



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的

审核中心意见落实函的回复

中兴华报字（2020）第 030046 号

深圳证券交易所：

根据贵所 2020 年 12 月 11 日出具的《深圳证券交易所关于青岛海泰科模塑科技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〕010927 号）（以下简称“意见落实函”）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。

申报材料显示，报告期内汽车行业景气度下降，发行人销售收入持续增长。

请发行人：

结合发行人所处汽车行业细分领域的发展趋势、市场竞争态势、报告期订单的收入转化率及新增订单情况，补充披露汽车行业景气度下降而发行人收入持续增长的具体原因，发行人的核心竞争力、业务增长的可持续性、应对毛利率下降拟采取的措施，以及开拓新客户、新产品和新市场的发展战略和具体计划，是否存在主要客户被竞争对手取代的重大风险。

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）发行人所处汽车行业细分领域的发展趋势、市场竞争态势、报告期订单的收入转化率及新增订单情况

1、发行人所处汽车行业细分领域的发展趋势

发行人主要从事注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造和销售，产品目前主要应用于汽车行业，具体用于制造汽车各种内外饰件。报告期内，公司的汽车内外饰件模具占营业收入的比例均在 95%以上，是公司的核心业务，也是注塑模具的典型应用，因此汽车模具行业的发展对公司业务发展至关重要。

（1）汽车模具行业整体情况

在模具下游应用行业中，汽车制造业模具使用量较大，汽车生产中 95%的零部件都需要依靠模具成型，主要用到的模具种类包括注塑模具、冲压模具、锻压模具、铸造模具等。

在美国、德国、日本等汽车制造业发达国家，汽车模具行业产值占模具全行业产值的 40%以上。而我国汽车模具行业产值在模具全行业产值中的占比略低，根据前瞻产业研究院发布的《中国汽车模具行业产销需求预测与转型升级分析报告》测算，中国汽车模具占模具行业的市场份额约在 1/3 左右。但未来随着汽车产业的发展和汽车换型速度的进一步加快，我国汽车模具还有较大发展空间。

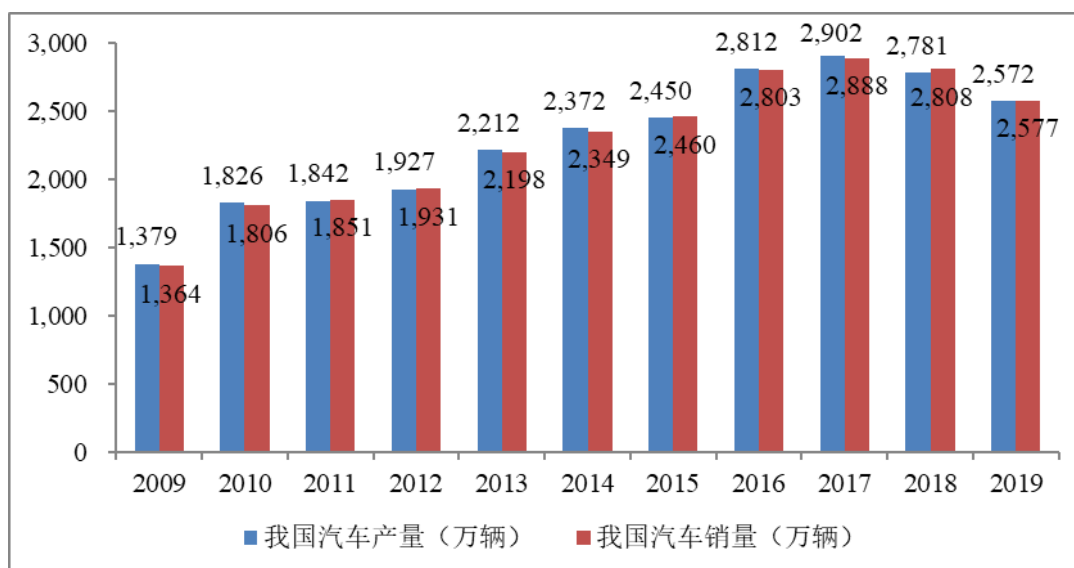
在所有汽车模具品类中，注塑模具的重要性越来越高。据统计，在一款新车中，需要汽车注塑模具约 500 副，在汽车工业发达国家中，注塑模具在汽车模具中的占比达到 60%，重要性不言而喻。随着社会对汽车轻量化的要求越来越高，以塑料为材质的零部件在汽车中的应用占比还在上升，随之而来的是新车对注塑模具的需求也越来越多。目前国外汽车的内饰件已基本实现塑料轻量化，塑料在汽车中的应用正在由内饰件向外饰件及车身结构发展，包括奔驰 Smart 在内的多款车型均采用了塑料车身外观件。

就国内而言，目前国内汽车轻量化程度，相比国外还处于较低水平，注塑模具占比不足 40%，大幅低于国外的 60%，但这也预示着注塑模具在汽车行业中的应用仍有较大提升空间。根据中国汽车工程学会发布的《节能与新能源技术汽车路线图》，预计到 2030 年新能源汽车整车质量将比 2015 年降低 40%，而减重最直接的方式就是汽车零部件的塑料化。所以在汽车轻量化发展趋势下，汽车塑料零部件市场有很大发展空间，从而带动汽车注塑模具的发展。

（2）汽车模具行业市场规模

近三十年来我国汽车工业实现了飞速发展，从年产销量数十万辆到 2009 年超越美国成为全球汽车产销第一，仅仅用了 20 余年时间，汽车也从“奢侈品”转变为家家户户买得起、用得起的大众消费品。近几年，受国内消费低迷和中美贸易摩擦等不利影响，我国汽车市场增速有放缓态势。根据中国汽车工业协会的统计数据，2019 年我国汽车产销量分别为 2,572 万辆和 2,577 万辆，同比下滑 7.51%、8.23%，但连续十年保持全球第一。基于我国庞大的人口基数和较低的人均汽车保有量，未来我国有望长期保持全球第一大汽车产销国地位。

