产的一级供应商资格认证。发行人合作客户从自主品牌逐步拓展至德系合资（大众安徽）、日系合资（广汽丰田、东风日产）、造车新势力（零跑汽车）及华为合作品牌（智界、尊界），客户结构持续优化。

（2）新能源客户占比提高

新增客户以新能源车企为主，大众安徽、江淮汽车等客户的定点项目将在未来 2-3 年集中释放收入，成为公司新的业绩增长点。截至 2026 年 1 月 31 日，大众安徽、江淮汽车已定点未量产零部件数量分别达 84 个、193 个。

（3）技术能力得到广泛认可

凭借轻量化技术、智能焊接技术、同步开发能力等核心优势，成功突破多个高端客户的供应链壁垒。例如，公司开发的铝合金防撞梁、轻量化副车架等产品，较传统钢质产品减重 30% 以上，满足了新能源汽车对轻量化的核心需求，获得了华为智界、华为尊界等高端客户的认可。

三、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅汽车及汽车零部件行业相关研究报告、同行业可比公司的年度报告、临时公告、招股说明书等公开信息，分析奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田等主机厂报告期内燃油车、新能源车销售情况及变化；获取奇瑞汽车、广汽集团等大客户的销售明细表，统计发行人燃油车及新能源汽车销量比例及变化；

2、获取报告期内发行人新能源汽车、燃油车、新能源与燃油车通用产品分别对应的销售金额、占比、主要合作客户及收入分布情况；

3、访谈发行人高管，了解发行人配套的主要产品车型迭代情况；

4、获取发行人已定点已量产产品清单、已定点未量产产品清单；整理发行人 2022 年度至 2025 年度新项目定点情况以及已定点未量产的产品定点情况；按奇瑞汽车生产基地所在地区、境外 CKD 模式分析发行人收入；

5、获取发行人收入成本明细，分析发行人主要产品销量、单价变动情况；

整理发行人产品配套不同车型销售情况；

6、获取发行人 2025 年新客户项目定点信息；

7、补充奇瑞汽车奇瑞系列、星途系列、智界系列车型销量；分析 2025 年、2024 年变动情况；

8、统计报告期内奇瑞汽车、广汽集团及广汽本田新上市车型及发行人覆盖情况；

9、查阅同行业可比公司披露的定期报告、招股说明书、上市审核问询回复等公开信息，整理可比公司不同动力汽车配套产品收入金额及其占主营业务收入比例情况；

10、整理报告期内奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田的招投标资料，分析发行人对主要客户中标率、中标金额的变化；

11、查阅主机厂对发行人的荣誉及认证。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

报告期内发行人动力汽车配套产品收入呈现燃油车占比持续下降、新能源汽车与通用产品占比快速提升的趋势，这一结构与下游奇瑞、广汽等核心客户新能源汽车销量占比上升、车型向多动力版本迭代的情况高度匹配，且发行人现有定点项目动力分布与当前收入结构一致，已定点未量产项目也将进一步支撑未来收入结构向新能源领域优化。

