

关于宁波方正汽车模具股份有限公司



申请首次公开发行股票并在创业板上市的 审核中心意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



国元证券股份有限公司
GUOYUAN SECURITIES CO.,LTD.

（安徽省合肥市梅山路 18 号）

目录

问题 1、关于实际控制人近亲属控制的如强模塑	4
问题 2、关于毛利率	9
问题 3、关于第三方回款	27
问题 4、关于审计截止日后财务信息及经营状况	31
问题 5、关于第一大客户	40

深圳证券交易所：

根据贵所《关于宁波方正汽车模具股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函[2020] 010714 号）的要求，国元证券股份有限公司（以下简称“保荐人”、“保荐机构”）作为宁波方正汽车模具股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”）申请首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），本着勤勉尽责、诚实信用的原则，认真履行了尽职调查义务，并会同天职国际会计师事务所（以下简称“申报会计师”）、北京国枫律师事务所（以下简称“发行人律师”），针对有关问题进行了认真核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复中使用的简称或名词释义与《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招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。

本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

本回复报告中的字体代表以下含义：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
涉及招股说明书的修改或补充披露	楷体（加粗）

问题 1、关于实际控制人近亲属控制的如强模塑

招股说明书显示，如强模塑系发行人共同实际控制人方永杰之兄方永华家族控制的公司，其主要产品也包含模具和少量注塑件，与发行人主要产品同应用于汽车行业。请发行人说明发行人与如强模塑是否存在为对方承担成本费用情形，未来会否从事对方主要产品的开发、拓展，未来会否形成直接竞争。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人说明发行人与如强模塑是否存在为对方承担成本费用情形，未来会否从事对方主要产品的开发、拓展，未来会否形成直接竞争。

（一）发行人与如强模塑不存在通过业务往来为对方承担成本费用的情形

1、发行人与如强模塑不存在通过业务往来为对方承担成本费用的情形

根据发行人的陈述、“天职业字[2020] 34903 号”《审计报告》、发行人及如强模塑的财务资料、资金流水，并经访谈方永华家族，报告期内，如强模塑与发行人不存在关联交易，发行人与如强模塑不存在为对方提供部分加工工序的情形。发行人与如强模塑不存在通过业务往来为对方承担成本费用的情况。

2、发行人与如强模塑不存在通过重叠供应商为对方承担成本费用的情况

根据发行人的陈述、《招股说明书（申报稿）》，报告期内，发行人与如强模塑存在重叠供应商的情况。经比较发行人与如强模塑同品种采购单价、发行人与其他第三方采购单价，检查报告期内发行人与如强模塑的资金流水、发行人实际控制人、全体董监高、以及销售部、采购部和财务部主要人员的资金流水，并经抽查发行人与如强模塑的相关采购合同，实地走访发行人年度采购金额超 100 万元的重叠供应商或取得其书面确认，重合供应商与发行人和如强模塑的交易均按市场公允价格定价，与其他第三方供应商的交易价格不存在不合理的差异，价格公允。

经查验，年度采购金额超 100 万元的重叠供应商均已出具如下声明：

“（1）本企业与发行人、如强模塑的交易价格均为市场价格，有效、公允。

如存在价格差异的情况，也是由于具体交易类型、交易量以及不同客户的议价能力不同等因素造成的，符合正常的商业逻辑和行业惯例，不存在违背正常市场规律的交易价格。

（2）本企业与发行人、如强模塑之间不存在关于交易价格的特殊安排，不存在共同约定降低一方交易价格、提高另一方交易价格的情形，不存在帮助发行人与如强模塑进行利润转移的情形。

（3）发行人与如强模塑是两家相互独立的企业，由不同的采购人员负责对接，属于不同的采购体系，并非受同一实际控制人控制。本企业从未将上述两家企业混同。发行人、如强模塑与本企业的商务谈判、定价、签约、付款均保持独立，从未发生捆绑定价或代垫成本、代付货款的情形。”

综上，发行人与如强模塑存在部分重合供应商，重合供应商与发行人和如强模塑的交易均按市场公允价格定价，与其他第三方供应商的交易价格不存在不合理的差异，价格公允。发行人与如强模塑不存在通过重叠供应商为对方承担成本费用的情形。

综上所述，保荐人、发行人律师认为，发行人与如强模塑不存在为对方承担成本费用的情况。

（二）发行人与如强模塑的主要产品、发展战略及竞争情况

1、发行人与如强模塑的主要产品

根据如强模塑出具的声明、如强模塑的财务资料，经访谈如强模塑管理人员，如强模塑主营业务为模具和少量注塑件，模具产品以汽车车灯系统模具为主。具体如下：（1）2017 年度、2018 年度、2019 年度，如强模塑汽车车灯模具占全部模具收入的比例分别为 64.13%、64.64%、49.77%。2020 年上半年因新冠疫情，如强模塑主要汽车车灯模具境外客户海拉集团停工停产，导致海拉集团收入占比下降，造成车灯模具收入占比下降至 31.36%，但 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日，如强模塑新增模具订单中汽车车灯模具占比约为 87%。（2）报告期内，如强模塑的主要客户一直是海拉集团、星宇车灯、敏实集团，未发生重大变化，汽车车灯系统模具仍为如强模塑的主要产品。

发行人主要从事汽车内饰件系统及附件、汽车油箱系统和少量汽车外饰系统的模具业务。截至本回复出具之日，发行人不存在从事车灯系统模具业务。

综上，如强模塑的主要产品为汽车车灯系统模具，而发行人主要从事汽车内饰件系统及附件、汽车油箱系统和少量汽车外饰系统的模具业务。双方同类产品重叠较少，产品类型差异较大。经查验，发行人与如强模塑仅 2017 年存在一家重叠客户长城汽车股份有限公司，发行人对长城汽车股份有限公司的销售金额为 197.06 万元，占 2017 年营业收入的 0.42%。发行人与如强模塑的主要客户不存在重叠。

2、发行人与如强模塑的未来发展战略

根据如强模塑出具的书面声明，如强模塑计划未来 3-5 年内将继续专注于车灯模具的设计、生产、销售，未来拟成为国内知名的前十大车灯模具生产提供商。如强模塑不曾、不会、无必要与发行人就股权、资产、人员、财务、机构、客户、供应商达成任何协议安排；亦不会与发行人发生任何形式的交易；日常经营中，不会与发行人进行利益交换、利益输出或输入的行为；将继续保持与发行人在各个方面的独立性。

根据发行人及其实际控制人的陈述、发行人董事会战略委员会决议，发行人的主要技术优势在汽车内饰件系统及油箱系统模具领域，未来将继续深耕于既有的优势领域，以汽车内饰件系统及油箱系统模具的设计生产、零部件、智能装备为核心业务，不从事汽车车灯系统模具的开发、拓展，避免与如强模塑形成直接竞争。

综上所述，发行人与如强模塑主要客户不存在重叠，且未来发展战略不同。结合双方各自主要客户情况及发展战略，发行人未来不会从事如强模塑的主要产品的开发、拓展，并承诺避免与如强模塑形成直接竞争。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“六、同业竞争”之“（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争”之“3、控股股东、实际控制人的其他亲属从事模具业务的相关情况”补充披露：

“

⑤主要产品类型差异较大

如强模塑的主要产品为模具和少量注塑件，其中模具产品以汽车车灯系统模具为主，其余为外饰件模具及家电模具等，2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月如强模塑的汽车车灯模具占全部模具收入的比例分别为 64.13%、64.64%、49.77%和 31.36%。

2020 年 1-6 月如强模塑汽车车灯模具的收入占比下降较多，主要原因为：

(1) 如强模塑的客户数量较少，主要为德国海拉集团、敏实集团、星宇车灯等，由于单个客户的收入占比较高，单个客户的收入下降对如强模塑的收入结构影响较大。如强模塑汽车车灯模具最大的客户德国海拉集团系境外客户，2017-2019 年收入占比超过 30%，2020 年上半年受新冠疫情影响停工停产，致使如强模塑当期车灯模具的外销收入大幅下降，进而拉低了车灯模具的收入占比；

(2) 因中国境内疫情得到有效控制，如强模塑 2020 年上半年收入超过 70%为内销业务，但收入规模整体较小。综上所述，受疫情因素影响的汽车车灯模具收入占比下降并不代表如强模塑正常经营状况下的收入结构，不具有持续性。2020 年上半年如强模塑新增的模具订单中，汽车车灯模具订单占比约为 87%，并将在未来期间确认收入。目前德国海拉集团、敏实集团、星宇车灯仍为如强模塑的主要客户，未发生重要变更，汽车车灯模具仍为如强模塑的主要产品。报告期内未发生重大变化。

相比于如强模塑，报告期内发行人无汽车车灯模具业务，发行人的模具产品主要用于汽车内饰件系统及附件、汽车油箱系统和少量汽车外饰系统等，报告期内，发行人汽车内饰件和油箱系统模具收入占全部模具收入的比例较高，分别为 75.76%、67.24%、72.82%和 83.10%，报告期内发行人汽车外饰系统模具收入平均占比低于 13%。因此，发行人与如强模塑的模具产品类型差异较大。

中山如强主要生产家电、家居类注塑件，报告期内非汽车用注塑件收入占其注塑件总收入的 90%左右；发行人主要生产汽车用注塑件制品，报告期内汽车用注塑件制品收入占其注塑件总收入的 90%以上，发行人与中山如强的产品类型差异较大。

综上，发行人的模具产品主要集中在汽车内饰系统及附件、汽车油箱系统，

而如强模塑的模具产品主要用于汽车车灯系统；发行人的注塑件产品主要为汽车用注塑件，而中山如强的注塑件产品主要为家电、家居等非汽车用注塑件，因此发行人与如强模塑、中山如强的产品类型差异较大。

”