2009-2019 年我国汽车产销量

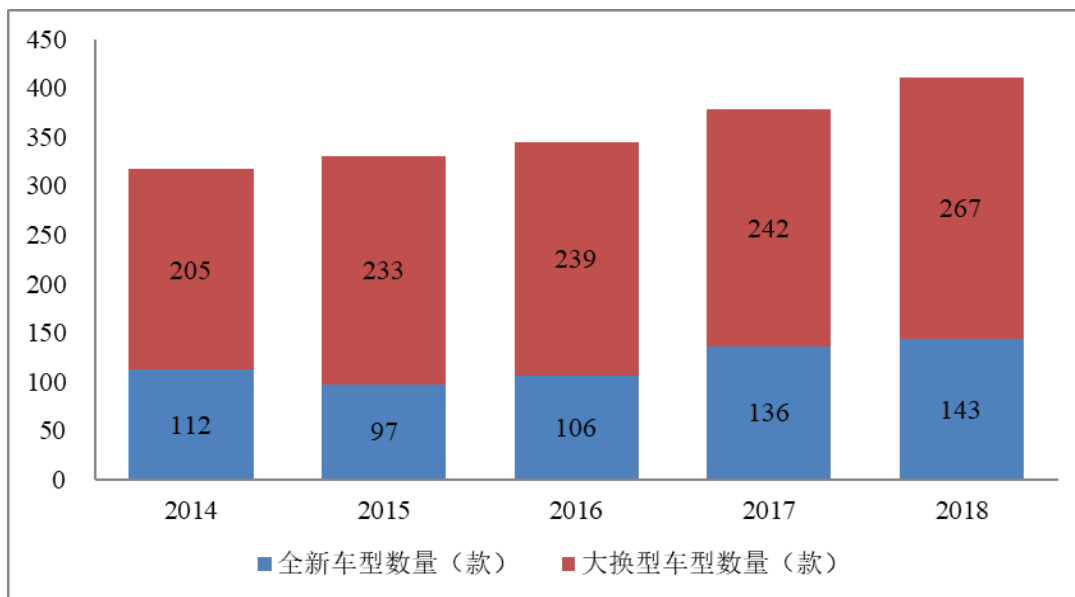


数据来源：Wind

根据行业统计数据，2018 年我国上市新车数量为 595 款，其中全新车型 143 款，占比 24.1%，大换型车型 267 款¹，占比 44.9%，即确定需要配套定制汽车模具的车型共计 410 款，比上一年增加 32 款。在汽车产销量出现轻微下滑的情况下，新车型和大换型车型数量仍然保持了较快增长，表明整车厂加快推出新车型和缩短原有车型改款周期的意愿较强，这也推动了汽车模具行业的持续发展。

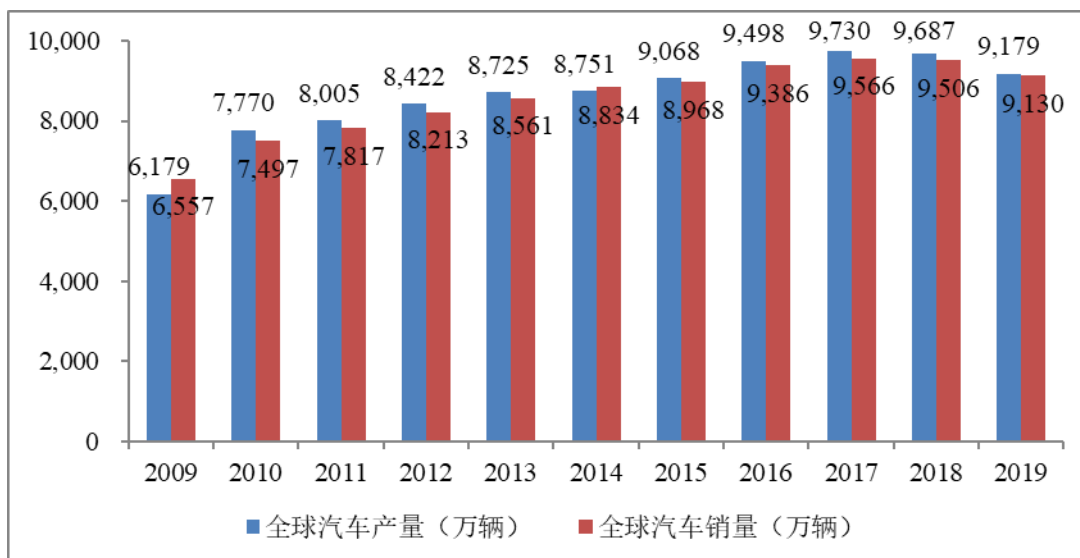
¹ 大换型车型包括换代、改款和新型号三类。

近五年我国新车型和大换型车型数量



从全球市场来看，2019 年全球汽车产销量分别为 9,179 万辆和 9,130 万辆，总体保持平稳。其中中国、欧洲和北美地区是全球三大汽车产销地，合计约占全球的 70%。以印度为代表的新兴市场正处于快速发展阶段，未来有望带来更多的汽车消费增量需求。

