

**关于宁波方正汽车模具股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函
的回复**

天职业字[2020]35070 号

深圳证券交易所：

根据深圳证券交易所（以下简称“深交所”）的要求，我们对关于宁波方正汽车模具股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函（（2020）010180 号函，以下简称“问询函”）中涉及会计师事务所的相关问题进行了逐项核实，现将有关情况回复如下：

问题 2、关于实际控制人资金占用和出资

2006 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，实际控制人方永杰、王亚萍累计占用方正有限资金 5500 余万元，其中 1700 万元用于履行对方正有限的出资义务。2017 年度实际控制人方永杰、王亚萍累计占用资金 1800 余万元，其中 1200 万元用于履行对兴工方正的实际出资义务。

请发行人：（1）结合历次股权变动中股东资金来源的情况，补充披露方永杰、王亚萍以来源于方正有限的借款来履行对方正有限的出资义务是否属于出资不实、虚假出资或抽逃出资行为，是否存在被主管部门处罚的情形或风险，如存在，是否构成重大违法；（2）结合报告期内仍存在实际控制人占用公司大额资金的情形，补充披露发行人是否建立健全资金内控制度以及资金内控制度是否得到有效执行。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合历次股权变动中股东资金来源的情况，补充披露方永杰、王亚萍以来源于方正有限的借款来履行对方正有限的出资义务是否属于出资不实、虚假出资或抽逃出资行为，是否存在被主管部门处罚的情形或风险，如存在，是否构成重大违法；

自设立以来，发行人及方正有限股权变动中股东资金来源情况具体如下：

序号	事项	资金来源	验资情况
1	2012 年 6 月，方正有限第一次增资，方永杰出资 935 万元、王亚萍出资 765 万元	自筹资金（方正有限给予方永杰、王亚萍的借款）	“正德内验[2012]第 18034 号”《验资报告》
2	2017 年 3 月，方正有限第二次增资，兴工方正出资 1,150 万元	自筹资金（方正有限给予方永杰、王亚萍的借款）	“天职业字[2017]9472 号”《验资报告》
3	2017 年 12 月，发行人第一次增资，金玟木出资 3,200 万元	自筹资金（员工自筹）	“天职业字[2019]14937 号”《验资报告》
4	2018 年 12 月，发行人第二次增资，隆华汇出资 6,000 万元、金通安益出资 4,000 万元	自筹资金（私募基金）	“天职业字[2019]15327 号”《验资报告》
5	2019 年 1 月，发行人第三次增资，兴工方正出资 1,265 万元、方永杰出资 1,119.25 万元、王亚萍出资 915.75 万	资本公积转增	“天职业字[2019]16034 号”《验资报告》

序号	事项	资金来源	验资情况
	元、金坛木出资 440 万元、隆华汇出资 264 万元、金通安益出资 176 万元		

2012 年和 2017 年，方永杰、王亚萍存在使用方正有限的借款履行出资义务的情形。

根据“工商企字[2002]180 号”《国家工商行政管理总局关于股东借款是否属于抽逃出资行为问题的答复》¹，公司享有由股东投资形成的全部法人财产权，公司借款给股东是公司依法享有其财产所有权的体现，股东与公司之间的这种关系属于借贷关系，合法的借贷关系受法律保护，在没有充分证据的情况下，仅凭股东向公司借款就认定为股东抽逃出资缺乏法律依据。

根据最高人民法院《关于适用〈中华人民共和国公司法〉若干问题的规定（三）》第十二条，公司成立后，公司、股东或者公司债权人以相关股东的行为符合下列情形之一且损害公司权益为由，请求认定该股东抽逃出资的，人民法院应予支持：

（一）制作虚假财务会计报表虚增利润进行分配；（二）通过虚构债权债务关系将其出资转出；（三）利用关联交易将出资转出；（四）其他未经法定程序将出资抽回的行为。

根据发行人的工商登记资料、方正有限股东会决议及相关财务资料，上述借款发生时方正有限仅有方永杰、王亚萍两名股东，且已经过方正有限股东会决议通过。方永杰、王亚萍并未采用《关于适用〈中华人民共和国公司法〉若干问题的规定（三）》第十二条规定的方式将资金转出，且方永杰、王亚萍已于 2017 年通过应付股利冲抵的形式向方正有限归还全部借款，未损害公司权益，故方永杰、王亚萍从方正有限借款的行为并不符合抽逃出资的认定。根据发行人历次股权变动的验资报告，发行人的注册资本已足额缴纳，不存在出资不实、虚假出资或抽逃出资的情形，发行人及方永杰、王亚萍不存在被主管部门处罚的情形或风险。

二、结合报告期内仍存在实际控制人占用公司大额资金的情形，补充披露发行人是否建立健全资金内控制度以及资金内控制度是否得到有效执行。

¹ 根据“工商办字[2014]138 号”《国家工商行政管理总局关于公布规范性文件清理结果的公告》，该答复已于 2014 年 7 月 14 日废止。

发行人于整体设立股份公司时，制定了《财务管理制度》、《报销管理制度》、《现金管理制度》、《资金管理审批权限规定》等与资金管理相关的内部控制制度。发行人严格执行上述资金管理内部控制制度，保证资金的授权审批与具体经办分离；对货币、有价证券等易变现资产，采用安全存放、专人保管等防护措施，发行人的内部控制健全且被有效执行。自整体变更为股份有限公司后，发行人未发生实际控制人占用资金的情形。

三、请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

申报会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

1、查阅了发行人的工商登记资料、各股东填写的《宁波方正汽车模具股份有限公司法人/合伙企业/自然人股东核查表》和相关出资凭证、验资报告；

2、查阅了宁海县市场监督管理局出具的证明文件，并查询了国家企业信用信息公示系统、信用中国、国家市场监督管理总局、浙江省市场监督管理局、宁波市市场监督管理局等系统或网站；

3、查阅了“天职业字[2019]35336号”《审计报告》、“天职业字[2020]19767-3号”《内控报告》、现行内控管理制度、方正有限股东会决议及相关财务资料。

经核查，申报会计师认为：2012年和2017年，方永杰、王亚萍存在使用方正有限的借款履行出资义务的情形，方永杰、王亚萍从方正有限借款的行为并不符合抽逃出资的认定，不存在出资不实、虚假出资或抽逃出资的情形；发行人及方永杰、王亚萍不存在被主管部门处罚的情形或风险；发行人的内部控制健全且被有效执行；自整体变更为股份有限公司后，发行人未发生实际控制人占用大额资金的情形。

问题 5、关于收入确认及其周期

报告期内，发行人主要产品内销平均验收周期为 4.7 个月至 13 个月，且逐年延长。外销平均验收周期为 0.5 个月至 2.3 个月。请发行人：（1）补充披露内销、外销验收周期差异较大的原因，内销验收周期逐年延长对发行人营业收入确认及回款的影响；（2）补充披露不同贸易模式（FOB、DDP 等）对应的收入金额、订单金额，占总外销售收入金额、订单金额的比例；（3）披露销售合同的主要内容，结合销售订单对于验收责任的具体约定，披露客户是否不具有退换货权，发行人是否需承担质量责任、违约责任、售后维修义务；（4）结合发行人验收前后需承担的责任和履约义务，补充披露部分外销收入不以验收作为收入确认时点的合理性、是否符合《企业会计准则》相关规定；（5）以各年确认的收入为统计基础，补充披露各报告期订单签订至收入确认所需的平均周期，分析变化原因及其合理性。请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露内销、外销验收周期差异较大的原因，内销验收周期逐年延长对发行人营业收入确认及回款的影响；

（一）内外销验收周期差异较大的原因

报告期各期，公司的内销模具产品验收周期为 4.2-16.1 个月，外销模具的验收周期为 0.5-3.3 个月，模具内销、外销验收周期差异较大，主要是因为内销、外销模具的风险及控制权转移时点不同，进而收入确认时点不同。

模具属于定制化产品，公司根据客户的图纸技术数据需求开展模具设计、工艺设计、生产加工、装配、试模、修改、出厂前经客户验收确认合格后发货。

模具生产流程包括模具设计、工艺设计、生产加工、装配、试模、修改、质量验收、发货等阶段。模具作为客户生产塑料制品的重要工装设备，模具质量、精度水平和使用寿命决定了塑料零部件的良品率，因此客户在模具设计、生产及试模阶段，均深度参与到模具设计方案制定、技术参数确认及试模样品检验等方

面。模具发货时，试模样品已检验合格，其成型效率、加工精度等参数均已达到客户设计标准要求。

对于境内模具的销售，合同经常约定，模具除需经过模具供应商的出厂前验收外，还需在客户生产线上调试合格或者使用模具进行试生产合格后验收，因此，发行人的内销模具，通常以模具在客户生产线上调试合格或者进行试生产合格后，取得客户的验收文件作为风险及控制权转移时点，进而作为收入确认时点。

对于外销模具业务，由于国际运输费用贵，运输周期长，运输便利性较差等原因，外销客户更关注模具在供应商工厂的制造和出厂前的试模检验。在模具发货前的试模阶段，境外客户通常会委派专人到发行人工厂，现场参与试模检验，在模具检验合格后，客户代表在验收报告上签字，并指令发行人按合同贸易条款发运模具。因此，境外客户对模具在出厂前的试模检验验收是其认可模具质量的重要环节，报告期内未发生模具在发行人厂区试模检验合格，而发至客户处后发生退换货的情形。故发行人的外销模具，以合同贸易条款对应的具体风险及控制权转移时点（以将产品移交至海关或客户指定地点并经客户签收）作为收入确认时点。

公司内外销收入的确认时点与模具企业的业务特征相符，符合会计准则要求，符合合同约定，符合国际通行的贸易条款规定，与同行业可比公司基本一致。由于公司内外销收入确认时点不同，致使验收周期差异较大，具有合理性。

（二）内销验收周期逐年延长对发行人营业收入确认及回款影响的分析

2017-2019 年，发行人主力产品大型注塑模具的验收周期较为稳定，2020 年上半年验收周期有所下降。报告期内，精密模具、吹塑模具的周期存在较大变化。具体情况如下：

单位：月

产品类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大型注塑模具	5.3	8.6	8.7	7.0
精密模具	4.2	9.4	5.9	4.7
吹塑模具	16.1	13.0	7.1	7.1

内销以客户验收作为收入确认时点，根据合同约定，部分合同款在验收后支付，因此内销验收周期的延长将推迟发行人营业收入的确认及部分回款。

大型注塑模具的内销验收周期在 2017-2019 年度较为稳定，略有上升，2020 年 1-6 月内销大型注塑模具的验收周期有所下降，验收周期从 8.6 个月缩短至 5.3 个月，主要系发行人销售给京威股份的大型注塑模具验收周期较短所致。京威股份的主要产品为窗框、装饰条、行李架等小型汽车内外饰件，结构相对简单，报告期内验收周期约为 4.75 个月，低于同类型验收周期，2019 年，京威股份完成工厂搬迁工作，2020 年上半年产能陆续得到释放，2020 年 1-6 月发行人向京威股份的销售占比较高，导致内销大型注塑模具的验收周期缩短。

2019 年内销精密模具的验收周期较 2017 年和 2018 年有所增加，主要系发行人销售给京威股份的精密模具产品验收周期增加，京威股份内部子公司之间业务调整，其主要业务移至秦皇岛威卡威、佛山威卡威等子公司，导致模具验收周期增加。2020 年 1-6 月内销精密模具的验收周期较 2019 年有所下降，验收周期从 9.4 个月缩短至 4.2 个月，主要是因为宁波均胜电子股份有限公司及晋永（沈阳）汽车配件有限公司两家客户的验收周期缩短。其中，受下游主机厂项目生产压力影响，宁波均胜饰件采购的模具生产及验收模具进度均较快；向晋永（沈阳）汽车配件有限公司销售的模具属于复制模具，作为标准模具的备份，因此验收时间较短；剔除上述两家企业对验收周期造成的影响后，发行人验收周期约为 5.2 个月，与 2017-2018 年度验收周期较为接近。

2019 年内销吹塑模具的平均验收周期较 2018 年及 2017 年增加 6 个月，主要系发行人销售给亚普股份、考泰斯及东风亚普的吹塑模具产品的部分合同中明确约定，需待客户量产后完成验收。上述模具大部分于 2017 年和 2018 年发货，2019 年客户集中量产后予以验收，导致 2019 年的验收周期明显延长。2020 年 1-6 月内销吹塑模具的验收周期较 2019 年进一步上升，验收周期从 13 个月增至 16.1 个月，主要系亚普股份及东风亚普的验收时间较长。亚普股份与东风亚普是发行人吹塑模具的主要客户，吹塑模具主要适用油箱等零部件，而国六排放标准实施时间延期至 2021 年，导致相关模具产品的验收周期有所延迟。

2017-2019 年，发行人占收入比重最高的大型注塑模具产品验收周期较为稳定，2019 年精密模具与吹塑模具内销验收周期有所延长主要是客户内部业务调整以及量产验收时点较迟所致；2020 年 1-6 月，内销吹塑模具的平均验收周期的延长主要是因为国六标准的延期，客户验收延迟所致，具有一定的偶然性。由于精密模具与吹塑模具的收入占比较小，报告期内销验收周期的延长对发行人营业收入的确认及回款影响较小。

二、补充披露不同贸易模式（FOB、DDP 等）对应的收入金额、订单金额，占总外销售收入金额、订单金额的比例；

报告期内，不同贸易模式（FOB、DDP 等）对应的收入金额，占总外销收入金额的比例如下：

单位：万元

贸易模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
DDP、DDU、DAP	7,815.77	75.52%	19,894.76	71.96%	20,703.06	68.34%	14,694.73	60.73%
CIF、FOB、FCA	794.21	7.67%	1,677.74	6.07%	6,548.77	21.62%	7,949.71	32.85%
EXW	1,503.23	14.53%	3,700.32	13.38%	1,728.10	5.70%	1,008.65	4.17%
保税区	1.00	0.01%	546.48	1.98%	443.18	1.46%	-	-
境外子公司	187.08	1.81%	935.64	3.38%	822.75	2.72%	520.18	2.15%
其他	47.34	0.46%	890.90	3.23%	48.66	0.16%	24.33	0.10%
境外销售收入金额	10,348.63	100.00%	27,645.84	100.00%	30,294.52	100.00%	24,197.60	100.00%

注：上表中其他项金额主要系通过出口转内销及样品销售的收入金额

报告期内，不同贸易模式（FOB、DDP 等）对应的订单金额，占总外销订单金额的比例如下：

单位：万元

贸易模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
DDP、DDU、DAP	14,313.81	79.85%	21,211.11	67.84%	21,869.45	71.86%	17,980.25	69.65%
CIF、FOB、FCA	2,482.44	13.85%	4,824.55	15.43%	3,740.40	12.29%	6,187.66	23.97%
EXW	891.90	4.98%	4,104.85	13.13%	2,695.66	8.86%	844.81	3.27%
保税区	1.50	0.01%	-	-	291.33	0.96%	132.87	0.51%
境外子公司	187.08	1.04%	935.64	2.99%	822.75	2.70%	520.18	2.02%

贸易模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
其他	49.69	0.28%	189.92	0.61%	1,011.73	3.32%	147.75	0.57%
境外销售订单金额	17,926.42	100.00%	31,266.07	100.00%	30,431.32	100.00%	25,813.52	100.00%

注 1：订单金额系报告期各年度承接的合同订单金额；

注 2：上表中其他项金额主要系通过出口转内销及样品销售的收入金额。

三、披露销售合同的主要内容，结合销售订单对于验收责任的具体约定，披露客户是否不具有退换货权，发行人是否需承担质量责任、违约责任、售后维修义务；

（一）销售合同的主要内容

主要客户一般与发行人签订集团框架性协议，后续采购时再签订采购合同或采购订单。集团框架性协议通常由客户提供合同模板，不同客户的框架协议内容约定各不相同，其中主要的共性条款包括①采购适用范围；②产品质量保证条款；③价格及付款方式；④合同产品验收条款；⑤所有权及风险的转移责任；⑥质保期责任；⑦双方的其他权利义务；⑧协议的终止、解除。

发行人主要客户销售合同的主要内容如下：

所属集团	客户名称	结算周期	质保期
萨玛汽车 (SMG)	天津派格汽车零部件有限公司	(1) 合同签订时支付 30%货款； (2) 模具加工完成后送样支付 20%货款； (3) 预验收合格，通知产品发运时，支付 20%货款； (4) 验收合格，支付 20%货款； (5) 1 年质保期满后支付 10%合同尾款	交付合格产品之日起 1-2 年
	SMP Deutschland GmbH、 SMP Automotive Systems Alabama INC	(1) 合同签订及样品完成之后 210 天内支付 80%货款； (2) 样品及模具验收之后 240 天内支付 20%尾款	
佛吉亚 (Faurecia)	FAURECIA INTERIOR SYSTEMS (THAILAND) CO., LTD	(1) 合同签订后 90 天内支付 30%货款； (2) 第一次试模后 90 天内支付 20%-25%货款； (3) 运抵客户后 90 天内支付 25%-30%货款； (4) 量产后 90 天内支付 20%货款	交付合格产品之日起 1-2 年
		(1) 合同签订后 90 天内支付 30%合同款； (2) 模具运抵佛吉亚工厂后 30 天内支付 40%合同款； (3) 在佛吉亚工厂模具验收后 30 天内支付 30%合同款	
	FAURECIA INTERIEUR	(1) 合同签订并开票后 60 日内支付 30%合同款；	

所属集团	客户名称	结算周期	质保期
	INDUSTRIE	(2) 试模确认首次样品并开发票后 60 天内支付 25%货款; (3) 模具发运前开发票后 60 天内支付 25%合同款; (4) 量产 30 天后并开发票后 60 天内支付 20%尾款	
亚普股份	亚普汽车部件股份有限公司	(1) 合同生效后 5 个工作日内支付 30%货款; (2) 预验收合格后支付 30%货款; (3) 合同产品经验收合格, 经调试生产的产品达到送样要求, 且收到增值税发票后支付 20%货款; (4) 亚普认可送货样品后支付 20%尾款。	交付合格产品之日起 1-2 年
	YAPPUSA AUTOMOTIVE SYSTEMS, INC.	(1) 合同签订后 14 天内支付 30%货款; (2) 模具发运前, 收到发票后 14 天内支付 30%货款; (3) 模具于生产现场验收合格后 14 天内支付 40%合同款	
德科斯米尔 (Draexlmaier)	德科斯米尔(沈阳)汽车配件有限公司	(1) 合同签署后 30 日内支付 30%货款; (2) 模具完成, 第一次试模成功后 30 日内支付 30%货款; (3) 经甲方认可, 模具发运时 30 日内支付 30%货款; (4) 验收合格后 30 日内支付 10%货款	交付合格产品之日起 1-2 年
	DAA DRAEXLMAIER AUTOMOTIVE OF AMERICA LLC	(1) 合同签署后 30 日内支付 30%合同款; (2) 模具完成, 第一次试模成功后 30 日内支付 30%合同款; (3) 经甲方认可, 模具发运时 30 日内支付 30%合同款; (4) 在德科斯米尔工厂完成模具验收后 30 日内支付 10%合同款	
	DST DRAXLMAIER SYSTEMTECHNIK GMBH	(1) 合同签署后 30 日内支付 30%合同款; (2) 模具完成, 第一次试模成功后 30 日内支付 30%合同款; (3) 经甲方认可, 模具发运时 30 日内支付 30%合同款; (4) 在德科斯米尔工厂完成模具验收后 3 个月内支付 10%合同款	
曼胡默尔 (MANN+HUMMEL)	曼胡默尔滤清器(上海)有限公司	验收后 90 天内支付 100%合同款	交付合格产品之日起 1-2 年
	MANN+HUMMEL FRANCE S. A. S.	(1) 模具设计完成之后 60 天内支付 20%货款; (2) 第一次试模成功之后 60 天内支付 30%货款; (3) 在发行人工厂完成模具验收之后支付 30%	

所属集团	客户名称	结算周期	质保期
		货款； (4) 在客户处完成验收后支付 20% 货款。	

(二) 销售订单对于验收责任的具体约定

发行人前五大主要客户的合同中关于对供应商退换货权的约定如下：

公司名称	验收责任
萨玛汽车 (SMG)	“试运行结束后，由 SMP 与供应商对合同标的进行联合验收。双方共同确定验收日期，供应商可以建议验收日期。SMP 将免费提供验收所需的必要零件，供应商和 SMP 分别承担各自验收人员的相关费用。 若供应商提供的合同标的已达到 SMP 要求的性能/技术参数，双方在 SMP 验收协议中签字确认验收完成。如果合同标的性能技术参数未达到验收标准，供应商应在 3 个月内申请二次验收。 当出现不影响合同标的正常运行的质量瑕疵时，若这些瑕疵所造成的影响能被立即处理，则可视同条件性验收。部分剩余尚未支付的款项将延缓支付，直至瑕疵被完全解决。”
佛吉亚 (Faurecia)	“若供应商屡次提供低于开放订单的合同产品或合同服务，我方公司应有权拒绝有缺陷的合同产品和/或合同服务。在该等情形下，供应商应自负成本，在收到拒绝通知后八 (8) 个日历日内，提取被拒绝的合同产品和/或合同服务。在该时间期限届满后，我方公司应有权将被拒绝的合同产品和/或合同服务送至供应商并由供应商承担费用和风险。”
亚普股份	“若供应商产品质量达不到技术及质量要求和验收标准，客户有权拒收，并有权解除本合同。供应商除应于接到客户解除合同书面通知后五日内全部返还客户已付款项和图纸、设备设计要求等资料外，还须承担合同产品改进、完善之责任以及相应的所有费用 (包括但不限于上述延期交货产生的违约金等费用)。”
德科斯米尔 (Draexlmaier)	“买方可以自行选择拒绝或退还与条款和条件或采办合同要求不符或存在其它瑕疵的产品，由供应商承担风险和费用。买方可以选择让供应商采取随后的补救措施，通过修复瑕疵品或用合格品加以替换；采取随后补救措施的地点可以在买方工厂或其它买方指定的地点。 如果在买方授予供应商的合理宽限期内，后续措施失败或不可能完成，买方可以选择，i) 完全或部分终止采办合同；ii) 降低价格；或 iii) 修补残次品或由第三方执行此类修补工作，费用由供应商承担。在此根据买方的检查和通知义务，买方拥有上述权利，即使直到制造、加工、组装阶段或更晚时此类缺陷才愈见明显，为买方所知。”
曼胡默尔 (MANN+HUMMEL)	“若发生交付瑕疵，包括未交付约定的物品，供应商有义务根据我方的选择 (不影响我方享有的其他法定救济)，及时免费清除瑕疵或交付不含瑕疵的零件 (包括承担在各情形下的必要费用)，或者给予合理折扣。如果供应商无法如此行动，或者未能及时遵守该等义务，我方可以解除合同，向供应商退还货物，风险和费用由供应商自负。此外，供应商应当进行合理分析和纠正，以清除产生瑕疵的原因，以避免该等瑕疵再次出现。 一般由于产品本身质量缺陷，发行人无偿提供更换或维修服务，并根据模具的停用时间相应的延长质保期；由于买方原因造成的产品损坏，更换或修理的全部费用由

公司名称	验收责任
	买方承担，含零件、差旅、食宿等费用。”

由上表可见，部分客户与发行人的合同中约定了退换货权利。由于模具产品属于定制化产品，生产设计过程中客户参与度较高，通过设计确认、多次试模、多次修改、样品验收等环节保证产品质量。只有试模样品检验合格，成型效率、加工精度等参数达到设计标准，客户才会在产品质量确认文件上签字并要求公司发运模具。因此模具行业普遍注重产品质量的事前、事中控制，而并非单独依赖合同中的退换货条款保障产品质量。

（三）质量责任、违约责任、售后维修义务

（1）客户的检验收货不能免除发行人对产品的质量责任，发行人对所销售产品的质量承担售后维修义务。

根据行业惯例，销售合同中约定发行人需要提供的售后服务，发行人一般会提供 1-2 年不等的质保期。在质保期内由于出现与模具质量相关的问题或其他与模具使用相关的技术问题，发行人提供现场技术支持、维修、部分零件的调换等服务。

（2）发行人与客户合同约定的违约责任主要包括发行人未能按时交付货物及产品在交货后质量不合格的违约条款。

发行人如果未能在合同约定期限内交付货物，发行人通常需要根据误期时间的长短，根据合同金额缴纳一定比例的违约金。如果产品在交货后质量不合格，发行人通常需承担相应的维修义务；如果多次维修不合格，客户有向发行人获取赔偿或退换货的权利。

报告期内，发行人未发生关于质量责任、违约责任、售后维修义务的纠纷、以及退换货的情形。

四、结合发行人验收前后需承担的责任和履约义务，补充披露部分外销收入不以验收作为收入确认时点的合理性、是否符合《企业会计准则》相关规定；

对于外销而言，发行人在验收前承担的责任和履约义务主要包括模具的设计、生产、试模、修改、达到客户的质量要求、通过客户的发模前检验；发行人验收

后承担的责任和履约义务主要为根据合同贸易条款将产品运送至海关或客户指定地点，以及质保期内的售后服务。

对于外销模具业务，由于国际运输费用贵，运输周期长，运输便利性较差等原因，外销客户更关注在模具工厂现场的制造和出厂前的试模检验，具有质量风险控制前置化的特征。汽车塑料模具为非标准化定制产品，用途、设计、规格、技术参数差异较大，境外客户在模具设计、生产及试模阶段，均深度参与到模具设计方案制定、技术参数确认及试模样品检验等方面；在模具发货前的试模阶段，境外客户通常会委派专人到发行人工厂，现场参与试模检验，在模具检验合格后，客户代表在验收报告上签字，并指令发行人发运模具。因此，境外客户对模具在出厂前的试模检验验收是其认可模具质量的重要环节，报告期内未发生模具在发行人厂区试模检验合格，而发至客户处后退换货的情形。

模具在发行人厂区检验合格后，根据合同约定，公司仍需要承担将模具产品移送至海关或客户指定地点（EXW 模式除外）的履约义务，在此过程中承担运输责任、货物毁损、灭失的风险，并根据不同的国际贸易条款完成海关报关手续，缴纳货运保险、关税等相关税费。根据《国际贸易术语解释通则》，FOB、CIF、FCA 贸易条款下，货物在装船后风险转移给买方；DDU、DDP 等条款自指定目的地交货时起货物灭失或损坏的一切风险由买方承担。

因此，发行人的外销模具，以合同贸易条款对应的具体风险及控制权转移时点（以将产品移交至海关或客户指定地点并经客户签收）作为收入确认时点，具有合理性。

发行人与同行业可比公司的外销收入确认时点基本一致，具体如下：

公司名称	外销收入确认时点
银宝山新	产品已经发出、向海关报关后确认收入实现
东江集团	-
海泰科	产品已经发出、向海关报关后确认收入实现
天汽模	产品已经发出、向海关报关后确认收入实现
威唐工业	CIF、FOB 条款：产品已经发出、向海关报关后确认收入实现 DDU、DDP 条款：交付予指定收货地点确认收入实现
瑞鹄模具	产品已经发出、向海关报关后确认收入实现
合力科技	产品已经发出、向海关报关后确认收入实现

注：东江集团为港股上市公司，未披露境外销售收入确认时点。

综上所述，发行人的外销收入不以验收作为收入确认时点，而是以将产品移交至海关或客户指定地点并经客户签收的时点作为收入确认时点，符合会计准则的规定，符合合同约定，符合国际贸易条款的规定，与同行业可比公司基本一致。

五、以各年确认的收入为统计基础，补充披露各报告期订单签订至收入确认所需的平均周期，分析变化原因及其合理性；

按产品类型分类，报告期各期订单签订至收入确认所需平均周期为 12 个月、13.4 个月、14.6 个月和 12.7 个月。

报告期内，大型注塑模具平均订单签订至收入确认周期总体稳定，报告期内分别为 13.3 个月、15.0 个月、15.2 个月和 14.3 个月，2017-2019 年平均订单签订至收入确认周期较为稳定，略有上升，主要是因为复杂结构模具数量增多，客户对模具的修改需求较为频繁，致使发行人的模具生产验收周期有所延长。2020 年 1-6 月略有下降，主要是因为 2019 年京威股份完成工厂搬迁工作，2020 年上半年产能陆续得到释放，发行人对京威股份销售收入增长较多，结构简单、验收周期较短的模具产品验收较多，因此 2020 年 1-6 月大型注塑模具的订单签订至收入确认的周期有所下降。

报告期内，吹塑模具平均订单签订至收入确认周期分别为 8.5 个月、8.9 个月、11.3 个月和 13.6 个月。2019 年吹塑模具的订单签订至收入确认所需平均周期较 2018 年及 2017 年分别增加 2.4 个月和 2.8 个月，主要因为发行人与亚普股份、考泰斯及东风亚普的吹塑模具部分合同中约定产品需待客户量产后完成验收。上述模具大部分于 2017 年和 2018 年发货，2019 年客户量产后才验收，导致 2019 年的验收周期有所上升。2020 年吹塑模具平均订单签订至收入确认周期延长至 13.6 个月，主要是因为吹塑模具主要适用油箱等零部件，而国六排放标准实施时间延期至 2021 年，导致发行人对亚普股份及东风亚普的相关模具产品验收周期有所延长。

报告期内，精密模具的订单签订至收入确认所需平均周期分别为 12.6 个月、13.4 个月、17.0 个月和 12.0 个月。2019 年较 2018 年及 2017 年分别增加 3.6 个月和 4.4 个月，主要系发行人销售给京威股份的精密模具产品验收周期增加，京威股份内部子公司之间业务调整，其主要业务移至秦皇岛威卡威、佛山威卡威

等子公司，导致模具验收周期增加。2020 年 1-6 月的平均周期较 2019 年度下降较多，主要是因为受下游主机厂项目生产压力影响，宁波均胜饰件采购的模具生产及验收模具进度均较快；向晋永（沈阳）汽车配件有限公司销售的模具属于复制模具，作为标准模具的备份，因此验收时间较短。

六、请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

申报会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

- 1、获得发行人销售合同及销售明细，检查合同中的风险转移时点、责任约定等条款；
- 2、获取并检查发行人的订单明细，检查不同贸易模式的收入与订单结构；
- 3、查阅同行业企业公开披露的信息，对比收入确认时点、验收周期、销售价格确定等约定；
- 4、访谈发行人销售部门，了解验收部分模具验收周期延长的原因。

经核查，申报会计师认为发行人内销与外销验收周期的差异具有合理性，内销验收周期逐年延长对发行人营业收入确认及回款的影响较小；发行人根据合同约定承担退换货、质量责任、违约责任、售后维修的责任及义务，外销收入不以验收作为确认时点具有合理性，平均订单签订至收入确认周期的变动具有合理性。

问题 6、关于营业收入

2017 年度、2018 年度和 2019 年度公司主营业务收入分别为 46,757.31 万元、54,579.90 万元和 61,751.56 万元，2018 年和 2019 年分别同比上涨 16.73% 和 13.14%。

请发行人补充披露以下事项：（1）按订单签订年度，补充披露各报告期营业收入、对应的订单结构，报告期各期在手订单金额及订单结构；（2）发行人 2019 年订单金额低于 2017 年，结合订单签订到收入确认所需要的平均周期，补充披露营业收入与利润是否存在下滑趋势，是否影响发行人的持续经营能力，如是，请进行有针对性的风险提示；（3）发行人 2019 年预收款项金额低于 2018 年，按订单签订年度，补充披露预收款项对应的订单结构；结合预收款项转化为营业收入所需要的平均周期，补充披露发行人经营业绩是否存在下滑趋势，是否影响发行人的持续经营能力，如是，请进行有针对性的风险提示；（4）客户采购模具向大型化和高端化发展的原因，大型化和高端化的具体表现，终端整车厂需求是否发生变化、现有车型模具是否发生变化。

请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

【回复】

一、按订单签订年度，补充披露各报告期营业收入、对应的订单结构，报告期各期在手订单金额及订单结构；

（1）报告期各期主营业务收入对应的订单结构如下：

单位：万元

各期主营业务收入归属订单签订年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
2015 年以前	-	-	-	529.58
2015 年	-	-	489.32	6,564.33
2016 年	-	610.66	8,203.82	31,106.12
2017 年	967.88	17,699.97	36,282.49	8,557.28
2018 年	8,861.96	31,789.58	9,604.27	-
2019 年	14,671.04	11,651.36	-	-
2020 年 1-6 月	4,370.57			
主营业务收入合计	28,871.45	61,751.56	54,579.90	46,757.31

发行人的模具产品为非标定制化产品，模具生产需要经过模具设计、工艺设计、模具生产加工、装配、调试、质量检测等多道工序，生产及验收周期较长。发行人当期确认的收入中归属于以前年度所签订订单的比重较大，主要系之前年度订单逐渐完成销售收入确认，符合模具行业的特点。

(2) 报告期各期在手订单金额及订单结构如下：

单位：万元

各期末在执行订单签订年度	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
2015年	-	-	256.39	655.05
2016年	-	-	899.00	11,030.26
2017年	896.58	1,503.53	20,297.21	54,016.04
2018年	5,868.99	12,807.50	50,869.59	4,909.23
2019年	37,155.62	54,868.45	2,452.38	-
2020年1-6月	34,482.35	3,395.40	-	-
在执行订单金额合计	78,403.55	72,574.88	74,774.57	70,610.58

发行人所属模具生产行业具有生产周期长的特点，不同类型模具由于工艺水平复杂程度的不同，设计时间、生产周期及验收周期长短不同，因此以前年度所签订的订单在当年年末仍在执行过程中的情况较为常见。

同时，由于发行人部分客户属于大型跨国集团，合同审批流程较长，针对部分大型客户急需的产品，发行人在销售部门与客户确定合作意向后，设计部门即开始进行模具设计及工艺设计，因此正式订单的签订在时间上存在一定的滞后。报告期各期末的在执行订单中，2017-2019年正式订单的签订日期晚于开工日期的订单金额分别为4,909.23万元、2,452.38万元、3,395.40万元，占发行人2017-2019年期末在执行订单的比例分别为6.95%、3.28%和4.68%。报告期内，存在因合同审批流程较长而后续补签正式订单情形的集团客户包括萨玛汽车（SMG）、佛吉亚（Faurecia）、曼胡默尔（MANN HUMMEL）和亚普股份等，均为发行人保持长期合作关系且资信良好的大型客户，发行人一般在开工后一个季度取得客户签署的正式订单。

针对少数提前开工，后获取正式订单的情形，发行人严格按照公司内部控制制度进行审批：①相关合作意向以邮件形式确认，邮件内容涵盖正式订单中所涉

及到的主要条款；②邮件报营销总监审核，审核后转入会签流程，出现金额较大或存在特殊条款的情形，需上报总经理或董事长审批。

报告期内，不存在由于先开工后获取正式订单而导致项目中止或相关款项无法收回的情形。

二、发行人 2019 年订单金额低于 2017 年，结合订单签订到收入确认所需要的平均周期，补充披露营业收入与利润是否存在下滑趋势，是否影响发行人的持续经营能力，如是，请进行有针对性的风险提示；

（一）从订单签订到收入确认的平均周期分析

报告期各期发行人模具产品从订单签订到收入确认所需要的平均周期如下：

单位：月

产品类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大型注塑模具	14.3	15.2	15.0	13.3
吹塑模具	13.6	11.3	8.9	8.5
精密模具	12.0	17.0	13.4	12.6
平均周期	12.7	14.6	13.4	12.0

由上表可见，报告期内，大型注塑模具从订单签订到收入确认的平均周期较为平稳，略有增长；2017-2019 年，吹塑模具和精密模具从订单签订到收入确认的平均周期有所延长，2020 年 1-6 月吹塑模具的平均周期进一步延长，而精密模具平均周期有所下降。

由于发行人大型注塑模具收入占比最高，且从签订到收入确认的平均周期较为稳定，报告期内发行人模具产品的订单确认收入的平均周期分别为 12.0 个月、13.4 个月、14.6 个月和 12.7 个月，总体较为平稳。

（二）结合订单确认收入的平均周期分析发行人的营业收入及利润趋势

报告期内，发行人各类产品订单情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
大型注塑模具	26,115.25	69.25%	51,286.72	77.44%	43,437.52	67.21%	45,182.14	66.71%
吹塑模具	2,508.28	6.65%	7,270.41	10.98%	11,915.32	18.44%	12,713.70	18.77%
精密模具	2,054.04	5.45%	6,862.80	10.36%	8,361.26	12.94%	8,893.54	13.13%
熔喷布模具	6,159.79	16.33%	-	-	-	-	-	-
塑料件及配件	871.84	2.31%	810.37	1.22%	919.19	1.42%	935.71	1.38%
订单合计	37,709.20	100.00%	66,230.31	100.00%	64,633.28	100.00%	67,725.08	100.00%

2017 至 2020 年 6 月，发行人订单金额分别为 67,725.08 万元、64,633.28 万元、66,230.31 万元和 37,709.20 万元，2018 年有所下降，2019-2020 年出现回升，主要原因是 2018 年汽车产业景气度下行、爆发了中美贸易战并持续升级，致使 2018 年汽车市场出现短暂停滞，因此当年订单金额下降，2019 年发行人二期生产基地建成，研发能力及先进制造水平明显提升，获得现有客户及潜在客户的普遍认可，在行业低迷的情况下获得较多订单，致使 2019-2020 年新接订单上升。

发行人主力产品大型注塑模具的订单金额呈上升趋势，大型注塑模具订单金额的占比较高，报告期内分别为 45,182.14 万元、43,437.52 万元、51,286.72 万元和 26,115.25 万元，2019 年订单金额相比 2017 年、2018 年分别增长了 13.51%、18.07%，2020 年 1-6 月大型注塑模具的订单金额占 2019 年全年订单的比例为 50.92%，大型注塑模具的订单金额占全部订单金额的比例分别为 66.71%、67.21%、77.44%和 69.25%。

发行人 2019 年的订单金额为 66,230.31 万元，低于 2017 年，但较 2018 年增长 2.47%。虽然吹塑模具、精密模具 2019 年的订单金额较 2017 年、2018 年有所下滑，但订单金额占比最大的大型注塑模具订单报告期各期持续增长，且占订单总金额的比例均超过 66%，发挥了收入稳定器的作用。报告期内大型注塑模具的订单确认至收入的平均周期分别为 13.3 个月、15.0 个月、15.2 个月和 14.3 个月，整体较为平稳，这对 2020 年营业收入形成了有力支撑。

（三）持续经营能力分析

发行人主营业务为汽车塑料模具的研发、设计、制造和销售，主要产品包括大型注塑模具、吹塑模具和精密模具等，产品主要提供给下游汽车零部件企业生产汽车所需的塑料制品，包括汽车内饰系统如仪表板、副仪表板、门板、柱护板等；汽车外饰系统如保险杠、格栅、扰流板等；汽车空调空滤系统如空调壳体、空调风门、进气歧管等；汽车油箱系统如油箱、加油管等。发行人生产规模及综合实力在细分行业中处于领先地位，主要客户有萨玛汽车（SMG）、佛吉亚（FAURECIA）、德科斯米尔（DRAXLMAIER）、延锋内饰、曼胡默尔（MANN+HUMMEL）、迪安（TI）、亚普股份、考泰斯（KAUTEX）、马勒（MAHLE）、法雷奥（VALEO）、宁波华翔、京威股份等国内外知名汽车零部件生产企业，公司产品最终配套的整车品牌包括欧系主机厂如保时捷、奔驰、宝马、奥迪、大众、沃尔沃、雷诺等；美系主机厂如特斯拉、通用、福特、克莱斯勒等；日系主机厂如丰田、本田、日产等；以及国内主机厂如吉利、长城、红旗、蔚来等。

发行人凭借先进的技术开发水平、优良的制造工艺和服务品质以及大规模供货的规模优势，与主要客户形成了长期稳定的合作关系，成为国内外知名的汽车塑料模具制造商。

2018 年以来中美贸易战、汽车行业景气度下降致使全球汽车销量下降，相应的汽车模具行业竞争加剧，2018 年发行人订单有所下降。在行业面临困难、行业存量竞争的背景下，发行人一方面加大研发创新、市场开拓，另一方面坚定信心立足提升自身长久的行业竞争力，投资建设二期生产基地数字化车间，二期生产基地建成后，公司的生产设备档次、生产能力、技术水准、生产过程的自动化、数字化、智能化水平明显提高，竞争实力大幅增强。2019-2020 年 6 月，在全球汽车销量继续下滑的市场环境下，发行人新增优质客户数量、新接订单金额保持上升。报告期内，发行人主力产品大型注塑模具业务持续上升，优质大型客户数量不断增加，海外子公司业务布局不断扩大，人才不断积累，发行人的持续经营能力、持续发展能力不断得到加强。

面对 2020 年上半年的新冠疫情影响、汽车行业景气度下降以及复杂多变的对外贸易形势，发行人有针对性的采取了如下应对措施：

（1）认真应对疫情，积极复工复产

发行人在新冠肺炎疫情爆发后冷静分析疫情形势，按照当地政府部门要求做好厂区防疫，安排外地返工人员隔离和核酸检测，于 2020 年 2 月陆续复工复产，既保证了员工利益，也实现了公司生产的延续性和经营的稳定性。

（2）开发熔喷布模具

新冠肺炎疫情发生以来，口罩等防护用品需求激增，尤其是上游熔喷布等过滤材料缺口巨大。发行人积极响应政府号召，利用自身模具技术优势，高效组织改造和调试，快速形成熔喷布模具生产线，以增加国家应急物资供应。2020 年 1-6 月，公司熔喷布模具订单 6,159.79 万元，并已向客户供应产品实现销售。