二、请保荐人、发行人律师发表明确意见。

保荐人、发行人律师执行了以下核查流程：

1、取得并检查了发行人及如强模塑的财务资料、资金流水，取得并检查了发行人实际控制人、全体董监高、以及销售部、采购部和财务部主要人员报告期内的银行流水；

2、访谈方永华家族，取得其与发行人不存在关联交易、不存在为对方提供部分加工工序的情形、不存在通过业务往来对对方承担成本费用的情况等说明。

3、实地走访或电话访谈了发行人与如强模塑主要重叠供应商，并取得了供应商的声明。

4、抽查了发行人与如强模塑重叠供应商的采购合同。

经核查，保荐人、发行人律师认为发行人与如强模塑不存在为对方承担成本费用的情况。发行人与如强模塑主要客户不存在重叠，且未来发展战略不同。结合双方各自主要客户情况及发展战略，发行人未来不会从事如强模塑的主要产品的开发、拓展，并承诺避免与如强模塑形成直接竞争。

问题 2、关于毛利率

前次审核问询回复显示，报告期各期，大型注塑模具内销毛利率分别为 23.80%、23.30%、23.37%和 19.01%；大型注塑模具外销毛利率分别为 37.60%、40.76%、28.04%和 14.05%。2020 年上半年，受新冠疫情和下游行业不景气的影响，发行人二期生产基地建成投产导致折旧摊销等成本增加，大型注塑模具毛利率下滑。但 2020 年上半年大型注塑模具毛利率的下滑幅度高于其他产品，大型注塑模具外销毛利率下滑幅度高于内销毛利率。2020 年 1-6 月精密注塑模具内销毛利率上升，外销毛利率下滑。

请发行人：

(1) 补充披露并量化分析 2020 年 1-6 月公司大型注塑模具毛利率的下滑幅度高于别的产品的原因和合理性；

(2) 结合下游客户、定价方式、单位成本变动等，补充披露并量化分析 2020 年 1-6 月公司大型注塑模具外销毛利率下滑幅度高于内销毛利率的原因和合理性；2020 年 1-6 月精密注塑模具内销毛利率上升，外销毛利率下滑的原因和合理性；

(3) 补充披露新收入准则关于运费的处理对 2020 年 1-6 月毛利率的影响；

(4) 结合毛利率变动情况充分披露下游行业景气程度等因素对发行人业绩的影响，并就业绩及毛利率的波动性进行充分的风险揭示。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

【回复】

一、补充披露并量化分析 2020 年 1-6 月公司大型注塑模具毛利率的下滑幅度高于别的产品的原因和合理性；

【招股说明书修改】

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、盈利能力分析”之“（三）毛利率分析”中补充披露：

“

12、2020 年 1-6 月公司大型注塑模具毛利率的变化原因

2020 年 1-6 月公司各类产品毛利率及变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	
	毛利率	变动率
大型注塑模具	16.74%	-9.15%
吹塑模具	49.89%	0.09%
精密注塑模具	30.65%	2.34%

2020 年 1-6 月，公司大型注塑模具毛利率较 2019 年减少 9.15 个百分点，吹塑模具毛利率较 2019 年增加 0.09 个百分点，精密注塑模具毛利率较 2019 年上升 2.34 个百分点。2020 年 1-6 月公司大型注塑模具毛利率的下滑幅度高于吹塑模具和精密注塑模具的原因主要为：

①二期基地投产、搬迁及产能利用率下降等因素对大型注塑模具的成本影响大于另外两类模具

二期生产基地主要用于大型注塑模具生产，2019 年新旧厂区搬迁人员培训增加了相关成本并使产能利用率下降，上述因素致使大型注塑模具的分摊成本较高，吹塑模具及精密注塑模具的分摊成本较少，具体情况如下：

单位：万元

项目	大型注塑模具	吹塑模具	精密注塑模具
2020 年 1-6 月：			
二期生产基地折旧人工对营业成本的影响额 a	724	85	47
厂区搬迁相关成本及产能利用率下降对营业成本的影响额 b	1,294	-	-
上述因素合计影响 c=a+b	2,019	85	47
上述因素对毛利率的影响 d=c/当期确认的收入	11.4%	2.1%	1.8%
2019 年度：			
上述因素对 2019 年度毛利率的影响 e	4.7%	1.0%	0.7%
差额 f=d-e	6.7%	1.1%	1.1%

经模拟测算，上述因素致 2020 年 1-6 月公司确认收入的大型注塑模具毛利率下降约 6.7 个百分点，导致同期吹塑模具和精密注塑模具毛利率下降约 1.1 个百分点。

二期生产基地主要用于提升大型注塑模具的自动化、数字化、智能化水平，新增的设备和人员主要用于大型注塑模具事业部，公司对各类模具分事业部管

理单独核算，二期基地的折旧摊销人工成本由大型注塑模具分摊的较多；此外，2019 年新旧厂区布局调整、搬迁调试、人员培训等因素增加了相关成本并导致发行人的产能利用率从 2018 年的 110.54%下降至 2019 年的 80.80%，上述因素致使 2019 年生产的大型注塑模具产品的分摊成本较高，高于其他两类模具，因此 2020 年上半年大型注塑模具产品的毛利率下降幅度较大。

②受下游景气度影响，大型注塑模具报价的利润空间受到压缩，而精密注塑模具和吹塑模具受到的影响相对较小。

受汽车行业景气度下滑的影响，整车厂将降成本的压力层层传导给上游供应商。大型注塑模具一般单价较高，客户对其价格的敏感度较高，因此在与下游客户议价时，大型注塑模具的报价利润空间易受到挤压。

发行人的吹塑模具产品因市场竞争对手较少，因此报价的利润空间变化较小，毛利率变动也较小。精密注塑模具一般体积较小，单价较低，有些因满足特殊的外观或功能要求，技术难度较高，可替代性较少，客户对其价格的敏感度相对较弱，因此下游景气度变动对吹塑模具、精密注塑模具价格的影响相对较小。

③2020 年 1-6 月精密注塑模具毛利率小幅上升的原因

使用精密注塑模具生产的塑料产品一般对外观、结构空间等有特殊要求，部分用于高端车型、特殊位置的精密模具因精度、外观、复合工艺、功能等技术要求较高，报价的利润空间也较高且相对稳定，2020 年上半年发行人这类精密模具的收入占比较高，例如 2020 年上半年发行人向均胜电子销售的奔驰双色电镀件产品模具、向秦皇岛威卡威汽车零部件有限公司销售的奔驰双色电镀件产品模具和向沈阳锦达塑料制品有限公司销售的通用 9BUX 项目，该类产品的平均毛利率为 42.07%，占营业收入的比例为 27.92%，拉高了发行人 2020 年上半年精密注塑模具的毛利率水平。

综上所述，2020 年 1-6 月公司大型注塑模具毛利率的下滑幅度高于吹塑模具和精密注塑模具的原因主要为大型注塑模具受二期生产基地折旧人工成本增加以及因厂区搬迁产能利用率下降导致的成本分摊增加的影响较大，此外受下

游景气度影响，大型注塑模具报价的利润空间受到一定挤压，而精密注塑模具和吹塑模具受到的影响相对较小所致。

”

二、结合下游客户、定价方式、单位成本变动等，补充披露并量化分析 2020 年 1-6 月公司大型注塑模具外销毛利率下滑幅度高于内销毛利率的原因和合理性；2020 年 1-6 月精密注塑模具内销毛利率上升，外销毛利率下滑的原因和合理性；

（一）2020 年 1-6 月公司大型注塑模具外销毛利率下滑幅度高于内销毛利率的原因和合理性

【招股说明书修改】

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、盈利能力分析”之“（三）毛利率分析”中补充披露：

“

13、2020 年 1-6 月公司大型注塑模具外销毛利率下滑幅度高于内销毛利率的原因

2020 年 1-6 月公司大型注塑模具外销毛利率下降 13.99 个百分点，内销毛利率下降 4.36 个百分点，外销毛利率的下降幅度大于内销毛利率，主要原因如下：

（1）因下游客户的差异，外销产品报价的利润空间有所下降。

发行人大型注塑模具内销和外销的定价方式均为成本加成，经客户询价议价后确定模具价格。2020 年 1-6 月发行人大型注塑模具的外销客户主要为萨玛汽车、佛吉亚、德科斯米尔等，内销客户主要为一汽富维、延锋、京威股份等。

发行人内销业务的竞争对手主要是国内模具厂商，多年来价格竞争较为充分，项目报价的利润空间较小，因此近年来内销产品的降价幅度较小。

发行人的外销产品与境外模具供应商相比具有明显的价格优势，外销客户

对价格敏感度较低，产品利润空间较大，但近年来随着国外客户引入更多中国模具厂商参与报价，尤其随着 2019 年以来下游汽车行业景气度下滑，外销客户对价格敏感度提高，因此发行人大型注塑模具的外销利润空间有所下降。

(2) 受 2019 年二期生产基地投产、新旧厂区搬迁人员培训导致产能利用率下降等因素影响，2019 年生产的产品分摊成本较大，致使毛利率水平整体较低。由于内外销验收周期的不同，2020 年上半年大型注塑模具外销收入中 2019 年订单产品在当期确认收入的占比较高，因此拉低了外销的毛利率水平。

2019 年二期生产基地建成投产、新旧厂区布局调整搬迁以及新人员培训等导致当年产能利用率下降，上述因素致使 2019 年生产的大型注塑模具产品分摊成本较高，毛利率水平整体较低。由于内外销验收周期的不同，2020 年上半年与 2019 年大型注塑模具的内外销收入结构中，2019 年订单产品确认收入的占比并不相同，具体情况如下：

单位：万元

项目	外销		内销	
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度
收入	8,095.55	22,718.87	9,605.26	19,317.69
毛利率	14.05%	28.04%	19.01%	23.37%
其中：2019 年订单收入	7,083.67	3,164.72	3,499.98	354.08
2019 年订单占收入比例	87.50%	13.93%	36.44%	1.83%
其中：2019 年订单毛利率	14.39%	22.79%	17.89%	21.18%