2009-2019 年全球汽车产销量



数据来源：Wind

汽车工业庞大的产销规模为上游汽车模具行业提供巨大的市场空间。

（3）汽车消费个性化和高端化、新车型开发与旧车型改款周期不断缩短以

及汽车轻量化等影响因素将驱动汽车模具行业发展

尽管汽车模具企业与汽车产业发展息息相关，但汽车产销规模和汽车模具的需求并不必然成线性关系，汽车模具需求更多与新车型和改款车型的上市数量以及单款车型模具价值相关。近年来，汽车消费个性化和高端化、新车型开发与旧车型改款周期不断缩短以及汽车轻量化等影响因素将驱动汽车模具行业发展，具体如下：

1) 汽车消费个性化、高端化

近年来，我国汽车消费市场呈现出较明显的个性化和高端化特征。汽车消费个性化和高端化要求供应更多种类的内外饰件，进而对汽车模具的种类、结构精度及制造工艺提出了更高要求，是汽车模具行业发展的重要驱动力。

2) 新车型开发与旧车型改款周期不断缩短

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。在居民消费能力不断提高的前提下，人们的消费观念和审美追求也在不断转变，使得一款车的畅销期逐渐缩短。为了更好地满足消费者需求，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。

3) 汽车轻量化

汽车轻量化是汽车未来发展的重要方向，也是汽车工业发展的必然趋势。实现汽车轻量化主要有三种途径：材料轻量化、结构设计轻量化和制造工艺轻量化，其中材料轻量化是实现汽车轻量化效果最明显、目前应用最成熟的方式。汽车轻量化的三种实现途径均与汽车模具相关，推动了汽车模具行业的创新发展。

2、模具行业竞争情况

模具行业呈现出较明显的“大行业、小企业”格局特征，我国模具行业总产值超过 2,000 亿，但企业规模普遍较小，绝大多数模具企业年收入不足 1 亿元，行业集中度较低，两极分化较严重，行业发展不均衡。绝大多数模具企业的规模小，产品单一且以中低端为主，技术能力和资金实力较弱，市场竞争力和成长性较差。仅有少数骨干企业综合实力较强，在生产规模、技术水平和创新能力方面有领先优势。

经过多年的经营发展，发行人凭借良好的生产技术能力、及时的产品交付能力以及良好的服务能力，获得行业及客户的认可，具备显著的竞争优势。公司连续八年获评上汽通用的最佳或优秀模具供应商、连续七年获评一汽大众的“A 级模具供应商”、2016 年起成为 Faurecia 的“全球战略供应商”、连续多年获评 IAC 的“年度优秀供应商”和“最佳质量奖”，中国模具工业协会颁发的“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”、“优秀模具供应商”、“中国模具出口重点企业”等诸多荣誉奖项，公司系汽车注塑模具行业内的知名供应商，在模具行业中具有一定的竞争优势。

3、发行人订单收入转化率及新增订单情况

报告期内，发行人订单的收入转化率及新增订单情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初在手订单	45,646.01	41,380.51	36,802.31	26,554.62
当期新增订单	24,672.42	38,716.01	31,787.39	32,551.68
可转化收入订单	70,318.43	80,096.51	68,589.70	59,106.30
主营业务收入	20,086.51	34,036.62	27,043.34	21,936.75
其中：来源于期初在手订单	17,239.32	27,986.51	24,359.15	17,499.39
来源于当期新增订单	2,847.18	6,050.11	2,684.19	4,437.36
订单转化率	28.57%	42.49%	39.43%	37.11%
其中：期初在手订单转化率	37.77%	67.63%	66.19%	65.90%
当期新增订单转化率	11.54%	15.63%	8.44%	13.63%

注：1、可转化收入订单=期初在手订单+当期新增订单；

2、订单转化率=主营业务收入/可转化收入订单；

3、期初在手订单转化率=主营业务收入来源于期初在手订单金额/期初在手订单金额；

4、当期新增订单转化率=主营业务收入来源于当期新增订单金额/当期新增订单金额。

发行人注塑模具从项目启动到终验收一般需要 14~24 个月，生产、验收/交付周期较长，收入确认相对订单存在一定的滞后性。报告期内，发行人订单转化率分别为 37.11%、39.43%、42.49%和 28.57%，随着发行人主营业务收入的增长，订单转化率有所提高，与发行人生产、验收周期基本一致。2020 年 1-6 月订单转化率较低，主要是由于当期仅为半年度收入所致。

报告期内，发行人期初在手订单转化率分别为 65.90%、66.19%、67.63%、37.77%，2017-2019 年度期初在手订单转化率保持相对稳定，2020 年 1-6 月期初在手订单转化率较低，主要是由于当期仅为半年度收入所致。

报告期内，发行人当期新增订单转化率分别为 13.63%、8.44%、15.63%、11.54%，2018 年度当期新增订单转化率较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。

报告期内，随着发行人经营规模的稳步增长和品牌知名度的提升，发行人各期新增订单金额整体呈现增长趋势，为发行人主营业务收入的增长奠定了基础。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人在手订单为 50,111.34 万元，订单金额充足，有利于发行人未来经营业绩的实现。同时，随着发行人本次发行募投项目顺利投产，发行人研发和制造能力将得到显著增强，发行人将依托现有业务基础进一步加大市场开拓力度，提升接单能力和业务规模。

（二）汽车行业景气度下降而发行人收入持续增长的具体原因

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“（一）经营成果及变动情况”之“2、发行人收入持续增长原因”补充披露如下：

2、发行人收入持续增长原因

报告期内，发行人主要从事注塑模具的研发、生产、销售，并主要应用于汽车领域，因此汽车产业发展状况、趋势与发行人经营业绩息息相关。

报告期内，发行人主营业务收入分别为 21,936.75 万元、27,043.34 万元、34,036.62 万元、20,086.51 万元，主营业务收入同比增长率分别为 23.28%、25.86%、33.63%。自 2018 年起，我国汽车产销规模均出现了小幅下滑，汽车行业景气度