结合发行人定点项目动力分布情况，预计未来新能源汽车产品收入稳健增长、燃油汽车产品收入及通用零部件收入将保持稳定。

问题 2. 关于技术先进性

申请文件及首轮问询回复显示：

发行人在研项目主要包括新能源汽车、汽车智能化、轻量化等技术方向。

请发行人披露：

轻量化产品工艺的研发项目、超高强度 B 柱总成工艺、M1E 后轴总成的研发等技术对应的在研项目情况，包括研发内容、应用场景领域、目标成果及预计完成时间等。

请保荐人说明核查依据、过程，并发表明确意见。

【回复】

一、轻量化产品工艺相关的研发项目、超高强度 B 柱总成工艺、M1E 后轴总成的研发等技术对应的在研项目情况，包括研发内容、应用场景领域、目标成果及预计完成时间等

发行人轻量化产品工艺相关的研发项目、超高强度 B 柱总成工艺、M1E 后轴总成的研发等技术对应的在研项目情况如下：

在研项目	研发内容	应用场景领域	目标成果	完成时间	备注
高端新能源汽车车身冲焊件铝代钢轻量化产品工艺的研发	针对铝合金材料的特性，设计和制造专用冲压模具。通过模拟分析和试验验证，优化冲压工艺参数，如冲压速度、压力分布等，提高铝合金车门的冲压成型质量和生产效率；连接工艺研究：根据铝材的特点和产品的要求，选择合适的焊接方法。针对所选焊接方法，研究优化焊接参数和焊接过程控制策略。通过调整焊接电流、电压、焊接速度等参数，以及优化焊接顺序和预热、后热等工艺措施，提高焊接质量和效率。根据铝代钢工艺的要求，选型和采购合适的设备。对于现有设备，进行必要的改造和升级，以适应铝合金材料的加工需求。同	主要应用于高端新能源汽车车身冲焊件生产领域，涵盖纯电动、插电式混合动力等高端新能源乘用车的车身核心结构件（如车门、引擎盖、翼子板、底盘支架等）的制造，适配高端新能源汽车对车身轻量化、节能降耗、续航提升及车身强度的核心需求，可广泛应用于中高端新能源汽车主机厂。研发成果主要应用在：VW316/X2233、X243、E03 REEV、E01、EHX 等车型。	掌握铝材产品开发设计、铝材焊接工艺参数数据库，探索焊接电流、焊接时间、焊接角度等与焊接熔深的内在关系；该成果可直接应用于企业的高端新能源汽车车身冲焊件生产，帮助企业快速适配铝合金材料的冲压、焊接工艺，无需反复调试参数，大幅缩短铝代钢产品的研发周期，降低试产成本，同时提升车身冲焊件（车门、底盘支架等）的生产质量与效率，助力企业满足高端新能源主机厂的配套标准，增强企业在轻量化零部件领域的核心竞争力。	2025年4月	轻量化产品工艺相关的研发项目

在研项目	研发内容	应用场景领域	目标成果	完成时间	备注
	时，建立设备维护和管理体系，确保设备的正常运行和使用寿命。				
铝合金轻量化工艺研发	材料选择与评估：深入研究不同系列铝合金（如5系、6系）的材料特性，结合产品的轻量化目标与工艺要求，进行科学的选型与匹配，确保材料性能最优化的满足设计需求。生产工艺优化：针对选定铝合金的材料特性，系统性地研究与优化冲压成型工艺。重点攻克冲压参数（如压力、速度、润滑）、模具设计（如间隙、圆角）等关键技术，通过DOE实验与仿真分析，确定最佳生产方案，解决开裂、起皱等缺陷。质量管理体系构建：建立覆盖全流程的质量控制体系。制定从原材料入库检验（成分、力学性能）、生产过程监控（成型稳定性）到成品出厂检验（外观、尺寸精度、性能）的标准化流程与规范，确保产品质量的一致性与可靠性。	应用于高端新能源汽车车身及零部件轻量化制造领域，包括车身钣金件、底盘部件、内饰支撑件等产品的生产，适配高端新能源汽车对轻量化、高强度、耐腐蚀、低能耗的需求，可服务于高端新能源汽车主机厂，同时可拓展至新能源商用车的轻量化部件制造。研发成果主要应用在：X2233、X245、E03REEV、T29、EHX、EHV等车型。	形成标准化技术文件：编制《铝合金钣金件冲压设计规范》，内容涵盖材料选型、模具设计、工艺规程及检验标准，为企业的铝合金产品生产提供标准化依据，规范生产流程、减少工艺偏差，降低质量管控成本；实现产品质量突破：显著提升产品良率，将铝合金冲压件的开裂、起皱等缺陷率控制在目标范围内，确保产品外观、尺寸及性能100%满足客户技术标准，帮助零部件企业稳定供货，提升客户认可度；达成降本增效目标：通过工艺优化，有效降低原材料损耗，提高生产节拍与设备利用率，在保证高品质的前提下，实现单位产品生产成本的显著降低，助力企业在高端新能源轻量化零部件市场中提升价格优势，扩大市场份额	预计2026年6月	轻量化产品工艺相关的研发项目
纤维增强复合材料轻量化部件智能化制造研发技术	复合材料部件产品包括产品设计、塑料注塑成型分析、自动化拉铆工艺、模块化分装、防错在线检测等。主要技术点：基于模拟仿真结果的零件设计与制造，采用有限元分析对汽车零部件进行拓扑优化设计，使零件在满足使用性能的条件下重量达到最轻。利用模流仿真分析对产品成型过程进行模拟仿真，在仿真模拟过程中找到产品成型过程的缺陷，并及时对其进行改进。自动化快速拉铆工作站，采用振动盘排序将螺母精准定位在固定位置，由拉铆机器人自动取螺母。采用双工位夹具往返连续拉铆生产。柔性模块化组装线，在柔性模块化装配线线体上有若干个工位，两	应用于高端新能源汽车轻量化核心部件的智能化制造领域，涵盖车身结构件、内饰功能件、电池包外壳、底盘轻量化部件等的生产，适配高端新能源汽车对部件轻量化、高强度、集成化及生产智能化、高效化的需求，可服务于高端新能源汽车主机厂，同时可拓展至高端装备等领域的轻量化部件智能化生产。研发成果主要应用在：M32T FL2.0T、EH3、E0Y、E02、T1X、T26、E0X等车型上。	建立自身的模具、夹具、检具标准库，通过生产实际验证，工艺设计满足生产需求，可直接为汽车零部件企业提供标准化的工装配套方案，减少模具、夹具的设计与调试时间，降低企业生产前期投入；自动化产线达到设计目标，产能节拍、质量目标均符合设计要求，可帮助零部件企业实现纤维增强复合材料轻量化部件的规模化、智能化生产，提升生产效率、降低人工成本，解决传统手工装配效率低、误差大的痛点；与客户共同进行产品优化，建立类似产品库，便于企业快速响应高端新能源主机厂的个性化需求，缩短产品交付周期，增强企业与主机厂的配套合作粘性。本次	2023年9月	轻量化产品工艺相关的研发项目

