



中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

ZHONGXINGHUA CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址（location）：北京市丰台区丽泽路 20 号丽泽 SOHO B 座 20 层
20/F, Tower B, Lize SOHO, 20 Lize Road, Fengtai District, Beijing PR China

电话（tel）：010-51423818 传真（fax）：010-51423816

关于青岛海泰科模塑科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件 的第二轮审核问询函的回复

中兴华报字（2020）第 030041 号

深圳证券交易所：

根据贵所 2020 年 10 月 2 日出具的《关于青岛海泰科模塑科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函（2020）010569 号）（以下简称“审核问询函”）的有关要求，中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“中兴华”、“我们”）作为青岛海泰科模塑科技股份有限公司（以下简称“海泰科”、“发行人”、“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师相关问题认真进行逐项落实并书面回复如下，请予审核。

1. 关于收入确认

招股说明书及审核问询回复显示：

（1）发行人内销一般以终验收作为收入确认时点，外销以报关作为收入确认时点；

（2）报告期内发行人终验收的平均时长约为 5 至 10 个月，且逐渐降低；

（3）发行人对合同中约定的售后维修、质保等按模具收入的 1.5%计提预计负债；

（4）发行人一般返点比例为当期订单金额或收款金额的 1%至 6%。

请发行人：

（1）补充披露外销终验收的平均时长，影响外销终验收的主要因素或环节，与内销终验收时长是否存在差异；

（2）区分内外销，补充披露发行人终验收的平均时长与同行业公司是否存在差异，验收时长变动趋势与同行业是否存在差异；

（3）结合发行人报告各期使用的国际贸易术语对于货物灭失、货物验收等具体责任的约定，补充披露认定外销报关后发行人不承担验收责任、报关后即实现主要风险和报酬转移的原因及合规性，进一步分析并披露发行人以报关作为外销收入确认时点是否准确，各报告期根据合同条款应以清关作为收入确认时点而提前至报关确认收入的金额及占比情况；

（4）结合上述情况，补充披露内销、外销收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定；

（5）补充披露报告期内发行人是否存在收入确认会计政策、会计估计变更；

（6）补充披露发行人质保责任预计负债计提方式及比例与同行业是否存在差异；

（7）补充披露发行人报告期内返点的具体约定、实际使用情况，相应返点



的会计处理，相关成本结转的期间等，以及各期返点计提和实际返点是否存在重大差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明针对发行人收入确认合规性、收入确认依据、是否存在跨期确认收入等采取的核查方法、核查比例、核查证据、核查充分性与核查结论。

回复：

一、发行人补充披露及说明

（一）补充披露外销终验收的平均时长，影响外销终验收的主要因素或环节，与内销终验收时长是否存在差异

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“5、收入确认分析”之“（6）验收时长分析”补充披露如下：

2) 外销验收情况

报告期内，发行人内销终验收、外销签收的平均时长如下：

单位：月

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	内销	外销	内销	外销	内销	外销	内销	外销
平均时长	5.79	1.13	4.96	0.93	7.95	1.25	10.12	1.05

相对于内销而言，外销客户更注重模具在发行人厂区现场的制造、预验收环节，通常会安排模具工程师、工艺工程师等相关人员全程跟踪模具产品的设计、制造、调试等环节，且在模具发货前会在发行人厂区现场对产品进行试模和实质预验收，以确定模具产品已达到客户的技术标准和要求，预验收合格后发行人才会按照客户的时间要求发货并办理海关报关手续。因此，公司外销产品在发货时已符合客户验收的实质条件。发行人于报关后一般不再参与产品的后续管理，终验收环节主要由客户根据项目开发计划自主实施。影响外销终验收的主要因素或主要环节包括发货前的试模和预验收、报关、运输、清关、客户自主安装调试，以及客户依据自身项目的开发计划自主实施的 PPAP



(Production part approval process, 生产件批准程序) 等。

报告期内，发行人内销模具产品终验收时长一般为 5~10 个月，外销模具产品一般在发货后 1~2 个月签收，外销签收时长比内销终验收时长短，与同行业可比公司基本一致，符合上述发行人内外销的具体业务情况。

(二) 区分内外销，补充披露发行人终验收的平均时长与同行业公司是否存在差异，验收时长变动趋势与同行业是否存在差异

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“(二) 营业收入构成及变动分析”之“5、收入确认分析”之“(6) 验收时长分析”补充披露如下：

3) 内外销验收时长与同行业对比情况

报告期各期，区分内外销，发行人终验收的平均时长与同行业公司对比情况如下：

单元：月

项目		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		内销	外销	内销	外销	内销	外销	内销	外销
宁波方正	大型注塑模具	5.3	1.3	8.6	1.2	8.7	1.2	7.0	1.2
	吹塑模具	16.1	3.3	13.0	0.9	7.1	2.3	7.1	1.3
	精密模具	4.2	1.3	9.4	0.5	5.9	1.1	4.7	1.0
发行人		5.79	1.13	4.96	0.93	7.95	1.25	10.12	1.05

报告期内，宁波方正三类不同模具产品的内销终验收时长存在较大差异，整体波动范围为 4.2~16.1 个月，发行人内销终验时长波动范围为 4.96~10.12 个月，基本一致；发行人外销签收时长范围为 0.93~1.25 个月，宁波方正外销为 0.5~3.3 个月，发行人与宁波方正也基本一致。发行人终验收时长主要取决于下游汽车整车厂车型推出时间计划及汽车零部件供应商的生产计划安排。发行人与宁波方正的主要差异情况分析如下：

① 内销验收时长差异分析

报告期内，发行人内销收入终验收平均时长分别为 10.12 个月、7.95 个月、4.96 个月和 5.79 个月，整体呈现逐步缩短趋势，而宁波方正则略有增加，双方

终验收平均时长及变动趋势存在一定差异，差异原因及合理性分析如下：

A. 模具终验收时点主要取决于下游客户的生产计划安排

发行人生产的注塑模具主要用于下游客户生产汽车塑料零部件，其终验收时点主要取决于下游汽车整车厂车型推出时间计划及汽车零部件供应商的生产计划安排。由于不同客户或项目的生产计划安排存在差异，因此使得不同模具之间终验收时长也存在一定差异。客户终验收合格后，一般会出具终验收合格单予以确认，发行人据此作为收入确认的时点依据。

B. 新车型更新换代加快使得模具验收周期加快

新车型的推出与原有车型的升级改款速度加快已成为我国汽车行业发展的特征。为了更好满足消费者需求，获得市场认可，从而在激烈的市场竞争中获取更大的市场份额，汽车生产商纷纷加快了新车型的推出速度，缩短了旧车型的升级改款周期。新车型的开发周期已由原来的 4 年左右缩短至 1~3 年，旧车改型周期也由原来的 6~24 个月缩短到 4~15 个月。因此，随着消费者喜好及需求的快速变化和行业技术的进步，下游整车新车型开发周期加快，汽车零部件供应商的生产准备周期也相应有所缩短，从而使得发行人注塑模具的内销收入确认平均时长逐渐降低，该情况符合汽车产业发展趋势。2020 年 1-6 月，由于受新冠疫情影响，发行人内销收入确认平均时长略有增加。

综上所述，发行人内销终验收的平均时长变动趋势与同行业公司宁波方正存在差异，该等差异主要是由于下游客户生产计划安排差异等因素产生。随着消费者喜好及需求的快速变化和行业技术的进步，下游整车新车型开发周期加快，汽车零部件供应商的生产准备周期也相应有所缩短，从而使得发行人注塑模具的内销终验收平均时长逐渐降低，发行人终验收平均时长的变动趋势符合汽车产业发展趋势。发行人已取得客户出具的终验收合格确认单据，并据此作为收入确认的时点依据，收入确认依据充分、合理。

② 外销签收时长分析

报告期内，发行人外销签收平均时长分别为 1.05 个月、1.25 个月、0.93 个月和 1.13 个月，与宁波方正大致相当。



（三）结合发行人报告各期使用的国际贸易术语对于货物灭失、货物验收等具体责任的约定，补充披露认定外销报关后发行人不承担验收责任、报关后即实现主要风险和报酬转移的原因及合规性，进一步分析并披露发行人以报关作为外销收入确认时点是否准确，各报告期根据合同条款应以清关作为收入确认时点而提前至报关确认收入的金额及占比情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“5、收入确认分析”之“（4）外销收入政策确认政策分析”补充披露如下：

① 外销收入按不同出口方式分类

报告期内，发行人主营业务收入按不同贸易术语实现的销售金额及占外销收入的比例情况如下：

单位：万元

贸易方式	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
DAP	8,502.36	67.38%	10,361.41	63.03%	4,449.20	25.85%	3,391.29	25.12%
DDU	-	-	-	-	5,839.79	33.93%	1,752.46	12.98%
CIF	3,294.06	26.11%	3,699.53	22.50%	4,084.48	23.73%	6,539.29	48.44%
FOB	821.71	6.51%	2,376.32	14.46%	1,642.37	9.54%	811.35	6.01%
FCA	-	0.00%	-	-	1,194.42	6.94%	141.48	1.05%
DDP	-	0.00%	-	-	-	-	561.60	4.16%
EXW	-	0.00%	1.83	0.01%	-	-	302.21	2.24%
合计	12,618.13	100.00%	16,439.09	100.00%	17,210.26	100.00%	13,499.68	100.00%

由上表可知，报告期内，发行人的外销收入对应的贸易术语主要为 DAP、DDU、CIF 和 FOB。

② 不同贸易术语的相关约定及责任分析

报告期内，发行人的外销收入对应的贸易术语主要为 DAP、DDU、CIF 和 FOB 等，在上述不同贸易方式下，发行人相关义务和责任分析情况如下：



贸易方式	释义	相关约定及责任分析	发行人是否仍需履行安装义务、调试义务	发行人是否承担验收责任
EXW	工厂交货	EXW（工厂交货）贸易方式下，发行人在自己工厂处将货物交予买方处置时，即完成交货，与货物灭失有关的风险由买方承担。因此，在报关后，发行人已完成交货，已实现所有权转移，与所有权相关的主要风险和报酬已转移，发行人无需再履行安装、调试义务，也无需承担验收责任。	否	否
FOB	船上交货	在 FOB、FCA、CIF 方式下，在将货物装上买方指定的船只前，卖方应承担所有的费用和风险，当货物交付到船上后，买家将承担所有相关责任，与货物所有权相关的毁损、灭失风险自货物在装运港越过指定船舷后转移给买方，即货物办理报关手续并离港时，与货物所有权有关的毁损、灭失风险已转移给客户。 因此，在报关后，发行人已完成交货，已实现所有权转移，与所有权相关的主要风险和报酬已转移，发行人无需再履行安装、调试义务，也无需承担验收责任。	否	否
FCA	货交承运人		否	否
CIF	装运港交货		否	否
DAP	目的地交货	在 DAP、DDU 和 DDP 贸易模式下，发行人产品在办理报关手续并离港时，公司已无法通过该产品形成经济利益；模具属于定制化产品，只有客户才能通过该产品形成经济利益。	否	否
DDU	未完税交货	同时，卖方即发行人已按照报关价的 1.1 倍进行投保，通过支付运保费的方式将运输过程中的风险也转移给第三方。托运人与承运人通过合同明确了运输过程中的责任和风险，损失由承运方或保险机构赔偿。报告期内，发行人未曾出现货物在运输过程中发生毁损、灭失的情况。 因此，在报关后，发行人已转移货物所有权相关的主要风险和报酬，发行人无需再履行安装、调试义务，也无需承担验收责任。	否	否
DDP	完税交货		否	否

注：上述释义根据《国际贸易术语解释通则》和公开信息查询。

由于模具产品的特殊性，发行人外销客户已在发行人工厂对产品进行了试模和实质性预验收，以确保产品符合客户验收的实质条件，试模及预验收合格后发行人方可发货并报关。发行人产品在办理报关手续并离港时，模具作为定

制化产品的特点也决定了发行人无法通过转售等其他途径获取经济利益。

对于 EXW、FOB、FCA、CIF 贸易方式，在报关后，与货物相关的主要风险和报酬或控制权已转移。对于 DAP、DDU、DDP 等贸易方式，发行人对于所有产品均按报关价的 1.1 倍进行投保，卖方即发行人以支付运保费的方式将运输过程中的风险也转移给第三方。托运人与承运人通过合同明确了运输过程中的责任和风险，损失由承运方或保险机构进行赔偿。报告期内，发行人未曾出现货物在运输过程中发生毁损、灭失的情况。因此，在 DAP、DDU、DDP 等贸易模式下，产品在办理报关手续后已不承担验收责任、报关后即实现主要风险和报酬或控制权转移符合发行人模具产品的特性及交易实质，具备合理性。

综上所述，在不同贸易方式下，发行人在报关后，已将与货物所有权有关的主要风险和报酬或控制权转移，无需履行安装、调试义务，也无需再承担实质验收责任。

③ 发行人以报关作为外销收入确认时点的合理性分析

A. 外销模具发货及报关前已履行实质性的预验收程序

由于模具产品的特殊性，其生产制造周期较长，单套模具产品的体积、重量较大使得跨境运输成本相对较高，产品一旦发货后一般不会存在因产品质量等原因出现退换货的情况，否则将严重影响下游客户的生产计划安排。因此，为避免出现质量瑕疵等情况，境外客户更注重在发行人厂区现场的设计、制造、调试环节，客户通常会安排模具工程师、工艺工程师等相关人员全程跟踪模具产品的设计、制造、调试等环节，且在模具发货前会在发行人厂区现场对产品进行试模和实质性预验收，以确定模具产品已达到客户的技术标准和需求，预验收合格后发行人才会按照客户的时间要求发货并办理海关报关手续。在出口报关后，模具出现退换货的可能性极低，报告期内，发行人也未发生退换货情况，因此报关后的运输、签收等过程仅为形式程序。

B. 发行人报关后已将产品主要风险和报酬转移

根据相关贸易术语的直接约定，对于 EXW、FOB、FCA、CIF 贸易方式，在货物出口、报关后，与货物相关的主要风险和报酬或控制权已转移。

对于 DAP、DDU、DDP 等贸易方式，发行人对于所有产品均按报关价的 1.1 倍进行投保，卖方即发行人以支付运保费的方式将运输过程中的风险也转移给第三方。托运人与承运人通过合同明确了运输过程中的责任和风险，损失由承运方或保险机构进行赔偿。报告期内，发行人未曾出现货物在运输过程中发生毁损、灭失的情况。因此，在 DAP、DDU、DDP 等贸易模式下，发行人报关后已将产品的主要风险和报酬或控制权转移。

C. 同行业上市公司外销收入确认政策对比分析

发行人外销收入主要以出口报关完成后确认收入，发行人外销收入确认政策与同行业可比公司对比分析，具体情况如下：

类型	公司名称	外销模具收入确认方法	是否与发行人一致
注塑模具可比公司	银宝山新	报关后确认收入	是
	宁波方正 (在审)	①采用 FOB、CIF、FCA 条款：产品已经发出、向海关报关后确认收入实现； ②采用 EXW、DDU、DDP 等条款：以产品交付予客户指定的收货地点，对方指定责任人签收后确认收入实现。	存在差异，差异主要系宁波方正对 DDU、DDP 等贸易方式在客户签收后确认收入
其他模具可比公司	合力科技	报关后确认收入	是
	横河模具	报关后确认收入	是
	祥鑫科技	报关后确认收入	是
	超达装备 (在审)	报关后确认收入	是

注：1、上述可比公司外销收入确认政策系根据公开披露文件整理，系对其外销收入确认政策的简要概况；

2、因东江集团控股为香港上市公司因此未纳入比较范围。

由上述对比可知，除宁波方正外，发行人外销收入确认政策与同行业可比公司或其他汽车模具类公司银宝山新、合力科技、横河模具、祥鑫科技和超达装备等基本一致，主要以报关时间作为收入确认时点。

综上所述，由于模具产品的特殊性，发行人出口产品在发货时客户已在发行人工厂对产品进行了实质性的预验收，以确保产品符合客户验收的实质条件。出口产品在海关报关并实际放行装运时，商品所有权上的主要风险和报酬或控制权已经实质转移；客户在收到产品后虽然存在签收等环节，但仅为一般例行

形式程序，不影响收入确认的实质判定标准。发行人外销出口收入确认政策与同行业可比上市公司银宝山新以及其他模具类公司合力科技、横河模具、祥鑫科技和超达装备等基本一致，不存在实质性差异。因此，发行人外销收入于完成出口报关时确认收入符合《企业会计准则》要求。

④ 假设以清关作为收入确认时点对财务报表的影响

假设发行人按照宁波方正的收入确认政策，对 DAP、DDU、DDP 贸易方式于清关后确认收入，对发行人营业收入的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	合计
假设以清关确认营业收入 (a)	19,457.08	34,831.96	27,569.21	21,066.30	102,924.55
发行人营业收入 (b)	20,120.11	34,189.97	27,197.02	22,160.80	103,667.90
差异 (c=a-b)	-663.03	641.99	372.19	-1,094.50	-743.35
占比 (d=c/b)	-3.30%	1.88%	1.37%	-4.94%	-0.72%

由上表可知，假设发行人按照宁波方正的收入确认政策，对 DAP、DDU、DDP 贸易方式于清关后确认收入，对报告期内营业收入影响金额分别为-1,094.50 万元、372.19 万元、641.99 万元和-663.03 万元，合计影响金额为-743.35 万元，占发行人营业收入的比例分别为-4.94%、1.37%、1.88%和-3.30%，合计影响金额占比为-0.72%，占比影响较小，不会对发行人的经营成果造成重大影响，不会对财务报表使用者基于财务报表数据的分析、判断和投资决策产生重大影响。

（四）结合上述情况，补充披露内销、外销收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“5、收入确认分析”之“（2）发行人收入确认政策与同行业可比公司对比分析”补充披露如下：

.....