有所下降，而同期发行人主营业务收入却仍然保持一定增长，发行人主营业务收入保持持续增长的原因分析如下：

（1）汽车模具需求更多与新车型和改款车型的上市数量以及单款车型模具价值相关，优势企业具备更强的竞争能力

自 2018 年起，受宏观经济形势、行业景气度和中美贸易摩擦等不利影响，我国汽车市场产销量均出现了轻微下滑。尽管汽车模具行业与汽车产业发展息息相关，但汽车产销规模和汽车模具的需求并不必然成线性关系，汽车模具需求更多与新车型和改款车型的上市数量以及单款车型模具价值相关。在汽车产销量出现轻微下滑的情况下，新车型和大换型车型数量仍然保持了较快增长，表明整车厂加快推出新车型和缩短原有车型改款周期的意愿较强，这也推动了汽车模具行业的持续发展。

同时，在汽车市场景气度下降的情形下，具有竞争优势的头部企业凭借持续的技术研发投入、稳定的质量交付和品牌效应积累了更为显著的竞争优势，以海泰科、宁波方正等为代表的国内优秀汽车模具骨干企业在报告期内均实现了主营业务收入的持续增长，符合行业发展实际情况。

（2）发行人厂房搬迁后产能得到显著提升

发行人于 2017 年初完成厂房搬迁后，陆续购置多批机器设备，报告期各期末机器设备原值分别为 7,807.46 万元、10,367.49 万元、13,762.22 万元和 13,947.88 万元，保持持续增长趋势，发行人生产制造能力和产能也相应得到明显提升。报告期内，发行人 CNC 设备理论可用工时计算分别为 130,824 万小时、159,732 万小时、209,322 万小时、99,684 万小时，产能呈逐步增长趋势，产能利用率分别达到 117.45%、110.86%、93.53%和 103.77%。因此，发行人产能得到提升的同时，产能利用率亦处于较高水平，为公司主营业务收入的 growth 提供了生产基础条件，符合发行人的实际经营情况。

（3）发行人技术实力与品牌知名度不断提升

发行人深知产品技术能力在当前市场竞争中发挥的关键作用，持续加大研发投入，形成了多项具有较强竞争力的核心技术。发行人凭借优良的产品质量、

及时的产品交付能力以及高质量的服务不断获得客户认可。

在发行人经营规模与技术能力不断提升的情况下，品牌知名度不断提升，并获得市场和客户的认可。2018-2020 年，发行人连续三年获得中国模具工业协会颁发的“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”，2019 年获得中国模具工业协会颁发的“优秀模具供应商”、“中国模具出口重点企业”等。

因此，发行人技术研发能力以及品牌知名度的提升逐渐获得了客户的广泛认可，在行业中的竞争能力不断加强。

（4）不断开拓市场，在手订单金额持续增加

报告期内，随着发行人生产研发能力以及品牌知名度的不断提升，发行人一方面不断加强与现有客户的合作，现有客户的订单持续增长；另一方面积极开拓包括 Plastic Omnium（彼欧）、一汽富维、Röchling（劳士领）、重庆平伟汽车零部件有限公司、神通科技集团股份有限公司等在内的新客户。报告期各期末，发行人在手订单金额分别为 36,802.31 万元、41,380.51 万元、45,646.01 万元和 50,111.34 万元，在手订单金额呈现持续增长的趋势，为业务持续增长提供了有利的支撑。

综上所述，尽管近年来汽车行业景气度有所下降，发行人凭借多年来积累的技术实力，品牌知名度不断提升，并成长为“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”，在汽车注塑模具细分行业具备较强的竞争优势。同时，发行人自 2017 年初搬迁至新厂区后，陆续购置多批机器设备，生产制造能力和产能均得到明显提升。在此基础下，发行人一方面不断加强与现有客户的合作，另一方面积极开拓新客户，在手订单金额呈持续增长趋势，从而使得主营业务收入持续增长，符合行业及发行人的实际情况。

（三）发行人的核心竞争力、业务增长的可持续性、应对毛利率下降拟采取的措施

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“（一）经营成果及变动情况”之“3、发行人的核心竞争力、业务增长的可持续性、应对毛利率下降拟采取的措施”补充披露如下：

3、发行人的核心竞争力、业务增长的可持续性、应对毛利率下降拟采取的措施

（1）发行人的核心竞争力

发行人的核心竞争力主要体现在汽车注塑模具领域的竞争优势中，具体包括：

1) 技术研发和制造工艺优势

发行人自成立以来，一直专注于注塑模具产品的研发、设计、制造和销售，积累了丰富的产品研发、生产经验。经过多年的技术开发和实践积累，公司自主研发并掌握了汽车内外饰模具中各类饰件注塑成型模具的核心技术，拥有多项自主知识产权。截至本招股说明书签署日，公司已累计获得 3 项发明专利和 33 项实用新型专利，另有 26 项已提出申请正在实质审查的专利，在双色注塑成型、低压注塑成型和嵌件注塑成型技术，以及模具热流道应用技术、高速多腔模具应用技术等领域取得了较大突破。发行人拥有山东省省级技术中心和青岛市企业工程中心，在模流分析和模具设计软件基础上自主进行二次开发，建立标准化数据库，极大提升了模具设计效率和设计精度，有效降低了模具成本。

此外，公司凭借在注塑模具领域十多年的积累和沉淀，自主研发出标准设计制造工艺流程，建立起完备的设计数据库，在模具产品设计、生产中广泛使用 CAD、CAE、CAM、模流分析等先进软件工具，提高了汽车模具综合设计和制造效率。发行人引进了先进加工装备和检测设备保障模具加工能力，比如进口大型五轴深钻孔机、高速铣床、双头火花机和镜面火花机等国际先进加工装备，以及从 90 吨到 3,200 吨不等的十余台注塑机，定制开发电极自动检测系统和 OMV 在机检测系统。依托强大的产品设计和制造能力，公司能够深度参与整车厂新车型的研究开发，从而为获取客户订单提供有力保障。