在研项目	研发内容	应用场景领域	目标成果	完成时间	备注
	端各有一个升降机。产品从模块化装配线开始端向结束端移动,此过程中将所有 DB 件在各个工位上装配到部件上,装配过程采用扭力识别和拧紧数量追溯来防止漏装。装配完成后,总成件采用视觉或更高的技术来在线防错漏,保证总成件符合质量要求。		研发获取了发明专利 3 项:一种汽车前端模块冷却器上下支架安装夹具(202011590167.X);应用在汽车上支架和机盖开启把手自动化拉铆中的夹具(202011590156.1);夹持轿车前端总成及大灯臂的专用装配工装(202011626637.3)。		
适配新能源汽车超高强度 B 柱总成工艺技术及制造研发	重点研究国产高硼钢经热成型处理、去氧化皮工序后,其分区屈服强度的变化规律及关键尺寸的波动范围;研究内加强板所用 420/780 双相钢经冲压成型后,关键匹配尺寸的变化量,确保尺寸精度满足装配要求;同时研发无痕电阻焊接方案,解决焊接过程中出现的外观缺陷、强度不足等问题,优化焊接工艺参数,保障焊接质量的稳定性。	主要应用于汽车高强度板加工制造领域,聚焦汽车车身结构件的生产,针对性适配汽车高强板的冲压成型技术、热冲压成型技术,可广泛应用于各类乘用车、商用车的车身 B 柱总成生产,助力提升汽车车身的抗碰撞性能、轻量化水平及结构稳定性。研发成果主要应用在:M1E、T26、T19C、E01、E03REEV、T29 等车型车身项目中。	提升公司多工艺策划能力,熟练掌握热成型、高强度钢板冲压成型、无痕电阻焊接等核心工艺技术要点;掌握新工艺制造过程中的公差分解、匹配及释放方法,制定科学合理的公差管控方案,形成标准化的工艺管控能力;熟练掌握新产线、工装设备的核心技术,确保产线稳定运行、工装精准适配,为规模化生产提供技术支撑。	2023 年 12 月 25 日	-
M1E 后轴总成的研发	开展乘用车后轴总成全流程研发工作,重点完成轮毂法兰板、横梁的产品设计与研发,研究外倾前束角的产品设计及过程设计要点,探索新的结构设计方式,积累底盘结构设计经验;通过过程工艺验证,不断优化、改良工艺参数,总结弧焊工艺应用中的经验教训,建立企业自身的弧焊参数库,提升弧焊工艺标准化水平;在试制过程中,探索科学的质量控制方法,优化试制流程,提高底盘制造过程的质量稳定性;同时积累自动化工装开发经验,推动公司智能装备水平提升,助力生产效率优化。	主要应用于乘用车车型的底盘系统,适配整车装配需求,聚焦汽车底盘部件的研发与制造领域,可为同类车型的后轴总成研发提供技术参考,助力提升整车底盘的操控性、稳定性及安全性,拓展企业的业务范围。研发成果主要应用在:M1E、T26、T19CEV、T13JBEV、E01、E0X 等车型底盘项目中	产品研发设计完全满足整车功能、性能要求,顺利通过客户审核并获得批准;产品通过强度、刚度、疲劳、模态及整车相关试验验证,各项性能指标达到设计标准及客户要求;产品顺利实现投产、达产,生产效率及产品合格率满足客户商品车批量生产要求。丰富完善企业自身的产品参数库和工艺参数库,为同类型产品或工艺提升提供数据基础。申报发明专利 1 项:一种汽车后扭力梁加工工艺(202110919015.8)、实用新型专利 1 项:乘用车后扭力梁同步对称夹紧分中焊接夹具(202121616301.9)	2023 年 1 月 4 日	-

(续)

在研项目	研发开始时间	预算	当期进度
高端新能源汽车车身冲焊件铝代钢轻量化产品工艺的研发	2024年2月	220万元	已完成
铝合金轻量化工艺研发	2024年12月	301万元	即将完成
纤维增强复合材料轻量化部件智能化制造研发技术	2020年3月	350万元	已完成
适配新能源轿车超高强度B柱总成工艺技术及制造研发	2021年1月	300万元	已完成
M1E后轴总成的研发	2021年2月	230万元	已完成