由上表可见，2019 年订单产品的毛利率总体较低，主要系 2019 年二期生产基地投产导致折旧和人工成本上升，以及新旧厂房搬迁、人员培训导致产能利用率下降，成本分摊较多所致。2020 年 1-6 月大型注塑模具外销收入中，2019 年订单收入占比为 87.50%，较上年占比上升了 73.57%；同期内销收入中 2019 年订单收入占比为 36.44%，较上年占比上升 34.61%，由于 2020 年 1-6 月外销收入中 2019 年订单占比的权重变动远大于内销，致使当期外销毛利率下降幅度高于内销。

(3) 从单位成本角度看，2020 年上半年大型注塑模具外销成本高于内销。

项目	外销		内销	
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度
平均单位售价（万元/套）	99.95	124.83	56.17	68.50

平均单位售价变动率	-19.93%		-18.00%	
平均单位成本（万元/套）	85.91	89.83	45.49	52.50
平均单位成本变动率	-4.36%		-13.34%	

发行人模具产品均为定制化产品，其单位售价及单位成本波动亦受模具材质、工艺、用途等因素影响，2020 年 1-6 月发行人大型注塑模具的外销单价降幅与内销单价的降幅接近，但外销单位成本的降幅 4.36% 小于内销单位成本的降幅 13.34%，致使外销毛利率较内销下降得更多。

2020 年 1-6 月大型注塑模具内外销单位成本中，分订单年度的变动情况如下：

项目	外销	内销
单位成本较上一年度变动率	-4.36%	-13.34%
其中：2019 年订单模具单位成本变动率	-0.73%	-1.51%
2019 年订单模具成本占内/外销成本的比例较上一年的变动率	72.20%	35.01%

由上表可见，由于内外销验收周期的不同，2020 年 1-6 月确认收入的外销模具中来自 2019 年订单的占比较上年增长了 72.20%，大幅高于内销的 35.01%。另一方面，2019 年订单产品因受二期基地投产等因素的影响分摊成本较高，在同期单位售价下降过程中，单位成本较上一年下降幅度较小，分别为 0.73% 和 1.51%，2020 年 1-6 月外销收入中因来自于 2019 年的订单权重远大于内销，致使当期外销单位成本下降幅度小于内销。

综上所述，由于下游客户的差异导致内外销产品报价的利润空间受挤压程度不同，二期生产基地投产增加了分摊成本，因内外销验收周期的差异使得 2020 上半年大型注塑模具外销业务受影响更明显等综合影响，2020 年 1-6 月公司大型注塑模具外销毛利率下降 13.99 个百分点，高于内销毛利率下降 4.36 个百分点，与行业情况及公司经营实际相符，具有合理性。

”

（二）2020 年 1-6 月精密注塑模具内销毛利率上升，外销毛利率下滑的原因和合理性

【招股说明书修改】

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、盈利能力分析”之“（三）毛利率分析”中补充披露：

“

14、2020 年 1-6 月精密注塑模具内销毛利率上升，外销毛利率下滑的原因

（1）2020 年 1-6 月精密注塑模具内销毛利率上升

2020 年 1-6 月精密注塑模具内销毛利率为 35.17%，较 2019 年上升 7.45 个百分点，主要系向均胜电子销售的奔驰双色电镀件产品模具、向秦皇岛威卡威汽车零部件有限公司销售的奔驰双色电镀件产品模具和向沈阳锦达塑料制品有限公司销售的通用 9BUX 项目毛利率较高，该类产品毛利率为 42.07%，占精密注塑模具内销收入比例为 48.39%，扣除上述项目后，精密注塑模具内销毛利率为 28.71%，较 2019 年 27.72%的毛利率变动较小。

（2）外销毛利率下滑

2020 年 1-6 月精密注塑模具外销毛利率为 24.48%，较 2019 年下降 6.11 个百分点，其中主要为向曼胡默尔销售的风道组件项目精密注塑模具毛利率较低，该类产品毛利率为 14.30%，占精密注塑模具外销收入比例为 39.00%，扣除向曼胡默尔销售的模具项目后，精密注塑模具外销毛利率为 30.99%，较 2019 年 30.59%的毛利率变动较小。

”

三、补充披露新收入准则关于运费的处理对 2020 年 1-6 月毛利率的影响；

（一）发行人执行新收入准则关于运费的处理对 2020 年 1-6 月毛利率的影响

根据《企业会计准则应用指南——会计科目和主要账务处理》的规定“销售费用核算企业销售商品和材料、提供劳务的过程中发生的各种费用，包括保险费、包装费、展览费和广告费、商品维修费、预计产品质量保证损失、运输费、装卸费等以及为销售本企业商品而专设的销售机构（含销售网点、售后服务网点等）的职工薪酬、业务费、折旧费等经营费用”。发行人销售过程中发生的物流运输

费属于前述规定中描述的范围，在 2017 年至 2019 年，公司均将其计入销售费用。

公司于 2020 年 1 月 1 日起执行 2017 年最新修订的《企业会计准则第 14 号收入》，根据《企业会计准则第 14 号-收入》应用指南 2018（财政部会计司编写组编著）中的规定：“在企业向客户销售商品的同时，约定企业需要将商品运送至客户指定的地点的情况下，企业需要根据相关商品的控制权转移时点判断该运输活动是否构成单项履约义务。通常情况下，控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是企业为了履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本；相反，控制权转移给客户之后发生的运输活动则可能表明企业向客户提供了一项运输服务，企业应当考虑该项服务是否构成单项履约义务。”

在执行新收入准则的情况下，公司的物流运输费用系为了履行销售合同而从事的活动，属于合同履约成本。由于将运输费用计入销售费用符合《企业会计准则应用指南——会计科目和主要账务处理》的基本精神，同时考虑到 2020 年 1-6 月会计科目与以前年度的可比性，公司在 2020 年 1-6 月仍将运输费用计入销售费用，对毛利率不产生影响。

（二）模拟测算

假设：运输费用按照存货对应的模具号归集至存货科目，在模具的控制权发生转移时结转营业成本。

根据新收入准则的规定，选择仅对在 2020 年 1 月 1 日尚未完成的合同的累积影响数进行调整，对于最早可比期间期初之前或 2020 年 1 月 1 日之前发生的合同变更予以简化处理。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初（即 2020 年 1 月 1 日）的留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

1、运费调整对 2020 年 1 月 1 日财务报表的影响

单位：万元

报表项目	2020 年 1 月 1 日 新收入准则下金额	2019 年 12 月 31 日金额	影响额
------	----------------------------	--------------------	-----

存货	35,239.12	34,621.11	618.01
应交税费	819.52	726.81	92.71
盈余公积	1,497.57	1,445.04	52.53
未分配利润	11,054.06	10,581.28	472.78

2、运费调整对 2020 年 6 月 30 日 /2020 年 1-6 月的影响

采用变更后会计政策编制的 2020 年 6 月 30 日合并资产负债表各项目、2020 年 1-6 月合并利润表各项目，与采用变更前会计政策编制的这些报表项目相比，受影响项目对比情况如下：

（1）对 2020 年 6 月 30 日资产负债表的影响

单位：万元

报表项目	2020 年 6 月 30 日 新收入准则下金额	2020 年 6 月 30 日 原收入准则下金额	影响额
存货	38,585.91	37,744.57	841.34
应交税费	604.33	478.13	126.20
盈余公积	1,787.98	1,716.46	71.52
未分配利润	13,213.97	12,570.35	643.62

（2）对 2020 年 1-6 月利润表的影响

单位：万元

报表项目	2020 年 1-6 月 新收入准则下金额	2020 年 1-6 月 原收入准则下金额	影响额
营业收入	28,990.53	28,990.53	
营业成本	21,919.10	20,673.67	1,245.43
毛利	7,071.43	8,316.86	-1,245.43
毛利率	24.39%	28.69%	-4.30%
销售费用	990.79	2,459.55	-1,468.76
所得税费用	426.19	392.69	33.50
净利润	2,450.32	2,260.49	189.83

根据新收入准则的规定，对在 2020 年 1 月 1 日尚未完成的模具合同的累积影响数进行调整，导致 2020 年 1 月 1 日存货余额增加 618.01 万元。该部分存货部分在 2020 年 1-6 月确认收入，将导致 2020 年 1-6 月的营业成本增加 488.25 万元，剩余 129.76 万元继续留在存货，即该事项导致毛利减少 488.25 万元。

2020 年 1-6 月发行人运费金额 1,502.39 万元中与模具销售相关运费 1,468.76 万元，其中与本期确认收入模具相关的运费为 757.18 万元，与 2020 年 6 月 30

日存货余额对应的模具运费为 711.58 万元。根据新收入准则的规定，通过调整 2020 年 1-6 月的模具运费将导致 2020 年 6 月 30 日存货余额增加 711.58 万元。该事项导致毛利减少 757.18 万元。

上述事项导致 2020 年 1-6 月毛利减少 1,245.43 万元，毛利率降低 4.30 个百分点，净利润上升 189.83 万元。

【招股说明书修改】

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、盈利能力分析”之“（三）毛利率分析”中补充披露：

“

15、新收入准则关于运费的处理对 2020 年 1-6 月毛利率的影响

根据新收入准则的规定模拟测算，如果对在 2020 年 1-6 月相关科目进行调整，将导致 2020 年 1-6 月毛利减少 1,245.43 万元，毛利率降低 4.30 个百分点，净利润上升 189.83 万元。

”