（3）远程视频试模

由于部分客户（尤其是境外客户）人员无法到达发行人现场参与试模，导致产品发货和验收延迟，发行人为了保证客户交期，积极联系客户开展远程视频试模，有效降低试模成本、节省试模时间、保证模具交期。

（4）开发新客户

2020 年上半年公司坚持开发新客户，凭借长期积累的技术优势和人才优势，特别是伴随着 2019 年以来的生产线自动化升级和车间数字化转型的智能化制造优势，发行人与主机厂天津一汽丰田汽车有限公司签订了保险杠项目订单、进入全球知名主机厂德国宝马的合格供应商名录，陆续接到新客户泛亚汽车技术中心的副仪表板项目、丰田合成株式会社的格栅项目、日本河西工业株式会社门板项目、国际汽车零部件（IAC）集团内饰件项目、总部位于美国的恩坦华集团（Inteva）的副仪表板项目等新订单，并进入了日本森六的合格供应商名录；此外，发行人积极开拓高端家电领域客户，2020 年接到博西华电器、广东美的制冷设备有限公司和全球暖通领域行业专家德国斯宝亚创（STIEBEL ELTRON）的家电模具订单。大型优质新客户的开发为发行人的持续经营奠定了良好基础。

（5）控制经营成本

公司采取多项措施控制经营成本，主要包括：合理规划，提高公司设备产能利用率，控制外协加工成本；强化模具设计阶段的过程评审，完善评审控制点，减少设计返工造成的资源消耗；加强生产人员培训，提高生产人员技能，细化操

作标准，降低维修成本和返工成本，减少试模次数；实行末位淘汰制度，控制人员成本等。

综上所述，发行人是中国注塑、吹塑模具重点骨干企业、模具出口重点企业、《中国模具之都十三五规划》重点发展企业，生产规模及综合实力在细分行业中处于领先地位，技术先进、制造工艺优良、生产设备先进、生产规模较大、人才储备丰富，拥有一批全球知名的汽车零部件总成客户，产品覆盖欧系、美系、日系及国产主流主机厂品牌，具有较高的市场知名度和品牌美誉度。报告期内，发行人的生产规模和设备档次不断提升，生产全过程的自动化、智能化、数据化水平不断提高，优质大型客户数量不断增加，海外子公司业务布局不断扩大，人才不断积累，发行人的长久竞争力不断增强。

在中美贸易战、汽车行业景气度下降、以及新冠疫情等不利外部环境影响下，汽车模具行业面临压力，发行人采取了加大研发创新、提升自身生产能力及技术水平、积极复工复产、开发熔喷布模具、远程视频试模、加大新客户新订单开发等一系列积极的应对措施。报告期内发行人营业收入持续上升，各年度新接订单保持平稳，体现了发行人应对风险的快速反应能力和较强的抗风险能力。2020年出现的一定业绩下滑是受宏观外部因素的短期影响，同行业公司出现不同程度的下滑，随着疫情影响消退，宏观经济企稳回升，发行人业绩也有望回升，不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。

（四）风险提示

2020年1-6月新冠肺炎疫情对公司汽车模具订单承接及收入确认周期造成不利影响，并导致发行人生产成本、运输成本上升，在以上因素的综合影响下，发行人2020年营业收入与利润存在下滑的风险。

三、发行人2019年预收款项金额低于2018年，按订单签订年度，补充披露预收款项对应的订单结构；结合预收款项转化为营业收入所需要的平均周期，补充披露发行人经营业绩是否存在下滑趋势，是否影响发行人的持续经营能力，如是，请进行有针对性的风险提示；

（一）报告期各期预收款项对应的订单结构如下：

单位：万元

期末预收款项对 应订单签订年度	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
2015 年	-	-	160.30	399.50
2016 年	-	-	785.17	6,179.08
2017 年	282.00	1,052.12	10,023.81	10,283.74
2018 年	2,008.83	5,540.99	11,382.24	-
2019 年	10,239.21	8,414.96	-	-
2020 年	2,552.82	-	-	-
期末预收款合计	15,082.86	15,008.07	22,351.52	16,862.32

发行人所属模具制造行业生产周期及验收周期较长，存在以前年度签订的订单在当年仍在生产制造过程中尚未结转销售收入，且客户已经预付合同款的情况。报告期内，发行人 2018 年末预收款项余额较高，主要系发行人 2017 年度新增订单较多，部分模具在 2018 年仍在生产过程中且客户已按照合同约定支付预付款，同时也使得 2018 年末预收款中对应订单签订年度归属于 2017 年度的占比较高。发行人 2019 年末及 2020 年 6 月末预收款项余额较 2018 年末有一定下降，主要系 2018 年签署的订单金额较 2017 年有所下降、以及受汽车行业景气度下行导致的部分客户预付款支付时间有所延后所致。

（二）结合预收款项转化为营业收入所需要的平均周期，分析发行人未来业绩趋势及对持续经营能力的影响

单位：月

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
预收款项转化为营业收入的平均周期	8.04	9.75	8.64	8.43

注：预收款项转化为营业收入的平均周期=Σ 单套模具预收款/预收款余额*（收入确认月份-预收款收到月份）

报告期内，发行人预收账款转化为营业收入的周期总体平稳，小幅波动，其中 2018 年、2019 年周期略有延长，主要系由于整车厂竞争加剧，汽车整车设计中发生变更的情况增加，此外下游企业为提升生产效率，采购复杂结构模具数量增多，客户对模具的修改需求较为频繁，致使发行人的模具生产验收周期有所延长，进而使得发行人预收账款转化为营业收入的周期有所延长。2020 年 1-6 月，发行人预收账款转化为营业收入的周期较上年缩短了 1.71 个月，一方面是由于

京威股份完成工厂搬迁工作，产能陆续得到释放，发行人对京威股份销售收入增长较多，结构简单、验收周期较短的模具产品验收较多；另一方面是因为受下游主机厂项目生产压力影响，宁波均胜饰件采购的模具生产及验收模具进度均较快；向晋永（沈阳）汽车配件有限公司销售的模具属于复制模具，作为标准模具的备份，因此验收时间较短。整体而言，报告期内，发行人预收账款转化为营业收入平均周期较为平稳，与订单签订至收入确认所需平均周期分别为 12.0 个月、13.4 个月、14.6 个月和 12.7 个月的总体趋势一致。

2020 年受中美贸易战、汽车行业景气度下降、新冠疫情等不利外部环境影响，以及公司“二期生产基地”投产所带来的成本压力，公司业绩存在一定的下滑风险。

为应对上述不利局面，公司积极采取各项举措。2020 年上半年公司坚持开发新客户，与主机厂天津一汽丰田汽车有限公司签订了保险杠项目订单、进入全球知名主机厂德国宝马的合格供应商名录，陆续接到新客户泛亚汽车技术中心有限公司的副仪表板项目、丰田合成株式会社的格栅项目、日本河西工业株式会社门板项目、国际汽车零部件（IAC）集团内饰件项目、总部位于美国的恩坦华集团（Inteva）的副仪表板项目等新订单，并进入了日本森六的合格供应商名录；此外，发行人积极开拓高端家电领域客户，2020 年接到博西华电器、广东美的制冷设备有限公司和全球暖通领域行业专家德国斯宝亚创（STIEBEL ELTRON）的家电模具订单。发行人在 2020 年新接订单稳中有升，体现了发行人应对风险的快速反应能力和较强的抗风险能力。另一方面，公司积极参与到一供客户及整车厂的前期设计研发中，及时跟踪客户的技术及设计变更动态，合理安排产能，尽量缩短模具设计变更的生产验收周期，加快发行人生产性资产的周转率。

报告期内，发行人预收账款相对于流动资产的比例分别为 38.98%、41.61%、28.50%和 26.34%，比例较低，说明发行人的流动资金来源对预收账款的依赖较小。未来随着疫情影响消退，宏观经济企稳回升，发行人业绩也有望回升。报告期内，发行人预收款项转化营业收入平均周期的小幅波动对发行人的持续经营能力不会造成重大不利影响。

报告期内，发行人预收账款转化为营业收入平均周期整体较为平稳，小幅波动，与订单签订至收入确认所需平均周期分别为 12.0 个月、13.4 个月、14.6 个月和 12.7 个月的总体趋势一致，不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。2020 年受中美贸易战、汽车行业景气度下降、新冠疫情等不利外部环境影响，以及公司“二期生产基地”投产所带来的成本压力，公司业绩存在一定的下滑风险。

四、客户采购模具向大型化和高端化发展的原因，大型化和高端化的具体表现，终端整车厂需求是否发生变化、现有车型模具是否发生变化。

报告期内，公司主营业务为汽车塑料模具的研发、设计、制造和销售，并生产少量塑料制品，公司主要产品和主要经营模式未发生重大变化。

发行人的主要模具产品分为注塑模具和吹塑模具，报告期内，注塑模具收入占主营业务收入的比重超过 70%，发行人的注塑模具业务呈现一定大型化、高端化的特征。

（一）客户采购模具向大型化和高端化发展的原因

（1）汽车消费高端化

近年来，中国经济和居民收入的增长带来了更大购车需求，同时也催生了消费者置换高端车型的需求。在前期汽车大规模普及满足基本出行需求后，消费者对汽车产品也赋予了更多价值，包括社交需求，身份象征等，对汽车的期望也上升至高颜值、高安全性、高科技含量等要求，我国汽车消费市场消费结构趋于高端化。车型数量的增加和高端车消费占比提升，均对汽车内外饰件的种类、质量提出了更高要求。和低端汽车相比，中高端汽车更加注重内外饰的设计、材质及制作工艺，通过丰富内外饰配置、提高内外饰品质来提升汽车整体性能和乘车体验。

（2）模具大型化、高端化顺应了汽车产业的发展需求

随着汽车产业向个性化、轻量化、智能化、节能环保方向发展，对汽车塑料内外饰件的加工精度、复杂程度、可靠程度和使用寿命等性能提出更高要求，进而推动汽车塑料模具制造行业朝着大型化、高技术含量方向发展，例如：单套模

具重达 50 吨的前后保险杠模具、可实现普通注塑成型和气辅成型的仪表板模具、可实现化学发泡成型的车门板模具、高光模具、模内转印模具、覆铝模具、低压注塑模具、高端光学器件模具产品、实现多料和多工序成型的多功能复合模具等。

（3）模具大型化有利于降低客户生产成本

整车制造企业之间的竞争加剧，成本压力也随之转嫁到汽车零部件制造业。为了降低生产成本，一模多腔的大型模具需求逐渐增多，做到一次开模完成两套模具的双层叠式模具、实现仅一道工序连续两次多料注塑成型的双色注塑模具、细微气孔填充产品壁厚的化学开模发泡模具、将多个繁琐制造工序简化整合的热压成型注塑模具、模内切边模具等，此类大型模具有效降低了客户生产汽车零配件的成本。

（4）发行人不断增强的综合实力获得了较多大型化、高端化的模具订单

大型、结构复杂、加工技术精良、成型技术先进的塑料模具制造需要大量中高端机械设备及辅助设施，发行人的生产设备投资规模较大，设备档次、技术先进水平在行业内位于前列。公司利用工业数据平台、机器视觉传感器、精密驱控技术等前沿科技对自身的模具制造过程进行智能化改造，建成由智能计算机控制的自动化五轴高速镗铣加工中心、塑料注塑成型机、龙门加工中心、立式数控铣、移动式激光焊机、机械臂、智能仓储、搬运系统等组成的智能化生产线，实现了工艺编排与资源自动排产技术、生产过程数字化、业务全流程信息化，解决了原传统加工生产线工序多、流程长、切换频繁、切削报废多、精度低等问题，整线实现了自动化、智能化控制，提高了质量稳定性和生产效率，增强了公司整体竞争力。

发行人掌握了包括汽车保险杠模具的脱模技术等 18 种模具设计技术、顶杆孔加工工艺等 9 种模具加工技术以及双色模注塑技术等 6 种注塑成型技术，拥有 99 发明专利，上述技术可以有效的提高模具加工精度、减少人工成本、提高生产效率、缩短模具生产周期、提高模具生产过程中的注射工艺稳定性，生产出高端模具工件。发行人凭借优秀的技术研发实力、优良的产品性能、严格的质量管控、丰富的项目经验和完善的售后服务，在行业内树立了较高的品牌知名度，赢得了包括萨玛汽车、佛吉亚、曼胡默尔、德科斯米尔、延锋集团、马勒、日本河

西工业、国际汽车零部件集团、恩坦华、丰田、本田、上汽通用、德国宝马在内等越来越多全球知名客户的认可，获得了较多高端车型如奔驰、宝马、保时捷、特斯拉、奥迪等的大型化、高端化模具订单。

（二）发行人模具产品大型化和高端化的具体表现

发行人模具产品的大型化体现于“一模多腔”、“叠模”等新型模具增多、单套模具用钢量大的产品数量上升、以及大型注塑模具收入占比上升等方面；模具产品的高端化体现为发行人产品最终配套高端整车厂商的占比不断上升，并应用于市场知名的高端车型项目。

（1）“一模多腔”、“叠模”等新型模具体积较大

从模具行业的工艺趋势来看，汽车零部件企业为了提高生产效率，降低后续运营成本，近年来越发倾向于使用“一模多腔”、“叠模”等新型工艺模具。相较于传统模具，这些新型模具通过一次操作可以生产出多个零部件，并可有效避免零部件组合装配中遇到的一系列技术问题。报告期内，发行人为安道拓所生产的门板模具、为京威股份所生产的副仪表板模具、为曼胡默尔所生产的空滤系统模具中均使用了上述新型模具。由于原来多个模具生产多个零部件的工作任务整合到一副模具中，致使单套模具的体积随之上升。

（2）体积较大的大型注塑模具收入占比较高且呈上升趋势

从发行人的订单类型来看，发行人在报告期内承接了较多用于生产保险杠、门板、迎宾踏板等零部件的模具订单，这类汽车零部件通常体积较大，对应模具的体积也较大，属于大型注塑模具。报告期内，发行人各类产品的订单情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
大型注塑模具	26,115.25	69.25%	51,286.72	77.44%	43,437.52	67.21%	45,182.14	66.71%
吹塑模具	2,508.28	6.65%	7,270.41	10.98%	11,915.32	18.44%	12,713.70	18.77%
精密模具	2,054.04	5.45%	6,862.80	10.36%	8,361.26	12.94%	8,893.54	13.13%
熔喷布模具	6,159.79	16.33%	-	-	-	-	-	-
塑料件及配件	871.84	2.31%	810.37	1.22%	919.19	1.42%	935.71	1.38%
订单合计	37,709.20	100.00%	66,230.31	100.00%	64,633.28	100.00%	67,725.08	100.00%

由上表可见，报告期内，发行人订单总额分别为 67,725.08 万元、64,633.28 万元、66,230.31 万元和 37,709.20 万元，其中大型注塑模具订单金额分别为 45,182.14 万元、43,437.52 万元、51,286.72 万元和 26,115.25 万元，规模较大，占订单金额的比例分别为 66.71%、67.21%、77.44%和 69.25%，发行人大型注塑模具的订单金额及占订单总金额的比例基本呈上升趋势。

（3）单套模具领用的模具钢量不断上升

模具钢是模具产品的主要材料之一，2017-2019 年，发行人模具钢领用量与模具产量的比例分别为 6.66 吨/套、7.74 吨/套和 8.23 吨/套，单套模具的模具钢领用量呈上升趋势，模具趋向大型化。

（4）发行人产品最终配套高端整车厂商的金额及占比不断上升，模具产品应用于市场知名高端车型项目，体现了发行人模具技术高端化。

发行人在汽车模具领域经营多年，模具产品得到下游客户的广泛认可。2017 年度至 2019 年度，发行人产品最终配套高端品牌整车的占比不断上升，具体而言：公司配套奥迪车型的模具收入占发行人总收入的比重由 2017 年度的 13.28% 提升至 2019 年度的 16.19%，对宝马车型收入占总收入的比重由 2017 年度的 5.52% 提升至 2019 年度的 8.61%，对奔驰车型收入占总收入的比重由 2017 年度的 1.09% 提升至 2019 年度的 3.91%。从报告期内公司配套单个主机厂商的模具收入规模的变动角度分析，2019 年度发行人配套奥迪车型的收入较 2017 年度增长 61.02%，2019 年度配套宝马车型的模具收入较 2017 年度增长 106.02%，2019 年度配套奔驰车型的收入较 2017 年度增长 376.03%。

同时，发行人产品较多应用于市场知名的高端车型的生产及改造项目。2017 年，发行人通过萨玛汽车参与保时捷电动车 Taycan 项目的同步研发并获得该项目塑料模具订单，订单金额超过 4,500 万元，此外，发行人参与了奥迪 A4、A5、Q5、Q8 等车型改型项目、保时捷 Macan、911 等车型改型项目、宝马 3 系、5 系等车型改进项目、奔驰 S 级车型改型项目。

高端整车厂商、高端车型项目对汽车模具供应商的同步研发能力、生产技术水平、综合实力要求远远高于一般整车厂商、普通车型，报告期内，发行人最终

配套高端品牌整车的模具产品金额及占比不断上升，并应用于市场知名高端车型项目，这是发行人模具技术先进高端化的体现。

（三）模具大型化、高端化对终端整车厂需求和现有车型模具的影响

汽车内外饰模具是汽车零部件制造过程中重要的基础工艺装备，决定了内外饰件的材质、精密度和可靠性，从而影响到汽车的安全性、动力参数、舒适度和能耗水平等，内外饰模具的配置水平在一定程度上决定了汽车的档次。

从细分需求来看，新车型的内饰件改动大，而现有车型的内饰件改动相对较小；相比内饰件，外饰件对产品外观的要求更高，需要用到精细抛光技术，无论是新车型还是改款车型，外饰件的改动都较大。

综上，随着汽车产业发展的个性化、轻量化、智能化、节能环保趋势，整车厂竞争加剧，新车型上市速度及频次明显加快，降成本的压力也不断加大，促使终端整车厂对汽车塑料模具的需求向大型化、技术先进高端化方向发展，其中针对全新车型的模具需求较大。

五、请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

申报会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

- 1、获得发行人销售明细、订单明细，检查销售收入与订单的匹配关系；
- 2、访谈发行人高管，了解公司应对新冠疫情冲击所采取的举措；
- 3、检查公司预收账款明细，访谈公司销售总监，了解预收款项下降的原因；
- 4、访谈公司技术总监、查阅行业数据和研究分析报告，比对公司销售及订单明细，检查报告期内采购明细、出入库明细，了解模具产品大型化及高端化的原因及表现。

经核查，申报会计师认为：发行人收入来源于前期订单具有商业合理性；订单至收入确认周期的有所延长、预收账款转化为营业收入的平均周期有所延长表明发行人的收入确认存在一定延迟，考虑到汽车行业景气度下行、中美贸易战、新冠疫情等因素的叠加影响，发行人的经营业绩存在一定下滑的风险，但不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响，发行人已进行相应的风险提示；客户

采购汽车模具产品存在一定大型化、高端化的特征，终端整车厂存在相应需求，其中针对全新车型的模具需求较大，现有车型改动的模具需求相对较小。

问题 7、关于塑料件及配件业务

请发行人：（1）补充披露塑料件及配件业务的基本情况，结合收入规模、毛利率、产能占用等，分析并披露发行人开展该业务的商业合理性；（2）结合主要客户基本情况，补充披露塑料件及配件业务产品的主要用途，主要客户是否为终端客户、是否实现最终销售；（3）补充披露塑料件及配件业务主要工艺，是否涉及模具生产，所使用的模具是否能与客户定制模具区分，发行人是否拥有模具所有权。请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露塑料件及配件业务的基本情况，结合收入规模、毛利率、产能占用等，分析并披露发行人开展该业务的商业合理性；

（一）补充披露塑料件及配件业务的基本情况

报告期内，发行人汽车模具收入占主营业务收入的比例超过 97%，是发行人最核心的业务，塑料件及配件业务是发行人在模具业务基础上向产业链下游的延伸，主要面向国内市场，为下游汽车零部件企业生产汽车所需的塑料制品，包括汽车单双色精密注塑件、电镀件、发动机周边功能件、汽车安全气囊、内饰装饰件等。

模具行业作为工业的基础行业，向下游产业链延伸的趋势明显，主要原因系模具行业与下游工业产品的生产关系密切，在相关产品的生产方面具有先天的技术优势，模具企业在产业链上的延伸有助于扩大经营规模和盈利能力，提高市场竞争力。发行人凭借多年在汽车模具行业积累的综合竞争优势和深厚的客户资源，整合资源，正在逐步从单一模具生产制造延伸到下游塑料制品领域。

发行人塑料制品业务从市场使用对象来看主要应用于 OEM 市场（Original Equipment Manufacturer 指为整车厂进行配套的零部件制造商，一般用于组装新车），主要业务来自于现有模具客户的委托，尚处于起步阶段，总体规模较小。主要客户包括宁波晶美科技有限公司、迪安汽车部件（天津）有限公司、沈阳马勒汽车热系统有限公司、宁波华翔汽车车门系统有限公司等知名汽车零部件企业，近年新增了宁波均胜、奥托立夫、采埃孚等大型客户，公司产品最终配套的整车

品牌包括奔驰、宝马、大众、特斯拉、通用等。

（二）结合收入规模、毛利率、产能占用等，分析发行人开展塑料件及配件业务的商业合理性

（1）汽车零部件行业规模巨大且存在增长空间

随着汽车制造专业化分工的深入和经济全球化的深化，汽车零部件行业在汽车工业体系中的重要性日益提高。整车厂更专注于整车项目的研发、销售，为了控制和削减成本、释放组织活力，逐渐降低零部件自制率，与第三方零部件生产企业进行专业化分工，使得原有的整车—零部件垂直一体的供应链格局逐步转变为基于市场配套关系的横向合作模式。在全球汽车工业产业链上，零部件产业的价值一般超过 50%。2017 年，我国规模以上（主营业务收入 2,000 万元以上）汽车零部件企业共 13,333 家，实现主营业务收入 3.88 万亿元，占整个汽车工业主营业务收入的 44%。平均每家汽车零部件企业实现主营业务收入 29,101.02 万元。尽管近期全球主要区域汽车产销增速明显放缓甚至出现下滑，但汽车产业重点聚焦新能源、轻量化、智能化、个性化等发展方向，长期而言仍有较大的市场容量和增长空间。

报告期内，发行人塑料件及配件的销售收入分别为 848.69 万元、775.93 万元、754.73 万元、789.15 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.82%、1.42%、1.22%、2.73%，比例很小，各期毛利率分别为 16.36%、23.68%、27.32%、25.30%，未来发展空间很大。

（2）模具企业的行业优势有助于向下游产业链的自然延伸

由于模具企业在生产经营过程中接触到不同种类的零部件产品，而且对零部件产品的市场需求、工艺流程、技术发展趋势、销售渠道、产品原材料及成本构成有比较深入的了解，模具企业直接生产下游产品还具有技术成熟、成本低、投资风险小、对市场反应快的特点。行业内部分模具企业，尤其是技术力量较强、产品水平和管理水平较高的企业，利用自身的特长，开始筹划或已经实施以模具为龙头向下游产业链的延伸，以模具生产为支持和保障，直接生产下游零部件。由单纯的模具生产企业转变为“模具+部品”生产企业，一方面模具企业可以通

过丰富产品品种，增强对下游客户的服务能力，提升市场竞争能力；另一方面，可以充分享受到模具“效益放大器”的好处，实现规模经济效益。

发行人的主要客户为国际大型汽车零部件总成企业，其生产过程一般是总体设计、核心部件生产、其他零部件外协、以及系统总成装配。国际汽车零部件总成客户一般会基于持续降低成本考虑，减少配件的自制率或者减少甚至停止部分不占竞争优势的零件的生产，在全球范围内寻找优势供应商进行采购。模具企业依托于先天的行业技术优势、成本优势在完成模具业务的同时承接部分模具对应的零部件业务，直接实现交钥匙工程。

同行业可比公司在报告期内向下游行业延伸生产零部件情况如下：

单位：东江集团为万港元、其余为万元

公司名称及对应产品	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银宝山新（注塑结构件）	58,403.54	31.84%	106,312.99	38.25%	120,131.27	39.91%	119,755.13	41.23%
东江集团（注塑组件）	45,782.10	62.77%	172,005.60	74.43%	160,619.70	69.88%	121,114.40	65.08%
海泰科（塑料件）	-	-	45.17	0.13%	-	-	-	-
天汽模（冲压件）	27,346.03	51.93%	67,164.41	30.97%	56,172.36	25.23%	62,847.18	32.54%
威唐工业（冲压件）	3,620.24	14.15%	8,108.01	20.11%	8,759.17	17.21%	7,897.29	18.08%
瑞鹄模具	-	-	-	-	-	-	-	-
合力科技（铝合金部品）	-	-	20,017.46	32.76%	20,885.00	34.26%	19,563.59	36.26%

注：数据来源于上市公司年报或招股说明书。海泰科未披露半年报。合力科技半年报未披露该数据。

由上表可见，模具制造企业向下游行业延伸，直接生产下游零部件属于行业惯例，具有合理性和必要性。

（3）发行人具有塑料制品业务的产能优势

汽车零部件的主要市场是 OEM 市场，OEM 市场大部分零部件用于生产新车，一般采用新技术、新标准，技术难度较高，通常需要完成研发、设计、试样、试生产等各个阶段后才能实现量产，所需时间周期较长；此外 OEM 市场对零部件厂

商的服务能力要求较高，例如为了应对车辆召回的质量事件，即便所供应的车型已经停产，一般需要保证十年以上的零部件供应能力，因此为了保障新车的生产能力和效率，整车厂商希望零部件企业保持稳定的供货能力，一旦双方形成供货关系，零部件供应商可以获得长期较为稳定的订单。

发行人现拥有 9 种不同型号的注塑机共 30 台，其中为满足模具生产过程中的试模工序配备了 15 台不同型号的注塑机，而专门用于承接汽车塑料制品业务的注塑机有 8 种型号共 15 台。锁模力作为区分注塑机性能规格的重要指标，使用不同模具生产塑料件时选择锁模力相匹配的注塑机显得至关重要。此外，为了保证对塑料件产品的尺寸和变形量的高稳定性控制，需要稳定的注塑压力、保压压力、和成型温度。因此发行人开展塑料件业务需要配备不同型号的注塑机。发行人的塑料制品业务尚处于起步阶段，在某一规格订单规模较小的情况下，会出现一定的设备闲置，2018、2019 年、2020 年 1-6 月发行人塑料件及配件的产能利用率分别为 15%、25%、15%。

发行人的塑料部件业务正逐步实现从依托原有模具客户订单到“原有模具客户+全新客户”订单的转型。发行人经过前期较长时间的合格供应商认证、研发投标、设计修改、试样验证等环节，目前已进入国际知名汽车零部件一供厂商诸如奥托立夫集团 (AUTOLIV)、均胜电子、马勒集团、采埃孚公司 (ZF Friedrichshafen AG) 等合格供应商体系，并承接到奔驰、沃尔沃、宝马、现代等品牌车型的方向盘安全气囊、副驾驶气囊 OEM 订单。未来随着新订单车型陆续进入量产期，发行人的塑料件业务将明显增长，现有的产能储备为塑料件业务的发展提供了支持。

综上所述，发行人出于产业链合理延伸的战略考虑，利用自身的模具研发、制造技术、人才、客户资源等方面优势，结合自身产能和客户需求开展塑料件及配件业务，符合行业惯例，具有商业合理性。

二、结合主要客户基本情况，补充披露塑料件及配件业务产品的主要用途，主要客户是否为终端客户、是否实现最终销售；

（一）发行人塑料件及配件的主要客户的基本情况如下：

客户名称	客户介绍
沈阳马勒汽车热系统有限公司	成立于 2012 年 11 月 27 日，注册资本 10,000 万元人民币，主营业务为开发、生产、测试、销售汽车电子设备系统及相关零部件。系上海马勒热系统有限公司全资子公司，隶属马勒集团。马勒集团成立于 1920 年，是活塞系统、气缸零部件、气门驱动系统、气体管理系统和液体管理系统的三大供应商之一，为全球所有的汽车制造商提供门类齐全的高质量产品。在全球设立了 160 个生产基地、16 家研发中心。2019 年，马勒集团入选全球 50 大汽车供应商，排名第 9 位。2019 年位居《美国汽车新闻》全球汽车零部件供应商百强榜第 17 位。
迪安汽车部件（天津）有限公司	成立于 2019 年 07 月 11 日，注册资本 8,000 万人民币，主营业务为研发、设计、生产、销售汽车流体储存和传输系统、及上述产品的原材料、零部件、同类产品和相关设备。系迪安汽车下属子公司。迪安汽车向顾客提供完整的燃油储存和输送系统及制动管路系统产品，是全球汽车行业具有领先地位的系统供应商，具有在电子油泵、多层油箱、油箱总成、多层尼龙软管、硬管和快装接头等方面的领先技术，为世界汽车工业提供全面的解决方案。2019 年位居《美国汽车新闻》全球汽车零部件供应商百强榜第 59 位。
宁波华翔汽车车门系统有限公司	成立于 2008 年 05 月 28 日，注册资本 19636.389195 万人民币，主营业务为汽车车门内饰门板、车门模块系统、车身侧面内饰及汽车零部件的设计、开发、制造并提供售后服务；系宁波华翔全资子公司，宁波华翔于 2005 年在深圳证券交易所上市（002048.SZ），为国际知名汽车品牌提供内外饰件、车身金属件、汽车电子等产品和相关服务。
宁波均胜饰件科技有限公司	成立于 2017 年 10 月 16 日，注册资本 5000 万元人民币，主营业务为汽车内外饰件、塑料配件、金属制品、模具、五金件的研发、设计、制造、加工、批发。隶属于宁波均胜电子股份有限公司。均胜电子于 2011 年在上海证交所上市（600699.SH），均胜电子是全球领先的汽车零部件供应商和技术服务提供商，主要致力于智能驾驶系统、汽车安全系统、新能源汽车动力管理系统、车联网技术以及高端汽车功能件总成等的研发、制造、服务与销售。凭借行业领先的研发和技术，以先进的创新设计、覆盖全球的生产制造体系、可靠的品质管理以及始终如一的优质服务，不断引领全球汽车电子和安全行业的发展，是中、德、美、日等国主要整车厂商与国内各大汽车品牌的长期合作伙伴。
均胜汽车安全系统（上海）有限公司	成立于 2018 年 1 月 17 日，注册资本 15000 万人民币，主营业务为汽车安全气囊、安全带、方向盘及汽车用儿童安全座椅及其零部件的制造、销售。系宁波均胜汽车安全系统有限公司全资子公司。隶属均胜集团。在均胜集团收购高田后，宁波均胜汽车安全系统有限公司整合自身及高田的技术与资源，在安全气囊，安全带，方向盘及其零配件的研发领域始终处于领航者位置。

客户名称	客户介绍
奥托立夫（上海）管理有限公司	成立于 2007 年 1 月 15 日，注册资本 200 万美元。主营业务为受奥托立夫集团 (AUTOLIV) 委托向奥托立夫集团于中国境内所投资的公司提供投资经营决策、市场营销服务、产品生产所需的质量控制及采购管理方面的服务、资金运作与财务管理咨询、技术支持和研究开发、信息服务、企业资源计划（ERP）系统和企业内部计算机网络管理服务、员工培训和管理服务。隶属奥托立夫集团。奥托立夫集团是在瑞典设立的一家国际跨国公司，成立于 1956 年，其股票同时在美国和瑞典上市，是美国 500 强的企业。目前，AUTOLIV 是全世界最大的“汽车乘员保护系统”生产商，在世界上 30 个国家有 80 多家生产性工厂，同时有 9 个被当地政府所认可的碰撞试验中心，及 12 个全球研发中心。目前有员工 4 万多人，年产值为 60 亿美元。在汽车被动安全系统处于领先地位。
采埃孚亚太集团有限公司	成立于 2009 年 6 月 1 日，注册资本 18228.3968 万美元，经营范围主要为协助或代理其所投资的企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外销售其所投资企业及其关联公司生产的产品，并提供售后服务，隶属采埃孚股份公司 (ZF Friedrichshafen AG)。采埃孚股份公司 (ZF Friedrichshafen AG) 总部位于德国 Friedrichshafen 市，全球 500 强，是全球汽车行业的合作伙伴和零配件供应商，专业提供传输、转向、底盘系统等汽车零配件。采埃孚集团的汽车动力传动系统和底盘技术具有世界领先地位。作为跨国企业，采埃孚集团在全球 25 个国家的 119 家分支机构中拥有 57372 名雇员。2018 年 7 月 19 日，《财富》世界 500 强排行榜发布，采埃孚位列 268 位。
福田采埃孚轻型自动变速箱（嘉兴）有限公司	成立于 2017 年 4 月 18 日，注册资本 7000 万人民币，主营业务为轻型商用车变速箱及零部件的制造组装、功能性测试、工程开发、应用开发、采购、销售及售后。系北汽福田汽车股份有限公司控股、与采埃孚股份公司合资的境内企业。北汽福田汽车股份有限公司（简称福田汽车）与 1998 年 6 月在上海证券交易所上市（股票代码 600166.SH）。福田汽车二十三年积累了雄厚的品牌资产，品牌形象逐渐丰富，品牌溢价能力持续提升，2019 年，世界品牌实验室作为独立第三方的品牌评审机构发布《中国 500 最具价值品牌》排行榜，福田汽车以 1528.97 亿元排名第 34 名，位居商用车行业第一、汽车行业第四，连续多年领跑商用车行业。
宁波晶美科技有限公司	成立于 2003 年 5 月 16 日，注册资本 7,000 万人民币，主要经营范围为塑料制品、金属制品的研发、设计、制造、加工。吴锡辉持有其 100.00% 股权，系自然人独资企业。建有两条全自动电镀生产线，专业从事 ABS、PC/ABS、锌合金及铜产品的表面亮光及哑光镀铬、镀镍。目前在汽车零部件上为奥迪、上海大众、一汽大众、上海通用等国内外著名汽车品牌配套。

（二）发行人塑料件及配件业务产品的主要用途情况如下：

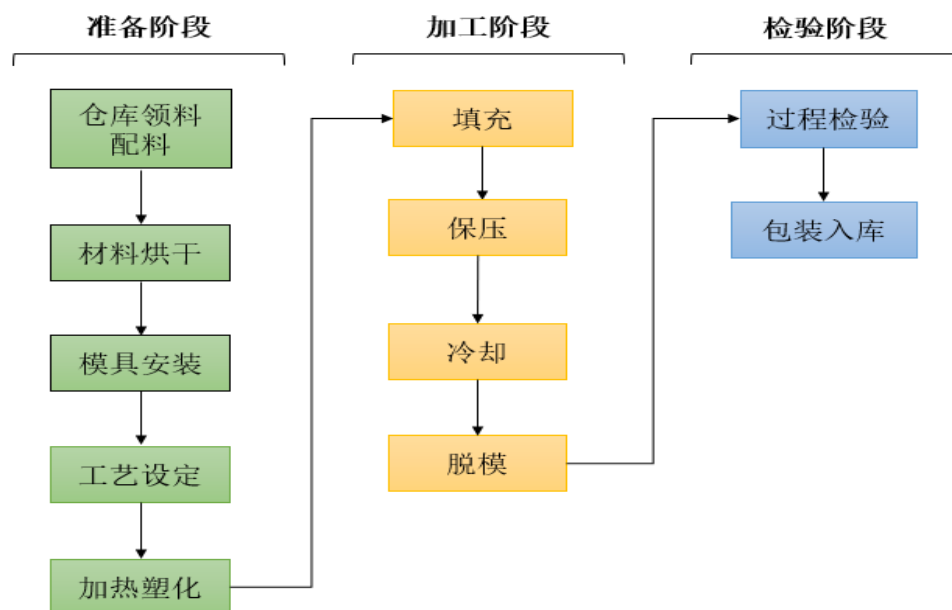
客户名称	产品用途	对应的整车厂	整车车型
沈阳马勒汽车热系统有限公司	空调出风口风门	奥迪	Q5L
迪安汽车部件（天津）有限公司	油箱支架	奔驰	平台车型
宁波华翔汽车车门系统有限公司	汽车尾门、中门、侧围、车门把手、装载喇叭	奔驰、特斯拉	V260、Model Y
宁波均胜饰件科技有限公司	汽车内饰装饰条	奔驰、宝马	EQC 电动车、X1、X3
均胜汽车安全系统（上海）有限公司	方向盘安全气囊、副驾驶气囊	哈弗	H9
奥托立夫（上海）管理有限公司	方向盘安全气囊、副驾驶气囊	现代、神龙	途胜、C5
采埃孚亚太集团有限公司	方向盘安全气囊、副驾驶气囊	奔驰、Volvo	C 系列、E 系列
福田采埃孚轻型自动变速箱（嘉兴）有限公司	变速箱拨档	商用车	轻卡
宁波晶美科技有限公司	汽车内饰装饰条、出风口、水杯架	大众	辉昂，探歌，速腾，朗逸等车型
宁波北昇汽车零部件有限公司	出风口、外透镜	路虎、长城	路虎发现，大众迈腾，长城汽车

从产业链结构看，整车制造商与零部件配套供应商之间形成金字塔型的产业链结构，大致形成“零件→组件→系统→整车”的供应链体系。其中，整车制造商位于金字塔的最上方，三级配套供应商分别按其地位位于金字塔的下方。各级企业均为生产企业。

发行人处于二级供应商地位，主要向一级供应商提供核心配套零部件，实现了最终销售；一级供应商作为发行人的终端客户，在发行人生产的塑料零部件基础上，进一步加工形成系统总成或核心组件后供应给下游整车厂商。

三、补充披露塑料件及配件业务主要工艺，是否涉及模具生产，所使用的模具是否能与客户定制模具区分，发行人是否拥有模具所有权。

（一）塑料件及配件业务主要工艺



塑料件注塑成型主要涉及以下四个阶段：①填充：将料筒加热预塑好的塑料通过螺杆推动的作用填充至闭合好的模具型腔内；②保压：模具型腔被塑料填充满后，为了保证塑料冷却过程中的收缩，螺杆会持续保持压力，压实熔体，增加塑料密度；③冷却：塑料在模具型腔成型后经过一段时间的冷却以保证产品的形状及尺寸；④脱模：当产品完全成型达到合格的形状和尺寸后模具打开完成模具顶出脱模。

（二）塑料件及配件业务涉及的模具生产及其所有权情况

注塑模具是塑料零部件注塑成型用的基础工艺装备，方正部件生产塑料件使用的模具分为以下两种情况：

（1）生产塑料零部件所用的模具由发行人生产制造

发行人塑料件业务所使用的模具 85%以上由发行人生产制造。经客户验收合格后，根据订单约定方式确认销售收入。分两种不同情形：①一次性确认模具收入，模具的所有权完成从发行人至客户的转移；②发行人将模具交付给方正部件时不确认模具收入，在合同约定的一定期间内，使用该模具生产约定数量的塑料零部件后，一次性确认模具收入，模具的所有权由发行人转移至客户。

(2) 生产塑料零部件所用的模具由客户提供

发行人塑料件业务所使用的其他模具由客户发运至发行人厂区，为客户资产。

上述所有塑料件业务所涉及模具均单独放置在汽车部件产区，由发行人登记在簿并进行定期盘点，以区分于客户定制的其他模具。

四、请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

申报会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

1、获得发行人各期塑料件及配件业务的销售合同及销售明细，检查新增减少的主要客户情况；

2、查询主要客户公开披露的年度报告、官网，查询行业研究报告及行业排名情况；

3、访谈发行人塑料件业务负责人，就是否实行最终销售、新增客户的拓展情况进行确认；

4、对塑料件及配件业务所涉及的模具进行现场检查，并核查模具登记簿及相关盘点记录。

经核查，发行人塑料件及配件业务主要应用于汽车内饰装饰条、空调出风口风门及油箱支架等，其开展该业务具备商业合理性；发行人塑料件及配件产品已向下游客户实现最终销售；发行人生产塑料零部件所用的部分模具由客户提供，所有权属于客户，部分模具由发行人生产制造，根据订单约定方式的不同，收入的确认及所有权转移时点存在差异，塑料件业务所涉及模具均单独放置在汽车部件产区进行单独管理，能够与客户定制的其他模具区分。

问题 8、关于主要客户

招股说明书披露，2019 年受汽车行业不景气的影响，下游客户竞争加剧，发行人承担了一定的降价压力。

请发行人补充披露以下事项：（1）按内销、外销分类以及产品类别分类，补充披露前五名客户的基本情况，包括但不限于销售金额、占比，主要销售产品，最终配套的整车品牌（或相关最终用途），销售产品是否实现最终销售或是否已投产；（2）发行人与前述各类前五大客户的合作历史、订单和业务的获取方式，与客户交易增加或减少的原因，相关订单的连续性和稳定性；（3）补充披露主要客户降价情况，下游客户整体降价情况、降价持续性、对发行人持续经营能力的具体影响；（5）同一客户购买发行人产品类型发生变化的原因，受同一客户控制的不同主体同时向发行人购买产品的商业合理性；（6）发行人向主要客户销售产品的价格、毛利率，与平均价格、毛利率是否存在较大差异；（7）报告期各期发行人向非终端客户的销售收入，按内销、外销分类的销售收入结构，非终端销售收入占总收入的比例及其波动情况，是否实现最终销售。

请保荐人、申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

【回复】

一、按内销、外销分类以及产品类别分类，补充披露前五名客户的基本情况，包括但不限于销售金额、占比，主要销售产品，最终配套的整车品牌（或相关最终用途），销售产品是否实现最终销售或是否已投产；