（2）发行人收入确认政策与同行业可比公司对比分析

发行人收入确认政策与同行业可比公司对比分析，具体情况如下：



公司名称		模具收入确认方法	与发行人是否一致
汽车注塑模具类	银宝山新	内销：在客户终验收合格后确认收入。 外销：在报关后确认收入。	基本一致
	宁波方正（在审）	（1）外销：①采用 FOB、CIF、FCA 条款：向海关报关后确认收入实现；采用 EXW、DDU、DDP 等条款：以产品交付予客户指定的收货地点，对方指定责任人签收后确认收入实现。 （2）内销：对方指定的责任人验收后确认收入实现。	对采用采用 EXW、DDU、DDP 等条款的外销收入确认存在差异
其他汽车模具类	合力科技	①国内收入：经客户终验收合格后确认收入； ②出口收入：向海关报关并办理报关出口手续后，根据出口货物报关单注明的报关日期确认收入实现。	基本一致
	横河模具	精密模具： ①内销：模具完工并进行试样生产合格，并经客户验收，送至客户指定地点或并经客户验收、移送至公司注塑产品生产车间后，确认收入。 ②外销收入确认：出库并办理报关出口手续后，根据出口货物报关单注明的出口日期确认收入。	基本一致
	祥鑫科技	1) 内销：精密冲压模具：公司根据客户订单要求完成模具的生产制作，经客户验收合格后，根据订单约定方式确认销售收入。分三种不同情形：①一次性确认为模具收入；②部分在当期确认为模具收入，部分体现在合同约定的一定期间内用该模具生产的一定数量的金属结构件中，确认为金属结构件收入；③当期不确认模具收入，全部体现在合同约定的一定期间内用该模具生产的一定数量的金属结构件中，确认为金属结构件收入。 2) 外销：向海关申报出口，取得经海关确认清关的出口报关单后，确认销售收入。	基本一致
	超达装备（在审）	①境内收入：客户验收后确认收入 ②境外收入：产品已经发出并向海关报关出口后确认收入实现	基本一致
发行人		内单销售：模具销售给中国境内客户的模具于对方最终验收合格后或未验收但超过约定的异议期限后确认收入；外单销售：销售给中国境外客户的模具于完成出口报关时确认收入。	基本一致

注：收入确认方法摘自同行业可比公司招股说明书或公开披露文件；因东江集团控股执行香港会计准则，因此未纳入对比范围。

1) 内销收入方面，除发行人存在极少量按照异议期限确认收入的情形外，报告期内发行人内销收入确认政策与银宝山新、宁波方正等可比公司基本一致，主要以客户终验收为收入确认时间。报告期内，发行人按异议期限确认收入的

金额较小，且如果按异议期限确认收入的客户按终验法确认收入，将使得发行人净利润分别增加 141.14 万元、75.88 万元、0.00 万元和 0.00 万元；发行人按异议期限确认收入符合合同约定及《企业会计准则》规定。

2) 外销收入方面，发行人与银宝山新以及其他汽车模具类公司合力科技、横河模具、祥鑫科技和超达装备等基本一致，主要以报关时间作为收入确认时点。与宁波方正存在一定的差异。相对于境内销售，国外客户更注重公司现场的制造和验收环节，通常派员在公司厂区跟踪产品的制造和调试，并在公司厂区现场对该类产品进行试模和实质性预验收，验收合格后发货并办理海关报关手续。在海关报关出口后，一般不存在退换货的可能性，报告期内也未发生退换货的情况。公司出口产品在发货时已符合客户验收的实质条件；出口产品在海关报关并实际放行装运时，商品所有权上的主要风险和报酬已经转移。

外销收入方面，由于模具产品的特殊性，相对于境内销售，国外客户更注重公司现场的制造和验收环节，通常派员在公司厂区跟踪产品的制造和调试，并在公司厂区现场对该类产品进行试模和实质性预验收，以确保产品符合客户验收的实质条件，验收合格后发货并办理海关报关手续。客户在收到产品后虽然存在签收等环节，但仅为一般例行形式程序，不影响收入确认的实质判定标准。发行人外销出口收入确认政策与同行业可比上市公司银宝山新以及其他模具类公司合力科技、横河模具、祥鑫科技和超达装备等基本一致，不存在实质性差异。因此，发行人外销收入于完成出口报关时确认收入符合《企业会计准则》要求，详细分析见本招股书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“(二) 营业收入构成及变动分析”之“5、收入确认政策及相关事项分析”之“(5) 验收时长分析”中相关分析。

综上所述，发行人收入确认政策中：①对于内销收入，于客户终验收合格后或未验收但超过约定的异议期限后确认收入，同行业可比公司银宝山新、宁波方正主要以客户终验收为收入确认时间，发行人内销收入与同行业可比公司不存在实质差异。报告期内，发行人存在极小部分内销收入按合同约定的异议期限确认收入的情形，但该等金额较小，且如果按异议期限确认收入的客户按终验法确认收入，将使得发行人净利润分别增加 141.14 万元、75.88 万元、

0.00 万元和 0.00 万元；发行人按异议期限确认收入符合合同约定及《企业会计准则》规定。②对于外销收入，发行人于完成出口报关时确认收入，与同行业上市公司银宝山新以及其他模具类公司合力科技、横河模具、祥鑫科技和超达装备等一致，与宁波方正存在一定差异。由于模具行业特殊性，发行人模具出厂前客户已进行试模和实质性预验收，已基本符合客户设计和技术标准要求，报关后的签收等事项仅为形式程序。同时，在报关后发行人已直接或者通过支付运保费等方式实现主要风险和报酬或控制权转移，发行人于完成出口报关时确认收入，收入确认政策符合《企业会计准则》的要求。因此，发行人内销、外销收入确认时点符合《企业会计准则》的规定。

（五）补充披露报告期内发行人是否存在收入确认会计政策、会计估计变更

报告期内，发行人不存在会计估计变更。

报告期内，发行人除 2020 年 1 月起适用新收入准则外，不存在其他涉及收入确认政策的变更。新收入准则对发行人收入确认不存在影响。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、重要会计政策和会计估计”之“（三十四）重要会计政策、会计估计的变更”披露相关情况。

（六）补充披露发行人质保责任预计负债计提方式及比例与同行业是否存在差异

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”之“（2）售后服务费分析”补充披露如下：

4) 与同行业可比公司对比分析

报告期内，发行人质保责任预计负债计提方式及比例与同行业可比公司对比情况如下：



同行业可比公司	计提方式	计提比例	实际发生售后服务费占模具收入比例	计提比例与实际发生比例之差
银宝山新	未计提质保责任预计负债	-	-	-
东江集团控股	未发现相关描述	-	-	-
宁波方正	按模具业务收入（母公司）的 2.50%计提	2.50%	1.92%	0.58%
发行人	根据子公司海泰科模具当期主营业务收入 的 1.50%计提	1.50%	0.96%	0.54%

注：实际发生售后服务费占模具收入比例=2017年-2020年6月实际发生的售后服务费/2017年-2020年6月主营业务收入。

报告期内，对于模具产品质保责任，发行人与宁波方正均以模具收入作为计提预计负债的依据，但双方计提的比例存在一定差异，发行人结合自身产品质量和技术水平，主要依据过往实际发生的售后服务费，并基于谨慎性原则确定计提比例。报告期内，发行人实际发生售后服务费占模具收入比例约为 0.96%，实际计提比例为 1.50%，计提比例相对较为谨慎。

（七）补充披露发行人报告期内返点的具体约定、实际使用情况，相应返点的会计处理，相关成本结转的期间等，以及各期返点计提和实际返点是否存在重大差异

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“5、收入确认分析”之“（8）销售返利情况”补充披露如下：

1) 关于销售返利的基本情况

报告期内，公司的销售返利政策如下：在期初与客户根据上一年度签订的订单金额或收款金额按照一定比例给予客户销售折扣并开具折扣凭证（Credit Note），允许客户在下次购买模具时用于抵减货款。具体返点比例视客户不同而存在一定的差异，一般返点比例按照当期订单金额或收款金额介于 1%~6%。

发行人与主要客户关于返利的约定如下：

① 萨玛汽车（SMG）：根据当年度¹向海泰科支付的货款金额为基础计算返利金额。比例如下：

年度付款金额（欧元/年）	比例
100.00 万欧元以下	1.00%
100.00-200.00 万欧元	1.50%
200.00 万欧元以上	2.00%

② 佛吉亚（Faurecia）：以当年度订单金额为基础计算返利金额，并在次年予以支付。比例如下

年度全球订单总额（欧元/年）	比例
500 万欧以下	1.00%
500 万-1000 万欧元	1.50%
1000 万-1200 万欧元	1.75%
1200 万欧元以上	2.00%

③ 彼欧（Plastic Omnium）：根据当年度向海泰科支付的货款金额为基础计算返利金额。

年度付款金额（欧元/年）	比例
75.00 万欧元以下	0.00%
75.00-200.00 万欧元	2.00%
200.00-300.00 万欧元	4.00%
300.00 万欧元以上	5.00%

④ 埃驰集团（IAC）：根据当年度²向海泰科支付的货款金额为基础计算返利金额。

年度全球订单总额（欧元/年）	比例
固定比例	5.00%

⑤ 格拉默（Grammer AG）：以当年度订单金额为基础计算返利金额。比例如

¹ 指每年的 4 月 1 日至次年的 3 月 31 日。

² 指每年的 10 月 1 日至次年的 9 月 30 日。

下

年度全球订单总额（欧元/年）	比例
100,000.00 欧元-499,999.00 欧元	2.00%
500,000.00 欧元-749,999.00 欧元	3.00%
750,000.00 欧元-999,999.00 欧元	4.00%
1,000,000.00 欧元-1,499,999.00 欧元	5.00%
1,500,000.00 欧元以上	6.00%

2) 销售返利的会计处理方式

公司销售返利的会计处理方式如下：

① 与客户确认本期销售返利金额时冲减当期收入

借：营业收入

贷：预计负债-预计销售返利

② 客户实际使用折扣凭证时

借：预计负债-预计销售返利

贷：应收账款-客户名称/预收款项-客户名称/银行存款

发行人上述会计处理符合《企业会计准则》规定，发行人返利不涉及相关成本的结转。

③ 销售返利的计提和实际使用情况

报告期内，发行人销售返利的计提金额、当期使用（发生）金额如下：

单元：万元

预计销售返利	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初余额	176.16	164.84	131.69	147.38
当期计提金额（冲减收入金额）（a）	142.08	273.27	112.03	127.23
当期使用金额（b）	287.08	261.95	78.89	142.92
期末余额	31.16	176.16	164.84	131.69
差异金额（c=a-b）	-145.00	11.32	33.14	-15.69

报告期内，发行人因销售返利冲减收入金额分别为 127.23 万元、112.03 万



元、273.27 万元和 142.08 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.57%、0.41%、0.80%和 0.71%，占比较小，对发行人收入影响较小。

报告期内，发行人返利当期计提金额与实际使用金额之间差异较小，其中 2020 年 1-6 月差异较大，整体不存在重大差异。计提金额与实际使用金额存在差异的主要原因系，根据发行人与客户的合同约定一般于年末计提返利，而客户一般在下年初使用，因此造成当期计提金额与使用金额存在差异。

二、中介机构核查过程及核查意见

（一）核查过程

申报会计师已履行如下核查程序：

1、收入核查程序、核查比例

（1）核查程序

申报会计师对发行人收入核查程序主要包括访谈、函证、细节测试等，具体如下：

序号	核查方式	核查证据
1	内控测试	（1）对销售环节涉及的关键控制点进行测试，评价内部控制制度设计和运行的有效性； （2）内部控制制度、记账凭证、销售合同/订单、送货单、预验收单、终验收单、报关单、签收单/提单。
2	细节测试	取得发行人收入明细表，并抽样核对收入确认依据，取得如下证据： （1）内销：销售合同/订单、送货单、预验收单、终验收单； （2）外销：销售合同/订单、送货单、预验收单、报关单、签收单/提单、海关出口数据、增值税退税申报表； （3）外销收入：分析发行人外销收入与海关出口数据、增值税退税申报表、中国电子口岸出口数据。
3	截止性测试	抽查资产负债表日前后三十日内的记账凭证、销售合同/订单、送货单、预验收单、终验收单、报关单、签收单/提单。
4	函证	对主要客户收入情况进行函证，取得客户回函
5	内部访谈	对发行人主要销售负责人员、主要财务人员进行访谈，了解销售、收入确认流程。
6	客户访谈	对主要客户进行访谈，并取得经客户盖章或签字的访谈记录客户营业执照、公司章程或其他工商信息资料。

（2）收入可确认比例

报告期内，经申报会计师履行上述访谈、函证、细节测试等程序，对发行人营业收入核查比例如下：

项目	核查比例			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入核查比例	94.73%	91.22%	91.73%	91.45%

2、外销收入核查程序、核查比例

（1）核查程序

申报会计师对发行人外销收入核查程序包括访谈、函证、细节测试等，具体如下：

序号	核查方式	核查证据
1	内控测试	（1）对销售环节涉及的关键控制点进行测试，评价内部控制制度设计和运行的有效性； （2）内部控制制度、记账凭证、销售合同/订单、送货单、预验收单、报关单、签收单/提单。
2	细节测试	取得发行人收入明细表，并抽样核对收入确认依据，取得如下证据： （1）销售合同/订单、送货单、预验收单、报关单、签收单/提单、海关出口数据、增值税退税申报表； （2）分析发行人外销收入与海关出口数据、增值税退税申报表、中国电子口岸出口数据、现金流之间的勾稽关系，相互之间勾稽一致
3	截止性测试	抽查资产负债表日前后三十日内的记账凭证、销售合同/订单、送货单、预验收单、报关单、签收单/提单。
4	函证	对主要客户收入情况进行函证，取得客户回函
5	内部访谈	对发行人主要销售负责人员、主要财务人员进行访谈，了解销售、收入确认流程。
6	客户访谈	对主要客户进行访谈，并取得经客户盖章或签字的访谈记录客户营业执照、公司章程或其他工商信息资料。

（2）收入可确认比例

报告期内，经申报会计师履行上述访谈、函证、细节测试等程序，对发行人外销收入核查比例如下：



项目	核查比例			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外销收入核查比例	99.55%	94.70%	97.11%	100.00%

2、针对质保责任和返利的计提与使用，申报会计师已履行如下核查程序：

（1）复核质保责任预计负债的计提方式及比例，并与同行业可比公司比较；

（2）获取并查阅报告期内的返利协议，结合返点的具体约定，复核返点的计提情况、实际使用情况和相应返点的会计处理，并复核返点计提和实际使用的差异原因。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、外销模具经客户在发行人工厂预验收合格后进行发货、报关，签收周期一般为1~2个月。外销客户更加注重在发行人现场的预验收环节，于模具出口、报关后，发行人一般不再参与后续管理。内销终验收时长长于外销验收时长的主要原因系，内销客户更加注重终验收环节，而外销客户更加注重在发行人现场的预验收环节；

2、报告期内，发行人外销验收时长与宁波方正基本一致；内销终验收时长与宁波方正存在差异的主要原因系，随着汽车改型换代周期的加快，汽车新车型开发周期逐渐缩短，对应汽车模具的验收周期也逐渐缩短；

3、报告期内，发行人向外销客户销售产品主要系注塑模具，模具发货前已经客户预验收，已基本符合客户技术条件，且报告期内未发生退换货的情况。在各种贸易方式下，发行人于完成报关时，已实现主要风险和报酬或控制权的转移，以报关完成时间确认收入符合《企业会计准则》规定；

4、报告期内，发行人内销注塑模具主要以客户终验收后确认收入；外销收入以完成报关时确认收入，收入确认符合《企业会计准则》规定；

5、报告期内，发行人除适用新收入准则而发生收入确认政策变更外，不存在其他与收入相关的会计政策、会计估计变更。同时，新收入准则对发行人收入确认不存在影响。

6、报告期内，发行人质保责任预计负债以海泰科模具的模具收入作为计提依据，计提比例为 1.5%，与同行业可比公司的计提比例存在一定差异系发行人结合自身产品质量和技术水平，依据过往实际发生的售后服务费，并基于谨慎性原则确定计提比例，差异具有合理性；

7、报告期内，发行人返利会计处理正确，返利不涉及相关成本的结转。报告期内，发行人返利当期计提金额与实际使用金额之间差异较小，其中 2020 年 1-6 月差异较大，整体不存在重大差异。计提金额与实际使用金额存在差异的主要原因系，根据发行人与客户的合同约定一般于年末计提返利，而客户一般在下年初使用，因此造成当期计提金额与使用金额存在差异。

2. 关于外销收入

招股说明书及审核问询回复显示：

报告期内发行人外销收入占主营业务收入的比例分别为 61.54%、63.64%、48.30%和 62.82%。

(1) 发行人美洲收入占外销收入的比例为 4.48%、28.37%、5.85%、1.26%；

(2) 发行人亚洲收入占外销收入的比例为 0%、0%、18.81%、10.54%；

(3) 发行人 2020 年上半年开始实现对非洲的销售，占当期外销收入的比例为 10.15%；

(4) 发行人欧洲地区收入为 11,996.87 万元、12,001.32 万元、11,978.50 万元、9,333.22 万元。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内对美洲销售收入变动较大的原因及合理性；

(2) 补充披露 2019 新增亚洲收入、2020 年新增非洲收入的原因、获客方式、可持续性；

(3) 结合发行人各期上半年欧洲地区收入金额、占上半年收入的比例，补



充披露 2020 年上半年欧洲地区实现收入的合理性，报关、发运、收入确认周期是否存在异常。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露及说明