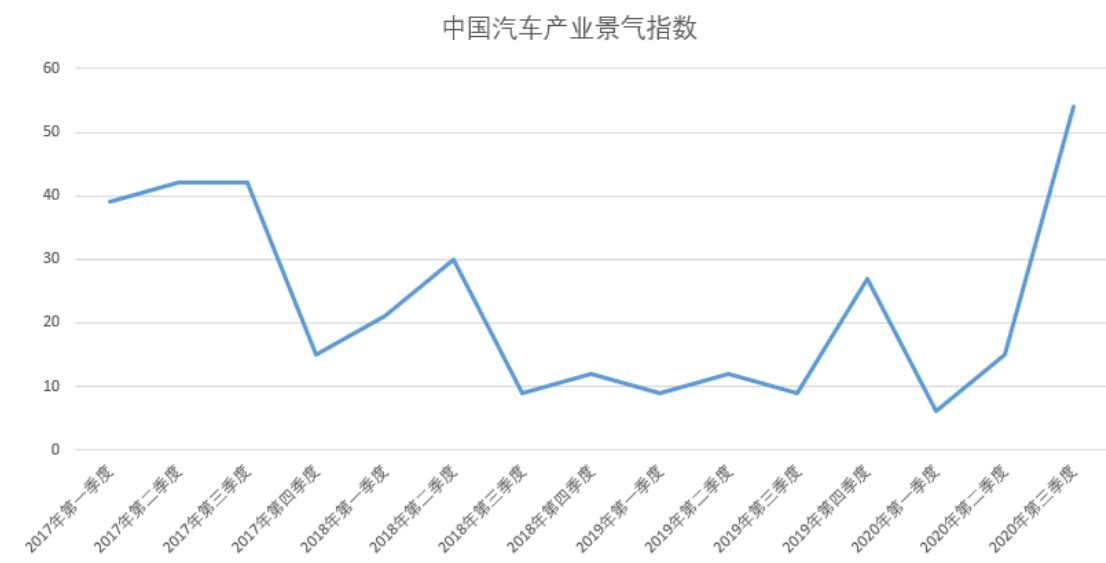
四、结合毛利率变动情况充分披露下游行业景气程度等因素对发行人业绩的影响，并就业绩及毛利率的波动性进行充分的风险揭示。

【招股说明书修改】

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、盈利能力分析”之“（三）毛利率分析”中补充披露：

“

16、下游行业景气程度对发行人业绩的影响



根据中国汽车工业协会编制的中国汽车产业景气指数，2018 年第三季度至 2019 年第三季度，我国汽车产业景气度处于低迷状态；2019 年第四季度汽车行业景气度有所回升；2020 年第一季度受新冠疫情影响，汽车行业景气度下滑较多；2020 年第三季度，汽车产业景气度明显上升。

受下游行业景气度变动的影响，2019 年及 2020 年上半年发行人的汽车模具产品的毛利率有所下滑，公司利润有所下降。自 2020 年二季度起，下游行业景气度下滑的情况已有明显好转，2020 年上半年发行人新接订单已相当于上年的 56.94%，下游行业景气度对发行人未来业绩的不利影响也将有所减少。

为应对下游行业景气程度下降及二期生产基地新增成本等因素对发行人业绩的不利影响，发行人采取了以下措施：

（1）日系整车品牌市场获得突破

日系汽车在全球汽车市场中占有重要位置，近年来在全球市场份额中排名前两位，根据国际知名市场调研机构 Focus2move 发布的 2019 年全球十大畅销车车型排行榜，销量 TOP10 中丰田、本田两个日系品牌的车型占据一半。在中国汽车市场中，2019 年德系、日系逆势上升，日系品牌市场份额排名第二，从 18.8% 上升到 21.3%。但就上游供应商而言，日系整车厂商的供应链体系较为稳定且封闭，产品质量管理非常严苛，倾向于优先向合作稳定的日资或中日合资零部件企业进行采购。上游供应商需要经过长期、严苛的考察才能进入日系整

车厂商的供应链体系，通过考察后将会形成较为稳定长期的合作关系。发行人从 2017 年开始投入大量精力开发日系客户，目前已进入全球汽车整车销量多年排名第一的丰田汽车、及本田汽车的合格供应商体系；与一汽丰田、东风本田签订订单并已成功交付汽车塑料模具产品，进入广汽丰田的合格供应商体系，该等客户在国内乘用车的市场占有率超过 12%(根据乘联会 2020 年 1-9 月统计)。

同时，发行人积极开发丰田合成、丰田纺织、积水工机、日本森六、河西工业等日系汽车一级零部件客户，发行人对日系主机厂及一级零部件客户开拓情况如下：

客户名称	合作时间	合作进展	客户介绍
东风本田	2017 年	已交付模具，后续合作持续进行中	东风本田由东风汽车集团股份有限公司与日本本田技研工业株式会社联合组建。根据乘联会发布的数据，2020 年 1-9 月份我国广义乘用车零售销量中东风本田的市场份额占比为 4.0%。
一汽丰田	2019 年	已交付模具，后续合作持续进行中	一汽丰田由中国第一汽车集团和丰田汽车集团合资组建。根据乘联会发布的数据，2020 年 1-9 月份我国广义乘用车零售销量中一汽丰田的市场份额占比为 4.2%。
广汽丰田	2020 年	已进入合格供应商名录	广汽本田由广州汽车集团公司与日本本田技研工业株式会社联合组建。根据乘联会发布的数据，2020 年 1-9 月份我国广义乘用车零售销量中广汽本田的市场份额占比为 4.1%。
丰田合成	2020 年	已交付模具，后续合作持续进行中	丰田合成株式会社总部位于日本爱知县，现有员工超过 39,000 人，是橡胶、树脂高分子领域和 LED 领域的全球领先供应商，在《美国汽车新闻》发布的 2020 年度全球汽车零部件配套供应商百强榜中排名 44 位。
丰田纺织	2020 年	客户认证中	丰田纺织成立于 1950 年，总部位于日本爱知县，是一家全球领先的座椅与内外饰供应商，在全球由超过 44,000 名员工。在《美国汽车新闻》发布的 2020 年度全球汽车零部件配套供应商百强榜中排名 26 位。
河西工业	2020 年	已收到客户订单，模具加工中	河西工业株式会社创业于 1946 年，现有员工超过 9300 人，是一家总部位于日本神奈川县的综合汽车内饰零部件供应商，销售网络遍及北美、欧洲及亚洲。日产集团和本田集团是河西工业的主要客户。
日本森六	2020 年	已收到客户订单	森六控股株式会社总部位于日本东京都，成立于 1916 年，现有员工超过 4400 人，主要

客户名称	合作时间	合作进展	客户介绍
			业务为制造、销售车用树脂成型零部件、功能零部件，年销售额超过 1900 亿日元。
积水工机	2020 年	已收到客户订单	积水工机总部位于日本大阪枚方市，自 1961 年成立以来，一直专注于汽车塑料模具领域。主要客户包括本田、丰田等。

发行人依托高端的模具制造设备、优良的技术水平及行业经验，通过多年积累，已通过丰田、本田日系主机厂及日系一级零部件供应商的认证，未来订单规模将不断扩大，对发行人的持续健康发展奠定了重要基础并打开了广阔空间。

（2）日系以外客户的拓展情况

发行人产品通过国际一级汽车零部件供应商已覆盖欧系、日系、美系等全球主流汽车品牌，除上述日系汽车直接客户外，2019 年以来，发行人还积极开拓欧美等地区的汽车零部件客户和高端家电领域客户，主要情况如下：

客户名称	合作时间	合作进展	客户介绍
德国宝马	2020 年	进入合格一级供应商名录	德国宝马是世界著名汽车整车生产商
施耐德博士集团	2019 年	客户指定发行人为其汽车窗框模具中国区独家供应商，初步订单加工中	施耐德博士集团是一家全球性的高级汽车内饰生产商，在全球拥有超过 4000 名员工，空调出风口系统和车门框装饰条等产品在国际市场处于领先地位。施耐德博士集团的客户包括各大著名汽车整车厂，如奥迪、宝马、捷豹、路虎、兰博基尼、奔驰、保时捷、劳斯莱斯、法拉利、丰田和沃尔沃等。
加拿大 ABC 集团	2020 年	订单报价阶段，预计 11 月取得正式合同订单	加拿大 ABC 集团是一家全球领先的汽车系统和零部件制造商，多次获得通用集团年度供应商奖项，主要客户为通用、丰田等。
恩坦华（Inteva Products）	2020 年	已签订订单，模具加工中	恩坦华是一家全球领先的汽车内饰件与闭锁系统的供应商，在全球拥有超过 11000 名员工。恩坦华的客户包括各大著名汽车整车厂，如大众、通用、福特、奔驰、宝马和马自达等。
Heyco	2019 年	已签订订单，模具加工中	Heyco 是一家德国汽车配件模具生产商，在全球拥有超过 900 名员工。主要客户包括奥迪、大众、宝马和奔驰等。

客户名称	合作时间	合作进展	客户介绍
Mohr Engineering	2020 年	已签订订单, 模具加工中	Mohr Engineering 是一家成立于 1988 年的美国注塑模具生产商, 拥有 IATF-16949 认证, 主要客户为通用集团, 为通用旗下雪佛兰、悍马等知名品牌提供产品。
博格华纳	2020 年	前期交流完成, 预计 11 月取得正式合同订单	博格华纳是全球领先的动力系统解决方案提供者, 著名汽车零部件供应商, 在《美国汽车新闻》发布的 2020 年度全球汽车零部件配套供应商百强榜中排名 25 位, 在全球拥有约 48000 名员工, 年销售额 145 亿美元。主要客户包括福特、通用、丰田、大众、特斯拉、克莱斯勒、本田、雷诺和宝马等。
伟瑞柯 (Varroc Polymers)	2019 年	已交付模具, 后续合作持续进行中	伟瑞柯 (Varroc Polymers) 是一家全球性的一级汽车零部件供应商, 在全球范围拥有超过 14000 名员工。伟瑞柯集团的客户包括通用、本田、铃木、沃尔沃和菲亚特等。
马恒达集团 (MAHINDRA)	2019 年	已交付模具, 后续合作持续进行中	马恒达集团 (MAHINDRA) 是一家印度跨国企业集团控股公司, 在全球超过 100 个国家开展业务, 涉及航空航天、汽车、零部件、汽修和建筑设备等众多行业, 旗下马恒达汽车制造公司年收入超过 9500 亿卢比, 在 2018 年印度 500 强企业排名第 17。
泛亚汽车技术中心有限公司	2019 年	已交付模具, 后续合作持续进行中	泛亚汽车技术中心有限公司, 由上海汽车工业 (集团) 总公司和通用汽车公司联合组建而成的汽车技术与设计中心, 公司拥有超过 1800 名员工, 主导或参与开发了雪佛兰、别克和凯迪拉克的多种车型, 如别克 GL8 豪华商务车、君越、英朗、凯迪拉克 ATS-L、赛欧和科鲁兹等。
国际汽车零部件集团	2020 年	已签订订单, 模具加工中	国际汽车零部件集团 (IAC Group) 是一家全球领先的汽车零部件供应商, 在全球拥有约 22000 名员工, 在 19 个国家和地区拥有 60 多个分支机构。在《美国汽车新闻》发布的 2020 年度全球汽车零部件配套供应商百强榜中排名 62 位。
博西华家电	2019 年	已交付模具, 后续合作持续进行中	博西华家电系博世集团和西门子家用电器集团在国内设立的工厂, 主要生产销售 BOSCH (博世) 品牌的高端家用电器。
斯宝亚创	2019 年	已交付模具, 后续合作持续进行中	斯宝亚创 (Stiebel Eltron) 总部设在德国的霍尔茨明登, 是欧洲著名的电热专业品牌。公司主要产品包括即热式电热水器、电暖器、热泵和新风产品等。在全球拥有 7 大生产基地, 26 个销售公司, 并在 120 个国家和地区拥有合作伙伴和经销商。