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人履行了以下核查程序：

- 1、审阅了发行人相关研发项目的文件；
- 2、审阅了发行人相关专利；
- 3、审阅了发行人关于相关研发项目的说明文件，访谈了发行人相关研发人员。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：发行人轻量化产品工艺相关的研发项目、超高强度B柱总成工艺、M1E后轴总成等研发项目真实，相关研发项目内容、应用场景与发行人客户订单相匹配，相关研发项目取得了相应研发成果，研发周期及预计完成时间合理。

问题 3. 关于营业收入

申请文件及首轮问询回复显示：

报告期内，发行人汽车零部件中底盘组件收入占比逐年上升。

请发行人披露：

结合车身结构件、底盘组件在主要客户中的供应份额及竞争情况，分析车身结构件供应份额是否已相对稳定，发行人底盘组件规划产能是否存在无法获取定点、长期闲置的风险，并完善相关信息披露及风险提示。

请保荐人、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确意见。

【回复】

一、结合车身结构件、底盘组件在主要客户中的供应份额及竞争情况，分析车身结构件供应份额是否已相对稳定，发行人底盘组件规划产能是否存在无法获取定点、长期闲置的风险，并完善相关信息披露及风险提示

（一）结合车身结构件、底盘组件在主要客户中的供应份额及竞争情况，分析车身结构件供应份额是否已相对稳定

1、发行人主要客户车身结构件、底盘组件销售情况

报告期内，发行人车身结构件、底盘组件在主要客户的销售情况如下：

单位：万元

客户名称	产品类型	2025年1-9月		2024年度		2023年度		2022年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
奇瑞汽车	车身结构件	42,195.57	/	62,343.35	-4.03%	64,962.00	39.58%	46,541.51
	底盘组件	8,453.27	/	16,525.44	40.98%	11,721.65	209.79%	3,783.79
	合计	50,648.84		78,868.79	2.85%	76,683.65	52.38%	50,325.30
广汽集团	车身结构件	11,281.78	/	22,906.26	-26.89%	31,332.33	44.12%	21,740.56
	底盘组件	4.09	/	515.33	-51.16%	1,055.09	5,276.89%	19.62
	合计	11,285.87	/	23,421.59	-27.68%	32,387.42	48.84%	21,760.18
广汽本田	车身结构件	4,939.88	/	7,557.37	-42.81%	13,214.10	-6.39%	14,116.49
	底盘组件	-	/	-	-	-	-	-
	合计	4,939.88	/	7,557.37	-42.81%	13,214.10	-6.39%	14,116.49

注：上表中金额为总额法下的收入金额。

由上表可见，报告期内，发行人对奇瑞汽车的车身结构件以及底盘组件的销售收入整体呈上升趋势，车身结构件是销售收入的主要来源，其中 2024 年车身结构件销售数量较 2023 年增长，销售收入下降主要是单价下降导致的。发行人对广汽集团的车身结构件和底盘组件销售呈先升后降的趋势，主要系广汽集团自 2024 年开始自身销量出现下滑。发行人对广汽本田的车身结构件销售收入逐年下降，尤其是 2024 年下滑幅度较大，系广汽本田 2024 年自身销量下降导致的。

2、发行人汽车零部件在主要客户中的供应份额及竞争情况

发行人汽车零部件产品在主要客户中的供应份额及竞争情况如下：

客户名称	合作开始时间	供应份额
奇瑞汽车	2001 年	经访谈得知，发行人占奇瑞汽车冲压及焊接汽车零部件整体的供应份额：2022 年、2023 年约为 30%，2024 年、2025 年 1-9 月约为 25%
广汽集团	2010 年	经访谈得知，报告期内，发行人占广汽集团冲压及焊接汽车零部件整体供应份额约为 20% 左右
广汽本田	2013 年	经访谈得知，报告期内，发行人占广汽本田冲压及焊接汽车零部件整体供应份额约为 12% 左右

注：发行人在主要客户的供应份额和竞争对手系根据访谈得知。

发行人汽车零部件产品在主要客户中的竞争情况已申请豁免。由上表可知，发行人在奇瑞汽车的供应份额有所下降，下降的主要原因系受限于资金、运输距离、服务半径等因素，发行人主要服务奇瑞汽车芜湖地区的生产基地，未在奇瑞汽车芜湖总部之外的生产基地进行布局建厂，因此导致发行人在奇瑞汽车的供应份额整体有所下降。针对广汽集团和广汽本田，基于 2024 年开始上述两家汽车整车厂自身的销量开始出现下滑，导致对发行人的采购也相应减少，但是整体供应份额保持稳定。具体分析如下：