（一）补充披露报告期内对美洲销售收入变动较大的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“1、主营业务收入构成分析”之“（2）按地区构成分析”之“5）发行人外销收入区域分布”补充披露如下：

①美洲销售收入情况

发行人美洲客户主要包括美国、墨西哥等国家的客户。具体情况如下：

单位：万元

国家	客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
美国	Faurecia（佛吉亚）	-	-	927.54	266.48
	IAC（埃驰）	-	-	1,194.42	141.48
	Plastic Omnium（彼欧）	-	645.29	1,429.97	-
	Röchling Group（劳士领）	159.38	194.35	-	-
	Grupo Antolin（安通林）	-	-	-	196.66
	美国小计	159.38	839.64	3,551.92	604.62
墨西哥	SMG（萨玛）	-	122.38	1,329.96	-
美洲地区合计		159.38	962.02	4,881.88	604.62
美洲地区占外销收入比例		1.26%	5.85%	28.37%	4.48%

注：上述客户收入仅包括该客户在美洲的主体收入金额。

报告期内，发行人对美洲地区客户的销售收入分别为 604.62 万元、4,881.88 万元、962.02 万元和 159.38 万元，占外销收入的比例分别为 4.48%、28.37%、5.85%和 1.26%，占比呈现波动趋势，其中 2018 年占比相对较高，其他年份相对较低。上述变动主要原因及合理性分析如下：

（i）发行人境外销售主要以欧洲地区为主，美洲地区客户占比相对较低，

为集中资源服务好主要地区客户，发行人未在美洲地区投入较多的营销和售后等渠道，因此报告期内美洲地区客户及相应营业收入未呈现出明显的增长趋势，该情况与发行人的战略规划、资源配置及效率统筹考虑安排相关，符合发行人实际业务情况。

(ii) 报告期内，发行人美洲地区客户主要为欧洲或其他地区客户同一集团内公司，发行人主要通过欧洲或其他地区现有客户介绍取得对应美洲地区客户订单。由于发行人在美洲地区业务量相对较小，而单个模具合同金额较大，因此报告期各期受汽车整车厂新车型开发计划的不确定性而使得公司美洲地区客户销售收入存在一定波动，符合公司及模具行业的特性。

(iii) 2018 年美洲地区客户外销收入增幅较大主要是由于根据 Faurecia（佛吉亚）、IAC（埃驰）、Plastic Omnium（彼欧）、SMG（萨玛）的生产计划安排，沃尔沃、凯迪拉克、宝马、奔驰等终端车型对应的汽车模具项目达到收入确认条件实现外销收入 4,881.88 万元。自美国政府于 2018 年公布加征关税以来，发行人持续关注中美贸易摩擦对公司美国业务的影响，并基于自身经营战略及风险的考虑继续坚持以欧洲地区为主要外销地区的策略，未在现有美国客户基础上进一步增加资源以提升美洲地区客户收入，因此使得 2019 年及 2020 年 1-6 月美洲地区销售收入出现回落。

综上所述，报告期内发行人对美洲地区客户的销售收入金额及占外销收入的比例呈现波动趋势，其中 2018 年占比相对较高，其他年份相对较低，主要是由于发行人境外销售主要以欧洲地区为主，美洲地区客户主要通过欧洲或其他地区现有客户介绍其位于美洲地区的同一集团内公司取得。同时，由于发行人原先在美洲地区业务量相对较小，而单个模具合同金额较大，因此新增美洲地区订单后使得公司美洲地区客户销售收入变动较大。自中美贸易摩擦以来，公司基于自身经营战略及风险的考虑继续坚持以欧洲地区为主要外销地区的策略，未在现有美国客户基础上进一步增加资源以提升美洲地区客户收入，因此使得 2019 年及 2020 年 1-6 月美洲地区销售收入出现回落。上述情况符合公司实际经营情况和模具行业特性，符合国际贸易环境变化情况，具备合理性。

(二) 补充披露 2019 新增亚洲收入、2020 年新增非洲收入的原因、获客方

式、可持续性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“1、主营业务收入构成分析”之“（2）按地区构成分析”之“5）发行人外销收入区域分布”补充披露如下：

②亚洲、非洲销售收入情况

（i）亚洲收入具体情况

发行人亚洲客户主要为泰国客户。2019 年、2020 年 1-6 月，发行人亚洲外销收入具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Faurecia	8.22	0.07	2,826.18	17.19	-	-	-	-
延锋	1,321.52	10.47	265.74	1.62	-	-	-	-
合计	1,329.75	10.54	3,091.92	18.81	-	-	-	-

注：此处 Faurecia（佛吉亚）指 Faurecia Interior Systems (Thailand) Co., Ltd.，延锋指 Yanfeng Automotive Interior Systems (Thailand) Co., Ltd.。

发行人于 2019 年开始新增亚洲客户收入，主要为位于泰国的 Faurecia Interior Systems (Thailand) Co., Ltd. 和 Yanfeng Automotive Interior Systems (Thailand) Co., Ltd. 两家客户。上述两家客户获客方式和新增收入原因、可持续性情况如下：

序号	公司名称	获客方式和新增收入原因	可持续性
1	Faurecia Interior Systems (Thailand) Co., Ltd.	通过该客户处于同一集团内的其他地区客户介绍取得订单 (注：发行人于 2012 年与 Faurecia 集团初次建立合作关系)	截至 2020 年 6 月末，发行人与该客户尚有 462.86 万元的在手订单，预计未来具有可持续性
2	Yanfeng Automotive Interior Systems (Thailand) Co., Ltd.	通过该客户处于同一集团内的其他地区客户介绍取得订单，主要销售产品为注塑模具、塑料零部件（注：发行人于 2010 年与延锋初次建立合作关系）	截至 2020 年 6 月末，发行人已与该客户签订塑料零部件长期供货合同，以及注塑模具在手订单 962.55 万元，预计未来具有可持续性

（ii）非洲收入具体情况

发行人非洲客户主要为摩洛哥客户。报告期内，发行人非洲外销收入具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Renault S.A.（雷诺）	1,280.63	10.15	-	-	-	-	-	-
合计	1,280.63	10.15	-	-	-	-	-	-

注：此处 Renault S.A.（雷诺）指 Renault Tanger Méditerranée SAS。

由上表可知，发行人于 2020 年开始新增非洲客户收入，主要为位于摩洛哥的 Renault Tanger Méditerranée SAS。该客户获客方式和新增收入原因、可持续性情况如下：

序号	公司名称	获客方式和新增收入原因	可持续性
1	Renault Tanger Méditerranée SAS	通过该客户处于同一集团内的其他地区客户介绍取得订单 (注：发行人于 2017 年与 Renault S.A. 初次建立合作关系)	发行人于 2017 年开始与 Renault S.A. 建立合作关系并延续至今，未来合作持续性取决于双方业务洽谈情况

综上所述，发行人 2019 年新增亚洲、2020 年新增非洲收入主要为通过该客户处于同一集团内其他地区客户介绍取得订单，为原有客户合作基础上的业务拓展。报告期内，发行人与上述客户所在集团的合作较为稳定，自建立合作关系以来持续开展业务。亚洲、非洲收入受到当地汽车整车厂推出新车型开发计划的时间安排等因素影响，但整体而言，上述客户均为国内外知名汽车零部件供应商，在汽车工业市场未出现重大不利变化的情形下，其订单具备一定持续性。发行人已进入上述客户的供应商认证体系，下游客户为保持产品质量的稳定性，一般会保持长期合作关系，有利于保持订单的连续性、持续性。

（三）结合发行人各期上半年欧洲地区收入金额、占上半年收入的比例，补充披露 2020 年上半年欧洲地区实现收入的合理性，报关、发运、收入确认周期是否存在异常

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“1、主营业务收入构成



分析”之“(2)按地区构成分析”之“(5)发行人外销收入区域分布”补充披露如下：

③2020 年上半年欧洲地区收入情况

(i) 2020 年上半年欧洲地区实现收入的合理性分析

报告期各期及各期上半年，发行人欧洲地区外销收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	2018 年 1-6 月	2017 年 1-6 月
欧洲销售收入	9,333.22	6,602.75	5,180.82	7,889.53
外销收入	12,618.13	9,614.79	5,180.82	8,453.56
欧洲收入占外销比例	73.97%	68.67%	100.00%	93.33%
项目	-	2019 年度	2018 年度	2017 度
欧洲销售收入	-	11,978.50	12,001.32	11,996.87
外销收入	-	16,439.09	17,210.25	13,499.68
欧洲收入占外销比例	-	72.86%	69.72%	88.87%

注：欧洲主要包括法国、德国、西班牙、罗马尼亚、匈牙利、英国、捷克等。

报告期各期上半年，发行人欧洲地区外销收入分别为 7,889.53 万元、5,180.82 万元、6,602.75 万元和 9,333.22 万元，欧洲地区销售收入占外销收入的比例分别为 93.33%、100.00%、68.67%和 73.97%，占比均在 65%以上。2017-2019 年度，欧洲地区销售收入占外销收入的比例分别为 88.87%、69.72%和 72.86%。发行人主要外销地区为欧洲地区，因此欧洲地区销售收入占外销比例较高。

各报告期或上半年欧洲地区销售占比变动分析如下：

2017 年、2019 年上半年欧洲地区销售收入占外销收入的比例与全年度占比的差异较小，在 5%以内。

2018 年上半年外销收入均为欧洲地区销售收入，主要系根据 Faurecia（佛吉亚）、Grupo Antolin（安通林）、SMG（萨玛）的生产计划安排，保时捷、宝马、捷豹路虎、雷诺、奥迪等终端车型对应的汽车模具项目达到收入确认条件实现外销收入 5,180.82 万元。2018 年下半年随着美洲等地区客户模具确认收入

使得全年度欧洲地区销售收入占外销收入的比例下降为 69.72%，整体在正常波动范围内。由于模具生产及交付周期较长，且单套产品价值较大，使得各期间占比呈现一定的波动，符合模具行业特性。

发行人 2020 年 1-6 月欧洲地区收入占外销收入比例为 73.97%，位于 2017-2019 年欧洲地区收入占外销收入比例区间内，其收入及占比情况符合发行人实际业务情况，具备合理性。

（ii）报关、发运和收入确认周期分析

A. 报关、发运情况

受新冠疫情及春节的影响，发行人 2020 年 2 月中上旬无发运、报关情况；随着国内疫情逐步得到控制，从 2 月下旬发行人开始恢复正常发运、报关。虽然从 2020 年 4 月起，海外客户也受到新冠疫情影响，但由于海外防疫策略不同，发行人主要海外客户未出现长时间的停工、停产情况，且自 2020 年 6 月份开始已全面恢复正常生产经营活动，因此未对正常发货造成重大不利影响。

因此，2020 年 1-6 月发行人出口受疫情的影响较小，对欧洲地区实现收入具有合理性。

B 收入确认周期分析

报告期内，发行人外销收入于完成出口报关时确认收入，具备一致性及可比性，未出现重大变化。2020 年 1-6 月欧洲地区收入确认周期仍按照前述原则确认，不存在异常。

二、中介机构核查过程及核查意见

（一）核查过程

- 1、取得报告期内发行人各区域及客户销售收入明细；
- 2、获取美洲、亚洲和非洲等地区新增客户主要销售合同/订单及相应收入确认单据；
- 3、取得报告期内发行人报关单，并与发行人财务记录进行交叉核对；

4、获取并分析运费台账；

5、对发行人高级管理人员进行访谈，了解美洲、亚洲和非洲等地区新增客户的合作情况、获客方式；

6、对主要集团客户进行访谈及函证，就其与发行人的合作情况、订单执行情况确认。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内发行人对美洲地区客户的销售收入金额及占外销收入的比例呈现波动趋势，主要是由于发行人境外销售主要以欧洲地区为主，美洲地区客户主要通过欧洲或其他地区现有客户介绍其位于美洲地区的同一集团内公司取得。同时，由于发行人原先在美洲地区业务量相对较小，而单个模具合同金额较大，因此新增美洲地区订单后使得公司美洲地区客户销售收入变动较大。自中美贸易摩擦以来，公司基于自身经营战略及风险的考虑继续坚持以欧洲地区为主要外销地区的策略，未在现有美国客户基础上进一步增加资源以提升美洲地区客户收入，因此使得 2019 年及 2020 年 1-6 月美洲地区销售收入出现回落。上述情况符合公司实际经营情况和模具行业特性，符合国际贸易环境变化情况，具备合理性。

2、发行人 2019 年新增亚洲、2020 年新增非洲收入主要为通过该客户处于同一集团内其他地区客户介绍取得订单，为原有客户合作基础上的业务拓展。报告期内，发行人与上述客户所在集团的合作较为稳定，自建立合作关系以来持续开展业务。亚洲、非洲收入受到当地汽车整车厂推出新车型开发计划的时间安排等因素影响，但整体而言，上述客户均为国内外知名汽车零部件供应商，在汽车工业市场未出现重大不利变化的情形下，其订单具备一定持续性。发行人已进入上述客户的供应商认证体系，下游客户为保持产品质量的稳定性，一般会保持长期合作关系，有利于保持订单的连续性、持续性。

3、报告期各期上半年，发行人欧洲地区销售收入占外销收入的比例均在 65% 以上。发行人主要外销地区为欧洲地区，因此欧洲地区销售收入占外销比例较高，发行人 2020 年 1-6 月欧洲地区收入占外销收入比例为 73.97%，位于 2017-2019

年欧洲地区收入占外销收入比例区间内，其收入及占比情况符合发行人实际业务情况，具备合理性。由于受疫情影响，2020 年 2 月中上旬发行人未出现发运、报关的情况；随着疫情得到逐步控制，从 2 月下旬开始逐渐开始发运、报关，2020 年上半年欧洲地区实现收入具备合理性，报关、发运、收入确认周期不存在异常。

3. 关于营业收入

招股说明书及审核问询回复显示：

（1）2018 年度、2019 年度及 2020 年 1 至 6 月，发行人外销收入同比增长率分别为 27.49%、-4.48%、31.24%，而同期发行人内销收入持续增长；

（2）发行人内饰模具单位客户销量（套）分别为 14.05 套、20.40 套、14.86 套、13.67 套；外饰模具单位客户销量（套）分别为 8.20 套、6.00 套、10.25 套、3.33 套。

请发行人：

（1）结合内销、外销收入增长率，补充披露内外销收入变动的合理性，以及相关差异产生的原因；

（2）按新增客户收入变动、原有客户收入变动进行分类，补充披露发行人各期收入变动的合理性；

（3）补充披露各期收入来源于以前年度订单（本年、前 1 年、前 2 年）的结构，分析并披露是否存在异常；

（4）补充披露各期末在手订单情况，并结合销售周期分析并披露在手订单变动与营业收入变动的匹配性；

（5）补充披露疫情对发行人订单获取、在手订单执行及经营业绩的影响分析；

（6）结合客户销量（套）、客户数量（个）变化的原因，补充披露单位客户



销量（套）、单位价格（万元/套）、营业收入变动的合理性；

（7）结合发行人经营规模、产品市场开拓等因素，补充披露发行人营业收入增长率高于同行业可比公司营业收入增长率的合理性、可持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明：

（1）对发行人收入采取的核查程序、核查比例（占总收入）、核查结论、核查充分性；

（2）回函数据存在差异的比例（占总收入）及存在差异的原因，采取的替代核查程序及替代程序的有效性、充分性。

一、发行人补充披露及说明

（一）结合内销、外销收入增长率，补充披露内外销收入变动的合理性，以及相关差异产生的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“1、主营业务收入构成分析”之“（2）按地区构成分析”之“1）主营业务收入构成情况”之“③内销、外销收入变动趋势差异分析”补充披露如下：

C 内销、外销收入变动及差异分析

报告期内，发行人主营业务收入按内销、外销分类的收入金额及变动率情况如下：

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
内销	7,468.37	37.88%	17,597.53	78.96%	9,833.08	16.55%	8,437.06
外销	12,618.13	31.24%	16,439.09	-4.48%	17,210.26	27.49%	13,499.68
合计	20,086.51	33.63%	34,036.62	25.86%	27,043.34	23.28%	21,936.75

注：2020 年 1-6 月为同比变动率。

发行人主要从事注塑模具生产和销售，由于模具行业的特殊性，其生产和收入确认周期较长，而项目开发进度主要取决于下游汽车整车厂商新车型开发计划安排，同时由于模具产品单个项目产品金额较大，以及发行人规模相对较

小，导致发行人报告期各期收入确认金额受单个客户、单个项目的影响较大，发行人内外销收入金额及变动也相应存在一定的波动。

报告期内，对于发行人内销、外销主营业务收入变动及差异情况具体分析如下：

I、2018 年度变动及差异分析

发行人自搬迁至新厂区后，生产制造能力得到明显提升，经营规模也相应有所增长，2018 年主营业务收入同比增长 23.28%，其中内销收入同比增长 16.55%，外销收入同比增长 27.49%。外销收入增长率高于内销的主要原因系 2018 年度美洲地区客户实现收入增长 4,277.26 万元所致。整体而言，发行人 2018 年度内销、外销收入均有所增长，且变动率不存在显著差异。

II、2019 年度变动及差异分析

2019 年度，发行人主营业务收入同比增长 25.86%，其中内销收入同比增长 78.96%，外销收入同比下降 4.48%。

内销收入增长率显著高于外销的主要原因系：(i) 自计划搬迁至新厂开始，发行人预计其生产制造能力及经营规模将得到明显提升，为进一步巩固市场地位，发行人逐渐加大对内销客户的开发力度，该等新开拓内销客户在 2019 年度收入增长较快，从而使得其增长率较高；(ii) 2019 年度，发行人主要外销客户也相应实现了增长，但由于美洲地区客户收入有所减少，从而使得外销客户总体收入同比略有下降，下降比率为 4.48%。