客户名称	合作时间	合作进展	客户介绍
广东美的制冷设备有限公司	2020 年	已签订订单, 模具加工中	广东美的制冷设备有限公司, 隶属于广东美的集团, 是集家用、商用空调和大型中央空调开发、生产、营销、服务于一体的大型企业

(3) 新能源汽车领域客户

发行人顺应新能源汽车发展趋势, 积极丰富产品线, 与主要新能源汽车客户合作情况如下:

新能源汽车品牌	合作时间	合作进展
特斯拉	2014 年	2014 年起, 发行人向一级零部件供应商提供特斯拉主要车型的塑料模具, 2020 年发行人与特斯拉上海工厂开始合作零部件产品。
蔚来汽车	2019 年	发行人向一级汽车零部件供应商提供蔚来汽车的塑料模具
Lucid 电动车	2019 年	发行人向佛吉亚提供 Lucid 电动车的注塑模具。
大众新能源	2020 年	发行人向京威股份提供大众新能源汽车的塑料模具
理想汽车	2020 年	发行人向一级汽车零部件供应商提供理想汽车的塑料模具

(4) 与原有客户的创新性技术开发

除开拓新客户外, 发行人积极为原有大型客户提供创新性的技术开发, 主要有:

客户名称	技术名称	技术合作时间	所处阶段	技术描述
佛吉亚	SIG 技术(整体发泡注塑成型技术)	2020 年	已签订订单, 模具开发生产中	原为欧美厂商独有模具制造技术, 发行人是首次开发该技术的国内模具企业, 实现了国产化替代
佛吉亚	NFPP+Back 技术(天然纤维和聚丙烯材料一步成型回注技术)	2020 年	已签订订单, 模具开发生产中	原为欧美厂商独有模具制造技术, 发行人是首次开发该技术的国内模具企业, 实现了国产化替代

(5) 拓展新的业务领域——智能装备领域

发行人智能化二期生产基地项目建成后, 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认可, 并取得了客户在汽车注塑生产线智能化改

造领域的订单。

工装设备的智能化改造是发行人原有客户强烈的内在需求，进入智能装备领域是发行人业务的合理延伸，市场空间广阔且附加值高，将为发行人盈利能力的提升提供有力支持。智能装备领域客户合作情况如下：

客户名称	合作开始时间	所处阶段
宁波华翔	2020 年	已签订订单，智能化集成设备已在生产，注塑机生产现场改造方案讨论阶段。
佛吉亚	2020 年	注塑机生产现场改造方案讨论阶段

（6）二期生产基地产能逐步发挥，生产效率不断提升

经过 2019 年搬迁调试、新员工培训，2020 年二期生产基地的产能陆续发挥。尽管受新冠疫情影响，发行人推迟了开工复产时间，但 2020 年上半年发行人的实际产能发挥仍较上年同期上升了 38%，产能利用率从上年同期的 80.26%提升到 92.54%。2020 年下半年，发行人继续加强科学排产、精益管理水平缩短生产周期，产能利用率将持续上升。产能利用率的提升将有效减低单套模具的分摊成本，提高毛利率水平，增强公司的盈利能力。

综上所述，发行人二期数字化生产基地建成后，研发能力、技术水平、规模生产能力、自动化、数字化、智能化大幅提升，突破了日系主机厂供应商体系封闭难以进入的行业难题，日系汽车市场空间巨大，进入日系整车厂的供应链体系将为发行人提供广阔的增量市场空间；此外发行人拓展了很多日系以外的新客户、新能源汽车领域客户，并将模具业务拓展到智能装备领域，下游主机厂客户及一级供应商客户、应用领域、产品线、新技术等不断扩大丰富。自 2020 年二季度起，中国汽车行业景气度明显回升，发行人在手订单充足，短期内无大规模投资，随着二期数字化生产基地有效运行，发行人的产能利用率、生产效率不断提升，单位模具的分摊成本有效下降，进而毛利率水平上升，发行人的盈利能力及盈利水平将不断增强。

”

（三）风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”中补充披露：

“

（三）毛利率波动的风险

报告期内，发行人综合毛利率分别为 36.03%、36.29%、30.77%和 28.69%，主营业务毛利率分别为 35.93%、36.16%、30.64%和 28.53%，出现一定程度的下降，其中大型注塑模具的毛利率分别为 32.96%、33.92%、25.89%和 16.74%，吹塑模具毛利率分别为 57.27%、52.35%、49.80%和 49.89%，精密模具的毛利率分别为 24.72%、30.36%、28.31%和 30.65%。2019 年发行人二期生产基地的投产增加了折旧摊销以及人员成本，并且当年因厂区搬迁、人员培训等因素影响产能利用率下降，导致当年生产模具所分摊的成本随之增加；2018 年末至 2019 年，我国汽车产业景气度处于低迷状态，发行人与下游客户签订的订单利润空间减少，上述因素导致 2019 年度和 2020 年 1-6 月发行人主营业务毛利率有所下降。未来如果汽车行业景气程度持续下滑或者发行人无法消化二期生产基地的新增成本，将导致发行人未来主营业务毛利率和业绩存在下降的风险。

”

五、请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、2020 年 1-6 月公司大型注塑模具毛利率的下滑幅度高于吹塑模具和精密注塑模具的原因主要为大型注塑模具受二期生产基地折旧人工成本增加以及因厂区搬迁产能利用率下降导致的成本分摊增加的影响较大，此外受下游景气度影响，大型注塑模具报价的利润空间受到一定挤压，而精密注塑模具和吹塑模具受到的影响相对较小所致。

2、由于下游客户的差异导致内外销产品报价的利润空间受挤压程度不同，二期生产基地投产增加了分摊成本，因内外销验收周期的差异使得 2020 上半年大型注塑模具外销业务受影响更明显等综合影响，导致 2020 年 1-6 月公司大型注塑模具外销毛利率下滑幅度高于内销毛利率。

3、2020 年 1-6 月精密注塑模具内销毛利率上升，外销毛利率下滑的原因系下游客户及产品差异所致，毛利率变动具有合理性。

4、根据新收入准则将运费调整至成本将导致 2020 年 1-6 月毛利减少 1,245.43 万元，毛利率降低 4.30 个百分点，净利润上升 189.83 万元。

5、报告期内，发行人毛利率及利润变动情况与下游行业景气度变动的趋势基本一致。自 2020 年二季度起，下游行业景气度下滑的情况已有明显好转，2020 年上半年发行人新接订单情况良好，下游行业景气度对发行人未来业绩的不利影响有所减少。发行人已就业绩及毛利率的波动性进行了充分的风险揭示。

问题 3、关于第三方回款

前次审核问询回复显示，报告期各期，发行人与境外客户存在通过跨国金融机构的供应链金融系统回款占收入的比重分别为 6.81%、19.45%、19.70%和 13.05%。

请发行人：

结合相关合同的具体约定，补充披露发行人第三方回款中采用供应链金融方式是否对发行人相关应收账款进行买断；如买断，买断后发行人是否还承担后续客户不付款被追偿的相应风险；如是，补充风险提示。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

【回复】

一、结合相关合同的具体约定，补充披露发行人第三方回款中采用供应链金融方式是否对发行人相关应收账款进行买断；如买断，买断后发行人是否还承担后续客户不付款被追偿的相应风险；如是，补充风险提示。

报告期内，发行人不存在应收账款买断的情况，第三方回款均系境外客户委托大型跨国金融机构通过供应链金融系统进行货款支付。第三方回款的主要原因系公司境外客户为方便跨境支付而通过跨国金融机构进行供应链金融业务，发起人为境外客户，发行人作为相关客户主要供应商而被邀请进入其供应链金融体系，代付业务亦属相应跨国金融机构正常业务范畴。此类客户萨玛汽车、佛吉亚、曼胡默尔、延锋欧洲均属于规模较大的国际汽车零部件集团，随着汽车产业链全球化进程，此类客户每年全球采购量较大，通过供应链金融系统向其上游供应商支付货款，可以减少其支付工作量，增加付款效率，有效提高全球化采购的效率。

发行人客户通过供应链金融回款情况如下：

客户名称	指定金融机构名称
萨玛汽车（SMG）	花旗银行欧洲有限公司（CITIBANK Europe PLC）
	荷兰国际集团（ING COMMERICAL FINANCE）
佛吉亚（Faurecia）	桑坦德银行（SANTANDER FACTORING）
	法国农业信贷银行（Credit Agricole）
曼胡默尔（MANN+HUMMEL）	荷兰国际集团供应链金融（ING SUPPLY CHAIN FINANCE）