（一）按内销、外销分类，报告期各期前五名客户的销售情况

（1）发行人外销前五名客户的销售情况

2020 年 1-6 月外 销	客户名称	销售额（万元）	占外销收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	萨玛汽车	3,992.05	38.58%	保险杠、门板、仪表板模具等	奥迪、保时捷、宝马、大众、奔驰、雷诺等	是
	佛吉亚	2,671.54	25.82%	仪表板、门板模具等	大众、雷诺等	是

	马勒	926.46	8.95%	空调、空滤系统模具等	奔驰、克莱斯勒等	是
	迪安	696.12	6.73%	油箱模具等	奔驰、现代、大众、雷诺、马自达等	是
	曼胡默尔	548.31	5.30%	空调、空滤系统模具等	雪佛兰、福特、铃木等	是
	合计	8,834.47	85.37%	-	-	-

2019 年度 外销	客户名称	销售额（万元）	占外销收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	萨玛汽车	14,715.43	53.23%	保险杠、门板、仪表板模具等	奥迪、保时捷、宝马、大众、奔驰、雷诺等	是
	佛吉亚	4,434.34	16.04%	仪表板、门板模具等	雷诺、日产、特斯拉、福特等	是
	迪安	2,370.89	8.58%	油箱模具等	奔驰、现代、大众、雷诺、马自达等	是
	德科斯米尔	1,449.78	5.24%	仪表板、中控模具等	宝马、特斯拉、奔驰、奥迪等	是
	曼胡默尔	1,132.75	4.10%	空调、空滤系统模具等	奔驰、沃尔沃、福特、通用等	是
	合计	24,103.20	87.19%	-	-	-

	客户名称	销售额（万元）	占外销收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2018 年度 外销	萨玛汽车	11,914.56	39.33%	保险杠、仪表板、中控模具等	奥迪、宝马、奔驰、保时捷、大众、雷诺等	是
	德科斯米尔	5,281.56	17.43%	门板、仪表板模具等	宝马、奔驰、奥迪等	是
	曼胡默尔	3,649.78	12.05%	空调、空滤系统模具等	路虎、捷豹、通用、福特、奔驰等	是
	佛吉亚	3,489.69	11.52%	门板、仪表板模具等	雷诺、沃尔沃、标致、福特等	是
	迪安	1,660.63	5.48%	油箱、加油管模具等	奔驰、宝马、大众、通用、现代等	是
	合计	25,996.22	85.81%	-	-	-

	客户名称	销售额（万元）	占外销收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2017年度外销	萨玛汽车	8,080.24	33.39%	门板、保险杠、仪表板模具等	奥迪、保时捷、大众等	是
	佛吉亚	4,038.84	16.69%	门板、仪表板模具等	奔驰、保时捷、福特、雪铁龙、大众等	是
	曼胡默尔	3,374.68	13.95%	空调、空滤系统模具等	保时捷、奔驰、路虎、福特、通用等	是
	德科斯米尔	2,591.23	10.71%	仪表板、中控模具等	宝马、捷豹、路虎等	是
	Reydel	2,040.62	8.43%	中控、仪表板模具等	标致、雷诺、通用等	是
	合计	20,125.62	83.17%	-	-	-

注：该处销售额不包含向客户境内子公司的销售金额。Reydel 于 2018 年 8 月被萨玛汽车收购，更名为 Samvardhana Motherson Reydel Companies。

(2) 发行人内销前五名客户的销售情况

	客户名称	销售额（万元）	占内销收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2020年1-6月内销	京威股份	2,079.11	11.22%	门板、仪表板装饰件模具等	奥迪、奔驰、大众等	是
	亚普股份	1,861.79	10.05%	油箱、加油管模具等	大众、通用、福特、奥迪等	是
	一汽富维	1,848.51	9.98%	仪表板、门板模具等	红旗、大众、奥迪等	是
	宁波华翔	1,290.27	6.97%	门板、立柱模具等	奔驰、大众、宝马等	是
	宁海县正荣汽车零部件有限公司	1,051.33	5.68%	熔喷布模具	-	是
	合计	8,131.02	43.90%	-	-	-

	客户名称	销售额(万元)	占内销收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2019年度内销	亚普股份	4,284.29	12.56%	油箱、加油管模具等	大众、通用、福特、奥迪等	是
	一汽富维	3,903.53	11.45%	仪表板、保险杠模具等	红旗、大众、奥迪等	是
	曼胡默尔	2,855.87	8.37%	滤清器、汽车空调模具等	通用、吉利、福特等	是
	延锋内饰	1,913.17	5.61%	门板模具等	大众、长安、通用、日产等	是
	宁波华翔	1,780.91	5.22%	仪表板、门板模具等	奔驰、大众、红旗等	是
	合计	14,737.77	43.21%	-	-	-

	客户名称	销售额(万元)	占内销收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2018年度内销	宁波华翔	2,943.12	12.12%	立柱、中控模具等	奔驰、宝马、奥迪、大众等	是
	延锋内饰	2,916.29	12.01%	门板、仪表板模具等	奔驰、大众等	是
	迪安	2,232.32	9.19%	油箱模具等	丰田、雷诺、大众、长城等	是
	一汽富维	2,050.76	8.44%	门板、座椅模具等	大众等	是
	京威股份	1,978.50	8.15%	门板、保险杠模具等	奥迪、奔驰、大众等	是
	合计	12,120.98	49.91%	-	-	-

	客户名称	销售额(万元)	占内销收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2017年度内销	亚普股份	3,437.81	15.24%	油箱模具等	大众、福特、克莱斯勒、通用等	是
	一汽富维	3,050.31	13.52%	仪表板、门板模具等	大众、奥迪等	是
	德科斯米尔	2,620.20	11.61%	门板、仪表板模具等	宝马	是
	迪安	1,891.91	8.39%	油箱、加油管模具等	大众、奔驰、丰田、长安、DS等	是
	上海马勒热系统有限公司	1,422.72	6.31%	空调系统模具	奥迪、沃尔沃等	是
	合计	12,422.95	55.07%	-	-	-

注：该处销售额不包含向客户境外子公司的销售金额；发行人对京威股份的销售包括北京威卡威汽车零部件股份有限公司及其旗下的秦皇岛威卡威汽车零部件有限公司、宁波福尔达智能科技有限公司；

发行人对宁波华翔的销售包括隶属宁波华翔电子股份有限公司旗下的沈阳华翔汽车零部件有限公司、宁波华翔汽车车门系统有限公司、宁波米勒模具制造有限公司；

发行人对延锋内饰的内销销售包括隶属延锋汽车内饰系统有限公司及其旗下的延锋汽车内饰系统（上海）有限公司、延锋汽车饰件系统重庆有限公司、延锋汽车饰件系统（长沙）有限公司、延锋汽车饰件模具技术有限公司、上海延锋金桥汽车饰件系统有限公司、北京延锋北汽汽车内饰件有限公司。

（二）按产品类别分类，报告期各期前五名客户的销售情况

（1）发行人大型注塑模具前五名客户的销售情况

	客户名称	销售额（万元）	占大型注塑模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2020年1-6月大型注塑模具	萨玛汽车	4,837.02	27.01%	保险杠、门板、仪表板模具等	奥迪、保时捷、宝马、大众、奔驰、雷诺等	是
	佛吉亚	3,266.90	18.25%	门板、仪表板模具等	雷诺、日产、特斯拉等	是
	一汽富维	1,838.58	10.27%	仪表板、保险杠模具等	红旗、大众、奥迪等	是
	京威股份	1,809.50	10.11%	门板饰件、仪表板、行李架模具等	奥迪、大众、通用等	是
	宁波华翔	1,018.45	5.69%	门板、仪表板、扬声器模具等	宝马、大众、奔驰等	是
	合计	12,770.45	71.32%	-	-	-

	客户名称	销售额（万元）	占大型注塑模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2019年度大型注塑模具	萨玛汽车	15,414.59	36.67%	保险杠、门板、仪表板模具等	奥迪、保时捷、宝马、大众、奔驰、雷诺等	是
	佛吉亚	5,428.76	12.91%	门板、仪表板模具等	雷诺、日产、特斯拉等	是
	一汽富维	3,627.78	8.63%	仪表板、保险杠模具等	红旗、大众、奥迪等	是
	德科斯米尔	2,920.45	6.95%	门板、手套箱、仪表板模具等	宝马、特斯拉等	是
	延锋内饰	1,913.17	4.55%	门板模具等	大众、长安、通用等	是
	合计	29,304.75	69.71%	-	-	-
2018年度大型注塑模具	客户名称	销售额（万元）	占大型注塑模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	萨玛汽车	12,067.26	30.67%	保险杠、仪表板、中控模具等	奥迪、宝马、保时捷	是
	德科斯米尔	5,656.62	14.38%	门板、仪表板模具等	宝马、奔驰等	是

	佛吉亚	4,139.46	10.52%	门板、仪表板模具等	雷诺、标致等	是
	延锋内饰	2,916.29	7.41%	门板、仪表板模具等	奔驰、大众等	是
	曼胡默尔	2,512.28	6.38%	空滤系统模具等	福特、通用、奥迪等	是
	合计	27,291.91	69.36%	-	-	-
2017年度大型注塑模具	客户名称	销售额（万元）	占大型注塑模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	萨玛汽车	8,184.98	26.49%	门板、保险杠、仪表板模具等	奥迪、大众、保时捷等	是
	德科斯米尔	5,150.01	16.66%	门板、仪表板模具等	宝马、捷豹等	是
	佛吉亚	3,990.44	12.91%	门板、仪表板模具等	福特、奔驰、雪铁龙等	是
	一汽富维	3,050.31	9.87%	仪表板、门板模具等	大众、奥迪等	是
	Reydel	2,040.62	6.60%	中控、仪表板模具等	雷诺、通用等	是
	合计	22,416.36	72.54%	-	-	-

(2) 发行人吹塑模具前五名客户的销售情况

	客户名称	销售额（万元）	占吹塑模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2020年1-6月吹塑模具	亚普股份	2,070.77	51.01%	油箱、加油管模具等	大众、通用、福特、奥迪等	是
	迪安	750.62	18.49%	油箱、加油管模具等	大众、现代、奔驰等	是
	东风亚普汽车部件有限公司	614.87	15.15%	油箱、加油管模具等	东风、现代等	是
	江苏塑光汽车部件有限公司	180.03	4.44%	油箱、加油管模具等	江淮、吉利等	是
	考泰斯	128.12	3.16%	油箱、加油管模具等	三菱、上汽等	是
	合计	3,744.41	92.25%	-	-	-
2019年度吹塑模具	客户名称	销售额（万元）	占吹塑模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	亚普股份	4,981.90	43.45%	油箱、加油管模具等	大众、通用、福特、奥迪等	是
	迪安	3,299.19	28.77%	油箱模具等	现代、奔驰等	是
	考泰斯	1,906.45	16.63%	油箱模具等	上汽、吉利、日产等	是

	东风亚普汽车部件有限公司	337.46	2.94%	油箱模具等	神龙、东风	是
	劳士领	168.43	1.47%	油箱模具等	沃尔沃、福特等	是
	合计	10,693.42	93.26%	-	-	-
2018年度吹塑模具	客户名称	销售额（万元）	占吹塑模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	迪安	3,802.87	46.00%	油箱模具等	现代、长城、丰田等	是
	亚普股份	3,357.56	40.61%	油箱模具等	通用、大众、克莱斯勒等	是
	考泰斯	439.46	5.32%	油箱模具等	马自达、上汽等	是
	哈金森	247.89	3.00%	发动机进气管模具等	通用、捷豹等	是
	曼胡默尔	208.68	2.52%	发动机进气管模具等	路虎、标致等	是
	合计	8,056.47	97.45%	-	-	-

	客户名称	销售额（万元）	占吹塑模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
2017年度吹塑模具	亚普股份	4,556.18	53.59%	油箱模具等	大众、克莱斯勒等	是
	迪安	2,272.38	26.73%	油箱模具等	大众、标致等	是
	东风亚普汽车部件有限公司	567.02	6.67%	油箱模具等	东风、神龙	是
	考泰斯	345.47	4.06%	油箱模具等	上汽、福特等	是
	芜湖顺荣汽车部件有限公司	165.38	1.95%	油箱模具等	长安、江铃等	是
	合计	7,906.43	92.99%	-	-	-

注：发行人对考泰斯吹塑模具销售额由发行人对考泰斯（平湖）塑料技术有限公司，考泰斯（武汉）塑料技术有限公司，考泰斯（长春）塑料技术有限公司，考泰斯（广州）塑料技术有限公司，考泰斯（上海）塑料技术有限公司，考泰斯（重庆）塑料技术有限公司，KAUTEX TEXTRON de Mexico S de RL de CV，KAUTEX JAPAN CORPORATION，KAUTEX PLASTIC TECHNOLOGY GUJARAT PRIVATE LIMITED，Kautex india-A Division of Textron India Private Limited，KAUTEX TEXTRON & GMBH CO.KG 销售额合计统计得出；

劳士领吹塑模具销售额由发行人对劳士领汽车配件（成都）有限公司，劳士领汽车配件（重庆）有限公司，劳士领汽车配件（昆山）有限公司销售额合计统计得出；

哈金森吹塑模具销售额由发行人对 HUTCHINSON FMS, INC、HUTCHINSON KOREA LTD_EUMSEONG 销售额合计统计得出。

（3）发行人精密模具前五名客户的销售情况

2020年1-6	客户名称	销售额（万元）	占精密模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
----------	-------------	----------------	------------------	---------------	------------------	------------------

月精密模具	曼胡默尔	727.47	27.96%	空调、空滤系统模具	奔驰、通用、福特等	是
	佛吉亚	454.60	17.47%	门护板模具等	大众等	是
	宁波均胜电子股份有限公司	399.90	15.37%	仪表盘饰件模具等	奔驰等	是
	晋永（沈阳）汽车配件有限公司	241.57	9.28%	燃油系统模具等	通用、大众等	是
	京威股份	210.80	8.10%	双色电镀模具等	奔驰、通用等	是
	合计	2,034.35	78.18%	-	-	-

2019年度精密模具	客户名称	销售额（万元）	占精密模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	曼胡默尔	2,512.39	33.52%	空调、空滤系统模具	通用、福特等	是
	上海马勒热系统有限公司	657.34	8.77%	空调、空滤系统模具	奥迪	是
	长春一汽富晟四维汽车零部件有限公司	612.11	8.17%	电镀件模具	MAN（德国商用车品牌）、大众	是
	饰而杰汽车制品（苏州）有限公司	552.64	7.37%	电镀、高光外饰件模具	宝马	是
	秦皇岛威卡威佛吉亚汽车内饰件有限公司	497.50	6.64%	覆铝内饰件模具	日产、沃尔沃	是
	合计	4,831.98	64.47%	-	-	-

2018年度精密模具	客户名称	销售额（万元）	占精密模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	曼胡默尔	2,227.74	36.00%	滤清器模具	通用、福特等	是
	宁波华翔	951.26	15.37%	双色中控模具	奔驰、奥迪	是
	饰而杰汽车制品（苏州）有限公司	724.31	11.70%	外饰电镀件模具	通用	是
	柯比斯	689.97	11.15%	燃油泵、滤清器模具	通用、大众	是
	秦皇岛威卡威佛吉亚汽车内饰件有限公司	349.61	5.65%	内饰件电镀模具	奥迪	是
	合计	4,942.88	79.87%	-	-	-

2017年度精密模具	客户名称	销售额（万元）	占精密模具收入比例	主要销售产品	最终配套的整车品牌	是否最终销售/投产
	曼胡默尔	2,183.17	33.57%	滤清器模具等	福特、保时捷等	是
	柯比斯	1,116.44	17.17%	燃油泵模具等	通用、大众等	是

2019 年度精	客户名称	销售额 (万元)	占精密模具 收入比例	主要销售产 品	最终配套的整 车品牌	是否最终 销售/投产
	上海马勒热系统有限公司	733.73	11.28%	空调系统模 具等	奥迪	是
	长春中拓模塑科技有限公司	568.29	8.74%	内饰电镀件 模具	宝马、大众等	是
	上海瑞尔实业有限公司	398.29	6.12%	外饰电镀件 模具	大众	是
	合计	4,999.92	76.89%	-	-	-

注：发行人对饰而杰汽车制品（苏州）有限公司精密模具销售额由饰而杰汽车制品（苏州）有限公司、SRG GLOBAL, INC、饰而杰汽车科技孝感有限公司销售额合计统计得出。

（三）主要企业基本情况

客户名称	基本情况	成立时间	控股股东/实际控制人
萨玛汽车	萨玛汽车集团总部位于印度新德里，是一家生产多元化汽车零部件产品的全球化公司，并在孟买证券交易所、印度国家证券交易所上市交易。集团内的 SMP 公司（Samvardhana Motherson Peguform）为欧洲领先的汽车内外饰件生产商，主要为全球知名整车厂商提供保险杠、门板、仪表板、立柱和其他内外饰件。	1975 年	Samvardhana Motherson International Limited（SAMIL）
佛吉亚	佛吉亚集团的股票在泛欧巴黎证券交易所上市，是法国 CAC Next 20 指数的重要组成部分。为全球领先的汽车零部件科技公司。	1997 年	Peugeot S.A.（标致集团）
亚普股份	亚普股份是全球主要的汽车燃料系统设计方案提供商和制造商之一，是我国第一家向国外出口塑料油箱总成、输出塑料油箱制造技术和海外建设塑料油箱工厂的自主品牌企业。亚普股份是中国 A 股上市公司（603013.SH）	1993 年	国投高科技投资有限公司
一汽富维	一汽富维于 1996 年在上海证券交易所挂牌上市（600742.SH），拥有长春、成都、佛山、青岛、天津五大生产基地	1993 年	吉林省国资委
曼胡默尔	曼胡默尔集团成立于 1941 年，是一家总部位于德国斯图加特的家族企业，其在德国巴伐利亚州的工厂是世	1941 年	创始人 Mann 及 Hummel 家族

客户名称	基本情况	成立时间	控股股东/实际控制人
	界最大的滤清器工厂		
德科斯米尔	德科斯米尔集团是一家全球运营的独资公司，总部位于德国菲尔斯比堡。	1958 年	Draexlmaier 家族
迪安	迪安汽车集团是全球领先的燃油储存与输送系统供应商，于英国伦敦证券交易所上市。迪安汽车集团占据了全球约 15% 的塑料油箱市场份额。	1922 年	Bain Capital（贝恩资本）
考泰斯	考泰斯是全球领先的汽车吹塑塑料零件生产商，自 1949 年起开始制造汽车吹塑塑料零件。	1935 年	Textron Inc.（德事隆集团）
延锋内饰	延锋汽车内饰系统有限公司是国际领先的汽车零部件制造商，主要提供门内板、仪表板及副仪表板。延锋内饰的母公司华域汽车是 A 股上市公司（600741.SH）	2014 年	上海市国资委
京威股份	北京威卡威汽车零部件股份有限公司成立于 2002 年，总部位于北京，是一家中德合资的乘用车内外饰件系统综合制造商和综合服务商，于 2012 年在深圳证券交易所上市（002662.SZ）。	2002 年	北京中环投资管理有限公司、德国威卡威股份有限公司
宁波华翔	宁波华翔于 2005 年在深圳证券交易所上市（002048.SZ），主要为国际知名汽车品牌提供内外饰件、车身金属件、汽车电子等产品及相关服务。	1988 年	周晓峰
东风亚普汽车部件有限公司	东风亚普汽车部件有限公司由亚普股份和东风汽车集团合资成立，主要生产汽车塑料油箱、注油管等零部件	1995 年	亚普汽车部件股份有限公司、东风鸿泰控股集团有限公司
劳士领	劳士领集团总部位于德国曼海姆，拥有全球最全面的热塑性塑料和复合材料产品组合。	1921 年	劳士领家族
上海马勒热系统有限公司	上海马勒热系统有限公司是德国马勒贝洱公司和华域三电汽车空调有限公司合作成立的合资企业，致力于汽车空调系统、发动机冷却模块及组件、新能源产品及系统的开发、制造和销售。	2004 年	德国马勒贝洱公司、华域三电汽车空调有限公司
长春一汽富晟四维尔汽车零部件有限公司	长春一汽富晟四维尔汽车零部件有限公司由宁波四维尔工业有限责任公司和长春一汽富晟集团有限公司合资成立，是一家集注塑、电镀、涂	2009 年	宁波四维尔工业有限责任公司

客户名称	基本情况	成立时间	控股股东/实际控制人
	装工艺于一体的汽车零部件供应商。		
秦皇岛威卡威佛吉亚汽车内饰件有限公司	秦皇岛威卡威佛吉亚汽车内饰件有限公司由京威股份和佛吉亚合资设立，是一家生产、销售汽车铝制和木质内饰件的汽车零部件供应商。	2016 年	北京威卡威汽车零部件股份有限公司、佛吉亚(中国)投资有限公司
哈金森	哈金森集团(Hutchinson)总部位于法国巴黎，是全球知名的隔振、降噪和动态密封零部件生产商。	1843 年	Total（道达尔）
柯比斯	柯比斯总部位于韩国，是一家全球性的汽车零部件公司。	1994 年	未披露

二、发行人与前述各类前五大客户的合作历史、订单和业务的获取方式，与客户交易增加或减少的原因，相关订单的连续性和稳定性；

（一）与各类前五大客户的合作情况

（1）与各类前五大客户的合作历史、订单和业务的获取方式

客户名称	合作历史	订单和业务的获取方式
萨玛汽车	2008 年，经原有客户介绍，发行人与萨玛汽车建立合作。	客户经多方询价确认
佛吉亚	2011 年，发行人通过主动营销，与佛吉亚集团建立合作。	客户经多方询价确认
亚普股份	2004 年，发行人通过主动营销，与亚普股份建立合作。	客户经多方询价确认
一汽富维	2009 年，发行人通过主动营销，与一汽富维建立合作。	客户经招标或多方询价确认
曼胡默尔	2004 年，发行人通过主动营销，与曼胡默尔集团建立合作。	客户经多方询价确认
德科斯米尔	2010 年，发行人通过主动营销，与德科斯米尔集团建立合作。	客户经多方询价确认
迪安	2008 年，发行人通过主动营销，与迪安汽车集团建立合作。	客户经多方询价确认
考泰斯	2006 年，发行人通过主动营销，与考泰斯建立合作。	客户经多方询价确认
延锋内饰	2006 年，发行人通过主动营销，与延锋内饰建立合作。	客户经多方询价确认
京威股份	2008 年，发行人通过主动营销，与京威股份建立合作。	客户经多方询价确认
宁波华翔	2004 年，发行人通过主动营销，与宁波华翔建立合作。	客户经多方询价确认
东风亚普汽车部	2010 年，经原有客户介绍，与东风亚普	客户经多方询价确认

客户名称	合作历史	订单和业务的获取方式
件有限公司	建立合作。	
劳士领	2012 年，发行人通过主动营销，与劳士领建立合作。	客户经多方询价确认
上海 马勒热系统有限公司	2014 年，发行人通过主动营销，与上海马勒热系统有限公司建立合作。	客户经多方询价确认
长春一汽富晟四维汽车零部件有限公司	2017 年，经原有客户介绍，与长春一汽富晟四维建立合作。	客户经多方询价确认
秦皇岛威卡威佛吉亚汽车内饰件有限公司	2016 年，经原有客户介绍，发行人与秦皇岛威卡威佛吉亚建立合作	客户经多方询价确认
哈金森	2012 年，发行人通过主动营销，与哈金森建立合作	客户经多方询价确认
柯比斯	2015 年，发行人通过主动营销，与其建立合作	客户经多方询价确认
顺荣汽车部件	2011 年，发行人通过主动营销与其建立合作	客户经多方询价确认
长春中拓	2012 年，发行人通过主动营销与其建立合作	客户经多方询价确认
上海瑞尔实业有限公司	2011 年，发行人通过主动营销，与上海瑞尔建立合作。	客户经多方询价确认

(2) 与客户交易增加或减少的原因，相关订单的连续性和稳定性

报告期内，发行人与主要客户的交易增加或减少主要系客户自身需求变化所致。顺荣汽车部件、长春中拓和上海瑞尔实业有限公司因自身产品订单减少，后续较少向发行人采购模具；除上述三家客户外，报告期内发行人其他主要客户均为国内外知名汽车零部件生产商，规模较大，与发行人合作正常，相关订单具有连续性和稳定性。

三、补充披露主要客户降价情况，下游客户整体降价情况、降价持续性、对发行人持续经营能力的具体影响；

(一) 主要客户降价情况

2018 年-2020 年上半年，主要客户产品售价变动情况如下：

单位：万元/套

客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
------	--------------	---------	---------

	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价
萨玛汽车	116.00	-1.43%	117.69	-11.25%	132.61
佛吉亚	84.02	-32.04%	123.64	1.55%	121.75
亚普股份	77.50	2.41%	75.68	-3.07%	78.08
曼胡默尔	55.79	0.70%	55.40	-14.91%	65.11
一汽富维	80.37	-1.17%	81.32	14.99%	70.72

2019年,发行人主要客户中,萨玛汽车的平均销售单价较2018年下降11.25%,曼胡默尔的平均销售单价较2018年下降14.91%,佛吉亚的平均销售单价较2018年上升1.55%,亚普股份的平均销售单价较2018年下降3.07%,一汽富维的平均销售单价较2018年上升14.99%。2020年1-6月,除佛吉亚的平均单价下降较多外,其他客户单价变动幅度较小。

由于模具的种类、用途、体积大小、复杂程度、配套车型不同,不同模具的价格差异很大,因此年度平均单价的变动还应结合平均成本的变动,判断盈利水平的变化。

公司的主要产品模具为定制化产品,下游客户主要为知名汽车一级零部件供应商,其模具采购一般会经历询价、比价等过程。公司在向下游客户报价时一般采用成本加成的定价模式,基本原则是根据产品预估成本,加上一定比例的毛利作为报价依据。实际执行中,公司会根据产品定制化程度、项目技术要求、客户类型、自身产能利用率、竞争程度等具体情况作出适当调整。公司报价之后,下游客户一般会综合比较多家供应商报价、交货期、历史合作情况等因素,择优选择供应商。受汽车产业景气度下降、以及中美贸易摩擦等影响,全球汽车整车销量下降,主机厂纷纷降价,竞争激烈,并将降成本压力层层传导给上游供应商,因此压缩了模具供应商的利润空间,2019年发行人对部分客户报价时的成本加成比例较2018年有所下降。

(二) 下游整体客户降价情况

2018-2020年上半年,发行人各类产品平均单价情况如下:

单位: 万元/套

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价

大型注塑模具	70.24	-22.47%	90.60	-6.98%	97.40
吹塑模具	62.38	6.09%	58.80	5.26%	55.86
精密模具	42.18	-2.06%	43.07	-10.92%	48.35
熔喷布模具	98.77	-			
模具产品合计	67.51	-7.81%	73.23	-7.45%	79.12

2019年,发行人大型注塑模具和精密模具产品单价分别较2018年下降6.98%和10.92%,主要系受汽车产业景气度下降、中美贸易摩擦等影响,导致发行人注塑模具产品报价下降所致;2020年1-6月,因采购体积较小、单价较低模具产品的京威股份销售额上升较多,大型注塑模具单价较2019年下降22.47%;2020年1-6月,精密模具单价较2019年下降2.06%,变动较小。

2019年发行人吹塑模具产品的平均单价较2018年上升5.26%,2020年1-6月较2019年上升6.09%,主要系发行人吹塑模具产品技术水平较高,国内竞争较少,维持了较高的利润空间。

(三) 降价持续性

汽车零部件市场是充分竞争的市场,价格波动受供求关系影响,正常合理的降价是行业结构调整、自由竞争的结果,超过合理范围的大幅降价不具有持续性,根据目前情况综合评估,未来发生长期大幅降价的可能性较小,具体分析如下:

(1) 汽车零部件行业整体降价已持续几年,行业利润已较低。

中国汽车销量经历了28年持续增长,2018年销量首次下滑,汽车行业进入市场和结构调整期,主机厂将成本压力转嫁给供应商,2018年国内汽车零部件行业的整体降价幅度很大,很多零部件企业因此陷入微利甚至退出。

2019年随着中美贸易战的不断升级、全球汽车销量下滑,汽车行业景气度下行明显,主机厂竞争更加激烈,整车纷纷降价,并将降价压力层层传导给上游供应商,供应商的利润空间继续压缩。

2020年初全球爆发新冠疫情,停工停产、运输受阻、消费不振、各方面成本上升、现金流短缺,汽车供应链上的企业大范围停工,中小汽车零部件企业因缺少资金、规模、人员、客户资源方面的优势,陷入亏损,纷纷转产退出。

经过这几年的大幅降价,汽车零部件行业的利润空间被大幅压缩,盈利情况

较弱，有效产能下降，受供求关系影响，未来降价空间较小。

（2）本次行业降价受多重因素叠加影响，不具有持续性。

汽车行业作为周期性行业，景气度上升、下降遵循自身规律，行业整合、结构调整、优胜劣汰实属正常。本次汽车产业链的持续大幅降价，是叠加了中美贸易摩擦、新冠疫情等多重外在突发因素的影响，具有一定的偶然性、反应过度性。从长远看，汽车产业始终是世界主要经济体的支柱性产业，汽车产业的带动能力及辐射能力在国民经济生活中的地位无法撼动，因此汽车行业尽快走出低迷是各国政府刺激经济恢复的重要手段之一。随着中美贸易摩擦、新冠疫情影响的消退，以及各国政府对汽车产业的扶持，汽车塑料模具行业的大幅降价不具有持续性。

（3）下游客户对技术提升、规模供货的高要求，使得汽车塑料模具行业已无降价空间。

一方面，随着汽车行业“智能化、电动化、共享化、网联化”层出不穷的技术迭代，以及主机厂竞争的加剧，下游客户对重要模具供应商的正向开发能力、生产技术水平、规模供货能力、成本控制能力、资金资本实力的要求不但不会下降，反而上升；此外，下游客户更倾向对少数优质模具供应商集中采购，这样可以在保证产品质量、技术匹配性、服务稳定性的情况下，有效降低采购成本和供应商管理成本，这就需要模具供应商持续不断的进行技术研发、产能规模、人员培养方面的资金投入；

另一方面，汽车塑料模具行业属于技术密集、资金密集型行业，利润的显现需要经过相当长的投资及人员培养周期，微薄的行业利润很难保障产品质量、后续服务品质、以及持续的技术研发投入；此外，微薄的利润很难吸引投资热情，模具供应商很难有意愿和有能力进行大规模扩产、高水平的技术提升、研发储备等方面的投资。

为了刺激优质模具供应商持续不断的进行技术研发、产能规模、人员培养方面的资金投入，下游客户需要为其保留合理的利润空间，因此模具产品长期、大幅降价的空间较小。

综上所述，汽车零部件行业的降价已持续几年，行业利润空间大幅压缩，降

价空间有限；本次受汽车行业景气度下降、中美贸易摩擦、新冠疫情等多重因素叠加影响，降价具有一定的偶然性、反应过度性，汽车产业链企业大范围停工退出，产能下降，受供求关系影响，降价不具有持续性；由于汽车整车行业竞争激烈、技术迭代加快，下游客户为保持技术领先性，要求供应商在技术研发水平、规模供货方面进行持续的资金投入，而汽车塑料模具行业投资见效慢，微薄的利润空间很难吸引供应商的大规模投资，为解决此中矛盾，长期大幅降价的可能性较小。

从市场数据来看，2020 年第一季度受新冠疫情直接影响，我国乘用车累计产销分别下降 48.7%和 45.4%（中汽协数据），2020 年第二季度汽车产销量有所回暖，2020 年 7 月，汽车产销分别为 220.1 万辆和 211.2 万辆，同比分别增长 21.9%和 16.4%，乘联会预测全年跌幅将在 8%左右，2020 全年市场情况远好于第一季度。随着汽车行业回暖，上游汽车零部件行业业务量上升，利润水平将提高。发行人主要客户均为国内外规模较大的汽车零部件生产商，客户自身发展状况较好，需求较为稳定，发行人下游客户降价情况未见明显持续性。

（四）降价对发行人持续经营能力的具体影响

近几年汽车产业链上下游企业面临的降价属于普遍的经营性降价，并不会影响发行人的持续经营能力，主要原因如下：

（1）公平竞争的市场环境，不会因此损害发行人的相对竞争力。

本次受汽车行业景气度下降、中美贸易摩擦、新冠疫情等多重因素叠加影响，汽车销量下滑，主机厂将降成本压力层层传导给上游供应商，供应商的利润空间出现普遍性的下降，这是汽车零部件企业，乃至汽车注塑模具企业共同面对的市场环境，汽车零部件行业是高度市场化竞争的行业，产品价格随行就市，发行人的相对市场竞争能力并未因此下降。

（2）提前建成的高水平制造能力，为公司在行业弱势中提升市场份额奠定了扎实的物质基础。

在预感到行业景气期下降的早期，发行人未雨绸缪，坚定决心提升长久竞争力，逆势加大先进技术研发、制造能力的基础性投资建设，经过近 2 年建设，公

司的生产设备档次、生产能力、技术水准、生产过程的自动化、数字化、智能化水平明显提高，综合实力大幅增强，得到现有客户及潜在客户的广泛认同，优质大型客户不断增加。

相对应的，在目前模具行业利润空间大幅下滑时，行业内企业已无意愿和能力进行大规模扩产、高水平的技术提升、研发储备等方面的投资，无能力承接需要高水平技术研发投入、以及大规模供货的批量订单。在下游客户更倾向对少数优质供应商集中采购，即可以保证产品质量、技术匹配性、服务稳定性，又可以有效降低采购成本和供应商管理成本的背景下，发行人提前建成的高水平制造产能为拓展新客户、新项目、新车型、新技术平台、新的行业领域提供了扎实的物质基础，为发行人在危机中抓住“机遇”，逆势扩大市场份额提供了强有力的保障。

（3）发行人与现有客户共度难关，有利于拓展业务合作的深度和广度。

发行人是行业内的领先企业，多年经营积累了一大批世界知名的大型汽车零部件总成客户，包括萨玛汽车（SMG）、佛吉亚（FAURECIA）、德科斯米尔（DRAXLMAIER）、延锋内饰、曼胡默尔（MANN+HUMMEL）、迪安（TI）、亚普股份、考泰斯（KAUTEX）、马勒（MAHLE）、法雷奥（VALEO）、宁波华翔等，在汽车整车行业、汽车零部件行业的冬天，发行人与客户共渡难关，为客户承担一部分成本压力，有利于与客户建立更为紧密的命运共同体关系，有利于未来分享更大的共同利益。

此外，由于发行人研发技术实力先进制造产能的提升、客户更倾向于集中采购降成本、原有供应商面临经营困难等方面原因，发行人承接了较多新项目、新技术平台、新车型的采购订单，诸如德科斯米尔集团的玛莎拉蒂项目、神通科技的特斯拉项目、江阴模塑集团有限公司的上海奥迪保险杠项目等。发行人因此拓展了与现有客户业务合作的深度和广度，获得了更多新车型、新平台项目，为公司后续的工程更改收费、参与更多的正向开发项目奠定了充足的业务基础。

（4）发行人积极拓展国内市场、新客户、新市场领域，扩大市场份额。

发行人利用多年积累的行业口碑、技术实力和先进产能优势，不断拓展新的

客户、新的市场领域，扩大市场份额。在 2020 年上半年受新冠疫情影响口罩用熔喷布用量激增，发行人利用技术优势，迅速建成熔喷模生产线，为市场提供技术难度最高 3.2 米熔喷布模具；在受疫情影响国际运输受阻外销发货减少情况下，发行人积极开拓国内市场，在汽车模具以外，积极开拓高端家电客户，获得了德国博世集团中国公司、全球暖通领域行业专家德国斯宝亚创（STIEBEL ELTRON）、美的集团的家电模具订单，发行人的下游应用领域不断扩大，市场份额不断提高。

综上所述，近几年面临的行业降价是汽车注塑模具企业共同面对的公平市场环境，产品价格随行就市，发行人的市场竞争能力并未因此下降；发行人在行业面临困难情况下，提前投资建成了具有国际先进水平的研发制造产能，为行业进入存量竞争时代、强者恒强、优势企业的市场集中度不断提高过程中，打下了扎实的物质基础；发行人与现有客户共渡难关，增强业务合作的深度和广度；积极拓展国内市场降低国际运输受阻对外销业务的影响、积极开拓新客户、新市场，不断扩大下游应用领域、市场份额。未来随着新冠疫情影响消退、宏观经济企稳回升，发行人巩固并扩大的市场领域、市场份额将为公司提供持续性回报，业绩也会出现回升，因此行业内的经营性降价不会对发行人的持续经营能力和持续盈利能力造成重大不利影响。

四、同一客户购买发行人产品类型发生变化的原因，受同一客户控制的不同主体同时向发行人购买产品的商业合理性；

（一）同一客户购买发行人产品类型发生变化的原因

同一客户购买发行人的产品类型在报告期内发生变化，主要原因是发行人客户多元化的产品结构、以及发行人具有定制开发不同类型模具的能力。

（1）发行人客户产品结构多元化

随着全球汽车工业的发展，大型汽车零部件集团通过自建或并购的方式，逐步将业务版图延伸至汽车零部件不同细分领域，产品结构也随之多元化。以发行人主要客户为例，萨玛汽车集团在汽车后视系统、汽车灯具系统、门板、仪表板、保险杠等领域处于领先地位，佛吉亚集团是国际知名的座椅、汽车内饰以及汽车内电子系统制造商，一汽富维的主要产品包括汽车内饰系统、电子系统、电池系

统等。

此外，同类汽车零部件通常由多个组件构成，为了生产相关组件通常需要开发多套模具，如发行人销售给亚普股份的汽车油箱系统模具中包括油箱模具、膨胀腔模具、加油管模具、油箱吹针座、油箱冷却模等。因此，汽车零部件厂商多元化的产品结构产生了广泛多样的模具需求。

（2）发行人具有定制开发不同类型模具的能力

汽车模具属于定制化产品，但不同汽车模具的主要生产流程、生产工艺不存在本质差异。为提高采购效率、便于采购管理，汽车零部件企业通常将同一项目下的多个模具需求整合为同一订单，这对模具企业的定制开发能力提出了较高要求。

发行人在汽车模具领域经营多年，与众多全球大型汽车零部件企业保持了长期稳定的合作关系，有着深厚的技术积累。因此，发行人能够根据下游客户订单需求，针对特定产品和具体参数，综合运用各项技术定制生产方案进行设计和生产，满足下游汽车零部件客户的定制化生产需求。

综上所述，同一客户购买发行人的产品类型在报告期内发生变化，主要是因为发行人下游汽车零部件客户产品结构多元化，以及发行人能够定制开发不同类型模具所致。

（二）受同一客户控制的不同主体同时向发行人购买产品的商业合理性

受同一客户控制的不同主体同时向发行人购买产品的主要原因为发行人主要客户是全球布局的大型跨国汽车零部件集团。

为了服务全球布局的汽车整车厂商，降低生产成本，行业领先的汽车零部件集团均陆续完成全球化布局。以发行人主要客户为例，萨玛汽车集团在全球 41 个国家共有 270 个工厂，佛吉亚集团在全球 37 个国家建立了 300 家工厂，亚普股份在全球 9 个国家共有 14 个子公司及孙公司、德科斯米尔在全球 20 多个国家建立有 60 余个网点，曼胡默尔在全球范围内有 90 余个子公司。不同区域的子公司多数配套当地整车厂，其根据生产计划，分别向模具厂商下达采购需求。而通过下游客户评审和认证的合格模具供应商能够向汽车零部件集团全球范围内的

子公司提供产品。

因此，同一跨国汽车零部件集团位于不同区域的子公司常在同一年度内均产生模具购买需求，并向发行人购买产品，从而出现受同一客户控制的不同主体同时向发行人购买产品的情况。

五、发行人向主要客户销售产品的价格、毛利率，与平均价格、毛利率是否存在较大差异；

报告期各期，发行人主要客户销售产品的价格、毛利率情况如下：

单位：万元/套

2020年1-6月			2019年度		
客户名称	单价	毛利率	客户名称	单价	毛利率
萨玛汽车	116.00	20.95%	萨玛汽车	117.69	29.04%
佛吉亚	84.02	14.01%	佛吉亚	123.64	33.08%
亚普股份	77.50	54.61%	亚普股份	75.68	55.74%
京威股份	30.13	29.99%	曼胡默尔	55.40	21.99%
一汽富维	80.37	17.24%	一汽富维	81.32	14.55%
模具平均	67.51	28.62%	模具平均	73.23	30.68%

2018年度			2017年度		
客户名称	单价	毛利率	客户名称	单价	毛利率
萨玛汽车	132.61	42.77%	萨玛汽车	141.36	39.39%
德科斯米尔	131.55	47.65%	德科斯米尔	88.33	34.89%
曼胡默尔	65.11	30.50%	亚普股份	63.28	58.20%
佛吉亚	121.75	34.15%	曼胡默尔	60.68	28.53%
迪安	54.07	52.78%	佛吉亚	105.01	38.98%
模具平均	79.12	36.34%	模具平均	62.04	36.29%

报告期各期，发行人主要客户销售产品的价格、毛利率与平均价格、毛利率均有不同程度的差异。发行人模具产品具有定制化、差异化、生产周期长等特点，报告期内发行人向主要客户销售产品的价格、毛利率与平均价格、毛利率存在一定差异，主要系发行人产品中的细分种类很多，体积尺寸、位置、功能等差异较大，且向不同客户销售的单价、毛利率可能因客户定位不同、模具对应的整车品牌不同、具体产品用途不同等因素存在差异，具体差异如下：

(1) 注塑模具与吹塑模具的行业市场竞争程度不同

发行人注塑模具和吹塑模具在成型原理、原材料、产品规格尺寸、技术工艺、市场竞争格局等方面差异较大。发行人吹塑模具产品技术水平较高，行业竞争对手较少，因此吹塑模具产品的毛利率一般高于注塑模具。发行人向亚普股份和迪安销售的模具为吹塑模具，毛利率一般高于其他注塑模具客户，亦高于平均毛利率。