III、2020 年 1-6 月变动及差异分析

2020 年 1-6 月，发行人主营业务收入同比增长 33.63%，其中内销收入同比增长 37.88%，外销收入同比增长 31.24%，内销及外销收入均实现了稳定增长，增长率无显著差异。

(二) 按新增客户收入变动、原有客户收入变动进行分类，补充披露发行人各期收入变动的合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、



经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入变动分析”之“（3）汽车行业及上下游情况”之“2）发行人营业收入增长原因分析”补充披露如下：

报告期内，发行人营业收入变动额按新增客户、原有客户分类的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	变动额	占比	变动额	占比	变动额	占比
当期新增客户收入变动	170.81	3.40%	6,335.44	90.60%	3,434.67	68.20%
原有客户收入变动	4,847.68	96.60%	657.51	9.40%	1,601.55	31.80%
变动额合计	5,018.49	100.00%	6,992.95	100.00%	5,036.22	100.00%

注：2020 年 1-6 月变动额为同比变动。

报告期内，发行人凭借优良的产品质量、及时的交付能力、良好的服务能力在与存量客户保持长期合作的情况下，不断开拓新客户。随着 2017 年初搬迁至新厂后经营规模的不断扩大，新增客户相继实现收入。

2018 年度、2019 年度，发行人新增客户实现的收入（即当期收入同比变动金额）占当期收入增加额的比例分别为 68.20%、90.60%，营业收入增长主要来源于新增客户。2020 年 1-6 月，发行人原有客户收入增加额占当期营业收入增加额的比例为 96.60%，由于当期发行人客户保持相对稳定，收入增长主要来源于原有客户。

报告期内，发行人营业收入主要来源于主营业务收入，发行人主营业务收入变动原因具体分析如下：

① 2018 年度变化分析

2018 年，公司主营业务收入较上年度增长 5,106.59 万元，增长率为 23.28%，增长主要来源于 Plastic Omnium（彼欧）和一汽富维等新增客户。具体分析如下：

A. 现有客户订单分析

2018 年度，发行人现有客户收入增长额为 1,601.55 万元，增加额相对较小，但现有不同客户之间的收入存在一定的波动，具体如下：

2018 年度，发行人前十大客户实现收入 24,523.77 万元，较 2017 年的 18,076.56 万元增长 6,447.21 万元。前十大客户收入占当期主营业务收入比重为 90.68%，其中：（i）2018 年度公司对 SMG（萨玛）的收入增幅较大，由 2017 年的 1,699.65 万元增加为 2018 年度的 7,108.73 万元，主要原因系 SMG（萨玛）的保时捷、奥迪等终端车型对应的汽车模具项目达到收入确认条件导致收入大幅增加。（ii）Faurecia（佛吉亚）的部分订单因尚未达到收入确认条件，导致 2018 年公司对 Faurecia（佛吉亚）实现的收入下降 3,414.75 万元。

B. 新增客户订单分析

2018 年度公司新增客户实现收入金额为 3,434.67 万元，占当年度营业收入增加额的比例为 68.20%，是当年度收入增长的主要来源，主要新增客户 Plastic Omnium（彼欧）、一汽富维等。2018 年度收入金额在 500 万元以上的新增客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2018 年度收入金额
Plastic Omnium（彼欧）	1,429.97
一汽富维	1,268.27
合计	2,698.23

② 2019 年度变化分析

2019 年，公司主营业务收入较上年度增加 6,993.28 万元，增长率为 25.86%，增长主要来源于 Röchling（劳士领）、重庆平伟汽车零部件有限公司和神通科技集团股份有限公司等新增客户。具体分析如下：

A. 现有客户订单分析

2019 年度，发行人现有客户收入增长额为 657.51 万元，增加额相对较小，但现有不同客户之间的收入存在一定的波动，具体如下：

2019 年度，发行人前十大客户实现收入 27,140.83 万元，较 2018 年增加 2,742.83 万元，主要是由于：（i）Faurecia（佛吉亚）、延锋、常熟汽饰的部分订单当期达到收入确认条件，导致 2019 年公司对该三家公司实现的收入分别增加 2,427.87 万元、1,752.52 万元和 1,459.14 万元，合计增加 5,639.53 万元。（ii）由



于受下游客户开发进度以及订单分布影响，2019 年度 SMG（萨玛）收入同比下降 3,907.69 万元。

B. 新增客户订单分析

2019 年度，公司新增客户实现营业收入 6,335.44 万元，**新增客户实现营业收入占同期营业收入增加额的比例为 90.60%**，是当年度收入增长的主要来源。随着公司产品品质得到客户的认可，市场知名度的不断提升，2019 年度公司新开拓了多个客户，如 Röchling（劳士领）、重庆平伟汽车零部件有限公司等。2019 年度，收入金额在 500 万元以上的新增客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年度收入金额
Röchling（劳士领）	2,792.56
重庆平伟汽车零部件有限公司	835.56
神通科技集团股份有限公司	718.02
合计	4,346.14

③ 2020 年 1-6 月变化分析

2020 年 1-6 月，发行人实现主营业务收入 20,086.51 万元，较上年同期增加 5,055.06 万元，同比增长率为 33.63%，**其增长主要来源于现有客户的收入增长**。发行人对一汽富维、Renault S.A（雷诺）收入分别同比增加 2,387.72 万元、2,743.69 万元，主要原因系公司对一汽富维的 VW416、330B DP 项目以及对 Renault S.A（雷诺）的 XJF 项目等在当期实现收入所致。

（三）补充披露各期收入来源于以前年度订单（本年、前 1 年、前 2 年）的结构，分析并披露是否存在异常

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入变动分析”补充披露如下：

（6）主营业务收入与订单签订日期关系

报告期内，发行人主营业务收入与订单签订日期之间的关系如下：



订单签订年度	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
前 2 年及以前	6,929.56	34.50%	7,210.39	21.18%	6,967.49	25.76%	6,711.98	30.60%
前 1 年	10,309.76	51.33%	20,776.11	61.04%	17,391.65	64.31%	10,787.41	49.18%
本年	2,847.18	14.17%	6,050.11	17.78%	2,684.19	9.93%	4,437.36	20.23%
合计	20,086.51	100.00%	34,036.62	100.00%	27,043.34	100.00%	21,936.75	100.00%

注：上述“本年”、“前 1 年”和“前 2 年及以前”均指自然年度。

报告期内，发行人主营业务收入主要来源于前 1 年和前 2 年及以前签订的订单，其合计实现的收入占比分别为 79.78%、90.07%、82.22%和 85.83%，其中 2018 年相对较高而 2017 年略低主要是由于个别项目因受下游客户新车型开发及生产计划安排而导致验收周期存在一定波动所致。但总体而言，发行人收入来源于前 1 年和前 2 年及以前签订的订单占比大致位于 80%-90%区间，相对较为稳定，发行人收入结构不存在明显的异常情况。

（四）补充披露各期末在手订单情况，并结合销售周期分析并披露在手订单变动与营业收入变动的匹配性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入变动分析”补充披露如下：

（7）在手订单变动与营业收入变动的匹配关系

报告期内，发行人在手订单及营业收入情况如下：

单位：万元

项目	期末在手订单		当期营业收入		
	金额	变动额	金额	变动额	变动额来源于前 1 年和前 2 年及以前订单金额（注）
2020. 6. 30/ 2020 年 1-6 月	50,111.34	4,465.33	20,120.11	5,018.49	4,307.37
2019. 12. 31/ 2019 年度	45,646.01	4,265.50	34,189.97	6,992.95	5,749.60
2018. 12. 31/ 2018 年度	41,380.51	4,578.20	27,197.02	5,036.22	4,536.12



项目	期末在手订单		当期营业收入		
	金额	变动额	金额	变动额	变动额来源于前1年和前2年及以前订单金额（注）
2017.12.31/ 2017年度	36,802.31	10,247.69	22,160.80	-	-

注：变动额来源于前1年和前2年及以前订单金额=当期营业收入变动额*前1年和前2年及以前订单金额占比，其中前1年和前2年及以前订单金额占比为本反馈回复“3.关于营业收入”之“（三）”中披露的主营业务收入来源结构比率测算。

报告期内，发行人从接受订单到收入确认之间的销售周期一般为6~24个月。发行人自2017年搬迁至新厂后，由于生产制造能力及经营规模得到明显提升，报告期各期末在手订单金额分别增加10,247.69万元、4,578.20万元、4,265.50万元和4,465.33万元，发行人2018年起各期营业收入增加额中来源于前1年和前2年及以前签订的订单对应金额分别为4,536.12万元、5,749.60万元和4,307.37万元，发行人期末在手订单增加额总体大于营业收入增加额中来源于前1年和前2年及以前签订的订单对应金额，其匹配关系具备合理性。截至2020年6月30日，发行人在手订单金额为50,111.34万元，在手订单充足，为发行人后续经营业绩的实现奠定了相应基础。

（五）补充披露疫情对发行人订单获取、在手订单执行及经营业绩的影响分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十八、新冠疫情影响及2020年1-6月经营业绩情况”之“（一）新冠疫情对发行人的影响”补充披露如下：

5、疫情对发行人订单获取、订单执行、经营业绩的影响分析

（1）疫情对订单获取的影响

2020年6月末，发行人在手订单金额为50,111.34万元，相对2019年末增加4,465.33万元。虽然受疫情影响，发行人在手订单金额仍然增加的主要原因如下：

1) 根据抗疫需要，增加熔喷布模具业务

为应对疫情对发行人经营业绩的影响，2020年起发行人更广泛地参与各种

类型注塑模具的报价，丰富公司订单来源。同时，为更好的防控疫情、缓解广大人民群众对口罩的需求，发行人利用自身在注塑模具行业多年的技术积累，将注塑模具应用领域扩展至熔喷布模具。

2) 利用境内外疫情间隔差，交替扩大参与报价项目量

2020 年第一季度，国内受疫情影响相对较为严重，但海外疫情尚未广泛扩散，因此发行人相应增加对海外订单项目的报价。自 2020 年二季度起，由于国内疫情得到缓和，发行人开始增加对内单项目的报价。

综上所述，在疫情影响下，发行人利用多年积累的注塑模具研发及制造技术，通过增加熔喷布注塑模具业务丰富产品类别，同时利用国内外疫情发展的间隔差，交替扩大外单、内单项目的报价项目量，以此获得更多项目。

(2) 疫情对订单执行的影响

1) 内销：由于疫情影响，发行人内销客户对模具的验收时间有所延后，但发行人主要内销客户未在主要疫区湖北省，且内销客户一般于 3 月底基本完成复工。受新冠疫情影响，模具验收时间虽在疫情严重期间有所延后，但截至目前已恢复正常，未对订单执行造成重大不利影响。

2) 外销：虽然从 2020 年 4 月起，海外客户也受到新冠疫情影响，但由于海外防疫策略不同，发行人主要海外客户未出现长时间的停工、停产情况，未对正常发货造成明显重大不利影响，且于 2020 年 6 月份全面恢复正常生产经营活动。

(3) 疫情对经营业绩的影响

报告期内，随着发行人知名度及技术实力的提升，报告期内营业收入稳步增长。发行人受到新冠疫情的影响较小，虽然产品的交付或者验收周期受到一定影响，交付和验收时间略有延后。2020 年 1-6 月，发行人实现营业收入和归属于母公司所有者净利润分别为 20,120.11 万元和 2,999.92 万元，同比分别增长 33.23%和 5.43%，疫情对发行人经营业绩的整体影响程度相对有限。

(六) 结合客户销量（套）、客户数量（个）变化的原因，补充披露单位客户销量（套）、单位价格（万元/套）、营业收入变动的合理性



发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入变动分析”补充披露如下：

（5）主要客户数量、单位客户采购数量及订单情况

1）主要客户数量、单位客户采购数量

报告期内，公司注塑模具的主要客户数量、单位客户采购产品数量如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
汽车内饰件注塑模具				
汽车内饰件注塑模具收入金额	18,443.95	24,227.02	22,769.54	19,220.60
主要客户收入金额	18,023.58	23,715.78	22,411.87	18,583.44
主要客户销量（套）	205.00	327.00	306.00	295.00
主要客户数量（个）	15.00	22.00	15.00	21.00
单位客户销量（套）	13.67	14.86	20.40	14.05
主要客户销售单价（万元/套）	87.92	72.53	73.24	62.99
汽车外饰件注塑模具				
汽车外饰件注塑模具收入金额	770.97	9,764.43	4,273.80	2,716.15
主要客户收入金额	530.23	9,465.51	3,948.21	2,432.61
主要客户销量（套）	10.00	123.00	36.00	41.00
主要客户数量（个）	3.00	12.00	6.00	5.00
单位客户销量（套）	3.33	10.25	6.00	8.20
主要客户销售单价（万元/套）	53.02	76.96	109.67	59.33

注：1、对于同一控制下的客户数量按合并口径统计，即同一控制下的客户数量算 1 个；

2、主要客户数量按当期收入金额 100 万元以上统计；

3、单位客户销量=主要客户销量/主要客户数量；

4、主要客户销售单价=主要客户收入金额/主要客户销量。

报告期内，发行人汽车内饰件、外饰件注塑模具的主要客户实现的收入金额占汽车内饰件、外饰件注塑模具的收入比例均在 90%以上，是发行人收入的主要来源。报告期内，发行人客户均为终端客户，不存在非终端客户（经销商）的情况。

① 汽车内饰件注塑模具变化分析

A. 2018 年度变化分析

2018 年度，发行人主要客户收入金额同比增加 20.60%，主要客户销量同比增加 3.73%，主要客户销售单价同比增加 16.27%；主要客户收入增长主要来源于销售单价的提升。2018 年度，发行人销售单价提升的主要原因系 2017 年初发行人搬迁至新厂区后购置一批智能数控设备，生产、加工能力得到明显提升，所销售的模具更趋复杂化、大型化，由此导致销售单价提升。

2018 年度，由于发行人经营规模不断增加，汽车内饰件注塑模具销量同比增加。虽然主要客户数量同比减少，但由于单位客户销量较高，由此导致销量同比增加。其中：(i) 主要客户数量同比减少 6 个，主要原因是由于模具生产交付周期较长，部分已在 2017 年度实现收入的客户在 2018 年的订单尚未验收引起；(ii) 单位客户销量同比增加的主要原因是由于当年度客户集中度相对较高，对单个客户的销量显著增加。其中，对 SMG（萨玛）销量同比增加 39 套，对京威股份的销量同比增加 36 套。

B. 2019 年度变化分析

2019 年度，发行人主要客户收入金额同比增加 5.82%，主要客户销量同比增加 6.86%，主要客户销售单价同比下降 0.98%；主要客户收入增长主要来源于销量的增加。其中：(i) 主要客户数量增加的主要原因是由于随着发行人不断开拓内销市场，内销订单逐渐增加并在当期实现收入较多引起。(ii) 2019 年度，由于发行人经营规模不断增加，汽车内饰件注塑模具销量同比增加。虽然单位客户销量同比有所减少，但与报告期内除 2018 年外其他期间基本一致，单位客户销量约为 14 套。同时，由于随着内销市场的不断开拓，使得主要客户数量增加，从而导致销量同比增加。

C. 2020 年 1-6 月变化分析

2020 年 1-6 月，发行人主要客户收入增长主要来源于销售单价的提升。其中：(i) 2020 年 1-6 月，发行人主要客户销售单价相对 2019 年度增加的主要原因系，2020 年 1-6 月公司销售的汽车内饰件注塑模具主要系仪表板类、立柱中

比较大型部分的模具，而 2019 年度销售的系仪表板类、立柱中相对较小部分的模具，从而使得销售单价有所提升。(ii) 2020 年 1-6 月，发行人单位客户销量与 2017 年度、2019 年度基本一致。

② 汽车外饰件注塑模具变化分析

A. 2018 年度变化分析

2018 年度，发行人主要客户收入金额同比增加 62.30%，主要客户销量同比下降 12.20%，主要客户销售单价同比增加 84.85%；主要客户收入增长主要来源于销售单价的提升。其中：

(i) 发行人销售单价提升的主要原因系：a. 2017 年初发行人搬迁至新厂区后购置一批智能数控设备，生产、加工能力得到明显提升，所销售的模具更趋复杂化、大型化，由此导致销售单价提升。b. 2018 年度发行人主要客户中外销客户收入占比为 77.09%，相对 2017 年度增加 22.04 个百分点；发行人向外销客户销售的模具单位售价更高。

(ii) 发行人汽车外饰件注塑模具主要客户销量同比下降 5 套，主要客户数量同比增加 1 个，单位客户销量同比下降 2.2 套。变化的主要原因是由于发行人汽车外饰件注塑模具收入占比较小、主要客户相对较少，汽车外饰件注塑模具销售受单一客户、项目影响较大。

B. 2019 年度变化分析

2019 年度，发行人主要客户收入金额同比增加 139.74%，主要客户销量同比增长 241.67%，主要客户销售单价同比下降 29.83%；主要客户收入增长主要来源于销量的增加。发行人销量以及主要客户增加的主要原因是由于发行人为丰富产品类型，不断开拓汽车外饰件注塑模具市场，承接的订单相继在 2019 年度实现收入。其中：

(i) 发行人单位客户销量增加的主要原因系，当期新增部分客户的销量较大所致，其中，新增客户劳士领新增销量 27 套、新增客户麦格纳新增销量 21 套，原有客户 SMG（萨玛）新增销量 11 套。