客户名称	指定金融机构名称
延锋欧洲	摩根大通银行（JPMORGAN CHASE BANK NA-LONDON）

报告期内，回款方与发行人客户为正常商业关系，提供跨境供应链金融服务。发行人通过中国银行开设账户收取货款，汇款方为客户指定的跨国金融机构，在汇款信息备注客户名称。

汇款方的基本情况如下：

花旗银行隶属于花旗集团，是全球领先的大型金融机构，在全球超过 160 个国家和地区拥有客户；桑坦德银行，又名西班牙国际银行有限公司，在全球主要地区均设有分支机构，是一家大型跨国商业银行和金融服务机构；荷兰国际集团是一家总部位于荷兰阿姆斯特丹的跨国金融机构；摩根大通银行是一家跨国金融服务机构及美国最大的银行之一，业务遍及 60 多个国家，包括投资银行，金融交易处理，投资管理，商业金融服务，个人银行业务等；法国农业信贷银行是法国第二大银行，在全球范围提供零售银行、企业服务、保险和投资银行产品及服务等。

境外客户供应链金融协议的相关条款如下：

客户名称	条款内容	条款来源
萨玛汽车	“...receivables hereunder is made without recourse to the supplier...” (...协议所述应收款项对于供应商不附追索权...)	供应链金融服务金融机构协议条款原文
佛吉亚	“...(the financial institution) won't have any recourse against the supplier for any payment made pursuant to the Supply Chain Agreement...” (...供应链金融服务金融机构对于任何付予供应商的款项不附有追索权...)	供应链金融服务金融机构协议条款原文
曼胡默尔	“...and there is no recourse burden on the supplier once the invoice is paid...” (...款项一经支付（金融机构）不对供应商有追索权...)	提供供应链金融服务的金融机构官方网站原文

针对第三方回款公司已经制定了相关制度，具体如下：

1、事前控制：在与客户签订销售合同或者订单时，商务人员告知客户支付货款的账户信息，确保跟合同签订的账户信息一致；

2、事中控制：财务人员在收到货款时需核实回款信息，若发现与客户银行

账户信息不一致的回款，财务人员需与商务人员核实付款方与客户的关系，要求客户以其合同约定的账户信息付款或者核实第三方与客户之间的关系，商务人员提供与第三方的相关协议后方可进行会计处理；

3、事后控制：公司定期与客户对账，核对发出商品信息、开票信息、应收账款、预收账款的发生额及余额。

发行人已经建立健全内部控制制度，并严格按照内控要求执行。

对于第三方付款事项，发行人境外客户与跨国金融机构签订了代付货款的协议，是境外客户与发行人签订销售合同时约定的一种支付方式。因此，通过供应链金融系统付款是客户指定向发行人支付货款的方式，并非发行人通过金融机构进行应收款项融资的筹措资金行为，所以不存在对发行人相关应收账款进行买断的情况。相关跨国金融机构代境外客户向发行人支付货款后，如果出现境外客户不向其付款的情况，跨国金融机构也无权向发行人进行追偿，发行人不存在境外客户不支付货款而被追偿的风险。

【招股说明书修改】

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、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“6、第三方回款情况”中补充披露：

“

对于第三方付款事项，发行人境外客户与跨国金融机构签订了代付货款的协议，这是境外客户与发行人签订销售合同时约定的一种支付方式。因此，通过供应链金融系统付款是客户指定的向发行人支付货款的方式，并非发行人通过金融机构进行应收款项融资的筹措资金行为，所以不存在对发行人相关应收账款进行买断的情况。相关跨国金融机构代境外客户向发行人支付货款后，如果出现境外客户不向其付款的情况，跨国金融机构也无权向发行人进行追偿，发行人不存在境外客户不支付货款而被追偿的风险。

”

二、请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见

保荐人、申报会计师执行了以下核查流程：

1、检查报告期内发行人回款明细和银行流水中收款的交易对方，筛选出交易对方与发行人应收账款对方不一致的项目，逐笔检查了涉及通过境外供应链金融机构回款的银行回单。

2、检查发行人在对应的银行金融机构系统中的账号。

3、抽查涉及第三方回款客户的交易合同、发货记录、签收单。

4、实地走访了上述客户，确认其与发行人不存在纠纷或潜在纠纷。

5、核查了发行人工商资料、实际控制人及董监高调查表，发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方签订声明，查阅了发行人、实际控制人、董监高等关联方的银行流水。

6、检查报告期各期相关回款的贴现利息明细，获取发行人的银行对账单，重新计算供应链金融支付的贴现方式利息金额是否准确。经测算，利息金额与对应应收金额匹配。

7、查阅了同行业公司海泰科公开披露文件，其与萨玛和佛吉亚的交易中存在与发行人相同的第三方金融机构回款。发行人与境外客户的第三方供应链金融回款与同行业公司情况类似。

经核查，保荐人、申报会计师认为：报告期内，发行人第三方回款为境外客户通过供应链金融机构向发行人支付货款，签订合同时客户已明确约定付款方式及指定的金融机构，均系合理的跨境贸易商业行为；第三方回款不存在对相关应收账款进行买断的情况，发行人不需要承担客户不支付货款的相应风险。

问题 4、关于审计截止日后财务信息及经营状况

请发行人披露：

（1）审计截止日后的主要经营状况以及 2020 年 1 至 9 月的业绩情况和审阅报告；

（2）2020 年 1 至 9 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，请分析并披露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；

（3）如 2020 年 1 至 9 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（下游行业景气度、汇率波动等）及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示；

（4）2020 年全年业绩预计情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、审计截止日后的主要经营状况以及 2020 年 1 至 9 月的业绩情况和审阅报告；

【招股说明书修改】

发行人已在招股说明书“重大事项提示”中补充披露：

“

十三、审计截止日后的主要经营状况、2020 年 1 至 9 月的业绩情况、审阅报告及 2020 年全年业绩预计情况

（一）审计截止日后的主要经营状况

公司财务报告审计基准日为 2020 年 6 月 30 日。截至本招股说明书出具日，公司经营状况良好，生产经营模式未发生变化；公司主要供应商和客户与公司主要产品结构匹配，不存在出现重大不利变化的情形；公司管理层及核心技术人员均保持稳定，未出现对公司管理及研发能力产生重大不利影响的情形；行

业政策、税收政策均未发生重大变化。

（二）2020 年 1 至 9 月的业绩情况

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月
营业收入	45,445.18
营业成本	33,359.23
营业利润	3,607.55
利润总额	3,650.97
净利润	3,099.74
扣除非经常损益后归属于母公司的净利润	2,430.39

发行人 2020 年 1-9 月公司营业收入、净利润、扣除非经常损益后归属于母公司的净利润分别为 45,445.18 万元、3,099.74 万元和 2,430.39 万元。

（三）会计师的审阅意见

发行人 2020 年 1-9 月财务报表数据已经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审阅并出具了天职业字[2020]38597 号《审阅报告》。审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信宁波方正 2020 年 1-9 月的财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映被审阅单位的财务状况以及合并财务状况、经营成果和现金流量以及合并经营成果和合并现金流量。”

”

二、2020 年 1 至 9 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，请分析并披露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；

【招股说明书修改】

发行人已在招股说明书“重大事项提示”中补充披露：

“

十三、审计截止日后的主要经营状况、2020 年 1 至 9 月的业绩情况、审阅报告及 2020 年全年业绩预计情况

.....

(四) 2020 年 1-9 月经审阅的主要会计报表项目与上年年末或同期比较情况

单位：万元

项目	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动率
总资产	107,981.88	101,419.92	6.47%
总负债	68,117.46	64,602.35	5.44%
所有者权益	39,864.41	36,817.57	8.28%
项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动率
营业收入	45,445.18	39,137.53	16.12%
营业成本	33,359.23	26,900.73	24.01%
营业利润	3,607.55	3,683.19	-2.05%
利润总额	3,650.97	3,700.61	-1.34%
净利润	3,099.74	3,204.81	-3.28%
扣除非经常性损益后的净利润	2,430.39	2,815.33	-13.67%

注：发行人 2019 年 1-9 月的财务数据未经审计或审阅

由上表所示，发行人截至 2020 年 9 月 30 日的资产总额、负债总额、所有者权益与 2019 年末相比均有所增长；2020 年 1-9 月营业收入较上年同期增长 16.12%，但是由于营业成本较上年同期涨幅较大，导致营业利润、净利润较上年同期略有下降。

发行人 2020 年 1-9 月营业收入上升主要系自二季度以来，新冠疫情得以有效控制，公司下游客户需求恢复，发行人订单充足，生产经营正常有序开展，经营业绩增长明显，公司营业收入较上年同期增加 6,307.65 万元。

发行人 2020 年 1-9 月营业成本增长较快的原因为：一方面，二期生产基地投产增加了折旧摊销及人员支出等，2019 年新旧厂区布局调整搬迁、新员工培训因素导致当年产能利用率下降，进而分摊成本增加，这些产品在 2020 年 1-9 月确认收入较多，增加了当期成本；另一方面，受汽车产业景气度下降影响，大型下游客户将成本压力传导至发行人，压缩了发行人报价的利润空间。

经过 2019 年的运行，二期生产基地产能在 2020 年明显释放，2020 年上半年发行人的产能利用率从去年同期的 80.26%提升到 92.54%，发行人订单充足，2019 年新接订单金额较上年增长 2.47%，2020 年上半年新接订单已相当于上年的 56.94%，截止 2020 年 9 月末在执行订单为 7.42 亿元(不含税)。随着发行人

产能利用率持续提升，二期成本影响将逐步降低。

自 2020 年二季度以来，汽车行业景气度明显好转，国内疫情形势向好，影响发行人业绩的不利因素有所减弱。

综上所述，发行人 2020 年 1 至 9 月的经营情况与经营业绩较为稳定，订单充足，产能利用率提升，运营情况良好，不存在重大不利变化。

”

三、如 2020 年 1 至 9 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（下游行业景气度、汇率波动等）及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示；