2) 客户资源与品牌优势

公司凭借强大研发实力、领先的技术水平、严格的质量管控和良好的服务，经过十多年的稳健经营和快速发展，目前已经形成并拥有数量庞大的稳定、优质客户群体。公司是佛吉亚（Faurecia）、萨玛（SMG）、埃驰（IAC）、安通林（Grupo

Antolin)、延锋 (Yanfeng)、彼欧 (Plastic Omnium)、麦格纳 (Magna)、安道拓 (Adient) 等国际知名汽车内外饰件企业的模具供应商, 主要产品已广泛应用于通用、大众、奥迪、保时捷、雷诺、福特、奔驰、宝马、捷豹路虎、沃尔沃等国际知名品牌, 上汽通用、一汽大众、一汽奥迪、广汽菲克等合资品牌, 以及长城汽车、长安汽车、吉利汽车、奇瑞汽车等国内主流自主品牌的生产。依托强大的客户资源网络, 公司在汽车模具行业树立了良好的品牌形象, 享有较高的市场知名度和行业影响力。公司连续八年获评上汽通用的最佳或优秀模具供应商、连续七年获评一汽大众的“A 级模具供应商”、2016 年起成为 Faurecia 的“全球战略供应商”、连续多年获评 IAC 的“年度优秀供应商”和“最佳质量奖”, 中国模具工业协会颁发的“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”、“优秀模具供应商”、“中国模具出口重点企业”等诸多荣誉奖项。强大的客户资源和品牌优势有效推动公司新业务的开展, 实现产品生产的规模化和集约化, 并切实保证公司生产销售的稳定性和安全性, 显著增强公司的盈利能力和抗风险能力。

3) 优异的产品质量保证和及时交付能力

为满足整车厂对零部件产品安全性、可靠性、绿色环保等指标的要求, 公司先后通过了 ISO 9001 质量管理体系、ISO 14001 环境管理体系和 ISO45001:2018 职业健康安全管理体系认证, 产品生产、检测过程中全面执行 ISO 等国际标准和大众汽车、福特汽车等全球主要汽车制造厂商的技术标准。公司的模具产品凭借高精密度、高稳定性和较长使用寿命, 赢得了客户的肯定, 在业内树立了良好的质量形象。

同时, 公司始终秉承让客户满意的服务宗旨, 在产品交期和售后服务上为客户创造更高价值。随着客户产品更新不断加快, 在最短时间内向客户交付符合要求的模具产品, 对于客户保持市场竞争力非常重要。经过长期的积累, 公司开发了先进的模具设计软件, 并建立起成熟的模具加工流程, 加上核心团队成员丰富的模具开发经验, 有效缩短了产品开发周期, 为按时按质按量交付提供了保障。由于模具的精密度要求高, 专用性较强, 公司在交付产品时, 会和客户充分沟通, 保证呈献给客户的产品是满足客户需求的模具产品。并在模具使用过程中, 为客户提供维修保养服务。

4) 管理优势

公司核心管理人员均拥有丰富的汽车模具行业工作经验，管理团队高效、稳定。经过多年的创新发展，公司逐步建立起现代化企业管理体制，树立起精益求精的管理理念，摸索出适合行业特点和公司实际情况的内部管理制度。公司引入先进信息化管理软件 MES 系统，建立起可靠的模具制造协同管理平台，有效提升模具制造管理效率。依托锐意进取的管理团队、优秀的企业文化以及完善的人才激励机制，公司经营管理效率得到较大提升，各项经营指标增长迅速，从而实现了较快的内涵式增长。公司优秀的企业管理能力使得公司具备在注塑模具行业竞争中脱颖而出的较强实力。

(2) 业务增长的可持续性

1) 汽车更新换代加快以及汽车轻量化推动“以塑代钢”的快速落地有利于发行人业务的增长

近年来，随着消费者对汽车的功能诉求和品质要求逐渐发生变化，从普通的代步升级到追求更便捷、舒适和环保的汽车出行，汽车消费需求也更加多样化和个性化。汽车生产商为保持竞争优势，更好满足消费需求，不断提升产品更新换代的速度，新车型的开发周期和原有车型的改款周期逐渐缩短。汽车更新换代的加速为汽车模具行业发展提供更大市场空间。

同时，随着全球对节能减排的不断重视，汽车轻量化对低碳经济意义重大。而“以塑代钢”是实现汽车轻量化的重要途径。根据中国汽车工程学会 2016 年发布的节能与新能源汽车技术路线图，2020 年新能源汽车整车比 2015 年减重 10%，到 2030 年整车减重 35%，届时包括碳纤维在内的塑料及复合材料在整车重量中的占比必然大幅提升，实现“以塑代钢”，而发行人所处的汽车注塑模具行业将受益于“以塑代钢”。

2) 发行人在汽车注塑模具细分行业具备较强的竞争力

发行人自成立以来，一直专注于注塑模具产品的研发、设计、制造和销售，积累了丰富的产品研发、生产经验。经过多年的投入和积累，发行人在技术研发和制造工艺、客户资源与品牌影响力、产品质量保证和及时交付能力等方面

积累了一定的竞争优势，尤其是在汽车注塑模具领域，发行人是“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”之一，在细分行业具有较高的知名度和核心竞争力，有利于发行人业务的持续发展。