(1) 报告期内新增汽车零部件定点数量

发行人报告期内在主要客户新增汽车零部件定点情况已申请豁免。2025 年 1-9 月，发行人在主要客户的新增定点数量均有所增加，主要系车身结构件新增定点数量增加。

(2) 报告期内发行人在主要客户汽车零部件中标情况

2022 年至 2025 年，发行人车身结构件、底盘组件在主要客户中标情况已申请豁免。由上表可知，发行人在奇瑞汽车车身结构件总成和底盘组件中标车型数

量以及中标零部件数量在 2025 年均有所提高；发行人在广汽集团的中标率目前较为稳定，广汽本田 2025 年中标率有所提升。

综上所述，根据发行人报告期内新增零部件定点情况以及在主要客户车型和零部件中标情况，发行人在主要客户中汽车车身结构件总成的供应份额相对稳定。

(二) 发行人底盘组件规划产能是否存在无法获取定点、长期闲置的风险，并完善相关信息披露及风险提示

报告期内，发行人底盘组件业务处于快速增长阶段，总额法下，销售收入从 2022 年的 5,102.10 万元增至 2024 年的 22,700.90 万元，年均复合增长率达 110.93%。随着市场和客户需求的变化，发行人不断深化底盘组件业务，底盘组件产品种类和产品定点数量也随之增加，发行人生产建设速度也随之加快。

1、底盘组件产能建设情况

截至 2026 年 4 月 30 日，发行人底盘组件产线和产能如下：

单位：万件

项目	底盘组件产品	是否共用产线	生产线数量	2026 年产能	2027 年产能	备注
已建设并投入使用的产能	控制臂总成	否	18	189.04	189.04	
	副车架总成	否	4	17.48	17.48	
	吸能盒总成	否	27	158.65	158.65	
	拖曳臂支架总成等	是	2	50.24	50.24	
	左/右后拖曳臂总成等	是	1	7.32	7.32	
	合计	/	52	422.73	422.73	
正在建设的产能	副车架总成	否	5	13.05	30.37	预计 3 条在 2026 年 6 月投产, 1 条在 2026 年 7 月投产, 1 条在 2026 年 9 月投产
	控制臂总成	否	2	5.42	21.69	预计 2026 年 9 月投产
	吸能盒总成	否	2	2.71	10.85	预计 2026 年 9 月投产
	合计	/	9	21.18	62.91	

注 1：各底盘组件产品产能=焊接生产线条数*生产每件底盘组件产品所需单位时间*每条生产线稼动率*年生产时间，其中稼动率指在计划内的生产时间里，设备或生产线实际运

转的时间占比；

注 2：拖曳臂支架总成等底盘组件产品共用 2 条柔性化生产线，左/右后拖曳臂总成等底盘组件产品共用 1 条柔性化生产线；

注 3：上述产能不包括发行人其他尚未投入建设的规划产能；

注 4：保持上述生产线条线和其他因素不变，2028 年产能与 2027 年产能相同。

由上表可见，发行人已建设并投入使用的产能为 422.73 万件，为了满足底盘组件日益增长的需求，发行人规划新建 9 条底盘组件生产线以扩充产能，其中 3 条目前已建设完毕尚未正式投入使用，其他 6 条正在建设中，建设完毕后预计新增产能 62.91 万件。

2、底盘组件项目定点数量以及预计销售收入

截至 2026 年 4 月 30 日，发行人底盘组件产品定点情况如下：

单位：万件

项目	定点零部件数量	2026 年度预计销量	2027 年度预计销量	2028 年度预计销量
已定点已量产	85	387.22	360.95	374.94
已定点未量产	24	23.11	116.78	130.72
合计	109	410.33	477.73	505.66

注 1：为与焊接产线产能保持口径一致，以便计算产能利用率，上表定点零部件数量及销量为包含焊接工序的底盘组件；

注 2：发行人按不同主体、不同车型，分年度对定点项目销售情况进行预测，单个零部件预测收入=对应车型预测销量*定点单价*单车用量。

根据上述测算，发行人底盘组件在不考虑未来 3 年新增定点的情况下，2026 年到 2028 年产能利用率分别为 92.44%、98.37%、104.12%，产能利用率较高。

综上，发行人底盘组件产能规划是以目前已获取的汽车零部件定点为前提，以客户对应车型的量纲为基础进行销量预计，在不考虑新增定点的情况下，经测算，2026 年至 2028 年产能利用率均超过 90%，产能利用率较高，未来随着定点数量增加，产能利用率会进一步提高，不存在发生无法获取定点和长期闲置的情况。

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”增加以下风险披露：

“（十八）产能无法消化的风险”

目前，公司产能利用率良好，在手订单充足，现有产能无法满足公司业务发展的需要，公司需要进一步扩大产能。公司新增产能的释放和消化有赖于未来行业发展趋势、市场环境、公司产品受市场的认可度等诸多因素影响，如果未

来受到主要客户汽车销量下滑、公司定点数量减少等因素影响，将会引致产能过剩。而产能过剩会导致公司的投资回收期延长甚至失败，可能导致公司产能闲置，进而对公司业绩造成不利影响。”