2020 年 1 至 9 月发行人营业收入较上年同期增长 16.12%，营业成本较上年同期增长 24.01%，营业毛利率较上年同期下降 4.67%，净利润较上年同期下降 3.28%。发行人 2020 年 1 至 9 月经营业绩下滑的主要系，一方面二期生产基地投产增加了折旧摊销及人员支出等，2019 年新旧厂区布局调整搬迁、新员工培训因素导致当年产能利用率下降，进而分摊成本增加，这些产品在 2020 年 1-9 月确认收入较多，增加了当期成本；另一方面，受汽车产业景气度下降的影响，行业竞争压缩了发行人的利润空间。

以上造成发行人经营业绩下滑的主要因素逐渐向好，具体如下：

1、二期生产基地的产能逐渐释放

报告期各期，发行人产能利用率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产能利用率	92.54%	80.80%	110.54%	105.72%

发行人 2019 年度产能利用率为 80.80%，2020 年 1-6 月产能利用率上升至 92.54%。截至本回复出具日，公司产能利用率稳步上升，二期生产基地的产能不断释放，相关折旧和人工成本被逐渐消化。

2、汽车产业景气指数逐渐回升

中国汽车工业协会发布的数据显示，2020 年一季度，汽车产业景气指数为 6，

二季度数据上升至 15，到了第三季度数据大幅上升至 54，汽车产业景气度明显提升。2017 年至 2020 年上半年，发行人新增订单金额分别为 67,725.08 万元、64,633.28 万元、66,230.31 万元和 37,709.20 万元，发行人接单情况已恢复正常。

3、新冠疫情得以有效控制，发行人在执行订单情况良好

随着我国新冠疫情得以有效控制，发行人下游客户需求恢复，订单充足，生产经营正常有序开展。截至 2020 年 9 月 30 日，发行人模具产品在执行订单金额为 74,230.55 万元（不含税）。其中生产进度超过 70%（含 70%）的订单金额为 36,019.27 万元，生产进度高于 30%（含 30%）并低于 70%的订单金额为 21,590.66 万元，生产进度低于 30%的订单金额为 16,620.62 万元。发行人模具产品在执行订单实施情况良好。

综上，审计截止日至本回复出具日，公司整体经营状况良好，生产和销售情况正常，二期生产基地短期内增加了发行人的成本，但对发行人的智能制造水平、技术领先性提升明显，提高了产品交付能力、缩短交期，有利于发行人承接更多的产品订单，未来随着产能利用率的不断提高、订单持续增长，二期产能将逐步消化，公司的盈利水平将不断提高，不会影响发行人的持续经营能力；同时随着汽车产业景气指数逐渐回升、新冠疫情得以有效控制，对发行人经营业绩造成不利影响的因素逐渐向好，上述因素不具有持续性，不会影响发行人的持续经营能力。

【招股说明书修改】

发行人已在招股说明书“重大事项提示”及“风险因素”中补充披露

“

（四）经营业绩下滑风险

报告期内，公司经营情况和盈利能力良好，产品销售规模逐年增加。2018 年起我国经济发展面临复杂严峻的国内外形势，汽车产业作为国民经济的支柱产业之一，也面临市场需求不足、中美贸易摩擦等不确定因素。发行人营业收入和营业利润主要来自于汽车模具行业，公司经营业绩与下游市场的景气度密切相关。公司存在因汽车产销量回落、原材料价格波动、市场竞争加剧、中美贸易摩擦等

因素而导致经营业绩下滑的风险。

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。

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。

经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具的天职业字[2020]38597 号《审阅报告》审阅，发行人 2020 年 1-9 月营业收入较上年同期增长 16.12%，营业毛利率较上年同期下降 4.67%，净利润较上年同期下降 3.28%，扣非净利润较上年同期下降 13.67%。发行人 2020 年 1 至 9 月经营业绩有所下滑的主要原因系，一方面，二期生产基地投产增加了折旧摊销及人员支出等，2019 年新旧厂区布局调整搬迁、新员工培训因素导致当年产能利用率下降，进而分摊成本增加，这些产品在 2020 年 1-9 月确认收入较多，增加了当期成本。经模拟测算，二期生产基地建成投产，导致每年折旧成本、人工支出增加 2800 万元左右；另一方面，受汽车产业景气度下降的影响，行业竞争压缩了发行人的利润空间。

发行人在手订单充足，产能利用率不断提升。未来发行人将继续拓展新客户、新下游领域，随着订单持续增长、二期产能不断释放，二期基地的成本影响将逐步消化，因此不具有持续性，不会影响发行人持续经营能力。

2018 年第三季度至 2019 年第三季度，汽车行业景气度较为低迷，2020 年第二季度起，受国内疫情缓和消费回升的影响，国内汽车行业景气度明显好转；

2020 年 1-9 月人民币汇率上升导致发行人财务费用支出有所增加，上述因素均不具有持续性，不会影响发行人的持续经营能力。未来如果下游汽车行业景气度持续低迷、发行人开拓新客户等措施受阻、人民币汇率大幅上升，将导致发行人经营业绩存在下滑的风险。

”

四、2020 年全年业绩预计情况。

【招股说明书修改】

发行人已在招股说明书“重大事项提示”中补充披露：

“

十三、审计截止日后的主要经营状况、2020 年 1 至 9 月的业绩情况、审阅报告及 2020 年全年业绩预计情况

.....

（五）2020 年全年业绩预计情况

单位：万元

项目	2020 年预计数	2019 年度	变动率
营业收入	63,139.47 至 64,151.67	62,044.01	1.77%至 3.40%
利润总额	5,068.18 至 5,342.68	6,237.55	-18.75%至-14.35%
净利润	4,294.21 至 4,531.65	5,252.26	-18.24%至-13.72%
扣除非经常性损益后净利润	3,618.61 至 3,856.05	4,498.82	-19.57%至-14.29%

自 2020 年 6 月 30 日至本招股说明书签署日，公司经营情况稳定，订单充足。根据公司财务部门预计：2020 年度实现营业收入 63,139.47 万元至 64,151.67 万元，同比上升 1.77%至 3.40%，净利润为 4,294.21 万元至 4,531.65 万元，同比下降 18.24%至 13.72%，扣除非经常性损益后净利润为 3,618.61 万元至 3,856.05 万元，同比下降 19.57%至 14.29%。2020 年扣除非经常性损益后净利润较上年减少 880.22 万元至 642.77 万元，①毛利较上年减少 1,770.94 万

元至 1,486.54 万元，其中营业收入较上年上升 1.77%至 3.40%，毛利率较上年减少约 3.3 个百分点，毛利率下降的主要原因是 2019 年二期生产基地投产新增的折旧人工费用、2019 年新旧厂区布局调整搬迁和新员工培训等增加了相关成本并致使当年产能利用率下降使得 2019 年生产的产品分摊成本较高，这些产品在 2020 年确认收入所致；此外新冠疫情导致 2020 年公司生产成本有所增加；②管理费用较上年减少约 988 万元，主要系 2019 年二期基建投产、厂区搬迁、人员培训等导致相关办公费、修理费支出较大，基数较高，2020 年度较上一年度减少约 432 万元；2020 年较 2019 年减少法律咨询费和审计咨询费约 300 万元；2020 年上半年受疫情影响，发行人适度减少了中高层管理人员奖金、境外子公司远程办公降低了办公费用以及政府减免部分社保合计约 156 万元，上述因素致使 2020 年上半年管理费用较 2019 年同期下降；③资产减值损失较上年增加约 351 万元，主要系计提存货跌价准备增加所致；④汇兑损益较上年增加约 87 万元，主要系 2020 年 1-9 月人民币汇率上升所致。上述 2020 年度业绩预计中相关的财务数据是公司财务部门初步测算的结果，预计数不代表公司最终可实现收入、净利润，亦不构成公司盈利预测。

”

五、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、2020 年 1-9 月发行人经营状况良好，生产经营模式未发生变化；主要供应商和客户不存在出现重大不利变化的情形；公司管理层及核心技术人员均保持稳定，未出现对发行人管理及研发能力产生重大不利影响的情形；行业政策、税收政策均未发生重大变化。

2、二期生产基地投产增加了厂房设备的折旧成本和人工成本，新旧厂区布局调整搬迁、员工培训等必要程序使发行人 2019 年产能利用率下降，单套模具分摊的成本相应增加，这些模具在 2020 年逐渐确认收入，增加了当期成本；另一方面，受汽车行业景气度下降和新冠疫情的影响，行业竞争激烈，发行人的利润空间受到一定挤压。以上因素导致 2020 年 1-9 月发行人业绩有所下滑。

3、发行人在手订单充足，产能利用率不断提升。未来发行人将继续拓展新

客户、新下游领域，随着订单持续增长、二期产能不断释放，二期基地的成本影响将逐步消化，因此不具有持续性，不会影响发行人持续经营能力；同时随着汽车产业景气指数逐渐回升、新冠疫情得以有效控制，对发行人经营业绩造成不利影响的该等因素逐渐向好，对生产经营的影响不具有持续性，不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。

4、发行人 2020 年 1-9 月经营业绩的变化符合其自身经营状况，具有合理性。2020 年发行人全年预计收入为 63,139.47 万元至 64,151.67 万元，预计净利润为 4,294.21 万元至 4,531.65 万元。

问题 5、关于第一大客户

招股说明书披露，发行人对第一大客户萨玛汽车的销售金额分别为 8,080.24 万元、11,914.56 万元、14,715.43 万元和 3,992.05 万元，占外销收入比例 33.39%、39.33%、53.23%和 38.58%，总部位于印度新德里，主要销售产品为保险杠、门板、仪表板模具等，最终配套的整车品牌为奥迪、保时捷、宝马、大众、奔驰、雷诺等。

请发行人补充披露 2020 年 1-6 月出口印度的收入金额及近期交易情况，并结合国际政治经济形势、中印关系、海外疫情情况，以及公司及萨玛汽车的合作历史、合作背景、合作计划和在手订单情况等，补充披露发行人在印度地区销售的主要产品、金额和占比，以及未来合作的可持续性，并作重大事项提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充披露 2020 年 1-6 月出口印度的收入金额及近期交易情况，并结合国际政治经济形势、中印关系、海外疫情情况，以及公司及萨玛汽车的合作历史、合作背景、合作计划和在手订单情况等，补充披露发行人在印度地区销售的主要产品、金额和占比，以及未来合作的可持续性，并作重大事项提示。