(2) 向不同客户销售的模具用途存在差异

报告期内，发行人向主要客户销售模具的最终用途情况如下：

客户名称	模具产品主要用途
萨玛汽车	门板、保险杠、仪表板、中控等
佛吉亚	门板、仪表板等
曼胡默尔	滤清器、空调等
一汽富维	仪表板、门板等
德科斯米尔	门板、手套箱等
亚普股份	油箱、加油管等
迪安	油箱、加油管等

不同用途的模具，在模具结构、尺寸、材质、加工精度和工艺难度等方面存在差异。一般而言，门板、保险杠、仪表板、油箱等大型模具的销售单价和毛利率较高。报告期内，发行人向不同客户销售模具的用途及技术参数要求差异较大，导致客户采购的模具价格、毛利率不同。

(3) 不同客户配套的整车品牌存在差异

报告期内，发行人向主要客户销售模具配套的整车品牌情况如下：

客户名称	配套的整车品牌
萨玛汽车	奥迪、宝马、保时捷、大众等
佛吉亚	雷诺、日产、沃尔沃、特斯拉等
曼胡默尔	通用、福特、吉利等
一汽富维	大众、红旗、奥迪等
德科斯米尔	宝马、奔驰、特斯拉等
亚普股份	大众、通用、福特、克莱斯勒等
迪安	奔驰、现代、大众、长城、丰田等

报告期内，发行人向萨玛汽车、佛吉亚、德科斯米尔销售的模具主要用于奥

迪、宝马、奔驰、保时捷、特斯拉、雷诺等高端豪华汽车品牌，这些汽车品牌在车型开发或改型时，对模具材质、加工工艺要求较高，导致一级零部件供应商采购模具时预算也较高，模具的单价和毛利率较高。发行人向曼胡默尔、一汽富维、等客户销售模具主要对应合资汽车品牌或国产自主品牌。不同客户对应最终整车品牌的差异导致向其销售模具的单价和毛利率存在差异。

综上所述，不同模具类型的行业竞争格局、模具用途、模具配套的终端整车品牌的差异导致了发行人向主要客户销售产品的价格、毛利率与平均价格、毛利率存在一定差异，差异原因合理。

六、报告期各期发行人向非终端客户的销售收入，按内销、外销分类的销售收入结构，非终端销售收入占总收入的比例及其波动情况，是否实现最终销售。

模具是大批量生产特定零部件或制件的成型工具。报告期内，发行人主要客户均为国内外知名汽车零部件生产企业，下游客户采购模具用于生产塑料零部件，主要客户为终端客户。

报告期内，发行人有两家非终端客户，为宁波经济技术开发区汇星贸易有限公司（以下简称“宁波汇星”）和伟世能科（苏州）工业科技股份有限公司（以下简称“伟世能科”）。

宁波汇星主要从事国际贸易业务，报告期内，发行人向宁波汇星销售模具和配件最终由宁波汇星销售给埃及等地区的家电生产商。经宁波汇星确认，该等产品已实现最终销售。2020 年 1-6 月伟世能科向发行人采购熔喷布模具并进行转售，经伟世能科确认，该等产品已实现最终销售。

报告期各期，公司向非终端客户销售情况如下：

单位：万元

客户名称	销售类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
宁波汇星	内销	58.58	-	56.47	270.15
伟世能科	内销	75.22	-	-	-
合计	-	133.81	-	56.47	270.15
占主营业务收入的比重		0.46%	-	0.10%	0.58%

报告期内，发行人向非终端客户销售金额和占比较小。

七、请保荐人、申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

申报会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

1、检查并分析发行人报告期内销售明细，并匹配向各客户销售的产品用途和最终对应整车厂；

2、实地走访报告期内发行人主要客户，询问其与发行人的合作历史、主要对应的整车厂客户、模具订单的供应商选取方式、与发行人交易是否可持续情况等信息；

3、检查发行人主要产品收入及毛利率情况，了解向下游客户报价情况；

4、查阅汽车零部件行业资料，了解汽车塑料零部件企业的全球化布局，了解下游行业发展相关情况；

5、查询下游主要客户官网及公开披露文件，了解主要客户在全球工厂分布情况；

6、分析主要客户单价、毛利率与平均单价、平均毛利率差异情况；

7、实地走访非终端销售客户，取得其向终端客户销售的报关单或发票等文件。

经核查，申报会计师认为，发行人内外销及各类产品的主要客户、最终配套的整车厂为国内外知名厂商，产品均实现最终销售或已投产。发行人各类产品前五名客户中，除吹塑模具和精密模具的少量客户整体规模较小外，发行人其他主要客户均为国内外规模较大的汽车零部件生产商，合作时间较久，相关订单具有连续性和稳定性。发行人下游客户降价主要系汽车行业景气度下降所致，未来发生长期大幅降价的可能性较小，发行人通过开拓新客户和新业务的方式降低降价的影响，行业普遍面临的经营性降价不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。发行人向主要客户销售模具产品的价格、毛利率与平均价格、平均毛利率存在差异，主要系不同类型模具的行业竞争程度不同、模具用途不同以及模具配套的整车品牌不同所致，差异原因合理。报告期各期发行人向非终端客户销售金

额较小，经客户确认该部分产品已实现最终销售。

问题 9、关于营业成本

请发行人补充披露以下事项：（1）报告期内营业成本变动与营业收入变动的匹配情况，分析 2019 年营业成本增速高于营业收入增速的合理性、营业收入与营业成本之间的变动差距是否有可能进一步扩大、上述事项对发行人持续经营能力的具体影响；（2）2019 年，发行人对模具钢、铝材、热流道采购金额为 13,985.89 万元，少于 2018 年采购金额 14,238.47 万元，请披露采购金额合理性、采购金额是否与期后营业收入预期有关；（3）各产品主要原材料单位耗用变化情况，主要原材料采购、领用数量与产量的匹配情况；（4）主要原材料的采购价格与生产流程中主要原材料的单位价值的差异情况，结转至主营业务成本中的主要原材料单位价格与各类存货中的主要原材料单位价格的差异情况及其合理性；（5）结合营业成本相关内部控制，补充披露是否存在领料单等附件与记账凭证不一致的情形，是否存在领料时间与实际生产时间间隔较久的情形，是否存在将以前年度成本计入 2019 年的情形；（6）结合人工成本、制造费用的归集情况，披露生产成本归集及结转主营业务成本是否合规，是否符合发生、完整、准确、截止等认定，报告期成本与费用归集、分配、结转的原始凭证是否存在遗漏，核算是否正确，相关会计政策是否得到一贯执行；（7）结合产能利用率，披露发行人经营业绩是否存在下滑趋势、是否影响发行人持续经营能力；（8）补充披露生产人员变动与产量及产能是否匹配；（9）结合人均产出数量与金额，披露分析同行业可比公司人均产出、差异原因以及公司人均产出变动的合理性。

请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

【回复】

一、报告期内营业成本变动与营业收入变动的匹配情况，分析 2019 年营业成本增速高于营业收入增速的合理性、营业收入与营业成本之间的变动差距是否有可能进一步扩大、上述事项对发行人持续经营能力的具体影响；

报告期内营业成本变动与营业收入变动的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	28,990.53	5.68%	62,044.01	13.41%	54,707.18	16.76%	46,855.72
营业成本	20,673.67	12.20%	42,950.62	23.22%	34,856.31	16.29%	29,972.52

注：2020 年 1-6 月变动率为与 2019 年 1-6 月同期比较。

2018 年发行人营业收入和营业成本分别较 2017 年增长 16.76%和 16.29%，营业收入和营业成本增速较为接近。2019 年发行人营业收入和营业成本分别较 2018 年增长 13.41%和 23.22%，营业收入增速低于营业成本增速，主要系 2019 年宏观经济、汽车行业景气度下降以及发行人新厂房及新增设备投入导致成本增加。2020 年 1-6 月发行人营业收入和营业成本分别较 2019 年 1-6 月增长 5.68%和 12.20%，营业收入增速低于营业成本，主要受行业景气度下降、新厂房及设备折旧影响及新冠疫情因素导致成本增加。

由于宏观经济及汽车行业景气度在未来存在一定的不确定性，“二期生产基地”投产所增加的营业成本在未来将会延续，发行人营业收入与营业成本的变动差距有进一步扩大的风险。

宏观经济及汽车行业景气度的下滑，具体体现为行业订单数量以及订单价格的下滑，从而侵蚀了模具企业的收入规模及利润空间，行业逐步从增量竞争转变为存量竞争，这对汽车模具企业的产品技术水平、营销及售后服务、成本控制管理等综合能力提出了更高的要求。发行人与下游众多汽车零部件企业保持了良好及稳定的合作关系，目前虽承受了一定的降价压力，但订单数量稳中有升，2020 年上半年，发行人大型注塑模具、吹塑模具和精密模具三类产品的订单金额 30,677.58 万元，比上年同期增长 23.90%，显示了发行人较强的行业竞争力。

“二期生产基地”投产增加的营业成本，主要体现为房产、设备转为固定资产后所增加的折旧费用及新招募员工增加的直接人工成本，从而推升生产成本及最终结转的营业成本。“二期生产基地”的投产短期内对发行人的产能利用率和经营业绩造成一定负面影响，但长期来看有利于提升发行人的研发技术实力、先进制造水平、生产运营效率、新客户资源开发、高水平大批量供货能力、以及外加工成本的节约，是发行人着眼长远提高综合市场竞争力的战略性选择，不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。

二、2019 年，发行人对模具钢、铝材、热流道采购金额为 13,985.89 万元，少于 2018 年采购金额 14,238.47 万元，请披露采购金额合理性、采购金额是否与期后营业收入预期有关；

报告期内，发行人产品主要原材料采购金额及占当期原材料采购总额比例的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
模具钢	5,963.39	46.73%	9,348.95	42.67%	9,324.91	42.94%	7,181.05	36.83%
铝材	103.98	0.81%	456.22	2.08%	977.73	4.50%	1,219.40	6.25%
热流道	2,494.98	19.55%	4,180.72	19.08%	3,935.83	18.12%	4,241.78	21.75%
合计	8,562.35	67.09%	13,985.89	63.83%	14,238.47	65.56%	12,642.23	64.84%

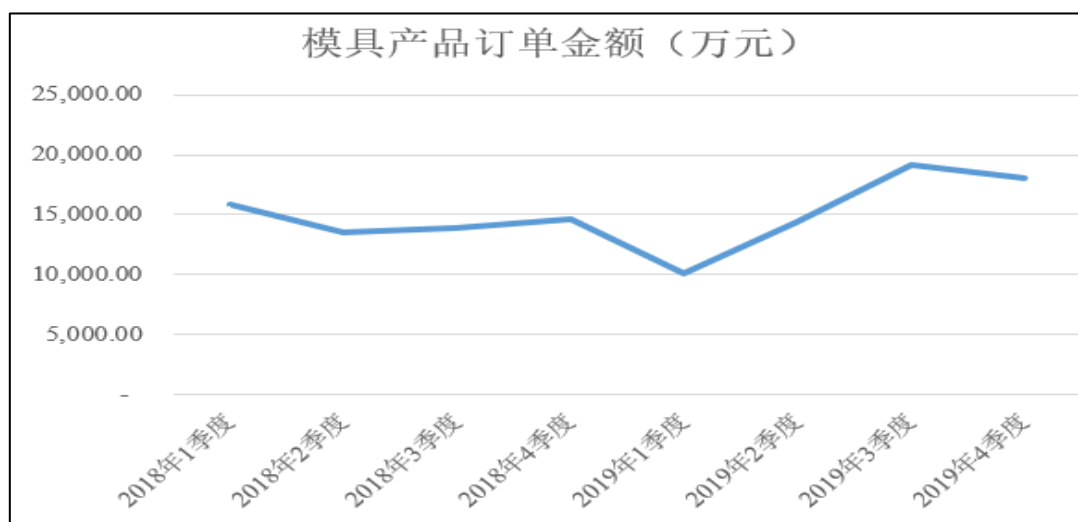
报告期内，发行人主要原材料受商品周期、行业竞争状态和国家政策等影响发生一定的价格波动。

2019 年发行人主要原材料模具钢、热流道和铝材的采购金额为 13,985.89 万元，较 2018 年下降 1.77%，其中模具钢采购金额较 2018 年上升 0.26%，热流道采购金额较 2018 年上升 6.22%，铝材采购金额较 2018 年下降 53.24%，2019 年发行人采购模具钢的金额上升幅度较小、铝材采购金额下降的主要原因如下：

（1）客户下达模具订单的不均衡性以及原材料采购入库较订单签订存在一定的滞后性

一方面，模具订单下达后首先经过模具设计、工艺设计阶段，设计数据资料分阶段经客户确认后，发行人方可安排原材料采购；另一方面，发行人采购的模具钢一般需要进行切、削、铣等流程或由模架供应商加工为模架（模具的外支撑框架），采购下单到原材料入库还需经过一定周期，因此发行人的原材料采购入库较客户订单下达存在一定的滞后性。

发行人 2018-2019 年各季度收到的模具订单情况如下：



由上图可见，发行人 2019 年各季度承接订单呈上升趋势，下半年订单金额明显增加，由于从获取客户订单到采购原材料入库需要经过一定周期，2019 年下半年发行人的部分订单尚未开始采购原材料或仅采购部分原材料，致使 2019 年发行人的模具钢采购金额较上年增加较少。

（2）吹塑模具订单减少导致铝材采购减少

2019 年，发行人铝材采购金额为 456.22 万元，较 2018 年减少 53.34%，主要系 2016 年末“国六”排放标准颁布后，汽车塑料油箱生产商对原有产品进行改进和升级，导致 2017 年发行人吹塑油箱模具订单增加较多，随着下游客户逐渐完成原有产品的改进和升级后，吹塑油箱模具订单规模在 2018 年和 2019 年有一定回落。导致发行人吹塑模具生产减少，铝材采购量相应下降。

综上所述，发行人 2019 年主要原材料采购金额较 2018 年下降主要系 2019 年客户下达订单不均衡、而原材料采购入库较订单签订存在一定滞后性，以及吹塑模具订单减少所致，下降原因具有合理性。发行人主要原材料采购金额与期后营业收入有一定的相关性，发行人 2020 年上半年主要原材料采购金额较上年同期上升，对未来营业收入形成支撑。

三、各产品主要原材料单位耗用变化情况，主要原材料采购、领用数量与产量的匹配情况；

发行人各类模具产品均需要使用模具钢，模具钢在原材料中占比最高。报告期内，发行人模具钢采购、领用数量与模具产量的匹配情况如下：

年度	模具钢	采购量 (吨)(A)	领用量 (吨)(B)	模具产量 (套)(C)	A/C (吨/套)	B/C (吨/套)
2020 年 1-6 月	注塑模具	2,895.61	2,888.64	318.00	9.11	9.08
	吹塑模具	122.92	122.92	67.00	1.83	1.83
	熔喷布模具	156.13	156.13	44.00	3.55	3.55
	合计	3,174.66	3,167.69	429.00	7.40	7.38
2019 年	注塑模具	5,414.08	5,439.98	583.00	9.29	9.33
	吹塑模具	317.96	321.05	117.00	2.72	2.74
	合计	5,732.04	5,761.03	700.00	8.19	8.23
2018 年	注塑模具	5,399.49	5,296.52	559.00	9.66	9.47
	吹塑模具	490.29	490.02	189.00	2.59	2.59
	合计	5,889.78	5,786.55	748.00	7.87	7.74
2017 年	注塑模具	5,022.81	4,989.04	611.00	8.22	8.17
	吹塑模具	452.48	451.18	206.00	2.20	2.19
	合计	5,475.29	5,440.22	817.00	6.70	6.66

报告期各期，发行人模具钢采购量与模具产量的比例分别为 6.70 吨/套、7.87 吨/套、8.19 吨/套和 7.40 吨/套，模具钢领用量与模具产量的比例分别为 6.66 吨/套、7.74 吨/套、8.23 吨/套和 7.38 吨/套。发行人注塑模具中模架与模芯均为模具钢构成，吹塑模具中仅模架由模具钢构成，因此吹塑模具模具钢耗用量小于注塑模具。2017-2019 年单套模具采购和领用的模具钢逐年上升；2020 年 1-6 月模具尺寸较小的京威股份销售占比升高，导致单套注塑模具平均耗用模具钢小幅下降；2020 年 1-6 月吹塑模具平均耗用模具钢较 2019 年下降，主要系当期生产的吹塑模具大部分于 2019 年底前已完成模具钢采购和领用。综上所述，报告期各期，发行人主要原材料模具钢采购、领用数量与产量匹配。

四、主要原材料的采购价格与生产流程中主要原材料的单位价值的差异情况，结转至主营业务成本中的主要原材料单位价格与各类存货中的主要原材料单位价格的差异情况及其合理性；

发行人根据生产需要确定采购需求，将主要原材料编号对应至相应的模具号，按照模具号采购主要原材料。公司的原材料经采购后入库，领用存货时，主要原材料采用存货编码和存货批号相结合的个别计价法，根据模具号进行归集，并随着生产流程汇总至产品成本中。主要原材料的采购价格与生产流程中主要原材料的单位价值经核查未发现差异。

生产完成后，生产成本中主要原材料成本结转至相应的模具存货产成品中。由于发行人模具产成品采用个别计价法，在模具控制权发生转移时点，存货中的主要原材料成本结转至对应模具的营业成本中。报告期内，结转至主营业务成本中的主要原材料单位价格与存货中的主要原材料单位价格不存在差异。

五、结合营业成本相关内部控制，补充披露是否存在领料单等附件与记账凭证不一致的情形，是否存在领料时间与实际生产时间间隔较久的情形，是否存在将以前年度成本计入 2019 年的情形；

公司营业成本主要为直接材料、人工成本和制造费用，其中材料成本核算过程中关键控制点主要体现在采购原材料入库及生产领用出库。

单套模具的材料主要包括模具钢、铝材、热流道、配件等，材料采购需求经审批后由采购部按流程进行采购，到货后公司根据采购金额入库，录入存货管理系统。发行人使用 U8 系统的供应链模块进行存货的核算和管理，该系统中记录了完整的存货采购数量、金额等流转信息。生产领用时按照经批准的生产领料单进行备料出库，主要原材料在实际领用时计入“生产成本-直接材料”，发行人模具产品的成本核算主要按照模具编号分配，将单一模具每个环节的各项成本统一归集。材料的核算过程及控制如下：

项目	核算过程及控制
材料的归集与核算	根据各产品实际领用的材料数量，按模具编号归集，相应计入“生产成本-直接材料”科目。外购件根据模具的料件清单从材料仓库领料归集到每套模具成本；自制标准件根据机加工清单领料，按标准件的料件定额分配，完工后入半成品仓库，再通过模具的料件清单从半成品仓库领料并归集到每套模具成本中。

发行人不存在领料单等附件与记账凭证不一致的情形，不存在领料时间与实际生产时间间隔较久的情形，不存在将以前年度成本计入 2019 年的情形。

申报会计师执行了如下核查程序：

1、了解并测试发行人报告期内采购与付款循环中与财务报告相关的内部控制，评价其健全性、有效性，未见异常情况；

2、获取报告期内发行人存货收发存台账和领料凭证，与账面相关采购数据进行核对，未见异常；

3、针对直接材料，基于抽样基础，对原材料采购交易执行细节测试，检查采购订单、入库单、发票等资料，以核实是否存在原始凭证与记账凭证不一致的情况；

4、取得原材料入库和出库明细，对期末存货进行监盘，核查计入项目成本的原材料成本的准确性和完整性；

5、对重大供应商的采购额及应付账款、预付款项余额进行函证；

6、获取主要供应商的工商登记资料，实地走访主要供应商，核查业务真实性以及合规性，访谈内容包括走访对象的业务规模、业务资质、与发行人发生交易的结算情况、与发行人是否存在关联关系等事项。

经核查，发行人不存在领料单等附件与记账凭证不一致的情形，不存在领料时间与实际生产时间间隔较久的情形，不存在将以前年度成本计入 2019 年的情形。

六、结合人工成本、制造费用的归集情况，披露生产成本归集及结转主营业务成本是否合规，是否符合发生、完整、准确、截止等认定，报告期成本与费用归集、分配、结转的原始凭证是否存在遗漏，核算是否正确，相关会计政策是否得到一贯执行；

公司人工成本和制造费用核算的关键控制点主要体现在人工成本和制造费用的归集与分配。人工成本和制造费用各项要素的核算过程及控制如下：

项目	核算过程及控制
人工成本的归集与核算	人工成本主要包括生产人员及设计人员的工资、福利和奖金，根据各事业部实际发生的人工成本，相应计入“生产成本-人工成本”科目。各事业部人工成本按标准件或每套模具的工费定额分摊进入自制标准件成本和模具成本。
制造费用的归集与核算	根据各事业部实际发生的与生产相关的厂房、机器设备等固定资产的折旧、加工中耗用的水电费、辅料等，相应计入“生产成本-制造费用”科目。各事业部制造费用按标准件或每套模具的工费定额分摊进入自制标准件成本和模具成本。委外加工费用按模具号归集成本，期末将本期发生的按模号归集的外加工费用计入“生产成本-外加工费”科目。

各月末由各事业部提供收发存统计报表及模具完工进度表，根据产品检验单

和完工入库单确定完工产品和在产品，将生产成本在各产品之间分摊。

其中大型注塑模具和精密模具的模具完工进度表来源于 MES 系统，各项目经理每周定期更新“模具阶段”，系统根据项目经理填写的模具阶段自动计算出模具的完工进度，生产部同时设专职人员对每套模具的累计完工进度进行复核，检查每套模具完工进度对应的原始单据；吹塑模具在客户处试模，和大型注塑模具、精密模具存在差异，目前其进度由项目经理每周定期人工统计并复核。

营业成本核算和结转过程及控制如下：

项目	核算过程及控制
营业成本的核算和结转	产品生产完工以后，经检验合格后入库，由“生产成本”结转到“库存商品”科目；对于发行人厂区验收的产品，满足收入确认条件时由“库存商品”结转到“营业成本”科目；对于客户处验收或签收产品，产品发出后，将“库存商品”结转到“发出商品”，待满足收入确认条件时，由“发出商品”结转到“营业成本”科目。

发行人生产成本归集及结转主营业务成本合规，符合发生、完整、准确、截止等认定，报告期成本与费用归集、分配、结转的原始凭证不存在遗漏，核算正确，相关会计政策得到一贯执行。

申报会计师执行了如下核查程序：

1、了解营业成本核算方法及核算过程；执行穿行测试、控制测试，评价内部控制制度的设计是否合理，是否得到有效执行，核查相关内部控制制度能否保证成本计算、费用分摊的准确性和及时性；

2、了解报告期内成本与费用归集、分配、结转的依据是否充分、合规，核算是否正确，相关会计政策是否一致；

3、获取发行人报告期内每月的工时统计表、成本计算表，检查每月每套模具制造费用等间接费用的分配是否合理，检查成本计算表与账面记录是否一致；

4、报告期各期末，针对发出商品，检查发货单、报关情况及期后签收情况；

5、获取公司生产人员数量明细、职工薪酬明细表、职工花名册，核查生产人员数量、人均薪酬、人均产出金额的变动情况；访谈公司生产部门负责人，了解直接人工成本变动的原因；抽样检查工资发放单据、社保及公积金缴纳单据，

核对职工薪酬计提与支付的一致性；

6、对报告期内的模具产品（包括在产品、发出商品、库存商品）进行减值测试，针对存货可变现净值超过预计售价的项目计提存货跌价准备。

7、获取各期主要产品收入成本明细表，并进一步分析相关材料成本、人工成本及制造费用变动对毛利率的影响；

8、获取各期制造费用明细表，分析制造费用在各期间波动的原因和合理性；检查重大制造费用列支期间及金额的准确性；实施截止性测试，确保归集的制造费用及时、准确、完整；

9、复核各期人工成本，分析各期人工成本波动的原因及合理性；实施截止性测试，确保归集的人工费用及时、准确、完整。

经核查，发行人生产成本归集及结转主营业务成本合规，符合发生、完整、准确、截止等认定，报告期成本与费用归集、分配、结转的原始凭证不存在遗漏，核算正确，相关会计政策得到一贯执行。

七、结合产能利用率，披露发行人经营业绩是否存在下滑趋势、是否影响发行人持续经营能力；

发行人以数控加工中心的开工率测算产能利用率，报告期内发行人数控加工中心开工率分别为 105.72%、110.54%、80.80%和 92.54%，2019 年开工率下降，主要原因是 2019 年以来公司积极推进二期生产基地，以及数字化车间建设，新增设备较多，由于新设备安装调试、新员工培训所需时间较长、部分原有车间搬迁、以及 2019 年订单下达不均衡导致产能无法有效发挥等原因，致使 2019 年整体产能利用率有所下降。2020 年上半年，受春节假期及新冠疫情影响，发行人第一季度开工率较低，第二季度复工复产后，发行人产能利用率超过 100%，生产经营情况有明显好转。2019 年公司新增数控加工中心等主要设备的情况如下：

类别	固定资产名称	规格型号	品牌	数量	金额（万元）	设备先进性
数 控 龙 门 加 工 中心	数控龙门五轴联动高速加工中心	D321/M5A	意大利菲迪亚	4	1,867.15	机床行程大，适合加工大型的仪表板、保险杆等大型模具；Z 轴行程高，可以整副模具组装一起加
	数控龙门五轴	GTS3214-22	意大利	1	491.38	

类别	固定资产名称	规格型号	品牌	数量	金额（万元）	设备先进性
	机床	00	菲迪亚			工；主轴带中心出水，能加工各类型模具的复合角度配合孔
	龙门加工中心	BMC-2616	高峰	2	264.31	设备加工行程大，可加工仪表盘，保险模等大型深腔模具，最大可加工工件达3米*2.5米，最大可承载20吨。
	龙门加工中心	DPC-L2518	大磐	4	320.69	
	龙门加工中心	DPC-L2015	大磐	2	146.55	
牧野 CNC 生产线	牧野五轴立式加工中心	V90S	日本牧野	3	1,218.61	摇篮式五轴，高刚性和高动态性，无接刀痕。适用于中小型模具复杂型面精加工，加工精度可控制在正负0.005以内。具备万向角度加工能力，一次装夹加工到位。
	牧野五轴立式加工中心	D800Z	日本牧野	3	1,218.61	
五轴卧式加工中心	五轴卧铣	HM5Z	宁波昌成	3	549.57	适用于五面加工和空间孔系的加工，具备五轴定位功能，工件可以在一次装夹后连续完成四个平面内的铣床、镗、钻、铰、攻丝等多种加工工序。
石墨电极加工自动化线	智能石墨加工中心	-	凯博	1	99.12	实现了石墨电极全自动加工+自动清洁+三坐标全自动检测+机外刀具更换全自动化，减少现场人工数量和人为误操作带来的损失
	三坐标测量机	CROMA 152210	海克斯康	1	60.34	
	CNC 石墨电极加工自动化线-X-MASTER 智能制造系统 V1.0	-	学泰	1	92.92	
EDM 电火花自动化生产线	大韩双头电火花加工中心	TURBO 2200CNC-2H	深圳特博	4	266.01	通过三坐标检测生成的火花偏移量，自动生成 EDM 火花程序，并自动开始加工，全流程无人干预，规避人为误操作问题。
	HG 精密数控电火花形成机	HG50	宁波汉霸	1	27.88	
	EDM 电火花自动化线-X-MASTER 智能制造系统 V1.0	-	学泰	1	176.99	
六轴铣钻复合	六轴铣钻复合机床	SK6Z-2515	宁波昌成	2	327.59	集铣削和深孔钻为一体的复合机床，铣钻双主轴结

类别	固定资产名称	规格型号	品牌	数量	金额（万元）	设备先进性
机床						构，一键切换铣钻模式
合模机	500T 合模机	SX500JM-YC	宁波顺兴	2	255.17	压板式上、下工作台及导轨均采用球墨铸铁制作，平面度好，精度高，变形量小。液压系统具有低压保护装置，防止碰穿、插穿位损坏
注塑机成型设备	注塑机	KM4000-24500MXCN	德国克劳斯玛菲	1	1,068.90	最大锁模力可达到4000T,适用于大型模具注塑生产，具备微发泡功能和开模注塑功能
	注塑机	KM1600-17200 MXCN	德国克劳斯玛菲	1	625.83	最大锁模力可达到1600T,具备微发泡功能和开模注塑功能
	注塑机	KM1000-6100 MXCN	德国克劳斯玛菲	1	257.58	最大锁模力可达到1000T,具备微发泡功能
	注塑机	Systec 420/820-3000 C	德马格	1	117.70	设备布局灵活，外形紧凑，可自动识别环境偏差，保证注塑工艺的稳定性
	注塑机	duo 1560/350 PRO	恩格尔	1	111.13	定位精度可达到0.01mm,具备多段射出、保压控制功能，满足产品高要求尺寸和高质量表面。
	注塑机	Systec 350/720-1450 C	恩格尔	1	86.99	
	注塑机	BM600-120MK	恩格尔	1	77.59	

二期生产基地的新设备投入使得公司产能增加较多，由于新设备安装调试、新员工培训所需时间较长、部分原有车间搬迁、以及2019年订单下达不均衡等原因导致产，使得新增产能无法有效发挥，2019年车间升级改造后产能未得到充分释放，二期生产基地新增的折旧摊销及人员工资的增加费用对公司2019年及、2020年上半年的业绩形成一定压力。

2018年以来虽然汽车行业景气度下滑，但随着我国供给侧结构性改革的逐渐深入，新一轮产业调整加速推动汽车制造业进入结构调整、产业升级的运营新周期，汽车产业正在向轻量化、智能化、新能源的方向转变，数字化、智能化的

科技革命也深刻影响着模具行业的产业变革，发行人为了适应行业发展方向，在产业自动化、数字化和智能化领域提前布局，新建二期生产基地，积极推进生产线自动化升级和车间数字化转型，这有利于提升生产和运营效率、开发新客户资源以及承接大批量模具订单，提升公司的持续经营能力，是发行人提高可持续发展能力的战略性选择，主要体现为：

（1）产线自动化升级和车间数字化转型有利于提升生产和运营效率

公司的数字化车间项目将企业资源计划系统（ERP）、制造执行系统（MES）、自动化仓储物流系统（WMS）、客户资源管理系统（CRM）和先进的自动化制造技术充分融合，实现了承接客户订单、生产计划排产、生产制造过程、产品交付的全过程信息化管理和自动化、智能化生产，通过业务流程数据采集实现生产的可追溯和透明化，提高了生产和运营效率。

①生产线自动化

公司建成了 CNC 石墨电极全自动化生产线和 EDM 电火花自动化生产线。其中 CNC 石墨电极全自动化生产线实现了石墨电极全自动加工+自动清洁+三坐标全自动检测+机外刀具更换全自动化，系统通过设备刀具寿命管理，由机器人自动更换生产过程中磨损的刀具，减少现场人工数量和人为误操作带来的损失；EDM 电火花自动化生产线实现了双头 EDM 火花机的放电全自动化，系统通过三坐标检测生成的火花偏移量，自动生成 EDM 火花程序并自动进行加工，全程无人干预。

②制造装备智能化

公司利用工业数据平台、机器视觉传感器、精密驱控技术等前沿科技对自身的模具制造过程进行智能化改造，建成由智能计算机控制的自动化五轴高速镗铣加工中心、塑料注塑成型机、龙门加工中心、立式数控铣、移动式激光焊机、机械臂、智能仓储、搬运系统等组成的智能化生产线，解决了原传统加工生产线工序多、流程长、切换频繁、切削报废多、精度低等问题，整线实现了自动化、智能化控制，提高了质量稳定性和生产效率，增强了公司整体竞争力。

③生产过程数字化

通过对数控设备、工业机器人和现场检测设备的集成，数字化系统能实时获

取制造装备状态、生产过程进度以及质量参数控制等信息，并将这些信息及时传递给执行层与管控层，实现车间制造透明化，为精益生产管理提供依据。SCADA系统采用了先进的数据采集技术，可以通过各种易于使用的车间设备来收集数据，确保系统中生产活动信息获取的及时性和有效性，并支持向现场工业计算机、智能终端及制造设备下达过程控制指令，使其正确、及时的执行生产任务。

公司通过工业 PC 实现过程数据在工业网络上传输，将各类工作逻辑、工艺参数构建成一个虚拟的数字化工厂。数据经过模型不断的仿真计算，通过模拟最终形成合理的动作指令，驱动各类装备协同工作。同时，数字化的产品模型、产品数据和生产工艺控制信息直接进入工厂的生产过程。在生产过程中依靠数字化信息系统运作（如数字化的生产计划、车间作业计划、库存、成本控制等），不仅在单个组织内部依靠数字化信息系统工作，而且整个组织均能便捷获取各业务活动所需要的数字化信息。

④业务流程信息化

公司通过实施 CRM、ERP、PLM、MES、SRM、WMS、WCS、OA 系统建设业务全流程的信息化，包括业务数据可视化、数据可追溯、业务流程化、权责标准化、应用系统化、组织扁平化、信息现场化，通过各业务系统的互联互通确保异地工作区间的同步，在协作环境下共享设计数据、工艺数据，有利于缩短设计、采购、加工装配、调试检验周期，实现信息高效交互，提高工作效率。

（2）产线自动化升级和车间数字化转型有利于发行人开发大型优质客户资源

由于汽车制造生产过程的复杂性、精密性、高安全性、高质量要求，汽车下游企业对于供应商实行严格的准入管理，供应商必须通过 IATF16949 质量体系认证，通过下游客户在技术、质量、生产等方面的供应商评审并经过多个项目的验证，才能进入其全球采购体系。发行人主要服务于综合实力雄厚的跨国汽车零部件集团，最终为国内外知名品牌汽车配套，该等客户对其模具供应商制造设备的先进性、生产工序安排、工作环境等方面的要求尤为苛刻。发行人数字化生产车间的建成投产提升了设备先进性、提高了生效率、改善了厂区面貌，发行人成功开发了天津一汽丰田、德国宝马等主机厂客户，以及泛亚汽车技术中心有限公

司、河西工业、国际汽车零部件集团、恩坦华、日本森六、斯宝亚创、博西华等优质客户，具体如下：

客户	产品类别	启动时间	主机厂
伟瑞柯（Varroc Polymers）	仪表板系列	2019 年 1 月	大众
马恒达集团（MAHINDRA）	立柱系列	2019 年 1 月	马恒达
天津一汽丰田汽车有限公司	保险杠	2019 年 12 月	丰田
泛亚汽车技术中心有限公司	副仪表板系列	2019 年 12 月	上汽通用
Mohr Engineering	功能件	2020 年 1 月	通用
丰田合成株式会社	格栅	2020 年 6 月	丰田
河西工業株式会社	门板系列	2020 年 7 月	日产
国际汽车零部件集团（IAC International Automotive Components）	内饰系统	2020 年 7 月	奔驰
恩坦华（Inteva Products）	副仪表板系列	2020 年 7 月	大众
斯宝亚创（STIEBEL ELTRON）	家电模具	2019 年 1 月 2020 年 7 月	-
博西华家用电器有限公司	家电模具	2019 年 5 月	-
博西华电器（江苏）有限公司	家电模具	2020 年 6 月	-
广东美的制冷设备有限公司	家电模具	2019 年 3 月 2020 年 3 月	-
德国宝马	进入合格供应商名录		
日本森六	进入合格供应商名录并签署框架协议		

（3）产线自动化升级和车间数字化转型有利于发行人承接高水平大批量供货订单

发行人下游客户主要为全球大型汽车零部件集团，伴随着汽车产业向轻量化、智能化、新能源的方向转变，该等客户面临着汽车更新换代加速和新能源汽车产销量快速增长，相应对汽车模具的采购需求呈增长趋势。

数字化生产车间的建成投产有效提升了发行人的高水平制造产能和生产效率，具备了承接大批量模具订单的能力，为发行人适应市场变化、满足下游客户的质量和交期需求奠定了基础。

综上，发行人数字化车间建设短期内对发行人的产能利用率和经营业绩造成一定影响，但有利于提升生产和运营效率、开发新客户资源以及承接大批量模具订单，是发行人着眼长远发展，提高综合市场竞争力的战略性选择，有利于增强

发行人的持续经营能力。

八、补充披露生产人员变动与产量及产能是否匹配；

报告期内，发行人生产人员、产量和产能的变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产人员数量（人）	841	855	716	662
产量：数控加工中心实际运行工时（小时）	194,895.25	305,170.47	348,674.75	276,572.20
单位人工产量（小时/人）	231.74	356.92	486.98	417.78
产能：数控加工中心理论可用工时（小时）	210,600.00	377,676.00	315,432.00	261,612.00
单位人工产能（小时/人）	250.42	441.73	440.55	395.18

注：生产人员数量为当年度的月平均人数

由上表所见，2018 年度发行人的生产人员数量、产量和产能均有所增长，产能利用率较高，单位人工产能和单位人工产量有所提高；2019 年度随着二期生产基地建成和生产设备增加，公司的生产规模逐渐增大，相应配备的生产人员数量也有所上升，单位人工产能基本稳定，单位人工产量下降较多，主要原因为：①发行人需对新增设备进行联网及自动化运行调试，二期生产基地处于产能爬坡阶段，短期内产能未充分释放，生产加工和设备运行受到影响；②部分原有设备从旧厂房搬迁至新生产基地，设备安装调试会对设备实际运行工时造成影响；③部分新增生产人员需要进行相应技能培训，同样影响了产能释放。2020 年 1-6 月单位人工产能和单位人工产量高于 2019 年全年的 50%，均有所提高，主要系二期生产基地产能逐步释放，相应产量及产能得到提升。

综上，发行人的生产人员变动与产量、产能及公司的实际经营情况相匹配。

九、结合人均产出数量与金额，披露分析同行业可比公司人均产出、差异

原因以及公司人均产出变动的合理性。

报告期内，发行人与同行业可比公司的人均产出数量和人均产出金额情况如下：

单位：套、万元

公司名称	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	人均产出数量	人均产出金额	人均产出数量	人均产出金额	人均产出数量	人均产出金额
银宝山新	0.76	77.98	0.47	49.41	0.38	42.74
海泰科	1.51	109.94	未披露	未披露	未披露	未披露
天汽模	2.69	125.65	2.59	127.23	2.75	110.73
威唐工业	0.58	64.93	0.59	82.61	0.55	63.96
合力科技	1.05	127.55	1.01	123.40	0.99	119.09
瑞鹄模具	0.87	99.82	0.70	92.47	未披露	未披露
可比公司平均	1.24	100.98	1.07	95.02	1.17	84.13
发行人	0.86	76.32	1.03	75.04	1.30	74.37

注 1：数据来源于上市公司年报或招股说明书；东江集团为香港上市公司，未披露各期末人数；

注 2：人均产出数量=当期模具产量/当期末生产人员数量；人均产出金额=当期营业收入/当期末生产人员数量；

注 3：同行业可比公司 2020 年半年报未披露期末生产人员数量。

2017-2019 年发行人人均产出数量分别为 1.30 套、1.03 套和 0.86 套；人均产出金额分别为 74.37 万元、75.04 万元和 76.31 万元。2017-2019 年发行人的人均产出金额呈逐年上升趋势，主要系发行人销售规模逐年增长所致。

2017-2019 年，银宝山新人均产出数量低于发行人，主要系银宝山新模具业务占其营业收入比例低于 30%，模具产出占其全部产出的比例较低。2017 年和 2018 年，银宝山新人均产出金额均低于发行人，主要系其收入结构与发行人差异较大所致；2019 年，银宝山新通过劳务外包的形式降低了生产人员人数，导致其人均产出金额上升较多，略高于发行人。

2019 年，海泰科人均产出数量和人均产出金额均高于发行人，主要系其外加工占成本的比例高于发行人，导致其生产人员数量少于发行人所致。

天汽模的主要产品为汽车覆盖件模具，工艺为冲压模具，相对于发行人的注塑模具，汽车覆盖件冲压模具具有人工需求低的特点，2017-2019 年其人均产出

数量和产出金额均高于发行人。

威唐工业主要产品为汽车冲压模具及冲压件，主要用于汽车白车身、车门系统、座椅系统、排气系统等零部件的生产。除模具业务外，威唐工业有一定比例的冲压零部件业务，导致其人均模具产出数量低于发行人；除 2018 年威唐工业人均产出金额高于发行人外，2017 年和 2019 年其人均产出金额低于发行人，主要系威唐工业营业收入波动较大所致。

合力科技主要产品为铸造模具，主要模具产品为汽车用铸造模具，发行人主要产品为汽车塑料模具，产品差异导致合力科技人均产出数量和产出金额与发行人存在一定差异。

瑞鹄模具公司的主要产品为汽车冲压模具及检具、焊装自动化生产线，产品结构及工艺差异导致其人均产出数量与产出金额与发行人存在一定差异。

综上分析，发行人的人均产出数量和产出金额与同行业可比公司的差异主要系技术工艺差别、产品结构差别和外协占比差异所致，差异原因合理。

十、请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

申报会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

- 1、分析报告期内发行人营业收入与营业成本变动匹配关系；
- 2、取得报告期内发行人订单明细，分析各季度订单变化情况；
- 3、取得报告期各期模具钢入库和领用数量，取得各期模具产量，分析报告期各期模具钢采购、领用与模具产量匹配情况；
- 4、了解并测试发行人报告期内采购与付款循环中与财务报告相关的内部控制，评价其健全性、有效性，未见异常情况；
- 5、获取报告期内发行人存货收发存台账和领料凭证，与账面相关采购数据进行核对，未见异常；
- 6、针对直接材料，基于抽样基础，对原材料采购交易执行细节测试，检查采购订单、入库单、发票等资料，以核实是否存在原始凭证与记账凭证不一致的