(ii) 主要客户销售单价同比下降的主要原因系，当期外销收入占比为



64.51%，同比下降 12.58 个百分点，而外销模具相对复杂化、大型化，外销占比下降由此导致销售单价同比降低，但仍然高于 2017 年度。

C. 2020 年 1-6 月变化分析

2020 年 1-6 月，发行人收入同比下降的主要原因系，客户数量及单位售价降低所致。其中：(i) 由于发行人目前阶段汽车外饰件注塑模具客户数量较少，单一客户收入变动以及受下游汽车开发进度影响，导致当期客户实现的收入较小。(ii) 2020 年 1-6 月，主要客户销售单价相对 2019 年度下降的主要原因系，2020 年 1-6 月份销售的外饰注塑件模具主要系保险杠某一组成部分的模具，单位售价较低；而 2019 年销售的外饰件注塑模具主要系整套保险杠、罩盖、进气格栅等中大型模具，单位售价较高。

（七）结合发行人经营规模、产品市场开拓等因素，补充披露发行人营业收入增长率高于同行业可比公司营业收入增长率的合理性、可持续性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入变动分析”之“（4）同行业可比公司经营业绩情况”补充披露如下：

报告期内，发行人营业收入及变化情况与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变化率	金额	变化率	金额	变化率	金额
银宝山新	183,448.59	28.43%	277,918.39	-7.67%	301,001.82	3.62%	290,473.53
东江集团控股	72,939.30	-27.42%	231,084.20	0.53%	229,860.90	23.52%	186,090.00
宁波方正	28,990.53	5.68%	62,044.01	13.41%	54,707.18	16.76%	46,855.72
平均值	-	2.23%	-	2.09%	-	14.63%	-
发行人	20,120.11	33.23%	34,189.97	25.71%	27,197.02	22.73%	22,160.80

注：1、东江集团控股为港币；

2、2020 年 1-6 月变化率为同比变化率。

报告期内，同行业上市公司中银宝山新和东江集团控股营业收入存在一定波动，但整体呈现增长趋势；宁波方正与发行人营业收入则呈现稳步增长趋势，但发行人增长率高于宁波方正及行业平均增长率，主要原因是由于发行人尚处于发展成长阶段生产经营规模相对较小以及发行人 2017 年初搬迁至新厂后规模

扩张和加大市场开拓力度所致等因素综合影响所致。具体分析如下：

1) 2018 年度，发行人营业收入同比增长率为 22.73%，同行业可比公司营业收入平均增长率为 14.63%。2018 年度发行人营业收入增长率高于同行业可比公司平均值的主要原因系，银宝山新营业收入增长率较低以及发行人搬迁至新厂后生产规模扩大所致。

2) 2019 年度，发行人营业收入同比增长率为 25.71%，同行业可比公司营业收入平均增长率为 2.09%。2019 年度发行人营业收入增长率高于同行业可比公司平均值的主要原因系，公司搬迁至新厂后，随着公司陆续购置多台生产机器设备，模具生产制造能力大幅提升，同时公司大力开拓新客户，新客户实现收入导致公司收入增长较快。

3) 2020 年 1-6 月，发行人营业收入同比增长率为 33.23%，同行业可比公司营业收入同比平均增长率为 **2.23%**，发行人营业收入增长率较高的主要原因系：①公司以前年度签订的订单相继在本期达到产品交付条件或者完成终验收；②东江集团控股塑料零部件业务下降比例较高。

综上所述，发行人 2017 年以前在老厂区时尚处于发展成长阶段，生产经营规模相对较小，因此使得报告期内增长率高于同行业可比公司。自 2017 年初搬迁至新厂后，生产制造能力和经营规模提到明显提升，同时发行人加大内外销市场开拓力度，因此使得报告期收入稳步增长，增长率高于同行业可比公司，符合公司的实际经营情况。

二、中介机构核查过程及核查意见

（一）核查过程

申报会计师已履行如下核查程序：

1、收入核查程序、核查比例

（1）核查程序

保荐机构、申报会计师对发行人收入核查程序主要包括访谈、函证、细节测试等，具体如下：



序号	核查方式	核查证据
1	内控测试	（1）对销售环节涉及的关键控制点进行测试，评价内部控制制度设计和运行的有效性； （2）内部控制制度、记账凭证、销售合同/订单、送货单、预验收单、终验收单、报关单、签收单/提单。
2	细节测试	取得发行人收入明细表，并抽样核对收入确认依据，取得如下证据： （1）内销：销售合同/订单、送货单、预验收单、终验收单； （2）外销：销售合同/订单、送货单、预验收单、报关单、签收单/提单、海关出口数据、增值税退税申报表； （3）外销收入：分析发行人外销收入与海关出口数据、增值税退税申报表、中国电子口岸出口数据。
3	截止性测试	抽查资产负债表日前后三十日内的记账凭证、销售合同/订单、送货单、预验收单、终验收单、报关单、签收单/提单。
4	函证	对主要客户收入情况进行函证，取得客户回函
5	内部访谈	对发行人主要销售负责人员、主要财务人员进行访谈，了解销售、收入确认流程。
6	客户访谈	对主要客户进行访谈，并取得经客户盖章或签字的访谈记录客户营业执照、公司章程或其他工商信息资料。

（2）收入可确认比例

报告期内，经保荐机构、申报会计师履行上述访谈、函证、细节测试等程序，对发行人营业收入核查比例如下：

项目	核查比例			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入核查比例	94.73%	91.22%	91.73%	91.45%

经核查，保荐机构、申报会计师认为发行人收入真实，核查具有充分性。

2、回函情况

报告期内，保荐机构和申报会计师函证金额占当期营业收入的比例如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
函证	回函	88.64%	89.98%	93.39%	61.72%
	未回函替代测试	-	-	-	17.23%
	小计	88.64%	89.98%	93.39%	78.95%
	回函不符比例	12.72%	12.16%	13.36%	9.31%
	调节后回函相符比例	88.64%	89.98%	93.39%	78.95%

回函不相符的主要原因系客户收到发票时间较晚尚未入账、发行人确认尚未



开票收入、客户已付款发行人尚未收到等原因造成。针对回函不符的情况，获取发行人的差异分析原因及相关的依据资料，包括银行水单、销售合同、销售发票等。经调节后，不存在回函金额不符的情况。

针对未回函客户执行替代测试，获取销售合同、销售发票、送货单、报关单、验收单、收款凭证等资料，核查其销售的真实性，经核查未发现异常情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、由于发行人注塑模具生产、收入确认周期较长，项目开发进度受到下游汽车整车厂商新车型开发计划影响，以及发行人规模相对较小，导致发行人收入确认金额受单个客户、单个项目的影响较大。报告期内，发行人内外销收入变动具有合理性；

2、2018 年度、2019 年度，发行人新增客户实现的营业收入占当期收入增加额的比例分别为 68.20%、90.60%，营业收入增长主要来源于新增客户。2020 年 1-6 月，发行人原有客户收入增加额占当期营业收入增加额的比例为 96.60%，由于当期发行人客户保持相对稳定，收入增长主要来源于原有客户；

3、发行人从接受订单到收入确认之间的销售周期一般为 6~24 个月，因此发行人收入来源于前 1 年和前 2 年及以前签订的订单占比大致位于 80%~90% 区间，相对较为稳定，发行人收入结构不存在明显的异常情况；

4、报告期内，发行人从接受订单到收入确认之间的销售周期一般为 6~24 个月，收入确认时间也受到订单签订时间的影响；总体而言，发行人订单变动情况与营业收入变动相匹配；

5、为应对疫情的不利影响，发行人更广泛地参与各种类型注塑模具的报价，丰富公司订单来源，并利用国内外疫情错位发展，积极获取订单。截至 2020 年 6 月末，发行人在手订单相对 2019 年末增加 4,465.33 万元。虽然由于疫情原因导致模具交付或者验收有所延后，但截至目前已全面恢复正常，未对发行人经营业绩产生明显不利影响；

6、发行人已结合客户销量（套）、客户数量（个）变化的原因，补充披露单



位客户销量（套）、单位价格（万元/套）、营业收入变动的原因，相关变动具有合理性；

7、发行人 2017 年以前在老厂区时尚处于发展成长阶段，生产经营规模相对较小。搬迁至新厂后，发行人生产制造能力和经营规模提到明显提升，同时发行人加大内外销市场开拓力度，因此使得报告期收入稳步增长，增长率高于同行业可比公司平均水平，符合公司的实际经营情况。

4. 关于营业成本及外协采购

招股说明书及审核问询回复显示：

（1）发行人外协成本占主营业务成本比例分别为 27.35%、27.18%、24.78%、25.82%；

（2）2020 年 1 至 6 月，发行人单位成本为 58.03 万元，同比增加 7.01%，即 2019 年上半年，发行人单位成本为 54.23 万元，高于 2019 年全年单位成本 47.22 万元。

请发行人：

（1）按未进行外协、工序加工外协、整体模具外协进行分类，补充披露三类生产模式下发行人营业成本中外协占比情况、对应的营业收入结构，发行人是否存在对外协加工的依赖；

（2）补充披露发行人 2019 年上半年单位成本较高的原因及合理性，下半年单位成本较低的原因及合理性，其他报告期间是否存在相似情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露及说明

（一）按未进行外协、工序加工外协、整体模具外协进行分类，补充披露三类生产模式下发行人营业成本中外协占比情况、对应的营业收入结构，发行人



是否存在对外协加工的依赖

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（三）外协加工情况”之“2、外协加工金额及占比情况”补充披露如下：

（2）外协加工对应的营业收入、营业成本情况

按未进行外协、工序外协、整体模具外协以及工序外协进行分类，发行人三类生产模式下对应的主营业务收入、主营业务成本及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	主营业务成本金额	主营业务成本占比	主营业务收入金额	主营业务收入占比	主营业务成本金额	主营业务成本占比	主营业务收入金额	主营业务收入占比
未进行外协	10,544.62	74.18%	14,899.89	74.18%	16,954.13	75.22%	25,601.65	75.22%
工序加工外协	2,205.16	15.51%	3,115.97	15.51%	2,884.03	12.80%	4,355.04	12.80%
整体模具外协	1,465.40	10.31%	2,070.65	10.31%	2,701.84	11.99%	4,079.93	11.99%
合计	14,215.18	100.00%	20,086.51	100.00%	22,540.00	100.00%	34,036.62	100.00%

项目	2018 年度				2017 年度			
	主营业务成本金额	主营业务成本占比	主营业务收入金额	主营业务收入占比	主营业务成本金额	主营业务成本占比	主营业务收入金额	主营业务收入占比
未进行外协	12,916.72	72.82%	19,692.47	72.82%	10,949.69	72.65%	15,936.15	72.65%
工序加工外协	3,180.79	17.93%	4,849.34	17.93%	2,338.12	15.51%	3,402.90	15.51%
整体模具外协	1,640.81	9.25%	2,501.53	9.25%	1,784.88	11.84%	2,597.71	11.84%
合计	17,738.32	100.00%	27,043.34	100.00%	15,072.69	100.00%	21,936.75	100.00%

注：不同生产方式下的主营业务收入=主营业务成本/(1-毛利率)。

由上表可知，报告期内，发行人外协加工主要为工序外协，占主营业成本的比例分别 15.51%、17.93%、12.80%和 15.51%，占比相对较低。

报告期内，随着发行人经营规模的不断扩大以及订单的持续增长，为应对阶段性产能不足以及基于成本效益等因素考虑，发行人将部分非核心工序或小型整套模具委托外协加工商完成，主要及核心工序仍由发行人自身进行。外协加工过程中发行人会对加工过程进行质量管控以确保达到发行人及其客户的技术标准和质量要求。报告期内，发行人工序加工外协和整体模具外协合计金额



占主营业务成本的比例约为 24%~28%，占比相对较小，发行人对外协加工商不存在依赖。此外，同行业可比公司宁波方正外协成本占主营业务成本比例约为 21%，发行人进行外协加工属于行业惯例，且与同行业可比公司接近。

综上所述，发行人对外协加工商不存在依赖。

（二）补充披露发行人 2019 年上半年单位成本较高的原因及合理性，下半年单位成本较低的原因及合理性，其他报告期间是否存在相似情形

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）营业成本构成及变动分析”之“3、单位成本变动”补充披露如下：

（4）报告期半年度单位成本分析

报告期内，发行人上半年和下半年的单位成本如下所示，

单位：万元/套

项目	全年单位成本	上半年单位成本 (a)	下半年单位成本 (b)	差异 (c=a-b)
2020 年 1—6 月	-	58.03	-	-
2019 年度	47.22	54.23	42.98	11.26
2018 年度	47.05	42.31	50.51	-8.20
2017 年度	40.74	41.26	39.94	1.32

注：2020 年 1-6 月，单位成本剔除运费影响后为 55.31 万元/套。

发行人主要产品注塑模具为定制化产品，其单位成本与具体模具的规格大小、材质要求及复杂程度等相关。整体而言，随着发行人 2017 年初搬迁至新厂后，由于生产制造能力提升模具更趋大型化、复杂化，相应的单位成本在 2018 年及之后有所提高，但在半年度之间并无明显的分布倾向，主要取决于最终达到收入确认的时点。

报告期内，发行人 2018 年下半年、2019 年上半年单位成本较高，主要是由于该等期间实现的外销收入占比较高所致，2018 年下半年、2019 年上半年实现的外销收入占当年度外销收入的比例分别为 69.90%、58.49%；2020 年上半年外销收入占主营业务收入比例为 62.82%。由于外销客户的模具更趋大型化、复杂化，相应产品的单位成本也更高。2018 年下半年外销收入占比高于 2019 年上半

年，但 2018 年下半年单位成本低于 2019 年上半年的主要原因系，2019 年上半年发行人外销模具主要系进气格栅、仪表板总成、罩盖、座椅等中大型模具。

二、中介机构核查过程及核查意见

（一）核查过程

1、访谈公司生产人员及采购人员，了解公司外协加工主要类型、具体环节、供应商选择、相关管理措施及执行情况，询问公司相应的生产能力以及对外协加工的依赖性；

2、获取成本明细，分析外协成本占比及对应的收入、成本情况，并与同行业可比公司进行比较；

3、分析报告期内上半年和下半年单位成本存在较大差异的原因和合理性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人进行外协加工的主要原因系，注塑模具生产周期较长、工序繁多、结构复杂，在整个生产过程中，为应对临时产能不足，发行人将非核心零部件委托外协加工商完成。对于外协加工，由发行人提供主要原材料、设计图纸、技术标准，且发行人对外协加工过程进行质量管控；同时，发行人外协成本占主营业务成本的比例为 24%~28%，与同行业可比公司接近，属于行业惯例。因此，发行人对外协加工商不存在依赖；

2、报告期内，发行人 2018 年下半年、2019 年上半年以及 2020 年 1-6 月单位成本较高，主要原因系该半年度外销占比较高所致。

5. 关于毛利率

招股说明书及审核问询回复显示：

（1）2017 年及 2020 年 1 至 6 月，发行人内销毛利率高于外销毛利率，2018 年及 2019 年则相反；

（2）发行人内外饰件注塑模具单位产品售价及成本低于可比公司宁波方正，

但毛利率高于宁波方正。2017 年至 2019 年，宁波方正内销毛利率为 23.51%、23.63%、21.90%，发行人为 31.62%、31.54%、27.60%；宁波方正外销毛利率为 37.62%、40.99%、28.18%，发行人为 31.09%、36.05%、40.90%。

请发行人：

- (1) 补充披露各期发行人内外销毛利率差异较大的原因及合理性；
- (2) 剔除塑料零部件业务，补充披露发行人内外销毛利率的差异情况；
- (3) 结合产品类型、技术先进性、工艺复杂程度等因素，补充披露发行人单位产品售价及成本低于宁波方正的原因及合理性；
- (4) 区分内外销，披露报告各期发行人毛利率与宁波方正存在差异，以及发行人 2019 年外销毛利率显著高于宁波方正的原因及合理性；
- (5) 结合发行人经营规模变动、市场竞争环境、下游客户所处行业的整体发展情况等，分析并披露发行人毛利率变动趋势的合理性，就毛利率是否存在下滑风险进行充分风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露及说明

（一）补充披露各期发行人内外销毛利率差异较大的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）毛利和毛利率分析”之“2、主营业务毛利率分析”补充披露如下：

（3）内销、外销毛利率分析

报告期内，发行人内销、外销毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度	2018 年度	2017 年度
	包含运费	剔除运费			
内销-注塑模具	34.48%	34.84%	27.60%	31.54%	31.62%
外销-注塑模具	28.02%	33.14%	40.90%	36.05%	31.09%
外销-注塑模具+塑料零部件	26.12%	31.13%	40.39%	36.05%	31.09%

注：1、发行人内销均为注塑模具，不包含塑料零部件；

2、2020 年 1 月起，根据新收入准则，将原计入销售费用的运费在存货科目核算，确认收入时再结转至主营业务成本。

.....

2017 年度，发行人外销毛利率低于内销毛利率 0.53 个百分点，差异较小。

2018 年度和 2019 年度，发行人外销毛利率逐渐增加的主要原因系，随着发行人与外销客户的合作逐渐加深，发行人外销客户的模具更趋大型化、复杂化，而大型化、复杂化的注塑模具毛利率更高。

2018 年度和 2019 年度，发行人外销毛利率高于内销的主要原因系，①发行人外销的注塑模具相比内销更加大型化、复杂化，而大型化、复杂化的注塑模具毛利率更高；②外销客户所购买的汽车注塑模具主要应用于国外高端整车品牌，内销模具的最终客户为合资品牌和自主汽车品牌，一般情况外销客户对原材料材质、工艺等要求更高，相应产品毛利率也更高；③外销客户为高端整车品牌客户，品牌发展历史更长，在供应商选择上更加注重产业链的健康、持续发展，在产品上更加注重产品质量及服务。因此上述因素综合影响使得外销毛利率高于内销毛利率。

2020 年 1-6 月，发行人内销毛利率高于外销毛利率的主要原因系：①由于海外运输运费较高且受疫情影响运费涨价，导致内销毛利率高于外销毛利率。剔除运费影响后，内销毛利率为 34.84%、外销毛利率为 31.13%；②2019 年底开始发行人开始销售塑料零部件，该业务毛利率较低从而拉低了外销毛利率，剔除注塑件影响后外销注塑模具毛利率为 33.14%；③注塑模具外销毛利率低于内销毛利率 1.70 个百分点的主要原因系，随着海外市场竞争加剧，外销毛利率有所下降；④内销的仪表板类等大型模具占比提升，以及由于发行人内销收入相对较小，单个订单或者项目的收入确认对毛利率的变动具有较大影响，2020 年 1-6 月，捷豹路虎 L551 仪表板项目和 330B DP 和 VW416 等项目因对技术要求较

高使得发行人议价能力相对较强，从而使得毛利率相对较高，由此导致 2020 年 1-6 月内销毛利率相对 2019 年度增加，且高于外销毛利率。

（二）剔除塑料零部件业务，补充披露发行人内外销毛利率的差异情况

本问题回复参见本问题“（一）补充披露各期发行人内外销毛利率差异较大的原因及合理性”之回复。

（三）结合产品类型、技术先进性、工艺复杂程度等因素，补充披露发行人单位产品售价及成本低于宁波方正的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入变动分析”之“（2）主要产品销量、单价变化情况”之“3）与同行业可比公司比较情况”补充披露如下：

汽车注塑模具为非标准定制化产品，其单位售价和单位成本与其产品类型（例如仪表板、门板/保险杠等）、规格大小和工艺复杂程度以及客户和报价策略等相关。发行人与宁波方正均为国内知名注塑模具制造商，双方在技术先进性和工艺复杂性方面不存在显著差异，但由于注塑模具为定制化产品，双方因产品类型和规格等方面的差异使得模具销售单价存在一定差异。

报告期内，发行人与宁波方正汽车内外饰件注塑模具单位售价和单位成本对比情况如下：

单位：万元/套

期间	单位售价			单位成本		
	宁波方正	海泰科	差异	宁波方正	海泰科	差异
2020 年 1-6 月	67.22	83.54	-16.32	55.92	58.03	-2.11
2019 年度	84.73	71.56	13.17	63.34	47.22	16.12
2018 年度	91.68	71.73	19.95	60.69	47.05	13.64
2017 年度	79.46	59.29	20.17	53.64	40.74	12.90

注：差异=宁波方正单位售价或单位成本-海泰科单位售价或单位成本

报告期内，发行人与宁波方正单位售价的差异主要体现在两方面，一是各报告期具体数额差异，二是变动趋势差异。具体差异及原因分析如下：

①报告期具体数额差异：2017-2019 年宁波方正单位售价高于发行人，但 2020 年 1-6 月发行人单位售价高于宁波方正

A. 2017-2019 年宁波方正单位售价高于发行人的原因：主要是由于发行人 2017 年以前在老厂区生产，由于经营规模和生产设备等限制，以前年度订单以中小型模具为主，使得单位售价低于宁波方正。随着发行人 2017 年初搬迁至新厂区后，随着陆续购置大型智能化机器设备，其生产制造中大型模具的能力显著提升，因此单位售价在以往基础上明显提升。

B. 2020 年 1-6 月发行人单位售价高于宁波方正的原因：主要是由于宁波方正 2020 年 1-6 月客户京威股份、均胜欧洲和 TS TECH 采购的模具单价较低且数量较多，从而拉低了整体销售单价。而发行人该期间无该类情形，模具规格整体情况仍延续搬迁至新厂后的增长趋势，但发行人 2020 年 1-6 月模具平均售价（83.54 万元/套）仍低于宁波方正 2017-2019 年的平均水平（85.29 万元/套），发行人模具平均售价无显著异常高于同行业的情形。

②单位售价变动趋势差异：宁波方正自 2019 年开始平均售价开始下降，但海泰科则维持稳中有升

A. 宁波方正自 2019 年开始平均售价开始下降的原因：宁波方正自 2019 年新车间投产后，因新增产能以及受汽车产业景气度下降、中美贸易摩擦等影响，导致产品报价下降所致。

B. 海泰科平均售价维持稳中有升的原因：一方面主要是由于发行人搬迁至新厂区后订单大型化、复杂化趋势的影响；另一方面由于发行人内销收入相对较小，单个订单或者项目的收入确认对毛利率的变动具有较大影响。发行人 2020 年 1-6 月平均售价上升主要是由于发行人当期以下内销客户项目毛利率相对较高，其中：捷豹路虎 L551 仪表板项目和 330B DP 和 VW416 等项目因对技术要求较高使得发行人议价能力相对较强，从而使得单位售价相对较高。但整体而言，发行人 2020 年 1-6 月模具平均售价（83.54 万元/套）仍低于宁波方正 2017-2019 年的平均水平（85.29 万元/套），发行人模具平均售价无显著异常高于同行业的情形。

C. 发行人单位售价变动趋势与其他汽车模具企业基本一致：以公开途径查询到的超达装备（在审）为例，发行人与宁波方正和超达装备单位售价对比情况如下：

单位：万元/套

期间	单位售价			单位成本		
	宁波方正	超达装备	海泰科	宁波方正	超达装备	海泰科
2020 年 1-6 月	67.22	未披露	83.54	55.92	未披露	58.03
2019 年度	84.73	10.15	71.56	63.34	6.04	47.22
2018 年度	91.68	10.84	71.73	60.69	6.29	47.05
2017 年度	79.46	9.51	59.29	53.64	5.46	40.74

超达装备主要从事热压成型/冲切模具和汽车座椅发泡模具的生产和销售，与发行人和宁波方正的产品及工艺上差异较大，单位售价等具体金额不具备可比性，但由于该公司也是汽车产业链中模具供应商，其单位售价变动趋势具备一定的对比性。从上述对比可以看出，超达装备单位售价变动趋势与发行人基本一致。

综上所述，发行人因为新老厂区搬迁前后的影响，2017-2019 年单位售价低于宁波方正，但宁波方正自 2019 年二期生产基地投产后，扩大的产能降低了其产能利用率（由 2018 年的 110.54%降低为 2019 年的 80.80%），从而使得其单位售价自 2019 年开始出现明显下降。发行人报告期内无该类情形，且报告期产能利用率整体较高，因此单位售价未出现大幅下降的情形，与汽车模具类企业超达装备基本一致。由于发行人内销收入相对较小，单个订单或者项目的收入确认对毛利率的变动具有较大影响，2020 年 1-6 月发行人平均售价上升主要是由于捷豹路虎 L551 仪表板项目和 330B DP 和 VW416 等项目因对技术要求较高使得发行人议价能力相对较强，从而使得单位售价相对较高所致，具备合理性。

单位成本方面，由于发行人和宁波方正均为国内外知名注塑模具制造商，技术实力较强，且注塑模具生产工艺较为成熟，一般而言主要与模具规格大小和复杂程度等相关，具体可体现为随着单位售价的变动而相应变动。

（四）区分内外销，披露报告各期发行人毛利率与宁波方正存在差异，以及发行人 2019 年外销毛利率显著高于宁波方正的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）毛利和毛利率分析”之“4、与同行业可比公司对比分析”补充披露如下：

（1）与同行业可比公司整体对比分析

按照加工对象和成型加工工艺的不同，模具可划分为塑料模具、冲压模具、铸造模具等；依据应用领域的不同，模具又分为汽车模具、家用电器模具、航空航天模具、消费电子模具、医疗器械模具等。发行人主要产品为汽车注塑模具，因此选取汽车模具行业相关（拟）上市公司作为可比公司，发行人汽车注塑模具产品的毛利率与同行业可比公司的汽车模具产品毛利率对比如下：

项目	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
汽车注塑模具公司	银宝山新	23.08%	20.25%	33.85%	40.08%
	东江集团控股	27.90%	35.15%	37.37%	37.40%
	宁波方正	28.53%	30.64%	36.16%	35.93%
其他汽车模具公司	合力科技	31.81%	37.53%	39.56%	42.66%
	威唐工业	46.99%	46.09%	45.79%	52.03%
	祥鑫科技	38.06%	40.12%	41.58%	40.74%
	天汽模	4.59%	20.04%	20.87%	20.55%
	成飞集成	-	23.83%	15.30%	19.74%
	横河模具	17.04%	18.95%	19.71%	21.36%
	瑞鹤模具	32.92%	26.63%	25.16%	29.02%
	超达装备	-	40.47%	41.99%	42.56%
同行业可比公司平均值		27.37%	30.88%	32.49%	34.73%
海泰科		29.23%	33.78%	34.41%	31.29%

注：可比公司数据均摘录自其公开披露文件，其中宁波方正毛利率为其主营业务毛利率；合力科技 2017-2019 年度为模具业务毛利率，2020 年 1-6 月由于未披露产品分类，故选取综合毛利率；其他公司选取其模具业务毛利率数据作为对比。

报告期内，公司凭借优良的产品质量、严格的质量管控和及时的交付能力，经营规模逐年增长，除 2017 年因搬迁厂房使得毛利率略低于同行业可比公司外，发行人毛利率相对较为稳定，整体而言与同行业平均水平大致相当。具体而言：

①与汽车注塑模具公司对比

2017-2018 年期间，发行人毛利率整体上低于宁波方正等汽车注塑模具可比公司毛利率水平，主要是由于上述新老厂区搬迁对订单的影响所致。

2019 年和 2020 年 1-6 月，发行人毛利率水平与东江集团控股变动趋势和幅度大致相当，而宁波方正和银宝山新毛利率则出现显著下滑。其中：宁波方正主要是由于受其新车间投产等因素影响使得其产能利用率下降并进而使得其单位生产成本提升，从而使得毛利率水平自 2019 年开始有所下滑；而银宝山新则因产能利用率不足、中美贸易摩擦和战略性降价等多因素的综合影响使得毛利率下降。

②与其他汽车模具类公司相比

由于发行人与其他汽车模具类公司具体产品、规格大小和生产工艺等存在明显差异，因此毛利率具体水平存在一定差异，但整体而言，除发行人因搬迁厂房对订单和毛利率的影响外，报告期内发行人毛利率变化情况与合力科技、威唐工业、祥鑫科技、横河模具、瑞鹤模具、超达装备等其他汽车模具类公司在其各自的毛利率水平范围内变动趋势基本一致，发行人毛利率变动趋势不存在显著异于同行业的情形。

(2) 与宁波方正毛利率进一步对比分析

考虑到发行人注塑模具主要用于生产汽车内外饰件，为增加可比性，选取宁波方正披露的汽车内外饰注塑模具，并区分内外销就毛利率进一步对比如下：

项目		宁波方正	发行人
2020 年 1-6 月	内销	18.97%	34.48%
	外销	14.13%	28.02%
	合计	16.81%	30.53%
2019 年度	内销	21.90%	27.60%
	外销	28.18%	40.90%
	合计	25.24%	34.01%
2018 年度	内销	23.63%	31.54%
	外销	40.99%	36.05%
	合计	33.79%	34.41%
2017 年度	内销	23.51%	31.62%
	外销	37.62%	31.09%
	合计	32.50%	31.29%

注：发行人和宁波方正此处毛利率为汽车内外饰件注塑模具毛利率。

报告期内，发行人与宁波方正汽车内外饰注塑模具毛利率的差异情况主要

表现为：一是与宁波方正毛利率变动趋势存在差异，主要为宁波方正 2019 年和 2020 年 1-6 月毛利率（尤其是外销毛利率）明显下滑，而发行人毛利率下降幅度明显小于宁波方正，并使得发行人自 2019 年起外销毛利率明显高于宁波方正；二是发行人内销毛利率明显高于宁波方正，且发行人 2020 年 1-6 月内销毛利率显著增长。具体差异原因及合理性分析如下：

① 变动趋势差异的原因及合理性分析

报告期内，宁波方正汽车内外饰件注塑模具综合毛利率分别为 32.50%、33.79%、25.24%和 16.81%，自 2019 年开始下降幅度较大，主要是由于其大型精密模具产品毛利率大幅下降导致。发行人注塑模具业务与宁波方正汽车模具类产品毛利率对比情况如下：

公司名称	类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
宁波方正	大型注塑模具	16.74%	25.89%	33.92%	32.96%
	精密模具	30.65%	28.31%	30.36%	24.72%
	吹塑模具	49.89%	49.80%	52.35%	57.27%
海泰科	注塑模具	30.53%	34.01%	34.41%	31.29%

报告期内，宁波方正汽车内外饰件注塑模具综合毛利率自 2019 年开始大幅下降，主要是由于其大型精密模具产品受中美贸易摩擦、汽车产业景气度下降、以及新冠疫情和 2019 年二期生产基地建成投产后成本增加等因素影响，使得该类产品毛利率下降较多所致。除大型注塑模具以外，宁波方正精密模具和吹塑模具产品毛利率受前述影响相对较小，报告期内该等模具毛利率整体较为稳定，其中精密模具毛利率则呈现波动趋势，吹塑模具毛利率有所下降但下降幅度相对较小，与发行人报告期内毛利率变化趋势大致一致。

此外，报告期内，发行人毛利率整体变动趋势与东江集团控股、合力科技、威唐工业、祥鑫科技、横河模具、瑞鹄模具、超达装备等汽车模具类公司在其各自的毛利率水平范围内变动趋势基本一致，不存在显著异于同行业的情形。

综上所述，宁波方正汽车内外饰件注塑模具毛利率自 2019 年开始下降幅度较大，主要是由于其大型精密模具产品受中美贸易摩擦、汽车产业景气度下降、以及新冠疫情和 2019 年二期生产基地建成投产后成本增加等因素影响，使得该

类产品毛利率下降较多所致，具有其自身特殊性。报告期内，发行人毛利率变动趋势情况与宁波方正的精密模具和吹塑模具产品和东江集团控股、合力科技、威唐工业、祥鑫科技、横河模具、瑞鹄模具、超达装备等汽车模具类公司在其各自的毛利率水平范围内变动趋势基本一致，不存在显著异于同行业的情形。

② 2019 年和 2020 年 1-6 月发行人外销毛利率显著高于宁波方正的原因及合理性

发行人搬迁至新厂后随着生产制造能力提升以及与海外客户的合作进一步加深，发行人签订的模具订单在原有基础上更趋大型化、复杂化，因此使得报告期内毛利率整体呈现逐步提升趋势，毛利率在 2017-2019 年维持稳定增长趋势。而宁波方正 2019 年度受汽车行业不景气和二期生产基地建成投产等因素影响，一方面新增设备使得当期厂房、设备等折旧和人员薪酬等成本增加；另一方面由于新车间尚处于投产初期也使得其产能利用率较同比下降，由 2018 年的 110.54%下降为 2019 年的 80.80%，上述因素综合使得其单位成本同比明显上升，外销订单毛利率大幅下降，由 2018 年度的 40.99%下降为 2019 年度的 28.18%。而发行人 2019 年则不存在新车间投产的影响，发行人在 2017 年初已完成厂房搬迁，当年度产能利用率（CNC 设备开工率）为 117.45%，未对发行人生产经营构成不利影响，发行人 2019 年度外销毛利率为 40.90%，因此显著高于同期宁波方正外销毛利率。

若不考虑上述宁波方正二期生产基地等因素对其 2019 年外销毛利率的影响，发行人 2019 年外销毛利率与宁波方正新车间投产前的 2018 年度外销毛利率接近，约为 40%，未明显高于报告期宁波方正外销毛利率正常水平。

③ 发行人内销毛利率明显高于宁波方正的原因及合理性分析

注塑模具产品为非标准定制化产品，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，仪表板、门板、保险杠、油箱等大型模具的销售单价和毛利率较高。

报告期内，发行人内销业务规模明显小于宁波方正，因此发行人在参与报价的项目及产品选择上存在一定差异。报告期内，发行人内销模具中主要以仪

表板和门板等高毛利率模具为主，其中仪表板、门板类模具占内销模具收入比例分别为 70.18%、78.48%、47.70%和 78.40%，因此使得其内销毛利率较高，2019 年因该类产品占比下降因此使得当年度内销毛利率也相对较低。发行人 2020 年 1-6 月内销毛利率较 2019 年增长较多主要是由于：A、仪表板类等大型模具占比提升；B、由于发行人内销收入相对较小，单个订单或者项目的收入确认对毛利率的变动具有较大影响。2020 年 1-6 月，捷豹路虎 L551 仪表板项目和 330B DP 和 VW416 等项目因对技术要求较高使得发行人议价能力相对较强，从而使得毛利率相对较高。

（五）结合发行人经营规模变动、市场竞争环境、下游客户所处行业的整体发展情况等，分析并披露发行人毛利率变动趋势的合理性，就毛利率是否存在下滑风险进行充分风险提示

1、毛利率变动趋势分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）毛利和毛利率分析”之“2、主营业务毛利率分析”补充披露如下：

（1）主营业务毛利率总体变化情况

报告期内，公司综合毛利率分别为 31.17%、34.36%、34.01%、29.31%。公司主营业务突出，营业毛利主要由主营业务毛利构成，其他业务毛利对综合毛利的贡献较小，综合毛利率变动主要受主营业务毛利率变动的影响。

报告期内，公司主营业务毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度	2018 年度	2017 年度
	包含运费	剔除运费			
汽车内饰件注塑模具	30.33%	33.62%	33.31%	33.83%	31.20%
汽车外饰件注塑模具	35.48%	38.10%	35.76%	37.47%	31.92%
塑料零部件	0.47%	4.06%	-144.08%	-	-
合计	29.23%	32.51%	33.78%	34.41%	31.29%

注：根据新收入准则，从 2020 年 1 月起，发行人将发生的运费计入存货成本核算并在确认收入时结转至主营业务成本，为便于比较毛利率变化情况，此处同时列示剔除运费后的毛利率情况。