3) 发行人在手订单金额持续增长

报告期各期末，发行人在手订单金额分别为 36,802.31 万元、41,380.51 万元、45,646.01 万元和 50,111.34 万元，随着发行人经营规模的逐步扩大以及市场知名度的提升，在手订单呈现持续增长的趋势，为业务持续增长提供了有利的支撑。

4) 发行人泰国子公司业务具有一定增长潜力

为积极拓展海外市场，紧密跟随客户业务发展需求，整合国际资源，2019 年公司在泰国设立控股子公司泰国海泰科，为客户提供汽车注塑模具和相应的汽车塑料零部件。自设立以来，泰国海泰科业务持续稳步发展，2019 年和 2020 年 1-6 月分别实现营业收入 265.74 万元和 1,333.71 万元，且预计 2020 年将实现盈利。同时，泰国海泰科已积极与多家客户洽谈模具及塑料零部件业务，预计将于近期落地并签约。因此未来随着泰国海泰科的生产规模不断提升，有助于发行人业务的持续增长。

5) 我国汽车行业已出现复苏迹象，有利于发行人业务增长

根据中汽协公布数据，2020 年 11 月，我国汽车产销延续了增长势头，产销量均创年内新高，分别达到 284.7 万辆和 277 万辆，环比增长 11.5%和 7.6%，同比增长 9.6%和 12.6%。2020 年 1-11 月，汽车产销 2,237.20 万辆和 2,247.00 万辆，同比下降 3.00%和 2.90%，降幅与 2020 年 1-10 月相比，分别收窄 1.6 个百分点和 1.8 个百分点。在 2020 年面对新冠疫情的影响下，汽车产销并未出现大幅下滑，2020 年第三季度汽车产业景气度指数也大幅回升，充分体现了我国汽车产业的强大恢复能力和经济的强大韧性。根据中汽协相关人士的预计，2021 年中国汽车市场将呈现缓慢增长态势，未来五年汽车市场也将会稳定增长，2025 年汽车销量有望达到 3,000 万辆。因此，我国汽车市场的逐步复苏有利于发行人业务的持续增长。

综上所述，发行人主营业务及产品符合汽车产业的发展趋势和方向，经过多年的投入和积累，发行人已在该细分市场领域积累了相应的核心竞争优势，同时报告期各期末发行人在手订单金额持续增长，新设立的泰国子公司业务亦具有一定的增长潜力，同时我国汽车行业已出现复苏迹象预计未来将呈现增长态势。因此，发行人业务增长具有可持续性。

（3）应对毛利率下降拟采取的措施

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%（剔除运费影响后为 32.51%），毛利率整体平稳略有小幅波动，其中自 2019 年起略有下降。为应对毛利率下降风险，发行人拟采取如下应对措施：

1) 进一步加强技术研发投入，提高产品竞争力

持续的技术创新能力、先进的产品制造工艺、强大的客户资源与品牌影响力、优质的产品质量保证和及时交付能力，使得发行人的技术与产品始终处于行业竞争优势地位。未来，发行人将进一步加强技术研发投入，巩固技术研发和制造工艺优势，建立稳固优质的客户资源和品牌优势，进一步增强客户的粘性，降低自身的可替代性，提高产品竞争力和的整体技术附加值水平，增强公司的盈利能力和抗风险能力。

2) 提高自动化和智能化水平，提高生产效率

虽然我国模具工业在近二十年中得到了飞速发展，产业规模跃居全球第一，但由于起步较晚，我国模具产业的整体竞争力仍然偏低。在技术和管理水平、生产效率、人均产值等关键指标上，和美、日、德等发达国家相比，仍有较大差距。

未来，发行人将深耕注塑模具行业，以本次发行为契机，进一步优化生产工艺布局，通过建设数字化程度更高的柔性生产线，提高自动化和智能制造水平，提高生产效率，提高模具一次试制成功率。

3) 全面提升服务能力，积极开拓境内外新客户

由于模具是下游客户规模化生产的基础，因此客户对产品质量和交付能力求较为严格。发行人通过多年的研发投入和积累，凭借优良的产品质量、及时

的产品交付能力以及高质量的服务不断获得客户认可。后续发行人将在保持现有客户长期稳定合作关系的基础上，全面提升服务能力，积极开拓境内外新客户，提升公司的经营规模和抗风险能力。

4) 增强海外布局，增强全球化服务能力

经过十多年的稳健经营和快速发展，发行人已成长为国内知名大型精密汽车注塑模具重点骨干企业，并已经形成并拥有包括佛吉亚（Faurecia）、萨玛（SMG）、埃驰（IAC）、安通林（Grupo Antolin）、延锋（Yanfeng）、彼欧（Plastic Omnium）、麦格纳（Magna）、安道拓（Adient）等国际知名汽车零部件供应商在内的数量庞大的稳定、优质客户群体，技术实力和产量质量受到客户认可。未来公司将继续扩大规模，吸引国内外高素质技术人才，加大海外业务布局，增强全球化服务能力，提升公司盈利能力。

（四）开拓新客户、新产品和新市场的发展战略和具体计划

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“（一）经营成果及变动情况”之“4、未来市场、客户开拓战略及计划”补充披露如下：

4、未来市场、客户开拓战略及计划

报告期内，发行人营业收入保持持续增长趋势，为增强公司持续经营能力，为股东创造价值，发行人拟采取的未来发展战略及具体计划如下：

（1）持续开拓境外市场及客户

境外客户产品一般主要应用于国外高端整车品牌，其模具更加大型化、复杂化，而大型化、复杂化的注塑模具毛利率更高。报告期内，发行人外销收入分别为 13,499.68 万元、17,210.26 万元、16,439.09 万元和 12,618.13 万元，外销收入是发行人的主要收入和利润来源。未来，境外市场仍将是发行人的主要开拓市场，发行人将持续不断投入资源，积极进行海外布局以更好的响应境外客户的需求。