情况；

7、取得原材料入库和出库明细，对期末存货进行监盘，核查计入项目成本的原材料成本的准确性和完整性；

8、对重大供应商的采购额及应付账款、预付款项余额进行函证；

9、获取主要供应商的工商登记资料，实地走访主要供应商，核查业务真实性以及合规性，访谈内容包括走访对象的业务规模、业务资质、与发行人发生交易的结算情况、与发行人是否存在关联关系等事项；

10、了解营业成本核算方法及核算过程；执行穿行测试、控制测试，评价内部控制制度的设计是否合理，是否得到有效执行，核查相关内部控制制度能否保证成本计算、费用分摊的准确性和及时性；结合存货的计价方式，以存货批号和存货编码为识别字段，从发行人 ERP 中导出 2017 年-2019 年主要原材料的采购入库至出库完整流向的明细表并核查。报告期内主要原材料复核金额占当年总采购金额比重分别为 79.01%、82.18%和 79.51%；

11、了解报告期内成本与费用归集、分配、结转的依据是否充分、合规，核算是否正确，相关会计政策是否一致；

12、获取发行人报告期内每月的工时统计表、成本计算表，检查每月每套模具制造费用等间接费用的分配是否合理，检查成本计算表与账面记录是否一致；

13、报告期各期末，针对发出商品，检查发货单、报关情况及期后签收情况；

14、获取各期主要产品收入成本明细表，并进一步分析相关材料成本、人工成本及制造费用变动对毛利率的影响；

15、获取各期制造费用明细表，分析制造费用在各期间波动的原因和合理性；检查重大制造费用列支期间及金额的准确性；实施截止性测试，确保归集的制造费用及时、准确、完整；

16、复核各期人工成本，分析各期人工成本波动的原因及合理性；实施截止性测试，确保归集的人工费用及时、准确、完整。

17、取得同行业可比公司年报资料，分析人均产出情况；

18、获取报告期内发行人产能利用率数据，并分析其对发行人经营业绩影响情况；

19、获取电费台账与结算单，核实能源消耗真实性；

20、获取发行人报告期内的薪酬政策，核查是否发生变化；

21、获取公司生产人员数量明细、职工薪酬明细表、职工花名册，核查生产人员数量、人均薪酬、人均产出金额的变动情况；访谈公司生产部门负责人，了解直接人工成本变动的原因；抽样检查工资发放单据、社保及公积金缴纳单据，核对职工薪酬计提与支付的一致性；

22、对报告期内的模具产品（包括在产品、发出商品、库存商品）进行减值测试，针对存货可变现净值超过预计售价的项目计提存货跌价准备。

经核查，申报会计师认为，2019 年营业成本增速高于营业收入增速主要系下游行业变化及发行人二期生产基地投入导致生产成本增加所致，具有合理性；受新冠疫情、中美贸易战和汽车行业景气度下行等因素叠加影响，短期内发行人营业收入与营业成本之间的变动差距有可能进一步扩大，发行人通过不断开拓新客户、新领域、降低成本、提高研发创新水平等举措提升公司的长久竞争力，发行人的持续经营能力不会受到重大不利影响；发行人 2019 年主要原材料采购金额较 2018 年下降主要系 2019 年订单下达不均衡、原材料采购入库较订单签订存在一定的滞后性，以及吹塑模具订单减少所致，下降原因具有合理性；发行人主要原材料采购金额与期后营业收入存在一定的相关性，随着发行人 2020 年上半年主要原材料采购金额上升，将对未来营业收入形成支撑。报告期内发行人模具钢采购量和领用量与模具产量相匹配。报告期内，结转至主营业务成本中的主要原材料单位价格与存货中的主要原材料单位价格不存在差异。发行人不存在领料单等附件与记账凭证不一致的情形，不存在领料时间与实际生产时间间隔较久的情形，不存在将以前年度成本计入 2019 年的情形。生产成本归集及结转主营业务成本合规，符合发生、完整、准确、截止等认定，报告期成本与费用归集、分配、结转的原始凭证不存在遗漏，核算正确，相关会计政策也得到一贯执行。发行人数字化车间建设短期内对发行人的产能利用率和经营业绩造成一定影响，但有利于提升生产和运营效率、开发新客户资源以及承接大批量模具订单，是发行

人着眼长远发展，提高综合市场竞争力的战略性选择，有利于增强发行人的持续经营能力。发行人的生产人员变动与产量、产能及公司的实际经营情况相匹配。发行人的人均产出数量和产出金额与同行业可比公司的差异主要系技术工艺差别、产品结构差别和外协占比差异所致，差异原因合理。

问题 10、关于外协加工

招股说明书显示，报告期内公司存在外协加工情况，外协加工金额分别为 7,101.84 万元、8,208.33 万元、8,746.12 万元。

请发行人补充披露以下事项：（1）外协加工金额占各年度采购总额、营业成本的比例及其变动情况；（2）按外协具体原因进行分类，如低价值外协、产能不足、无生产能力，披露报告期各期外协采购金额结构；（3）报告期各期外协加工定价方式、各类型外协采购价格比较及其公允性、与市场价格及可比公司外协采购价格是否存在较大差异；（4）外协加工的主要内容是否为发行人核心生产环节，发行人对外协采购厂商是否存在重大依赖；（5）主要外协厂商的基本情况，是否与发行人及其主要股东、实际控制人、董监高、其他核心人员等存在关联关系或其他利益安排，是否存在体外主体承担成本及代垫费用的情况；（6）结合发行人核心竞争优势、技术演变过程与独特性、获客方式与客户粘性等，补充披露外协加工商是否可直接生产并销售发行人的相关产品；（7）结合报告期产能利用率及人均产量，披露发行人外协规模的合理性；（8）结合外协加工规模，补充披露发行人是否满足“资产完整”、“资产独立”等相关要求；（9）报告期各期境外采购金额、外协采购等各类采购金额及占比；（10）境外模具工程更改需求产生的原因，是否涉及售后服务、质保责任、质量纠纷，结合模具工程更改需求占外销营业成本比例，补充披露公司外销产成品良品率的变化；（11）报告期各期发行人是否存在下游客户指定原材料的情形、采购金额及占比、收入金额及占比。

请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

一、外协加工金额占各年度采购总额、营业成本的比例及其变动情况

外协加工金额占各年度采购总额、营业成本的比例情况如下：

单位：万元

年度	外协加工金额	采购总额	外协加工金额占 采购总额比例	营业成本	外协加工金额占 营业成本比例
2020 年 1-6 月	4,007.44	16,767.80	23.90%	20,673.67	19.38%
2019 年	6,761.29	28,672.65	23.58%	42,950.62	15.74%

年度	外协加工金额	采购总额	外协加工金额占采购总额比例	营业成本	外协加工金额占营业成本比例
2018 年	7,935.83	29,654.45	26.76%	34,856.31	22.77%
2017 年	7,550.89	27,049.03	27.92%	29,972.52	25.19%

注：“采购总额”为同一年度原材料采购总额与外协加工采购总额之和；“外协加工金额”为当年发生的外协加工采购金额，由于模具从制造到收入确认需要一定周期，因此此处的“外协加工金额”与营业成本中的“外加工费用”不同。

报告期内，发行人外协加工金额占采购总额的比例分别为 27.92%、26.76%、23.58%和 31.41%，占营业成本的比例分别为 25.19%、22.77%、15.74%和 19.38%。2017 年度和 2018 年度的占比接近；2019 年较 2018 年占比降低较多，主要原因系：①2019：①2019 年发行人二期生产基地建成投产，产能增加相应减少了外协加工量；②；②外协加工工序单价调整：发行人于 2018 年下半年起陆续对主要机加工工序外协价格进行调整，CNC、深孔钻和线切割等工序单价调低 10%。2020 年 1-6 月较 2019 年占比略微增加，主要原因系：2020 年上半年新冠疫情影响了发行人的复工情况复产，且第二季度承接较多熔喷布模具业务，故订单，由于客户对交期要求紧急，因此第二季度出现阶段性产能不足，发行人采用一定量的外协加工以补足产能。二、按外协具体原因进行分类，如低价值外协、产能不足、无生产能力，披露报告期各期外协采购金额结构；

报告期期内，外协采购金额按外协原因分类情况如下：

单位：万元

外协原因	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
产能不足	1,980.53	49.42%	2,734.53	40.44%	4,028.18	50.76%	3,542.89	46.92%
附加值较低	1,817.69	45.36%	3,124.03	46.20%	3,030.23	38.18%	3,222.40	42.68%
无生产能力	209.22	5.22%	902.72	13.35%	877.42	11.06%	785.60	10.40%
总计	4,007.44	100.00%	6,761.29	100.00%	7,935.83	100.00%	7,550.89	100.00%

由于客户订单下达不均衡与发行人限定产能之间的不匹配，发行人通常会将附加值较低的业务进行外协加工，附加值较低的外协加工业务主要为相对简易的模具、精度要求低的工序等，其技术含量较低、单价较低，报告期内该类外协采购金额较为稳定。

无生产能力的外协加工业务主要指蚀纹、蚀刻、涂层、淬火等相应表面处理

业务和焊接等其他业务。报告期内随着发行人业务规模不断扩大，该类外协采购金额小幅上升。

产能不足的外协加工业务主要指发行人具备相关生产工序的生产能力，但由于阶段性产能不足而进行外协加工的业务。随着发行人 2019 年二期生产基地建成投产，发行人因产能阶段性不足的外协采购金额从 2018 年的 4,028.18 万元下降到 2019 年的 2,734.53 万元，下降了 32.12%。2020 年上半年新冠疫情影响了发行人的复工情况复产，且第二季度承接较多熔喷布模具业务，订单，由于客户对交期要求紧急，因此第二季度出现阶段性产能不足，发行人采用一定量的外协加工以补足产能，故 2020 年 1-6 月因产能不足发生的外协业务占比上升。三、**报告期各期外协加工定价方式、各类型外协采购价格比较及其公允性、与市场价格及可比公司外协采购价格是否存在较大差异；**

（一）外协加工定价方式、各类型外协采购价格比较及其公允性

报告期内，按发行人外协服务的主要类型、具体工序的采购金额及占外协采购总额的比例情况如下：

外协类型	具体工序	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
外协模具	外协模具	1,333.50	33.28	1,908.99	28.23	1,902.20	23.97	2,578.96	34.15
机加工	CNC	1,077.50	26.89	1,040.15	15.38	1,797.38	22.65	1,687.62	22.35
表面处理	蚀刻/蚀纹	134.06	3.35	717.29	10.61	581.91	7.33	550.25	7.29
机加工	精雕	337.93	8.43	637.27	9.43	863.11	10.88	738.24	9.78
机加工	深孔钻	184.20	4.60	459.35	6.79	586.91	7.40	455.75	6.04
机加工	线切割	202.81	5.06	421.98	6.24	576.64	7.27	449.63	5.95
机加工	电火花	55.18	1.38	141.41	2.09	370.06	4.66	298.73	3.96
合计		3,325.18	82.98	5,326.44	78.78	6,678.20	84.15	6,759.18	89.52

由上表可见，报告期内，发行人向外协供应商采购外协模具、CNC、蚀刻/蚀纹、精雕、深孔钻、线切割、电火花加工服务的金额占当期外协采购总额的比例分别为 89.52%、84.15%、78.78%和 82.98%，占比较高，具有代表性，以下具体分析上述外协工序采购价格的公允性。

（1）外协模具

报告期内，发行人采购外协模具是指发行人提供热流道等材料、设计图档、CAE 分析、模具制造指导书，进行技术指导及后期组合、调试等，由外协供应商按要求制造模具组件，制作过程中公司管控品质与进度，完工后由公司向其采购的行为。由于模具的定制化特性，发行人采购的外协模具在产品结构、工艺技术、性能参数、外型尺寸等方面各不相同，不存在统一的定价标准。发行人对外采购外协模具，严格执行询价和比价程序，绝大部分外协模具订单均有两家以上供应商报价，以避免不合理的采购价格。

经统计发行人外协模具订单对应的供应商报价单和实际执行订单，公司采购外协模具的竞争性报价情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	合计
外协模具（万元）	1,333.50	1,908.99	1,902.20	2,578.96	7,723.65
2 家以上报价金额（万元）	1,230.19	1,665.89	1,626.11	2,199.39	6,721.58
竞争性报价占比（%）	92.25	87.27	85.49	85.28	87.03

从上表可知，报告期内发行人外协模具实际执行的订单总金额为 7,723.65 万元，其中有 2 家以上供应商提供报价的占比为 87.03%，中标供应商提供的报价具有一定的竞争优势，少量无其他供应商报价主要是原外协模具改模直接由原供应商负责以及少量订单无其他供应商报价。

综上，发行人向主要外协模具供应商采购模具均严格执行了询价和比价的程序，绝大部分外协模具订单均有两家以上供应商报价，实际采购价格较其他报价具有竞争优势，符合通常的商业逻辑，采购具有公允性。

（2）机加工

报告期内，发行人对外采购的机加工服务是指公司提供主要工件、零件加工图档、技术参数要求等，外协供应商进行高速铣、数控铣、精雕、深孔钻、线切割、电火花等加工行为。发行人参考市场价格，对高速铣、数控铣、精雕、深孔钻、线切割、电火花加工的外协工序制定了统一的定价标准，即采购单价在各外协供应商之间基本一致；此外，发行人采用多方供应商比选，除了单价以外，主要参考外协供应商产能、交付时间、质量稳定性等因素。具体情况如下：

A、CNC（数控加工中心加工）

a、数控铣

数控铣加工的市场定价主要取决于数控中心设备类型、先进程度等因素，以加工工时为计价基础，发行人制定的统一加工收费标准如下：

序号	设备类型规格	2019年5月至2020年6月 (元/小时)	2017年1月至2019年4月 (元/小时)
1	卧铣	100	110
2	立铣小（1000*500）	43	47
3	立铣中（1600*800）	51	56
4	立铣大（2600*1600）	78	86

注：发行人于2018年下半年上线外协加工系统，对主要机加工工序外协价格进行调整，至2019年4月底调整完成。

b、高速铣

高速铣加工的市场定价主要取决于高速铣设备类型、先进程度等因素，以加工工时为计价基础，发行人制定的统一加工收费标准如下：

序号	设备类型规格	2019年5月至2020年6月 (元/小时)	2017年1月至2019年4月 (元/小时)
1	立铣（1000*600）	53	58
2	立铣中（1600*1200）	62	68
3	立铣大（2000*1500）	94	103
4	三轴高速铣（1000*600）	141	155
5	三轴高速铣（1600*1200）	155	172
6	3+2 高速铣	257	284

注：发行人于2018年下半年上线外协加工系统，对主要机加工工序外协价格进行调整，至2019年4月底调整完成。

报告期内，发行人外协采购CNC加工服务的订单数量繁多，中介机构对报告期各期前五名CNC外协供应商分别抽样一个月，对该月的结算单和施工单进行核对，各期间的抽样列表如下：

序号	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
1	宁海速宏模塑有限公司	4月	宁海县梅林精精模塑厂	10月	宁海县梅林精精模塑厂	3月	台州市黄岩锦源精密模具有限有限公司	2月
2	台州市黄岩键礼模业有	5月	宁海速宏模塑有限公司	3月	宁海速宏模塑有限公司	2月	宁海县梅林精精模塑厂	3月

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
	限公司							
3	宁海县云翔模具加工厂	3 月	台州市黄岩键礼模业有限公司	9 月	台州市黄岩锦源精密模具有限公司	4 月	宁海速宏模塑有限公司	5 月
4	宁海县跃龙街道皓翔塑料模具厂	1 月	宁海县云翔模具加工厂	1 月	台州市黄岩键礼模业有限公司	5 月	宁波澳立模塑有限公司	1 月
5	台州市黄岩锦源精密模具有限公司	4 月	宁海县致佳模塑厂	8 月	宁海县致佳模塑厂	6 月	宁海县询谕模具厂	4 月

经核查，发行人在上述抽取的月份中严格按照制定的定价标准对外采购 CNC 服务，各 CNC 外协供应商就同一类型加工业务的单价基本一致，价格公允。

B、精雕

精雕加工的市场定价主要取决于加工材料的材质、精度等因素，以加工工时为计价基础，发行人制定的统一加工收费标准如下：

序号	设备规格	2019 年 5 月至 2020 年 6 月 (元/小时)	2017 年 1 月至 2019 年 4 月 (元/小时)
1	普通精雕（低精度）	21	19.42
2	普通精雕（高精度）	29	24.27
3	石墨精雕（石墨电极）	24	24.34

注：发行人于 2018 年下半年上线外协加工系统，对主要机加工工序外协价格进行调整，至 2019 年 4 月底调整完成。

报告期内，发行人外协采购精雕加工服务的订单数量繁多，中介机构对报告期各期前五名精雕外协供应商分别抽样一个月，对该月的结算单和施工单进行核对，各期间的抽样列表如下：

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
1	宁海县景程模具厂	4 月	宁海豪宇模具有限公司	3 月	宁海豪宇模具有限公司	3 月	宁海县景程模具厂	1 月
2	宁海豪宇模具有限公司	3 月	宁海县景程模具厂	10 月	宁海县景锡模具厂	1 月	宁海梅林豪宇模具厂	2 月
3	宁波鸣声精密模具有限	1 月	宁海县景锡模具厂	9 月	宁海县景程模具厂	5 月	台州市黄岩锦源精密模	5 月

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
	公司						具有限公司	
4	宁海县云权模具加工店	1 月	宁海县云权模具加工店	10 月	宁海县远腾模具加工厂	2 月	宁海县远腾模具加工厂	3 月
5	宁海县良斌模具制造厂	4 月	宁海县良斌模具制造厂	5 月	宁海县方标模具厂	4 月	宁海县景锡模具厂	4 月

经核查，发行人在所抽取的月份中严格按照制定的定价标准执行外协采购精雕服务，各精雕供应商就同一类型加工业务的单价基本一致，价格公允。

C、深孔钻

深孔钻加工的市场定价主要取决于孔径大小、加工长度/次数等因素，以加工长度为计价基础，发行人制定的统一加工收费标准如下：

型号	2019 年 5 月至 2020 年 6 月	2017 年 1 月至 2019 年 4 月
	元/米	元/米
Φ4-Φ6/Φ26-Φ32	131.07	145.63
Φ7-Φ17	69.90	77.69
Φ18-Φ25	96.12	106.80
单斜校面	48.54 元/次	
斜孔沉头台阶透刀	19.42 元/次	
直孔沉头台阶透刀	9.71 元/次	

注：发行人于 2018 年下半年上线外协加工系统，对主要机加工工序外协价格进行调整，至 2019 年 4 月底调整完成。

报告期内，发行人外协采购深孔钻加工服务的订单数量繁多，中介机构对报告期各期前五名深孔钻外协供应商分别抽样一个月，对该月的结算单和施工单进行核对，各期间的抽样列表如下：

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
1	宁海县奕凯模具厂	4 月	宁波智博精密模具有限公司	3 月	宁波智博精密模具有限公司	2 月	宁海县楠弘模具厂	4 月
2	宁海益华模塑有限公司	3 月	宁海佳仁模具加工厂	9 月	宁海县春晓模具厂	4 月	宁海县杨玫杰模具加工店	2 月
3	宁波智博精密模具有限	5 月	宁波昌成数控机械有限	8 月	宁海县顺快模具厂	6 月	宁海万豪模具有限公司	5 月

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
	公司		公司					
4	宁海县小申模具加工店	4 月	宁海县小申模具加工店	11 月	宁海佳仁模具加工厂	5 月	宁波昌成数控机械有限公司	6 月
5	宁海县青水模具有限公司	5 月	宁海县奕凯模具厂	8 月	宁波昌成数控机械有限公司	3 月	宁海县孙小明模具加工厂	2 月

经核查,发行人在所抽取的月份中严格按照制定的定价标准执行外协采购深孔钻服务,各深孔钻供应商就同种类孔径的单价基本一致,价格公允。

D、线切割

线切割加工的市场定价主要取决于加工类型、工件材质、工艺要求等因素,以周长*高为计价基础,发行人制定的统一加工收费标准如下:

加工类型	材质	工艺要求	2019 年 5 月至 2020 年 6 月	2017 年 1 月至 2019 年 4 月
快走丝	铁件	无锥度	周长*高*0.0026 元	周长*高*0.00291 元
		有锥度	无锥度件的 1.5 倍	
	铝、铜件	无锥度	周长*高*0.0033 元	周长*高*0.00364 元
		有锥度	无锥度件的 1.5 倍	
中走丝	铁件	无锥度(450*650*300 及以下)	周长*高*0.0105 元	周长*高*0.0117 元
		无锥度(大于 450*650*300 以上)	周长*高*0.0175 元	周长*高*0.0194 元
		有锥度(450*650*300 及以下)	周长*高*0.0122 元	周长*高*0.0136 元
		有锥度(大于 450*650*300 以上)	周长*高*0.0201 元	周长*高*0.0223 元
	铝、铜件	无锥度	周长*高*0.0157 元	周长*高*0.0175 元
		有锥度	周长*高*0.0183 元	周长*高*0.0204 元
慢走丝	铁件	无锥度	周长*高*0.029 元	
		有锥度	每增加 5° 提高 10%	

注:发行人于 2018 年下半年上线外协加工系统,对主要机加工工序外协价格进行调整,至 2019 年 4 月底调整完成。

报告期内,发行人外协采购线切割加工服务的订单数量繁多,中介机构对报告期各期前五名线切割外协供应商分别抽样一个月,对该月的结算单和施工单进

行核对，各期间的抽样列表如下：

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
1	宁海县秦启 渲模具加工店	3 月	宁海县秦启 渲模具加工店	8 月	宁海县梅林 楠皓模具加工店	5 月	宁海县梅林 楠皓模具加工店	4 月
2	宁海县梅林 楠皓模具加工店	1 月	宁海县梅林 楠皓模具加工店	1 月	宁海县和好 模具加工店	1 月	宁海县守宏 模具加工店	5 月
3	宁海县金昂 模具加工店	5 月	宁海县梅林 龚挺线切割加工店	11 月	宁海县秦启 渲模具加工店	5 月	宁海县秦启 渲模具加工店	1 月
4	宁海县梅林 龚挺线切割加工店	5 月	宁海楠楠模 具加工店	11 月	宁海县正轩 模具厂	6 月	宁海县梅林 龚挺线切割加工店	3 月
5	宁海县添泽 模具加工店	3 月	宁海县添泽 模具加工店	11 月	宁海县守宏 模具加工店	4 月	台州市黄岩 锦源精密模 具有限公司	2 月

经核查，发行人在所抽取的月份中严格按照制定的定价标准执行外协采购线切割服务，各线切割供应商就同一类型加工的单价基本一致，价格公允。

E、电火花

电火花加工根据加工位置、尺寸测算所需加工时间，按照设备类型制定工时单价，发行人制定的统一加工收费标准如下：

序号	设备规格	2017 年 1 月至 2020 年 6 月（元/小时）
1	单头	29
2	单头（精密）	53
3	双头	58

报告期内，发行人外协采购电火花加工服务的订单数量繁多，中介机构对报告期各期前五名电火花外协供应商分别抽样一个月，对该月的结算单和施工单进行核对，各期间的抽样列表如下：

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
1	宁海县高鑫 模塑厂（普通合伙）	3 月	宁海县高鑫 模塑厂（普通合伙）	1 月	宁海县河泽 模具厂	4 月	台州市黄岩 锦源精密模 具有限公司	2 月

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
2	宁海县河泽模具厂	4 月	宁海县梅林精精模塑厂	4 月	宁海县高鑫模塑厂（普通合伙）	5 月	宁海县高鑫模塑厂（普通合伙）	4 月
3	宁海县景胜模具厂	5 月	宁海县河泽模具厂	9 月	宁海县优速模具加工厂	6 月	宁海县优速模具加工厂（宁海县华意模具厂）	1 月
4	宁海县优速模具加工厂	5 月	台州市黄岩锦源精密模具有限公司	8 月	台州市黄岩锦源精密模具有限公司	3 月	宁海县奥胜模具厂	5 月
5	宁海县精茂模具加工店	3 月	宁海县优速模具加工厂	9 月	宁海凯通模具有限公司	3 月	宁海县吉喆模具厂	4 月

经核查，发行人在所抽取的月份中严格按照制定的定价标准执行外协采购电火花服务，各电火花供应商就同一类型加工单价基本一致，价格公允。

（3）表面处理

发行人对外采购的表面处理服务主要为蚀纹/蚀刻，蚀纹/蚀刻是指经过化学药剂作用，在模具的表面形成各类图案的工艺，一般起装饰和防滑的作用。报告期内，蚀纹/蚀刻采购额占表面处理采购额的比例各期均超过 65%，其中主要蚀纹供应商采购额占蚀纹/蚀刻采购额的比例超过 80%，报告期内发行人主要蚀纹供应商为：模德模具（苏州工业园区）有限公司、浙江嘉龙雕刻股份有限公司、泰纳贝模具蚀纹（上海）有限公司和上海棚泽八光模具表面加工有限公司。发行人蚀纹供应商的定价模式分为两种，第一种为议价模式；第二种为定价模式。

A、议价模式

对客户有特定蚀纹要求的，发行人采用议价模式。因下游产品设计需要，发行人客户通常会对需进行蚀纹的模具指定特定的纹理，特定的纹理型号通常属于特定的蚀纹供应商，由于蚀纹供应商的指定性，发行人无法进行统一定价和收集竞争性报价，故发行人采用如下议价模式以保证蚀纹采购的公允性：A、发行人对客户进行蚀纹加工的单独报价（在与客户签订的合同中单独列示蚀纹费用）或约定由客户承担蚀纹费用；B、由蚀纹供应商提供蚀纹报价；C、发行人针对供应商的蚀纹报价和历次同类纹理交易的比对情况，与蚀纹供应商进行多次议价。

采用议价模式的主要供应商为模德模具（苏州工业园区）有限公司、浙江嘉龙雕刻股份有限公司、泰纳贝模具蚀纹（上海）有限公司和上海棚泽八光模具表面加工有限公司。

B、定价模式

对客户无特定蚀纹要求的，发行人采用定价模式。发行人参考市场价格，对蚀纹工序制定了统一的定价标准，此外，发行人采用多方供应商比选，除了单价以外，主要参考外协供应商产能、交付时间、质量稳定性等因素确定最优供应商。具体情况如下：

蚀纹的市场定价主要取决于实际花纹的尺寸、加工位置、加工难度等因素，发行人制定的统一加工收费标准如下：

蚀纹位置	花纹宽度	2017年1月至2020年6月
常规位置	10mm 内	50 元/100mm*0.97
	10~20mm	60 元/100mm*0.97
	20~40mm	70 元/100mm*0.97
	40~60mm	80 元/100mm*0.97
	60~80mm	90 元/100mm*0.97
	80~100mm	100 元/100mm*0.97
筋位旁	相应难度较大，价格每处增加 20 元	

报告期内，发行人外协采购蚀纹加工服务的订单数量繁多，中介机构对报告期各期发行人前五名蚀纹外协供应商分别抽样一个月，对该月的议价单、交易合同、结算单或施工单进行核对，各期间的抽样列表如下：

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
1	模德模具（苏州工业园区）有限公司	5 月	模德模具（苏州工业园区）有限公司	7 月	模 德 模 具（苏州工业园区）有限公司	2 月	模德模具（苏州工业园区）有限公司	1 月
2	上海棚泽八光模具表面加工有限公司	5 月	浙江嘉龙雕刻股份有限公司	12 月	浙江嘉龙雕刻有限公司	4 月	嘉兴市嘉龙雕刻有限公司	5 月
3	宁海县何欢模具加工厂	4 月	泰纳贝模具蚀纹（上海）有限公司	3 月	上海棚泽八光模具表面加工有限公司	9 月	上海棚泽八光模具表面加工有限公司	4 月

序号	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份	外协供应商	月份
					司			
4	浙江嘉龙雕刻股份有限公司	4 月	上海棚泽八光模具表面加工有限公司	5 月	天津模泰斯模具纹理加工有限公司	4 月	泰纳贝模具蚀纹(上海)有限公司	2 月
5	宁海县方银娟模具厂	3 月	宁海县杰云模具厂	2 月	宁海县何欢模具加工厂	1 月	Gravutex Eschmann International Ltd.	7 月

经核查,发行人在所抽取的月份中,议价模式的蚀纹采购严格执行议价流程,采购程序具有合理性;定价模式的蚀纹采购,按照定价标准执行,蚀纹供应商同一类型加工的单价基本一致,具有公允性。

(二) 与市场价格及可比公司外协采购价格的对比

(1) 与市场价格的对比

中介机构就发行人采购外协模具、机加工、表面处理等外协服务的定价方式走访了主要外协供应商,经了解符合市场实际情况,中介机构收集了部分抽样单位对第三方客户的报价单、结算单或施工单等资料,并与上述定价情况进行比对,基本一致。

(2) 与可比公司外协采购价格的对比

可比公司的公开披露文件中关于外协加工定价模式和外协采购价格的内容如下:

证券简称	关于外协加工定价模式和外协采购价格的披露内容
银宝山新	未披露外协采购价格相关信息
东江集团	未披露外协采购价格相关信息
威唐工业	未披露外协采购价格相关信息
天汽模	天汽模通常将低附加值模具委托于外协单位生产,并按其与汽车厂商签订价格的 90%向外协单位采购。未披露外协采购具体价格。
合力科技	相关采购人员根据外协加工服务的类型和需求工时,向外协加工供应商提出加工需求,并在收到外协供应商的报价后选择合适的外协加工供应商。未披露外协采购具体价格。
瑞鹄模具	外包时综合考虑铸件、标准件、设计、制造、表面处理及包装运输等成本因素,根据具体产品的预计吨位、预计工时、涉及的工艺环节等参数综合确定

证券简称	关于外协加工定价模式和外协采购价格的披露内容
	外包价格。未披露外协采购具体价格。
海泰科	1、对于外协单工序加工，公司制定统一的价目表，除临时性、紧急性需求外，公司向外协加工商采购外协加工服务时均按相同的单价执行。2、对于外协多工序加工，由于不同工序组合之间差异较大，所需的工时、机器设备存在差异。因此，公司对外采购多工序外协加工时，一般向多家供应商进行询价并比价后选定供应商。3、对于外协加工的小型整体模具，由于小型整体模具属于定制化产品，不同模具在产品结构、工艺技术、性能参数、外型尺寸等方面各不相同，采购价格不具有可比性。对小型整体模具进行外协加工时，公司通过向多家供应商进行询价并比价后选定供应商。未披露外协采购具体价格。

由上述内容可知，发行人的可比公司均未披露外协采购价格；发行人与可比公司的外协加工定价模式相比，基本相似。

综上所述，发行人外协加工定价方式、各类型外协采购价格与市场基本一致；与可比公司的外协定价模式，基本一致。

四、外协加工的主要内容是否为发行人核心生产环节，发行人对外协采购厂商是否存在重大依赖；

（一）外协供应商未承担发行人的核心生产环节

塑料模具的生产流程较长，涉及工序很多，包括研发设计、型腔粗加工精加工、镶件粗加工精加工、零部件装配、合模、多次调试、多次修改、检验通过等，核心工序为研发设计、核心模块的精加工、装配、调试和检验等。

发行人的生产设备投资规模较大，设备档次、技术先进度在行业内处于较高水平，发行人自身的生产设备主要用于生产技术难度较大、精度要求较高、附加值较高的产品。发行人在保留核心工序的前提下，将加工难度相对较低、附加值较低的工序或较简单模架产品进行外协加工。

发行人拥有完整独立的资产、人员、技术体系和生产能力，模具设计生产的关键环节和质量标准均由发行人掌握，仅将生产制造过程中的非核心环节交由外协供应商；经对主要外协供应商进行走访，其均表示不涉及模具设计生产的核心技术。在我国模具产业聚集区，产业链配套完备，大型模具企业将模具制造过程中工艺成熟、难度较低的加工工序和需要具备特定资质的特定工序交予外协供应

商完成，符合模具生产专业化分工的行业惯例，具有商业合理性。

（二）发行人对外协供应商不存在重大依赖

（1）由上所述，发行人拥有完整独立的资产、人员、技术体系和生产能力，模具设计生产的关键环节和质量标准均由发行人掌握，发行人在整体设计能力、生产技术、关键工艺、设备产能等方面均未依赖外协供应商。

（2）发行人向外协供应商的采购较为分散，报告期各期，发行人第一大外协供应商占发行人外协采购总额比例均不超过 12%；前十名外协供应商采购额占发行人外协采购总额比例均不超过 46%，发行人不存在向单个外协供应商的采购比例超过 50%或者严重依赖于少数外协供应商的情形。

（3）发行人二期生产基地的生产设备于 2019 年正式投入使用，产能上升一定程度上减少了外协加工的采购量。2019 年发行人因阶段性产能不足的外协采购金额从 2018 年的 4,028.18 万元下降到 2,734.53 万元，下降了 32.12%。

（4）发行人的外协供应商主要位于发行人主体厂区宁海地区附近，宁海县拥有 2,000 多家模具企业，从业人员 5 万多人，模具外协加工设备资源丰富、熟练工人较多。其中多数为中小型民营企业或家庭式加工店，资金实力较弱，员工数量多数 10-50 人之间，核心生产设备主要为切、铣、磨、削等机械加工设备，设备造价相对较低，设备档次属于中等偏下。模具加工设备的档次高低主要体现在功能多样性、自动化智能化程度、加工精度、加工尺寸范围、加工效率、稳定性一致性等方面，与外协供应商相比，发行人的主要生产设备档次处于中高端水平，部分设备处于国际领先水平。就发行人需要外协采购的加工工序而言，宁海及周边地区能够承担发行人外协加工任务的中小企业较多，外协供应商的可替代性较强。

综上所述，发行人拥有完整独立的资产、人员、技术体系和生产能力，模具设计生产的关键环节和质量标准均由发行人掌握；报告期内，发行人的外协供应商较为分散，向单一外协供应商的采购金额较小；发行人二期生产基地建成后，自有产能扩大，相应的外协采购量将有所下降；宁海及周边地区的模具加工企业众多、设备资源丰富、熟练工人较多，外协供应商的可替代性较强，因此发行人

对外协供应商不存在重大依赖。

五、主要外协厂商的基本情况，是否与发行人及其主要股东、实际控制人、董监高、其他核心人员等存在关联关系或其他利益安排，是否存在体外主体承担成本及代垫费用的情况；

（一）报告期内，发行人的主要外协供应商的基本情况

（1）宁波青山青汽车部件有限公司（原为宁海青山模塑厂）

中文名称	宁波青山青汽车部件有限公司
成立时间	2007年8月31日（2018年7月27日变更为有限公司）
注册资本	600万元
股权结构	周为能持股50%、曹小勇35%、赵利荣持股15%
经营范围	汽车零部件及配件制造；模具、塑料件制造、加工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	模具制造、加工

（2）宁海县梅林精精模塑厂

中文名称	宁海县梅林精精模塑厂
成立时间	2003年5月12日
注册资本	个人独资企业
股权结构	徐茂斌100%
经营范围	模具、塑料件、汽车配件、橡胶制品制造、加工
主营业务	模具制造、加工

（3）模德模具（苏州工业园区）有限公司

中文名称	模德模具（苏州工业园区）有限公司
成立时间	2005年12月22日
注册资本	60万美元
股权结构	MOLD-TECHSINGAPOREPTLTD100%
经营范围	设计、生产、加工各类模具蚀纹，销售本公司所生产的产品并提供相关咨询及售后服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	模具蚀纹

（4）宁海县超研模具有限公司（原为宁海县超研模具厂）

中文名称	宁海县超研模具有限公司
成立时间	2011年8月4日（2018年10月31日变更为有限公司）
注册资本	50万元
股权结构	吴葵珍100%

经营范围	模具、五金件、塑料件制造、加工以及其他按法律、法规、国务院决定等规定未禁止或无需经营许可的项目和未列入地方产业发展负面清单的项目。 (依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
主营业务	模具制造

(5) 宁海艺豪模具有限公司

中文名称	宁海艺豪模具有限公司
成立时间	2010 年 11 月 25 日
注册资本	50 万元
股权结构	杨双佩 80%、杨贻闯 20%
经营范围	模具及配件、塑料制品制造、加工。
主营业务	模具制造、加工

(6) 台州市黄岩锦源精密模具有限公司

中文名称	台州市黄岩锦源精密模具有限公司
成立时间	2013 年 1 月 29 日
注册资本	88 万元
股权结构	李元辉 90%、徐晨燕 10%
经营范围	模具及配件设计、制造、销售;技术进出口与货物进出口。
主营业务	模具零部件加工

(7) 宁海速宏模塑有限公司

中文名称	宁海速宏模塑有限公司
成立时间	2015 年 1 月 9 日
注册资本	50 万元
股权结构	杨启胜 55%、田慧琴 45%
经营范围	模具、塑料制品、金属制品、汽车零部件、机械设备及其配件制造、加工。
主营业务	模具加工

(8) 宁海县宝扬模具厂

中文名称	宁海县宝扬模具厂
成立时间	2000 年 3 月 13 日
注册资本	10 万元
股权结构	刘伟里 100%
经营范围	一般经营项目:模具、塑料件、五金件制造、加工。
主营业务	塑料模具件的制造

(二) 是否与发行人及其主要股东、实际控制人、董监高、其他核心人员等存在关联关系或其他利益安排, 是否存在体外主体承担成本及代垫费用的情况。

报告期内主要外协供应商与发行人及其主要股东、实际控制人、董监高、其他核心人员等不存在关联关系或其他利益安排，不存在体外主体承担成本及代垫费用的情况。

六、结合发行人核心竞争优势、技术演变过程与独特性、获客方式与客户粘性等，补充披露外协加工商是否可直接生产并销售发行人的相关产品；

（一）发行人核心竞争优势

（1）技术研发优势

发行人在汽车塑料模具领域拥有较强的技术研发优势，具体表现为研发设计过程数字化优势、注塑模具成型技术优势、模具加工技术优势、吹塑模具设计技术优势、生产智能化优势、检测优势等。公司是中国注塑、吹塑模具重点骨干企业、《中国模具之都十三五规划》重点发展企业，荣获“中国机械工业科学技术奖一等奖”、“精模奖一等奖”、“国家重点新产品”、“浙江省科技进步奖”，公司设有浙江省博士后工作站、院士工作站，拥有发明专利 99 项。截至 2020 年 6 月，发行人拥有技术人员 195 人，主要为设计人员。

发行人的多数外协供应商仅专业从事单一工序、或几道工序的机械加工，少部分规模较大的外协供应商可以完成多工序加工及简单装配，员工数量多在 10-50 人之间。截至 2020 年 9 月 15 日，发行人主要外协供应商取得的专利情况如下：

序号	外协供应商	发明专利数量	实用新型数量
1	宁波青山青汽车部件有限公司	0	7
2	宁海县梅林精精模塑厂	0	0
3	模德模具（苏州工业园区）有限公司	0	24
4	宁海县超研模具有限公司	0	5
5	宁海艺豪模具有限公司	0	0
6	台州市黄岩锦源精密模具有限公司	0	0
7	宁海速宏模塑有限公司	0	0
8	宁海县宝扬模具厂	0	0

注：模德模具（苏州工业园区）有限公司的专利均为蚀纹应用专利，与发行人主营业务明显不同。

因此，与主要外协供应商相比，发行人具有显著技术研发优势。

（2）生产设备优势

高品质的塑料模具制造需要大量高端机械设备及辅助设施，公司拥有大量高档加工设备，包括大型高速五轴加工中心、大型双头电火花加工中心、高速石墨加工中心，以及由智能计算机控制的自动化五轴高速镗铣加工中心、塑料注塑成型机、龙门加工中心、立式数控铣、移动式激光焊机、机械臂、智能仓储、搬运系统等组成的智能化生产线，先进加工设备为制造高精度、高品质的模具产品提供了有效的保障。模具加工设备的档次高低主要体现在功能多样性、自动化智能化程度、加工精度、加工尺寸范围、加工效率、稳定性一致性等方面。

发行人的主要生产设备档次处于中高档水平，部分设备处于国际领先水平。而外协供应商的核心生产设备主要为切、铣、磨、削等机械加工设备，设备造价相对较低，设备档次属于中等偏下。

（3）全球化布局优势

公司通过在德国、墨西哥、沈阳等汽车产业较为集中的地区建立子公司，为客户提供更加细致、周到的技术支持和售后服务，提升售后服务效率，缩短客户因模具维修造成的停工时间，不断提升客户满意度和忠诚度。报告期内，公司外销金额分别为 2.42 亿元、3.03 亿元、2.76 亿元和 1.03 亿元，占主营业务收入的比例分别为 51.75%、55.50%、44.77%和 35.84%。

经查询全国企业工商信息公示系统和实地走访，除模德模具（苏州工业园区）有限公司和上海华中雷鸥激光设备有限公司外，报告期内，发行人的主要外协供应商均位于宁海县及其周边台州黄岩地区，且未在其他地区开办子公司或分公司；模德模具（苏州工业园区）有限公司和上海华中雷鸥激光设备有限公司的主营业务与发行人存在显著差异。

（4）客户资源优势

经过十多年积累，公司与一大批全球知名汽车零部件总成企业建立了长期稳定的战略合作关系，主要客户有萨玛汽车（SMG）、佛吉亚（FAURECIA）、德科斯米尔（DRAXLMAIER）、延锋内饰、曼胡默尔（MANN+HUMMEL）、迪安（TI）、亚普股份、考泰斯（KAUTEX）、马勒（MAHLE）、法雷奥（VALEO）、宁波华翔、