（一）发行人与萨玛汽车的合作情况

【招股说明书修改】

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（一）报告期内主要产品的生产和销售”中补充披露：

“

17、发行人与萨玛汽车的合作情况

（1）合作历史和合作背景

萨玛汽车集团（Samvardhana Motherson Group）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。报告期内发行人主要与萨玛汽车旗下的 SMP Deutschland GmbH（以下简称“SMP”）和 Samvardhana Motherson Reydel Companies（以下简称“SMRC”）开展合作。根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》，受同一实际控制人控制的客户，应合并计算销售额，发行人将对 SMP 和 SMRC 等受萨玛汽车集团控制的客户销售额合并计算，并将萨玛汽车作为该等客户实体披露。报告期内，发行人对萨玛汽车的销售收入不涉及印度地区。

SMP 原名为德国派格集团(Pegufarm GmbH)，总部位于德国巴登-符腾堡州，为德国最大的汽车塑料零部件制造企业之一，于 2011 年被萨玛汽车收购 100% 股权后更名为 SMP。发行人与其合作起始于 2008 年，发行人参与长春派格汽车塑料技术公司（德国派格集团与常熟汽饰在国内的合资企业）的奥迪项目时与德国派格集团接触，2010 年取得德国派格集团订单，并与其一直保持良好的合作。

SMRC 原名为法国 Reydel Automotive Group，成立于 1914 年，为欧洲领先的汽车内饰件生产商，于 2018 年被萨玛汽车收购 100% 股权后更名为 SMRC。2008 年发行人通过主动营销与法国 Reydel 建立合作，并一直维持良好的合作关系。

（2）合作计划和在手订单情况

SMP 与 SMRC 的业务重点均为欧洲地区的整车厂，SMP 与 SMRC 的总部（或采购总部）均在欧洲。根据 SMP 于 2020 年 11 月出具的说明，其向发行人的采购均为其独立负责并自主决策，发行人系其前三大模具供应商和战略合作伙伴，与发行人维持良性的合作，未来将继续邀请发行人参与其模具的竞标与询价。根据 SMRC 出具的供应商公开信，其被萨玛汽车收购后与原供应商的合作关系将继续维持。萨玛汽车是一家跨国汽车零部件供应商，其与中国汽车行业保持良好的合作关系，根据其公开披露的年报资料，萨玛汽车获得了多家中国汽车厂商的优秀供应商荣誉。根据对萨玛汽车的访谈及测算，发行人的模具产品占萨玛汽车同类模具采购金额的比例在 10%-20% 之间，根据同行业公司青岛海泰科公开披露的对萨玛汽车的销售收入，报告期各期海泰科向萨玛汽车销售金额占发

行人同期向萨玛汽车销售金额的比例分别为 20.73%、58.91%、20.45%和 27.07%。

发行人与萨玛汽车旗下的 SMP 和 SMRC 的合作均有超过 10 年的历史，主要销售欧系中高端品牌汽车所用的汽车塑料模具。发行人与 SMP 和 SMRC 的技术交流和订单洽谈均为与该等客户直接沟通，发行人仍将保持与客户的良好合作与交流，并伴随该等客户全球化的布局在全球范围与客户的各分子公司开展合作。

截至 2020 年 9 月底，发行人在手订单中萨玛汽车订单金额为 8,012.06 万元（不含税），主要来自 SMP 和 SMRC 的欧洲工厂，萨玛汽车订单中涉及印度地区的订单金额为 160.98 万元，客户为 MSSL GLOBAL RSA MODULE ENGINEERING Limited，占萨玛汽车订单的比例低于 2%。发行人与主要客户萨玛汽车合作情况良好，未来合作具有可持续性。

”

（二）发行人在印度地区销售情况及未来合作的可持续性

【招股说明书修改】

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、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露：

“

17、发行人在印度区域市场的销售情况

（1）报告期内，发行人对印度区域的出口销售情况

报告期内，发行人出口印度的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
出口印度收入	478.34	58.07	123.13	432.06
主营业务收入	28,871.45	61,751.56	54,579.90	46,757.31
占比	1.66%	0.09%	0.23%	0.92%

报告期内，发行人出口印度的收入金额分别为 432.06 万元、123.13 万元、58.07 万元和 478.34 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.92%、0.23%、0.09%和 1.66%，占比较低。向印度出口的主要客户为亚普股份、迪安、曼胡默尔、考

泰斯设立于印度的子公司，产品均为汽车塑料模具。

（2）国际政治经济形势、中印关系、印度区域疫情对发行人印度市场销售的影响

①合作符合中印两国的根本利益，符合国际政治经济发展的趋势，中印边境摩擦对发行人印度市场的销售影响较小。

2020年6月15日，中印边界加勒万河谷爆发武装冲突。两国高层高度重视局势发展，强调和平解决边界问题。2020年9月4日，中印国防部长在莫斯科举行会晤，均表示应通过对话协商解决问题。截至2020年11月1日，双方已开展七轮军长级会谈。目前，双方已同意停止向一线增兵，冲突进一步扩大的可能性较小。

中印两国贸易规模自2000年后快速增长，双方进出口总额从2000年的29.14亿美元增长至2019年的928.11亿美元，增长约30倍，促进了两国的就业、国民经济收入和经济的发展。中印两国在长期合作中，形成了坚韧的贸易纽带，利益大于分歧，合作顺应国际政治经济发展的趋势，也符合两国的根本利益。

发行人生产的模具主要应用于国际一级汽车零部件厂商，客户壁垒较高，客户粘性较强。跨国公司一般采用集团化采购模式，采购流程一般为需求部门提出具体采购需求，由集团的技术中心及采购中心开展合格供应商管理、供应商竞价评审、技术支持等工作，需求部门具体签订合同支付货款。报告期内，发行人向印度出口的客户为亚普股份、迪安、曼胡默尔、考泰斯等设立于印度的子公司，这些客户的亚洲区域技术中心和采购中心均设在中国，其印度工厂提出的模具采购需求均需中国的技术和采购团队参与支持。国际大型汽车零部件集团采购汽车模具需要平衡产品质量、服务能力和采购价格等，内部审核流程严谨规范，同时考虑经济利益，因此采购决策更加理性、谨慎，合作关系稳定，较少受短期民族主义情绪的影响。

综上所述，中印双方在边界地区发生摩擦后，已经建立沟通机制，冲突进一步扩大的可能性较小；中印之间的利益大于分歧，合作符合国际政治经济发

展的趋势，也符合两国的根本利益；发行人生产的模具产品应用于汽车领域，下游客户对产品的质量、价格要求很高，合作关系稳定，不易受短期民族主义情绪的影响。此外，由于发行人向印度区域销售占比较低，中印边界问题对发行人印度市场的销售影响较小。

②印度新冠疫情对发行人业绩影响较小

根据世界卫生组织统计数据，截至 2020 年 11 月 3 日，印度累计确诊新冠病例升至 8,267,623 例，其中死亡病例 123,097 例。

印度疫情的蔓延对发行人从印度区域获取订单产生了一定的不利影响，同时印度境内因疫情影响运输速度放缓，致使发行人的收入确认较往期略有延迟。报告期内，发行人向印度区域销售占比较低，印度新冠疫情对发行人的业绩影响较小。

”

发行人已在招股说明书“重大事项提示”中补充披露：

“

十四、印度市场经营风险

报告期内，发行人销往印度的收入金额分别为 432.06 万元、123.13 万元、58.07 万元和 478.34 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.92%、0.23%、0.09% 和 1.66%，占比较低。

2020 年 6 月，中印双方在边界加勒万河谷地区爆发武装冲突。经双方高层多次沟通后，局势有所缓和，但目前仍处于对峙状态。此外，由于印度疫情蔓延，印度市场的需求存在一定的不确定性，可能对发行人的业绩造成一定不利影响。

”

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

保荐人、申报会计师执行了以下核查流程

1、访谈了发行人销售总监，了解了发行人与萨玛汽车的合作历史、合作背景和合作计划等；

2、实地走访了萨玛汽车旗下的 SMP、SMRC，了解发行人与其合作情况；

3、取得了 SMP 出具的与发行人合作情况的说明，载明其向发行人的采购均为其独立负责并自主决策，发行人系其前三大模具供应商和战略合作伙伴，与发行人维持良性的合作，未来将继续邀请发行人参与其模具的竞标与询价；查阅了 SMRC 的供应商公开信；

4、查阅了关于中印冲突的相关新闻报道；

5、检查了发行人的报告期内的收入明细中出口印度的金额、客户等信息，检查了发行人 2020 年 9 月底的在执行订单情况。

经核查，保荐人、申报会计师认为报告期内发行人主要与萨玛汽车旗下的 SMP 和 SMRC 开展业务，该等客户总部设在欧洲，均独立与发行人进行技术交流和采购洽谈。发行人与主要客户萨玛汽车合作情况良好，未来合作具有可持续性。报告期内，发行人向印度出口销售占比较低，中印冲突及印度新冠疫情对发行人的业绩影响较小。

（本页无正文，为《关于宁波方正汽车模具股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之盖章页）

宁波方正汽车模具股份有限公司

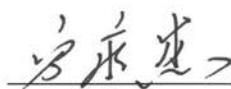


2020年11月10日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于宁波方正汽车模具股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》的全部内容，本次审核中心意见落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长（签名）：


方永杰

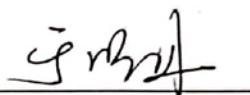


宁波方正汽车模具股份有限公司

2020年11月10日

（本页无正文，为国元证券股份有限公司《关于宁波方正汽车模具股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人（签名）：


于晓丹


刘波



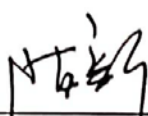
国元证券股份有限公司

2020年11月10日

保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读《关于宁波方正汽车模具股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》的全部内容，了解本回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理（签名）：


陈新



国元证券股份有限公司

2020年 11 月 10 日