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅发行人报告期内收入成本表，分析奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田车身结构件和底盘组件收入变动原因；

2、查阅发行人报告期内在奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田车身结构件和底盘组件的中标情况，结合现场访谈情况，分析发行人在奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田的供应商份额变动原因及竞争情况。查阅发行人汽车零部件新增定点台账，分析发行人报告期内在奇瑞汽车、广汽集团、广汽本田新增定点变动情况；

3、了解发行人底盘组件现有产能及规划产能情况，结合发行人未来三年销量预测，分析发行人底盘组件规划产能是否存在无法获取定点、长期闲置的风险。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、根据发行人报告期内新增零部件定点情况以及在主要客户主要服务生产基地车型和零部件中标情况，发行人在主要客户中汽车车身结构件总成的供应份额相对稳定；

2、发行人底盘组件产能规划是以目前已获取的汽车零部件定点为前提，以客户对应车型的量纲为基础进行销量预计，在不考虑新增定点的情况下，经测算，2026年至2028年产能利用率均超过90%，产能利用率较高，未来随着定点数量增加，产能利用率会进一步提高，不存在发生无法获取定点和长期闲置的情况。

问题 4. 关于采购及毛利率

申请文件及首轮问询回复显示：

报告期内，发行人车身结构件总成中新产品毛利率低于成熟产品毛利率。

请发行人披露：

结合车身结构件总成中新产品的成本核算方法、定价策略、销售周期及销售后期毛利率变化等情况，分析发行人新产品毛利率低于成熟产品的具体原因，发行人整体毛利率水平是否会随着新产品的销量增长而下降。

请保荐人、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确意见。

【回复】

一、结合车身结构件总成中新产品的成本核算方法、定价策略、销售周期及销售后期毛利率变化等情况，分析发行人新产品毛利率低于成熟产品的具体原因，发行人整体毛利率水平是否会随着新产品的销量增长而下降

（一）车身结构件总成中新产品的成本核算方法、定价策略、销售周期及销售后期毛利率变化等情况

1、成本核算方法

报告期内，发行人车身结构件总成新产品和成熟产品的成本核算方式保持一致。产品成本主要包括直接材料、直接人工及制造费用等，具体归集和分配方法如下：

①直接材料的归集和分配：在生产过程中根据产品工单和 BOM 对原材料进行领料，并计入当月的生产领用数量，按照月末一次加权平均法计算当月实际耗用的原材料成本，在生产成本-直接材料中进行归集。每月末，直接材料依据完工产品和在产品的期末数量及 BOM 定额消耗进行分配；

②直接人工的归集和分配：财务部门每月依据总经办提报的当月计提的工资表明细，当月实际发生的社保明细及公积金明细，根据人员的隶属部门及相关工作职责，在生产成本-直接人工中进行归集。直接人工依据各产品的标准生产工时在供货级完工入库产品之间进行分配，其中，含电泳工序的产品根据其电泳

面积分配人工费用； ERP 系统上线后，半成品也参与了直接人工的分摊；

③制造费用的归集和分配： 辅材等一般费用发生时根据当月记账的费用凭证或当月领料单等在发生时直接计入对应车间的制造费用归集；折旧摊销费、水电费等月末按照转账凭证和费用分配表等一次性计入对应车间的制造费用归集。各车间内的制造费用依据该车间各产品的标准生产工时在供货级完工入库产品之间进行分配，其中含电泳工序的产品根据其电泳面积分配制造费用； ERP 系统上线后，半成品也参与了制造费用的分摊；

④ 销售成本结转方法： 销售成本结转按照加权平均法结转，月末根据当月产成品销售出库单汇总销售出库数量，结转单价采用月末一次加权平均法进行核算。产成品销售时，公司在确认销售收入的当月，同时进行产品成本结转，计入营业成本。

2、定价策略

发行人汽车零部件产品主要为定制化产品，新产品和成熟产品的整体定价原则一致，即根据生产产品所需耗用的材料成本、直接人工及制造费用等相关成本，以此为基础加上合理利润和相关税费向客户提供产品报价，通过参与客户招投标等程序确定产品价格。

在新产品完成定价并推出一段时间后，随着工人熟练度的提高、工艺优化、量产规模逐步增加等因素影响，客户与发行人会通过市场谈判方式进行调价。

3、销售周期及销售后期毛利率变化等情况

发行人作为汽车零部件的生产厂商，所生产的汽车零部件销售周期与下游整车厂车型销售周期保持一致。根据汽车行业情况及历史经验，结合当前车型换代周期现状，一般汽车行业的车型销售周期为 3-5 年，部分还会改型改款等，整个销售周期会延续到 8 年或以上。发行人的产品从项目定点到量产需要经过产品设计开发、过程设计开发（工装设备等开发）、样件制作、试验验证、小批量试制、生产件批准程序（PPAP）等多个环节，量产后产品需经历成长期、成熟期、衰退期，其产品的销售周期与相应车型的销售周期保持一致。2022 至 2024 年，总额法下，发行人车身结构件总成新产品销售后期毛利率情况如下：

期间	新产品当期毛利率	期后毛利率		
		2023 年度	2024 年度	2025 年 1-9 月
2024 年度	13.95%	/	/	14.09%
2023 年度	15.41%	/	16.23%	16.97%
2022 年度	13.99%	13.36%	14.46%	13.08%

注 1：新产品指量产当年及次年的产品，期后毛利率系根据当期新产品在后续期间销售情况统计而来；

注 2：上表数据均还原为总额法。

由上表可以看出，2022 至 2024 年，总额法下，发行人车身结构件总成新产品销售毛利率分别为 13.99%、15.41%、13.95%，新产品毛利率在期后整体呈现上升的趋势。一般来说，随着产品量产后逐渐进入成长期和成熟期，销量开始攀升，同时生产工艺不断优化，生产效率提高，规模效应显现，促使新产品期后毛利率有所上升。同时，因前述因素的影响，客户会通过市场谈判方式采用年降或者返利等方式调整产品价格，影响期后毛利率水平。

（二）发行人新产品毛利率低于成熟产品的具体原因

报告期内，总额法下，发行人车身结构件总成新产品和成熟产品收入以及毛利率情况如下：

单位：万件、万元

期间	产品分类	销量	收入	收入占比	毛利率
2025 年 1-9 月	新产品	520.84	15,071.72	20.40%	14.12%
	成熟产品	4,741.05	58,801.86	79.60%	17.26%
	合计	5,261.89	73,873.58	100.00%	16.62%
2024 年度	新产品	833.36	23,009.44	20.91%	13.95%
	成熟产品	6,296.48	87,004.87	79.09%	21.06%
	合计	7,129.84	110,014.32	100.00%	19.57%
2023 年度	新产品	1,236.10	35,826.22	29.36%	15.41%
	成熟产品	5,559.60	86,200.81	70.64%	17.83%
	合计	6,795.70	122,027.03	100.00%	17.12%
2022 年度	新产品	447.92	18,397.20	19.75%	13.99%
	成熟产品	4,542.85	74,735.63	80.25%	17.46%
	合计	4,990.77	93,132.83	100.00%	16.77%

注 1：新产品指量产当年及次年的产品，除此之外均为成熟产品；

注 2：上表数据均还原为总额法。

报告期内，总额法下，发行人车身结构件总成的新产品毛利率分别为 13.99%、15.41%、13.95% 和 14.12%，同期成熟产品毛利率分别为 17.46%、17.83%、21.06% 和 17.26%，新产品毛利率整体低于成熟产品毛利率，主要原因系新产品初期规模效应不明显、工艺磨合成本较高等因素，拉低了毛利率。

新产品尤其是采用新工艺的产品，一方面由于生产设备、厂房等固定资产投资较大，而此时产能尚未充分释放，导致单位产品分摊的固定成本较高；另一方面，由于工人操作熟练度不足、设备调试、生产工艺尚未完全稳定等因素导致生产效率较低，上述因素综合导致新产品毛利率相对较低。以下分期间具体分析如下：

1、广汽集团铝结构产品毛利率相对较低，拉低了 2022 年和 2023 年新产品的整体毛利率

发行人铝结构产品，主要用于新能源产品的防撞梁，目的是为实现产品的轻量化。报告期内，铝结构产品收入主要来自广汽集团。广汽集团的铝结构产品主要在 2021 年度和 2022 年度分别量产，因此 2022 年和 2023 年新产品中铝结构产品金额较大，分别为 2,000.23 万元、2,384.25 万元，占当期新产品的比例为 10.87%、6.66%。

铝材为非集中采购材料，由非定点供应商供应，在项目定点时发行人与客户根据当时的铝材价格商定了材料价格，定点后铝材采购价格有所上升，铝结构产品持续亏损，毛利率为负数，从而拉低了 2022 年和 2023 年新产品的整体毛利率。

2、安徽瑞山产能未完全释放、浙江吉山新增客户产能爬坡，拉低了 2024 年新产品的整体毛利率

子公司安徽瑞山（合肥汽车零部件智能工厂项目（一期）项目）于 2023 年下半年完成建设，并投入运营，主要客户为大众汽车以及江淮汽车。2024 年，安徽瑞山产生的收入主要为新定点项目产生的收入，其中新产品收入金额为 2,648.82 万元，占当期新产品销售收入的比例为 11.51%。由于其处于产能爬坡期，整体产能利用率较低，导致分摊的固定成本较高，从而拉低了公司 2024 年新产品整体毛利率。