京威股份等国内外知名汽车零部件生产企业。国际知名客户的审核为公司带来以下优势：①客户高标准的采购准入体系促使公司在技术创新水平和产品质量控制方面始终保持在行业前列；②一旦通过供应商体系考核，客户通常会保持稳定的合作关系，客户粘性较强，一般不会轻易更换供应商，这为公司提供了长期稳定的产品订单。

发行人的外协供应商大多位于宁海当地或台州地区，规模较小，不具备资本实力和核心技术，当地同类型模具企业众多，竞争激烈，大多数企业仅能从事单一工序，不具备独立生产整套模具的能力，因此主要承接大型模具企业的委外加工业务。

（5）运营管理优势和规模优势

公司十几年来专注于汽车塑料模具业务的发展，积累了丰富的经验，是国内规模较大、技术先进的领先汽车塑料模具制造商之一，建有大型注塑模具、吹塑模具和精密注塑模具三大类塑料模具生产线，拥有大量五轴高速铣、深孔钻、高速石墨加工中心等先进的模具加工设备。公司规模优势明显，具有持续性承接大规模订单的能力，有利于缩短产品交付周期，维持良好的客户关系。发行人管理团队经过十多年的经营，在技术、设计、生产、管理和销售方面的运营经验丰富，2019 年实现收入 62,044.01 万元。

通过现场走访发行人外协供应商以及查阅发行人对外协供应商的评审报告，发行人的外协供应商大多为宁海当地中小企业，除少数整体模具外协供应商外，其他外协供应商的生产设备数量通常不超过 20 台，员工人数较少；除模德模具（苏州工业园区）有限公司（其主要业务为蚀纹，与发行人业务显著不同）外，发行人主要外协供应商的年度营业收入均低于 3,000 万元，规模普遍较小，业务承接能力较弱，运营管理简单，管理人员通常为企业业主或少数几人。

（二）发行人的技术演变过程与独特性

发行人的技术演变过程可分为三个阶段：掌握全面、成熟的机加工技术；向数字化、高精度演变；向智能化和多维度技术创新演变。在技术演变过程中形成了一批独特性技术，具体如下：

（1）掌握全面、成熟的机加工技术

传统的塑料注射成型开发方法主要是尝试法,依据设计者有限的经验和比较简单的计算公式进行产品和工艺开发。因此开发过程中要反复试模和修模,导致生产周期长、费用高,产品质量难以得到保证。发行人首先掌握了成熟的 CNC、精雕、深孔钻、线切割等机加工技术和数控编程能力,以满足生产需要。

（2）向数字化、高精度演变

在模具生产向信息化、无图化、精细化和自动化方向发展的背景下,发行人技术向高精度、数字化演变。实现精细化加工要从模具设计、数控编程和数控加工着手,如利用 CAE 技术进行模具的精细化设计。设计与工程人员可完成注塑制品构造模具概念设计、CAE 分析、模具评价、模具结构设计和 CAM 等虚拟与现实工作,利用注塑模流分析技术,能预先分析模具设计的合理性,减少试模次数,加快产品研发,提高企业效率。

汽车模具结构复杂,加工工序多,采用粗加工和精加工分开进行可降低模具开发成本。大型关键设备主要有三轴以上的数控铣床、研配压床、试模压力机、五轴数控激光切割机、三坐标测量机等,关键加工设备必须具备精度高、功能多等特点,如五轴联动数控铣床及高速精密数控铣。粗加工在大陆或台湾设备上,精加工在欧美设备上。

发行人应用了热流道技术、气辅成型技术、高压注射技术、快速成型技术、超精密加工技术、并行工程、逆向工程、虚拟制造和标准化生产等。

（3）向智能化、多维度技术创新演变

在数字化、高精度技术发展的基础上,公司对自身生产设备进行智能化改造,建成由智能计算机控制的智能化生产线,解决了原传统加工生产线工序多、流程长、切换频繁、切削报废多、精度低等问题,实现了生产装备智能化、生产过程数字化和业务全流程信息化,提高了质量稳定性和生产效率。

同时,基于高品质外观模具、高效生产主色模具、绿色制造注塑模具、制品轻量化注塑模具等发展方向,发行人进行多维度技术创新,通过对模具制造工艺设计、材料成型、工程理论、控制技术与信息技术等跨学科知识、技术的综合运

用及跨学科集成，在设计、精密制造、装配、调试、控制功能等方面均具有较强的技术水平，攻克了一批具有完全自主知识产权的关键技术，拥有发明专利 99 项，涵盖模具设计技术、模具加工技术（大型双色旋转模具加工技术、电火花加工自动化工艺、去应力热处理工艺）、注塑成型技术（双色注塑技术、模具温控技术、低压注塑技术）、吹塑成型技术等方面。

（三）发行人的获客方式与客户粘性

（1）获客方式

公司通过展览展示、现有客户推荐、重点品牌拜访沟通等方式开拓客户，在双方确定长期合作关系之前，客户的相关部门对公司进行供应商资质认证工作，具体参见“第六节业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品的情况”之“（二）主要经营模式”之“3、销售模式”。

（2）客户粘性

行业内大型知名客户通常会对其供应商实行严格的准入管理。首先供应商必须通过 IATF16949 质量体系认证，IATF16949 是以 ISO9001、QS9000（美国）、VDA6.1（德国）、EAQF（法国）以及 AVSQ（意大利）等国汽车质量认证体系为基础所建立的汽车工业质量认证体系；其次，下游客户执行严格的供应商审核，对模具供应商各方面能力进行考察，包括产品质量、供应商的研发与测试能力、制造设备的先进性及保养状况、加工工艺、生产工序安排、经验丰富的工程师的素质及数量、员工的执行力、质量管理体系、工作环境等方面，全方位考察模具供应商的能力，通常包括技术评审、质量体系评审、价格竞标、产品试制、小批量试用、批量生产等环节，认证周期通常长达 1 年至 2 年。考察合格后，还需要经过多个项目的验证，才会将模具制造厂纳入其全球采购体系中。并在后续年度每年进行评审考核。

下游知名客户将模具企业纳入其全球采购体系后，合作会更稳定、密切。首先，为保证产品品质的稳定性和交付的可靠性，客户通常不会轻易改变合作关系；其次，随着新款汽车车型换代周期的缩短，需要汽车模具供应商更深度参与新车型的前期研发设计，汽车模具供应商与汽车零部件厂商、整车厂商的合作更为紧

密。

在上述背景下，发行人获得了较多项目式订单业务，一个项目包括多套模具，价格在 1,000 万元左右，项目式订单涵盖奥迪、宝马、保时捷、大众、奔驰等中高端汽车品牌。发行人外协供应商多数仅专业从事单一工序、或几道工序的机械加工，少部分规模较大的外协供应商可以完成多工序加工，并简单装配；在整套模具的设计能力、高水平检测能力、装配调试能力等方面普遍欠缺，此外由于生产设备档次、规模实力、整体开发能力较弱，亦较难通过发行人客户的认证，很难取得大型直接客户（例如知名汽车零部件注塑企业）的订单，多数以外协方式开展业务。

综上所述，发行人在技术研发、生产设备、全球化布局、客户资源、运营管理和规模方面较外协供应商具有较大优势；发行人在模具设计技术、模具加工技术、注塑成型技术、吹塑成型技术、智能制造等方面持续创新；在上述情况下，发行人外协供应商较难通过行业内大型知名客户的严格供应商认定标准和全球采购体系的多项目验证。由于发行人外协加工商不具备替代发行人的能力，其不会直接生产并销售发行人的相关产品。

七、结合报告期产能利用率及人均产量，披露发行人外协规模的合理性；

报告期内，发行人产能利用率、生产人员人均产出、生产人员数量和外协加工规模情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
产能利用率	92.54%	80.80%	110.54%	105.72%
营业收入总额	28,990.53	62,044.01	54,707.18	46,855.72
生产人员数量（人）	841	855	716	662
生产人员人均产出	34.47	72.57	76.41	70.78
当期外协采购金额	4,007.44	6,761.29	7,935.83	7,550.89

2017 年和 2018 年发行人产能不足，产能利用率均超过 100%，随着营业收入增加，生产人员数量、产能利用率、生产人员人均产出和外协采购金额均增加。

2019 年，发行人二期生产基地建成投产，生产设备及生产人员增加较多，

生产人员人均产出较上年保持稳定；外协采购金额从 2018 年 7,935.83 万元下降到 2019 年的 6,761.29 万元；2019 年发行人产能利用率下降，且在产能利用率下降的同时，仍发生了 6,761.29 万元外协采购，主要原因是：

①2019 年发行人二期生产基地建成，设备陆续投产，理论产能明显增长，但由于新设备安装调试、新员工培训、部分原有设备搬迁调试等方面影响，致使 2019 年实际产能利用率有所下降。

②2019 年客户订单下达的不均衡导致发行人产能的阶段性空闲或阶段性不足，拉低了实际产能利用率。发行人 2019 年度各季度承接的订单呈上升趋势，发行人 2019 年度产能利用率超过 80%，其中第三季度超过 100%。由于客户订单下达不均衡与限定产能之间的不匹配导致发行人产能无法最大化的利用，产生阶段性产能不足或空闲，在阶段性产能不足的时候，为保证客户交期，发行人仍需通过外协加工方式保证订单的正常执行。

③发行人二期生产基地定位于提升公司的自动化、数字化、智能化生产能力，重点提升高端、大型、精密性模具的设计、生产、检测能力，新购置的核心工序设备高端先进，适用于精密、大型模具加工，对因附加值较低和无生产能力而发生的外协加工业务影响较小。附加值低的外协模具和外围件因比单工序机加工业务周期长、高端设备占用、性价比等原因，发行人仍考虑采用外协方式，此外，发行人不具备生产资质的工序也需外协完成。

④部分工序产能未增加，仍需要委外加工。模具制造涉及多个工序，发行人二期生产基地重点提升了核心工序 CNC 的产能，但其他部分工序产能并未大幅增加，因此仍需外协采购。报告期内，发行人因产能不足而发生的外协加工采购结构如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
CNC	1,077.50	54.40%	1,040.15	38.04%	1,797.38	44.62%	1,687.62	47.63%
外协模具	353.20	17.83%	577.58	21.12%	529.04	13.13%	440.74	12.44%
精雕	337.93	17.06%	637.27	23.30%	863.11	21.43%	738.24	20.84%
电火花	55.18	2.79%	141.41	5.17%	370.06	9.19%	298.73	8.43%

类别	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	1,823.80	92.09%	2,396.41	87.64%	3,559.58	88.37%	3,165.33	89.34%
因产能不足而发生的外协业务合计	1,980.53	100%	2,734.53	100.00%	4,028.18	100.00%	3,542.89	100.00%

由上表可知，2019 年较 2018 年相比，除外协模具外，因产能不足发生的主要外协业务均减少，其中 CNC 业务减少最多，系因 2019 年新增 CNC 设备较多，而精雕、电火花等其他工序设备采购较少或者未采购。

综上所述，报告期内发行人产能利用率、生产人员人均产值和外协加工业务规模的变动趋势相符，由于二期生产基地的搬迁调试人员培训、2019 年订单下达不均衡导致产能无法最大化利用等原因导致 2019 年发行人的实际产能利用率下降，生产人员平均产出保持平稳，2019 年外协采购金额有所下降。

发行人 2020 年 1-6 月产能利用率不足 100%，仍存在发生 4,007.44 万元外协业务，除上述原因外，发行人受 2020 年上半年新冠疫情影响了发行人的复工情况复产，且第二季度承接较多熔喷布模具业务，故订单，由于客户对交期要求紧急，因此第二季度出现阶段性能不足，以发行人采用外协加工补充补足产能所致。

综上所述，发行人 2019 年二期生产基地新增的产能主要用于高端、大型、精密模具生产，对因附加值较低、无生产资质而发生的外协加工业务影响较小，此外部分加工工序产能未明显提升，上述业务仍需委外完成，因此为合理利用产能以及应对阶段性的产能不足，发行人维持了一定规模的外协采购，具有合理性。

八、结合外协加工规模，补充披露发行人是否满足“资产完整”、“资产独立”等相关要求；

发行人按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了公司的法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整、独立的资产、业务。

发行人外协金额占年度采购总额、营业成本的比例均在 30%以下且逐年降低，除部分无资质外，其他工序发行人均具备生产能力。外协加工的主要工序为 CNC、

精雕、深孔钻、线切割和蚀纹等，均非核心加工环节，技术含量相对较低且长三角地区供应商很多，竞争充分，发行人可以择优选择合适的外协供应商，不存在对外协供应商构成重大依赖的情形；进行外协加工可以适度减少固定资产和人员投入，有利于降低生产成本，将有限的优质资源集中在高技术要求、高附加值的产品或工序上，有助于平衡固定资产投资规模、产能利用率与订单下达不均衡间的关系，调剂自身产能的阶段性的不足，符合行业通行惯例。同时，发行人与外协供应商不存在关联关系，故不存在影响发行人“资产完整”、“资产独立”等相关要求的情形。

九、报告期各期境外采购金额、外协采购等各类采购金额及占比；

境外原材料采购金额、境外外协采购金额及占比情况：

单位：万元

年度	境外原材料 采购额（1）	原材料采购 总额（2）	占比 （1）/（2）	境外外协加工 采购额（3）	外协加工采 购总额（4）	占比 （3）/（4）
2020年1-6月	74.15	12,760.36	0.58%	311.29	4,007.44	7.77%
2019年	38.62	21,911.36	0.18%	727.28	6,761.29	10.76%
2018年	58.52	21,718.62	0.27%	273.77	7,935.83	3.45%
2017年	41.40	19,498.14	0.21%	75.77	7,550.89	1.00%

由上表可知，报告期内，发行人境外采购主要为外协加工采购，境外外协采购金额逐年上升，主要原因是随着发行人向境外客户销售的模具数量逐渐积累，境外客户对模具工程更改需求增多。

十、境外模具工程更改需求产生的原因，是否涉及售后服务、质保责任、质量纠纷，结合模具工程更改需求占外销营业成本比例，补充披露公司外销产成品良品率的变化；

境外模具工程更改需求产生的主要原因是下游客户配套的主机厂所需塑料零部件的产品结构发生调整，导致下游客户要求发行人对相应模具进行设计变更和工程更改。这属于客户的后续新增需求，需独立签订合同并单独支付费用。境外客户考虑到发行人是模具制造商及自身技术保密等因素，选择将工程更改订单交付发行人执行，发行人基于成本效益原则，根据客户所在地及工程更改的复杂程度，选择由子公司承担工程更改或由客户所在地的外协单位对其模具进行工程

更改。

对于以上境外模具工程更改，发行人与客户根据技术难度、完成时间等协商定价并单独签订合同，在工程更改的验收时点确认收入。该工程更改与境外发生的质保期内模具维修性质不同，因此境外工程更改不涉及售后服务、质保责任，不属于质量纠纷。

报告期内，发行人境外模具工程更改需求占外销营业成本比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境外工程更改收入	113.14	1,135.33	956.79	582.17
外销营业成本	8,478.73	19,108.02	17,866.16	15,021.22
占比	1.33%	5.94%	5.36%	3.88%

如上表所示，报告期各期 2017-2019 年，发行人境外工程更改收入占外销营业成本的比例分别为 3.88%、5.36%、5.94%和 1.33%，占比较小，随着发行人向境外客户销售的模具数量逐渐积累，境外客户对模具工程更改需求相应增多。2020 年 1-6 月受疫情影响客户部分停工停产，相应的发行人境外工程更改收入较低。

发行人生产的模具属于定制化产品，不适用标准品的良品合格率。塑料模具作为客户生产塑料产品的工装设备，使用周期长，且模具质量和精度水平决定了塑料零部件的良品率，因此客户在模具设计、生产及试模阶段，均深度参与到模具设计方案制定、技术参数确认及试模样品检验等方面。模具发货时，试模样品已检验合格，其成型效率、加工精度等参数均已达到客户设计标准。

十一、报告期各期发行人是否存在下游客户指定原材料的情形、采购金额及占比、收入金额及占比。

汽车塑料模具是汽车生产中关乎品质外观的重要工装设备，客户对模具精度、结构复杂程度、使用寿命、与注塑机的匹配性等均有较高要求，因此对模具的原材料要求较高，客户在签订的采购订单或技术图纸中均会对模具生产的重要原材料模具钢、铝材、热流道、标准配件的材质、规格型号或品牌等进行指定。发行人生产的塑料件主要用于汽车的内外饰，直接影响汽车整车的品质外观，因此客

户对使用的主要原材料塑料粒子的品牌型号严格指定。

发行人下游客户指定原材料的产品当期实现收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
指定原材料的产品收入金额	28,871.45	61,751.56	54,579.90	46,757.31
营业收入	28,990.53	62,044.01	54,707.18	46,855.72
指定原材料的产品收入金额占营业收入的比例	99.59%	99.53%	99.77%	99.79%

报告期内，发行人的主要产品为模具、塑料件，客户指定原材料的产品实现收入金额占当期营业收入的比例超过 99%。

报告期各期，由下游客户指定的原材料主要为特种模具钢、进口品牌热流道、进口配件、塑料粒子等，报告期各期指定采购的原材料金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
指定原材料采购金额	6,189.89	10,806.69	9,567.64	8,492.04
采购总额	12,760.36	21,911.36	21,718.62	19,498.14
占比	48.51%	49.32%	44.05%	43.55%

报告期内，发行人下游客户指定原材料采购金额占采购总金额的比例在 40%-50%之间，主要系汽车塑料模具为技术指标要求较高的模具产品，客户对模具精度、使用寿命等均有较高要求，因此模具原材料要求较高，主要材料均为客户指定的特种模具钢、进口品牌热流道、进口配件、塑料粒子等。

十二、请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

对于上述问题，会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

- 1、查阅了发行人与外协供应商的交易明细记录；
- 2、查阅了发行人与主要外协供应商的交易合同、往来记录、会计凭证、技术图档、竞价（询价）记录等资料，并对同类工序价格进行了比较；
- 3、查阅了同行业可比公司的公开披露文件；

4、查询了国家企业信息信用公示系统的主要外协供应商信息，并收集、查阅了其营业执照，并对其进行了实地走访及对相关人员访谈；

5、在国家知识产权局查询了发行人及主要外协供应商的专利信息，并收集、查阅了发行人的专利证书和设备清单；

6、查阅了发行人的员工花名册；

7、对销售合同进行检查，浏览对原材料的指定条款；

8、查阅了发行人各股东填写的《宁波方正汽车模具股份有限公司法人/合伙企业/自然人股东核查表》和发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的《宁波方正汽车模具股份有限公司董事、监事、高级管理人员核查表》；

9、查阅了发行人实际控制人、机构股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心技术人员和主要关联方的银行流水。

经核查，会计师认为：报告期各期，发行人主要外协工序的同类工序采购价格基本一致，具有公允性；发行人外协加工定价方式、各类型外协采购价格与市场基本一致；与可比公司的外协定价模式，基本一致；对外协供应商不存在重大依赖；主要外协供应商与发行人及其主要股东、实际控制人、董监高、其他核心人员等不存在关联关系或其他利益安排，不存在体外主体承担成本及代垫费用的情况；发行人外协加工商不具备替代发行人的能力，其不会直接生产并销售发行人的相关产品；发行人产能利用率、生产人员人均产值和外协加工业务规模相匹配，同时考虑到因附加值较低和无生产能力而发生的外协加工业务受产能影响较小、订单下达不均衡导致产能无法最大化利用，以及发行人部分工序产能未提升等综合原因，发行人外协规模具有合理性；合理的外协加工不会影响发行人符合“资产完整”、“资产独立”等相关要求。

问题 11、关于毛利率及市场占有率

招股说明书披露，发行人吹塑模具产品技术水平较高，目前国内竞争对手较少，毛利率较高。

请发行人补充披露以下事项：（1）各类产品市场占有率、与竞争对手的参数对比，认定发行人吹塑模具国内竞争对手较少的原因及其合理性；（2）结合产品工艺、规格的差别，补充披露各类产品售价、成本、毛利率差异的原因及合理性；（3）结合国内客户、国外客户需求差异，补充披露同类产品内销与外销在售价、成本、毛利率上存在差异的原因及合理性；（4）“二期生产基地建成投产”对发行人营业成本下各科目的具体影响金额、该因素仅影响大型注塑模具外销单位成本的原因；（5）模拟测算“二期生产基地建成投产”及后续人员设备等增加对公司固定营业成本的影响额，补充披露发行人毛利率、经营业绩是否存在下滑趋势、是否影响发行人持续经营能力；（6）注塑模具售价与成本之间的变动差异是否有可能进一步扩大，注塑模具盈利能力是否有可能进一步下滑；（7）结合“国六”标准具体影响期间，补充披露各期内销吹塑模具中，受“国六”标准影响的产品的名称、销售金额及比例；（8）对比公开市场数据及同行业情况，补充披露发行人整体毛利率、分产品毛利率变动趋势，与市场情况是否相符；（9）发行人内销除吹塑模具外，发行人其他产品是否均存在毛利率逐年下降的趋势，是否影响发行人持续经营能力及盈利能力，如是，请就吹塑模具等产品毛利率逐年下滑的事项进行充分的风险提示。

请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

【回复】

一、各类产品市场占有率、与竞争对手的参数对比，认定发行人吹塑模具国内竞争对手较少的原因及其合理性；

（一）塑料模具产品市场占有率

根据 Wind 资讯统计，2019 年我国模具市场规模约为 2,727.14 亿元，按汽车模具占全部模具的比例以及汽车非金属模具占汽车模具的比例（《科学与财富》2017 年第 34 期）推算，汽车非金属模具市场规模约为 303.02 亿元。公司 2019

年度塑料模具销售金额为 6.10 亿元，据此测算，公司塑料模具占汽车非金属模具的市场份额约为 2.01%；根据中国模具工业协会，2019 年度我国塑料模具出口金额约 39.67 亿美元，同期公司模具外销金额约为 0.40 亿美元，公司模具外销金额占塑料模具出口总额的 1.00%左右；公司是我国模具出口重点企业之一，出口地区主要为德国、法国、墨西哥、美国等汽车工业发达国家。

（二）吹塑模具市场占有率

发行人吹塑模具主要客户为亚普股份、迪安和考泰斯，该等客户均为国内外主要汽车塑料油箱生产企业。根据公开披露的文件，迪安汽车集团占据了 2018 年全球塑料油箱市场的 15%；亚普股份所生产的塑料油箱占据国内市场的 30%、全球市场的 10%；考泰斯为全球前十大汽车塑料油箱生产商。根据对吹塑模具主要客户访谈及中国模具工业协会证明，报告期内发行人向亚普股份销售的吹塑油箱模具占亚普股份采购量的 90%左右，向迪安销售的吹塑油箱模具占其亚太区同类模具采购量的 90%左右，向考泰斯销售的吹塑油箱模具占其中国采购量的 60%以上。发行人吹塑模具在国内市场占有率较高，主要客户均为国内外知名汽车塑料油箱生产企业。

发行人主持制定了《汽车塑料油箱吹塑模技术标准》（行业标准代号 JB/T12647-2016），2016 年公司吹塑模具产品被中国模具工业协会、中国机械工业联合会、中国机械工程协会评选为“精模奖一等奖—新型汽车油箱吹塑模具”、“中国机械工业科学技术奖二等奖—汽车燃油系统（塑料油箱及加油管）多层吹塑模具”。2019 年度全国模具重点骨干企业中仅有发行人一家被冠以吹塑模具重点骨干企业。发行人吹塑模具产品在国内竞争对手较少。

（三）与竞争对手的参数对比

根据《第十六届中国国际模具技术和设备展览会模具水平评述》（中国模具工业协会）：发行人的新型汽车油箱吹塑模具的主要技术参数与国外同类模具比较，装配公差达到 0.05mm，超过国外进口模具 0.05-0.1mm 的水平，吹塑工艺达到 6 层吹塑，模具价格仅为进口模具的 1/3，其他指标达到国外进口模具水平。使用发行人制造的吹塑模具产品生产的油箱的排放量明显低于传统吹塑成型的燃油系统，可以实现油箱重要零部件在油箱成型过程中内置，使油箱渗透性能达

到 PZEV 要求（部分零排放标准，目前最严苛的汽车排放标准之一）。

二、结合产品工艺、规格的差别，补充披露各类产品售价、成本、毛利率差异的原因及合理性；

发行人各类模具产品的工艺、规格等差异对各类产品售价、成本、毛利率的影响

项目	大型注塑模具	精密模具	吹塑模具
主要原材料	模具钢、热流道、配件等	模具钢、热流道、配件等	模具钢、铝材、配件等
塑料成型工艺	注塑成型	注塑成型	吹塑成型
应用部位	汽车仪表板、副仪表板、座椅、门板、保险杠等	空调空滤系统、燃油泵、电镀高光件、进气歧管等	油箱、油管等
技术特点	整体设计难度较高，需要大型加工设备及试模机器	对精度要求更高，较为繁复精密，细节较多	加工工艺复杂，技术难度较高
规格	一般尺寸较大	一般尺寸较小	尺寸适中
使用模具设备	注塑机	注塑机	吹塑机
使用的模具设备特点	单机生产	单机生产	一般为吹塑生产线，设备投资较大

发行人大型注塑模具和精密模具均为注塑成型模具，注塑成型指在一定温度下，通过螺杆搅拌完全熔融的塑料材料，用高压射入模腔，经冷却固化后，得到成型品的方法。注塑成型的模具一般需要通过热流道系统将塑料粒子加热熔融后注入模腔中，产品工艺流程主要为：设计开发、零部件加工、动模和定模组装、试模等工艺。

发行人吹塑模具为吹塑成型模具，吹塑成型是将从挤出机挤出的熔融热塑性原料，夹入模具，然后向原料内吹入空气，熔融的原料在空气压力的作用下膨胀，向模具型腔壁面贴合，最后冷却固化成为所需产品形状的方法。

汽车注塑模具和吹塑模具虽然同为塑料模具，但部分工艺和材料存在差异，公司主要产品大型注塑模具和精密模具等注塑模具的原材料主要为模具钢、热流道、配件等；而吹塑模具的原材料主要为模具钢、铝材、配件等。吹塑模具工艺难度一般高于注塑模具，主要表现为：注塑机设备市场成熟，标准化程度较高，仅需要单机生产，客户投资规模较小，注塑模具供应商较多，竞争较为充分；而

吹塑生产线一般需要定制，客户投资成本大，吹塑生产线的非标准化，导致吹塑模具与生产线的匹配难度较大，因此对模具供应商的技术水平、行业经验、对客户非标生产线的深入理解程度要求很高，下游客户受限于投资成本、匹配难度、以及可能的生产工时延误的担忧，轻易不会更换现有的吹塑模具供应商，因此客户粘性更强。其他类型模具企业进入吹塑模具领域，所需的研发时间、费用投入、技术难度以及机会成本更高，因此国内吹塑模具领域的竞争对手较少，吹塑模具产品的销售价格和利润空间较高，毛利率高于注塑模具产品。

发行人的大型注塑模具产品和精密模具产品同属于注塑成型模具，生产流程、制造工艺大体相似，但这两类模具产品的性能用途、材质、结构、技术参数要求差异较大，大型注塑模具一般用于生产门板、仪表板、保险杠等体积较大的塑料零部件，精密模具一般用于生产尺寸较小、结构紧凑、特殊外观或功能要求的塑料部件，如空调空滤系统、燃油泵、电镀高光件和进气歧管等结构精巧、特殊性能及外观要求的塑料零部件，两类模具的技术特点不同，对应的设备人员配置、技术参数、检测指标均不相同，模具定价采用“一副一价”，因此大型注塑模具与精密模具的毛利率存在一定差异。

三、结合国内客户、国外客户需求差异，补充披露同类产品内销与外销在售价、成本、毛利率上存在差异的原因及合理性；

发行人生产的模具产品按工艺特点分为大型注塑模具、精密模具、吹塑模具，各类产品内外销在售价、成本、毛利率上存在差异的原因及合理性如下：

（1）内外销对应的整车车型不同，整车单价差异较大，对应模具产品的价格也相差较大。发行人外销主要客户萨玛汽车、佛吉亚、德科斯米尔、曼胡默尔、迪安等全球知名一级汽车零部件厂商，主要配套欧系、美系等世界主流整车品牌，包括保时捷、宝马、奥迪、奔驰、大众、标致、通用、路虎、捷豹、特斯拉等中高端品牌车型，由于整车档次定位与品牌溢价等原因，汽车整车相关配置定价均较高；相比之下，发行人内销客户的产品主要配套中国境内车型，包括一汽大众、上汽通用、一汽奥迪、北京奔驰、红旗、吉利、蔚来、奇瑞等合资品牌和国产自主品牌，整车档次、相关配置及售价也略低；

（2）内外销生产成本不同。外销模具产品，主要用于欧系、美系、日系主

流品牌车型，部分整车的销售区域也在欧美发达国家，整车单价较高，客户通常会指定使用进口钢材、国际品牌热流道和配件标准件等原材料，外销模具设计的复杂性、技术难度、精度、外观、稳定性等方面要求更高，对生产设备档次、人员素质要求更高，对应的生产成本也更高；相比之下，内销模具产品主要应用于合资车型、国产车型，部分整车的销售区域在中国境内，整车单价相对较低，客户对使用的原材料材质、关键配件、工艺、设备档次等要求较进口车型稍低，对应的生产成本也较低；

（3）单价构成不同。外销定价中包括样品及模具的空运、海运等运输保险报关等费用，因此外销模具的售价一般较内销模具更高。

综上所述，发行人同类产品内销与外销在售价、成本、毛利率上存在差异具有合理性。

四、“二期生产基地建成投产”对发行人营业成本下各科目的具体影响金额、该因素仅影响大型注塑模具外销单位成本的原因；

（一）“二期生产基地建成投产”（以下简称“二期基建”）对发行人各期营业成本的影响

发行人的二期生产基地于 2018 年下半年开始逐渐投入使用，对发行人 2018 年、2019 年和 2020 年上半年营业成本下各个科目的影响如下：

（1）“二期基建”对发行人 2020 年 1-6 月营业成本下各科目的影响

单位：万元

项目	考虑二期基建影响的成本	剔除二期基建影响的成本	对成本影响金额
直接材料	8,771.29	8,771.29	-
直接人工	4,334.42	3,803.41	531.01
制造费用	3,381.21	2,979.53	401.68
外加工费用	4,147.74	4,147.74	-
合计	20,634.66	19,701.97	932.69

(2) “二期基建”对发行人 2019 年营业成本下各科目的影响

单位：万元

项目	考虑二期基建影响的成本	剔除二期基建影响的成本	对成本影响金额
直接材料	18,690.40	18,690.40	-
直接人工	8,575.83	7,986.09	589.74
制造费用	6,314.99	6,009.66	305.33
外加工费用	9,248.19	9,248.19	-
合计	42,829.43	41,934.36	895.07

(3) “二期基建”对发行人 2018 年营业成本下各科目的影响

单位：万元

项目	考虑二期基建影响的成本	剔除二期基建影响的成本	对成本影响金额
直接材料	16,132.74	16,132.74	-
直接人工	6,918.53	6,842.85	75.68
制造费用	4,684.09	4,671.15	12.94
外加工费用	7,074.46	7,074.46	-
免抵退税不得免征和抵扣额	33.62	33.62	-
合计	34,843.44	34,754.82	88.62

(二) “二期基建”对发行人各类模具成本的影响

“二期基建”对发行人 2018 年、2019 年和 2020 年上半年各类模具成本的影响如下：

(1) “二期基建”对发行人 2020 年 1-6 月各类模具营业成本的影响

单位：万元

模具类型	销售类别	考虑二期基建影响的成本	剔除二期基建影响的成本	对成本影响金额
大型注塑模具	内销	7,786.08	7,512.92	273.16
	外销	6,951.88	6,500.60	451.28
吹塑模具	内销	1,347.62	1,288.24	59.38
	外销	684.18	658.70	25.48
精密模具	内销	962.50	937.27	25.22
	外销	822.06	800.25	21.81
熔喷布模具	内销	1,490.84	1,414.48	76.36

模具类型	销售类别	考虑二期基建影响的成本	剔除二期基建影响的成本	对成本影响金额
	外销	-	-	-

(2) “二期基建”对发行人 2019 年各类模具营业成本的影响

单位：万元

模具类型	销售类别	考虑二期基建影响的成本	剔除二期基建影响的成本	对成本影响金额
大型注塑模具	内销	14,772.14	14,606.30	165.84
	外销	16,348.50	15,783.07	565.43
吹塑模具	内销	4,051.34	3,990.11	61.23
	外销	1,699.48	1,649.56	49.92
精密模具	内销	4,349.31	4,316.90	32.41
	外销	1,060.12	1,039.88	20.24

(3) “二期基建”对发行人 2018 年各类模具营业成本的影响

单位：万元

模具类型	销售类别	考虑二期基建影响的成本	剔除二期基建影响的成本	对成本影响金额
大型注塑模具	内销	11,870.67	11,849.50	21.17
	外销	14,201.96	14,147.36	54.60
吹塑模具	内销	1,976.82	1,974.04	2.78
	外销	1,958.98	1,954.77	4.21
精密模具	内销	2,568.33	2,566.09	2.24
	外销	1,737.16	1,733.54	3.62

由上表可知，二期生产基地建成投产对发行人各类型模具的成本均有影响，其中对外销大型注塑模具的影响最大，导致 2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月外销大型注塑模具的成本分别增加 54.60 万元、565.43 万元和 451.28 万元。

五、模拟测算“二期生产基地建成投产”及后续人员设备等增加对公司固定营业成本的影响额，补充披露发行人毛利率、经营业绩是否存在下滑趋势、是否影响发行人持续经营能力；

发行人二期生产基地已于 2019 年建成投产，相应的设备和人员配备已经完成，后续将不再发生大额新设备投入或大规模人员增加；以 2019 年末二期生产基地已投入的固定资产折旧和人员成本测算，“二期生产基地建成投产”将导致

公司每年新增固定生产成本 2,809.19 万元，以上固定成本将随着每年产品生产和收入确认逐渐结转至营业成本。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人二期生产基地导致的新增成本尚有 1,993.52 万元结存在存货中，将随着后期收入的确认结转至营业成本。

在整体汽车行业销量下滑的背景下，发行人为增强客户粘性、扩大市场份额，承接了部分价格水平偏低的订单，而二期生产基地导致公司固定成本增加且短期内产能未得到充分释放，因此发行人毛利率、经营业绩短期内存在下滑趋势。

随着汽车产业向轻量化、智能化、新能源的方向转变，数字化、智能化的科技革命也深刻影响着模具行业的变革，发行人为了适应行业发展方向，提前布局产业自动化、数字化和智能化，新建二期生产基地，积极推进生产线自动化升级和车间数字化转型，这有利于提升生产和运营效率、开发新客户资源以及承接大批量模具订单，是发行人着眼长远发展，提高综合市场竞争力的战略性选择，有利于增强发行人的持续经营能力。

六、注塑模具售价与成本之间的变动差异是否有可能进一步扩大，注塑模具盈利能力是否有可能进一步下滑；

报告期内，发行人注塑模具售价与成本之间的变动差异情况如下：

单位：万元

注塑模具产品	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
销售收入	20,274.08	-59.07%	49,531.06	8.77%	45,536.34	21.73%	37,406.39
营业成本	16,522.51	-54.76%	36,525.36	20.50%	30,311.60	18.34%	25,614.34
单位售价	64.77	-16.57%	77.63	-9.30%	85.59	29.97%	65.86
单位成本	52.79	-7.79%	57.25	0.48%	56.98	26.35%	45.10
售价与成本之间的变动差异	18.50%	-7.75%	26.26%	-7.18%	33.43%	1.91%	31.52%

注：2020 年 1-6 月变动率为与 2019 年全年变动情况。

报告期内，发行人注塑模具产品单位售价分别为 65.86 万元/套、85.59 万元/套、77.63 万元/套和 64.77 万元/套，单位成本分别为 45.10 万元/套、56.98 万元/套、57.25 万元/套和 52.79 万元/套，2019 年注塑模具单位售价较 2018

年下降 9.30%，同期单位成本较 2018 年上升 0.48%，导致 2019 年毛利率较上年下降了 7.18 个百分点。2019 年发行人注塑模具毛利率下降的主要原因：一方面是受中美贸易摩擦、汽车产业景气度下降等影响，全球汽车整车销量下降，主机厂竞争更为激烈，主机厂将降成本的压力层层传导到上游供应商，致使发行人产品售价出现一定程度的下降，另一方面发行人二期生产基地建成投产，致使折旧摊销、人员薪酬等固定费用增加。

2020 年上半年，新冠疫情在全球蔓延，导致发行人生产、销售受到不利影响，注塑模具售价与成本之间的变动差异进一步扩大，注塑模具产品的盈利能力有所下滑。

受中美贸易战、汽车行业景气度下降、新冠疫情等不利因素影响，汽车行业及相关上下游行业进入行业洗牌、存量竞争的状态，在存量竞争的市场中，会出现强者恒强，优胜劣汰的情况，优势头部企业的市场集中度不断提高，而弱势品牌面临淘汰出局。发行人作为细分行业中的领先企业，在行业及宏观经济面临困难、行业存量竞争时，坚定决心即使损失短期利益，也要建立企业的长久竞争力，发行人自 2018 年起投资大量资金、人力建设二期生产基地数字化车间，该项目建成后，大幅提升了发行人的研发创新能力、生产加工水平、规模生产能力、自动化、数字化、智能化的高端制造能力，得到了现有客户及潜在客户的广泛认可，综合实力大幅提高。

2020 年上半年发行人出现一定的业绩下滑是受宏观外部因素的短期影响，行业内竞争性公司出现不同程度的业绩下滑。在行业整体规模萎缩的情况下，发行人 2019 年度、2020 年上半年的新接订单较同期均呈增长趋势，2019 年发行人获得了全球汽车整车销量多年排名第一的丰田汽车、以及德国宝马公司的一级供应商配套资格，体现了客户对发行人综合实力的认可，发行人的行业竞争力不断加强。未来随着疫情影响消退，宏观经济企稳回升，发行人业绩也将出现回升。

七、结合“国六”标准具体影响期间，补充披露各期内销吹塑模具中，受“国六”标准影响的产品的名称、销售金额及比例；

为贯彻执行国家节能环保政策，2016 年 12 月，我国环保部颁布了国六排放标准及相关实施要求，新标准对于汽车尾气各项指标进行了更加严格的规定，要

求汽车制造商对汽车油箱等部件进行改进。国六新标准的推行有效拉动了市场需求，报告期内发行人生产的用于汽车油箱系统的吹塑模具、空滤系统模具的销售收入呈增长趋势。

报告期各期，发行人受“国六”标准影响的吹塑模具内销情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吹塑模具内销金额	2,890.47	8,103.33	4,406.78	6,639.77
其中受“国六”影响模具	2,442.31	5,777.77	2,821.80	3,564.70
占比	84.50%	71.30%	64.03%	53.69%

注：受“国六”标准影响模具系项目名称或订单参数中说明与“国六”标准有关的吹塑模具产品

报告期内，发行人内销的吹塑模具中受“国六”标准影响的产品主要为汽车塑料油箱模具和汽车加油管模具，其销售收入占发行人吹塑模具内销金额的比例分别为 53.69%、64.03%、71.30%和 84.50%，占比逐年上升。

八、对比公开市场数据及同行业情况，补充披露发行人整体毛利率、分产品毛利率变动趋势，与市场情况是否相符；

（一）同行业可比公司毛利率情况

根据加工对象和模具成型加工工艺的不同，汽车模具可以分为冲压模具、铸造模具、塑料模具等类别，发行人主要产品为汽车塑料模具，选取汽车模具行业相关上市公司作为可比公司，发行人模具产品的毛利率与同行业可比公司的模具产品毛利率对比如下：

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银宝山新（002786.SZ）	23.08%	20.25%	33.85%	40.08%
东江集团（02283.HK）	27.90%	35.20%	37.40%	37.40%
海泰科	-	34.01%	34.41%	31.29%
天汽模（002510.SZ）	4.59%	20.04%	20.87%	20.55%
威唐工业（300707.SZ）	46.99%	46.09%	45.79%	52.03%
瑞鹄模具	32.92%	26.63%	25.16%	29.02%
合力科技（603917.SH）	-	37.53%	39.56%	42.66%
平均数	27.10%	31.39%	33.86%	36.15%
发行人	28.62%	30.68%	36.34%	36.29%

报告期内发行人模具产品的毛利率与同行业平均水平相当,变动趋势与同行业上市公司基本一致。其中银宝山新、东江集团与海泰科的主要模具产品为注塑模具,与发行人的模具产品类型相似,毛利水平也更接近;汽车冲压模具、汽车铸造模具企业中,合力科技、威唐工业的毛利率水平高于发行人,天汽模、瑞鹄模具的毛利率低于发行人。

(二) 发行人主要产品毛利率变动趋势与市场情况比较

发行人主要模具产品毛利率情况如下:

产品类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大型注塑模具	16.74%	25.89%	33.92%	32.96%
吹塑模具	49.89%	49.80%	52.35%	57.27%
精密模具	30.65%	28.31%	30.36%	24.72%
熔喷布模具	60.28%			

(1) 大型注塑模具产品毛利率与市场情况比较

报告期各期,同行业可比公司中注塑模具产品毛利率情况如下:

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银宝山新	23.08%	20.25%	33.85%	40.08%
东江集团	27.90%	35.20%	37.40%	37.40%
海泰科	-	34.01%	34.41%	31.29%
平均值	25.49%	29.82%	35.22%	36.26%
发行人大型注塑模具	16.74%	25.89%	33.92%	32.96%

2018 年发行人大型注塑模具的毛利率上升 0.96 个百分点,同期同行业可比公司中注塑模具产品毛利率较 2018 年下降了 1.04 个百分点。2018 年,发行人大型注塑模具毛利率与同行业可比公司注塑模具产品平均毛利率变动幅度较小。