报告期内，发行人基于境外客户的需求，于 2019 年下半年在泰国设立泰国海泰科。截至目前，泰国海泰科已基本实现正常投产，并在积极开拓市场及客

户。未来，在条件成熟的情况下，发行人将依托泰国的投资经营经验，结合海外市场发展、客户需求以及公司经营情况，在其他境外地区或国家布局，实现市场开拓、项目对接及售后服务无缝隙，为全球客户提供系统化解决方案与全面的优质服务。

（2）积极开拓国内市场及客户

虽然我国汽车产销量连续多年居全球第一，汽车保有量亦位居前列，但从人均汽车保有量来看，2018 年我国千人汽车保有量为 172 辆，2019 年折合人均汽车保有量为 187 辆/千人，与美国、澳大利亚、意大利、日本、德国等发达国家超过 500 辆/千人的水平相比，我国汽车人均保有量仍然较低，尤其是在三、四线城市和中西部地区，我国仍处于汽车消费的发展期，未来仍具备较大的发展空间。中共十九届五中全会提出“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”，2020 年以来我国也出台了一系列政策以鼓励和刺激汽车消费，为汽车行业的稳定发展提供了政策支持。

报告期内，公司营业收入主要以境外收入为主，随着公司品牌知名度的提升，发行人开始不断加大国内市场和客户开拓力度，报告期内内销收入整体呈增长趋势。报告期内，发行人内销收入分别为 8,437.06 万元、9,833.08 万元、17,597.53 万元和 7,468.37 万元，整体呈增长趋势。发行人已与延锋、一汽富维、常熟汽饰等客户建立合作关系，未来随着公司经营规模的持续扩张，公司将进一步加大境内客户的开拓力度。

（3）不断进行研发投入，开拓新产品

公司将发挥自身在设计、研发、制造方面的经验优势，夯实现有产品和技术基础上，根据市场及客户需求积极开展新产品开发工作，如轻量化模具研究、高端汽车大型复杂精密结构部件和功能部件的模具开发等，持续增强公司的核心竞争力。

未来，发行人将根据市场需求情况及公司生产经营情况，将模具应用至其他领域。

（4）积极开拓新能源汽车模具市场

在新能源汽车领域，随着汽车环保法规的日趋严格，世界各国都在开展新能源汽车的研发，通过以新能源汽车替代传统燃油汽车的方式减轻对大气的污染。中国、德国、法国、挪威、荷兰等多国均积极制定了传统燃油车的禁售时间表，并推出了众多支持新能源汽车行业发展的有利政策，推动全球新能源汽车行业进入了快速发展期。在此背景下，国内外车企纷纷推出以混合动力、纯电动为主的新能源汽车，我国新能源汽车也迎来了蓬勃发展期。

为积极迎接新能源汽车的发展变革和机遇，公司将持续推动技术创新，积极开发新能源汽车市场，研发及制造适应新能源汽车的模具产品。目前，公司注塑模具应用于整车新能源汽车包括奔驰、宝马、大众、通用、理想、小鹏、前途等车型，未来发行人将积极拓展新能源领域新技术，加强与新能源客户的合作。

（五）是否存在主要客户被竞争对手取代的重大风险

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“（一）经营成果及变动情况”之“5、主要客户被竞争对手完全取代的风险相对较小”补充披露如下：

5、主要客户被竞争对手完全取代的风险相对较小

报告期内，受到下游汽车整车厂商新车型开发计划和生产周期的影响，或由于发行人基于自身订单及产能利用情况选择性报价的影响，发行人对主要客户的销售收入存在一定的波动性，具体个别客户存在被竞争对手取代的风险，但整体而言，发行人主要客户被竞争对手取代的风险相对较小。具体分析如下：

（1）发行人具备卓越的研发、制造和服务能力

公司注重研发、制造和服务能力的提升，不断为企业客户持续创造商业价值，保持在行业中的竞争力。经过多年的总结和积累，公司已拥有汽车注塑模具研发设计和制造的多项核心技术。同时，公司深知产品技术能力在当前市场竞争中发挥的关键作用，持续加大研发投入、改进制造工艺、提高生产效率。公司依靠严格的质量管控体系以及良好的售前、售中和售后服务能力满足客户的多样化需求，公司主要客户被主要竞争对手完全取代的风险较小。

（2）客户粘性与品牌知名度较高

汽车模具行业具有较高的品牌与客户壁垒。下游汽车厂商对模具的技术和产品质量有严格的标准体系，一旦选定供应商，倾向于长期合作，呈现出较高的客户粘性。特别是在新车型开发周期缩短的情况下，引进新的供应商，很可能因为未能按时交付，或者设计风格、工艺要求不符需求，影响到新车型的开发上市进度。考虑到模具产品性能的稳定性和可靠性，汽车厂商在选择模具供应商时会重点考察供应商的研发、试验、过程保证、成本控制、质量控制、供货能力及经营情况等方面，整个过程审慎严格、周期漫长，且一般会选择规模较大、技术实力较强的有一定品牌影响力的企业。经过一段时间的磨合，整车厂商和模具制造企业形成一种紧密合作关系，在后续同类新增和改造项目中，整车厂商会优先考虑有稳定合作关系的供应商。