1) 经营规模变动、市场竞争环境、下游客户等因素对毛利率的影响

2018 年度，公司主营业务毛利率同比上升 3.12 个百分点；2019 年度，公司毛利率同比下降 0.63 个百分点，变化不大；剔除运费影响后 2020 年 1-6 月发行人主营业务毛利率为 32.51%，相对 2019 年度下降 1.27 个百分点，相对 2019 年度主营业务毛利率变化不大。报告期内，发行人毛利率相对稳定，未出现重大不利变化。

① 经营规模变化对发行人毛利率的影响

2017 年发行人搬入新厂区并陆续购置多台 CNC 等机器设备，发行人的加工制造能力得到显著提升，并接到更多大型化、复杂化的模具订单，因此公司销售注塑模具产品单价也相应有所提升，导致 2018 年度毛利率同比增加较多。

随着发行人经营规模的不断扩大，由于产量提升导致固定成本下降将在一定程度上使得发行人毛利率有所提升。

② 市场竞争环境对发行人毛利率的影响

模具行业呈现出较明显的“大行业、小企业”格局特征，近年来汽车产业的快速发展带动了上游汽车塑料模具企业的扩张和整合，行业内优秀企业的技术不断进步，实力不断壮大，导致行业竞争有所加强，市场竞争加剧后有可能导致毛利率出现一定下滑趋势。报告期内，发行人凭借优良的产品质量及良好的服务能力，市场份额逐渐增加，毛利率也保持相对稳定，2019 年和 2020 年出现小幅下滑趋势，但对发行人经营业绩及毛利率未构成重大不利影响。

③ 下游客户所在行业的整体发展情况对发行人毛利率的影响

A 汽车行业销量变化情况

根据 Wind 统计，全球汽车产量由 2005 年的 6,648 万辆增加至 2019 年的 9,179 万辆，汽车销量由 2005 年的 6,592 万辆增加至 2019 年的 9,506 万辆，复合增长率分别为 2.33% 和 2.35%；我国汽车产量由 2005 年的 571 万辆增长至 2019 年的 2,572 万辆，汽车销量由 2005 年的 576 万辆增长至 2019 年的 2,577 万辆，复合增长率分别为 11.35% 和 11.30%，总体上汽车产销量均保持增长态势。尽管

自 2018 年以来，随着汽车产销基数逐年增加，我国汽车产销量出现下滑，但根据汽车工业协会预计，我国汽车产业整体仍将延续恢复向好、持续调整、总体稳定的发展态势。此外，根据中国汽车工业协会统计，由于受新冠疫情及宏观经济周期的影响，2020 年 1-8 月，我国汽车产销分别完成 1,443.20 万辆和 1,455.10 万辆，产销量同比分别下降 9.60%和 9.70%，汽车行业受新冠疫情影响逐步减弱，降幅持续收窄，总体表现好于预期。

自 2020 年 4 月起，汽车销量均保持同比增长趋势，增长比例介于 4%~17%。由于庞大的人口基础及我国较低的人均汽车保有量，加之我国全面建设小康社会的落实和居民收入的持续增长也将对汽车行业的消费起到明显的拉动作用，而汽车行业的巨大市场对上游汽车模具行业规模的扩大提供了有力的保障。

B 汽车改型换代加快

尽管近年来汽车产销量增速逐渐放缓甚至下滑，汽车市场逐步从“增量竞争”转变为“存量竞争”，但巨大的人口基数及其出行需求仍将保证汽车市场巨大的需求量。

汽车模具行业市场规模不仅与下游新车销量相关，而且受到新车型开发与旧车型改款周期的影响。为了更好满足消费者需求，获得市场认可，从而在激烈的市场竞争中获取更大的市场份额，汽车生产商纷纷加快了新车型的推出速度，缩短了旧车型的升级改款周期。新车型的开发周期已由原来的 4 年左右缩短至 1-3 年，旧车改型周期也由原来的 6-24 个月缩短到 4-15 个月。

无论是新推出车型还是旧车型改款，往往都涉及到汽车内外饰件的整体或部分更新，而这些更新都需要定制相应的汽车内外饰模具，所以新车型开发与旧车型改款速度的加快为汽车内外饰模具行业的发展提供了巨大的市场需求与发展空间。

报告期内，发行人毛利率整体变动趋势与宁波方正的精密模具和吹塑模具产品以及东江集团控股、合力科技、威唐工业、祥鑫科技、横河模具、瑞鹤模具、超达装备等汽车模具类可比公司在其各自的毛利率水平范围内变动趋势基本一致，不存在显著异于同行业的情形，发行人毛利率变动趋势具备合理性。

未来，伴随着发行人经营规模的继续扩大、汽车产业环境的变化以及汽车注塑模具市场竞争环境加剧、原材料价格的波动、劳动力成本上升等因素的影响，发行人可能面临毛利率波动或者下滑的风险，发行人已就相关风险进行了风险提示。

2、毛利率下滑风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“（三）毛利率波动的风险”补充披露如下：

（三）毛利率波动的风险

报告期内，发行人主营业务收入毛利率分别为 31.29%、34.41%、33.78%和 29.23%，毛利率整体平稳略有小幅波动。伴随全球宏观经济的波动、汽车产业的周期性波动、行业竞争格局的变化、原材料价格的波动、劳动力成本上升等各项因素带来的销售价格的调整，发行人可能面临毛利率波动或者下滑的风险。

二、中介机构核查过程及核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师已履行如下核查程序：

1、对发行人内外销收入内部控制流程进行测试，了解发行人与内外销收入相关的评价内部控制制度设计和运行的有效性；

2、取得发行人内外销收入明细表，并抽样核对收入确认依据；

3、对发行人主要内外销客户收入情况进行函证，取得客户回函，并对主要客户进行访谈；

4、对发行人管理层、主要销售负责人员和主要财务人员进行访谈，了解销售和收入等相关情况；

5、取得发行人收入成本明细，分析发行人内销、外销毛利率变化原因；

6、查阅同行业可比公司公开披露文件，分析发行人产品毛利率与可比公司的差异情况；

7、查阅宁波方正公开披露文件，分析发行人产品售价、毛利率与宁波方正存在差异的原因；

8、查阅公开市场资料，包括汽车行业产量、销售数据，以及其他公开市场资料，分析发行人毛利率变化的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、（1）2017 年度，发行人内外销毛利率较为接近，差异不大；（2）2018-2019 年度，发行人外销毛利率高于内销毛利率的主要原因系：①发行人外销的注塑模具相比内销更加大型化、复杂化，而大型化、复杂化的注塑模具毛利率更高；②外销客户所购买的汽车注塑模具主要应用于国外高端整车品牌，内销模具的最终客户为合资品牌和自主汽车品牌，一般情况外销客户对原材料材质、工艺等要求更高，相应产品毛利率也更高；③外销客户在产品供应商选择上更加注重产品质量及服务；（3）2020 年 1-6 月，发行人外销毛利率低于内销毛利率的主要原因系，① 内销的仪表板类等大型模具占比提升，以及由于发行人内销收入相对较小，单个订单或者项目的收入确认对毛利率的变动具有较大影响，2020 年 1-6 月，发行人捷豹路虎 L551 仪表板项目和 330B DP 和 VW416 等项目因对技术要求较高使得发行人议价能力相对较强，从而使得毛利率相对较高，由此导致 2020 年 1-6 月内销毛利率相对 2019 年度增加，且高于外销毛利率。②由于海外市场竞争加剧导致外销毛利率有所下降；

2、报告期内，发行人与宁波方正在产品类型、技术先进性、工艺复杂程度等方面不存在明显差异。但由于注塑模具为定制化产品，双方因产品类型和规格等方面的差异使得模具销售单价存在一定差异；

3、（1）除 2017 年因搬迁厂房使得毛利率略低于同行业可比公司外，发行人毛利率相对较为稳定，整体而言与同行业平均水平大致相当；（2）发行人内销毛利率明显高于宁波方正的主要原因系，报告期内，发行人内销业务规模明显小于宁波方正，因此发行人在参与报价的项目及产品选择上存在一定差异；（3）2019 年及 2020 年 1-6 月外销毛利率高于宁波方正的主要原因系，由于宁波方正新车间投产等因素影响使得其产能利用率由 2018 年的 110.54%下降为 80.80%，从而

导致单位成本同比上升所致。发行人 2017 年完成厂房搬迁后，随着与海外客户合作的进一步加深，向海外客户所销售的模具逐渐大型化、复杂化，由此导致外销毛利率逐渐提高，但与宁波方正 2018 年度毛利率接近，约为 40%；

4、报告期内，发行人毛利率整体变动趋势与宁波方正的精密模具和吹塑模具产品以及东江集团控股、合力科技、威唐工业、祥鑫科技、横河模具、瑞鹄模具、超达装备等汽车模具类可比公司在其各自的毛利率水平范围内变动趋势基本一致，不存在显著异于同行业的情形，发行人毛利率变动趋势具备合理性。

未来，伴随着发行人经营规模的继续扩大、汽车产业环境的变化以及汽车注塑模具市场竞争环境加剧、原材料价格的波动、劳动力成本上升等因素的影响，发行人可能面临毛利率波动或者下滑的风险，发行人已就相关风险进行了风险提示。

6. 关于应收账款

招股说明书及审核问询回复显示：

发行人应收账款周转率（按净额法列示）为 5.71、3.97、4.04、3.96，低于行业平均水平（6.13、5.96、5.79、5.46）。

请发行人补充披露：

（1）各期应收账款期后回款金额及比例；

（2）坏账准备整体计提比例与同行业可比公司的差异情况，结合回款、账龄分析发行人坏账准备计提的充分性；

（3）发行人应收账款周转率低于行业平均水平的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露及说明

（一）各期应收账款期后回款金额及比例



发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）流动资产构成分析”之“4、应收账款”之“（5）应收账款逾期与回款情况”补充披露如下：

2) 应收账款期后回款情况

报告期内，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

期间	应收账款 余额	期后回款				
		2018 年度	2019 年度	2020 年 1-9 月	合计	期后回款占 应收账款余 额比例
2017.12.31	6,128.41	3,827.59	1,512.40	16.05	5,356.05	87.40%
2018.12.31	11,452.24	-	8,709.86	840.69	9,550.55	83.39%
2019.12.31	11,954.48	-	-	5,564.27	5,564.27	46.55%
2020.6.30	17,438.20	-	-	3,072.79	3,072.79	17.62%

报告期内，公司应收账款期后回款情况较好；2020 年受到新冠疫情影响，部分客户在家办公，导致应收账款回款相对较慢。发行人主要客户均为国内外知名汽车零部件供应商或上市公司，应收账款出现坏账的风险相对较小，发行人已按账龄对应收账款计提了坏账准备。

（二）坏账准备整体计提比例与同行业可比公司的差异情况，结合回款、账龄分析发行人坏账准备计提的充分性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）流动资产构成分析”之“4、应收账款”之“（6）信用减值损失、资产减值损失变动的合理性”之“4）应收账款预计信用损失具体计算过程及结果”之“⑤ 与同行业可比公司对比情况”补充披露如下：

A 与同行业可比公司差异情况

（i）应收账款坏账准备计提比例与同行业对比情况

报告期内，发行人应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司计提比例对比情况如下：



账龄	东江集团	银宝山新	宁波方正	平均值	发行人
1 年以内	不适用	3%	3%	3%	3%
1-2 年	不适用	30%	20%	25%	30%
2-3 年	不适用	70%	50%	60%	70%
3 年以上	不适用	100%	100%	100%	100%

注：东江集团控股适用香港会计准则，因此未进行对比。

发行人应收账款坏账准备计提比例与上市公司银宝山新一致，且 1 至 3 年的坏账准备计提比例高于宁波方正，应收账款坏账准备计提比率略高于行业平均值，坏账准备计提充分。

（ii）应收账款坏账准备余额占比与同行业对比情况

报告期内，发行人应收账款坏账准备余额占期末应收账款余额的比例与同行业可比公司对比情况如下：

年度	东江集团	银宝山新	宁波方正	平均值	发行人
2020 年 1-6 月	不适用	5.65%	4.86%	5.26%	10.06%
2019 年	不适用	7.55%	5.17%	6.36%	11.00%
2018 年	不适用	5.18%	4.32%	4.75%	10.05%
2017 年	不适用	4.66%	5.11%	4.89%	10.09%

注：东江集团控股适用香港会计准则，因此未进行对比。

由上表可知，发行人应收账款坏账准备余额占期末应收账款余额的比例高于同行业可比公司平均值，坏账准备计提充分。

B 发行人回款、账龄对坏账的影响

截至 2020 年 9 月末，报告期各期末应收账款回款比例分别为 87.40%、83.39%、46.55%和 17.62%，应收账款回款良好。

报告期各期末，发行人应收账款余额账龄在 1 年以内的比例分别为 86.95%、83.99%、82.35%、82.66%，应收账款账龄相对较短、质量良好，发生坏账损失的风险较小。

发行人主要客户均系国际知名汽车零部件供应商或上市公司，资信状况良好，回款能力较高，预计发生坏账损失的风险较小。报告期内，发行人仅在 2017 年、2018 年核销应收账款 1.65 万元、0.15 万元，核销金额较小。

综上所述，发行人按账龄计提坏账准备，坏账准备计提比例略高于同行业



可比公司平均值，应收账款坏账准备计提充分。同时，发行人主要客户均系国际知名汽车零部件供应商或上市公司，资信状况良好，回款能力较高，预计发生坏账损失的风险较小。报告期内，发行人应收账款回款情况良好，核销的应收账款金额较小。

（三）发行人应收账款周转率低于行业平均水平的原因。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（三）资产周转能力分析”之“2、应收账款周转能力与同行业可比公司比较分析”补充披露如下：

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：次

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银宝山新	5.65	3.97	3.53	3.80
东江集团控股	5.63	7.40	7.58	7.28
宁波方正	4.86	6.01	6.78	7.30
同行业可比公司平均值	5.26	5.79	5.96	6.13
海泰科（按总额法计算）	2.74	2.92	3.09	3.97
海泰科（按净额法列示）	3.96	4.04	3.97	5.71

注：1、总额法即对同一客户应收账款、预收款项未抵销列示；净额法即同一客户应收账款、预收款项抵销列示；

2、2020 年 1-6 月计算应收账款周转率时营业收入乘以 2。

.....

报告期内，发行人应收账款周转率（净额法）略低于同行业可比公司平均值的主要原因如下：

（1）业务结构存在差异

报告期内，发行人与同行业可比公司模具业务占比对比情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银宝山新	26.33%	26.66%	30.82%	30.08%
东江集团控股	40.72%	25.57%	30.12%	34.92%
宁波方正	96.87%	98.31%	98.35%	97.98%
平均值	33.52%	50.18%	53.10%	54.33%



发行人	95.50%	99.42%	99.43%	98.99%
-----	--------	--------	--------	--------

由上表可知，发行人与宁波方正均以模具业务为主，收入结构较为接近；银宝山新、东江集团控股模具收入占比相对较低，塑料零部件等其他业务占比相对较高。注塑模具生产、销售周期较长，而塑料零部件业务周期较短，因此东江集团控股应收账款周转率较高。

（2）内外销收入结构存在差异

报告期内，发行人外销收入占比与同行业可比公司对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银宝山新	20.20%	19.99%	27.96%	30.22%
东江集团控股	-	53.08%	61.30%	58.61%
宁波方正	35.84%	44.77%	55.50%	51.75%
同行业可比公司平均值	28.02%	39.28%	48.25%	46.86%
海泰科	62.77%	48.08%	63.28%	60.92%

注：1、外销收入占比=外销收入/营业收入；

2、宁波方正外销收入占比=外销收入/主营业务收入；

3、东江集团控股未披露 2020 年 1-6 月内外销收入构成情况。

模具类公司的内销收入一般为客户终验收后确认收入，外销收入一般为报关或签收后确认收入，内销收入确认时点晚于外销收入确认时点，同等情况下，内销应收账款相对外销应收账款更小，因而一般情况下外销应收账款周转率低于内销应收账款周转率。

（3）外销收入确认时点差异影响

由于模具产品单个项目产品金额较大，导致发行人报告期各期收入确认金额受单个客户、单个项目的影响较大，收入确认时点对应收账款余额的影响较大。

2018 年下半年和 2020 年上半年，发行人外销收入占比合计分别为 69.90% 和 58.49%，由于该等期间实现外销收入占比较高，从而导致 2018 年末和 2020 年 6 月末应收账款余额较高，从而拉低了 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月的应收账款周转率。

（4）反向保理占外销收入的比例存在差异



发行人与宁波方正反向保理业务对比情况如下：

单位：万元

公司名称		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
宁波方正	金额	3,783.86	12,222.78	10,640.38	3,184.42
	占比	36.56%	44.21%	35.12%	13.16%
发行人	金额	3,635.58	5,479.27	2,110.59	315.68
	占比	28.81%	33.33%	12.36%	2.34%

注：1、占比=反向保理金额/当期外销收入；

2、银宝山新、东江集团控股未披露相关数据，故未纳入对比范围；

3、宁波方正反向保理业务金额为第三方回款（境外客户通过供应链金融支付货款）。

报告期内，发行人反向保理业务占比显著低于宁波方正，使得发行人外销应收账款余额相对较大，进而导致发行人应收账款周转率低于宁波方正。

综上所述，由于发行人报告期内模具收入和外销收入占比高于同行业可比公司平均值，报告期部分期间内外销收入占比差异使得期末外销应收账款余额较大，以及发行人反向保理业务规模较小，导致发行人 2018 年及之后应收账款周转率相对较低。

二、中介机构核查过程及核查意见

（一）核查过程

申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、获取发行人应收账款期后回款明细表，分析、复核其正确性；
- 2、查阅同行业可比公司应收账款坏账计提政策，并与发行人计提政策进行对比；
- 3、分析发行人应收账款周转率低于同行业可比公司平均值的原因。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、报告期内，发行人应收账款回款良好，核销的应收账款金额较小；
- 2、发行人应收账款坏账准备计提比例略高于同行业可比公司，发行人应收账款期后回款良好、应收账款账龄主要在 1 年内，应收账款坏账准备计提充分；

3、发行人应收账款周转率（净额法）略低于同行业可比公司平均值的主要原因系，发行人业务结构与同行业可比公司存在差异，模具业务及外销收入占比相对较高，以及反向保理业务比例相对较低。

7. 关于存货

招股说明书及审核问询回复显示：

2018 年上海菱石违约，发行人对其在产品计提存货跌价准备。后因对方开具红字发票，发行人冲回跌价准备。

请发行人：

（1）补充披露各期中止、终止订单的情况，对发行人收入的影响；

（2）补充披露对上海菱石违约的具体会计处理，发行人可变现净值的计算方法，是否将税费等变现费用计入可变现净值；

（3）结合发行人存货余额及库龄结构的变动情况，补充披露发行人各期存货跌价准备计提的充分性及可变现净值的准确性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，结合计价测试过程、存货特别是发出商品的盘点等具体程序的充分性发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露及说明

（一）补充披露各期中止、终止订单的情况，对发行人收入的影响

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债分析”之“1、流动负债构成情况分析”之“（3）预收款项”之“4）账龄超过 1 年的大额预收款项”补充披露如下：

汽车模具系生产汽车零部件的基础工艺装备，对于下游整车厂商顺利推出新车型具有重要意义。下游汽车整车客户按照车型推出计划安排模具的生产、交付



进程，注塑模具可能存在因下游客户车型推出计划安排调整出现延缓模具生产和交付的情形，但一般不会出现长期中止或终止的订单。

① 终止订单情况

报告期内，发行人主要终止订单具体情况如下：

单位：万元

客户	项目名称	终止订单 合同金额	账面成本	终止原因
上海菱石	ESCAR 项目	965.28	344.38	客户违约，正在进行破产清算；已计提减值
上海英汇科技发展有限公司	9BYH	162.07	64.40	对应车型取消，导致订单终止；预收款项为 56.40 万元，客户已确认会支付尾款差异
劳士领汽车配件（长春）有限公司	MRA2	176.00	46.82	对应车型取消，导致订单终止；预收款项大于账面成本
合计		1,303.35	455.60	

注：账面成本为截至 2020 年 6 月 30 日金额。

当收到客户终止订单通知时，发行人一般先与客户沟通，了解终止原因及后续安排，并协商后续订单处理、赔偿等情况。由于模具产品为定制化产品，除特定客户原预计用途外难以用作其他用途。报告期各期末，发行人已根据预计或者已经收到的款项低于账面金额的差额计提存货跌价准备。

报告期内，发行人主要终止订单金额为 1,303.35 万元，主要为与上海菱石的订单金额较大影响。上海菱石正在进行破产清算，发行人已就预收款项和账面成本差额全额计提存货跌价准备。报告期内，发行人未对上述已终止订单相应的存货确认收入。

② 中止的订单

由于下游汽车开发进度影响，发行人存在中止的订单。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人主要中止订单具体情况如下：

单位：万元

客户	项目名称	账面成本
常熟汽饰	MBU1	218.85
	LEU	63.07
广州法雷奥发动机冷却有限公司	MRA2	56.73



客户	项目名称	账面成本
合计		338.65

注：账面成本金额截至 2020 年 6 月 30 日。

受下游客户整车开发计划以及新车型推出计划延迟的影响，发行人存在少部分模具中止的情况，符合所在行业特点。虽然模具开发进度有所延后，但后续一般仍会正常进行。发行人以预计可收回价值减去至完工时将要发生的成本、运费、售后服务费和附加税费等作为中止订单的可变现净值，并进而确定是否需要计提存货跌价准备。

报告期内，发行人尚未对上述中止的存货确认收入。

（二）补充披露对上海葑石违约的具体会计处理，发行人可变现净值的计算方法，是否将税费等变现费用计入可变现净值

2019 年度，发行人对上海葑石的在产品已计提的存货跌价准备冲回 65.78 万元。本次存货跌价准备冲回的原因系上海葑石向发行人退回此前已经开具发票但上海葑石尚未付款发票，故发行人向上海葑石开具红字增值税专用发票予以冲回多计提的销项税增值税，导致需缴纳的增值税销项税减少 65.78 万元，与此同时预收款项增加 65.78 万元。发行人在计提上海葑石项目相关的存货跌价准备时，采用账面成本与预收款项的差额计提减值准备，前述开具红字发票事项使得已计提的存货跌价准备冲回 65.78 万元。本次存货跌价准备冲回系因开具红字增值税发票导致增值税销项税变化原因导致，而非由于其他因素导致，且金额不重大，不会对发行人的财务报表产生重大不利影响。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）流动资产构成分析”之“7、存货”之“（3）存货跌价准备”之“1）存货跌价准备计提情况”补充披露如下：

2018 年度开始上海葑石未按合同约定履行付款义务，经协商无果后，海泰科模具于 2019 年度向上海市宝山区法院提起诉讼，并申请诉讼保全 900 万元，冻结其银行存款 900 万元。2020 年 3 月，上海市宝山区人民法院出具（2019）沪 0113 民初 14860 号《民事判决书》，判决上海葑石支付海泰科模具定作价款 789.25 万元。2018 年末、2019 年末、2020 年 6 月末，海泰科模具对涉及的模具

按账面成本与预收款项的差额计提减值准备，存货跌价准备余额分别约 387.38 万元、321.60 万元、321.60 万元。

报告期内，发行人尚未对上述涉及上海菱石的存货确认收入。发行人对上海菱石订单对应的存货项目计提减值准备时，由于模具产品为定制化产品，除上海菱石原预计用途外难以用作其他用途，因此发行人仅以已收取的预收款项作为可变现净值的确定依据，未考虑模具的处置收益及将要发生的税费。

报告期内，发行人关于上海菱石违约的具体会计处理：

① 收到预收款时

借：银行存款

贷：预收款项

② 开具发票时（税项包含已预收及尚未预收款项）

借：预收款项

贷：应交税费-应交增值税（销项税额）

③ 客户退回已开票但尚未支付款项时开具红字发票并冲回对应税额

借：预收款项（负数）

贷：应交税费-应交增值税（销项税额）（负数）

④ 计提存货跌价时

借：资产减值损失

贷：存货跌价准备

⑤ 冲回存货跌价准备时

借：存货跌价准备

贷：资产减值损失

（三）结合发行人存货余额及库龄结构的变动情况，补充披露发行人各期存货跌价准备计提的充分性及可变现净值的准确性



发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）流动资产构成分析”之“7、存货”之“（3）存货跌价准备”之“3）存货跌价测试和可变现净值具体计算过程”补充披露如下：

②存货跌价准备计提方法及可变现净值计算过程

在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。发行人可变现净值计算方法如下：

存货类别	可变现净值计算方法
原材料、周转材料	库龄 1 年以上的，以库龄作为计算可变现净值依据，对库龄 1 年以上的原材料及周转材料预计其可变现净值为 0
库存商品、发出商品、在产品	按项目分类，正常执行订单和中止订单以预计售价（合同不含税价格或预计可收回价值）减去至完工时将要发生的成本、运费（按当期运费占营业收入的比例计算，内外销产品分别计算运费比例）、售后服务费（注塑模具按不含税合同价格的 1.5%）、附加税费（城建税、教育费附加、地方教育费附加）作为可变现净值；因客户原因终止的订单以已收取款项或者预计可收取款项减去已经发生的成本作为可变现净值。

报告期内，发行人可变现净值计算准确、合理。

.....

6）存货余额变动与存货跌价准备计提情况

报告期内，发行人存货余额变动情况及当期计提存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31
存货余额变动金额	1,621.54	4,894.71	7,045.83
当期计提存货跌价准备	61.25	-6.78	484.98

报告期内，发行人存货规模增加的主要原因为随着公司经营规模的扩大，销售订单不断增加，同时由于汽车模具生产、验收周期较长，公司期末注塑模具在产品、发出商品等增加，导致存货增加。

报告期内，发行人存货余额增加与当期计提存货跌价准备金额并无明显的匹配关系，主要原因系：发行人主要产品注塑模具为定制化产品，每套模具与订单



一一对应，一般情况不存在减值的情况。

7) 存货库龄与存货跌价准备的分析

①报告期各期末存货库龄及存货跌价准备金额情况

报告期内，发行人各项存货库龄分布与存货跌价准备对应情况如下：

单位：万元

期间	项目	1 年以内	1 到 2 年	2 到 3 年	3 年以上	小计	存货跌价准备	账面价值
2020.6.30	发出商品	2,048.51	5,105.20	151.84	-	7,305.56	-	7,305.56
	库存商品	99.40	179.16	-	-	278.56	4.08	274.48
	在产品	11,873.90	2,153.23	1,921.43	914.40	16,862.96	359.63	16,503.34
	原材料	1,106.91	83.58	77.02	5.53	1,273.04	166.13	1,106.91
	周转材料	51.37	7.48	2.70	0.17	61.72	10.35	51.37
	合计	15,180.09	7,528.66	2,152.99	920.10	25,781.84	540.18	25,241.65
	占比	58.88%	29.20%	8.35%	3.57%	100.00%	2.10%	97.90%
2019.12.31	发出商品	255.08	2,907.35	1,340.88	-	4,503.31	-	4,503.31
	库存商品	669.08	278.74	-	-	947.82	-	947.82
	在产品	9,057.57	7,586.30	900.21	65.48	17,609.56	337.94	17,271.61
	原材料	904.98	37.89	91.15	8.17	1,042.19	137.21	904.98
	周转材料	48.86	4.77	3.47	0.33	57.43	8.57	48.86
	合计	10,935.57	10,815.05	2,335.71	73.98	24,160.31	483.72	23,676.58
	占比	45.26%	44.76%	9.67%	0.31%	100.00%	2.00%	98.00%
2018.12.31	发出商品	817.39	2,020.86	1,068.63	-	3,906.88	-	3,906.88
	库存商品	191.95	-	-	-	191.95	-	191.95
	在产品	9,512.77	4,889.70	62.93	-	14,465.39	390.36	14,075.04
	原材料	522.29	91.15	8.17	-	621.60	99.32	522.29
	周转材料	75.96	3.47	0.33	-	79.76	3.80	75.96
	合计	11,120.36	7,005.18	1,140.06	-	19,265.58	493.48	18,772.10
	占比	57.72%	36.36%	5.92%	-	100.00%	2.56%	97.44%
2017.12.31	发出商品	526.89	3,285.71	311.21	73.82	4,197.63	-	4,197.63
	库存商品	140.27	-	-	56.97	197.24	-	197.24
	在产品	6,331.97	1,073.01	6.87	-	7,411.85	-	7,411.85
	原材料	346.03	8.17	-	-	354.19	8.17	346.03
	周转材料	58.51	0.33	-	-	58.85	0.33	58.51
	合计	7,403.67	4,367.22	318.08	130.79	12,219.76	8.50	12,211.26
	占比	60.59%	35.74%	2.60%	1.07%	100.00%	0.07%	99.93%

报告期内，发行人注塑模具从项目启动到终验收一般需要 14-24 个月，存货余额库龄主要在 2 年以内。发行人库龄超过 1 年的主要原因系上述周期较长所致。

② 存货库龄变化与存货跌价准备计提

报告期内，发行人存货库龄结构如下：

库龄	2020. 6. 30	2019. 12. 31	2018. 12. 31	2017. 12. 31
1 年以内	58.88%	45.26%	57.72%	60.59%
1-2 年	29.20%	44.76%	36.36%	35.74%
2-3 年	8.35%	9.67%	5.92%	2.60%
3 年以上	3.57%	0.31%	-	1.07%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，发行人存货库龄在 2 年以内的占比分别为 96.33%、94.08%、90.02% 和 88.03%。报告期内，发行人注塑模具从项目启动到终验收一般需要 14~24 个月，存货余额库龄主要在 2 年以内。各报告期存货库龄较长的具体情况分析如下：

A. 2017 年末，发行人主要存货库龄均在两年以内，占比达 96.33%。库龄超过 2 年的存货主要为发出商品，且均已于报告期内完成终验并确认收入。

B. 2018 年末，发行人主要存货库龄均在两年以内，占比达 94.08%。存货库龄超过 2 年的主要系发出商品 1,068.63 万元，此部分发出商品已于 2019 年全部完成终验收并确认收入。

C. 2019 年末，发行人主要存货库龄均在两年以内，占比达 90.02%。存货库龄超过 2 年的主要系发出商品 1,340.88 万元和在产品 965.69 万元。其中：(i) 发出商品已于 2020 年 1-6 月全部完成终验收。(ii) 在产品中上海莹石项目存货 344.38 万元因对方已申请破产故已计提存货跌价；新泉股份 PG301 项目 349.16 万元因车型推出计划延迟使得生产周期相应延长，该项目目前已按照新的时间计划进行生产，预计 2020 年底进行交付。

D. 2020 年 6 月末，发行人主要存货库龄均在两年以内，占比达 88.03%。存货库龄超过 2 年的主要系在产品 2,835.83 万元，其中：(i) 上海莹石在产品项目 344.38 万元因上海莹石已申请破产已相应计提存货跌价；(ii) 常熟汽饰

在产品项目 281.92 万元处于中止状态，项目开发进度有所延后；(iii) 在产品账面价值 914.59 万元因车型推出计划延迟使得生产周期延长，截至 2020 年 6 月末，该等项目已正常推进生产，预计 2020 年底交付；(iv) 截至本反馈意见回复之日，在产品项目 536.33 万元已完工并发货。

二、中介机构核查过程及核查意见

（一）核查过程

申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、了解存货相关内部控制并执行内控测试；
- 2、取得发行人报告期内存货清单，对存货余额实施分析性程序，并结合同行业情况，分析存货结构及金额是否合理；
- 3、对 2019 年末及 2020 年 6 月末存货实行监盘，查看存货状态，监盘程序如下：
 - （1）了解并评价发行人盘点方式的合理性；
 - （2）监盘前，获取发行人盘点通知、存货明细表，复核盘点人员分工及时间安排；
 - （3）制定监盘计划，明确监盘的存货范围、监盘人员及时间，确定监盘重点；
 - （4）实施监盘，观察仓库中存货分布情况，观察发行人盘点人员的盘点过程，是否按照盘点计划执行，并准确记录存货数量和状况，过程中重点关注存货数量是否存在差异、存货状态是否存在毁损破坏情况；
 - （5）实施抽盘，从两个方向进行抽盘，选取存货明细表中存货追查至实物，选取现场实物与存货明细表进行核对；
 - （6）取得盘点结果汇总记录，完成监盘结果汇总表，并与盘点日账面记录存货结存数量核对，如有盘点差异，进一步检查差异原因并分析合理性；
 - （7）盘点数量倒轧，获取盘点日到资产负债表日存货出入库单，取得并复核存货盘点倒轧表。

4、获取发行人 2017 年末、2018 年末存货盘点表，分析存货盘数量是否与账面一致，以及存在差异的原因；

5、对发出商品进行函证，并对未回函以及回函不符的进行替代测试；针对库龄较长的发出商品，结合公司于各期末执行的对发出商品的盘点、检查程序，查看发出商品是否位于对应客户的指定地点，数量是否与账载信息、发货信息一致，同时询问项目实施情况，发出商品是否存在违约的情形；

6、针对库龄较长的存货，查看存货状态，了解库龄较长的原因；

7、取得发行人存货对应订单的执行情况，并复核分析中止、终止的原因及合理性，对发行人的影响；

8、取得发行人存货跌价准备计提政策以及存货跌价准备计算表，复核可变现净值的准确性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，由于下游客户违约或者整车车型取消导致发行人主要终止订单涉及成本金额为 455.60 万元，金额较小，且如需计提减值的已计提减值准备；截至 2020 年 6 月末，发行人主要中止订单涉及成本金额为 338.65 万元，金额较小，受下游客户整车开发计划以及新车型推出计划，发行人出现模具中止情况符合所在行业特点。虽然模具开发进度有所延后，但后续一般仍会正常进行。因此，发行人以合同不含税价格减去至完工时将要发生的成本、运费（按当期运费占营业收入的比例计算，内外销产品分别计算运费比例）、售后服务费（注塑模具按不含税合同价格的 1.5%）、附加税费（城建税、教育费附加、地方教育费附加）作为中止订单的可变现净值；

2、发行人针对上海菱石的会计处理符合《企业会计准则》，可变现净值依据预收款项确定，考虑到报告期内与上海菱石的交易处于诉讼中，由于模具产品为定制化产品，除上海菱石原预计用途外难以用作其他用途，因此发行人仅以已收取的预收款项作为可变现净值的确定依据，未考虑模具的处置收益及将要发生的税费具有合理性；



3、（1）报告期内，发行人随着经营规模扩大，以及注塑模具生产、验收或交付周期较长，存货余额不断增加。由于注塑模具前期投入金额较大，且属于定制化产品，一般情况下存货与订单一一对应，出现存货减值的可能性较低。（2）发行人注塑模具从项目启动到终验收一般需要 14~24 个月，因此存货库龄一般在 2 年以内，符合行业特点，发生减值的可能性较低。（3）结合发出商品盘点和函证，发行人发出商品完整，真实存在，不存在毁损、残次的情况，不存在违约的情形。（4）发行人可变现净值计算准确。



中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

（本页无正文，为《关于青岛海泰科模塑科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之中兴华签字盖章页）



中国注册会计师：

李江山



中国注册会计师：

丁兆栋



中国注册会计师：

杜岩



中国•北京

二〇二〇年十月十九日