2019 年发行人大型注塑模具毛利率下降 8.03 个百分点,同期同行业可比公司中注塑模具产品平均毛利率较 2018 年下降 5.40 个百分点。受中美贸易摩擦、汽车产业景气度下降等影响,全球汽车整车销量下降,主机厂竞争更为激烈,主机厂将降成本的压力层层传导到上游供应商,导致发行人大型注塑模具产品与同行业可比公司中注塑模具产品毛利率均有不同程度的下降;另一方面发行人二期生产基地建成投产,设备运行调试,致使折旧摊销、人员薪酬等固定费用增加,导致发行人大型注塑模具产品毛利率下降幅度大于同行业平均水平。

（2）吹塑模具毛利率变动趋势

2018 年吹塑模具的毛利率下降 4.92 个百分点，2019 年毛利率下降 2.55 个百分点。主要系随着技术逐渐成熟和订单增多，公司产品的利润空间有所减少，导致毛利率下降。目前尚无国内吹塑油箱模具上市公司，无法比较相关市场情况。

（3）精密模具毛利率变动趋势

2018 年精密模具的毛利率上升 5.64 个百分点，主要系销售的双色内饰模具产品利润空间较高，导致精密模具毛利率上升；2019 年毛利率下降 2.05 个百分点，与同行业可比公司变动方向一致。

综上所述，发行人整体毛利率的变化趋势与同行业平均水平一致；各类产品毛利率变动趋势与行业景气程度及公司的实际生产经营情况相符。

九、发行人内销除吹塑模具外，发行人其他产品是否均存在毛利率逐年下降的趋势，是否影响发行人持续经营能力及盈利能力，如是，请就吹塑模具等产品毛利率逐年下滑的事项进行充分的风险提示。

报告期内，发行人内销产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动率	毛利率	变动率	毛利率	变动率	毛利率
大型注塑模具内销	19.01%	-4.36%	23.37%	0.07%	23.30%	-0.50%	23.80%
吹塑模具内销	53.86%	4.14%	49.72%	-5.25%	54.97%	-3.08%	58.05%
精密模具内销	35.17%	7.45%	27.72%	-2.38%	30.10%	5.37%	24.73%

注：毛利率变动率为当年毛利率减上年毛利率。

报告期内，发行人大型注塑模具内销的毛利率分别为 23.80%、23.30%、23.37% 和 19.01%，吹塑模具内销的毛利率分别为 58.05%、54.97%、49.72% 和 53.86%，精密模具内销的毛利率分别为 24.73%、30.10%、27.72% 和 35.17%。

2017-2019 年发行人大型注塑模具内销毛利率基本维持稳定。2020 年 1-6 月，受汽车行业景气度下降、新冠疫情、以及发行人二期生产基地建成成本费用增加的影响，发行人大型注塑模具内销毛利率有所下降。报告期内，发行人吹塑模具内销毛利率呈先降后升的趋势；精密模具内销毛利率呈现波动趋势。

在中美贸易战、汽车行业不景气、全球疫情背景下，发行人一方面下定决心，

即使损失短期利益，也要立足长远提升长久的竞争实力，报告期内发行人投资了大量资金、人力建设二期生产基地数字化车间，发行人的研发创新能力、生产加工水平、规模生产能力、自动化、数字化、智能化等高端制造水平大幅提升，综合竞争能力明显提高，得到了客户的广泛认同；另一方面，在行业低迷情况下，发行人与客户共度难关，为客户适度让利，巩固提升市场份额，并不断拓展新的优质汽车、高端家电类客户。未来随着疫情影响消退，宏观经济企稳回升，发行人业绩也会出现回升，发行人的持续经营能力和持续盈利能力不会受到重大不利影响。

发行人已在招股说明书中补充披露毛利率下降风险。

十、请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见

申报会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

1、查阅了行业研究报告，了解行业市场规模，查阅了行业报告中关于发行人技术参数的描述；

2、获取行业协会关于发行人吹塑产品市场占有率的证明文件，访谈主要吹塑模具客户，了解发行人向其销售占同类产品采购比例。

3、了解发行人各类产品在工艺、规格等方面的差异，分析各类产品毛利率差异的合理性；

4、分析发行人各报告期销售中不同客户的销售类型、对应整车厂；分析发行人内外销产品差异；

5、检查发行人“二期生产基地建成投产”对成本的影响测算，分析对发行人的影响；

6、了解发行人注塑模具产品期后盈利情况；

7、获取发行人吹塑模具产品中受“国六”标准影响的产品明细，检查部分吹塑模具合同；

8、查询同行业上市公司年报与招股说明书，确定主要产品与毛利率水平；

经核查，申报会计师认为，发行人吹塑模具技术水平较高、国内市场占有率较高，吹塑模具的毛利率水平高于注塑模具，吹塑模具的国内竞争对手较少具有合理性；内外销模具由于产品用途、对应整车厂不同等因素，导致发行人向国内外客户销售模具的单价和毛利率存在一定差异，差异原因合理；二期生产基地建成投产对发行人各类型模具的成本均有影响，其中对外销大型注塑模具的影响最大；经模拟测算，二期生产基地导致公司固定成本增加且短期内产能未得到充分释放，因此发行人毛利率、经营业绩短期内存在下滑趋势；受新冠疫情、中美贸易战、汽车行业景气度下降、二期基地投产增加了固定成本等因素影响，发行人注塑模具售价与成本的变动差异有可能进一步扩大，盈利水平有可能下滑，发行人将通过控制成本、提高研发技术水平、凭借高端制造能力加大市场开发、扩大市场份额等措施不断加强公司的盈利能力。发行人已就吹塑、注塑等产品毛利率下滑事项进行风险提示。经对比同行业情况，发行人整体毛利率、注塑模具毛利率变动情况与市场变动情况一致，吹塑模具由于国内竞争较少，毛利率维持较高水平。

问题 12、关于期间费用

请发行人：（1）结合销售合同相关条款，补充披露售后服务费的性质、是否应作为单项履约义务，费用发生额与收入规模的配比情况；（2）结合售后服务主要内容，补充披露售后服务是否涉及质保责任、质量纠纷；（3）结合售后服务费占营业成本的比例、售后服务单数占销售订单数的比例，补充披露发行人产成品良品率是否存在异常，前述数据与同行业可比公司是否存在较大差异；（4）补充披露报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人数，是否存在人员大幅波动的情况，相关工资与同地区、同行业比较情况，职工薪酬变动的合理性；（5）结合销售模式、管理模式等业务特点，对比分析并披露与同行业上市公司报告期内期间费用率的变动情况，披露期间费用率逐年下降的合理性、是否存在体外主体承担成本及代垫费用的情况。

请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

【回复】

一、结合销售合同相关条款，补充披露售后服务费的性质、是否应作为单项履约义务，费用发生额与收入规模的配比情况；

（一）售后服务费的性质

公司在销售合同中与客户约定一定期限（通常为满足验收条件后的 1 年内）或者一定工作量（保证生产一定量的部件）作为质保期。为了保证客户正常生产的需求，模具维修支出的主要内容为针对模具在调试和使用过程中出现的质量问题或与模具使用相关的技术问题提供现场技术支持、维修、部分零件的调换等服务。由于模具属于高度定制化产品，与客户的注塑或吹塑设备配套使用具有一定的技术标准，当模具出现故障时，客户不能简单采用量产产品的退换货模式排除故障，因此公司提供的该等售后服务符合行业惯例。

（二）发行人的售后服务不应作为单项履约义务

新收入准则根据质量保证条款是否“在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务”，将产品质量保证区分为服务类质量保证和保证类

质量保证，服务类质量保证在新收入准则下作为单项履约义务进行处理；保证类质量保证不属于单项履约义务，仍按或有事项准则规定处理。

发行人销售产品及质保期的承诺之间有高度关联性，实质上产生的是一项维修、调试产品的单独负债，性质上属于保证类质量保证，因此不作为单项履约义务，于产品实现销售时一次性确认收入，并确认一项质量保证预计负债及相应费用。

（三）售后服务费发生额与收入规模的配比情况

报告期各期公司计提和实际发生的售后服务费及其与销售规模的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
过去 12 个月模具收入（a）	61,362.65	59,828.34	52,840.53	45,286.74
预计负债-售后服务费 （b=a*2.5%）	1,534.07	1,495.71	1,321.01	1,132.17
实际发生的售后服务费（c）	447.70	1,098.43	1,166.70	979.95
主营业务收入（d）	28,871.45	61,751.56	54,579.90	46,757.31
占比（c/d）	1.55%	1.78%	2.14%	2.10%

注：因发行人子公司主要提供模具维修及更改服务，无主模具生产，故此处模具收入采用母公司口径。

报告期各期公司计提的售后服务费金额分别为 1,132.17 万元、1,321.01 万元、1,495.71 万元和 1,534.07 万元，实际发生金额分别为 979.95 万元、1,166.70 万元、1,098.43 万元和 447.70 万元，实际发生售后服务费占当期主营业务收入的比例分别为 2.10%、2.14%、1.78%和 1.55%。2019 年度实际发生售后服务费占主营业务收入的比例略有降低，一方面因为 2019 年公司加强产品质量控制，较好控制售后服务费支出，导致该比例有所下降；另一方面受整体汽车行业景气度下滑影响，客户在验收模具后未及时投入批量生产使用，也导致公司售后服务费有所下降。

2020 年 1-6 月实际发生售后服务费占主营业务收入的比例进一步降低，一方面因受到新冠肺炎疫情的影响，发行人下游整车零部件工厂延迟复工，导致公司售后服务费有所下降；另一方面，近年来公司重视产品质量控制，较好控制售

后服务费支出，导致该比例持续下降。

二、结合售后服务主要内容，补充披露售后服务是否涉及质保责任、质量纠纷；

（一）售后服务是否涉及质保责任、质量纠纷

公司的模具产品属于非标定制化产品，通常而言，一套模具的零配件有数百件之多，大型复杂模具所需零配件数量甚至超过 1,000 件。模具与客户的注塑或吹塑设备配套使用具有一定的技术标准，当模具出现故障时，客户不能简单采用量产产品的退换货模式排除故障。

公司在销售合同中与客户约定一定期限（通常为满足验收条件后的 1 年内）或者一定工作量（保证生产一定量的部件）作为质保期。发行人对模具的质保责任主要是针对维修模具在调试和使用过程中出现的质量问题或与模具使用相关的技术问题提供现场技术支持、维修、部分零件的调换等服务，公司提供的售后服务涉及质保责任，符合行业惯例。

根据发行人的业务特性，基于谨慎性及收入、成本的配比性考虑，发行人每年末按照母公司过去 12 个月模具业务收入的 2.5% 计提预计负债，作为售后服务中现场技术支持、调试、维修等可能发生费用的备抵，在财务报告中列报为产品质量保证。

公司生产技术及产品性能处于国内先进水平，已建立起严格的质量管理体系与产品检验流程；客户在模具设计、生产及试模阶段，均深度参与到模具设计方案制定、技术参数确认及试模样品检验等方面；模具发货时，试模样品已检验合格，其成型效率、加工精度等参数均已达到客户设计标准。报告期内发行人未发生重大的产品质量事故与质量纠纷。

三、结合售后服务费占营业成本的比例、售后服务单数占销售订单数的比例，补充披露发行人产成品良品率是否存在异常，前述数据与同行业可比公司是否存在较大差异；

（一）售后服务费占营业成本的比例、售后服务单数占销售订单数的比例

报告期内，公司售后服务费占营业成本的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用-售后服务费	486.06	1,273.13	1,355.55	1,042.48
实际发生的售后服务费（a）	447.70	1,098.43	1,166.70	979.95
营业成本（b）	20,673.67	42,950.62	34,856.31	29,972.52
占比（a/b）	2.17%	2.56%	3.35%	3.27%

报告期各期，发行人实际发生的售后服务费占当期营业成本的比例分别为 3.27%、3.35%、2.56%和 2.17%。

报告期内，公司售后服务单数占销售订单数的比例如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
售后服务单数（a）	210.00	752.00	882.00	831.00
销售订单数（b）	416.00	833.00	680.00	740.00
占比（a/b）	50.48%	90.28%	129.71%	112.30%

注：售后服务单数、销售订单数均以模具号口径归集

报告期各期，发行人售后服务单数占销售订单数的比例分别为 112.30%、129.71%、90.28%和 50.48%。由于销售合同一般约定模具的质保期为 1-2 年，故当年度售后服务单数包括对以前年度销售模具的售后服务。上述售后服务单数占销售订单数的比例与售后服务费占营业成本的比例变动一致，说明公司加强产品质量控制有效，实际发生的售后服务单数下降。

（二）发行人产成品良品率是否存在异常

A、模具产品

报告期内，发行人 97%以上的收入来自于模具业务，模具产成品属于定制化产品，不适用标准品的良品合格率。

塑料模具作为客户生产塑料产品的工装设备，使用周期长，且模具质量和精度水平决定了塑料零部件的良品率，因此客户在模具设计、生产及试模阶段，均深度参与到模具设计方案制定、技术参数确认及试模样品检验等方面。模具发货时，试模样品已检验合格，其成型效率、加工精度等参数均已达到客户设计标准。

B、塑料件

塑料件业务主要来自部分模具客户的委托，尚处于起步阶段，总体规模较小。不同塑料件材质、尺寸、加工工艺等不同导致其生产存在一定差异。发行人在按照客户要求开发模具并进行塑料件产品试生产后，将样件送予客户检测，对于客户检验合格的塑料件，按客户交付期限批量生产供货。发行人生产的塑料件存在一定数量的不良品，不良品对应的成本直接进入当期营业成本进行核算。报告期内发行人生产塑料件的良品率如下：

单位：万件

项目名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合格数量（a）	236.69	577.44	509.05	371.70
生产数量（b）	241.88	592.01	518.48	379.90
良品率（a/b）	97.85%	97.54%	98.18%	97.84%

由上表可见，报告期各期塑料件的良品率分别为 97.84%、98.18%、97.54% 和 97.85%，良品率比较稳定，不存在异常。

（三）同行业对比情况

报告期内，同行业可比公司售后服务费占营业成本的比例如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银宝山新	1.63%	2.57%	1.85%	1.87%
东江集团	未披露	未披露	未披露	未披露
海泰科	未披露	2.26%	2.27%	2.14%
天汽模	未披露	未披露	未披露	未披露
威唐工业	4.53%	3.10%	4.94%	6.33%
瑞鹄模具	2.07%	1.22%	1.24%	1.53%
合力科技	1.71%	1.91%	2.21%	2.00%
同行业平均	2.49%	2.21%	2.50%	2.77%
发行人	2.17%	2.56%	3.35%	3.27%

注 1：数据来源于上市公司年报或招股说明书；

注 2：同行业可比公司的售后服务单数占销售订单数的比例未披露。

如上表所示，报告期各期，同行业可比公司售后服务费占营业成本的平均比例为 2.77%、2.50%、2.21% 和 2.49%。

发行人报告期内售后服务费占营业成本的比例呈下降趋势，与同行业平均水平趋同。2017-2019 年发行人的占比高于同行业公司的平均水平，主要因为随着

模具市场竞争加剧，公司对售后服务非常重视，通过提供更便捷的售后服务增强客户粘性，公司分别在沈阳、廊坊、德国及墨西哥设立分公司和子公司，承担售后服务职能，以此满足日益增加的销售规模带来的售后服务需求。2020 年 1-6 月公司售后服务费占营业成本的比例与同行业平均水平接近。

四、补充披露报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人数，是否存在人员大幅波动的情况，相关工资与同地区、同行业比较情况，职工薪酬变动的合理性；

（一）报告期内列入销售费用、管理费用、研发费用的人数

报告期内发行人列入销售费用、管理费用、研发费用的人数如下：

单位：人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
计入销售费用的人数	26	28	27	22
计入管理费用的人数	109	107	89	70
计入研发费用的人数	94	87	59	65
合计	229	222	175	157

注：计入销售费用、管理费用的人数为月度平均人数，管理费用人数中不包含实习生人数；2017-2019 年计入研发费用的人数=Σ（员工从事研发活动的月数/12），2020 年 1-6 月计入研发费用的人数=Σ（员工从事研发活动的月数/6）。

报告期内发行人计入销售费用和管理费用的人数有所增加，一方面，随着发行人经营规模扩大，部门结构逐渐完善，职能部门人员相应增加；另一方面，2019 年度发行人二期工程竣工投产，为配合其生产及管理的需要，销售及管理人员也相应增加。2019 年研发人员数量增加较多的主要原因系为适应企业产能增加、提升企业研发能力的需要，公司增加了研发储备人员。

（二）相关工资与同地区、同行业比较情况，职工薪酬变动的合理性

（1）同地区比较

报告期内，发行人计入期间费用人员平均薪酬与宁波市平均工资的比较情况如下：

单位：万元

同地区比较	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
宁波市平均工资	-	7.63	7.08	6.56
发行人平均工资	7.44	16.75	18.85	16.98

注 1：宁波市平均工资数据来源于宁波市统计局官网，2020 年 1-6 月数据尚未公布；

注 2：发行人平均工资=（销售费用薪酬+管理费用薪酬+研发费用薪酬）/（销售人员+管理人员+研发人员）

由上表可见，报告期内，发行人一直重视员工薪资及福利待遇，员工平均薪酬水平明显高于当地就业人员平均薪酬。

（2）同行业比较

报告期内，发行人计入期间费用人员平均薪酬与同行业公司比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银宝山新	7.43	8.28	9.42
东江集团	未披露	未披露	未披露
海泰科	16.29	未披露	未披露
天汽模	9.43	8.47	8.01
威唐工业	26.88	29.41	24.80
瑞鹄模具	18.34	18.91	17.49
合力科技	17.28	16.63	16.47
平均值	15.94	16.34	15.24
发行人	16.75	18.85	16.98

注：同行业公司平均薪酬取自招股说明书及年报数据；东江集团未披露计入期间费用人员数量；海泰科招股说明书仅披露了 2019 年人数；威唐工业年报中未单独披露研发人员薪酬，仅用销售及管理人员进行对比；同行业公司未披露 2020 年 1-6 月计入期间费用人员数量。

报告期内，发行人计入期间费用人员的平均薪酬略高于行业平均水平。可比公司中天汽模、银宝山新计入期间费用的人员含有较多的管理、生产辅助人员，人均薪酬较低；威唐工业产品以外销为主，利润率较高，人均薪酬水平也较高；瑞鹄模具、合力科技、海泰科的平均薪酬与发行人接近。

综上所述，报告期内发行人销售、管理、研发人员薪酬水平不存在大幅波动情况，与同地区、同行业相比职工薪酬变动合理。

五、结合销售模式、管理模式等业务特点，对比分析并披露与同行业上市

公司报告期内期间费用率的变动情况，披露期间费用率逐年下降的合理性、是否存在体外主体承担成本及代垫费用的情况。

发行人主要采用直销的销售模式，由于模具产品专业性强、技术含量高，客户对技术服务的个性化要求很高，采用直销模式可以减少中间环节，为客户及时提供技术服务，有利于增强客户粘性、控制市场风险。发行人采用总经理领导下的事业部制管理模式，由营销中心、采购部、技术中心、制造中心、财务中心等各部门分别负责销售、采购、设计研发、生产、财务会计等工作。上述销售模式和管理模式与同行业上市公司类似。

期间费用主要由销售费用、管理费用、研发费用及财务费用构成，报告期内发行人及同行业上市公司期间费用率变动情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银宝山新	15.85%	22.31%	15.60%	15.37%
东江集团	19.41%	15.22%	14.76%	15.86%
海泰科	未披露	15.12%	20.63%	17.80%
天汽模	31.20%	16.62%	13.03%	14.07%
威唐工业	30.18%	29.05%	21.98%	21.93%
瑞鹄模具	12.89%	12.16%	13.75%	16.45%
合力科技	14.80%	15.97%	14.47%	16.38%
平均值	20.72%	18.06%	16.32%	16.84%
发行人	19.18%	20.32%	21.77%	25.80%

由上表可见，发行人报告期内的期间费用率分别为 25.80%、21.77%、20.32% 和 19.18%。发行人 2017 年期间费用率较高的主要原因为 2017 年管理费用中包含股份支付费用 2,460.75 万元，扣除该影响后，发行人报告期各期的期间费用率分别为 20.55%、21.77%、20.32% 和 19.18%，期间费用率整体比较稳定，未出现连续下滑，与同行业平均水平基本一致，不存在体外主体承担成本及代垫费用的情况。

六、请保荐人及申报会计师核查，说明核查过程，并发表明确意见。

申报会计师在核查过程中执行了以下核查程序：

1、检查了发行人销售合同，了解售后服务费用的服务范围，获取了售后服务费用明细，并与发行人营业收入状况进行了对比分析；

2、重新测算公司计提的质量保证金，分析质量保证金的计提对当期损益的影响，计算报告期内实际发生的售后服务费比例，并与管理层估计的比例进行比较，判断质量保证金计提标准的合理性；

3、核查报告期内账面记载的售后服务费用的发票、银行流水；

4、将发行人售后服务费占营业成本的比例与同行业上市公司进行比较，核查是否存在较大差异；

5、获取发行人各报告期人员薪资表、花名册，将人数按照部门构成、人数、级别、入职时间进行分类，按照以上维度结合奖金与绩效情况进行复核分析；

6、将发行人计入期间费用人员的职工薪酬与宁波当地、同行业上市公司的平均薪酬进行比较，核查职工薪酬的合理性；

7、将发行人期间费用率与同行业可比上市公司的期间费用率进行比较，分析其变动的合理性；

8、查阅了发行人、实际控制人、董监高等关联方的银行流水，以及采购、期间费用等重要科目的凭证及附属资料，核查是否存在代发行人承担成本、代垫费用的情况。

经核查，申报会计师认为：发行人提供的售后服务性质上属于保证类质量保证，不构成单项履约义务；发行人对模具的质保责任主要是针对模具在调试和使用过程中出现的质量问题或与模具使用相关的技术问题提供现场技术支持、维修、部分零件的调换等服务，公司提供的售后服务涉及质保责任，符合行业惯例，报告期内未发生重大的产品质量事故与质量纠纷；发行人生产的模具产成品属于定制化产品，不适用标准品的良品合格率，模具发货时，其成型效率、加工精度等参数均已达到客户设计标准；报告期各期塑料件的良品率比较稳定，不存在异常；报告期各期公司的售后服务费支出与销售规模相匹配，售后服务费占营业成本的比例与同行业平均水平趋同；2017-2019年发行人列入期间费用的职工平均薪酬高于宁波当地和同行业上市公司平均工资，职工薪酬变动合理；发行人2017-2019年的期间费用率高于同行业上市公司平均水平，扣除股份支付费用影响后，报告期各期的期间费用率整体比较稳定，未出现连续下滑，不存在体外主

体承担成本及代垫费用的情况。

问题 13、关于净利润

报告期内,发行人实现营业收入 46,855.72 万元、54,707.18 万元、62,044.01 万元,增长率分别为 16.76%、13.41%。报告期各期,发行人实现归母净利润 6,224.25 万元、5,845.02 万元、5,252.26 万元,较去年同期变动-6.09%、-10.14%。

请发行人分析并披露报告期内发行人收入持续增长,净利润持续减少的原因及主要影响项目、科目,发行人盈利能力是否存在持续下降的风险。

请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、请发行人分析并披露报告期内发行人收入持续增长,净利润持续减少的原因及主要影响项目、科目,发行人盈利能力是否存在持续下降的风险。

(一) 报告期利润表主要科目的变动情况如下:

单位: 万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	28,990.53	5.68%	62,044.01	13.41%	54,707.18	16.76%	46,855.72
营业成本	20,673.67	12.20%	42,950.62	23.22%	34,856.31	16.29%	29,972.52
毛利	8,316.86	-7.66%	19,093.39	-3.82%	19,850.87	17.58%	16,883.19
毛利率	28.69%	-4.14%	30.77%	-5.51%	36.29%	0.25%	36.03%
销售费用	2,459.55	5.79%	4,965.06	-16.07%	5,915.70	25.08%	4,729.58
管理费用	1,812.18	-12.08%	4,780.03	26.16%	3,788.90	-28.76%	5,318.53
研发费用	836.73	-26.17%	1,974.17	4.12%	1,896.07	9.94%	1,724.67
财务费用	452.44	-10.36%	888.70	185.54%	311.24	-1.80%	316.94
期间费用小计	5,560.90	-7.69%	12,607.97	5.84%	11,911.91	-1.47%	12,089.72
期间费用率	19.18%	-2.78%	20.32%	-1.45%	21.77%	-4.03%	25.80%
其他收益	520.98	65.83%	667.07	148.17%	268.79	-23.33%	350.58
投资收益	5.19	-78.06%	33.84	-22.59%	43.72	39.63%	31.31
信用减值损失及资产减值损失	-396.40	27.52%	-711.85	-12.28%	-811.51	-127.27%	2,975.89
资产处置收益			-29.00	-126.62%	108.95	-29592.49%	-0.37
营业利润	2,632.81	-7.24%	6,043.85	-12.65%	6,919.39	-10.17%	7,702.73
营业外收入	20.56	70.35%	224.43	417.01%	43.41	-22.58%	56.07
营业外支出	0.18	-99.05%	30.73	-6.21%	32.77	-29.50%	46.48

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
利润总额	2,653.19	-6.30%	6,237.55	-9.99%	6,930.03	-10.14%	7,712.32
所得税费用	392.69	-5.18%	985.29	-9.19%	1,085.01	-27.09%	1,488.08
净利润	2,260.49	-6.49%	5,252.26	-10.14%	5,845.02	-6.09%	6,224.25

注：2020 年 1-6 月变动率的计算基数为 2019 年 1-6 月相关数据

报告期内，发行人营业收入持续增长，分别为 46,855.72 万元、54,707.18 万元、62,044.01 万元和 28,990.53 万元，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别同比增长 16.76%、13.41%和 5.68%；净利润分别为 6,224.25 万元、5,845.02 万元、5,252.26 万元和 2,260.49 万元，2018 年和 2019 年分别较上年减少 379.23 万元、592.76 万元，分别下降了-6.09%、-10.14%，2020 年 1-6 月净利润同比下降 6.49%。报告期内，发行人营业收入上升、净利润下降的主要原因如下：

1、2018 年净利润较上年减少 379.23 万元的原因分析

(1) 2018 年毛利较上年增加 2,967.67 万元

2018 年发行人营业收入为 54,707.18 万元，较 2017 年增长 7,851.46 万元，同比增长 16.76%；当年公司毛利率为 36.29%，与 2017 年相当，因此 2018 年毛利为 19,850.87 万元，较 2017 年毛利增长 2,967.67 万元，同比增长 17.58%。

(2) 剔除股份支付费用，2018 年期间费用较上年增加 2,282.94 万元

2018 年发行人期间费用 11,911.91 万元，较 2017 年减少 177.81 万元，同比下降 1.47%，期间费用下降的主要原因是 2017 年发行人管理费用中包括股份支付费用 2,460.75 万元，致使 2017 年基数较大。

若剔除股份支付费用的影响，2018 年期间费用较 2017 年增加 2,282.94 万元，期间费用大额增长的主要原因是 2018 年运费、售后服务费、以及职工薪酬增长较大。

(3) 2018 年公司资产减值损失较上年变动较大

2017 年资产减值损失大幅冲回，主要是转回实际控制人的其他应收款坏账损失 2,919.43 万元，基数较大。

2018 年公司资产减值损失为-811.51 万元，较 2017 年资产减值损失

2,975.89 万元增加了 3,787.40 万元。

综上所述，2018 年发行人毛利增长、期间费用（剔除股份支付）也随之增长，两者相抵后增加了 2018 年利润 684.74 万元；但由于 2017 年转回了实际控制人的其他应收款坏账损失 2,919.43 万元，基数较大，致使 2018 年资产减值损失较上年增加了 3,787.40 万元，同时 2017 年计提了 2,460.75 万元的股份支付费用，上述主要事项相抵后导致 2018 年发行人营业利润下降 641.91 万元，进而使得 2018 年净利润较上年下降。

2、2019 年净利润较上年减少 592.76 万元的原因分析

（1）2019 年毛利较上年减少 757.48 万元

2019 年发行人营业收入为 62,044.01 万元，较 2018 年增长 7,336.83 万元，同比增长 13.41%；当年因汽车行业景气度下滑及发行人二期生产基地投产等因素导致成本上升较多，公司毛利率较 2018 年下降 5.51 个百分点，毛利较 2018 年下降 757.48 万元。

（2）2019 年期间费用较上年增长 696.06 万元

2019 年期间费用达到 12,607.97 万元，较 2018 年增长 696.06 万元，主要原因是受利息支出和汇兑损益的影响，发行人财务费用增加 577.46 万元。

（3）2019 年公司其他收益较上年增加了 398.28 万元

2019 年公司收到“第二批市级单项冠军示范企业”等政府补贴，致使其他收益较上年增加了 398.28 万元。

上述主要事项相抵后导致 2019 年发行人营业利润下降 1,055.26 万元，进而使得 2019 年净利润较上年下降。

3、2020 年 1-6 月净利润较上年同期减少 156.98 万元的原因分析

2020 年 1-6 月发行人营业收入为 28,990.53 万元，较上年同期增长 1,557.46 万元，同比增长 5.68%；受汽车行业景气度下降、中美贸易战、本期因新冠疫情以及发行人二期生产基地投产新增的固定资产折旧摊销、人员费用等影响，公司毛利率较上年同期下降 4.14 个百分点，毛利较上年同期减少 689.68 万元，进而

使得 2020 年 1-6 月净利润较上年同期下降。

综上所述，报告期内，发行人收入持续增长，同期净利润下降主要系：①2017 年发行人因坏账准备转回导致净利润水平较高，2018 年净利润相比 2017 年有所下降；②2019 年因汽车行业景气度影响和固定资产投入导致发行人毛利率下降，同时期间费用随着发行人经营规模扩大同步上升，进而影响净利润水平；③2020 年 1-6 月因汽车行业景气度下降、中美贸易战、固定资产折旧和人员费用增加以及新冠疫情的叠加影响，发行人毛利水平同比下降，进而影响净利润水平。

发行人通过控制经营成本、持续开发新客户、提高市场份额等措施提升盈利水平。发行人行业综合实力较强，已完成阶段性大规模固定资产投资，未来成本增加有限，随着疫情影响消退，宏观经济企稳回升，发行人业绩也将提升，发行人的盈利能力不存在持续下滑的情形，但存在一定的波动性风险。

二、请保荐机构和会计师核查并发表意见。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人净利润逐年下降主要系：①2017 年发行人因坏账准备转回导致净利润水平较高，2018 年净利润相比 2017 年有所下降；②2019 年因汽车行业景气度影响和固定资产投入导致发行人毛利率下降，同时期间费用随着发行人经营规模扩大同步上升，进而影响净利润水平；③2020 年 1-6 月因新冠疫情、汽车行业景气度和固定资产投入等因素影响，发行人毛利水平同比下降，进而影响净利润水平。2020 年受新冠疫情、中美贸易战、汽车行业景气度下降、以及发行人固定资产投入增加的影响，发行人的营业收入、利润存在一定下滑的风险。发行人已在招股说明书中提示相关风险。发行人通过控制经营成本、持续开发新客户、提高市场份额等措施提升盈利水平。发行人行业综合实力较强，已完成阶段性大规模固定资产投资，未来成本增加有限，随着疫情影响消退，宏观经济企稳回升，发行人业绩也将提升，发行人的盈利能力不存在持续下滑的情形。

问题 14、关于存货

报告期内，发行人在产品和发出商品合计占存货余额的 90%以上。发行人 2019 年存货余额较 2018 年增加 0.75%，且结构上在产品比例有所提高。

请发行人：（1）按内销、外销分类，补充披露在产品、发出商品结构，并分别披露订单金额、预收款项对在产品、发出商品余额的支持率，以及生产进度、预收款项比例等与合同条款的匹配情况；（2）补充披露在产品、库存商品、发出商品各期借贷发生额，与营业成本金额的匹配情况；（3）结合在产品实现最终销售及收入确认所需要的平均周期，进一步补充披露发行人经营业绩是否存在下滑趋势、是否影响发行人持续经营能力；（4）补充披露报告期内发行人是否存在首次验收不合格的情形、后续处理，发行人日常生产良品率，存货中是否存在不合格商品。

请中介机构补充披露针对各类存货实施的监盘等核查程序、核查比例、程序是否具有针对性、比例是否具有充分性，未能全部核查的原因。请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、按内销、外销分类，补充披露在产品、发出商品结构，并分别披露订单金额、预收款项对在产品、发出商品余额的支持率，以及生产进度、预收款项比例等与合同条款的匹配情况；

（一）按内销、外销分类，在产品和发出商品结构

报告期各期末，发行人在产品和发出商品按内外销分类的情况如下：

单位：万元

年度	内外销	产品类型	存货余额	占期末存货余额比例
2020 年 6 月末	内销	在产品	12,304.56	32.01%
		发出商品	7,982.16	20.76%
	外销	在产品	13,331.76	34.68%
		发出商品	2,439.14	6.34%
2019 年末	内销	在产品	13,423.14	37.92%
		发出商品	8,855.10	25.02%

年度	内外销	产品类型	存货余额	占期末存货余额比例
2018 年末	外销	在产品	9,506.30	26.86%
		发出商品	2,271.15	6.42%
	内销	在产品	10,467.17	29.79%
		发出商品	13,330.02	37.94%
	外销	在产品	7,742.29	22.04%
		发出商品	1,838.84	5.23%
2017 年末	内销	在产品	9,030.96	30.62%
		发出商品	10,218.08	34.65%
	外销	在产品	6,536.44	22.16%
		发出商品	1,608.48	5.45%

报告期各期末，内销在产品金额占存货余额的比例 30%-38%之间，占比较为稳定；内销发出商品金额占存货余额的比例 20%-38%之间，2017 年、2018 年的比例较为稳定，2019 年末、2020 年 6 月末有所下降，主要系 2017 年新增订单较多，部分订单在 2019 年和 2020 年完成验收工作确认收入所致。

报告期各期末，外销在产品金额占存货余额的比例 22%-35%之间，2020 年 6 月末占比较高，主要原因为①发行人 2020 年第二季度新接订单较多，导致 6 月末在产品增加；②受新冠疫情影响，全球复工复产延后，发行人第一季度至第二季度初未满足负荷开工运营，在产品生产周期有所延长，导致 6 月末在产品增加；发出商品金额占存货余额的比例维持在 6%左右，占比较低，主要原因是外销采用将产品移交至海关或客户指定地点并经客户签收作为收入确认时点，时间相对较短。

（二）订单金额、预收款项对在产品、发出商品余额的支持率

单位：万元

年度	存货类型	期末存货余额	订单金额	预收款项金额	订单支持率	预收款项支持率
2020 年 6 月末	在产品	25,636.32	61,920.22	12,262.80	241.53%	47.83%
	发出商品	10,421.30	14,495.17	8,175.97	139.09%	78.45%
2019 年末	在产品	22,929.44	57,534.05	13,223.00	250.92%	57.67%
	发出商品	11,126.25	16,744.66	7,930.22	150.50%	71.27%
2018 年末	在产品	18,209.47	46,579.31	12,560.13	255.80%	68.98%
	发出商品	15,168.86	27,923.90	15,397.53	184.09%	101.51%
2017 年末	在产品	15,567.40	49,282.78	9,219.92	316.58%	59.23%

年度	存货类型	期末存货 余额	订单金额	预收款项 金额	订单支持 率	预收款项 支持率
	发出商品	11,826.56	21,631.27	12,862.23	182.90%	108.76%

注：订单支持率=订单金额/期末存货余额；预收款项支持率=期末预收款项金额/期末存货余额，预收款项金额系在产品和发出商品的模具编号所对应的预收款项。

由上表可见，报告期内，订单金额对在产品的支持率在 241%-317%之间，订单金额对发出商品的支持率在 139%-184%之间，支持率较高且较为稳定，说明在产品、发出商品具有较好的利润空间，盈利情况较好。

报告期内，预收款对在产品的支持率在 47%-69%之间，支持率较高且较为稳定，说明发行人的在制品已经根据合同约定的付款进度，收取了一定比例的预收款，客户回款情况较好。

报告期内，预收款对发出商品的支持率在 71%-109%之间，2017、2018 年较为稳定，2019 年和 2020 年 1-6 月有所下降，主要原因是由于汽车行业景气度下降，行业整体资金偏紧，部分客户支付预付款的时间有所延后所致，但预收款对发出商品的支持率达 70%以上，支持率仍较高，说明发行人对发给客户的完工产品已经收取了大部分合同款项，信用风险较小。

（三）生产进度、预收款项比例等与合同条款的匹配情况

单位：万元

年度	存货类型	订单金额	预收款项金额	预收款项比例
2020 年 6 月末	在产品	61,920.22	12,262.80	19.80%
	发出商品	14,495.17	8,175.97	56.40%
2019 年末	在产品	57,534.05	13,223.00	22.98%
	发出商品	16,744.66	7,930.22	47.36%
2018 年末	在产品	46,579.31	12,560.13	26.97%
	发出商品	27,923.90	15,397.53	55.14%
2017 年末	在产品	49,282.78	9,219.92	18.71%
	发出商品	21,631.27	12,862.23	59.46%

注：预收款项比例=期末预收款项金额/订单金额

发行人与客户签订的合同中一般约定模具的试模或交付时间，对具体生产过程的进度没有明确约定，发行人主要根据与客户约定的交货期（或者出厂日期）安排模具的生产进度。

由于模具的设计和生​​产周期较长，前期成本投入较高，根据模具行业惯例，公司与模具客户在签订合同时通常会设置多个收款时间节点，在满足付款条件时向客户分阶段收款。通常情况下，公司承接订单后根据合同约定预收合同金额 10%-40% 的货款，模具生产完成后，客户通常会到发行人厂区进行试模，试模合格后安排发货，一般而言，到此阶段公司的收款比例约为合同总金额的 50% 以上。

报告期各期，发行人在产品的预收款项比例分别为 18.71%、26.97%、22.98% 和 19.80%，报告期各期在产品的预收款项比例与发行人主要客户的合同条款约定基本一致。

报告期各期，发行人发出商品的预收款项比例分别为 59.46%、55.14%、47.36% 和 56.40%，其中 2019 年预收款项比例较低主要系发行人与客户 FAURECIA INTERIOR SYSTEMS INC 所签合同约定的付款方式为验收后一次性付款，剔除对应合同金额影响之后，2019 年发出商品的预收款项比例为 51.64%。其他各期发出商品的预收款项比例为 50%-60%，与发行人主要客户的合同条款约定基本一致。

二、补充披露在产品、库存商品、发出商品各期借贷发生额，与营业成本金额的匹配情况；

报告期各期，发行人在产品、库存商品、发出商品借贷发生额如下：

2020 年 1-6 月

单位：万元

项目	期初余额	借方发生额	贷方发生额	期末余额
在产品	22,929.44	23,230.99	20,524.11	25,636.32
库存商品	567.42	20,524.11	19,932.89	1,158.64
发出商品	11,126.25	18,359.49	19,064.44	10,421.30
合计	34,623.11	62,114.59	59,521.44	37,216.26

2019 年度

单位：万元

项目	期初余额	借方发生额	贷方发生额	期末余额
在产品	18,209.47	43,384.58	38,664.61	22,929.44

项目	期初余额	借方发生额	贷方发生额	期末余额
库存商品	772.80	38,664.61	38,869.99	567.42
发出商品	15,168.86	35,192.64	39,235.25	11,126.25
合计	34,151.13	117,241.83	116,769.85	34,623.11

2018 年度

单位：万元

项目	期初余额	借方发生额	贷方发生额	期末余额
在产品	15,567.40	40,558.86	37,916.79	18,209.47
库存商品	1,053.65	37,916.79	38,197.64	772.80
发出商品	11,826.56	36,916.09	33,573.79	15,168.86
合计	28,447.61	115,391.74	109,688.22	34,151.13

2017 年度

单位：万元

项目	期初余额	借方发生额	贷方发生额	期末余额
在产品	12,936.85	36,432.69	33,802.14	15,567.40
库存商品	997.85	33,802.14	33,746.34	1,053.65
发出商品	8,037.19	32,506.56	28,717.19	11,826.56
合计	21,971.89	102,741.39	96,265.67	28,447.61

注：营业成本金额=库存商品贷方发生额-发出商品借方发生额+发出商品贷方发生额

报告期各期发行人的营业成本分别为 29,972.52 万元、34,856.31 万元、42,950.62 万元和 20,673.67 万元，扣除各期房屋出租收入对应的成本后，通过存货科目核算的营业成本金额为 29,956.97 万元、34,855.34 万元、42,912.60 万元和 20,637.84 万元，与在产品、库存商品、发出商品各期借贷发生额相匹配。

三、结合在产品实现最终销售及收入确认所需要的平均周期，进一步补充披露发行人经营业绩是否存在下滑趋势、是否影响发行人持续经营能力；

发行人的模具产品分为境内销售和境外销售。报告期各期，公司在产品（生产环节）、库存商品及发出商品（销售环节）的周转天数具体如下：

单位：天

项目	存货项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产环节周	在产品	215.00	175.00	177.00	174.00

项目	存货项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
转天数					
销售环节周转天数	内销产成品（库存商品和发出商品）	130.00	173.00	267.00	220.00
	外销产成品（库存商品和发出商品）	59.00	46.00	40.00	48.00

注：在产品周转天数=365 天/（主营业务成本/在产品平均余额）；内销库存商品和发出商品周转天数=365 天/（内销主营业务成本/内销库存商品和发出商品的平均余额）；外销库存商品和发出商品周转天数=365 天/（外销主营业务成本/外销库存商品和发出商品的平均余额）；以上存货相关数据均为模具产品账面余额。