发行人通过十多年来的积累，已经与众多国内外知名汽车零部件供应商及整车厂商建立了良好的合作关系，在行业内树立了较高的品牌知名度和声誉。公司连续八年获评上汽通用的最佳或优秀模具供应商、连续七年获评一汽大众的“A级模具供应商”、2016年起成为Faurecia的“全球战略供应商”、连续多年获评IAC的“年度优秀供应商”和“最佳质量奖”，中国模具工业协会颁发的“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”、“优秀模具供应商”、“中国模具出口重点企业”等诸多荣誉奖项。因此，发行人与现有客户之间已经建立的高度信任和合作基础，报告期内，发行人前五大客户的销售收入分别为15,049.72万元、18,749.62万元、20,101.01万元和14,709.12万元，整体呈现逐年增长的趋势，因此发行人主要客户被竞争对手完全取代的风险相对较小。

（3）发行人在手订单和营业收入持续增长，主要客户被竞争对手全面取代的风险较小

由于注塑模具行业的特殊性，发行人对主要客户的收入存在波动的可能性，一方面受到下游汽车整车厂商新车型开发计划、生产周期、产品交付或终验时间等多方面因素影响，另一方面系发行人根据订单和自身产能情况进行综合评估后选择性报价。由于注塑模具单套产品价值较大，且生产销售周期较长，因此导致同一客户在不同期间实现收入金额存在一定波动，符合行业特性。

报告期内，发行人主营业务收入分别为 21,936.75 万元、27,043.34 万元、34,036.62 万元和 20,086.51 万元；报告期各期末，发行人在手订单金额分别为 36,802.31 万元、41,380.51 万元、45,646.01 万元和 50,111.34 万元，发行人主营业务收入及在手订单金额均呈增长趋势，主要客户被竞争对手完全取代的风险较小。

综上所述，发行人注重研发、制造和服务能力的提升，不断为客户持续创造商业价值，保持在行业中的竞争力；发行人与客户的粘性 & 品牌知名度较高。报告期内发行人主营业务收入及在手订单金额呈增长趋势，虽然发行人对主要客户的收入存在波动的可能性，但是主要客户被竞争对手完全取代的风险较小。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（三）发行人规模偏小及模具行业竞争风险”中就相关风险进行了补充披露，具体情况如下：

“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。与同行业竞争对手相比，发行人资产及经营规模相对偏小，公司如果不能抢占市场先机，及时整合资源和更新技术，增强与客户的协同开发能力，则可能无法保持有利的市场地位，甚至出现主要客户被竞争对手取代的风险。”

二、中介机构核查意见

（一）核查过程

1、通过中国汽车工业协会等官方网站查询汽车工业景气度情况，了解汽车工业最新产销情况等数据；

2、查询汽车行业相关研究、分析报告，分析下游汽车行业的变化趋势以及对发行人收入变化的影响；

3、获取发行人的主要经营资质、专利技术、研发投入和荣誉奖项等资料，分析发行人的技术实力和竞争能力；

4、取得发行人在手订单情况，分析发行人新增订单情况、订单转化为收入的情况；

5、取得发行人开拓新客户、新产品和新市场的发展战略及具体计划，分析复核其合理性；

6、对发行人主要经营管理层进行访谈，了解发行人收入增长原因，发行人的核心竞争力、业务增长的可持续性、应对毛利率下降的措施，开拓新客户、新产品和新市场的发展战略和具体计划，是否存在主要客户被竞争对手取代的风险。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、自 2018 年起，受宏观经济形势、行业景气度和中美贸易摩擦等不利影响，我国汽车市场产销均出现了轻微下滑态势。尽管汽车模具行业与汽车产业发展息息相关，但汽车产销规模和汽车模具的需求并不必然成线性关系，汽车模具需求更多与新车型和改款车型的上市数量以及单款车型模具价值相关。发行人凭借多年来积累的技术实力，品牌知名度不断提升，并成长为“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”，在汽车注塑模具细分行业具备显著的竞争能力。同时，发行人自 2017 年初搬迁至新厂区后，陆续购置多批机器设备，生产制造能力和产能均得到明显提升。在此基础下，发行人一方面不断加强与现有客户的合作，另一方面积极开拓新客户，在手订单呈现持续增长的趋势，从而使得业务收入持续增长，符合行业及发行人的实际情况；

2、发行人的核心竞争能力包括技术研发和制造工艺优势、客户资源与品牌优势、优质的产品质量保证和及时交付能力以及管理优势，使得发行人在行业中具有一定的竞争能力；

3、发行人主营业务及产品符合汽车产业的发展趋势和方向，经过多年的投入和积累，发行人已在该细分市场领域积累了相应的核心竞争优势，同时报告期各期末发行人在手订单金额持续增长，新设立的泰国子公司业务亦具有一定的增长潜力，同时我国汽车行业已出现复苏迹象预计未来将呈现增长态势。因此，发行人业务增长具有可持续性；

4、报告期内，发行人毛利率整体平稳略有小幅波动，其中自 2019 年起略有下降。为应对毛利率下降风险，发行人采取了一些措施以应对毛利率下降的风险，



具体包括：（1）进一步加强技术研发投入，提高产品竞争力；（2）提高自动化和智能化水平，提高生产效率；（3）全面提升服务能力，积极开拓境内外新客户；（4）增强海外布局，增强全球化服务能力；

5、为保持公司的持续经营能力，发行人制定了开拓新客户、新产品和新市场的发展战略和具体计划，包括：（1）持续开拓境外市场及客户；（2）积极开拓国内市场及客户；（3）不断进行研发投入，开拓新产品；（4）积极开拓新能源汽车模具市场；

6、发行人注重研发、制造和服务能力的提升，不断为企业客户持续创造商业价值，保持在行业中的竞争力；发行人与客户的粘性 & 品牌知名度较高。报告期内发行人主营业务收入及在手订单金额呈增长趋势，虽然发行人对主要客户的收入存在波动的可能性，但是主要客户被竞争对手全面取代的风险较小。



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的审核中心意见落实函的回复》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

二〇二〇年十二月十四日