子公司浙江吉山 2024 年收入主要来自新开发的客户零跑汽车，其产品在

2024 年年初才实现量产。2024 年浙江吉山车身结构件总成新产品实现的销售收入为 2,818.54 万元，占当年新产品的比例为 12.25%。由于零跑汽车销量尚处于爬坡阶段，规模效应不明显，导致当年零跑汽车毛利率较低，从而拉低了 2024 年新产品整体毛利率。

3、奇瑞汽车 E01 车型毛利率较低，拉低了 2025 年 1-9 月新产品的整体毛利率

2024 年定点的奇瑞汽车 E01 车型在 2025 年开始量产，2025 年 1-9 月销售收入为 1,898.74 万元，占当期新产品销售收入的比例为 12.60%。由于该车型量产初期销售规模小，从而拉低了 2025 年 1-9 月新产品的整体毛利率。

综上，由于新产品在量产初期销售规模较小，工艺磨合成本较高等因素影响，导致生产效率偏低，分摊的固定成本较高，综合导致新产品在初期毛利率较低，整体使得报告期内新产品的毛利率低于成熟产品的毛利率。

(三) 发行人整体毛利率水平是否会随着新产品的销量增长而下降

通过对新产品定价策略、成本核算方式、期后毛利率变动情况以及新产品销售占比和毛利率变动情况等分析，发行人车身结构件总成整体毛利率水平不会随着新产品销量增长这单一因素导致下降，具体分析如下：

1、新产品期后毛利率将随量产规模整体呈增长趋势

发行人车身结构件总成作为终端汽车的定制化配件，属于汽车车身的核心组成部分，具有较长的生命周期。发行人一方面通过技术升级迭代等方式延长产品生命周期，另一方面通过持续优化生产工艺、提高生产效率等降本增效方式提升产品毛利率，随着新产品逐渐放量，规模效应逐渐增强，促使新产品毛利率逐渐提升。根据前述分析，发行人 2022 年至 2024 年的新产品毛利率在期后整体呈上升趋势。

2、新产品收入占比较小

报告期内，发行人车身结构件总成销售收入主要来源于成熟产品，其中总额法下，新产品销售占比分别为 19.75%、29.36%、20.91%和 20.40%，占比除 2023 年较高之外，基本维持在 20%左右。因其销售占比较小，叠加新产品期后毛利率

整体呈增长趋势，因此对车身结构件总成整体毛利率的影响有限。

综上，随着新产品量产规模逐渐提升，生产工艺优化以及生产效率的提高，规模效应逐渐增强，新产品期后毛利率整体将有所提升，加上发行人新产品销售占比较小，发行人车身结构件总成整体毛利率水平不会随着新产品的销量增长而下降。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序：

- 1、获取发行人报告期内收入成本明细表，了解发行人新产品和成熟产品毛利率、对应的客户以及产品等情况；
- 2、了解发行人车身结构件总成新产品和成熟产品成本核算方法和定价策略及其区别、产品销售周期及销售后期毛利率变动等情况；
- 3、分析发行人车身结构件总成新产品毛利率低于老产品的原因；
- 4、分析发行人整体毛利率水平是否会随着新产品的销量增长。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

- 1、由于新产品在量产初期销售规模较小，工艺磨合成本较高等因素影响，导致生产效率偏低，分摊的固定成本较高，综合导致新产品在初期毛利率较低，整体使得新产品的毛利率低于成熟产品；
- 2、随着新产品量产规模逐渐提升，生产工艺优化以及生产效率的提高，规模效应逐渐增强，新产品期后毛利率整体将有所提升，加上发行人新产品销售占比较小，发行人车身结构件总成整体毛利率水平不会随着新产品的销量增长而下降。

（以下无正文）

(本页无正文，为安徽大昌科技股份有限公司《关于安徽大昌科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页)

董事长、法定代表人：
钟华山



发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于安徽大昌科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》的全部内容，确认本问询函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长、法定代表人：

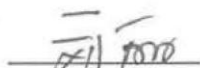

钟华山

安徽大昌科技股份有限公司



（此页无正文，为中银国际证券股份有限公司《关于安徽大昌科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：


刘 丽


史丰源

中银国际证券股份有限公司



保荐机构法定代表人声明

本人已认真阅读《关于安徽大昌科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》的全部内容，了解本问询函回复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，本问询函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构法定代表人：



周 权

中银国际证券股份有限公司

2020年6月17日

(此页无正文，为安徽大昌科技股份有限公司容诚专字[2026]241Z0039 号《关于安徽大昌科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复的专项说明》报告之签字盖章页。)



中国注册会计师： 卢珍 
卢珍

中国注册会计师： 李波 
李波

中国·北京

中国注册会计师： 付正龙 
付正龙

2026年6月17日