由于模具产品均为订单式生产，生产周期及验收周期较长，故模具产品本身的存货周转率较低。

报告期内，发行人模具在产品生产阶段的平均周期比较稳定，分别为 174 天、177 天、175 天和 215 天。2020 年 1-6 月生产周期增加主要系受新冠疫情影响，发行人实行逐步平稳安全开工，第一季度至第二季度初未满足负荷开工运营，在产品生产周期变长，导致生产环节存货周转天数有所增加。

报告期内，发行人外销模具产成品（含库存商品和发出商品）销售环节的平均周期分别为 48 天、40 天、46 天和 59 天，整体比较平稳，2020 年 1-6 月外销环节平均周期增加主要系 2020 年受新冠疫情影响，国际贸易受阻、国际航线关闭，我国港口吞吐量大幅减少、航线货源缺乏，东南亚、欧洲、北美等多条航线停航，导致运输时间增加所致。

内销模具产成品（含库存商品和发出商品）销售环节的平均周期分别为 220 天、267 天、173 天和 130 天，其中 2017 年和 2018 年与内销模具的销售周期比较接近，2019 年度周转天数下降较多，主要系①公司 2019 年承接订单集中在下半年，由于模具的设计生产周期较长，截至 2019 年末尚未完工，致使 2019 年末发行人的发出商品较 2018 年末减少；②2017 年公司承接的订单金额较多，部分内销订单于 2019 年逐渐完成验收确认收入，致使 2019 年末发行人库存商品和发出商品较 2018 年末下降；③为加快公司资产周转效率，2019 年发行人加强模具产品的生产和验收周期管理，对订单签订时间较长的发出商品进行排查并积极配合客户完成验收，致使 2019 年末内销发出商品较 2018 年末下降。2020 年 1-6 月内销环节产成品周转天数较 2019 年变小，主要原因为发行人于 2020 年新增熔

喷布模具业务，相关合同约定在收货后 1 个月内即验收或者在发行人厂区内验收，因此熔喷布模具的验收周期较短，扣除熔喷布模具的影响，发行人内销环节的产成品周转天数为 168 天，与 2019 年接近。

总体而言，报告期内，发行人在产品转化为收入的周期较为平稳，2019 年和 2020 年上半年内销周期有所缩短，2020 年 6 月末发出商品余额 10,421.30 万元，较 2019 年末减少 704.95 万元，这对公司未来短期业绩形成一定压力；但 2020 年 6 月末发行人在产品余额为 25,636.32 万元，较 2019 年末增加 2,706.88 万元，此外，2019 年、2020 年上半年发行人新接订单金额较上年同期增长，伴随在制品完工实现销售，将对发行人未来业绩形成支撑，发行人的持续经营能力不会因此受到重大不利影响。

四、补充披露报告期内发行人是否存在首次验收不合格的情形、后续处理，发行人日常生产良品率，存货中是否存在不合格商品。

发行人主要产品是汽车塑料模具，同时生产少量塑料件，公司采用“以销定产”的生产模式。

汽车塑料模具的用途、设计、规格、技术参数要求差异较大，为非标准化定制产品，生产流程包括模具设计、工艺设计、生产加工、装配、试模、修改、质量验收、发货等阶段。模具作为客户生产塑料制品的重要工装设备，模具质量、精度水平和使用寿命决定了塑料零部件的良品率，因此客户在模具设计、生产及试模阶段，均深度参与到模具设计方案制定、技术参数确认及试模样品检验等方面。模具发货时，试模样品已检验合格，其成型效率、加工精度等参数均已达到客户设计标准要求。鉴于以上生产和验收流程，报告期内发行人生产的模具不存在首次验收不合格的情形，模具产品不存在不良品。

发行人的塑料件业务生产流程相对简单，客户下达订单后，制造中心根据客户提供的产品规格转化为工艺要求，将生产计划录入 MES 系统（生产过程管理系统），通过系统制定加工工艺，生成加工生产计划并进行管理和控制，塑料件在生产过程中存在一定数量的不良品。报告期内发行人生产塑料件的良品率如下：

单位：万件

项目名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合格数量 (a)	236.69	577.44	509.05	371.70
生产数量 (b)	241.88	592.01	518.48	379.90
良品率 (a/b)	97.85%	97.54%	98.18%	97.84%

以上塑料件不良品对应的成本直接进入当期营业成本进行核算,公司生产的塑料件在质量检验合格后才能入库,因此发行人存货中不存在不合格商品。

五、请中介机构补充披露针对各类存货实施的监盘等核查程序、核查比例、程序是否具有针对性、比例是否具有充分性,未能全部核查的原因。请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

(一) 对存货执行的核查程序

申报会计师履行了以下核查程序:

(1) 获取公司《存货管理制度》,了解并评价公司关于存货采购、领用、管理、清查盘点等关键控制点内部控制设计合理性和执行有效性;

(2) 查看销售合同,结合主要产品与生产销售模式,核查订单金额对在产品、发出商品的支持率;

(3) 获取预收账款台账,复核客户的名称、金额及账龄,检查期后验收情况,核查预收账款对在产品、发出商品的支持率,预收款项比例与合同的匹配情况;

(4) 获取并复核发出商品明细,包括客户名称及所属行业、产品名称及型号、数量、库龄、合同金额、期末预收账款金额、发货时间等;

(5) 获取发出商品台账,了解具体状态、存放地点、存放地权属、对发出商品进行盘点、发函、执行替代程序;

(6) 复核存货跌价准备计提政策,重新计算跌价准备金额,确认账面计提是否充分;

(7) 获取公司盘点计划,复核盘点人员分工及时间安排的合理性,存货存放地点的完整性;

(8) 制定监盘计划，实施监盘、观察仓库中库存分布情况，观察公司盘点人员的盘点过程，是否按照盘点计划执行；实施抽盘，选取存货明细表中部分存货追查至实物，以验证存货的存在，选取现场实物与存货明细表进行核对，以验证存货的完整性。

(二) 存货盘点、核查情况以及核查比例

(1) 报告期各期末，发行人针对原材料、在产品和库存商品的盘点情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
盘点计划	公司年度决算中安排整体存货盘点计划，并根据实际情况安排盘点	公司年度决算中安排整体存货盘点计划，并根据实际情况安排盘点	公司年度决算中安排整体存货盘点计划，并根据实际情况安排盘点	公司年度决算中安排整体存货盘点计划，并根据实际情况安排盘点
盘点时间	2020 年 7 月 1 日至 2 日	2019 年 12 月 30 日至 31 日	2018 年 12 月 27 日至 28 日	2017 年 12 月 28 日至 29 日
地点	公司产区以及外协供应商厂区	公司产区以及外协供应商厂区	公司产区以及外协供应商厂区	公司产区以及外协供应商厂区
人员	仓库、车间盘点，财务部监盘	仓库、车间盘点，财务部监盘	仓库、车间盘点，财务部监盘	仓库、车间盘点，财务部监盘
盘点范围	全面盘点	全面盘点	全面盘点	全面盘点
各类存货盘点方法	实地盘点法	实地盘点法	实地盘点法	实地盘点法
原材料盘点程序	清点、记录、核实	清点、记录、核实	清点、记录、核实	清点、记录、核实
原材料盘点比例	100%	100%	100%	100%
是否存在盘点差异	否	否	否	否
盘点差异的原因	不存在	不存在	不存在	不存在
处理措施	对于入库未登记的，及时补填入库单据并在 ERP 系统办理入库手续；对于出库未登记的，及时补填出库单据、办理出库手续，并进行账务处理。	对于入库未登记的，及时补填入库单据并在 ERP 系统办理入库手续；对于出库未登记的，及时补填出库单据、办理出库手续，并进行账务处理。	对于入库未登记的，及时补填入库单据并在 ERP 系统办理入库手续；对于出库未登记的，及时补填出库单据、办理出库手续，并进行账务处理。	对于入库未登记的，及时补填入库单据并在 ERP 系统办理入库手续；对于出库未登记的，及时补填出库单据、办理出库手续，并进行账务处理。

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
在产品盘点程序	清点、记录、核实	清点、记录、核实	清点、记录、核实	清点、记录、核实
在产品盘点比例	100%	100%	100%	100%
是否存在盘点差异	否	否	否	否
库存商品盘点程序	清点、记录、核实	清点、记录、核实	清点、记录、核实	清点、记录、核实
库存商品盘点比例	100%	100%	100%	100%
是否存在盘点差异	否	否	否	否

(2) 各期末发出商品的核查情况

各报告期末的发出商品均存放在客户仓库或者生产车间内，处于待验收的状态。针对发出商品，保荐机构、会计师主要采用发函、替代测试及期后结转检查确认发出商品的存在，各期发函比例、回函比例、替代测试比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 06 月 30	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
期末发出商品余额	10,421.30	11,126.25	15,168.86	11,826.56
发函金额	8,141.61	8,678.09	12,382.80	9,688.37
发函比例	78.12%	78.00%	81.63%	81.92%
回函确认金额	5,606.11	4,960.09	7,455.65	5,837.63
回函确认金额占发出商品比例	53.79%	44.58%	49.15%	49.36%
替代测试确认金额	4,059.91	5,066.63	6,206.27	4,838.45
回函及替代测试合计确认金额占发出商品比例	92.75%	90.12%	90.07%	90.27%

对发出商品执行的替代程序包括：对 2019 年末的发出商品进行现场盘点，2019 年 12 月末至 2020 年 1 月初，抽取大额发出商品进行盘点，盘点比例为 46.33%；受 2020 年年初爆发的新冠肺炎疫情影响，对 2020 年 6 月 30 日的发出商品进行视频盘点，抽取大额发出商品进行盘点，盘点比例为 52.09%；检查发出商品有关的合同、协议和凭证，分析交易实质，检查其会计处理是否正确；审核长期挂

账的发出商品事项，了解长期挂账的原因及合理性；结合期后收入确认审计、期后项目结转情况进行分析性复核。

通过发出商品发函和执行替代程序，报告期各期对发出商品的核查比例达到了 90.27%、90.07%、90.12%和 92.75%。对存货的核查程序具有针对性，比例具有充分性。

经核查，申报会计师认为，发出商品和在产品的预收账款比例与发行人主要客户的合同条款约定基本一致；在产品、库存商品、发出商品各期借贷发生额与营业成本金额匹配；发行人 2020 年 6 月末发出商品下降将对公司短期业绩形成一定压力，但 2020 年 6 月末在产品余额上升且 2019 年和 2020 年上半年新接订单同比增长将对未来业绩形成支撑，不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响；鉴于模具的生产和验收流程，报告期内发行人生产的模具不存在首次验收不合格的情形，模具产品不存在不良品，塑料件在生产过程中存在一定数量的不良品，其对应的成本直接进入当期营业成本进行核算，公司生产的塑料件在质量检验合格后才能入库，因此存货中不存在不合格商品；对存货实施的程序具有针对性、比例具有充分性，未见重大异常。

问题 15、关于可比公司

请发行人补充披露：（1）未将青岛海泰科模塑科技股份有限公司（以下简称“海泰科”）列为发行人同行业可比公司的原因及合理性；（2）发行人主要内销、外销客户与海泰科重叠的情况，与海泰科相比，主要销售产品、价格、毛利率是否存在差异，以及向主要客户销售的产品、价格、毛利率是否存在差异，如是，请披露差异情况及合理性；（3）发行人在整体营业收入、营业成本、毛利率变动趋势及幅度等方面与海泰科存在差异的原因及合理性，是否与下游汽车行业景气度变化具有一致性；（4）发行人注塑模具营业收入、营业成本、平均单价、单位成本、毛利率等与海泰科注塑模具相关数据是否存在差异，差异产生的原因及合理性。

请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、未将青岛海泰科模塑科技股份有限公司（以下简称“海泰科”）列为发行人同行业可比公司的原因及合理性；

发行人于 2020 年 6 月 23 日向深圳证券交易所提交 IPO 申请资料，于 2020 年 7 月 1 日受理并披露招股说明书等文件；海泰科于 2020 年 7 月 3 日于深圳证券交易所创业板发行上市审核信息公开网站披露 IPO 招股说明书等文件。截至发行人前述招股书签署日，海泰科财务数据尚未公开披露，因此未将海泰科列为发行人同行业可比公司。发行人于前述招股说明书中将海泰科作为主要竞争对手进行披露。

发行人已在招股说明书更新中将海泰科列为发行人同行业可比公司之一，并在各指标同行业对比中补充披露相关数据。

二、发行人主要内销、外销客户与海泰科重叠的情况，与海泰科相比，主要销售产品、价格、毛利率是否存在差异，以及向主要客户销售的产品、价格、毛利率是否存在差异，如是，请披露差异情况及合理性；

根据海泰科披露的招股说明书（2020 年 7 月 1 日申报稿），发行人与海泰科重叠的客户有萨玛（SMG）、佛吉亚（Faurecia）、延锋内饰、常熟市汽车饰

件股份有限公司、劳士领。发行人与海泰科主要销售产品、价格、毛利率的对比分析详见本回复“问题 15、四”；海泰科未披露向以上客户销售的产品、价格及毛利率情况，无法比较差异情况。

三、发行人在整体营业收入、营业成本、毛利率变动趋势及幅度等方面与海泰科存在差异的原因及合理性，是否与下游汽车行业景气度变化具有一致性；

报告期内，发行人与海泰科整体营业收入、营业成本、毛利率变动比较

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	发行人	62,044.01	13.41%	54,707.18	16.76%	46,855.72
	海泰科	34,189.97	25.71%	27,197.02	22.73%	22,160.80
营业成本	发行人	42,950.62	23.22%	34,856.31	16.29%	29,972.52
	海泰科	22,560.88	26.38%	17,850.94	17.02%	15,254.22
毛利率	发行人	30.77%	-5.52%	36.29%	0.26%	36.03%
	海泰科	34.01%	-0.35%	34.36%	3.19%	31.17%

注：截至招股说明书签署日，海泰科尚未披露半年度数据。

2018 年发行人营业收入较 2017 年增长 16.76%，同期海泰科营业收入增长 22.73%；2019 年发行人营业收入较 2018 年增长 13.41%，同期海泰科营业收入增长 25.71%。报告期内，海泰科营业收入和营业成本增长率均高于发行人。

2018 年发行人营业收入增长幅度与营业成本增长幅度接近，发行人毛利率变动较小，同期海泰科营业收入增长幅度高于营业成本增长幅度，导致海泰科毛利率同比升高了 3.19 个百分点；2019 年发行人营业收入增长幅度低于营业成本增长幅度，导致发行人毛利率同比下降了 5.52 个百分点，同期海泰科营业收入增长幅度与营业成本增长幅度接近，海泰科 2019 年毛利率较 2018 年变动较小。

2019 年，汽车产销量增速逐渐放缓甚至下滑，市场逐步从“增量竞争”转变为“存量竞争”。受汽车行业景气程度下降的影响，2019 年同行业可比公司营业收入较 2018 年平均下降 1.31%，模具产品平均毛利率下降 2.47 个百分点。2019 年发行人营业收入同比增长 13.41%，高于同行业水平，主要原因为发行人下游客户的产品主要配套奥迪、大众、宝马、奔驰等德系中高端汽车品牌，下游

客户销售增长导致发行人营业收入相应增长。发行人整体营业收入、营业成本和毛利率变动趋势及幅度与行业变动具有一致性。

四、发行人注塑模具营业收入、营业成本、平均单价、单位成本、毛利率等与海泰科注塑模具相关数据是否存在差异，差异产生的原因及合理性。

报告期内，发行人与海泰科注塑模具产品盈利情况比较

单位：万元、万元/套

项目		2019 年度	2018 年度	2017 年度
注塑模具营业收入	发行人	49,531.05	45,536.33	37,406.39
	海泰科	33,991.45	27,043.34	21,936.75
注塑模具营业成本	发行人	36,525.36	30,311.60	25,614.34
	海泰科	22,430.28	17,738.32	15,072.69
注塑模具平均单价	发行人	77.63	85.59	65.86
	海泰科	71.56	71.73	59.29
注塑模具单位成本	发行人	57.25	56.98	45.10
	海泰科	47.22	47.05	40.74
注塑模具毛利率	发行人	26.26%	33.43%	31.52%
	海泰科	34.01%	34.41%	31.29%

注：截至招股说明书签署日，海泰科尚未披露半年度数据。

发行人的模具产品主要分为注塑模具和吹塑模具，海泰科仅生产注塑模具，以下对两家公司注塑模具业务的盈利情况进行比较。

2017-2019 年，发行人注塑模具营业收入分别为 37,406.39 万元、45,536.33 万元和 49,531.05 万元，海泰科注塑模具营业收入分别为 21,936.75 万元、27,043.34 万元和 33,991.45 万元，2017-2019 年发行人注塑模具营业收入均高于海泰科。

2017-2019 年，发行人注塑模具营业成本分别为 25,614.34 万元、30,311.60 万元和 36,525.36 万元，海泰科注塑模具营业成本分别为 15,072.69 万元、17,738.32 万元和 22,430.28 万元，2017-2019 年发行人注塑模具营业成本均高于海泰科。

2017-2019 年，发行人注塑模具平均单价分别为 65.86 万元/套、85.59 万元/套和 77.63 万元/套，海泰科注塑模具平均单价分别为 59.29 万元/套、71.73 万元/套和 71.56 万元/套，2017-2019 年发行人注塑模具平均单价均高于海泰科。

2017-2019 年，发行人注塑模具平均单位成本分别为 45.10 万元/套、56.98 万元/套和 57.25 万元/套，海泰科注塑模具平均单位成本分别为 40.74 万元/套、47.05 万元/套、47.22 万元/套，2017-2019 年发行人注塑模具平均单位成本均高于海泰科，主要原因是发行人更多的采用自制方式、外协比例相对较少，自制需要购置先进的生产设备及高素质的技术工人及工程师人才，固定投入及人员支出较大，报告期内发行人外加工费用占成本的比例分别为 21.15%、20.30%和 21.59%，同期海泰科的比例为 27.35%、27.18%和 24.78%。

2017-2019 年，发行人注塑模具毛利率分别为 31.51%、33.43%和 26.26%，海泰科注塑模具毛利率分别为 31.29%、34.41%和 34.01%。

2017-2019 年，发行人注塑模具营业收入、营业成本、平均单价和平均单位成本均高于海泰科，发行人销售规模大于海泰科，营业收入和营业成本的规模大于海泰科。模具产品均为定制化产品，不同模具、不同客户的定价均有差异，导致发行人注塑模具平均单价和平均成本与海泰科存在一定差异。

2017 年、2018 年，发行人与海泰科的注塑模具毛利率较为接近，2018 年海泰科注塑模具毛利率略高于发行人，2019 年发行人的注塑模具产品毛利率低于海泰科，主要原因如下：

(1) 报告期内，发行人固定资产规模持续增大，折旧摊销费用较高。

发行人的主要客户为全球知名的汽车塑料零部件总成生产商以及主机厂，发行人产品最终配套宝马、奔驰、奥迪、保时捷、大众、丰田、本田等中高端汽车品牌，随着汽车整车行业竞争的白热化，公司下游客户对汽车模具的精度、复杂程度、稳定性、模具寿命、交付时间、正向开发能力、数字化交互等要求也越来越高。工业互联网时代高端装备智能制造已成为工业企业保持行业领先的必由之路。报告期内，发行人持续增加先进设备及技术研发的投入，特别是在宏观外部环境不利的情况下，发行人立足长远，为提升自身长久的行业竞争力，仍然决定

投资建设二期生产基地，二期生产基地数字化车间建成后，公司的生产设备档次、生产能力、技术水准、生产过程的自动化、数字化、智能化水平明显提高，得到现有客户及潜在客户的广泛认同，优质大型客户不断增加，公司的行业竞争实力大幅增强。公司二期生产基地新增了大量国际先进的高精度智能化加工中心、大型注塑机、高端试制设备、检测仪器等，并扩建了厂房建筑物。截至 2019 年 12 月 31 日，发行人固定资产原值为 53,457.12 万元，其中机器设备原值 33,659.81 万元；海泰科固定资产原值为 19,485.55 万元，其中机器设备原值 13,762.22 万元。发行人固定资产规模超过海泰科两倍，相应的折旧摊销成本高于海泰科，导致毛利率水平低于海泰科。

（2）发行人的人员成本较海泰科更高

汽车塑料模具生产企业必须拥有一大批高素质经验丰富的工程技术人员和大量富有经验的技术工人，这些专业技术人才的培养需要经过较长的时间周期，例如培养一个熟练模具工人需要 5-8 年甚至更长时间的系统训练和实践积累；要成为一个优秀的模具工程师需要 10 年以上的专业培养和经验积累。报告期内，公司持续增加各类人才的培养储备，尤其是在二期生产基地建成后，公司一方面招募人才，实行梯队式人员培养策略，另一方面提高技术人员的薪酬待遇，制定完善的奖励制度，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人的生产人员为 813 人；同期海泰科生产人员合计为 311 人。发行人生产人员数量大幅高于海泰科，导致发行人的人员薪酬支出较高，影响了发行人的毛利率水平。

（3）海泰科外协占比更高，降低了固定资产及配套人员的资金投入

海泰科在产能不足时，更多的采用了外协方式。2017-2019 年海泰科外加工费用占成本的比例分别为 27.35%、27.18%和 24.78%，高于发行人，发行人同期发行人外加工费用占成本的比例分别为 21.15%、20.30%和 21.59%。

五、请保荐人及申报会计师核查并发表明确意见。

申报会计师执行了以下核查程序：

1、查询了海泰科公开披露的招股说明书等文件，对比其与发行人报告期内经营情况的差异；

2、分析发行人收入及毛利变动情况，并与同行业可比公司进行比较。

经核查，申报会计师认为：发行人在整体盈利情况和注塑模具盈利情况与海泰科存在一定差异，主要系下游行业变动及发行人固定资产及配套人员的投入所致，差异原因合理，发行人经营情况与下游行业变动趋势一致。

问题 16、关于审计截止日后财务信息及经营状况

请发行人补充披露：（1）本次疫情对公司整体生产经营的影响，包括影响的具体方面、经营业绩等主要财务数据、持续经营等；（2）2020 年 1-6 月的业绩主要数据、主要经营状况、经销与外销情况、产品结构情况、在手订单情况以及与去年同期的对比情况；（3）2020 年 1-6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；（4）如 2020 年 1-6 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，是否存在上市当年业绩变动或下滑的风险，并作重大事项提示，同时充分披露由此可能带来的风险。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、本次疫情对公司整体生产经营的影响，包括影响的具体方面、经营业绩等主要财务数据、持续经营等；

2020 年年初爆发新冠肺炎疫情，我国中央及地方各级政府采取了居家隔离、延长春节假期、对返工人隔离、工厂延迟复工等严格的控制措施；海外各国也相应采取了自我隔离、限制人员流动、企业停工停产等措施。新冠肺炎疫情对发行人生产经营的主要影响如下：

1、疫情导致发行人的模具产品发货延迟

2020 年上半年新冠肺炎疫情导致全球各地人员流动受到限制，导致发行人客户验收人员难以按原计划到达发行人生产现场参与试模、维修更改等正常工作环节。特别是 2020 年第二季度境外疫情发展迅速，我国对海外入境采取了核酸检测、集中隔离、航班熔断等措施，导致发行人境外客户人员入境成本提高甚至难以入境参与现场试模，延缓了境外客户模具订单的发货时间。

2、疫情导致发行人第一季度订单减少

新冠疫情影响导致 2020 年第一季度发行人大型注塑模具、吹塑模具和精密模具三类产品的订单金额仅 8,787.35 万元。随着疫情逐渐得以控制以及国内、国外企业的复工复产，境内外积压的需求逐渐恢复，发行人积极开拓市场，2020 年第二季度上述三类模具产品订单达到 21,890.22 万元，上半年合计 30,677.58 万元，较上年同期增长了 23.90%。

3、疫情导致发行人生产成本和运费增加

在疫情影响下，复工延迟、隔离管制等对工业企业、物流运输业造成冲击，首先，由于复工延迟，工业企业在几乎无产出的情况下，人员薪酬、折旧摊销、借款利息等固定费用的付出导致企业的综合成本上升；其次，由于复工延迟造成物流企业的劳动力及运力紧张，人工成本与时间成本提升；第三，全国各地实行交通管制后，运输路线规划受限，导致跨省车辆绕行成本增加；第四，国际贸易受阻、国际航线关闭导致我国港口吞吐量大幅减少、航线货源缺乏，东南亚、欧洲、北美等多条航线停航，严重影响了沿海港口货物运输和航空运输。以上因素导致 2020 年上半年发行人的生产成本、期间费用上升，2020 年 1-6 月，发行人运输费用 1,502.39 万元，同比增长 51.09%。

4、发行人复工复产及熔喷布模具产品开发

发行人在新冠肺炎疫情爆发后冷静分析疫情形势、认真应对疫情影响，按照当地政府要求做好厂区防疫，认真安排外地返工人员实行自我隔离和核酸检测，于 2020 年 2 月陆续复工复产，既保证了员工利益，又实现了公司生产的延续性和经营的稳定性。

新冠肺炎疫情发生以来，口罩等防护用品需求激增，尤其是上游熔喷布等过滤材料缺口巨大。发行人积极响应政府号召，利用自身模具技术优势，高效组织改造和调试，快速形成熔喷布模具生产线，以增加国家应急物资供应。2020 年 1-6 月，公司签订熔喷布模具订单 6,159.79 万元，并已向客户供应产品实现销售。受此影响，公司 2020 年 1-6 月模具产品总订单已达到 36,837.37 万元，同比 2019 年 1-6 月增长 48.78%，占 2019 年全年订单金额的 55.62%。

综上，2020 年上半年新冠肺炎疫情对公司汽车模具订单承接、收入确认的

周期造成不利影响，并导致发行人生产成本、人员费用、运输成本上升，发行人 2020 年营业收入与利润存在下滑的风险。发行人相应采取了加大研发创新、提升自身生产能力及技术水平、积极复工复产、开发熔喷布模具、远程视频试模、加大新客户新订单开发等一系列积极的应对措施，发行人在 2020 年新接订单稳中有升，体现了发行人应对风险的快速反应能力和较强的抗风险能力。随着疫情影响消退，宏观经济企稳回升，发行人业绩也有望回升，不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。

二、2020 年 1-6 月的业绩主要数据、主要经营状况、经销与外销情况、产品结构情况、在手订单情况以及与去年同期的对比情况；

根据发行人 2020 年 1-6 月的合并财务报表数据，主要财务数据如下：

（1）2020 年 1-6 月的业绩主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	金额	变动率	金额
营业收入	28,990.53	5.68%	27,433.07
毛利	8,316.86	-7.66%	9,006.54
毛利率	28.69%	-4.14%	32.83%
销售费用	2,459.55	5.79%	2,325.00
管理费用	1,812.18	-12.08%	2,061.28
研发费用	836.73	-26.17%	1,133.38
财务费用	452.44	-10.36%	504.71
期间费用率	19.18%	-2.78%	21.96%
营业利润	2,632.81	-7.24%	2,838.44
利润总额	2,653.19	-6.30%	2,831.62
所得税费用	392.69	-5.18%	414.15
净利润	2,260.49	-6.49%	2,417.47
净利润率	7.80%	-1.01%	8.81%

（2）关于审计截止日后的主要经营状况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司的整体经营环境未发生较大变化，经营状况良好，经营模式未发生重大变化。公司业务运转正常，不存在导致公司业绩异常波动的重大不利因素。

(3) 2020 年 1-6 月的经销与外销情况

2020 年 1-6 月公司主营业务收入中直销、经销的金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月	
	金额	占比	金额	占比
直销	28,812.87	99.80%	27,274.70	100.00%
经销	58.58	0.20%	-	-
合计	28,871.45	100.00%	27,274.70	100.00%

2020 年 1-6 月，发行人采用经销模式向宁波经济技术开发区汇星贸易有限公司销售模具，金额占比较小。

2020 年 1-6 月公司主营业务收入中分内外销的收入情况如下：

单位：万元

区域	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月	
	金额	占比	金额	占比
内销	18,522.82	64.16%	13,840.05	50.74%
外销	10,348.64	35.84%	13,434.65	49.26%
合计	28,871.46	100.00%	27,274.70	100.00%

2020 年 1-6 月，受全球新冠疫情影响，境外客户无法来发行人厂区试模以及部分境外客户停工，导致发行人外销收入占比下降。

(4) 2020 年 1-6 月公司主营业务收入产品结构情况

单位：万元

产品类型	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月	
	金额	占比	金额	占比
大型注塑模具	17,700.81	61.31%	19,288.35	70.72%
吹塑模具	4,054.95	14.04%	5,125.46	18.79%
精密模具	2,573.27	8.91%	2,539.91	9.31%
熔喷布模具	3,753.27	13.00%	-	-
塑料件	789.15	2.73%	320.99	1.18%
合计	28,871.45	100.00%	27,274.70	100.00%

2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响，发行人大型注塑模具外销减少，导致大

型注塑模具销售收入有所下降；为响应国家号召，发行人开发熔喷布模具产品，2020年1-6月完成销售收入3,753.27万元。

(5) 2020年上半年在手订单情况

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月
期末在执行模具订单	78,403.55	71,077.66
当期新接模具订单	36,837.37	24,759.50

2020年6月末发行人在执行模具订单78,403.55万元，较2019年6月末增长10.31%；2020年1-6月，发行人新接模具订单36,837.37万元，较去年同期增长48.78%，在手订单金额和新接订单金额均有所上升。

三、2020年1-6月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；

2020年1-6月未经审计的主要财务报表项目与上年年末或同期比较情况如下：

单位：万元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	变动率
总资产	104,764.00	101,419.92	3.30%
总负债	65,753.39	64,602.35	1.78%
所有者权益	39,010.61	36,817.57	5.97%
项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动率
营业收入	28,990.53	27,433.07	5.68%
营业成本	20,673.67	18,426.53	12.20%
毛利率	28.69%	32.83%	-4.14%
期间费用	5,560.90	6,024.37	-7.69%
营业利润	2,632.81	2,838.44	-7.24%
利润总额	2,653.19	2,831.62	-6.30%
所得税	392.69	414.15	-5.18%
净利润	2,260.49	2,417.47	-6.49%
扣除非经常性损益后的净利润	1,794.26	2,155.58	-16.76%
经营活动产生的现金流量净额	2,801.42	2,326.78	20.40%

由上表所示，2020 年 1-6 月资产总额、营业收入等项目与上年年末或同期相比基本持平，营业利润、净利润等有所下降。

公司 2020 年 1-6 月营业收入较上年同期增长 5.68%，营业成本较上年同期增长 12.20%，毛利率较上年同期下降 4.14 个百分点，导致公司 2020 年 1-6 月净利润较上年同期减少了 156.98 万元，同比下降 6.49%。

发行人 2020 年 1-6 月营业利润、净利润下降主要系二期基建于 2019 年下半年逐步完工转固，人员、设备等配套已补充。根据测算，二期基建相关的固定资产折旧、人员支出等直接影响 2020 年 1-6 月成本 932.69 万元。若扣除二期基建成本的影响，2020 年 1-6 月发行人的毛利率将回升 3.22 个百分点。

2020 年 1-6 月期间费用率较上期下降的主要原因系 2020 年初发行人受新冠疫情影响，办公费、业务招待费等费用支出减少；2020 年 1-6 月销售费用较上年同期增长 5.79%，主要原因是受新冠疫情影响，2020 年上半年出口运输费用单价上涨，导致运费较上期增加 508.05 万元。

随着新冠疫情得到有效控制、中国及境外主要国家的一系列经济刺激政策连续出台落地、宏观经济企稳回升、发行人加大力度开拓新客户、新市场领域，发行人的销售订单及收入规模有望提高，二期基建的产能利用率得到提升，相关基建投入成本增加的影响因素将逐渐消化，并为发行人的长期可持续发展奠定坚实的基础。

四、如 2020 年 1-6 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，是否存在上市当年业绩变动或下滑的风险，并作重大事项提示，同时充分披露由此可能带来的风险。

（一）经营业绩下滑风险

2020 年 1-6 月，发行人实现营业收入 28,990.53 万元，较去年同期上升 5.68%，净利润 2,260.49 万元，较去年同期减少了 156.98 万元，同比下降了 6.49%，净利润下降的主要原因是受 2020 年年初爆发的新冠肺炎疫情、以及宏观经济、汽车行业景气度下滑的影响，发行人复工复产延后、外销客户发货延迟，同时发行

人新建的二期生产基地导致固定资产折旧摊销以及人员成本增加,致使毛利率较去年同期有所下降,2020年1-6月公司毛利同比减少689.68万元,下降了7.66%,相应减少了净利润。

（二）对不利影响因素的持续性分析

（1）下游汽车行业将逐步走出景气低谷期

作为周期性行业,汽车行业景气度的上升、下降呈现自然的周期性规律。汽车行业是国民经济的支柱产业,在全球经济下行的环境下,我国中央及各级政府陆续出台汽车刺激政策,与此同时,全球各主要经济体均对汽车行业发布了不同程度的刺激政策。我国政府各部委发布的汽车相关的刺激政策具体如下:

政策发布时间	政策/文件名称	政策内容
2019年8月27日	《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》 国办发〔2019〕42号	释放汽车消费潜力。实施汽车限购的地区要结合实际,探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施。有条件的地方对购置新能源汽车给予积极支持。促进二手车流通,进一步落实全面取消二手车限迁政策,大气污染防治重点区域允许符合在用排放标准二手车在本省(市)内交易流通。 鼓励金融机构对居民购买新能源汽车、绿色智能家电、智能家居、节水器具等绿色智能产品提供信贷支持,加大对新消费领域金融支持力度。
2020年2月3日	《在中央政治局常委会会议研究应对新型冠状病毒肺炎疫情工作时的讲话》	要积极稳定汽车等传统大宗消费,鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌配额,带动汽车及相关产品消费。
2020年2月28日	《关于促进消费扩容提质 加快形成强大国内市场的实施意见》	落实好现行中央财政新能源汽车推广应用补贴政策 and 基础设施建设奖补政策 促进汽车限购向引导使用政策转变,鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌限额。
2020年4月10日	《关于二手车经销有关增值税政策的公告》(财政部税务总局2020年第17号)	自2020年5月1日至2023年12月31日,从事二手车经销的纳税人销售其收购的二手车,由原按照简易办法依3%征收率减按2%征收增值税,改为减按0.5%征收增值税。
2020年4月23日	《国家税务总局关于明确二手车经销等若干增值税征管问题的公告》(国家	自2020年5月1日至2023年12月31日,从事二手车经销业务的纳税人销售其收购的二手车,增值税予以优惠。

政策发布时间	政策/文件名称	政策内容
	税务总局公告 2020 年第 9 号)	
2020 年 4 月 24 日	《关于新能源汽车免征车辆购置税有关政策的公告》(财政部税务总局工业和信息化部 2020 年第 21 号)	自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日,对购置的新能源汽车免征车辆购置税。免征车辆购置税的新能源汽车是指纯电动汽车、插电式混合动力(含增程式)汽车、燃料电池汽车。
2020 年 4 月 28 日	《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》	完善新能源汽车购置相关财税支持政策;加快淘汰北非老旧柴油货车;畅通二手车流通交易;用好汽车消费金融;
2020 年 5 月 22 日	《2020 年政府工作报告》	加强新型基础设施建设,发展新一代信息网络,拓展 5G 应用,建设数据中心,增加充电桩、换电站等设施,推广新能源汽车,激发新消费需求、助力产业升级
2020 年 7 月 14 日	《三部门关于开展新能源汽车下乡活动的通知》	为促进农村地区新能源汽车推广应用,引导农村居民出行方式升级,助力美丽乡村建设和乡村振兴战略,工业和信息化部、农业农村部、商务部决定联合组织开展新能源汽车下乡活动。

我国各地政府颁布的汽车相关的经济刺激政策:

政策/文件名称	政策发布时间
《佛山市促进汽车市场消费升级若干措施(试行)》	2020 年 1 月 31 日
《广州市人民政府关于印发广州市坚决打赢新冠肺炎疫情防控阻击战努力实现全年经济社会发展目标任务若干措施的通知》	2020 年 3 月 4 日
长沙市发改委发布促进汽车消费新政策	2020 年 3 月 14 日
《浙江省人民政府办公厅关于提振消费促进经济稳定增长的实施意见》(浙政办发〔2020〕12 号)	2020 年 3 月 19 日
《南昌市战疫情促消费若干措施》	2020 年 3 月 25 日
长春市人民政府官网《关于做好近期商贸领域促消费工作的指导意见》:促进汽车消费。	2020 年 3 月 1 日
宁波市人民政府新闻办公室发布消息:宁波决定出台多项举措助力企业达产扩能,鼓励本地乘用车生产企业对消费者进行让利销售,促进品牌乘用车消费升级,支持汽车产业有序发展。	2020 年 3 月 27 日
《广州市促进汽车生产消费若干措施》	2020 年 4 月 3 日
四川:明确对四川省内注册登记的汽车生产企业制定汽车下乡市场开拓专项计划。	2020 年 4 月 7 日
《海南省清洁能源汽车推广 2020 年行动计划》	2020 年 4 月 9 日
《山西省人民政府办公厅关于实施汽车消费专项奖励的通知》	2020 年 4 月 3 日
《深圳市交通运输局关于新增特定小汽车指标的通告》	2020 年 4 月 9 日

政策/文件名称	政策发布时间
上海市发改委等六部门关于印发《关于促进本市汽车消费若干措施》的通知	2020 年 5 月 23 日

随着上述政策陆续落地、汽车行业经过存量调整，将逐步走出景气低谷期，行业回暖上升，对发行人盈利水平的不利影响也将会消退。

（2）汽车模具行业长期大幅降价的可能性较小

汽车零部件行业的降价已持续几年，行业利润空间大幅压缩，降价空间有限；本次受汽车行业景气度下降、中美贸易摩擦、新冠疫情等多重因素叠加影响，降价具有一定的偶然性、反应过度性，汽车产业链企业大范围停工退出，产能下降，受供求关系影响，降价不具有持续性；由于汽车整车行业竞争激烈、技术迭代加快，下游客户为保持技术领先性，要求供应商在技术研发水平、规模供货方面进行持续的资金投入，而汽车塑料模具行业投资见效慢，微薄的利润空间很难吸引供应商的大规模投资，为解决此中矛盾，长期大幅降价的可能性较小。

（3）新冠疫情影响不具有持续性

截至 2020 年 8 月 26 日，我国现有新型冠状病毒确诊病例 324 例，累计治愈出院病例 80046 例，累计死亡病例 4634 例（信息来自国家卫生健康委员会官方网站）。在党和国家坚定的领导下，我国新冠疫情已得到有效控制。在我国及世界各国医护工作者及疫苗研发人员的努力下，全球人民终将战胜新冠疫情，疫情对发行人经营业绩的不利影响将逐渐消退。

（4）发行人订单支撑和成本费用情况

随着发行人二期生产基地建成，发行人综合竞争实力大幅增强，2019 年以来新增了丰田汽车、德国宝马等主机厂客户，以及日本河西工业、国际汽车零部件集团、恩坦华、日本森六、斯宝亚创等国际知名客户，2020 年 1-6 月，发行人新承接的模具产品订单 36,837.37 万元，同比增长 48.78%，占 2019 年全年订单金额的 55.62%，未来市场份额将不断提升，对公司业绩形成支撑；成本和费用方面，发行人二期生产基地已建成投产，生产技术水平及生产效率得到提升，相关成本将在未来随着相关产品的生产和销售逐渐结转至成本中，随着发行人销

售规模的提升，将会不断消化，而 2020 年上半年新冠疫情导致的运费上升等不利影响也将随着全球经济秩序的恢复逐渐缓解。

综合以上因素，发行人 2020 年 1-6 月经营业绩下滑不会对发行人造成持续不利影响，不会影响发行人的持续经营能力。

（三）上市当年业绩下滑的风险

2020 年 1-6 月，新冠疫情影响导致的发行人复工复产延后、外销客户发货延迟、运输成本增加等因素导致发行人业绩有所下滑；如疫情持续影响或下游客户需求下降，发行人业绩可能会持续下滑，存在上市当年业绩下滑的风险。

五、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取并检查发行人的订单明细，检查不同贸易模式的收入与订单结构；
- 2、获得发行人销售合同及销售明细，检查收入的完整性、真实性；
- 3、访谈发行人销售部门，了解发行人与主要客户的各类销售模式下主要产品收入及毛利率变动情况，了解向下游客户报价情况；
- 4、访谈发行人高管，了解新冠疫情对公司生产经营的影响以及发行人所采取的应对措施；
- 5、分析报表科目的主要变动因素，并访谈发行人销售、采购及生产等各部门了解变动原因；
- 6、测算二期厂房对经营业绩的影响。

经核查，申报会计师认为：2020 年 1-6 月毛利率下降为发行人当期业绩下滑的主要因素；2020 年上半年新冠肺炎疫情对公司汽车模具订单承接、收入确认的周期造成不利影响，并导致发行人生产成本、人员费用、运输成本上升，发行人 2020 年营业收入与利润存在下滑的风险；发行人相应采取了控制成本、加大研发技术水平、加大市场开发、扩大市场份额等一系列积极的应对措施，2020 年上半年发行人新接订单稳中有升，体现了发行人应对风险的快速反应能力和较

强的抗风险能力；随着疫情影响消退，宏观经济企稳回升，发行人业绩有望回升，发行人的持续经营能力不会受到重大不利影响；如疫情持续影响或下游客户需求下降，发行人业绩可能会持续下滑，存在上市当年业绩下滑的风险。

[以下无正文]

[此页无正文]



中国注册会计师
(项目合伙人):



中国注册会计师:

